



DIE NUTZER BEIM ENERGIESPAREN NICHT VERGESSEN!

UMSETZUNG UND ERGEBNISSE EINER SOCIAL MARKETING-KAMPAGNE
AN DER OSTBAYERISCHEN TECHNISCHEN HOCHSCHULE (OTHR)

DR. JANINA CURBACH

Agenda:

- I. Hintergrund des Projekts
- II. Fachlicher/Evidenzbasierter Ansatz
- III. Ziele und Umsetzung der Kampagne
- IV. Ziele, Umsetzung und Ergebnisse der Evaluation
- V. Fazit



Nachhaltigkeit an der OTH Regensburg:

2020 bis 2022/2023:

- ✓ Zwei Hochschulbeauftragte für Nachhaltigkeit; Studentisches Green Office; Mitglied im Zentrum Hochschule und Nachhaltigkeit (BayZeN)
- ✓ „Steuerungskreis“/Runder Tisch zu Nachhaltigkeit mit verschiedenen AGs zu Handlungsfeldern Lehre, Forschung, Transfer, Betrieb und Studentisches Engagement

Seit WS 2022/2023:

- ✓ Einrichtung einer Vizepräsidentschaft für Nachhaltigkeit, Stabsstelle Nachhaltigkeit (Referentin, Klimaschutzmanagerin)
- ✓ „Nachhaltigkeit und Klimagerechtigkeit“ wird Strategiethema im Hochschulentwicklungsplan (2023)

Entstehungshintergrund der Sensibilisierungskampagne zu nachhaltigem Nutzerverhalten:

- ✓ Seit 2021: OTHR Kooperationshochschule im HIS-HE-Projekt „Energieeffizienz und Klimaschutz an HAW“
- ✓ Gemeinsames Engagement:
 - AG Nachhaltiger Betrieb (Umweltschutzbeauftragter Frank Steckler),
 - AG Nachhaltigkeit und Transfer (Karina Amman, Kommunikation),
 - AG Nachhaltigkeit und Forschung (Janina Curbach, wiss. Mitarbeiterin)
- ✓ **Startpunkt: Wie** kann man das **Nutzerverhalten der Energieverbraucher adressieren?**
Wie kann man jenseits technologischer Effizienzgewinne Mitarbeitende zum Energiesparen motivieren?
- ✓ Kontext im Herbst/Winter 22/23: Top-Thema Energiesparen

→ Social Marketing-Kampagne mit Postern und Aufklebern zur Sensibilisierung von OTHR-Mitarbeitenden für nachhaltiges, ressourcenschonendes Verhalten

Ansatzpunkt Mensch am Arbeitsplatz:

- ✓ Für eine effektive Umsetzung von Energiespar- und Klimaschutzzielen in Hochschulen ist es wichtig, die **Mitarbeitenden** in Forschung, Lehre und Betrieb **sowie die Studierenden mit einzubeziehen**.

Warum?

- ✓ **Viele** technische, bauliche und prozessbezogene **Maßnahmen**, wie z.B. Gebäudedämmung und Umstellung auf papierlose Arbeitsprozesse sind **wirkungslos wenn die Organisationsmitglieder nicht „mitmachen“**.
- ✓ **Einsparpotenziale durch Veränderung des Nutzerverhaltens** in öffentlichen Gebäuden von bis zu 20 % (Matthies et al. 2011)

Nachhaltiges Verhalten am Arbeitsplatz: Mögliche Interventionen

Verhältnisbasierte Maßnahmen:

„Verhältnisse“ = physikalische Rahmenbedingungen des Arbeitsalltags werden so verändert, so dass sie nachhaltiges Verhalten begünstigen oder sogar erzwingen

z.B. Absenkung der Betriebstemperatur in Büroräumen im Winter 2022/2023; Abschaffung Einwegbecher in Cafeteria

Verhaltensbasierte Maßnahmen:

- ✓ Information, Aufklärung und Überzeugung: (z.B. durch glaubwürdige Kommunikatoren),
- ✓ Wettbewerb und Incentivierung von nachhaltigem Verhalten
- ✓ Sanktionierungen von umweltschädlichem Verhalten

