



# Promowanie oszczędności energii w gospodarstwach domowych oraz w sektorze prywatnym

Niniejsze Rekomendacje stanowią część projektu [Polsko-niemiecka współpraca w zakresie gospodarki niskoemisyjnej w miastach](#) i podsumowują wyniki warsztatu zorganizowanego w czerwcu 2016 roku w Częstochowie. Podczas spotkania przedstawiciele polskich i niemieckich miast prezentowali doświadczenia z realizacji projektów, których celem było zaangażowanie lokalnych interesariuszy (mieszkańców i biznesu) w działania na rzecz ochrony klimatu, ze szczególnym uwzględnieniem promocji oszczędności energii i zwiększenia wykorzystania energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Dokument ten przedstawia dobre praktyki oraz innowacyjne podejście władz miejskich wspierające lokalny rozwój gospodarki niskoemisyjnej. Uczestniczący w spotkaniu przedstawiciele miast opowiadali, jak odnieśli sukces podejmując działania, które wykraczają poza zakres tradycyjnie rozumianych obowiązków i odpowiedzialności samorządów. Niniejsze rekomendacje poszukują odpowiedzi na pytania: **Jakie czynniki przyczyniają się do skutecznego zaangażowania interesariuszy przez władze miejskie? Które z doświadczeń zdobytych w ramach wdrożonych projektów mogą być przydatne w ich powielaniu w innych miastach w Polsce i Niemczech?**

---

## Wprowadzenie: Dlaczego warto angażować społeczność lokalną?

---

Zadania własne samorządów lokalnych są jasno zdefiniowane ustawą i obejmują w szczególności działania związane z planowaniem przestrzennym, transportem publicznym, edukacją czy utrzymaniem obiektów miejskich. Władze lokalne dysponują szeroką gamą narzędzi mogących wpiąć ograniczenie zużycia energii w mieście. Dotychczasowa praktyka wskazuje jednak, że wiele samorządów skupia się przede wszystkim na zarządzaniu energią oraz efektywnością energetyczną budynków publicznych. Ten tradycyjny zakres działania niestety nie wystarcza, aby zasadniczo zmniejszyć zużycie energii na terenie całego miasta. Władze mogą służyć za wzór do naśladowania, są jednak znikomym konsumentem energii w skali całego miasta, podczas gdy kluczowymi konsumentami są mieszkańcy i działający na jego terenie przedsiębiorcy. Potencjał zmian w mieście w dużej mierze zależy więc od mieszkańców, dlatego wzorce zrównoważonej konsumpcji energii mogą zostać wdrożone wyłącznie przy poprzecz zaangażowaniu lokalnych interesariuszy.

---

## Kluczowe bariery w procesie angażowania społeczności lokalnej

---

Doświadczenia płynące z polskich i niemieckich miast wskazują na wspólne wyzwania związane z procesem angażowania interesariuszy (takich jak stowarzyszenia, przedsiębiorstwa, gospodarstwa domowe, instytucje, dostawcy mediów) w proces transformacji w kierunku gospodarki niskoemisyjnej. Do podstawowych barier należą:

- **Nauczanie nawróconych:** inicjatywy ukierunkowane na lokalną społeczność - gospodarstwa domowe i lokalny biznes - często odwołują się do grup, które już mają pewną świadomość dotyczącą zagrożeń płynących ze zmian klimatu czy zanieczyszczenia powietrza lub korzyści związanych z działaniami niskoemisyjnymi. **W obu krajach trudność stanowi**

**dotarcie do mieszkańców spoza tego grona.** Wielu przedstawicieli społeczności nie dostrzega powiązania działań niskoemisyjnych z indywidualnymi interesami lub potencjalnym rozwiązaniem lokalnych problemów. Nawet, gdy argumentacja na rzecz niskoemisyjności jest powszechnie znana, jak ma to miejsce w Niemczech, wciąż wyzwaniem pozostaje skuteczne zaangażowanie interesariuszy na rzecz konkretnych, lokalnych działań ze względu na „efekt nasycenia”. Na przykład w powiecie Marburg-Biedenkopf, samorząd zaproponował mieszkańcom darmową sesję doradztwa energetycznego, jednak usługa nie cieszyła się powodzeniem. Miejscowi decydenci musieli odpowiedzieć na pytanie, jakich argumentów i narzędzi należy użyć, aby dotrzeć do grupy docelowej.

