



eco buildings



Project n°: TREN/04/FP6EN/S07.31038/ 503135

Acronym: BRITA in PuBs

Title: Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings– BRITA in PuBs



Instrument: Integrated project

Thematic Priority: 6.1.3.2.1 ECO-BUILDINGS

D6 Communication guide



Revision: 0

Due date of deliverable: 15/12/2005

Actual submission date: 23/02/2006

Start date of project: 1/5/2004

Duration: 48 months

Lead contractor name and organisation for this deliverable / national translation:

Ove Morck, Cenergia Energy Consultants
Jorma Pietiläinen, Teemu Vesanen VTT

Project coordinator name and organisation:

Hans Erhorn
Fraunhofer Institute of Building Physics

Project co-funded by the European Commission within the Sixth Framework Programme (2002-2006)

Dissemination Level

PU	Public	X
PP	Restricted to other programme participants (including the Commission Services)	
RE	Restricted to a group specified by the consortium (including the Commission Services)	
CO	Confidential, only for members of the consortium (including the Commission Services)	

D6 Communication guide

Authors:

Ove Mørck (Cenergia, DK)

Kari Thunshelle (Byggforsk, N)

Heike Erhorn-Kluttig (Fraunhofer Institute of Building Physics, D)

National translation:

Jorma Pietiläinen & Teemu Vesänen, VTT

Disclaimer:

Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings – BRITA in PuBs has received funding from the EU 6th Framework Programme under the contract:

TREN/04/FP6EN/S07.31038/503135

The content of this document reflects the authors' view. The authors and the European Commission are not liable for any use that may be made of the information contained therein.

Content

	page
Alkusanat.....	4
1 Johdanto	5
1.1 Tarkoitus.....	5
1.2 Tavoitteet.....	5
1.3 Tausta	5
2 Tiedotusohjeet.....	6
2.1 Tiedotus-strategia	6
2.2 Kohdennettu informaatio.....	6
2.3 Tiedotuskanavat	9
2.3.1 Katsaus käytössä oleviin kanaviin.....	9
2.3.2 Erityiset viestintäkeinot (BRITA-in-Pubs hankkeessa käytettävät kanavat).....	9
2.3.3 Joitakin yleisiä huomioita tiedon levittämisestä tässä yhteydessä	12
2.3.4 Tiedonlevitysstrategian arviointi ja toiminnan kehittäminen.....	12
3 Sosio-ekonominen analyysi.....	13
4 Tiedonvälityskanavia Suomessa	14

Alkusanat

BRITA in PuBs-hanke on EU:n tuella toteutettava ns. integroitu demonstraatio- ja tutkimusprojekti, jonka tavoitteena on parantaa innovatiivisten ja elinkaariedullisten korjausratkaisujen pääsyä markkinoille. Näin pyritään Euroopan laajuisesti parantamaan julkisten rakennusten energiatehokkuutta sekä edistämään uusiutuvien energialähteiden hyväksikäyttöä. Em. tavoitteisiin pyritään 8 esimerkki- ja demonstraatiokohteen avulla, jotka edustavat erilaisia julkisia rakennuksia EU:n neljällä eri osa-alueella (Pohjois-, Keski-, Etelä- ja Itä-Eurooppa). Demonstraatiokohteiksi on valittu erityyppisiä julkisia rakennuksia kuten koulu, kirkko, kulttuurikeskus, päiväkotit, opiskelija-asuntola jne. Näin erilaiset kohderyhmät pyritään tavoittamaan mahdollisimman kattavasti. Julkisten rakennusten uskotaan myös toimivan hyvinä esimerkkeinä, joilla voidaan nostaa kansalaisten energian ja ympäristön säästön tietoisuutta ja motivaatiota. Todellisten teknologia- ym. demonstraatioiden lisäksi hankkeessa paneudutaan myös energiataloudellisen korjausrakentamisen sosiaalitaloudellisiin näkökohtiin. Tähän liittyen kehitetään mm. suunnittelun lähtökohtien asetantaa ja vaatimusten hallintaa, kartoitetaan erilaisia rahoitus-vaihtoehtoja ja -strategioita sekä arvioidaan suunnitteluohjeita ja niiden hyödyllisyyttä. Hankkeen tulokset pyritään kokoamaan internet-pohjaiseen "peruskorjaajan työkalupakkiin", joka sisältää myös ns. laadunvarmistusohjeet, joilla voidaan arvioida tulosten vaikuttavuutta ja elinkaariedullisuutta sekä taataan ratkaisujen pitkäaikaistoimivuus.

