

KEM - Leitprojekt

Klima- und Energiefonds des Bundes – managed by Kommunalkredit Public Consulting

Anleitung zur Verbreitung eines erfolgrei- chen KEM-Leitprojekts am Beispiel „Sustainable Living Tour – Inspiration und Planung für nachhaltiges Wohnen“

Februar 2018

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
1. Fact-Sheet	3
2. Leitprojektbeschreibung	5
3. Innovation, Vorbildcharakter	5
4. Zielsetzungen	5
5. Projektmanagement.....	6
6. Projektkosten und Finanzierung	6
7. Rechtliche Rahmenbedingungen	7
8. Projektablauf	7
9. Zeitlinie des Projektablaufs	10
10. Erfolgskontrolle	12
11. Erfolgsfaktoren.....	12
12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen	12
13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit	12
14. Ergebnis /Ausblick	13
Anhänge	14

Einleitung

Sehr geehrte Damen und Herren!

Der Klima- und Energiefonds unterstützt mit dem Programm „Klima- und Energie-Modellregionen“ österreichische Regionen auf dem Weg zur Energieautarkie. Mit den Leitprojekten, die erstmals 2013 ausgeschrieben wurden, sollen Projekte mit Vorbildwirkung unterstützt werden, mit dem Ziel, dass diese Projekte im KEM-Netzwerk multipliziert werden.

Eine nachvollziehbare Anleitung zur Durchführung eines erfolgreichen KEM-Leitprojektes ist die Grundlage, um die erwünschte Verbreitung in anderen Regionen zu ermöglichen. Dieses Dokument ist eine ausfüllbare Vorlage zur einheitlichen Erstellung dieser Anleitung. Diese Anleitung soll Inspiration sein und Empfehlungen zur Durchführung Ihres Leitprojektes geben, die dann vom Anwender auf die eigenen Gegebenheiten angepasst werden kann.

Bitte verwenden Sie diese **Vorlage und ergänzen** Sie diese mit allfälligen **Anhängen**.

Hinweis:

Der Dateiname der durch Sie fertiggestellten Anleitung, hat am Beginn die sechsstellige Geschäftszahl Ihres Projektes zu beinhalten. Bsp.: „BXXXXXX Anleitung Leitprojekt PROJEKTNAME.pdf“. Der Datenumfang der Anleitung und weiterer Anhänge darf 10 MB nicht überschreiten. Falls dies nicht möglich ist, senden Sie eventuelle Anhänge (z.B. Bilderdokumentation) als separate Emails, die jeweils im Betreff die **Geschäftszahl** (BXXXXXX) Ihres Projektes beinhalten.

1

Grundsätze zur Veröffentlichung

Die „Anleitung Leitprojekt PROJEKTNAME“ und sämtliche allfällige Anhänge dienen zur Veröffentlichung und sollen den Innovationsgehalt und Vorbildcharakter des Projektes präsentieren und zur Multiplikation, Adaption oder Variation inspirieren.

Bitte senden Sie die fertiggestellte Anleitung bis spätestens **ein Jahr nach Vertragsannahme** in **elektronischer Form** unter Angabe der Geschäftszahl (**BXXXXXX**) **in der Betreffzeile** an die Kommunalkredit Public Consulting GmbH (KPC). E-Mail-Adresse: umwelt@kommunalkredit.at

Klima- und Energie-Modellregion

Anleitung zur Durchführung des Leitprojekts „Sustainable Living Tour – Inspiration und Planung für nachhaltiges Wohnen“

1. Fact-Sheet

Organisation	
Name des Projektpartners	WW Wohnwagon GmbH
Geschäftszahl der KEM	Keine KEM
Projekttitel des Leitprojekts	„Sustainable Living Tour – Inspiration und Planung für nachhaltiges Wohnen“
Geschäftszahl des Leitprojekts	B671568
Themenbereich des Leitprojekts (zB Wasserkraft etc.)	Wohnen, Nachhaltigkeit, Autarkie
Modellregions-ManagerIn	Ansprechpartner bei WW Wohnwagon:
Name:	Theresa Steininger/ Christoph Raz
Adresse:	Arnethgasse 42, 1160 Wien
Dienstort (Gemeinde / Bürostandort):	-
e-mail:	theresa@wohnwagon.at, christoph@wohnwagon.at
Telefon:	+43 19613236
Eingebundene Partner (Stichwort zur Funktion)	<ul style="list-style-type: none"> - KEM Region Traunviertel Alpenvorland - KEM Baden - KEM Lainsitzthal - KEM Vöckla-Ager - KEM Energiekultur Kulmland - Energieregion Oststeiermark = Dachregion
Stakeholder (Politik, Interessensvertretungen, Vereine, Institutionen)	<ul style="list-style-type: none"> - ORF – Magazin „Konkret“ – Medienkoop. - LT1 – Medienkooperation - Freies Radio Salzkammergut -Medienkoop. - Messe Wels - BIOEM Großschönau - Isolena Woll –ökologische Dämmstoffe - „HerBios“ – vertical Gardening - „smart solution“ – smartbeet - Bernhard Gruber – Permakulturrexperte - Stadtgemeinde Baden - Stadtgemeinde Schwanenstadt - Stadt Vöcklabruck - Stadtgemeinde Attnang – Puchheim - Marktgemeinde Regau - Alchemia Nova – Forschungsinstitut
Anzahl über Medien erreichte Menschen (Schätzung)	
- Zeitungen:	15.000 via Regionalmedien
- Radio:	15.000 via Regionalradio
- TV:	140.000 (Lt1)+ 400.000 (ORF)