- **Informowanie zamiast angażowania:** W wielu miastach próba zaangażowania miejscowych obywateli i przedsiębiorców sprowadza się do informowania. Podejmowane działania ograniczone są głównie do dystrybucji informacji w formie pisemnej (ulotki, broszury) lub wydarzeń, podczas których dominuje jednostronny przepływ informacji i doświadczeń. Dominuje także przekonanie, że procesy partycypacyjne są trudne, wymagające czasu oraz naznaczone ryzykiem utraty kontroli nad procesem.
- **Brak zachęt finansowych:** Aby przekuć słowa w czyny, konieczne jest przygotowanie stosownych zachęt finansowych dla interesariuszy, co stanowi poważne wyzwanie dla miast działających pod presją ograniczonego budżetu. Warto jednak zauważyć, że wiele z działań wspierających rozwój gospodarki niskoemisyjnej i zrównoważonej konsumpcji może być realizowanych bez ponoszenia kosztów lub z krótkim okresem zwrotu zaangażowanych środków (np. wymiana nieefektywnego sprzętu AGD, zmiana codziennych nawyków). Inne działania wymagają nakładów proporcjonalnych do poziomu ambicji związanych z redukcją emisji gazów cieplarnianych czy ochroną powietrza w mieście. Ambicje te są ograniczone możliwościami budżetu miejskiego, a także brakiem stabilnych ram prawnych i ograniczonym dostępem do krajowych programów finansowego wsparcia dla np. modernizacji budynków prywatnych, wymiany starych pieców czy montażu odnawialnych źródeł energii, a także brakiem zachęt finansowych dla biznesu (np. taryfy gwarantowane za wprowadzenie energii do sieci).

Jak pokonać bariery?

**Zadawaj właściwe pytania:** Miasta powinny rozpoczynać proces angażowania interesariuszy od zrozumienia lokalnego kontekstu oraz oczekiwań poszczególnych podmiotów, nie istnieje bowiem jedna słuszna droga do transformacji niskoemisyjnej. Warto rozpocząć od zadania następujących pytań:

1. Jaka jest skala ambicji i jakie są motywacje władz miejskich w kontekście angażowania interesariuszy zewnętrznych?
2. Jakie są motywacje i interesy grupy docelowej, którą miasto chce zaangażować w swoje działania?

**Daj się zainspirować dobrymi praktykami:** Kluczowe znaczenie w procesie realizacji projektu odgrywa zrozumienie czynników, które zadecydowały o powodzeniu podobnych projektów w innych miastach. Poniżej zaprezentowany został zbiór inspirujących i innowacyjnych praktyk prezentowanych przez polskie i niemieckie miasta podczas wymiany doświadczeń związanych z angażowaniem lokalnych interesariuszy na rzecz rozwoju gospodarki niskoemisyjnej.

---

## Praktyczne rekomendacje

---

### 1. Wybierz ciekawy format, zbuduj emocjonalną więź

Edukacja mieszkańców i lokalnych firm w zakresie szans związanych z rozwojem gospodarki niskoemisyjnej jest słusznie uważana przez władze lokalne za kluczowy element procesu. Jak jednak pokonać wyżej wymienione bariery? Zaangażowanie społeczności rozpoczyna się nie tylko od **stworzenia wspólnej płaszczyzny porozumienia, ale także promowania już istniejących wspólnych wartości i interesów**. Kluczowe stają się narzędzia i kanały komunikacji. Doświadczenia pokazują, że skutecznymi narzędziami komunikacyjnymi są zarówno kampanie komunikacyjne budujące emocjonalną więź z mieszkańcami, jak festiwale i inne imprezy masowe, na których spotyka się liczne, wielopokoleniowe grono.

