

# ENERGIESPAREN AN DER UMG



## **DIE INFORMATIONSKAMPAGNE**

Präsentation in der Arbeitsgruppe *Mitarbeitermotivation – Ressource Mensch*

Klimaallianz Hannover 2020, 23.02.2010

Stefan Weller M.A., Leiter Unternehmenskommunikation UMG

# AUFGABE



## Universitätsmedizin Göttingen

- ▷ 7.000 Beschäftigte
- ▷ 3.800 Studierende
- ▷ Ca. 440 Mio. Euro Umsatz
- ▷ darunter Energiekosten: ca. 20 Millionen Euro pro Jahr
  
- ▷ **Ziel: Senkung bzw. Eindämmung der Energiekosten**  
im Rahmen der Konsolidierungs- und Sparmaßnahmen für die UMG
  
- ▷ **Problem:**
  - ▷ Architektur und bauliche Substanz aus den 70er Jahren sowie
  - ▷ Außeninstitute in Altgebäudenlassen UMG nur geringen Spielraum für baulich-technische Innovation

# AUFGABE



## Maßnahmen

- ▷ technische Modernisierung der Großanlagen soweit möglich
- ▷ Umrüstung der Beleuchtung
- ▷ Gerätebeschaffung nach energiesparenden Kriterien
- ▷ Benennung von Energiebeauftragten vor Ort
  
- ▷ **Energiesparen durch verbessertes Individualverhalten der UMG-Beschäftigten**
  
- ▷ **Interne Informationskampagne** soll Beschäftigte sensibilisieren und Aufmerksamkeit herstellen

# AUSGANGSLAGE



## Motivationslage der Zielgruppe

- ▷ Konsolidierungsmaßnahmen an der Universitätsmedizin Göttingen haben zu angespannter Stimmung unter den Beschäftigten geführt
- ▷ Vorstandsinitiativen zu Kostensenkungen werden eher skeptisch aufgenommen

## Informationsüberflutung im Uniklinikum

- ▷ UMG als öffentlicher Raum informiert heterogene Zielgruppen in öffentlichen Bereichen (*Eingangshallen, Mensa, Restaurant, Hörsäle, Bibliothek*) und an den Arbeitsplätzen (*Stationen, Polikliniken, Wartebereiche*) :  
7.000 Beschäftigte – Patienten, Angehörige, Besucher – 3.800 Studierende
- ▷ Medien: Plakate aller Größen und mit unterschiedlicher Qualität, Infolyer, Handzettel
- ▷ Reizüberflutung beeinflusst Aufmerksamkeit

## IDEE



### **Vorteil: Thema „Energie“ geht alle an.**

- ▷ Jeder kennt das Thema „Energiesparen“ aus seinem privaten Alltag
- ▷ Trennung zwischen „Arbeitsplatz“ und „Privatperson“ ist verwischt

### **Ziele**

- ▷ 1. Ziel: Aufmerksamkeit für Thema herstellen
- ▷ 2. Ziel: Thema „Energiesparen am Arbeitsplatz“ positiv aufladen
- ▷ 3. Ziel: Nachhaltigkeit herstellen. Thema darf nicht flüchtig sein, muss länger präsent sein.
- ▷ 4. Ziel: Verhalten beeinflussen

### **Stilmittel: „Aufmerksamkeit ist die Währung des 21. Jahrhunderts“**

- ▷ Mehrstufenkommunikation schafft Nachhaltigkeit
- ▷ Überraschung und Verblüffung durch Verknüpfung des Themas „Energiesparen“ mit scheinbar themenfremden Bildmotiven

## UMSETZUNG



### Informationskampagne: Entwicklung Medienpaket

- ▷ Eigenes Kampagnen-Logo: neonleuchtendes „E“
- ▷ Slogan: „Energiesparen. Es lohnt sich.“
- ▷ Plakatmotivreihe in drei Phasen
- ▷ Intranetplattform mit allen Informationen zum Energiesparen an der UMG
- ▷ Informationszettel-Serie zerlegt Energiespartipps in mehrere ‚Informationshäppchen‘
- ▷ Infolyer im Taschenformat mit kompakten Energiesparhinweisen
- ▷ Interne UMG-Medien begleiten Energiesparschritte (Newsletter, Mitarbeiterzeitschrift)
- ▷ Wettbewerbe mit attraktiven Preisen: Energie-Quiz, Foto-Wettbewerb
- ▷ 250 Freikarten für die „1. EnergieTage Göttingen“ in der Lokhalle (November 2009)
- ▷ Gummibärchentüte an jedem Arbeitsplatz mit Hinweis auf „Energiesparen“
- ▷ Informationsstand der UMG-Energieberater: Tipps und Beratung
- ▷ Pressearbeit flankiert interne Maßnahmen durch externe Aufmerksamkeit

