



Jahresprogramm Kommunikation Energiestadt Solothurn 2009, Stand: 29. Mai 2009

Massnahme, Ziel und Zielgruppe	Zeitpunkt	verantwortliche Person	Partner	Materialkosten (Fr.)	Arbeitsaufwand intern	Nächster Schritt
<p><b>1. Tag des Lärms</b> Am Tag des Lärms wird ein Ecodrive Simulator mit Schallpegelmessgerät an einem publikumsintensiven Ort, z.B. auf dem Klosterplatz, aufgestellt. Plakate entlang der Hauptstrassen weisen auf diesen Tag hin. <b>Ziel:</b> Sensibilisierung der Bevölkerung bezüglich Lärmproblematik, „umweltschonendes Autofahren“ <b>Zielgruppe:</b> Bevölkerung</p>	29. April 09	Kanton Solothurn, Amt für Umwelt, Frau Gruber	Energiestadt Solothurn (DL/DN) und weitere Energiestädte	Übernahme Gebühren: Mietkosten Ecodrive ca. Fr. 500.-	klein für Stadtbauamt, Abklärung Standort Ecodrive Simulator (Baugesuch ist nicht nötig), Abklärung Plakatständer, Mithilfe bei Betreuung des Ecodrive Simulators	
<p><b>2. Tage der Sonne</b> Bau der dritten Etappe der Solaranlage auf dem Fegetzschulhaus unter dem Einbezug der Medien <b>Ziel:</b> Sensibilisierung von Schüler für erneuerbare Energien, insbesondere der Sonnenenergie. <b>Zielgruppe:</b> SchülerInnen</p>	15.-22. Mai 09	DL / DN	Lehrerin Fegetzschulhaus, Greenpeace (Jugendsolarprojekt)	Ca. Fr. 5'000.- für Solaranlage	Aufwand für Koordination der Arbeiten (Einholen von Offerten, Auftragserteilung, Absprache mit Lehrerin und Aufwand für Medienarbeit, Artikel verfassen)	
<p><b>3. Bike to work</b> Aktion zur Förderung des Langsamverkehrs <b>Ziel:</b> Möglichst viele Berufstätige dazu motivieren, im Monat Juni mit dem Velo zur Arbeit zu fahren. <b>Zielgruppe:</b> MitarbeiterInnen Stadt Solothurn</p>	1.-30. Juni 09	Aktion von Pro Velo Schweiz, bei der Stadt Solothurn ist der Personalchef, Herr Gaston Barth, für die Durchführung verantwortlich.	Pro Velo Schweiz	Fr.x?	Eher gering, da Aktion von Pro Velo Schweiz angeboten wird. Administrativer Aufwand für Information MitarbeiterInnen.	
<p><b>4. Mobilitätsmanagement:</b> Mobilitätsapéro für Unternehmen Durchführung eines Mobilitätsapéros in</p>	10. Sept. 09	Patrick Bussmann, Leiter Lokale Agenda	Energiestadt Solothurn: DL/DN,	Druckkosten Mobilitätsset und Einladungen	v.a. externer Aufwand bei der Geschäftsstelle Lokale Agenda 21, intern	DN klärt mit P. Bussmann weiteres

Massnahme, Ziel und Zielgruppe	Zeitpunkt	verantwortliche Person	Partner	Materialkosten (Fr.)	Arbeitsaufwand intern	Nächster Schritt
Zusammenarbeit mit der LA21, den Transportunternehmungen und der Handelskammer. <b>Ziel:</b> Information der Firmen zum Thema Mobilitätsmanagement in Unternehmen , Abgabe der Mobilitätsset an Unternehmen <b>Zielgruppe:</b> Unternehmen		21	Handelskammer, Transportunternehmungen	Unternehmen	eher kleiner Aufwand für Anlass, jedoch grosser Aufwand für Erarbeitung des Mobilitätssets. Diese Arbeit wurde jedoch schon im Jahr 2008 ausgeführt.	Vorgehen ab
<b>5. Ev. Mobilitätsmanagement in der Verwaltung: Mobility Jackpot</b> Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Mobilitätsaspekte, Förderung Langsam- und öffentlicher Verkehr <b>Ziel:</b> Mit Spiel Mitarbeitende motivieren, ihr Mobilitätsverhalten zu überdenken <b>Zielgruppe:</b> Mitarbeiter/Innen Stadt Solothurn	September 09 oder im Jahr 2010	Personaldienst?	Beim Amt für Umwelt, Solothurn, nachfragen, sie haben dies durchgeführt oder Büro für Mobilität bietet diese Aktion auch an!	Geld für Jackpot Fr. 1'350.- für 6 Monate, Miete Fr. 2'400.- oder Kauf Fr. 4'100.- (Stand 2004)	Eher gross, Information der Mitarbeitenden, Aufstellung der Stellwand, jede Woche Ziehung eines Gewinners, Abklärung wie er zur Arbeit kam, Auszahlung des Jackpots (Fr. 50.-) oder nicht.	
<b>6. Energyday 09</b> Der nationale Tag der Energieeffizienz findet jeweils Ende Oktober statt. Unter dem Dach von EnergieSchweiz beteiligen sich Firmen, Organisationen, Elektrizitätswerke und Energiestädte mit eigenen Aktionen. Sie alle profitieren von einer breiten Dachkampagne: schweizweiter Plakataushang, Sonderbeilagen zu Tageszeitungen, Publireportagen, Sonderausgaben für Hauseigentümer und KMU. <b>Ziel:</b> Aktionen, um die Bevölkerung über energieeffiziente Geräte, zu informieren. Beispielsweise werden Geräte verbilligt oder gratis abgegeben. Beispiele: Steckerleisten, Stromsparmaus, Duschbrausen <b>Zielgruppe:</b> Bevölkerung	24. Oktober 09	DL / DN	Energyday 09, Regio Energie?	Kosten für verbilligte Abgabe von Geräten z.B. Steckerleisten	Vorbereitungsarbeiten, Sitzungen, Präsenz am Stand	März bis Mai 2009: Bestellung des Infomaterials bei energyday
<b>8. Werbung</b> Flyers der Energiestadt Solothurn an	ganzes Jahr	DL		Flyers wurden über Budget 2008 bezahlt	Arbeitsaufwand: ein paar Stunden für den Flyer,	-

