EKO-LIFE

Layman‘s Report

probier amol

Experimente und Kommunikation enkeltauglicher Lebensstile zur Förderung der Energieautonomie

energie autonomie Vorarlberg

LIFE12 INF/AT/000369

Impressum

Die vorliegende Publikation informiert als „Layman's Report" über das Projekt EKO-LIFE (EKO-LIFE LIFE12 INF/AT/000369) und die daraus entstandene Initiative Probier amol.

Das Projekt EKO-LIFE wurde von Juli 2013 bis Juni 2016 vom Energieinstitut Vorarlberg gemeinsam mit Allmenda, dem Österreichischen Ökologie Institut und der Fachhochschule Vorarlberg durchgeführt und von der Europäischen Union im Rahmen von LIFE+ und von Energieautonomie Vorarlberg unterstützt.

www.probieramol.at

www.justrtyit.life

Projektleitung:
Karin Feurstein
Energieinstitut Vorarlberg
Campus V, Stadtstraße 33
6850 Dornbirn, Österreich
karin.feurstein@energieinstitut.at
www.energieinstitut.at

Inhalt und Gestaltung:
Wolfang Seidel, Energieinstitut Vorarlberg
Simon Wenglein, Fachhochschule Vorarlberg

Dornbirn, im Juni 2016

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON

Gedruckt auf „CRUSH" von Favini (Recycling-Fasern, FSC®-zertifiziertes Holz und 15% Reste aus der Verarbeitung von Mais (gentechnikfrei), 100% Ökostrom), geliefert von Europapier.

Vorwort

Mit dem zentralen energiepolitischen Programm Energieautonomie Vorarlberg hat sich die Region ambitionierte Ziele gesetzt. Bis 2050 soll so viel Energie aus erneuerbaren Energieträgern erzeugt werden, wie verbraucht wird. Das Programm wurde 2007 mit einem Visionsprozess gestartet und aktuell sind 101 enkeltaugliche Maßnahmen mit Wirkungsbereich 2020 in der Umsetzung. Es passiert viel, insbesondere auf der technischen Ebene.

In der Region wird Energieautonomie Vorarlberg seit Beginn an als gesamtgesellschaftliche Herausforderung gesehen, da die ambitionierten Ziele nur gemeinsam erreicht werden können und große Hebel bei den individuellen Lebensstilen liegen. Das war 2012 der Ausgangspunkt für das LIFE+ Projekt EKO LIFE.

Die Beschäftigung mit persönlichen Lebensstilen und möglichen Ansätzen, eine dauerhafte Verhaltensänderung zu unterstützen, ist Kernanliegen des Projektes. Mit den theoretisch skizzierten Experimentierräumen, die sich in der Praxis als sehr erfolgreich erwiesen haben, und der begleitenden Kommunikation ist dies durchaus gelungen.

Die letzten drei Jahre waren intensiv, und wir, das gesamte Projektteam, sind mit vielen Personen in Kontakt gekommen, die mit dem Thema Klimaschutz noch wenig Berührungspunkte hatten. Der große Zuspruch zu unserem positiv geprägten Projektansatz und die vielen Rückmeldungen aus den Experimenten motivieren dazu, das Thema weiter zu verfolgen und weiterzuentwickeln.

Das ambitionierte Ziel, 1.700 to CO2 einzusparen und rund 10% der Vorarlberger Bevölkerung zu erreichen konnten wir mit dem Projekt sogar übertreffen. Die Marke Probier amol hat sich etabliert und soll in den nächsten Jahren weiter getragen und mit Inhalten befüllt werden.

Es ist noch ein weiter Weg in die Energieautonomie, aber jeder Schritt in die Richtung ist ein wichtiger Schritt. Gemeinsam können wir es schaffen.

Probier amol!