**Dobra praktyka #1 Bielsko-Biała** w ramach europejskiego projektu ENGAGE (program komunikacyjny Komisji Europejskiej w ramach Porozumienia Burmistrzów) wdrożyła niezwykle skuteczną kampanię społeczną, dzięki której miasto zdołało zaangażować lokalną społeczność w działania na rzecz efektywności energetycznej. Samorząd opublikował plakaty prezentujące zdjęcia ponad 1 000 wolontariuszy, zwanych ambasadorami klimatu, którzy zadeklarowali podjęcie praktycznych działań związanych z oszczędzaniem energii i promocją ochrony środowiska w życiu codziennym. Na plakatach znaleźli się mieszkańcy reprezentujący wiele środowisk, co pozwoliło stworzyć emocjonalną więź z różnymi grupami mieszkańców. Plakaty stanowiły dowód na to, że można oszczędzać energię i chronić klimat nawet przy niewielkich nakładach finansowych. Miasto w pierwszej kolejności zaangażowało najmłodszych obywateli poprzez Młodzieżową Radę Miejską, następnie poszukiwano ochotników wśród pracowników Urzędu Miasta, nauczycieli, polityków, osób publicznych oraz stowarzyszeń przedsiębiorców z sektora energetycznego. Ambasadorowie to nie tylko twarze kampanii, są to osoby, które na co dzień dzielą się swoim doświadczeniami z mieszkańcami miasta. Ta angażująca i zabawna kampania, finansowana wstępnie przez Komisję Europejską (sumą 66 000 euro w okresie 3 lat), okazała się na tyle skuteczna, że miasto kontynuuje ją ze środków własnych. Wydział Infrastruktury miasta zachęcony sukcesami kampanii postanowił wykorzystywać w swojej pracy także inne narzędzia komunikacji. W ten sposób powstał Beskidzki Festiwal Dobrej Energii. W wydarzeniu co roku bierze udział ponad 100 000 obywateli uczestnicząc w organizowanych działaniach edukacyjnych i kulturalnych. Wśród atrakcji są m.in. popularna gra terenowa „Zapanuj nad energią”, w której rodziny z dziećmi poszukują tajemnic związanych z wykorzystaniem energii w ich codziennym życiu i zdobywają punkty w quizie na temat oszczędzania energii, a także warsztaty, projekcje filmów, pikniki, pokazy i występy związane z tematyką gospodarki niskoemisyjnej. Festiwal jest również platformą do promowania prowadzonego przez miasto wśród szkół i przedszkoli konkursu dla najbardziej efektywnej jednostki publicznej. Podsumowując, na realizację swoich działań komunikacyjnych Bielsko-Biała pozyskała 764 000 zł (około 170 000 EUR) od prywatnych sponsorów, z funduszy europejskich i środków krajowych. Dzięki temu projektowi miasto zdobyło wiele nagród na szczeblu krajowym i europejskim, co dowodzi, że skuteczne kampanie komunikacyjne mogą pomóc w rozwoju i przyciągnięciu funduszy ze szczebli ponadlokalnych. Więcej informacji i materiałów na temat organizowanego od 6 lat festiwalu Dobrej Energii można znaleźć na stronie [www.mistodobrejenergii.pl](http://www.mistodobrejenergii.pl)

**Dobra praktyka #2** Budowanie więzi emocjonalnej z mieszkańcami to coś więcej niż tylko narzędzie komunikacji, to wyraz kompleksowej strategii miasta: władze **regionu Osterholz wybrały takie właśnie podejście tworząc lokalną sieć doradców energetycznych** – [ENERKOM-OHZ](#) (DE) – mimo iż istniała możliwość ograniczenia własnych wysiłków i skierowania mieszkańców po porady do sąsiedniego Bremen (dysponującego rozwiniętą siecią usług w tym zakresie). Władze Osterholtz rozumiejąc, że Bremen i gminy z regionu Osterholz charakteryzują się różnym poziomem społeczno-ekonomicznym, co mogłoby znacznie ograniczyć szanse powodzenia działań niskoemisyjnych, zdecydowały się na własny projekt. Ważnymi czynnikami odwołującymi się do potrzeb grupy docelowej: czyli z jednej strony, do samych doradców energetycznych, a z drugiej do prywatnych gospodarstw domowych i przedsiębiorstw poszukujących efektywnych energetycznie rozwiązań było zrozumienie lokalnej tożsamości oraz interesów mieszkańców tego wiejskiego regionu.