Massnahme, Ziel und Zielgruppe	Zeitpunkt	verantwortliche Person	Partner	Materialkosten (Fr.)	Arbeitsaufwand intern	Nächster Schritt
diversen Anlässen verteilen <b>Ziel:</b> Sensibilisierung der Bevölkerung zum Energiesparen, Bekanntmachung Label Energiestadt <b>Zielgruppe:</b> Bevölkerung					wurde schon erledigt	
<b>9. Mobilitätsset</b> Abgabe von Mobilitätsset mit Informationen über die Mobilität (z.B. Fahrplänen) und Gutscheinen an die Neuzuzügerhaushalte durch die Einwohnerdienste der Stadt Solothurn <b>Ziel:</b> Information über Mobilitätsangebote - Überdenken des eigenen Mobilitätsverhaltens <b>Zielgruppe:</b> Neuzuzüger	laufend, ganzes Jahr	Produktion: Stadtplanung: DL / DN Abgabe: Einwohnerdienste: Hr. Beutenmüller	Energiestädte Grenchen, Zuchwil, Olten, fachliche Begleitung durch Büro rundum Mobil in Thun	ca. Fr. 4'000.- Druckkosten pro Jahr, alle zwei Jahre Anpassung Layout, Begleitung Büro rundum mobil in Thun Fr. 4'500.-	Mehrere Tage, um alle Sponsoren etc. zu finden und Umschlagmappe zu gestalten, Abklärungen betreffend des Inhaltes (Abteilung Stadtplanung)	
<b>10. Homepage</b> Homepage der Stadt Solothurn mit Energiestadtaktivitäten laufend ergänzen, die Idee ist folgende: Wenn man auf das Energiestadtlogo auf der Website der Stadt Solothurn klickt, erscheint ein Menü mit verschiedenen Rubriken: z.B. Energieschweiz für Gemeinden, Jahresprogramm Energiestadt Solothurn, News, jährlicher Controllingbericht über Energiestadt (Punktstand-Übersicht der Massnahmen), Rückmeldungen <b>Ziel:</b> Information der Bevölkerung <b>Zielgruppe:</b> Bevölkerung	2009	DL / DN	in Zusammenarbeit mit Herr Kobel (Regioenergie), H..J. Boll und Sekretariat	Fr. x für eigene Homepage oder Anpassungskosten der Homepage!	Aufwand für Anpassung der Homepage, Aufwand für Bereitstellung der Texte	

Massnahme, Ziel und Zielgruppe	Zeitpunkt	verantwortliche Person	Partner	Materialkosten (Fr.)	Arbeitsaufwand intern	Nächster Schritt
<b>Ideen für Jahresprogramm Kommunikation Energiestadt Solothurn 2010</b>						
<b>10. Tage der Sonne</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bau der vierten Etappe der Solaranlage auf dem Fegetzschulhaus unter dem Einbezug der Medien.</li> <li>Zusätzlich Prospektversand an alle Hauseigentümer?</li> <li>Zusätzlich Infoveranstaltung für Hauseigentümer?</li> </ul> <b>Ziel:</b> Die Tage der Sonne helfen mit, Interesse, Know-how und freiwillige Massnahmen rund um Wärme und Strom von der Sonne zu fördern. Sensibilisierung von Schüler für erneuerbare Energien. <b>Zielgruppe:</b> SchülerInnen, HauseigentümerInnen	Mai 2010	DL / DN	Lehrerin Fegetzschulhaus, Greenpeace (Jugendsolarprojekt) Swissolar	Ca. Fr. 5'000.- für Solaranlage, weitere Kosten Prospektversand und Infoveranstaltung noch unklar	Eher grosser Aufwand für Koordination der Arbeiten (Einholen von Offerten, Auftragserteilung, Absprache mit Lehrerin), Aufwand für weitere Aktionen wie Prospektversand und Hauseigentümer	Mit Swissolar Herbst 2009 Kontakt aufnehmen wegen Planung der Aktion
<b>11. ev. Mobilitätsmanagement in der Verwaltung: Mobility Jackpot</b> (vgl. Sept.09)	im Jahr 2010, falls im 2009 n. umgesetzt					
<b>12. Ev. Wiederholung Energyday 09</b>	2010	DL / DN				
<b>13. Werbung</b> Anschaffung von Energiestadt Taschen, Energiestadt Klebern, Energiestadt Kugelschreibern, Energiestadt Radiergummis, Energiestadt Stromsparmäuse, Energiestadt Wassersparer <b>Ziel:</b> Sensibilisierung der Bevölkerung zum Energiesparen, Bekanntmachung Label Energiestadt <b>Zielgruppe:</b> Bevölkerung	2010	DL / DN	Ev. Tourismusbüro für Verteilung der Produkte	Fr. x je nach Anzahl Produkte und Menge	Offerten einholen, Bestellungen	
<b>15. Mobilitätsset</b> Überarbeitung der Umschlagmappe fürs 2011/2012	2010	DL / DN				

Abkürzungen: Daniel Laubscher (DL), Daniela Nussbaumer (DN)