Karin Feurstein

EKO-LIFE und der Klimawandel

Klimawandel ist Realität

Die vom Menschen verursachte Klimaerwärmung ist eine Realität, auch in Vorarlberg. In Bregenz ist die mittlere Jahrestemperatur in den letzten 150 Jahren um etwa 2°C gestiegen. Der Hauptgrund ist die Nutzung fossiler Energieträger, der übermäßige Energie- und Ressourcenhunger der Menschen. Besonders bei uns in den reichen Ländern.

Die Klimaerwärmung kann eingegrenzt werden

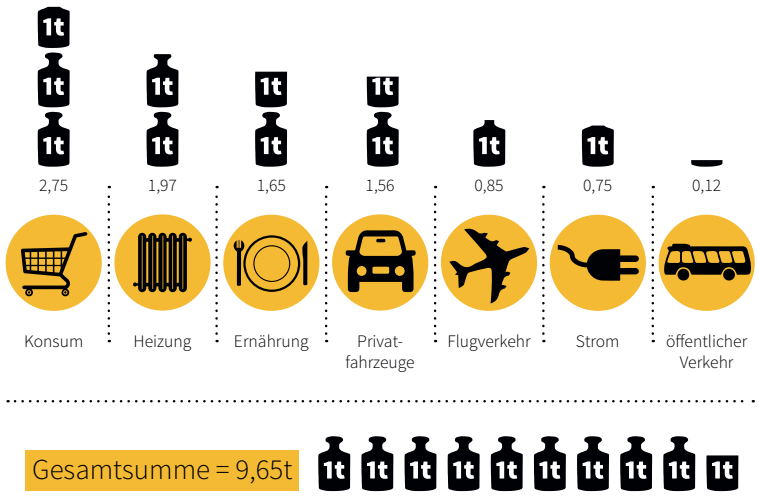
Die Klimaerwärmung kann zwar nicht von heute auf morgen gestoppt, aber sie kann auf ein erträgliches Maß beschränkt werden. Ziel ist es, den Temperaturanstieg auf maximal 2°C zu begrenzen. Das bedeutet eine Reduktion der CO2-Emissionen bis 2050 um etwa 80%.

Für Vorarlberg wurde im Rahmen von Energieautonomie Vorarlberg untersucht, ob die Versorgung Vorarlbergs mit erneuerbaren Energieträgern soweit möglich wäre, dass der Verbrauch dadurch gedeckt ist und somit eine umfassende CO2-Reduktion einhergeht. Weil dem so ist, wurde die Energieautonomie bis zum Jahr 2050 als zentrales energiepolitisches Ziel verabschiedet.

≈ CO2 pro Kopf und Jahr

Quelle: Energieinstitut Vorarlberg

Durchschnittliche persönliche CO2-Bilanz
(ohne öffentlichen Anteil)



EKO-LIFE

Experimente und Kommunikation enkeltauglicher Lebensstile zur Förderung der Energieautonomie

Konsortium
Energieinstitut Vorarlberg, Allmenda, Österreichisches Ökologie Institut, Fachhochschule Vorarlberg
Leitung
Karin Feurstein, Energieinstitut Vorarlberg (karin.feurstein@energieinstitut.at oder +43 5572 31 202-54)
Projektlaufzeit
01.07.2013 – 30.06.2016
Projektbudget
775.599,- Euro (50% LIFE+)
Projektgebiet
Vorarlberg (Österreich)
Förderer
LIFE+ Programm der Europäischen Kommission, Land Vorarlberg

Das Projektgebiet des EKO LIFE Projektes ist Vorarlberg, das westlichste Bundesland in Österreich.

Das Anliegen von EKO-LIFE

Die Aufgabe, CO2-Emissionen massiv zu reduzieren, erfordert verschiedene Strategien. Während für einen Teilbereich technische, infrastrukturelle und im Bedarfsfall auch regulative oder Anreize schaffende Ansätze erfolgsversprechend sind – beispielsweise dort, wo eher seltene und dafür weitreichende Entscheidungen getroffen werden, summieren sich in anderen Bereichen viele kleine Entscheidungen zu relevanten Auswirkungen auf und erfordern andere Strategien. Insbesondere in der Ernährung und in der Mobilität entscheiden wir mehrfach täglich, was wir essen oder wie wir uns von A nach B bewegen. Viele dieser Entscheidungen manifestieren sich in unreflektierten Routinen.