Nachhaltiges Verhalten am Arbeitsplatz: Mögliche Interventionen

Verhältnisbasierte Maßnahmen:

„Verhältnisse“ = physikalische Rahmenbedingungen des Arbeitsalltags werden so verändert, so dass sie nachhaltiges Verhalten begünstigen oder sogar erzwingen

z.B. Absenkung der Betriebstemperatur in Büroräumen im Winter 2022/2023; Abschaffung Einwegbecher in Cafeteria

Verhaltensbasierte Maßnahmen:

- ✓ Information, Aufklärung und Überzeugung (z.B. durch glaubwürdige Kommunikatoren),
- ✓ Wettbewerb und Incentivierung von nachhaltigem Verhalten
- ✓ Sanktionierungen von umweltschädlichem Verhalten

Nachhaltiges Verhalten am Arbeitsplatz: Mögliche Interventionen

Verhältnisbasierte Maßnahmen:

„Verhältnisse“ = physikalische Rahmenbedingungen des Arbeitsalltags werden so verändert, so dass sie nachhaltiges Verhalten begünstigen oder sogar erzwingen

z.B. Abschaffung Einwegbecher in Cafeteria, Absenkung der Betriebstemperatur in Büroräumen im Winter 2022/2023

Verhaltensbasierte Maßnahmen:

- ✓ Information, Aufklärung und Überzeugung (z.B. durch glaubwürdige Kommunikatoren),
- ✓ Wettbewerb und Incentivierung von nachhaltigem Verhalten
- ✓ Sanktionierungen von umweltschädlichem Verhalten

Umweltverhalten am Arbeitsplatz: Motivation über **Feedback zur Energieeinsparung, nicht-monetäre Belohnungen** und über **Partizipation/Mitsprache** wichtiger als im privaten Umfeld!

Social Marketing für nachhaltiges Verhalten am Arbeitsplatz:

- ✓ **Social Marketing:** Kommerzielle Marketingtechniken (z.B. Poster; Werbespots) werden eingesetzt, um eine Zielgruppe zu informieren, zu sensibilisieren und zu beeinflussen, damit diese freiwillig ein bestimmtes **Verhalten oder eine Einstellung verändert**.
 - Bsp. aus der Gesundheitsprävention: Alkoholkonsum, Autofahrverhalten
- ✓ **Wirkung** ist schwer messbar und wird durch Vorbedingungen wie individuelle Einstellungen und Motivation, sowie (Kontext- und Arbeitsplatz)-spezifische Barrieren und Erfolgsfaktoren beeinflusst
 - Essenziell: Begleitende Evaluation** zur Einschätzung der Akzeptanz und Wirksamkeit

Ziele der OTHR-Sensibilisierungs-Kampagne:

- ✓ **Mitarbeitende für nachhaltiges Verhalten und Energiesparen sensibilisieren und in ihrem Wissen, ihrer Motivation und ihrem Verhalten zu Nachhaltigkeit stärken**
- ✓ **Nachhaltigkeit** durch die Maßnahme am Arbeitsplatz **sichtbar auf die Agenda setzen** und ins Gespräch bringen
- ✓ **Partizipation und Mitsprache** der Mitarbeitenden zum Hochschulstrategiethema Nachhaltigkeit **stärken**, u.a. auch für die Entwicklung von zukünftigen Maßnahmen (v.a. durch Befragungen im Rahmen der Evaluation)
- ✓ **Erprobung von Kommunikationsmitteln und Interventionsstrategie** (Pilotprojekt im Verwaltungsgebäude)

Umsetzung der Kampagne:

- ✓ **Poster und Aufkleber im Verwaltungsgebäude** mit Hinweisen zu nachhaltigem und energieschonendem Verhalten (11/2022-3/2023, 4 Stockwerke mit 140 Arbeitsplätzen).
- ✓ Poster wurden in **Besprechungsräumen**, den **Fluren** der Büroetagen und auch in den **WC-Kabinen** aufgehängt, die Aufkleber wurden in den WC-Anlagen auf den Spiegeln über den Waschbecken angebracht.
- ✓ **Drei verschiedene Poster** mit jeweils spezifischen Handlungshinweisen für **Büroräume, Besprechungszimmer und Teeküchen**.
- ✓ Hinweise auf den Postern bewusst allgemein gehalten, sollten informieren, aber vor allem als *Prompts* zur Erinnerung und Aufforderung dienen.