**Dobra praktyka #3** Władzom regionu Marburg-Biedenkopf w podniesieniu świadomości w zakresie wykorzystywania energii i potencjalnych oszczędności finansowych możliwych do uzyskania w każdym gospodarstwie domowym pomogła kampania PR zrealizowana z wykorzystaniem zabawnej postaci z komiksu. W ramach kampanii przygotowano krótki film emitowany w lokalnym kinie, który umożliwił skuteczne rozprzestrzenienie przekazu wśród różnych grup docelowych przy relatywnie

niskim koszcie szacowanym na około 20 tys. zł (4 500 euro). Równolegle gmina we współpracy z lokalnym partnerem, sklepem specjalizującym się w sprzedaży detalicznej sprzętu gospodarstwa domowego, przygotowała prosty konkurs na najstarszy sprzęt domowy. W zgłoszeniu uczestnicy musieli przesłać zdjęcie oraz dane techniczne urządzenia, w tym szczególnie ważny rok produkcji. Wygrywał najstarszy i najmniej efektywny sprzęt a właściciel w ramach nagrody mógł go wymienić na nowy i efektywny energetycznie. Połączenie zabawy i potencjalnych korzyści finansowych zdecydowały o wielkim sukcesie konkursu, który zdołał wywołać zmianę zachowań ujawniając wysokie koszty eksploatacji starych, nieefektywnych energetycznie urządzeń i zwracając uwagę na fakt, iż wiele wciąż wykorzystywanych urządzeń gospodarstwa domowego zostało wyprodukowanych, zanim wprowadzono w połowie lat 90. standardy energetyczne. W 2014 roku konkurs poświęcono starym lodówkom, w 2015 pralkom, a w 2016 roku starym, kineskopowym telewizorom. Pomysł na przeprowadzenie takiego konkursu został wykorzystany także w dwóch innych miastach w Niemczech.

**Dobra praktyka #4** Zorganizowanie spotkania w swobodnej atmosferze może być również pomocne w dotarciu do lokalnego biznesu. W powiecie Marburg-Biedenkopf powstała idea śniadań energetycznych (DE) odwołujących się do niegasnącego zainteresowania – apetytu i skierowanych do lokalnego przemysłu. Wybór formuły spotkania z przekąskami i napojami w nieformalnej atmosferze pomaga przełamać pierwsze bariery w relacjach z tą grupą docelową. Koszty takiego spotkania są niskie, wynoszą maksymalnie 400 zł (100 EUR) na jedno zdarzenie i mogą być pokryte w ramach współpracy z lokalną firmą gastronomiczną, dostarczając obopólnych korzyści.

## 2. Nie mów, pokaż! Siła demonstracji

Prezentowanie rezultatów jest warte więcej niż tysiąc argumentów. Zazwyczaj efekt demonstracyjny projektów ogranicza się do administracji miejskiej, która przyjmuje w stosunku do społeczności lokalnej rolę wzorca do naśladowania, na przykład w zakresie renowacji budynków użyteczności publicznej lub realizowanych przez nią działań na rzecz oszczędzania energii w administracji. O ile fakt, że władze samorządowe biorą na siebie rolę lidera jest ważny i pożyteczny, podobne działania innych podmiotów pomagają nadać im impet i niosą wyraźny komunikat: jeśli oni mogą, to i ja mogę. Albo możemy zrobić to razem.