- Weitere: (Bitte kurze Information)	5.000 Aussendungen (Newsletter)
- SUMME Medien:	575.000



2. Leitprojektbeschreibung

Wie wollen wir in Zukunft leben? Wie können wir Klimaschutz und ein gutes Leben in Fülle für alle unter einen Hut bringen?

Mit unserem Wohnwagen haben wir ein Flaggschiff entwickelt, das Mut macht, neue Wege zu gehen. Als Experte im Bereich der Planung & Verwirklichung von innovativen Wohnkonzepten stellen wir unser Wissen und unseren Wohnwagen „Oskar“ einem Best Practice Beispiel dafür, für die KEMs zur Verfügung.

Wir inszenieren auf unserer Tour, der „Sustainable Living Tour“ ein mobiles Planungsbüro, veranstalten gemeinsam mit unseren Partnern Vorträge und Workshops für Kinder & Erwachsene und treten in Interaktion mit der Bevölkerung.

Wir zeigen gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern Inspirationen für nachhaltige Wohnkonzepte, stellen Möglichkeiten vor, die man auch im eigenen Haus anwenden kann und entwickeln vor Ort in Planungs-Sessions Projektideen zum nachhaltigen Wohnen.

3. Innovation, Vorbildcharakter

Der Innovative Zugang einer „Roadshow“ ist neben dem ausgestellten „Best-Practice“ Beispiel des Wohnwagens, einer autarken, also sich selbst versorgenden Wohneinheit wohl besonders herauszuheben.

In der Themensetzung gilt es folgendes festzuhalten:

Die Baubranche ist einer der CO₂-intensivsten Industrien. Gleichzeitig bietet sie ein enormes Potenzial im Hinblick auf ökologische und soziale Aspekte. Um hier neuen Konzepten zur Umsetzung zu verhelfen, braucht es innovative Zugänge und Lösungen.

Innovativ ist bei uns einerseits die Herangehensweise und andererseits auch die eingesetzten Technologien:

Wir versuchen die Menschen über inspirierende Beispielprojekte für neue Wohnformen zu begeistern, zu zeigen was möglich ist. Mit unserem Partner Netzwerk begleiten wir schließlich bei der Planung und Umsetzung.

Die eingesetzten Technologien verbinden modernste Technik und altes Handwerk. Naturmaterialien und solide, natürliche Bauweisen treffen auf innovative Biotechnologien um geschlossene Wohnkreisläufe zu ermöglichen. Regionale Ressourcen zu nutzen stet in den beiden Bereichen an oberster Stelle.

Gerade in den ländlichen Regionen ist es wichtig, nachhaltig und zukunftsfähige Nutzungskonzepte zu finden, Dorfstrukturen neu zu beleben und funktionierende Kreisläufe zu schaffen.

4. Zielsetzungen

Ziel des Projekts ist die Durchführung einer österreichweiten Tour zum Thema „Sustainable Living“ bei der in den KEMs neue Impulse zur Planung und Realisierung, innovativer Wohnkonzepte gesetzt werden.

Weiters wurden folgende Ziele verfolgt:

- Teilnehmerinnen

Die angestrebte Besucheranzahl von 50 – 700 Personen pro Veranstaltung wurde erreicht. Im Schnitt wurde jeder Veranstaltungstag von schätzungsweise 400 Besuchern (persönlichen Kontakten) besucht.

- Bewusstseinsbildung

Die angestrebten 2.000 – 10.000 direkt/ indirekt erreichten Personen pro Veranstaltung wurden erreicht. Die Bewusstseinsbildung für das Thema nachhaltiges/ autarkes Wohnen würde bei den indirekten Kontakten u.a. durch eigens gestalteten animierenden Postkarten, welche sich die Passanten mitnehmen konnten, erreicht.

- Konkrete Projekte

Es stellte sich als schwierig heraus pro Veranstaltung ein konkretes Projekt herauszufiltern. In Summe wurden bisher 5 konkrete Planungen bzw. Projekte im Bereich nachhaltiges/ autarkes Wohnen angestoßen. Die angestrebten 20 Projekte waren in einer Rückbetrachtung zu ambitioniert. Dies vor allem aus dem Grund das Projekte (welche tendenziell im Baubereich anzusiedeln sind) teilweise sehr viel Finanzkraft bedürfen und ein Entscheidungsprozess daher meist einiges an Zeit beansprucht.