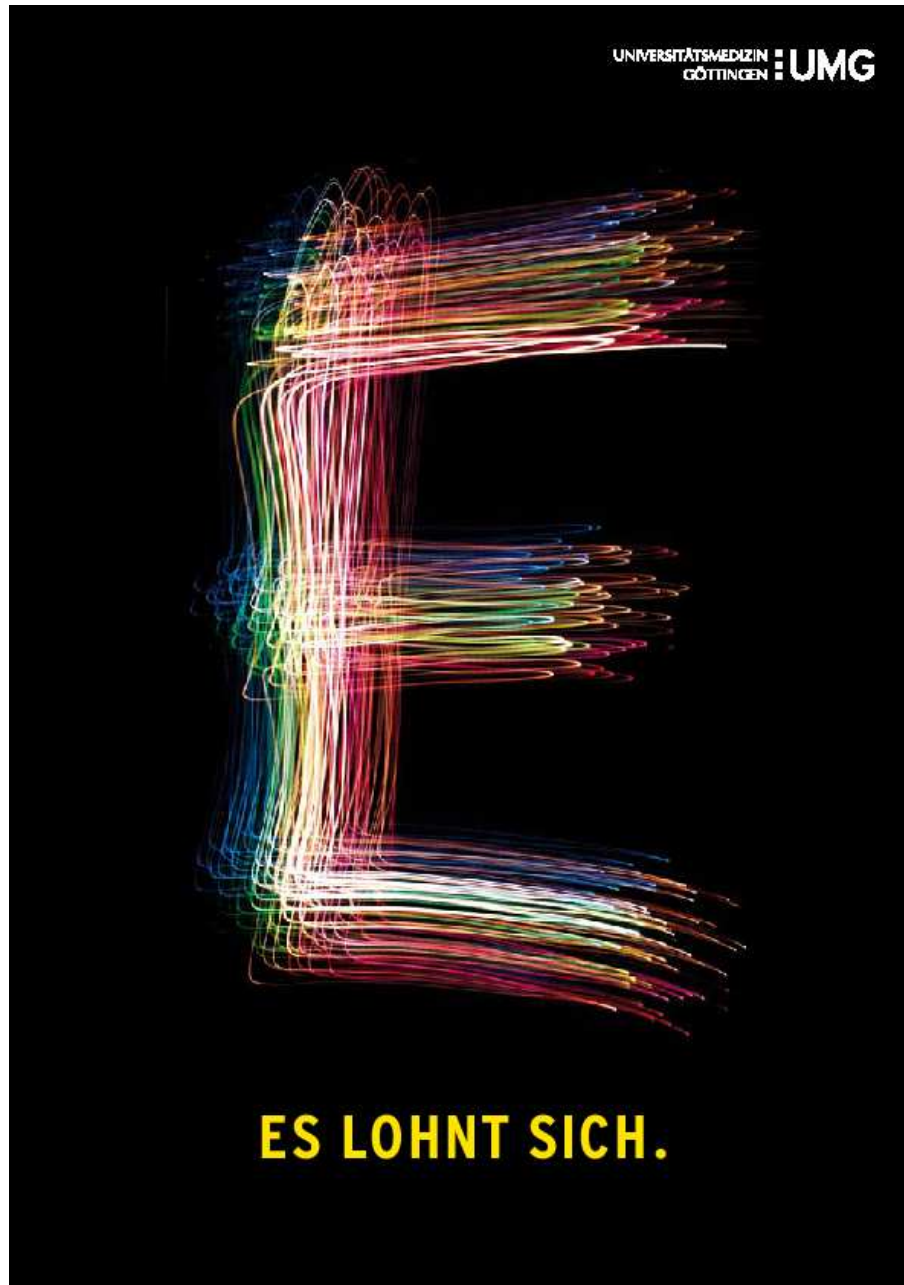
## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 1. Stufe