Drehen Sie die Heizung nachts und wochenends herunter.

SPAREN SIE ENERGIE!

- Schalten Sie das Licht bei Verlassen des Raums aus und schalten Sie es nur bei Notwendigkeit ein.
- Schalten Sie Computer und Monitore bei längerem Verlassen des Arbeitsplatzes aus.
- Führen Sie Stoßlüftungen bei abgedrehten Thermostat durch und kippen Sie nicht die Fenster.
- Stecken Sie Netzteile und Ladegeräte bei Nichtbenutzung aus.
- Drehen Sie die Heizung nachts und wochenends herunter. Heizen oder kühlen Sie Räume maßvoll.

Danke fürs Mitmachen!
Ihre AG Nachhaltiger Betrieb

OTH REGENSBURG

HANDELN SIE NACHHALTIG!

- Nutzen Sie fair gehandelten Kaffee und Tee.

Machen Sie bei der Mülltrennung mit.

- Verwenden Sie ökologisches Geschirrspülmittel.
- Werfen Sie keine Lebensmittel weg.
- Machen Sie bei der Mülltrennung mit.
- Sparen Sie Wasser.

Danke fürs Mitmachen!
Ihre AG Nachhaltiger Betrieb

OTH REGENSBURG

SPAREN SIE ENERGIE!

- Schalten Sie das Licht bei Verlassen des Raums aus und schalten Sie es nur bei Notwendigkeit ein.

Schalten Sie den Beamer nach Nutzung aus.

- Führen Sie Stoßlüftungen bei abgedrehten Thermostat durch und kippen Sie nicht die Fenster.
- Halten Sie Türen und Fenster in technisch belüfteten Räumen geschlossen.
- Heizen oder kühlen Sie Räume maßvoll.

Danke fürs Mitmachen!
Ihre AG Nachhaltiger Betrieb

Ziele der begleitenden Evaluation (Mitarbeitendenbefragung):

- ✓ **Reichweite, Akzeptanz und Effektivität** der Sensibilisierungskampagne bei den Mitarbeitenden im Verwaltungsgebäude zu erfassen.

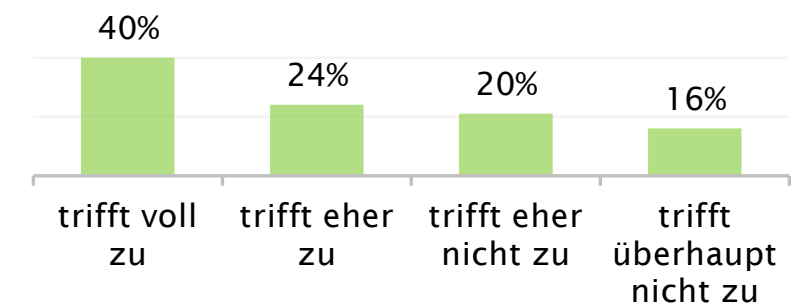
Methodik:

- ✓ **Online-Befragung** aller Mitarbeitenden im Verwaltungsgebäude (standardisiert und anonym; 140 Personen, Rücklauf: 56 %; Zeitraum: 19.12.22 – 01.02.23)
- ✓ **Moderierte Gruppendiskussion** (14. Februar 2023, 5 Personen, 60 min.)

Ergebnisse: Reichweite der Sensibilisierungs-Kampagne

- 80% der Befragten haben die Poster gelesen, 70% die Aufkleber.
- Zwei von drei Mitarbeitenden (64%) geben an, dass die Poster/Aufkleber für Gesprächsstoff gesorgt haben.