5. Projektmanagement

Das Projektmanagement übernahmen Theresa Steiniger und Christoph Raz von der WW Wohnwagen GmbH. Die Firma hat aufgrund ihrer Erfahrung im Bereich des kleinen und autarken Wohnens einerseits selbst großes Know-how zum Thema des nachhaltigen, zukunftsfähigen Wohnens und hat vor allem ein großes Partnernetzwerk mit unterschiedlichsten Experten, die eine Vielzahl unterschiedlichster Bereiche abdeckt.

Neben diesen beiden hat es natürlich in jeder eingebundenen KEM – Region Partner vor Ort gegeben. Dies waren vorwiegend die örtlichen KEM ModellregionsmanagerInnen sowie lokale Partner wie Messen oder Medien.

In der Organisation wurde von Seiten der KEM Regionen zu örtlichen Veranstaltungen geladen sowie der Kontakt zu örtlichen Behörden bzw. Vereinen gesucht. Die Zuständigkeiten waren hierbei je nach örtlichen Kompetenzen unterschiedlich, von der Buchung von Räumlichkeiten bis hin zur lokalen Vernetzung wurden hierbei die jeweiligen Stärken der Projektpartner genutzt.

6. Projektkosten und Finanzierung

Im Rahmen des Projekt vielen folgende Kosten an:

Planung und Projektmanagement

Organisation der Tour, Erstellen eines Projekt- sowie Budgetplans, Finden von Partnerregionen, Erstellen eines Marketingkonzept für jede Region, Planung der Workshops & Veranstaltungen für jede Region.

Marketing und Kommunikation

Erstellen von Werbematerialien & Infobroschüren, Ankündigung des Events, Plakate, Pressearbeit, Versand von Einladungen.

Kosten für die Events

Transportkosten, Personalkosten bei der Betreuung des Standes/ der Veranstaltung, Kosten für Workshopleiter, Verpflegung und Unterbringung vor Ort, sowie Überstellungskosten des Wohnwagens.

7. Rechtliche Rahmenbedingungen

Da viele Veranstaltungen im öffentlichen Raum stattfanden wurden wenn nötig Behörden wie Polizei bzw. Gemeinden vorab via der KEM Modellregionsmanager zeitgerecht von den jeweiligen Vorhaben informiert. Besondere Auflagen wurden durch die Teilnahme an etablierten Veranstaltungsformaten jedoch sehr gering gehalten bzw. durch das örtliche Veranstaltungsmanagement auf einfachem Wege geregelt.

8. Projektablauf

1. Planung & Projektvorbereitung

Beschreibung:

Zu Beginn wurde ein Projektplan erstellt, was sind die Ziele der Tour und wann sollen sie erreicht werden. Danach wurde ein Letter of Intent an potenziell interessierte KEM Regionen geschickt. Die vorgefertigte Struktur des Fördergebers war hierbei äußerst hilfreich.

Es wurden 5 KEM Regionen (bzw. 6 Regionen welche eine Dachregion darstellt) gefunden mit welchen zusammengearbeitet wurde.

Im Zuge der Projektierung wurden ebenfalls mögliche Veranstaltungsformate erstellt, welche als vorgefertigte Veranstaltungsblöcke den KEM Regionen angeboten wurden. Natürlich wurden diese thematisch an die jeweilige Region mit der jeweiligen KEM Modellregionsmanagement angepasst um möglichst viel Interesse zu wecken.

Neben den Veranstaltungsformaten und dem Themensetting, wurde ebenfalls versucht lokale Stärken der Partner im Ablauf zu berücksichtigen. Dies war für eine effiziente Aufgabenteilung bzw. Klärung von Verantwortlichkeiten für einen erfolgreichen Projektablauf sehr wichtig.

Eine Grundeinteilung der Aktionen in folgende Bereiche wurde festgelegt:

- Workshops
- Vorträge
- Beratung & Kundengespräche

Hier ein Auszug der konkreten Veranstaltungen bzw. Themen:

- interaktives Erleben von Autarkie – „Handyladen mit Feuer“
- „offenes Planungsbüro“ mit kostenloser Autarkieberatung
- Informationen und Fördermöglichkeiten zum Thema E-Mobilität
- Führung und Diskussion mit lokalen Entscheidungsträgern
- Kinderprogramm: „Bau mit uns dein eigenes kleines Lehmhaus“
- Vortrag: "Wohnen im Einklang mit der Natur" - eine notwendige Utopie oder gelebte Realität?
- Vortrag: Wie kann eine autarke & ökologische Zukunft aussehen?
- „Wie kann Wasserautarkie funktionieren?“

Nach der Festlegung der Aktionen bzw. dem Themensetting wurde versucht weitere Vortragende bzw. Kooperationspartner für die jeweilige KEM Region zu finden. Im Zuge des Leitprojekts wurden gesamt 25 Partner gefunden – davon 5 KEM Regionen sowie eine KEM Dachregion.

