



energija si

Bodi učinkovit.

Za učinkovito rabo energije si prizadeva:  
mreža družbene koristnosti

# Sinergija

Skupina **hse**  
Nosilec kampanje

## Sporočilo za javnost

### ENERGIJA SI – BODI UČINKOVIT

### S SKUPNIMI MOČMI LAHKO ZMANJŠAMO PORABO ENERGIJE

Danes si skorajda ne znamo več predstavljati življenja brez električne energije. Pravzaprav smo se je tako navadili, da jo sprejemamo kot povsem samoumevno. Vsakokrat, ko pritisnemo stikalo, pričakujemo, da se bo prižgala luč ali bo gospodinjski aparat začel delovati. Ob tem pa se premalo zavedamo, da je električna energija omejena dobrina, prav tako pa vse premalo upoštevamo posledice, ki jih povzroča vse večja poraba energije. V Evropi vsako leto zabeležijo dvig za okoli poldrugi odstotek, v Sloveniji pa kar za 3 do 5 odstotkov - to je posledica vse večje porabe električne energije v industriji, pa tudi v gospodinjstvih, ki porabijo kar dvakrat več električne energije kot povprečno evropsko gospodinjstvo.

Če bi želeli slediti hitremu povečevanju porabe, bi morali po nekaterih izračunih vsako leto zgraditi eno novo elektrarno. Ker to ni mogoče, je moramo toliko več uvoziti, to pa povzroča energetska odvisnost Slovenije od držav, ki pridelajo viške električne energije. Večanje porabe ne dviguje le stroškov na položnicah, dodatnih investicij v izgradnjo elektrarn in povečevanje odvisnosti, temveč tudi onesnaženost okolja. Desetletja izpuščanja emisij toplogrednih plinov se kažejo v obliki zaskrbljujočih klimatskih sprememb, ki smo jim priča po vsem svetu.

Vse to lahko v veliki meri omilimo z učinkovito rabo energije, kjer je pomemben prav vsak posameznik. Holding Slovenske elektrarne (HSE) je zato v začetku leta 2006 dal pobudo za kampanjo, s katero bi uporabnike električne energije osveščali o vse večji porabi električne energije in jih hkrati izobraževali o možnostih varčevanja in učinkovitega ravnanja z energijo. Tako je pred dvema letoma v sodelovanju z agencijo za integrirano komuniciranje Informa Echo stekla prva vseslovenska kampanja, ki so jo poimenovali **Energija si, bodi učinkovit**.

Znotraj kampanje potekajo različne akcije za ozaveščanje uporabnikov električne energije. Poleg oglaševanja, ki temelji na praktičnih nasvetih, se je prvo leto znotraj kampanje oblikovala **Akcija ugodnih nakupov**. Kampanji sta se v tej akciji pridružila Gorenje in Merkur, ki v več kot 1000 prodajnih salonih po Sloveniji vsak mesec ponudita izbor varčnih gospodinjskih aparatov (razredov A, A+ in A++) po ugodnejših cenah. Izbrane izdelke lahko uporabniki prepoznajo po posebnih oglednih kartonih z nasveti kampanje Energija si, bodi učinkovit, ki uporabnikom svetujejo, kako lahko s pravilnim ravnanjem na daljše časovno obdobje prihranijo energijo in hkrati ohranjajo okolje.

Septembra lani se je z akcijo **Varčna sijalka v vsak dom** začela druga sezona kampanje Energija si, bodi učinkovit. V njej so svoje moči združili HSE kot nosilec aktivnosti, vsi slovenski distributerji električne energije (Elektro Celje, Gorenjska, Ljubljana, Maribor in Primorska) ter podjetje ZEOS, ki skrbi za ločeno zbiranje in recikliranje elektronske opreme – med drugim tudi varčnih sijalk. Skupaj so slovenskim gospodinjstvom razdelili skoraj 600.000 varčnih sijalk, tako pa so želeli pokazati, da lahko prav vsak posameznik s preprostimi ukrepi pripomore k zmanjšanju porabe električne energije. Če bi vse podarjene varčne sijalke zamenjali z navadnimi žarnicami bi namreč lahko prihranili skoraj toliko energije, kot je v enem letu proizvede HE Mavčiče.