BRITA in PuBs (Bringing Retrofit Innovation to Application in Public Buildings) on yksi johtavista hankkeista EU:n ns. ECO-BUILDINGS-ohjelmassa. ECO-BUILDING konsepteilla odotetaan olevan keskeinen asema energiatehokkaiden ja uusiutuviin energioihin perustuvien ratkaisujen kehittämisessä ja demonstroinnissa. Niiden avulla voidaan rakennusten energiatehokkuutta kehittää paljon pidemmällekin, kuin mitä mm. EU:n ns. rakennusten energiatehokkuus-direktiivi edellyttää. Hyvät käytännön esimerkit ja demonstraatiot voivat yhdessä lainsäädännön ja rakentamismääräysten kanssa parantaa merkittävästi rakennussektorin valmiuksia vastata kasvaviin ilmastohaasteisiin.

1 Johdanto

1.1 Tarkoitus

Tiedotusohje on tarkoitettu apuvälineeksi pyrittäessä markkinoimaan ja levittämään tietoa uusista energian säästämismahdollisuuksista erityisesti julkisissa rakennuksissa. Esimerkiksi innovatiivisten tuotteiden ja järjestelmien valmistajat voivat sen avulla paremmin suunnitella ja kohdentaa markkinointiaineistonsa. Ohjetta tullaan käyttämään erityisesti välitettäessä tietoa BRITA in PuBs–hankkeen tuloksista.

1.2 Tavoitteet

Tiedotustoiminnan päätavoite on lisätä paikallistason päätöksentekijöiden (eri tasoilla olevien poliittisten ja hallinnollisten avainpäättäjien) tietoisuutta uusista korjausratkaisuista ja –teknologioista, joilla voidaan edistää julkisten rakennusten energiatehokkuutta sekä uusiutuvien energialähteiden hyväksikäyttöä.

Avainasemassa em. tahojen motivoinnissa on välittää tietoa olemassa olevista teknisistä mahdollisuuksista tarjoten samalla myös käytännön esimerkkejä niiden hyödyntämisestä sekä kustannuksista ja hyödyistä. Keskeisenä tavoitteena on saada innovatiiviset ja kestävä kehityksen mukaiset korjauskonseptit kiinteäksi osaksi koko päätöksentekoprosessia.

1.3 Tausta

Tiedotusohjeen tarkoitus on täydentää BRITA-in-PuBs-hankkeen tiedotus-strategiaa tarjoamalla yleisiä ja maakohtaisia ohjeita hankkeen tulosten levittämiseksi. Eri kohderyhmien tavoittamiseksi laadittua alkuperäistä strategiaa on tehtyjen sosiaalis-taloudellisten analyysien pohjalta kehitetty edelleen. Lyhyt yhteenveto em. sosiaalis-taloudellisista analyyseistä on esitetty varsinaisen tiedotusohjeen jälkeen. Tiedotusohjeessa on kuvattu tiedotusstrategia, yksilöity kohderyhmät sekä esitetty keinot niiden tavoittamiseksi.

2 Tiedotusohjeet

Tiedotusohjeessa on kolme pääosaa: Strategia, kohderyhmät sekä tiedotusmenetelmät ja –kanavat. Näin voidaan helposti löytää tarvittava tieto ja ohjeet, kun pohditaan esimerkiksi: Minkälaista tietoa pitäisi tuottaa ja jakaa tietylle kohderyhmälle? Tai mikä jakelukanava (-media) on sopivin tietyn tyyppiselle informaatiolle ja tietyn kohderyhmän tavoittamiselle?

2.1 Tiedotus-strategia

Strategia perustuu BRITA in PuBs-hankkeen alkuperäisiin tiedotustavoitteisiin sekä tehtyihin sosiaalis-taloudellisiin analyysihin. Keskeisenä ideana on hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti kehittyneitä sähköisiä viestintäjärjestelmiä sekä olemassa olevia tiedonvälityskanavia kuten kaupunki-, alue- yms. verkostot, web-sivut, uutislehdet, ammattijulkaisut jne. Tarkoitus on niiden avulla ensiksi tavoittaa keskeiset kohderyhmät ja sen jälkeen kytkeä ne BRITA in PuBs-hankkeen web-sivujen käyttäjiksi. Näin he voivat saada jatkuvasti sähköisessä muodossa uutis- ym. tietoa hankkeesta. Myös esim. laitetuottaja tai energiansäästö-yritys voisi linkittää omat web-sivunsa osaksi samaa kokonaisuutta. Kohderyhmien on kuitenkin tunnettava, että heille on hyötyä tämän tyyppisistä kytkennöistä ja yhteistyöstä tulevaisuudessa. Laite- tai järjestelmätoimittaja voi tällä tavoin esimerkiksi tarjota yksinkertaisen laskentatyökalun suunnittelijoiden käyttöön. BRITA in PuBs –hanke tarjoaa vastaavalla tavalla käyttöön projektin tulokset kuten suunnitteluohjeet osatehtävästä 2 (WP2), laadunvarmistuksen ”työkalupakin” osatehtävästä 3 (WP3), integroidun informaatioportaalin osatehtävästä 4 (WP4) ja demokohteiden kuvaukset osatehtävästä 5 (WP5).