„Ich habe mit meinen Kolleg:innen über die Hinweise auf den Postern/Aufklebern gesprochen“

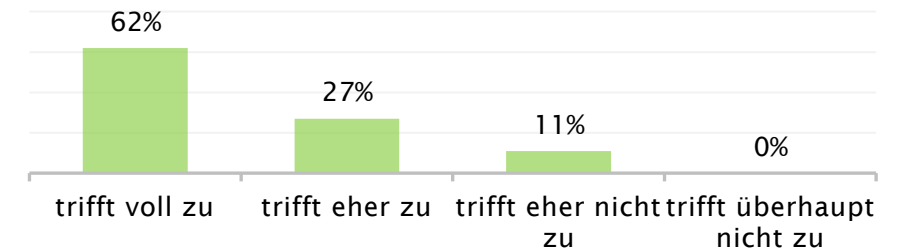


- Die Poster (mehr als die Aufkleber) haben Aufmerksamkeit auf sich gezogen und Gespräche unter Kolleg:innen angeregt.

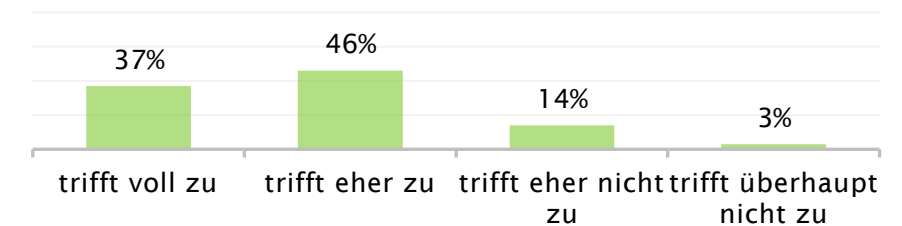
Ergebnisse: Nachhaltigkeit an der OTHR und Hinweise am Arbeitsplatz

- Neun von zehn Befragten (89%) war es schon **vor** der Posterkampagne bekannt, dass die OTHR sich für Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung einsetzt (keine „trifft nicht zu“-Verneinung!).
- Die meisten Mitarbeitenden finden es gut, Verhaltenshinweise zu Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz zu erhalten (83 % Zustimmung).

„Ich habe vor der Poster-Kampagne bereits wahrgenommen, dass sich die OTH Regensburg für Energiesparen und Nachhaltigkeit einsetzt.“



„Ich finde es gut, am Arbeitsplatz Hinweise zum Energiesparen und zu Nachhaltigkeit zu erhalten“

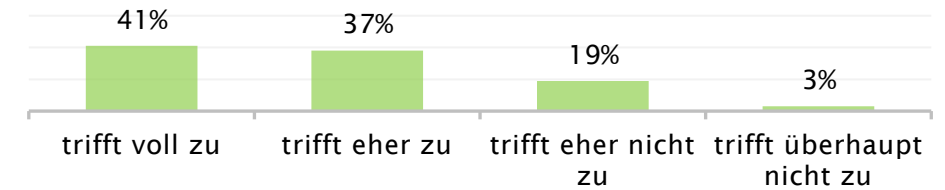


- Das Nachhaltigkeits-Engagement der OTHR wird von den meisten Mitarbeitenden wahrgenommen.
- Verhaltenshinweise zu Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz werden von vielen positiv gesehen; nur einige wenige geben an, sich belehrt zu fühlen.

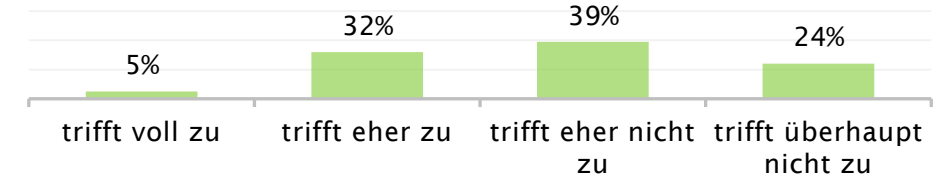
Ergebnisse: Wissen und Motivation

- Der Mehrheit der Befragten waren die Informationen auf den Postern bereits bekannt. Jede:r fünfte Befragte (22 %) konnte tendenziell etwas Neues durch die Poster/Aufkleber lernen.
- 37 % wurden durch die Poster/Aufkleber motiviert, die Energiespar- und Nachhaltigkeitshinweise umzusetzen.