Das Reflektieren und Aufbrechen dieser Routinen und das Ersetzen selbiger durch klimafreundlichere Alltagspraktiken ist das Kernanliegen im Projekt.

Die konkreten Ziele von EKO-LIFE

- Mindestens 26.000 Menschen in Vorarlberg sollen durch Kommunikationsmaßnahmen erreicht werden.
- Mindestens 2.000 Personen sollen ihr Mobilitäts- oder Ernährungsverhalten klimafreundlicher gestalten.
- Mindestens 1.700 Tonnen CO2 sollen über die Projektlaufzeit eingespart werden.

Experimente, Kommunikation, Evaluierung

Wie ändert man das Verhalten von Menschen?

Eine zentrale Frage, die im Rahmen des Projekts EKO-LIFE so beantwortet wurde: indem für möglichst viele Menschen konkrete und lustvolle Anlässe zur Verhaltensänderung geschaffen und die Erfahrungen darüber möglichst weit verbreitet werden, damit dadurch Multiplikation und Nachahmung stattfinden können.

Diesem Zugang liegt der Gedanke zugrunde, dass der bisher weit verbreitete Ansatz von Klimaschutzkampagnen („Vom Wissen zum Tun“) an seine Grenzen stößt. Im Rahmen von EKO-LIFE wurde der Zugang umgedreht und dem Motto „Vom Verhalten zur Haltung“ gefolgt.

Um Routinen zu ändern, wurden im Rahmen so genannter Experimente zu den Themen Mobilität und Ernährung verschiedene Gruppen eingeladen, über einen bestimmten Zeitraum ihr Verhalten im Bereich Ernährung oder Mobilität zu überdenken und konkret zu versuchen, weniger Fleisch zu essen beziehungsweise weniger mit dem Auto zu fahren.

„Nicht vom Wissen zum Tun, sondern vom Verhalten zur Haltung.“

Aus den Experimenten wurden Erfolgsgeschichten der Teilnehmenden in einer Kommunikationskampagne verbreitet. Ziel war es einerseits, durch konkrete Geschichten das Mögliche aufzuzeigen und andererseits die Teilnehmenden in ihrem Umfeld als Multiplikatoren zu stärken.

Zudem wurden im Rahmen der Kampagne konkrete Veränderungsimpulse in die breite Öffentlichkeit gestreut – ebenfalls mit dem Ziel, zum Überdenken der einen oder anderen Routine anzuregen.

Um die Wirkung der Veränderungen zu erfassen und festzustellen, ob die gewählten Ansätze Erfolg versprechen, wurde das gesamte Projekt einer umfassenden und permanenten Evaluierung unterzogen.

WERK STATT N PROJEKT 2016

Ausgezeichnet durch den NACHHALTIGKEITSRAT

2016 wurde EKO-LIFE bzw. Probier amol als Werkstatt N-Projekt ausgezeichnet. Werkstatt N ist das Qualitätssiegel für nachhaltige Projekte und Impulse des Nachhaltigkeitsrats der deutschen Bundesregierung und prämiert jährlich die 100 innovativsten Projekte für eine gesellschaftliche Nachhaltigkeit.

Experimente als Anlass zur Verhaltensänderung

Herzstück des Projektes waren 24 Experimente, die zeitlich und thematisch abgegrenzt dazu animierten, Alltagsroutinen in den Bereichen Ernährung und Mobilität zu hinterfragen und zu verändern.

Die Methode war dreistufig angesetzt:

1. Experimentstart: Informationen zu Hintergründen, Inputs und Möglichkeiten des Ausprobierens im Rahmen einer Veranstaltung für die teilnehmende Gruppe.