Strategia edellyttää myös *kohdennettua informaatiota* eri kohderyhmille. Esim. poliitikoille suunnattu informaatio ei voi olla samaa kuin rakennussuunnittelijoille tarkoitettu. Riskinä ei niinkään ole se, että kohderyhmät ylikuormittuisivat informaatiotulvan alla. Kohdentamisen idea perustuu enemmänkin yleiseen kokemukseen siitä, että nykyisessä tietoyhteiskunnassa käyttäjät arvostavat tiivistä ja ydinasioihin keskittyvää tietoa, jota he vaivattomasti voivat hyödyntää arkipäivän työtehtävissä. Strategian tätä osuutta on perusteellisemmin käsitelty luvussa 2.3 (ja erityisesti BRITA-in-PuBs-hankkeen kannalta luvussa 2.3.2).

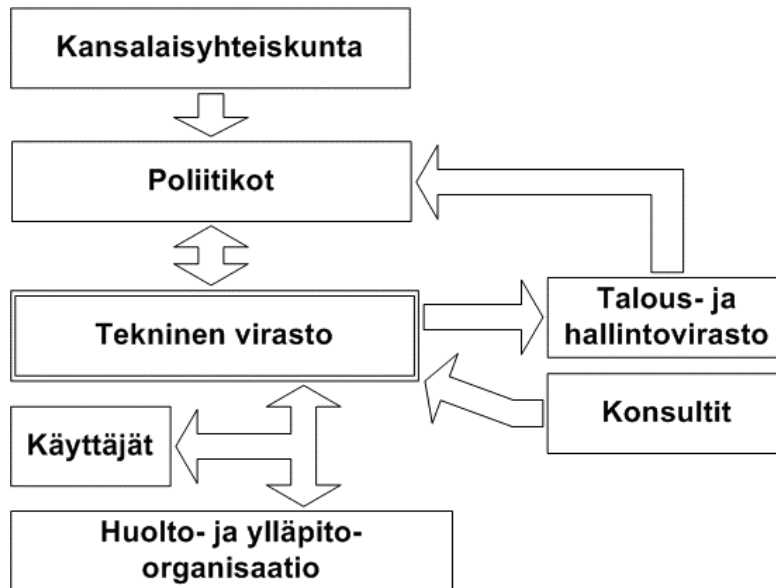
2.2 Kohdennettu informaatio

Tässä luvussa on yksilöity tiedotustoiminnan kohderyhmät ja kuvattu yleisesti niiden ominaisuudet sekä kullekin ryhmälle sopivan informaation piirteet. Sosiaalis-taloudellisen tarkastelun perusteella on määritelty seuraavat kohderyhmät:

- Kuntien tekninen henkilöstö (suunnittelu ja hallinto), joka käytännössä toimii kuten omistaja
- Kuntien hoito- ja kunnossapitohenkilöstö
- Tekniset konsultit (suunnittelijat)
- Poliitikot
- Rakentajat
- Rakennusten käyttäjät
- Kansalaiset

Näiden ryhmien väliset suhteet ja kanssakäyminen vaihtelee riippuen tilanteesta (hankkeesta). Myös eri maissa esiintyy erilaisia käytäntöjä. Kuva 1 osoittaa joitakin em. kohderyhmien välisiä riippuvuuksia lukuun ottamatta rakentajia, joita voidaan pitää omana erillisenä ryhmänä. Ryhmiä ja niiden välisiä suhteita on käsitelty myöhemmin.

Tekninen virasto (osasto) on se julkisia rakennuksia hallinnoiva ja edustava yksikkö, joka toimii omistajan roolissa ja on vastuussa myös korjaus- ja kunnostushankkeiden käynnistämisestä. Sosiaalis-taloudellisten tarkastelujen perusteella voitiin todeta, että tämän viraston/osaston suunnittelu- ja johtotehtävissä työskentelevät ovat keskeisimmin vaikuttamassa uusien innovatiivisten energiansäästö- ja korjausratkaisujen käyttöönottoon julkisissa rakennuksissa. Kuten kuvasta ilmenee saavuttaakseen tavoitteensa heidän on kuitenkin työskenneltävä yhdessä useiden muiden ryhmien kanssa, jotka samalla vaikuttavat heidän päätöksentekoonsa. Esim. rakennussuunnittelijoiden (konsulttien) sekä hoito- ja kunnossapitohenkilöstön mielipiteet on otettava huomioon. Niihin vaikuttaa vastaavasti käyttäjiltä tuleva palaute.