„Ich konnte durch die Hinweise auf den Postern/Aufklebern **nichts** Neues zum Thema Energiesparen und Nachhaltigkeit lernen.“



„Die Poster/Aufkleber haben mich motiviert, die Hinweise zum Energiesparen und zu Nachhaltigkeit umzusetzen.“

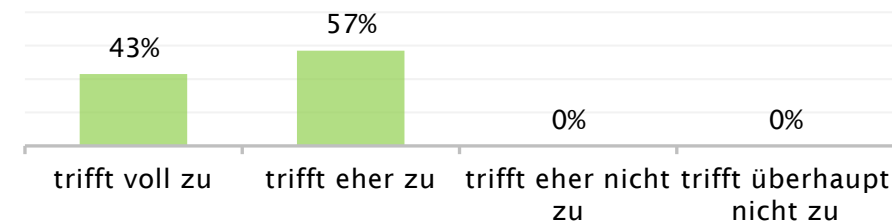


- Für viele Befragte hatten die Hinweise zu nachhaltigem Verhalten keinen Neuigkeitswert, aber jeder Fünfte hat etwas dazu gelernt.
- Aber: Jede:r fünfte Befragte hat doch noch etwas „gelernt“ durch die Plakate/Aufkleber, und etwas mehr als ein Drittel gibt an, dass die Poster sie zu nachhaltigem Verhalten motiviert haben.

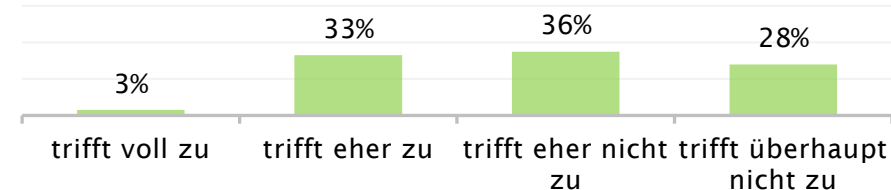
Ergebnisse: Nachhaltiges Verhalten

- 100 % der Befragten schätzen ihr eigenes Verhalten generell als nachhaltig und ressourcenschonend ein: 43% „trifft voll zu“; 57% „trifft eher zu“.
- Ein gutes Drittel der Befragten (36%) berichtet, seit dem Lesen der Hinweise zum Energiesparen und zu Nachhaltigkeit diese am Arbeitsplatz vermehrt umzusetzen (v.a. „trifft eher zu“). Zuhause/im Home Office: 33%

„Ich achte allgemein darauf, mich nachhaltig und ressourcenschonend zu verhalten.“



„Seit dem Lesen der Poster/Aufkleber setze ich die Hinweise zum Energiesparen und zu Nachhaltigkeit an meinem Arbeitsplatz vermehrt um.“

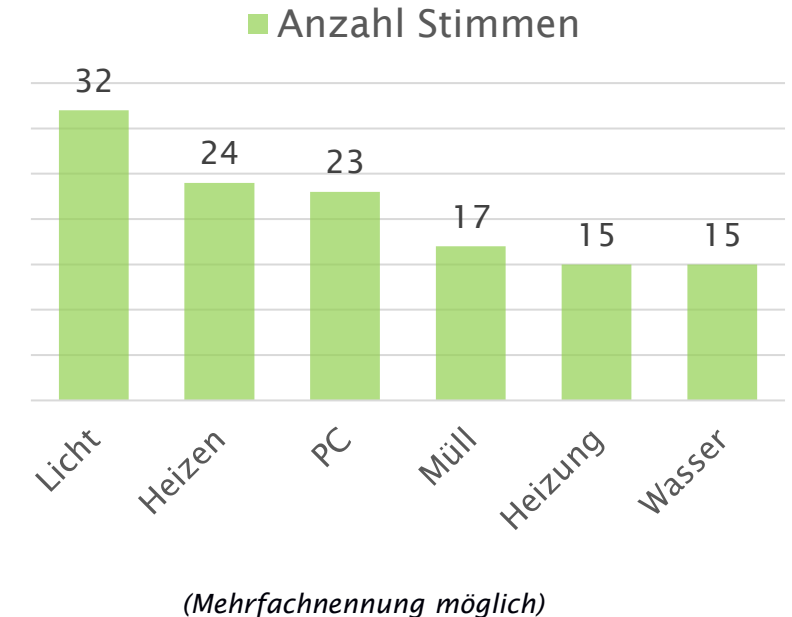


- Alle Mitarbeitenden berichten, sich generell nachhaltig und ressourcenschonend zu verhalten.
- Die Kampagne wird in ihrer Wirkung auf das eigene Verhalten gemischt eingeschätzt, jede:r Dritte berichtet tendenziell eine Verhaltensänderung durch die Poster/Aufkleber.