2. Selbstversuch der Teilnehmenden, über einen begrenzten Zeitraum auf nachhaltige Mobilitätsformen umzusteigen oder ihren Fleischkonsum zu reduzieren. Beim Selbstversuch wurden sie durch Goodies unterstützt (z.B. Schnuppertickets für den ÖPNV, e-Bikes, Kochbuch, Kilometersparbuch, etc.).

3. Gemeinsame Reflexion der Erfahrungen: Ist den Teilnehmenden eine Veränderung ihres Alltagsverhaltens gelungen? Was wurde als unterstützend oder hemmend empfunden? Wie hat sich die Veränderungserfahrung auf das themenrelevante Bewusstsein ausgewirkt?

Die Ergebnisse und Erfahrungen wurden breit kommuniziert und in die Weiterentwicklung der Experimente eingebracht.

Zahlen zu den Experimenten

- 24 Experimente haben im Rahmen von EKO-LIFE stattgefunden. (14 Ernährung / 10 Mobilität)
- 557 Personen haben an den Experimenten teilgenommen. (245 Ernährung / 312 Mobilität)
- 375 Personen haben ihr Verhalten während der Experimente geändert
- Über 1.300 Personen in deren Umfeld waren in die Änderungen zusätzlich involviert.
- 63 Personen haben am größten Experiment teilgenommen.

Weitere Informationen zu den Experimenten und den Zugängen finden sich auf:

www.probieramol.at/so-machen-wirs

Der Ablauf der Experimente

Event zum Start des Experiments

Phase der Selbstversuche (min. 3 Wochen)

Treffen zum Abschluss des Experiments

Über den gesamten Verlauf wird ein Spannungsbogen über Wettbewerbscharakter, Goodies und andere Anreize, erzeugt.

Eindrücke aus den Experimenten

Das gemeinsame Bewältigen einer Aufgabe schweißt zusammen.

Im Rahmen einiger Mobilitätsexperimente konnte getestet werden, wie gut sich Alltagswege auch mit einem E-Bike meistern lassen.

Dass sich Kochen und Singen gut verbinden lassen, stellte der Männergesangsverein Höchst tatkräftig unter Beweis.

Was gutes Fleisch ausmacht, konnte man in der Schlachpartie hautnah erleben.

Auch einige Betrieb nahmen das Angebot einer Experimentteilnahme war.

Mit den Kindergärtnerinnen in Götzis konnten wir zeigen, dass eine klimafreundliche Ernährung auch familientauglich ist.

Die Marke Probier amol und die Kommunikationskampagne

EKO-LIFE versteht sich als niederschwelliger, positiver und einladender Zugang zu einer Auseinandersetzung mit Klimaschutz und Energieautonomie.

Zur Unterstützung dieses Zugangs in der Kommunikation wurde die Marke Probier amol (engl: Just try it) entwickelt.

Probier amol als Begriff des allgemeinen Sprachgebrauchs steht insbesondere im Vorarlberger Dialekt für eine freundschaftliche, niederschwellige Aufforderung, etwas zu kosten oder auszuprobieren und bildet den wesentlichen Charakter des Projekt daher ideal ab.

Die gesamte Außenkommunikation im Projekt EKO-LIFE wurde und wird folgerichtig über diese Marke abgewickelt.

Mit der Kommunikation im Projekt wurden im Wesentlichen zwei Strategien verfolgt:

- Erfolgsgeschichten der Teilnehmenden aus den Experimenten zu erzählen und dadurch einerseits zum Nachahmen anzuregen, andererseits die Teilnehmenden in ihrem Umfeld bekannt zu machen und als MultiplikatorInnen zu etablieren.
- Möglichkeiten und Handlungsimpulse für Verhaltensänderungen in die breite Öffentlichkeit zu tragen.

Dazu wurde sich einer sorgfältig abgestimmten Palette an kommunikativen Instrumenten bedient.

Rückgrat der Kommunikation bilden die Website (**www.probieramol.at**) und die Facebook-Seite (**www.facebook.com/probieramol.at**) des Projekts.