Kuva 1 Kohderyhmät ja niiden välinen vuorovaikutus

Seuraavassa on tarkasteltu kullekin kohderyhmälle tyypillisen informaation erityispiirteitä sekä listattu niitä BRITAinPuBs-hankkeen tuloksia, jotka voivat olla hyödyllisiä kunkin ryhmän kannalta.

Tekniseen henkilöstöön kuuluvat (suunnittelusta ja johtamisesta vastaavat) henkilöt kunnissa ovat avainasemassa. Ei riitä, että nämä usein hyvin kiinnostuneet ja teknisesti kokeneet ammattilaiset saadaan vakuuttuneiksi innovatiivisten teknologioiden hyödyistä. Heille pitää tarjota myös sellaista tietoa, jota he voivat hyödyntää vakuuttaessaan talousasioista päättäviä tahoja organisaatioissaan. Vastaavasti he joutuvat olemaan yhteistyössä lakiasioita hoitavien kanssa mm. hankkeen suunnitteluun ja toteutukseen liittyvien juridisten seikkojen selvittämiseksi.

Informaation erityispiirteet: Suoraan ydinasioihin menevä tieto - sisältäen saavutettavat energiansäästöt, investoinnit sekä käyttö- ja ylläpitokustannukset. Vakuuttaakseen organisaationsa muut tahot he tarvitsevat tietoa myös käytännön esimerkeistä ja onnistuneista demonstraatio-hankkeista. Neuvoteltaessa muiden virastojen/osastojen kanssa ja valmisteltaessa päätösesityksiä poliitikoille tarvitaan myös tietoa saatavilla olevista kannusteista sekä rahoitusmahdollisuuksista ja -malleista (kotimaisista tai kansainvälisistä).

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPuBs voi tarjota:

- Sähköisen uutislehden
- Web-sivut
- Raportin rahoitusmalleista ja -vaihtoehdoista
- BRITA in PuBs informaatioportaalin innovatiivisista korjauskonsepteista
- Raportin demonstraatio-kohteista

- Artikkeleita lehtiin ja ammattijulkaisuihin
- Symposiumeja ja konferensseja

Tekninen hoito- ja ylläpitohenkilöstö: Hoidosta ja kunnossapidosta vastaavilla on usein merkittävä vaikutus, koska he vaikuttavat mielipiteisiin mikä voi jopa vaikuttaa tiettyjen ratkaisujen hylkäämiseen.

Informaation erityispiirteet: Tällä ryhmällä on arkipäivän tietoa ja kokemusta siitä mikä ei toimi ja he ovat usein kaikkein skeptisimpiä. Heille tulee suunnata tietoa, joka vakuuttaa innovatiivisten ratkaisujen toimivuudesta ja kestävydestä sekä niiden käyttökustannuksista.

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPubs voi tarjota:

- Laadunvarmistuksen “työkalupakin”
- BRITA in PuBs info-julisteet ja -taulut
- BRITA in PuBs etäopiskelu-moduulin

Tekniset konsultit (arkkitehdit ja insinöörit): Tämä on tärkeä kohderyhmä siksi, että yksi tunnettu este innovatiivisten säästöteknologioiden käyttöönotolle on ollut konsulttien konservatiivisuus ja varaukselliset asenteet. He usein kieltäytyvät suosittelemasta ko. teknologioita sillä perusteella, että niitä tunnetaan huonosti ja ne on myös huonosti dokumentoitu. Konsultit ovat myös vastuussa ehdotettujen teknologioiden toimivuudesta ja luotettavuudesta. Erityinen kohderyhmä, joka läheisesti liittyy teknisiin konsultteihin, ovat rakennustutkimusta tekevät laitokset, sillä konsultit usein hakevat tietonsa niiltä.

Informaation erityispiirteet: Suunnittelutietous, -ohjeet ja -työkalut. Tiivis, tarkka tekninen tietous – esim. tietokannoista – voi olla hyödyllistä, kun innovatiivisia tekniikoita esitellään tälle ryhmälle ensimmäistä kertaa. Myöhemmin heille tulisi olla tarjolla yksityiskohtaisempaa tietoa, kun sitä tarvitaan esim. tietyssä projektissa.