**Dobra praktyka #1** Jako uzupełnienie innowacyjnego programu montażu paneli fotowoltaicznych na budynkach prywatnych i szerokiej gamy wykorzystanych do promowania go narzędzi PR (spotkania z mieszkańcami, szkolenia dla dzieci i dorosłych, książki i strona internetowa, artykuły w lokalnej prasie), **Niepołomice zainstalowały w miejscu publicznym: w budynku krytej pływalni monitor, który promuje rezultaty projektu, prezentując ilość dotychczas zaoszczędzonej przez mieszkańców energii,**

**Dobra praktyka #2** Ważnym efektem konkursu dot. sprzętu domowego w regionie Marburg-Biedenkopf (zaprezentowanym powyżej) był pomiar energochłonności sprzętu przez samych mieszkańców. Gmina **wypożyczała to tego celu amperomierze, dzięki którym mieszkańcy mogli w prosty sposób obliczyć potencjalne oszczędności.** Świadomość nieefektywności wykorzystywanego sprzętu przyczyniła się do wymiany starych urządzeń na nowe już po zakończeniu konkursu.

**Dobra praktyka #3** Śniadania energetyczne organizowane przez władze regionu Marburg-Biedenkopf cieszą się powodzeniem również dlatego, iż **odbywają się w miejscach, gdzie zachodzą zmiany.** Zachętą dla przedsiębiorstwa goszczącego spotkanie jest **możliwość zaprezentowania swoich innowacyjnych, pionierskich działań.** Spotkanie obejmuje zwiedzanie obiektów przemysłowych i demonstracje wdrożonych rozwiązań w zakresie oszczędzania energii. Pozostali uczestnicy reprezentujący lokalny biznes mogą włączyć się w organizację spotkania jako sponsorzy, a zaproszeni doradcy energetyczni udzielający podczas śniadania praktycznych porad mogą budować nowe relacje. Tworzenie wartości dodanej na poziomie regionalnym i indywidualnym pełni pierwszoplanową rolę, co wpisuje się w priorytety zarówno przedsiębiorstw, jak i lokalnych władz. Jednocześnie firmy mogą także skorzystać z okazji do wymiany doświadczeń i nawiązania nowych kontaktów.

**Dobra praktyka #4** Kampania rozpoczęta w ramach ENGAGE w Bielsku-Białej nie była tylko jednorazowym wydarzeniem komunikacyjnym. Projekt objął także etap **monitorowania zużycia energii w gospodarstwach domowych i przedsiębiorstwach, które zobowiązały się do oszczędzania energii w ramach kampanii** (61 jednostek). Zastosowana ewaluacja pozwoliła na zaprezentowanie wyników poszczególnych środków służących oszczędzaniu energii. Do pomiaru w

gospodarstwach domowych użyto kalkulatora CO<sub>2</sub> stworzonego w ramach COP14 w Poznaniu, zgodnie z wytycznymi IPCC. Narzędzie to zostało sfinansowane przez Fundusz Inicjatyw Obywatelskich i jest **darmowe, co umożliwi jego szerokie wykorzystanie**. Gospodarstwa domowe zostały poproszone o oszacowanie swojego śladu węglowego na początku projektu (dane bazowe), a następnie przynajmniej raz w roku. Gminne Biuro Zarządzania Energią pomagało zainteresowanym uczestnikom oszacować sytuację bazową gospodarstwa domowego podczas sesji fotograficznej związanej z przygotowaniem plakatów prezentujących Ambasadorów klimatu. Ocena wyników wykazała ponad 7 milionów kWh zaoszczędzonej energii. Średni indywidualny udział oszczędności w energii pierwotnej wyniósł 22%.

### **3. Zapewnienie wiarygodności i zaufania: kiedy i jak delegować i angażować interesariuszy**

Rola gminy nie jest ograniczona do dostarczania usług swoim mieszkańcom. Może ona pełnić ważną funkcję także w zapewnieniu wysokiej jakości usług oferowanych z zewnątrz. Doświadczenie pokazuje, że gminy, które skutecznie rozwijają narzędzia niskoemisyjne we współpracy z różnymi interesariuszami, tworzą **stabilne, wiarygodne ramy współpracy oraz budują zaufanie wśród wszystkich zaangażowanych stron**.