### **Od spletne strani do knjige**

Ker ljudje težko spreminjamo življenjske navade je kampanja Energija si, bodi učinkovit zasnovana na zabavnih in humornih, a hkrati izobraževalnih nasvetih, ki jih lahko uporabimo v različnih povsem vsakdanjih življenjskih situacijah. Posredujejo jih risani liki, ki se pojavljajo v oglasih in promocijskih materialih, pa tudi na spletni strani [www.hse-energija.si](http://www.hse-energija.si), kjer je mogoče najti številne druge koristne informacije za učinkovito rabo električne energije. Med drugim je mogoče na spletni strani spremljati tudi konkretne usmeritve, kam se odpraviti po nakup energetske varčnega gospodinjskega aparata v okviru Akcij ugodnih nakupov.

Na spletni strani kampanje je od sredine oktobra do novembra potekala tudi izobraževalna nagradna igra **Preden grem, pozabiti ne smem ....**, ki na domiselni način opozarja o možnostih varčevanja z električno energijo. Obiskalo jo je več kot 3000 udeležencev, ki so v virtualnem stanovanju iskali skrite porabnike električne energije – večinoma takšne, ki elektriko porabljajo v stanju mirovanja (stand by). Ob izklopu vsakega aparata pa so lahko izvedeli, koliko električne energije bi porabili, koliko bi se to poznalo na položnici za električno energijo in koliko CO<sub>2</sub> bi se sprostil v zrak, če bi naprava neprekinjeno gorela cel mesec.

Kampanja Energija si, bodi učinkovit se nadaljuje tudi v letu 2008. Obiskovalci spletne strani [www.hse-energija.si](http://www.hse-energija.si) se bodo februarja lahko ob igranju spletne igre ponovno potegovali za nagrade. Srečni izžrebanci bodo prejeli knjigo **Energija si ali Štromberk prevzame pobudo**, ki je tik pred novim letom izšla kot poslovno darilo Holdinga Slovenskih elektrarn. Knjiga predstavlja inovativen način ozaveščanja uporabnikov o učinkoviti rabi energije, saj na hudomušen in humoren način predstavlja resno tematiko. Nasmejane in zabavne karikature kampanje so se namreč iz oglasov in promocijskih materialov preselile v svojo vas, ki so jo ustvarjalci zgodbe poimenovali Štromberk. O njej in njenih prebivalcih, ki se ubadajo s preveliko porabo električne energije, teče zabavna, a hkrati izobraževalna ilustrirana zgodba. Iskrivo in humoristično besedilo je po začetni ideji Danijela Trstenjaka napisal pisatelj in humorist Branko Gradišnik, slikovno pa jo je dopolnil ilustrator Zvonko Čoh (tudi avtor ilustracij za oglase).

### **Mreža družbene učinkovitosti Sinergija**

Cilj celotne kampanje je postopno spreminjanje potratnih potrošniških navad, zanj pa je potrebno dolgotrajnejše – tudi večletno delovanje. Tako je zasnovana tudi kampanja Energija si, bodi učinkovit. Da bi lahko zagotovili trajen potek raznovrstnih aktivnosti, ki promovirajo energetske učinkovite izdelke, tehnologije in druge možnosti energetske učinkovitosti, je snovalec kampanje – agencija Informa Echo – že prvo leto k sodelovanju povabil vrsto slovenskih organizacij in podjetij.

Kot kažejo izkušnje, je pri reševanju družbenih potreb in okoljskih problemov zelo pomembno povezovanje partnerjev z različnih nivojev in področij družbe. Prva sta se v okviru **Akcije ugodnih nakupov** odzvala Gorenje in Merkur, doslej pa se je v kampanji Energija si, bodi učinkovit, z raznovrstnimi aktivnostmi povežalo 23 organizacij in podjetij – podpornikov kampanje. Tako je nastala **mreža družbene koristnosti Sinergija**, ki predstavlja organizirano, neinstitucionalizirano obliko vzajemnega sodelovanja pravnih oseb, ki želijo s svojim družbeno odgovornim ravnanjem prispevati k trajnostnemu razvoju družbe.

V preteklih dveh letih je celotno kampanjo financiral HSE, člani mreže pa so sodelovali tako, da so načrtovane aktivnosti vključili v svoje organizacijske in komunikacijske kanale. Tako so omogočili bistveno večji doseg ciljne javnosti in pripomogli k oblikovanju vseslovenske iniciative. V prihodnje pa bodo lahko člani mreže kot nosilci tudi sami prevzeli posamezne aktivnosti ali pa jih bodo razvili v okviru kampanje.