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPubs voi tarjota:

- Suunnitteluohjeet
- Raportin demonstraatio-kohteista
- Symposiumeja ja konferensseja

Poliitikot: Poliittinen päätös voi olla ratkaiseva edellytys muutokselle; siinä asetetaan laadulliset tavoitteet ja taloudelliset reunaehdot mutta ennen muuta: kun halutaan muutoksia vakiintuneisiin suunnittelukäytäntöihin tarvitaan poliittisia päätöksiä.

Informaation erityispiirteet: Poliitikoille pitää osoittaa yksinkertaisin ja selkein perusteluin miksi kannattaa ottaa käyttöön teknologioita ja ratkaisuja, joilla saavutetaan energian säästöjä ja voidaan vähentää CO₂- ja muita päästöjä sekä tukea Kioton ilmastotavoitteiden saavuttamista.

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPubs voi tarjota:

- Sähköisen uutislehden
- web-sivut (www.brita-in-pubs.com)
- Artikkeleita lehdissä ja ammattijulkaisuissa

Rakentajat: Koska rakentajat itse asiassa vastaavat varsinaisten korjaustoimenpiteiden toteutuksesta ja kustannuksista, he usein myös estävät innovatiivisten ratkaisujen käyttöönoton. Rakentajien on “pelattava varman päälle” arvioidessaan kustannuksia, jolloin he yleensä ylihinnottelevat uudet ratkaisut, joihin aina sisältyy tiettyä epävarmuutta.

Informaation erityispiirteet: Se mikä vaikuttaa tähän ryhmään ovat hyvin dokumentoidut esimerkkikohteet, jotka osoittavat käytännössä miten tietty korjausratkaisu on toteutettu ja mitkä ovat sen kustannukset.

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPubs voi tarjota:

- Raportin demonstraatio-kohteista
- Laadunvarmistuksen “työkalupakin”
- BRITA in PuBs informaatioportaalin innovatiivisista korjauskonsepteista

Rakennuksen käyttäjät: Käyttäjät kokevat rakennuksen – he osaavat kertoa ovatko lämpöolot, ilmanvaihto, valaistus jne. sellaisia kuin pitää. Joissakin tapauksessa he vaativat parannuksia, jotka johtavat korjauksiin. Mutta he myös tekevät valituksia siitä, ettei tietty järjestelmä toimi erityisesti silloin kun se on hankittu kysymättä heidän mielipidettään.

Informaation erityispiirteet: Tätä ryhmää kiinnostavat käytännön kokemukset, jotka liittyvät mukavuuteen, meluun jne.

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPubs voi tarjota:

- BRITA in PuBs info-julisteet ja -taulut
- Web-sivut

Kansalaisyhteiskunta: Kansalaiset vaikuttavat poliitikkoihin. Tämä ryhmä on hyvin hajanainen. Joissakin maissa (tai kunnissa) “vihreä liike” voi olla huomattavan vahva, jolloin poliitikkojen on kuunneltava heitä.

Informaation erityispiirteet: Kuten poliitikoille myös kansalaisille pitää yksinkertaisin ja selkein argumentein kertoa miksi tarvitaan energian säästöä edistävää ja CO₂-päästöjä vähentävää teknologiaa ja miten niillä voidaan tukea Kioton ilmastotavoitteiden saavuttamista.

Tämän kohderyhmän tarpeisiin BRITAinPubs voi tarjota:

- web-sivut (www.brita-in-pubs.com)
- BRITA in PuBs info-julisteet ja -taulut
- BRITA in PuBs etäopiskelu-moduulin

2.3 Tiedotuskanavat

2.3.1 Katsaus käytössä oleviin kanaviin

Käytettävä tiedotuskanava (-väline/media) on valittava sen mukaan minkälaista tietoa on tarkoitus välittää ja mille kohderyhmälle. Luvussa 4 on esitetty maakohtainen yhteenveto olemassa olevista viestintäkanavista ja lyhyt luonnehdinta niiden käytöstä. Yhteenveto eri viestintätavoista on esitetty seuraavassa:

- Kaupunki- ja alueverkostot
- Sähköinen uutislehti
- Websivut
- Ammatilliset julkaisut
- Lehdet
- Yleiset joukkotiedotusvälineet (Radio, TV, uutiset)
- Rakennusalan ammattilaisille suunnatut seminaarit/workshopit

On tärkeää tiedostaa se tosiasia, että kohderyhmät ovat erilaisia siinä suhteessa kuinka innokkaasti ne etsivät uutta informaatiota. Jotkut em. viestintätavoista sopivat parhaiten aktiivisesti informaatiota etsiville kohderyhmille (esim. kaupunkiverkostot, websivut, artikkelit ammattilehdissä ja seminaarit), kun taas loput soveltuvat vähemmän aktiivisille kohderyhmille. On selvää, että tehokas tiedotus-strategia sisältää kummankin keinovalikoiman.