Eigene Veranstaltungen, die Teilhabe an Events, Interventionen im öffentlichen Raum, Print- und digitale Medien der Partnerinstitutionen und die Nutzung lokaler und regionaler Print- und Onlinemedien sowie regionaler Rundfunkkanäle wurden aufeinander abgestimmt bespielt, was schließlich dazu führte, dass nach Abschluss der Kampagne 17% der Vorarlberger Bevölkerung die Marke Probier amol kennen und inhaltlich richtig zuordnen können.

17% der Vorarlberger kennen Probier amol.

Maßnahmen und Reichweite

(Stand Ende Mai 2016)

- **18.000 Besucher auf www.probieramol.at**
- **2.200 Freunde auf Facebook**
- **650 Newsletterabonnements**
- **138 Radiospots**
- **100 Beiträge in Print- und Onlinemedien**
- **26 TV-Spots**
- **17% der Vorarlberger kennen Probier amol**
- **12 Testimonialgeschichten**
- **1 Messeauftritt**
- **Gesamtreichweite Kommunikation: über 13,8 Millionen**

Kommunikationskampagne

Basierend auf den Testimonialgeschichten und dem kommunikativen Auftrag, einerseits die Testimonials in ihrem Umfeld als Multiplikatoren zu unterstützen und andererseits konkrete Handlungsimpulse in die Zielgruppen zu streuen, wurde eine umfangreiche Kommunikationskampagne entworfen. Die Strategie der Kampagne basierte inhaltlich und gestalterisch auf durchgängigen Sujets, sorgfältig abgestimmten und sich laufend wiederholenden Botschaften und konkreten, nachvollziehbaren und überschaubaren Handlungsaufrufen. Bei der Verbreitung wurde auf eine auf die Zielgruppen abgestimmte mediale Heterogenität gesetzt, die sowohl lokale als auch regionale Print- und Onlinemedien sowie Radio und Fernsehen mit einbezog. Aus den Kommunikationsaktivitäten resultiert eine Gesamtreichweite von über 13,8 Millionen, was bedeutet, dass jede Vorarlbergerin und jeder Vorarlberger im Lauf von rund zwei Jahren Probier amol theoretisch 36 Mal zu Gesicht bekommen hat.

Testimonialgeschichten

Über zwölf Teilnehmerinnen und Teilnehmern an den Experimenten wurden Geschichten verfasst, in denen sie über ihre Veränderungserfahrungen erzählen. Die Geschichten wurden über die Website und via Facebook sowie in lokalen Printmedien im Umfeld der Protagonistinnen und Protagonisten verbreitet. Drei der Testimonials wurden im Rahmen einer größeren Kampagne im Frühjahr 2016 über Print- und Onlinemedien sowie in Radiospots einem breiteren Publikum zugänglich gemacht. Dabei wurden kurze persönliche Geschichten mit konkreten Handlungsaufrufen für die Zielgruppe verbunden. Mit Erfolg, so erfreuten sich die Testimonials teilweise durchaus regionaler Prominenz.

Judith Birk:
„Ich bin während der Kampagne täglich mehrfach auf Probier amol angesprochen worden.“

Sonja und Elmar Hämmerle:
„Ob vor dem Haus oder auf Spaziergängen in der Region – wir waren bekannt wie ein bunter Hund!“

Messeauftritt

Im September 2015 war Probier amol mit dem Themenschwerpunkt Ernährung einen Tag lang auf der regionalen Publikumsmesse (Dornbirner Herbstmesse) vertreten. Auf einem als Kleingarten angelegten Messestand wurde dem Publikum die Möglichkeit näher gebracht, auch außerhalb der klassischen Gartensaison eigenes Gemüse anzubauen. Unter dem Motto „Platz ist in der kleinsten Kiste“ sollten auch jene einen Zugang zum eigenen CO2-leichten Gemüse finden, die nicht über einen eigenen Garten verfügen. Der Beweggrund, Messebesucher auf den Anbau von eigenem Gemüse neugierig zu machen, war weniger der Aspekt einer möglichen Selbstversorgung, sondern der Beitrag zur Reaktivierung eines allgemeinen Bewusstseins für Saisonalität, Qualität und letzten Endes Wert und Bedeutung der klimafreundlichen Alternative zum ressourcenintensiven Fleisch.