- > Start mit „geheimnisvollem“ Plakatmotiv
- > Keine Themensetzung
- > Logo und Slogan werden platziert

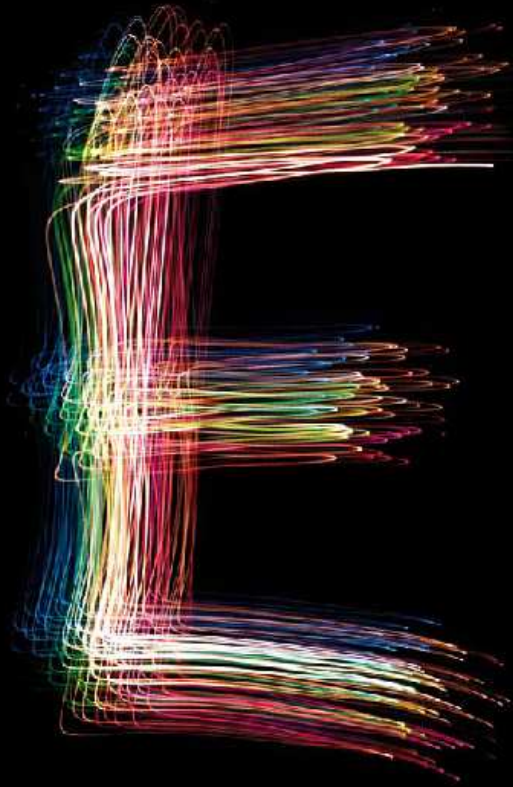
### Resonanz

- > extrem positiv
- > Aufmerksamkeit und Neugier geweckt
- > berufsgruppenübergreifende Diskussion
- > Anrufe bei Energieberater und Pressestelle





# ENERGIESPAREN



„E“ wie „Energisch“ mitmachen:  
Energie sparen, Kosten senken, etwas für die Umwelt tun.

**ES LOHNT SICH.**

## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 2. Stufe

- > Auflösung des ersten Schrittes nach 10 Tagen durch
- > Plakatserie mit allgemeinen Bildmotive
- > Standorte berücksichtigen die Laufwege von Beschäftigten, Besuchern, Patienten, Studierenden
- > gleichzeitig Start der Infozettel mit Energiespar-Tipps im wöchentlichen Takt