Ergebnisse: Nachhaltiges Verhalten

Top 6 der Hinweise auf den Postern, die von den Befragten nach dem Lesen vermehrt beachtet und umgesetzt wurden:

1. *"Schalten Sie das Licht bei Verlassen des Raums aus und schalten Sie es nur bei Notwendigkeit ein."*
2. *"Heizen oder kühlen Sie Räume maßvoll."*
3. *"Schalten Sie Computer und Monitore bei längerem Verlassen des Arbeitsplatzes aus."*
4. *"Machen Sie bei der Mülltrennung mit."*
5. *"Drehen Sie die Heizung nachts und wochenends herunter."*
6. *"Sparen Sie Wasser."*



Ergebnisse: Anregungen aus offenen Fragen und Diskussion:

- ✓ **Konkrete CO2-Einsparmengen durch Verhalten erfahren („Erfolgserlebnisse“)**
- ✓ **Müllkonzept** besser umsetzen und bekannt machen (z.B. bessere **Kennzeichnung der Abfalleimer, Schulung des Raumpflegepersonals; Kommunikation beim Onboarding**)
- ✓ Schulung zum Umgang mit Lüftung/Heizung im Verwaltungsgebäude
- ✓ Mehr **Mehrfachsteckdosen** mit Aus-Schalter zur Verfügung stellen
- ✓ ...

Zusammenfassung und Fazit:

- ✓ Die Mitarbeitenden sind offen für Verhaltenshinweise zu Nachhaltigkeit am Arbeitsplatz.
- ✓ Alle Befragten schätzen ihr Verhalten generell als umweltbewusst und ressourcenschonend ein. Aber: Jede:r fünfte hat etwas dazu gelernt und die Plakate werden als Reminder positiv gesehen.
- ✓ Ein Drittel der Befragten berichtet, dass die Plakate sie eher motiviert haben und dass sie ihr Verhalten am Arbeitsplatz und/oder zuhause geändert haben.
- ✓ Einige Mitarbeitende wünschen sich konkretere Informationen zur Höhe der Ressourceneinsparung; mehrere äußern, dass sie bevorzugt über Online-Kanäle (Intranet, E-mail, Bildschirm-Alerts) und Schulungen/Workshops angesprochen werden möchten;
- ✓ Gespräche wurden angeregt; viele wertvolle Anregungen für Maßnahmen und allgemein zu Nachhaltigkeit wurden generiert.

„Ich fühle mich nicht angesprochen, weil ich das ohnehin alles mache.“

„Eigentlich sind es Selbstverständlichkeiten, aber gut als Reminder und zur Selbstreflexion des eigenen Handelns.“

„Aufhängung nur an zentralen Orten...Save paper!“

SP
EN

- Sch
des Raums aus und schalten Sie es nur
bei Notwendigkeit ein.

- Schalten Sie Computer und Monitore
bei
pla

- Füh
dre
Sie

- Steck
bei Nichtbenutzung aus.

- Dreh
wo
küh

Danke
Ihre A

Vielen Dank....für die Aufmerksamkeit!

Fragen, Ideen und Anregungen? Bitte gerne!

janina.curbach@oth-regensburg.de

Details:

Curbach, J. 2024: „Nachhaltigkeit im Reallabor Hochschule: Eine Social Marketing-Kampagne zur Mitarbeitersensibilisierung an der OTH Regensburg“, in Schütz, S., Heese, C. und Obergrießer, S. (Hrsg.): „Forschungsperspektiven in den Sozial- und Gesundheitswissenschaften im Spiegel der Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen“, Springer (im Erscheinen)