Alle zwölf Geschichten aus den Experimenten können auf **www.probieramol.at** (nur auf deutsch) nachgelesen werden.

Medien (beispielhafter Auszug)

Die Website www.probieramol.at wurde von über 18.000 Personen besucht.

Im Rahmen des Poolbar-Festivals wurden Picknick-Körbe für ein Jazzbrunch mit Infomaterial bestückt.

Aufmerksamkeitsstarke Citylights wurden in zwei Wellen mit Probier amol-Sujets bespielt.

650 Abonnenten wurden mit unsere Newsletter auf dem Laufenden gehalten.

Bewusster Genuss auf unserem Sommerfest in Feldkirch.

DONNERSTAG, 24. MÄRZ 2016

Anzeigen

Symphonie der kulinarischen Art

Saisonal, regional und Bio: Gemüsefan Elmar Hämmerle hat im Rahmen von Probier amol seine Vereinskollegen zu einem kulinarischen Experiment eingeladen.

Sie haben auf den ersten Blick wenig gemeinsam, die Themen Ernährung und Musik. Und doch reicht die Schnittmenge weit über die Leidenschaft zur Sache hinaus, wie der Männergesangsverein Höchst eindrücklich unter Beweis gestellt hat. Die engagierten Männer verfolgten im Rahmen des Probier amol-Experiments „Klimafreundlich kochen" zumindest vorübergehend eine neue Mission – den Genuss einer kulinarischen, und nicht musikalischen Symphonie. Und das für das Gros der 35 teilnehmenden Männer in eher ungewöhnlicher Manier: nämlich ganz ohne Fleisch. Initiiert hat das Experiment Vorstandsmitglied Elmar Hämmerle.

Gemüsekiste und Hochbeet

Wenig überraschend, legt der passionierte Sänger aus Fußach bereits seit Jahren Wert auf eine ausgewogene und nachhaltige Ernährung. „Wir haben in unserer fünfköpfigen Familie die Gemüsekiste abonniert und selber ein Hochbeet im Garten stehen", erklärt er. Von Salat über Gurken bis hin zu Bohnen – der Familien-Bedarf an Gemüse wird während der Saison überwiegend selbst abgedeckt. Und wenn der Anbau im eigenen Hochbeet nicht ausreicht, hilft die Gemüsekiste mit saisonalen und regionalen Produkten weiter. Auch Fleisch gibt es am Mittagstisch der Familie weniger oft – und wenn doch, in ausgewählter Qualität.

Frisch vom Feld direkt vor die Haustür. Die Hämmerles erfreuen sich regelmäßig an ihrer Gemüsekiste. Foto probieramol.at

Symphonie der kulinarischen Art

Die eigene Erfahrung gemacht zu haben, hat Elmar Hämmerle nicht gereicht: mit der Initiative Probier amol fand er eine ideale Möglichkeit, auch den Kollegen im Männergesangsverein Höchst das Thema Ernährung zumindest im Ansatz näherzubringen. Mit Erfolg: Unter professioneller Anleitung zauberten die Sänger ein schmackhaftes 7-Gänge-Menü, um anschließend zu Hause drei Wochen lang Alternativen zum Fleisch auszuprobieren. „Ziele aus dem Verein hatten mit dem Thema Kochen und Ernährung zuvor wenig zu tun. Es hat wirklich Spaß gemacht und war für alle eine gelungene Abwechslung", freut sich Hämmerle über das positive Feedback. Auch die Gespräche im Anschluss hätten verdeutlicht: Der gewonnene Eindruck ist ein bleibender. „Und damit ist schon viel erreicht worden", freut sich Hämmerle. Elmar Hämmerle und seine Frau Sonja sind begeisterte Abonnenten der Gemüsekiste. Mach's wie Sonja und Elmar und erweitere deinen Gemüsehorizont. Infos und Bezugsquellen auf www.probieramol.at

ANZEIGE

Probier amol

Probier amol ist eine Initiative des Energieinstituts Vorarlberg gemeinsam mit Allmenda, dem Österreichischen Ökologie Institut und der Fachhochschule Vorarlberg.