2.3.2 Erityiset viestintäkeinot (BRITA-in-Pubs hankkeessa käytettävät kanavat)

Kaupunki- ja alueverkostot

BRITA-in- Pubs -hankkeen tuottamaa tietoa välitetään suoraan olemassa olevien kaupunki- ja alueverkostojen kautta kahdella tavalla:

1. Paikallisten ja maakohtaisten kaupunki/kunta- ja ammatillisten verkostojen kautta, jotka käsittävät edustajia em. kohderyhmistä sekä paikallisista ja alueellisista energiatoimistoista kaikissa osallistuvissa maissa. Ko. verkostot voivat tyypillisesti olla kaupunkiverkkoja, Agenda21- ja kestävän kehityksen verkostoja sekä rakennusalan ammatillisia verkostoja

2. Kansainvälisellä tasolla Energie-Cites verkosto toimii alihankkijana ja tukee kohderyhmien tavoittamista myös muissa jäsenmaissa. BRITAinPuBs-hankkeen tuloksia tullaan levittämään osana Energie-Citesin päivittäistä toimintaa ja tähän kuuluvat myös sen käytössä olevat verkkosivut, kokoukset, symposiumit ja muut tiedotuskanavat.

Verkostot ovat tehokas keino herättää mielenkiintoa, käynnistää keskustelua ja linkittää saavutettavia tuloksia yhteen muiden läheisten aihepiirien ja aktiviteettien kanssa.

BRITA-in-PuBs-hankkeen demonstraatiokohteet kussakin maassa tarjoavat hyvän lähtökohdan levittää tietoa projektista ja toimivat ikään kuin "alkupalana/aperitiivina" eri kohderyhmille, jotka pyritään näin kytkemään BRITA-in-PuBs web-sivujen ja elektronisen uutiskirjeen käyttäjiksi.

Elektroninen (e-mail) uutiskirje

Uutiskirje on osa hankkeen kotisivuja ja sama kaikille maille. Uutiskirje toimitetaan ja lähetetään tilaajille 4-6 kertaa vuodessa. Lisäksi uusi sisältö julkaistaan web-sivuilla.

BRITA-in-PuBs web-sivut

BRITA-in-PuBs-hankkeen web-sivuina toimivat yhteiset englanninkieliset kotisivut, jotka sisältävät myös kansalliset osat kunkin maan omalla kielellä. Web-sivusto toimii herätteiden antajana ja on keskeinen elementti teknisen tiedon välittämisessä. Sen kautta julkaistaan myös hankkeen tulokset:

- BRITA in PuBs informaatioportaali innovatiivisista korjauskonsepteista (BIT)
- Laadunvarmistuksen "työkalupakki"
- BRITA suunnitteluohjeet
- BRITA raportti rahoitusmalleista
- Demonstraatio-hankkeet

Ammattijulkaisut, lehdet, yleinen joukkotiedotus (uutiset, mielipiteet, tapahtumat, tutkimustulokset), ulkoinen viestintä yleensä:


BRITA-in-PuBs-hanke tuottaa artikkeleita, joilla energiansäästön aihepiiri voidaan saada osaksi julkista keskustelua. Tämä on helppo tapa vaikuttaa poliittiseen debattiin ja siten myös poliitikkoihin. Tekstien on oltava lyhyitä, iskeviä, luottamusta herättäviä ja niiden on kerrottava hyvä tarina.

Workshopit/konferenssit/seminaarit: foorumeita, joiden tehtävä on vaihtaa tietoa ja käynnistää keskustelua eri näkökohdista ja ratkaisuista. BRITA-in-PuBs-hanke järjestää Eco-Buildings symposiumin Berliinissä marraskuussa 2005 ja partnerit osallistuvat erilaisiin konferensseihin, workshoppeihin, seminaareihin jne.

Tehdyn kyselyn vastauksissa kohdennettuja workshoppeja ja seminaareja, joissa voi tavata kollegoja muista kunnista pidettiin parhaana tapana esitellä uusia teknologioita.

Oheisessa matriisissa on esitetty millä keinoilla ja mille kohderyhmille BRITA-in-PuBs-hankkeen tuloksia tullaan levittämään.

