




Endauswertung


Wenn es auch schwierig ist, 100% zuverlässige Informationen über den Wirkungsgrad der Kampagne zu erhalten, so hilft eine Auswertung doch, Stärken und Schwächen zu erkennen.

Denken Sie während der Kampagne stets daran, dass der Hausmeister eine entscheidende Rolle bei der Steigerung der Energieeffizienz spielt. Die Einbindung strategischer Partner bereits zu Beginn Ihrer lokalen Display®-Kommunikationskampagne kann viel Zeit und Geld sparen!

1) Energieverbrauch überwachen

- Sammeln Sie Zwischenergebnisse – falls möglich am Ende eines jeden Monats.
- Quantitative Auswertung: Wie viel Energie konnte eingespart werden?
- Vergleichen Sie die Ergebnisse mit dem, was Sie erwartet haben.
- Veröffentlichen Sie Trends und Vergleiche, nicht einfach nur neue Zahlen.
- Visualisieren Sie die Ergebnisse (z.B. in einem Diagramm).

 In Leicester (GB) kann dank „intelligenter“ Zähler der tatsächliche Energieverbrauch sehr genau in Grafiken dargestellt werden, die dann neben dem Display®-Poster ausgehängt werden können.

 In Montbéliard (Frankreich) werden in Ergänzung zum Display®-Poster Grafiken veröffentlicht, die den Strom- und Gasverbrauch im Zweijahresvergleich verdeutlichen.

Die Erfahrung hat gezeigt, dass die Gewohnheits- und Verhaltensänderungen der Gebäudenutzer in den meisten Fällen erheblich sind und durchaus eine positive Wirkung haben.