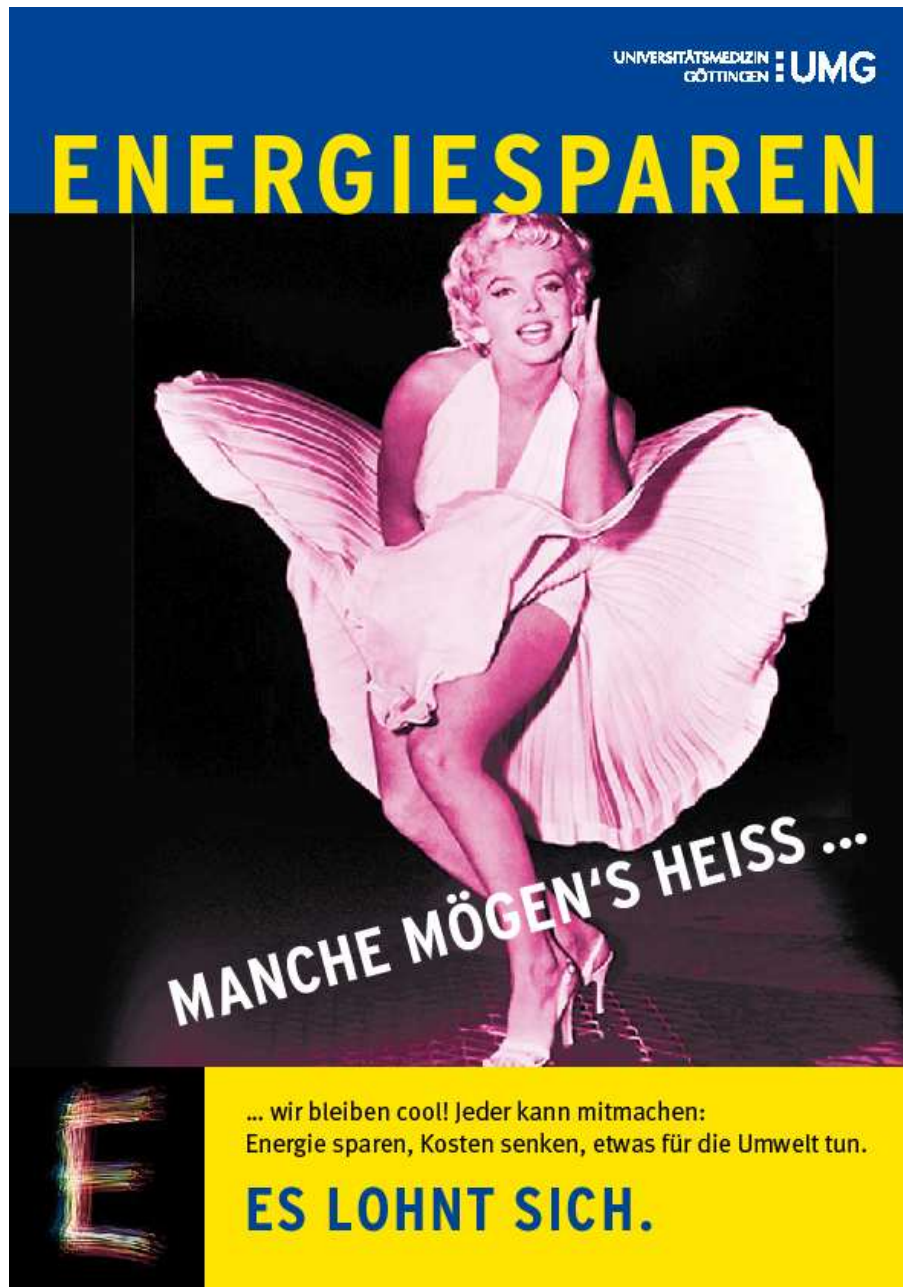


## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 2. Stufe

#### Auswahl Bildmotive

- > starke emotionale Ereignisse in Kombination mit bekanntem Text
- > **40 Jahre Mondlandung** mit dem Spruch von Neil Armstrong, den fast alle kennen und vor allem im Jahr 2009 gelesen und gehört haben werden.



## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 2. Stufe Auswahl der bildstarker Motive

- > **Kultur/Film:** Marilyn Monroe in weltbekannter Szene. Bild und Filmtitel passen wie die Faust auf's Auge zum Thema „Energie“.

# ENERGIESPAREN



ICH HABE FERTIG ...



... und Sie fangen an! Jeder kann mitmachen:  
Energie sparen, Kosten senken, etwas für die Umwelt tun.

**ES LOHNT SICH.**

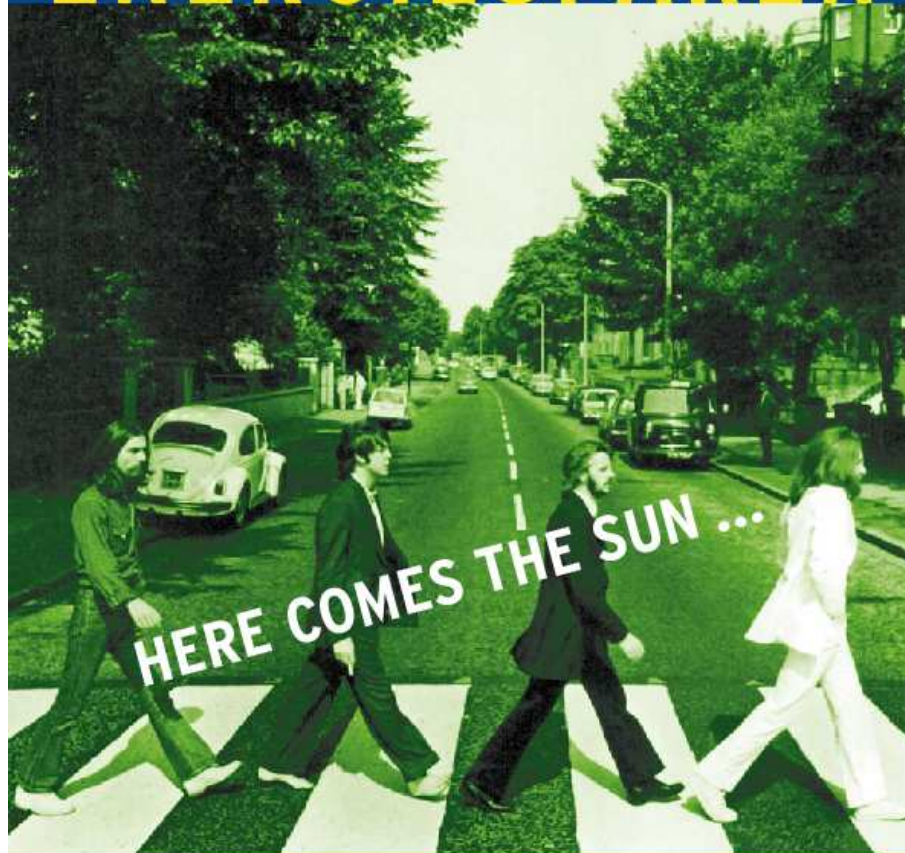
## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 2. Stufe Auswahl der bildstarker Motive