BRITA in PuBs tuotteet	BRITA in PuBs kohderyhmät	tekninen henkilöstö (suunnittelu ja työnjohto)	tekninen huoltohenkil östö	tekniset konsultit (arkkitehdit ja insinöörit)	poliitikot	kiinteistöno mistajat	urakoitsijat	kiinteistöjen käyttäjät	suuri yleisö
raportti rahoitusmalleista									
suunnitteluohjeet									
työkalupakki laadunvarmistukseen									
BIT: BRITA in PuBs information tool – innovatiivisista remontointimahdollisuuksista									
raportti koerakennuksista									
BRITA in PuBs info-julisteet ja -taulut									
BRITA in PuBs verkko- oppimismoduuli									
www-sivut (www.brita-in-pubs.com)									
sähköinen uutiskirje									
PR-kampanja									
artikkelit aikakauslehdissä ja ammattijulkaisuissa									
yhteinen ekorakentamisen symposium + muut konferenssit									

 erityisesti suunnattu tälle ryhmälle

 arvokasta tietoa tälle ryhmälle

Kuva 2 BRITA in PuBs tuotteet eri kohderyhmille

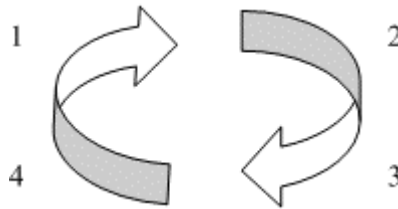
2.3.3 Joitakin yleisiä huomioita tiedon levittämisestä tässä yhteydessä

On yleisesti tiedossa, että uusien ideoiden/teknologioiden projekteihin onnistuu parhaiten, kun se tehdään mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Koska kuntien teknisten virastojen rahoitus ja toiminta perustuu poliittisiin päätöksiin, on elintärkeää huomioida poliittiset näkökohdat eli toimia kansainvälisen, Eurooppalaisen ja kansallisen lainsäädännön edellyttämällä tavalla. Selkeät argumentit ja luotettava informaatio voivat rakentaa siltoja partnereiden välille suunnitteluprosessin eri vaiheissa tuomalla esiin laadullisia poliittisia aiheita.

Näistä poliittisista argumenteista voidaan muodostaa hyviä tarinoita, jotka ovat helposti ymmärrettäviä. Ne sopivat hyvin myös lehdistötiedotteisiin ja lyhyihin artikkeleihin. Näitä tarinoita ja argumentteja julkaistaan uutiskirjeessä, mutta niitä voidaan levittää myös olemassa olevien verkostojen kautta.

2.3.4 Tiedonlevitysstrategian arviointi ja toiminnan kehittäminen

Tiedonvälitysstrategia on syytä tarkastaa säännöllisin väliajoin ja tehdä tarvittaessa muutoksia. Prosessi voidaan kuvata ympyränä, joka on esitetty kuvassa 3.



Kuva 3 Arviointi ympyrä: 1- Toimiiko tiedotus odotetulla tavalla?, 2 – Ellei, miksi?, 3 – Mitä pitäisi muuttaa?, 4- Toteuta muutokset!

3 Sosio-ekonomisen analyysi

Sosio-ekonomisen analyysin tulokset on esitetty yksityiskohtaisesti projektiraportissa D5 – ”Esteet ja tarpeet (Barriers and need)”. Tässä esitetään pelkkä lyhennelmä. Selvityksessä käytettiin kolmiportaista lähestymistapaa: ensin tehtiin kirjallisuustutkimus, jonka jälkeen oli haastattelujen vuoro. Lopuksi tehtiin vielä kyselytutkimus, jossa kustakin maasta valitut kohderyhmien edustajat vastasivat kysymyksiin projektin [www-sivuilla](http://www.sivuilla). *Kirjallisuustutkimuksen* perusteella voitiin esteet jakaa kolmeen eri luokkaan joiden perusteella myös haastattelut ja kyselytutkimus järjestettiin:

- tieto/osaaminen
- talous
- organisaatio

Eri kunnissa ja julkisissa organisaatioissa tarvitaan erityyppistä ja eritasoista tietoa. Joissakin tarvitaan tietoa teknologisista mahdollisuuksista, toisissa taas tarvitaan ohjeita toteutukseen sekä käytännön että rahoituksen näkökulmista, esimerkiksi tietoa olemassa olevista kannustinjärjestelmistä.

Taloudesta haastattelut paljastivat, että mahdollisuudet erilaisten rahoitusmallien käyttöön vaihtelevat paljon maittain ja jopa kunnittain. Taloudellisia asioita pidetään usein suurimpina esteinä hankkeille, mutta myös budjetin yhteys projektin odotettuun tulokseen nähdään. Energiansäästötoimen luotettavuus on erittäin tärkeää ja sen pitää perustua luotettaviin arvioihin saavutettavista energia- ja huoltokustannussäästöistä.