2. Veranstaltungsprogramm fixieren/ bewerben/ vor Ort Maßnahmen

Allgemeine Beschreibung:

Um für die gewählten Aktionen ausreichend Teilnehmer zu begeistern wurde eine Marketingstrategie festgelegt. Auch hier wurde je nach örtlichen Erfahrungen auf eine Palette von möglichen Aktionen gesetzt. Vorrangig wurden Marketinginstrument über etablierte gut funktionierende Kanäle von Veranstaltern wie Messen (BIOEM Großschönau oder Veranstaltungen von Gemeinden> Internetauftritte, Werbung mittels Drucksorten, Nutzung eigener Onlineplattform (www.wohnwagon.at) starker Werbewert mit rund 2000 Nutzerzugriffen/ Tag, sowie eigene Facebookpage gute Reichweite mit rund 22.000 „folgenden“ Personen/ „Likes“, verfolgt.

Werbe- & Presseunterlagen

Neben Plakaten wurden vor allem digitale Medien wie Facebook für eine Bewerbung genutzt. Auch dies richtete sich nach den örtlichen Erfahrungen bzw. Kontakten und Infrastruktur der örtlichen KEM. Je nach Bedürfnissen sind alle wichtigen Projektunterlagen (Projektbeschreibung, Logos, Programmablauf,) zeitgerecht zugeschickt worden und von den jeweiligen KEM Managern bzw. Veranstaltern weiterverbreitet.

Von Seiten der WW Wohnwagon GmbH wurden Infos in die laufende Social Media Strategie eingepflegt, weiters wurden alle Tourstops in Form von Newslettern von WW Wohnwagon ausgeschickt (interner Newsletter).

Informationsunterlagen wurden von der WW Wohnwagon GmbH vor allem vor Ort ausgegeben, mit dem Ziel möglichst vieler persönlicher Gespräche/ Kontakte. Motivierende „Inspirations – Postkarten“ wurden zu diesem Zweck extra angefertigt und sollen den InteressentInnen Mut machen selbst Aktiv zu werden.

Tieferegehende/ ausführliche Unterlagen wurden an näher interessierte Personen weitergegeben.

Marketingpartnerschaften bzw. Werbemaßnahmen

Projektbezogene Partnerschaften wurden vereinbart hierbei sind vor allem der ORF und LT1 hervorzuheben. Zwei ausführliche Berichte mit sehr guter Reichweite sind erfolgt.

Weitere Marketingaktivitäten waren Medienauftritte (LT1 und ORF) sowie etablierte Medien/ Marketingkanäle von Veranstaltern (Messe Wels, Stadtgemeinde Baden, Messe Großschönau,).

Vor Ort Maßnahmen

Pro Veranstaltung wurde eine Newsletterliste aufgelegt, auf welchem sich InteressentInnen eintragen konnten. Diese werden laufend über interessante Entwicklungen im Bereich nachhaltiges Bauen und Autarkie laufend informiert. Eine individuelle Newslettereinladung für jede Region hat sich als nicht sinnvoll herausgestellt – pro Veranstaltung bzw. Region wurde auf Grund von Erfahrungswerten der zuständigen Veranstaltungspartner die Wahl des Werbe- bzw. Informationskanal überlassen.

Nachfolgend ein Beispiel für eine Veranstaltungseinladung inkl. Programm eines Tourstops:



WIE WOLLEN WIR IN ZUKUNFT LEBEN?

Finden wir neue Wege!

- **MITTWOCH, 20. September**
Wochenmarkt Vöcklabruck
- **DONNERSTAG, 21. September**
Wochenmarkt Schwanenstadt
- **FREITAG, 22. September**
Wochenmarkt und Mobilitätstag Attnang + Bauernmarkt Regau mit E-Auto Tour „10 Jahre Leaderregion Vöckla-Ager“
- **SAMSTAG, 23. September**
Frühmarkt Vöcklabruck – 25 Jahre Stadtbus Vöcklabruck

Schon gewusst? Deine Region ist Teil der sogenannten **Leader- und Energieregion „Vöckla-Ager“** ein Zusammenschluss von 21 Gemeinden. Und alle haben das gleiche Ziel: eine nachhaltige Regionalentwicklung!

Sabine Watzlik / Energieregion Vöckla-Ager
www.wohnwagon.at



WIE WOLLEN WIR IN ZUKUNFT LEBEN?

Finden wir neue Wege!

Wie wollen wir in Zukunft leben? Wie können wir Klimaschutz und ein gutes Leben in Fülle für alle unter einen Hut bringen? Lasst uns gemeinsam darüber nachdenken!

In Kooperation mit dem Klima- und Energiefonds lädt die KEM – Energieregion Vöckla-Ager zur „Sustainable Living Tour“ ganz herzlich ein. Von 20. - 23.9. touert der autarke Wohnwagon durch die Region und bietet ein buntes Programm rund um das Thema autarkes und nachhaltiges Leben und Wohnen.