- > **Sport:** Giovanni Trapattoni mit dem Abschluss seiner „Wutrede“. Energiegeladen.



# ENERGIESPAREN



... das reicht nicht aus! Jeder kann mitmachen:  
Energie sparen, Kosten senken, etwas für die Umwelt tun.

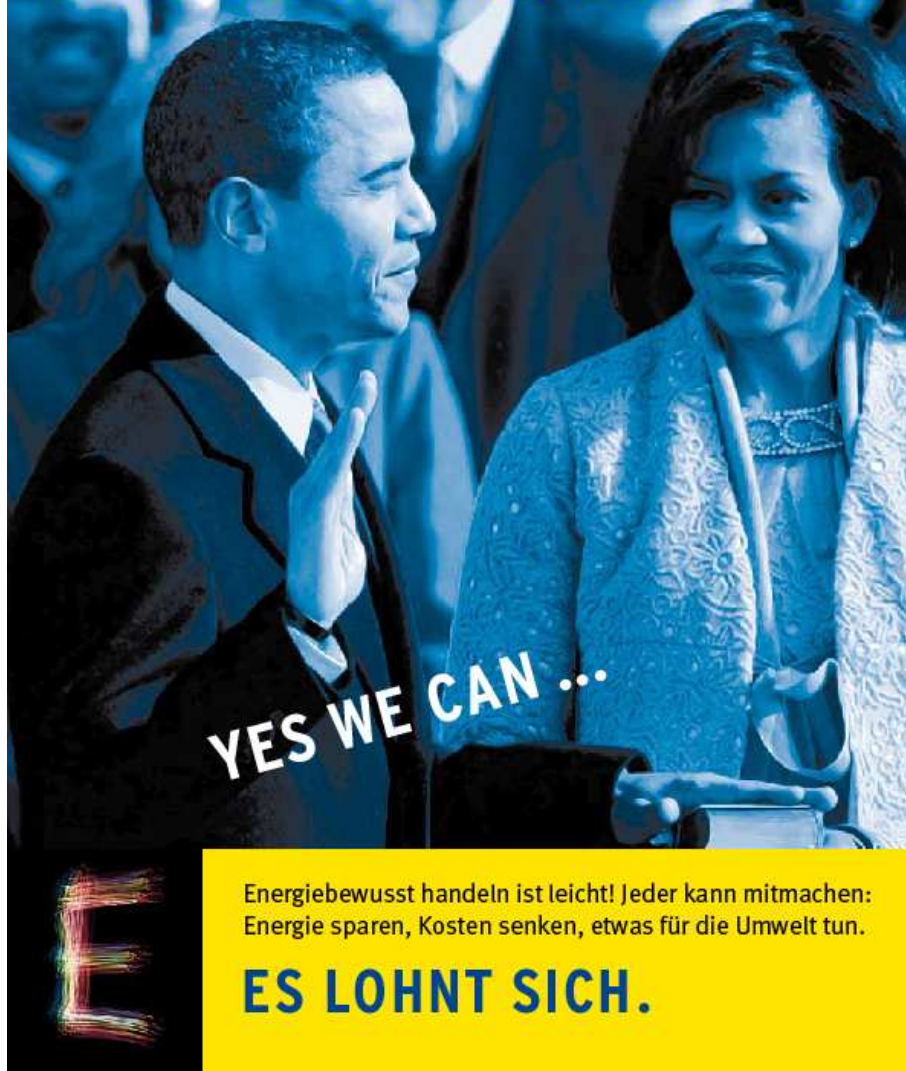
**ES LOHNT SICH.**

## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 2. Stufe Auswahl Bildmotive