Tako oblikovana mreža odpira številne nove možnosti delovanja. Ena od njih je interno komuniciranje. Zaposleni v podjetjih predstavljajo pomemben del ciljne skupine, saj velik del dneva preživijo na delovnem mestu, kjer lahko prav tako kot doma, že s preprostimi ukrepi pripomorejo k varčevanju z energijo in zniževanju stroškov.

Poseben projekt v letošnjem letu bo tudi ponatis knjige Energija si ali Štromberk prevzame pobudo, o čemer že tečejo dogovori z Dnevnikom in nekaterimi drugimi člani mreže. Novi koraki bodo sledili tudi na področju spletnega komuniciranja, kjer bo nastala prava spletna skupnost. Eden pomembnejših ciljev letošnje kampanje pa bo tudi, da bi s sporočili, ki spodbujajo učinkovito rabo energije, prodrli v čim več gospodinjstev in jih pritegnili k sodelovanju.

Zaradi usklajenega delovanja vseh članov mreže Sinergija je agencija Informa Echo pripravila **načela sodelovanja**, v katerih so določena pravila delovanja mreže družbene koristnosti Sinergija. Nad mrežo pa bdijo tudi svetovalci – **Varuhi energije**, katerih število se je letos zaradi večanja obsega aktivnosti povečalo. Pomagajo z nasveti, predlogi, usmeritvami,

### **Uspešnost kampanje v letih 2006/2007**

Prvi rezultati merjenj uspešnosti kampanje Energija si, bodi učinkovit, so pokazali, da ljudje potrebujejo in si želijo osveščanje o učinkovitem ravnanju z energijo. Metodologija merjenja uspešnosti kampanje je temeljila na telefonski anketi, ki jo je pred kampanjo (360 anketiranih) in po njej (720 anketiranih) opravilo podjetje Valicon. Kot so pokazali rezultati raziskave, je kampanja v veliki meri vplivala na spremembo ravnanja oziroma na razmišljanje anketiranih o bolj racionalni rabi energije. Od dobre četrtine anketiranih, ki so opazili kampanjo, jih je kar 83 odstotkov pojasnilo, da jih je kampanja spodbudila k razmišljanju o lastni porabi energije in možnostih bolj varčnega in učinkovitega ravnanja z njo. K temu je pripomogel tudi zabaven in nevsiljiv način komuniciranja ter vključevanje osebnih interesov ciljne skupine v smislu zniževanja stroškov.

### **Varuhi energije mreže družbene koristnosti Sinergija**

**mag. Andrej Aplenc**, Holding Slovenske elektrarne,

**Franc Beravs**, Eko sklad,

**mag. Tomaž Fatur**, Institut Jožef Stefan – Center za energetska učinkovitost

**Andrej Klemenc**, E-Forum

**Niko Martinec**, Gospodarska zbornica Slovenije

**dr. Sašo Medved**, Fakulteta za strojništvo Univerze v Ljubljani, oddelek za obnovljive vire energije

**mag. Hinko Šolinc**, Ministrstvo za okolje in prostor

### **Člani kampanje Energija si, bodi učinkovit**

pobudnik kampanje in nosilec dosedanjih aktivnosti **HSE**,

proizvajalec gospodinjskih aparatov **Gorenje**,

trgovski verigi **Merkur** in **Mercator**,

distributerji električne energije **Elektro Celje**, **Elektro Gorenjska**, **Elektro Ljubljana**, **Elektro Maribor**, **Elektro Primorska**,

podjetje za ogrevalno tehniko **Viessmann**,

podjetje za recikliranje elektronskih naprav **Zeos**,

**Ministrstvo za okolje – sektor za učinkovito rabo in obnovljive vire energije** Institut Jožef Stefan – Center za energetska učinkovitost,

**GZS**, **Eko sklad**,

nevladne organizacije **Umanotera**, **Focus**, **E-forum**,

mediji **RTV Slovenija** (kot medijski pokrovitelj) ter **PRO PLUS (POP TV in Kanal A)**, **Dnevnik**, **Energetika.NET**

koordinator in snovalec kampanje agencija za integrirano komuniciranje **Informa Echo**).

---

Dodatne informacije o dogodku:

Mag. Petja Rijavec, vodja Službe komuniciranja HSE, tel. 01 47 04 100, e-naslov: [petja.rijavec@hse.si](mailto:petja.rijavec@hse.si)

Tatjana Šeneker, projektni vodja, agencija Informa Echo, tel. 01 583 93 22, e-naslov: [tatjana.seneker@informa-echo.si](mailto:tatjana.seneker@informa-echo.si)