Der „Wohnwagon“ ein Best-Practice Beispiel an dem sich autarkes Wohnen live erleben lässt! Ein Projekt das Mut macht, neue Wege zu gehen: Die 25m² große Wohnseinheiten versorgt sich mit eigener Grünklimaanlage, PV- Inselsystem und Zentralheizung selbst und funktioniert als geschlossenes Kreislaufsystem. Als Experten im Bereich der Planung & Verwirklichung von innovativen Wohnkonzepten Tour der Wagen „Oskar“ dieses Jahr durch Österreich und besucht ausgewählte KEM- Regionen.

www.wohnwagon.at



DIE KEM-LEADERREGION VÖCKLA – AGER

Die 21 Gemeinden der Leaderregion Vöckla-Ager formieren seit 10 Jahren den Verein für Regionalentwicklung Vöckla-Ager. Bei der Erstellung der lokalen Entwicklungsstrategie für 2014-20, sind die Themen Energie, natürliche Ressourcen und Mobilität sowie Gemeinwohl Strukturen und Funktionen vertreten. Denn gerade in den ländlichen Regionen ist es wichtig, nachhaltige und zukunftsfähige Nutzungskonzepte zu finden, Dorfstrukturen neu zu beleben und funktionierende Kreisläufe zu schaffen. Daraus wurde die Energieregion Vöckla-Ager, die vom Programm der Klima- und Energiemodellregionen gefördert wird.

MOBILITÄT ALS GROSSES ZUKUNFTSTHEMA

Dazu gehört auch die individuelle Mobilität, die in den ländlichen Regionen durch den motorisierten Individualverkehr sprich PKW geprägt ist, meint die Modellregionsmanagerin Mag. Sabine Watzlik, welche selbst Expertin im Bereich nachhaltiger Mobilität ist und die Tour mit Input zu diesem Thema begleiten wird.
Im Bezirk Vöcklabruck hat der MIV im Zeitraum von 10 Jahren um 27 % zugenommen und nimmt jetzt mit über 70 % Anteil an allen Verkehrsmitteln den dominanten 1. Platz ein (OO Verkehrserhebung Land OO 2012). Deshalb werden wir auch die Frage diskutieren: wie können wir in Zukunft nachhaltige Mobilität miteinander gestalten? Themen wie die E-Mobilität, Ladestellen, E-Bikes und E-Car-Sharing sind eng mit der Wohnsituation verknüpft. Aber auch die Anbindung an funktionierende Alltagsradwege und an den ÖV gehört zu nachhaltigen Wohnen. Fahrgemeinschaften und ehrenamtliche Mobilitätsangebote runden das Angebot sowohl im urbanen, als auch im ländlichen Raum ab. Die KEM Vöckla-Ager wird über die Mobilitätsprojekte informieren, und Ideen dazu mit den BesucherInnen weiterentwickeln.

WOHNEN NEU DENKEN

Die Baubranche ist eine der CO₂-intensivsten Industrien. Gleichzeitig bietet sie ein enormes Potential im Hinblick auf ökologische und soziale Aspekte. Um hier neuen Konzepten zur Umsetzung zu verhelfen, braucht es jedoch innovative Zugänge und neue Lösungen.
„Innovativ ist bei uns einerseits die Herangehensweise und andererseits auch die eingesetzten Technologien: Wir versuchen die Menschen über inspirierende Beispielprojekte für neue Wohnformen zu begeistern und zu zeigen, was möglich ist. Mit unserem Partnernetzwerk begleiten wir schließlich bei der Planung und Umsetzung“, so Theresa Steininger welche das junge Unternehmen „Wohnwagon“ leitet. Die eingesetzten Technologien verbinden modernste Technik und altbewährtes Handwerk. Naturmaterialien und solide, natürliche Bauweisen treffen auf innovative Biotechnologie, um geschlossene Wohnkreisläufe zu ermöglichen. Regionale Ressourcen zu nutzen steht in beiden Bereichen an oberster Stelle.

www.wohnwagon.at



DIE TOURSTOPS

MITTWOCH, 20. September
(07:00 – 12:00)

Wochenmarkt Vöcklabruck

Führungen durch den autarken Wohnwagon // interaktives Erleben von Autarkie – „Handyladen mit Feuer“ // „offenes Planungsbüro“ mit kostenloser Autarkieberatung // Informationen und Fördermöglichkeiten zum Thema Mobilität der Zukunft

DONNERSTAG, 21. September
(08:00 – 12:00)

Wochenmarkt Schwanenstadt

Führungen durch den autarken Wohnwagon // interaktives Erleben von Autarkie – „Handyladen mit Feuer“ // „offenes Planungsbüro“ mit kostenloser Autarkieberatung // Informationen und Fördermöglichkeiten zum Thema Mobilität der Zukunft

FREITAG, 22. September
(08:00 – 14:00)

Wochenmarkt und Mobilitätstag Attnang-Puchheim

Führungen durch den autarken Wohnwagon // interaktives Erleben von Autarkie – „Handyladen mit Feuer“ // „offenes Planungsbüro“ mit kostenloser Autarkieberatung // Informationen und Fördermöglichkeiten zum Thema Mobilität der Zukunft

(15:00 – 18:00)

Bauernmarkt Regau

Führungen durch den autarken Wohnwagon // interaktives Erleben von Autarkie – „Handyladen mit Feuer“ // „offenes Planungsbüro“ mit kostenloser Autarkieberatung // Informationen und Fördermöglichkeiten zum Thema Mobilität der Zukunft

Kinderprogramm: „Bau mit uns dein eigenes kleines Lehmhaus“

(17:00)

„10 Jahre Leaderverein Vöckla-Ager“ mit E-Auto-Tour (sobald es Gelände des Bauernmarkt Regau)

www.wohnwagon.at



3. Durchführung der Tour

Der Wohnwagen als Best Practice Beispiel für autarkes natürliches Wohnen wurde rechtzeitig im Vorfeld der Veranstaltung (zumeist am Vortag) angeliefert. Das örtliche KEM Management kümmert sich in der Regel um ev. Absperrungen sowie die Ausweibung des optimalen Platzes (inkl. behördlicher Freigaben).