- > **Kultur: 40 Jahre ‚Abbey Road‘.** Das Cover der Beatles-LP gilt als das bekannteste. Dazu ein bekannter Beatles-Titel passend zur Energie.

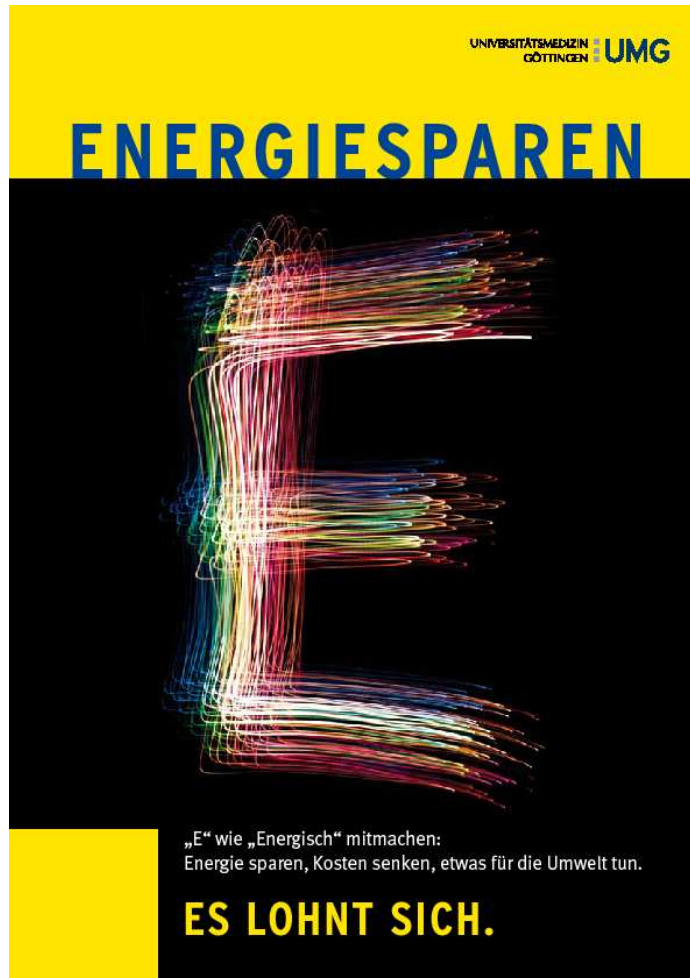
# ENERGIESPAREN



## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 2. Stufe Auswahl Bildmotive

- > **Politik: Wahlkampfmotto Barack Obama.** Positiv und optimistisch besetzt. Deshalb auch von anderen in der Werbung gerne verwendet und abgewandelt. Funktioniert auch hier.



## INFOKAMPAGNE

### ▷ **Stufenplan Infozettel:**

„Informations-Häppchen“, wöchentliche Themen:

1. Energiesparen an der UMG. Es lohnt sich.
2. Einfach mal abschalten! (PC und Stromschalter)
3. Einleuchtend! (Licht)
4. Der richtige Dreh! (Heizen)
5. Cool bleiben! (Kühlschränke)
6. Mitmachen und Gewinnen! (Quiz und Fotowettbewerb)
7. Ihre Energiebeauftragten!
8. Energisch mitmachen! (Infotage mit Infostand des Energiebeauftragten)
9. Zahlen, Daten, Fakten. Alles zur Energie an der UMG (Verbrauchsangaben und Kosten)



# ENERGIESPAREN



Einfach mal abschalten! Geräte ausschalten.  
Jeder kann mitmachen. Energie sparen, Kosten senken,  
etwas für die Umwelt tun.