Talousnäkökulma on näin ollen vahvasti ja monimutkaisella sidoksissa poliittisiin kysymyksiin ja laillisuusnäkökohtiin. Yhden kiinteistön projekteista löytyy usein erityisesti niihin suunniteltuja ratkaisuja. Hyvät toimintatavat on esitettävä erikseen jokaista valtiota kohden, jotta ne voivat inspiroida niitä kuntia, jotka eivät vielä ole aiheeseen perehtyneet.

Haastattelut paljastivat, että todellisia päätöksiä tekevät kuntien eri organisaatioissa ja projekteissa eri asemassa olevat henkilöt. Päätökseen voivat vaikuttaa esimerkiksi poliitikot tai sen voivat tehdä ulkopuoliset henkilöt kuten projektissa mukana olevat konsultit. Toinen näkökulma on, että energiatehokkaiden ratkaisujen toteuttaminen kunnissa vaatii uudenlaista työn järjestämistä. Eri virastojen välistä yhteistyötä tarvitaan enemmän. Siksi ajanäkökulma nähdään tärkeänä – uusien ratkaisujen arvioimiseen ei yksinkertaisesti ole riittävästi aikaa.

Kyselytutkimus vahvisti haastattelujen tulokset: tarvitaan luotettavaa teknistaloudellista tietoa, joka kattaa investointikustannukset, käyttö- ja huoltokustannukset ja energiansäästön. Myös suunnittelua tukeva informaatio (suunnitteluohjeet ja tietokoneohjelmat) on tärkeää. Yhtä tärkeäksi arvioitiin myös tilastoista ja kansallisista demokohteista saatava informaatio.

Kyselytutkimuksen perusteella tärkeimmät kohderyhmät ovat kuntien omien organisaatioiden tekninen henkilöstö ja tekniset konsultit (rakennussuunnittelijat). Myös kiinteistönomistajat (joissakin maissa he ovat tärkein ryhmä) ja urakoitsijat äänestettiin rakennusten käyttäjiä ja suurta yleisöä tärkeämmiksi kohderyhmiksi.

Kyselytutkimukseen vastanneet olivat yhtä mieltä siitä, että paras tapa vaikuttaa kohderyhmiin on sähköpostitse levitettävä uutiskirje ja www-sivut tarkempaa tietoa varten. Lisäksi näyttäisi löytyvän kiinnostusta osallistua kohdennettuihin seminaareihin, joissa esitellään tiettyjä projekteja tai teknologioita.

Useimmissa maissa informaatio pitää olla saatavissa maan omalla kielellä.

4 Tiedonvälityskanavia Suomessa

www-sivuja

www.brita-in-pubs.com

Brita-In-Pubs hankkeen www-sivut

e3portal.vtt.fi

VTT:n e3portaali, tietoa kuntien energiansäästöön

www.ktm.fi

Kauppa- ja teollisuusministeriö

www.ymparisto.fi

Ympäristöministeriö

www.motiva.fi

Motiva Oy edistää energiansäästöä, energiankäytön tehostamista ja uusiutuvien energianlähteiden käyttöä

www.energia.fi

Energiateollisuus ry on sähkö- ja kaukolämpöalaa edustava elinkeinopoliittinen ja työmarkkinapoliittinen etujärjestö. Energiateollisuuden toimialana ovat sähkön sekä kaukolämmityksen ja kaukojäähdytyksen tuotanto ja hankinta, siirto, myynti sekä verkkojen ja voimalaitosten suunnittelu, toteutus, käyttö sekä kunnossapito ja rakentaminen sekä muut alan palvelut.

www.kunnat.net/

Kuntaliiton sivuilta löydät ilmasto- ja energia-asioihin liittyvää tietoa esim. ilmasto- ja aenerigansäästösopimuksista, kulutusseurannasta jne.

www3.vtt.fi/vtt/osaamisportaalit/

VTT Osaamisportaalit

www.rakli.fi

Suomen toimitila- ja rakennuttajaliitto RAKLI

www.ecbcs.org/annexes/annex46.htm

IEA Annex 46 (Holistic Assessment Tool-kit on Energy Efficient Retrofit Measures for Government Buildings, EnERGo), kyseessä on kv. energiajärjestön projekti, jossa kehitetään työkaluja julkisten rakennusten energiansäästöön

www.iea-annex47.org/

IEA ANNEX 47 (Cost-effective Commissioning for Existing and Low Energy Buildings), kyseessä on kv. energiajärjestön projekti, jossa kehitetään työkaluja olemassa olevien rakennusten ja matalaenergiatalojen toimivuuden varmistamiseen (ns. ToVa-toimintaan)