Der örtliche Auf- und Abbau ist aufgrund von Vorbesichtigungen der Veranstaltungsorte reibungslos verlaufen, abgegebene Einschätzung bzgl. Aufbauzeiten trafen grundsätzlich zu.

Rund 3 Stunden vor der Veranstaltung, sowie teilweise am Vortag, war unser Team vor Ort und bereitet das Tagesprogramm sowie den angepassten Wagen für die Veranstaltung vor.

Je nach Veranstaltungstyp und Regionsthemen wurden Themenschwerpunkte soweit möglich abgeglichen. (z.B. Kulmland-Region Fokus auf nachhaltige Baustoffe, Strohballenbau etc.; Groß-Schönau Fokus Wasserkreislaufsysteme und Energieautarkie)

4. Dissemination & Dokumentation

Pro Veranstaltung ist zu jeder Veranstaltung eine textliche Zusammenfassung und/oder Fotodokumentation erstellt worden, an zwei ausgewählten Veranstaltungen wurden jeweils rund 15 Personen mittels persönlicher Befragung auf Bekanntheit und Bedürfnisse im Bereich Autarkietechniken abgefragt. Weiters wurde nach jedem Tourstop eine Teambesprechung abgehalten um gemeinsame Ziele und Erfahrungen auszutauschen.

9. Zeitlinie des Projektablaufs

Nr.	Kurzbezeichnung	Durchführendes Unternehmen	Beginn	Ende
1	Arbeitspaket 1 <i>Planung & Projektvorbereitung</i>			
1.1	Erstellung eines Projektplans (Klärung der Verantwortlichkeiten, Start-Meeting Projektteam)	WW Wohnwagen GmbH	01/17	02/17
1.2	20-25 Projektpartner in den KEM Regionen sind gefunden: Definition der teilnehmenden KEM Regionen, Sammlung der Themenschwerpunkte für die einzelnen KEM Regionen (Abstimmung mit allen Teilnehmern welche Themenschwerpunkte gesetzt werden sollen)	WW Wohnwagen GmbH	02/17	06/17
1.3	Vortragende & Kooperationspartner für die Tour sind fixiert. Erstellung eines Tour-Plans & Veranstaltungsprogramms (Festlegung der Termine, wann sollen welche Veranstaltungen stattfinden, wer soll vortragen, wie wird die Route festgelegt, welche anderen Veranstaltungen und Events der KEMs wollen wir in die Tour einbinden...)	WW Wohnwagen GmbH	02/17	06/17
1.4.	Erstellung eines Projektplans (Klärung der Verantwortlichkeiten, Start-Meeting Projektteam)	WW Wohnwagen GmbH	01/17	02/17
2.	Arbeitspaket 2 <i>Veranstaltungsprogramm fixieren</i>			

2.1	Erstellung einer Marketing-Strategie gemeinsam mit den KEM Regionen (Welche Mittel setzen wir ein, um Menschen für die Teilnahme zu begeistern? Wer kann was einbringen)	WW Wohnwagen GmbH	02/17	06/17
2.2	Werbeunterlagen & Presseunterlagen für die Tour sind fertiggestellt	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
2.3	Marketingpartnerschaften sind vereinbart	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
2.4	Facebook Veranstaltungen & Social Media Planungen sind erstellt	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
2.5	Newsletter sind vorbereitet (Newsletterliste für jede Region erstellen, regionale Firmen, Schulen, Vereine und Gewerbetreibende einbinden, ...) individuelle Newslettereinladung für jede Region erstellen	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
3.	Arbeitspaket 3 <i>Kommunikation & Marketing</i>			
3.1	Erstellung einer Marketing-Strategie gemeinsam mit den KEM Regionen (Welche Mittel setzen wir ein, um Menschen für die Teilnahme zu begeistern? Wer kann was einbringen)	WW Wohnwagen GmbH	02/17	06/17
3.2	Werbeunterlagen & Presseunterlagen für die Tour sind fertiggestellt	WW Wohnwagen GmbH	02/17	06/17
3.3	Marketingpartnerschaften sind vereinbart	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
3.4	Facebook Veranstaltungen & Social Media Planungen sind erstellt	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
3.5	Newsletter sind vorbereitet (Newsletterliste für jede Region erstellen, regionale Firmen, Schulen, Vereine und Gewerbetreibende einbinden, ...) individuelle Newslettereinladung für jede Region erstellen	WW Wohnwagen GmbH	02/17	02/17
4.	Arbeitspaket 4 <i>Durchführung der Tour</i>			
4.1	Abwicklung der Transporte (Überstellung des Wohnwagens an den neuen Veranstaltungsort – gesamt ca. 20 Veranstaltungen)	WW Wohnwagen GmbH	02/17	10/17
4.2	Aufbau & Abbau des Event-Bereichs vor Ort (z.B. im Rahmen einer bestehenden Veranstaltung oder auch im Rahmen einer Messe (Bio-EM Großschönau), ca. 6-8 Stunden Aufbau & Abbau pro Station Vorbereitung der Workshops & Vorträge entsprechend der gewählten Themenschwerpunkte	WW Wohnwagen GmbH	02/17	10/17
4.3	Durchführung der Workshops & Vorträge (durch Wohnwagen & Experten aus den jeweiligen Bereichen je nach Themenschwerpunkt; z.B. Österreichisches Ökologie-Institut, Energie- und Umweltagentur, Spezialisten aus dem Baubereich, Energieexperten etc.)	WW Wohnwagen GmbH	02/17	10/17
5.	Arbeitspaket 5 <i>Dissemination & Dokumentation</i>			
5.1	Erstellung einer Dokumentation pro Veranstaltung & Nachbericht	WW Wohnwagen GmbH	03/17	10/17
5.2	Aussendung des Allgemeinen	WW Wohnwagen GmbH	03/17	09/17