**ES LOHNT SICH.**

## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 3. Stufe

- > Einstieg nach der Winterpause
- > Plakatserie mit konkreten, auf das Uniklinikum und Themen bezogenen Bildmotiven
- > Bilder finden sich im allgemeinen Infofaltblatt verknüpft mit konkreten Energiespar-Tipps wieder.
- > **„Einfach mal abschalten!“:** Geräte und PCs bei längeren Arbeitspausen und nach Dienstschluss, sofern möglich, abschalten.



# ENERGIESPAREN



Einleuchtend! Licht ausschalten.  
Jeder kann mitmachen. Energie sparen, Kosten senken,  
etwas für die Umwelt tun.

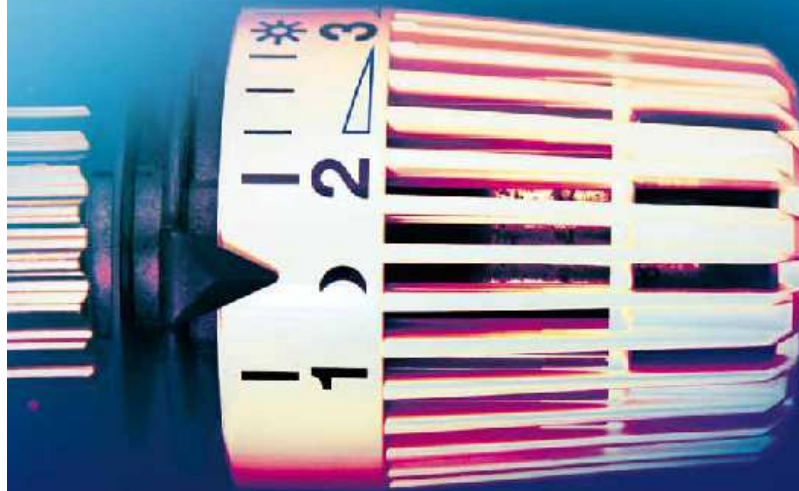
**ES LOHNT SICH.**

## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 3. Stufe

- > „**Einleuchtend!**“: Licht in Arbeitsräumen bei Verlassen ausschalten.

# ENERGIESPAREN



Der richtige Dreh! Heizung runterdrehen.  
Jeder kann mitmachen. Energie sparen, Kosten senken,  
etwas für die Umwelt tun.

**ES LOHNT SICH.**

## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 3. Stufe

- > „Der richtige Dreh!“: Heizung aktiv regulieren.

# ENERGIESPAREN



Cool bleiben! Kühlschränke abtauen und aufräumen.  
Jeder kann mitmachen. Energie sparen, Kosten senken,  
etwas für die Umwelt tun.

**ES LOHNT SICH.**

## PLAKATAKTION

### Stufenplan Plakate: 3. Stufe

- > „Cool bleiben!“: Kühlschränke abtauen, aufräumen und an richtigen Standorten aufstellen.

# UMSETZUNG



## Informationskampagne

- ▷ Infostand des UMG-Energiebeauftragten vor der Mensa im **März 2010**
- ▷ Preisverleihung Energie-Quiz und Fotowettbewerb mit Start der Foto-Ausstellung
- ▷ Plakatmotivreihe in drei Phasen
- ▷ Thema „Energiesparen“ wird wieder gesetzt, neuer Aufmerksamkeitsimpuls
- ▷ zusätzliche, neue Informationen sind möglich
- ▷ Nachhaltigkeit erzielen

# UMSETZUNG



## Informationskampagne: Kosten

- ▷ Entwicklung der Kampagne und grafische Gestaltung: UMG Unternehmenskommunikation
- ▷ Logo: Bildmotiv von Bildagentur gekauft und leicht bearbeitet
- ▷ Bilder Plakatkampagne 1. Runde: für nicht-kommerzielle und interne Zwecke kostenfrei über Time Life (historische Bildmotive nutzbar. Hinweis über *Spiegel online*)
- ▷ Bilder Plakatkampagne 2. Runde: Fotograf
- ▷ 10.000 Gummibärchentüten
- ▷ Preise für die Wettbewerbe: komplett externe Sponsoren
- ▷ Druckkosten: Plakate, Infozettel, Infolyer



# ENERGIESPAREN AN DER UMG



**VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**