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON

energie autonomie

probier amol

Frisch vom Feld direkt vor die Haustür

Mach's wie Sonja und Elmar aus Fußach und erweitere deinen Gemüsehorizont mit einer Gemüsekiste.

Bezugsquellen unter: www.probieramol.at

Die Anzeige und ein dazugehöriger redaktioneller Artikel unterstützen sich inhaltlich.

Eines der Testimonialsujets auf einer großformatigen LED-Anzeigentafel.

Die facebook-Seite wird laufend mit Informationen zu aktuellen Ereignissen und individuellen Geschichten der TeilnehmerInnen aktualisiert.

Die Wirkung von EKO-LIFE

Begleitend zu den Projektaktivitäten wurde ein umfangreiches und aufwändiges System zur Erfassung der Wirkung entlang eines im Vorfeld definierten Wirkungsmodells und hinsichtlich der zentralen Projektziele eingerichtet:

- Monitoring und Evaluierung der Kommunikationsmaßnahmen
- Erfassung der Wirkung der Experimente

Neben dem permanenten Monitoring der digitalen Kommunikation wurden zwei repräsentativen Umfragen in der Bevölkerung Vorarlbergs durchgeführt. Die erste der beiden diente zur Fundierung der Kommunikationsstrategie, die zweite zur Erfassung der Auswirkungen der Kommunikation auf die Zielgruppe (siehe Factbox). Beide Methoden sind gängige Praxis im Kommunikationscontrolling.

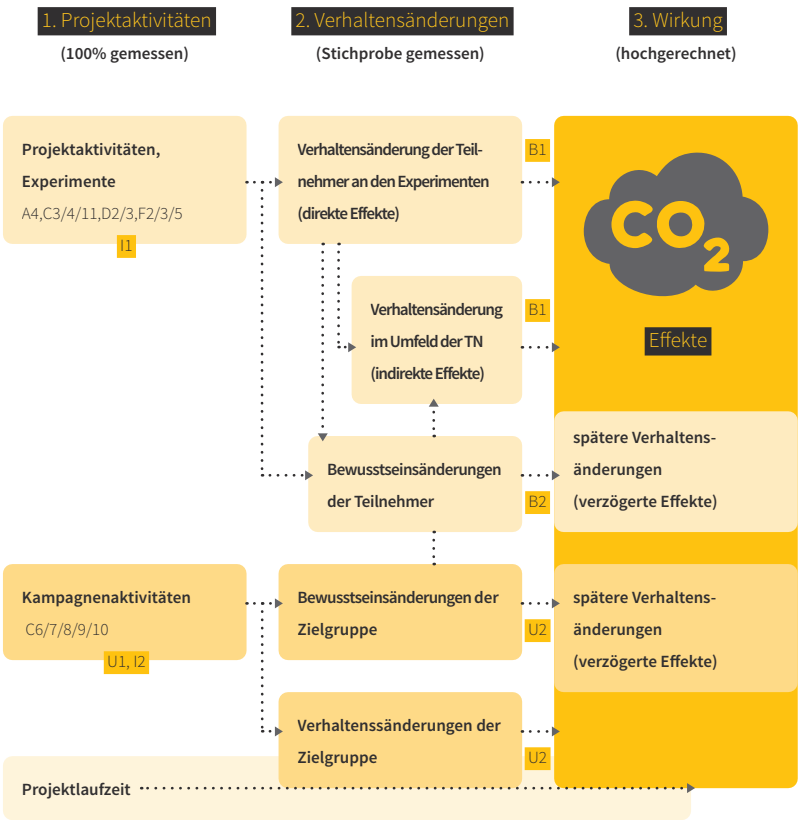
Aufwändiger gestaltete sich die Analyse der Wirkung der Experimente. In deren Zusammenhang waren verschiedene Aspekte interessant:

- ob eine Veränderung während des Experiment stattgefunden hatte
- die unmittelbare Einsparung von Ressourcen und damit CO2 im Rahmen der Experimente
- die Veränderungen begünstigende und/oder hemmende Faktoren und
- die Auswirkungen der Experimente auf die themenspezifische Einstellung der Teilnehmenden.