	Berichts an Presse, gedruckter Detailbericht an alle KEM Regionen um das erarbeitete Wissen zu vernetzen und allen zur Verfügung zu stellen	GmbH		
5.3	Nachbearbeitung & weitere Begleitung der entstandenen Projekte wird definiert	WW Wohnwagen GmbH	03/17	12/17

10. Erfolgskontrolle

Nach jedem Tourstop (0-4 Tage) wurden Erfahrungen sowie die Zielerreichung im Organisationsteam von Seiten Wohnwagen besprochen. Hierbei war die zuvor ausgearbeitet Struktur für die Projekteinreichung sehr hilfreich, diese lieferte eine guten Leitfanden um Ziele und Maßnahmen sowie zeitliche Faktoren gut im Auge zu behalten.

11. Erfolgsfaktoren

Neben einer sorgfältigen Themenwahl war der Wohnwagen wohl größer Erfolgsfaktor. Bei vielen Besuchern war dieser bereits bekannt und weckte dadurch „von Haus aus“ bereits Interesse.

Der zweite Erfolgsfaktor war die Integration in bereits erfolgreichen Veranstaltungsformaten wie bspw. lokal stark etablierte Veranstaltungen oder Messen. Aber auch eine hohe dichte an Betreuung in Form von KEM Mitgliedern bzw. dem Wohnwagen Team war für den Erfolg sehr wichtig, im Schnitt waren pro Veranstaltung 4 Personen für eine persönliche Ansprache anwesend.

12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen

Koordination der Aufstellungsorte/ Anlieferung:

Die Planung der einzelnen Veranstaltungen stellten in vielen Bereichen eine Herausforderung dar, eine enge Koordination mit den einzelnen KEM Regionen bzw. den Managern, besonders was Aufstellungsorte des „Wohnwagen“ für Veranstaltungen anging, war durchaus eine der Hauptherausforderungen. Dies aufgrund der Größe des Ausstellungshauses (Wohnwagen) – in der Regel wurden deswegen die Aufstellungsorte zuvor besucht und ausgemessen, was einen erheblichen Aufwand darstellte.

Motivation einzelner angefragter KEM Regionen:

Trotz einer in Summe sehr erfolgreichen Reihe an Veranstaltungen waren in vielen Regionen für die geplanten Veranstaltungen von Seiten KEM Management kaum zeitliche Ressourcen vorhanden. Dadurch wurde nicht die volle Anzahl an KEM als Partner gewonnen. Interesse am Thema bestand in jedem Fall bei jeder Region, die Unterstützung in der Umsetzung war sehr unterschiedlich. Es gehört jedoch erwähnt dass alle Veranstaltungen welche stattgefunden haben große Beliebtheit bzw. Aufmerksamkeit in der Region hervorriefen.

13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit

Im Zuge der „Sustainable Living Tour“ wurde via dem Best Practice Beispiel „Wohnwagen“ sowie dem lustvollen animieren und dem breiten Themensetting sehr viel Aufmerksamkeit geschaffen. Das spannende ist wie angesprochen die Breite des Themas an welchem jeder Mensch einen Zugang findet – Autarkie.

Das Interesse in der Bevölkerung ist also von Haus aus sehr groß gewesen, der Wohnwagen macht einfach neugierig.

Besondere öffentlichkeitswirksame Schritte waren zwei Fernsehbeiträge welcher eine breite Schicht an Besuchern animierte den Wagen bzw. den Stand zu besuchen. Positiv hierbei war sicherlich die Reichweite sowie das Erreichen von eher konservativen Haushalten welche das Thema Nachhaltigkeit und Bauen bzw. Wohnen erst für sich entdecken müssen.