Dazu wurden die Teilnehmenden zu Beginn und zum Abschluss des Experiments befragt. Im Rahmen der Mobilitätsexperimente führten die Teilnehmenden auch während des Experiments detaillierte Aufzeichnungen über ihr Mobilitätsverhalten.

Eine abschließende Befragung aller Teilnehmenden zum Projektende widmete sich unter anderem noch der Frage, ob die während des Experiments initiierte Veränderung auch nach mehreren Monaten noch anhielt, was von 90% der antwortenden Befragten bestätigt wurde.

Wirkungsgmodell in EKO-LIFE



Messpunkte **U1:** Umfrage zum Projektstart | **U2:** Umfrage vor Projektende zur Erhebung der Wirkung in der Zielgruppe | **I1:** Indikatorenset zu den Experimenten und Veranstaltungen | **I2:** Indikatorenset zum Output an Kampagnenaktivitäten | **B1:** quantitative Befragung der TeilnehmerInnen an den Experimenten | **B2:** qualitative Befragung der TN an den Experimenten

quantitative Effekte

- Im Rahmen der 24 Experimente wurden von den Teilnehmenden 5,8 Tonnen Fleisch, 514.000 Autokilometer und damit 166 Tonnen CO2 eingespart.
- Im Rahmen der Kommunikationskampagne wurden weitere 126 Tonnen Fleisch, 3,5 Millionen Autokilometer und damit 1.800 Tonnen CO2 eingespart.
- Insgesamt wurden durch das Projekt dadurch nahezu 2.000 Tonnen CO2 eingespart (Ziel: 1.700).
- 41.000 Personen in Vorarlberg kennen Probier amol (Ziel: 26.000).
- Über 10.000 Personen haben aufgrund von Probier amol ihr Verhalten teilweise geändert (Ziel: 2.000).

Ausblick

Dass die Marke Probier amol in Vorarlberg breit etabliert ist, verpflichtet quasi zu deren Weiterführung: die Website als kommunikatives Rückgrat samt Newsletter sowie der Facebook-Auftritt werden auch nach Abschluss von EKO-LIFE vom Energieinstitut Vorarlberg weiter betreut. In einem „After LIFE-Kommunikationsplan“ werden darüber hinaus weiterführende Maßnahmen skizziert.

Eine umfangreiche Werkzeugsammlung (www.probieramol.at/toolkit) erleichtert zudem die Weiterführung der Experimente, nicht nur durch die Mitglieder des EKO-LIFE-Konsortiums. Im Rahmen eines Projekts zur grenzüberschreitenden Pendlermobilität sollen die Fahrgemeinschafts-Experimente weiter ausgerollt werden.

Die Projektidee von EKO-LIFE hat überdies schon eine Verbreitung erfahren: im Frühjahr 2016 wurde der Ableger „Probier amol / Provaci“ in Südtirol gestartet. Dort widmet sich die Initiative, die vom Ökoinstitut Südtirol getragen wird, den Themen Ernährung, Mobilität und nachhaltiger Konsum.

Probier amol gibt es jetzt auch in Italien: www.probieramol-provaci.it

Bleiben auch Sie mit uns in Verbindung und abonnieren Sie unseren Newsletter auf **www.probieramol.at**.

Oder kontaktieren Sie uns direkt per Mail an **probieramol@probieramol.at**.

probier amol

MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON

energie autonomie Vorarlberg