Über die Kanäle der KEM Regionen bzw. Wohnwagen wurden vorwiegend Interessenten für welche das Thema Nachhaltigkeit bereits eines ist, aktiviert.

14. Ergebnis /Ausblick

Bewusstseinsbildung

Eines der Hauptziele der „Sustainable Living Tour“ war es das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Autarkie im Baubereich zu stärken. Dies ist wie uns viele Interessentengespräche gezeigt haben gelungen. Durch die Teilnahme an ebenfalls vielen bereits etablierten Veranstaltungen konnte es ebenfalls geschafft werden viele Personen zu erreichen die noch keine oder wenig Erfahrung mit dem Bereich nachhaltigem Bauen hatten.

Mit jedem Menschen welcher zum Nachdenken über dieses Thema angeregt wird, erreicht man einen zusätzlichen positiven Effekt für den Klimaschutz. Wir erleben bei den Personen die mit unseren Ideen in Kontakt kommen unterschiedliche Reaktionen: Reduktion des Konsums, Fokus auf regionale Verbraucher, Neuorientierung bei Kauf- und Bauentscheidungen anhand nachhaltiger Grundwerte, Initiierung von eigenen Projekten.

Die Summe der kleinen Schritte

Gerade in der Baubranche welche oftmals große Investitionssummen benötigt, ist es wichtig neben Gesamtlösungen auch kleine Schritte welche ebenfalls einen ökologischen Effekt haben zu präsentieren. Dies war ebenfalls Teil der Strategie der „Sustainable Living Tour“ – um ein Beispiel zu nennen wäre das Sammeln von Regenwasser für den hauseigenen Brauchwasserverbrauch zu minimieren ein kleiner Schritt um nachhaltiger zu agieren. Es geht hierbei auch darum die Fülle an Möglichkeiten auf fassbare Maßnahmen herunterzubrechen um den Einzelnen zum Handeln zu motivieren – dies hat durch das thematisch breit aufgestellte Team sehr gut funktioniert.

Ausblick

Aus den Augen der Veranstalter war die Tour ein großer Erfolg, wenngleich aufgrund des großen Organisationsaufwand sowie dem intensiven Einsatz von Personal nicht so viele KEM Regionen wie gewünscht besucht werden konnten.

Für das kommende Jahr wird teamintern über eine Fortsetzung der „Sustainable Living Tour“ bereits nachgedacht.

Anhänge

1. Fotodokumentation von Beispielhaften Veranstaltungen



SUSTAINABLE LIVING TOUR
KEM BADEN
„Tag der Sonne“



SUSTAINABLE LIVING TOUR
KEM BADEN
„Tag der Sonne“





SUSTAINABLE LIVING TOUR
KEM Region Traunstein – Alpenvorland
Messe Wels



SUSTAINABLE LIVING TOUR
KEM Region Traunstein – Alpenvorland
Messe Wels





01./02. SEPTEMBER 2017 / MEINERZEIT.AT

Autarker Wohnwagen tourt durch die Region

BEZIRK. In Kooperation mit dem Klima- und Energiefonds und im Rahmen der europäischen Mobilitätswoche lädt die Klima- und Energieregion Vöckla-Ager zur „Sustainable Living Tour“ ein. Von 20. - 23. September tourt ein autarker Wohnwagen durch die Region. Der Wohnwagen „Oskar“ ist ein Best-Practice Beispiel für autarkes Wohnen. Die 25 Quadratmeter große Wohnfläche versorgt sich mit eigener Grünflächenanlage, Photovoltaiksystem und Zentralförderung selbst und funktioniert als geschlossenes Kreislaufsystem. Angebote werden Führungen durch den autarken Wohnwagen, interaktives Erleben von Autarkie – Handyladen mit Feuer- und kostenfreie Jura-Kleberberatung sowie generelle Informationen und Fördermöglichkeiten zum Thema Mobilität der Zukunft.



Der Wohnwagen „Oskar“ versorgt sich selbst. Foto: Johannes

TOUR-STATIONEN

- Mittwoch, 20. September**
7-12 Uhr: Wochenmarkt Wocklabruck
- Donnerstag, 21. September**
8-12 Uhr: Wochenmarkt Schwoneitach
- Freitag, 22. September**
8-14 Uhr: Wochenmarkt und Mobilführung, Attnang-Puchheim und 15-18 Uhr: Bauernmarkt Segatz
- Sonntag, 23. September** 8-12 Uhr: Frühschmarkt Wocklabruck

SUSTAINABLE LIVING TOUR KEM Vöckla Ager



SUSTAINABLE LIVING TOUR KEM Zukunftsland Thayaland „BIOEM Großschönau“





SUSTAINABLE LIVING TOUR
KEM KULMLAND / EROM



2. Inspirationspostkarten

Diese zeigen an der Ansichtseite jeweils einen motivierenden Spruch welcher zu einem freudvoll nachhaltigeren Leben motivieren soll, rückseitig findet man jeweils eine konkrete Handlungsanleitung wie dies umgesetzt werden kann.