Najbardziej bezpośrednim sposobem budowania zaufania jest zapewnienie wiarygodności samej administracji np. poprzez jej zaangażowanie w działania na rzecz rozwoju gospodarki niskoemisyjnej. W Bielsku-Białej, która jest jednym z pionierów wśród polskich miast, funkcjonuje Biuro Zarządzania Energią, od ponad 20 lat wdrażające narzędzia efektywności energetycznej, rozwijające swoje ekspertyzy i budujące reputację miasta w tym zakresie. Także gminy nieposiadające tak dużego doświadczenia we wdrażaniu polityki energetyczno-klimatycznej wciąż mogą odgrywać kluczową rolę w tworzeniu wiarygodnych warunków dla działań niskoemisyjnych. **Ważnym narzędziem budowania zaufania społeczności lokalnej może być delegowanie (części) procesu implementacji, dowodzi to, iż gmina jest gotowa do współdzielenia się korzyściami finansowymi przynoszonymi przez realizowane projekty**. Jednocześnie angażowanie mieszkańców i lokalnych przedsiębiorstw we wdrażanie działań niskoemisyjnych obok szeroko rozumianych korzyści dla miasta **przyczynia się także do pozyskania poparcia lokalnych interesariuszy i podnoszenia jakości świadczonych w tym zakresie usług**. Jednym z warunków wstępnych skutecznego angażowania interesariuszy są jasne procedury wyboru instytucji, firm czy osób. Pomocna jest również współpraca z doświadczonymi przedsiębiorstwami.

**Dobra praktyka #1** Miasto **Cölbe**, którego administracja liczy zaledwie 16, osób czerpie wiele korzyści z angażowania mieszkańców w swoje działania. **Odwoływanie się do wiedzy obywateli wspiera zarówno utworzenie silnej, lokalnej społeczności, jak i buduje wiarygodność władz lokalnych, jednocześnie ułatwiając opracowywanie i wdrażanie lokalnych projektów**. Na takiej współpracy korzystają obie strony.

**Dobra praktyka #2** Gmina może również pełnić rolę jednostki certyfikującej, tzn. ustanawiać regulacje i standardy, które prowadzą do samoregulacji i zdecentralizowanych działań. W regionie Osterholz w rezultacie współpracy ze specjalistami (przedsiębiorstwa i freelancerzy), w oparciu o kryteria i standardy jakościowe ustanowione na drodze konsensusu przez władze miejskie i samych zainteresowanych została utworzona sieć doradców energetycznych ([ENERKOM-OHZ](#)). Sieć jest organizacją niezależną, może do niej dołączyć każdy doradca energetycznych, jeśli tylko spełnia odpowiednie kryteria. Samostanowienie organizacji i jej funkcjonowanie na bazie konsensusu znacząco wpłynęły na powodzenie tej inicjatywy oraz na przewyciężenie początkowego sceptycyzmu związanego z koniecznością świadczenia darmowych usług (w pierwszych etapie działalności). W ramach sieci wypracowano wzajemną akceptację, spójną etykę pracy, a także zadbano o wyeliminowanie korupcji: **żadna technologia ani doradca nie są przez gminę faworyzowani**. Samoregulacja stawia również nowe wyzwania: namówienie jednego z doradców na opuszczenie sieci zajęło trzy lata, dzięki czemu jednak zyskała ona na wiarygodności i akceptacji wszystkich stron. Sieć została powołana dzięki niewielkiej dotacji w wysokości 250 Euro przekazanej przez prywatną firmę. Jednocześnie kluczową rolę odegrały władze lokalne, które **opracowały certyfikację dla członków sieci**. W Niemczech zawód „doradcy energetycznego” nie jest chroniony. Doradcy mają różne wykształcenie, są wśród nich architekci, inżynierowie, rzemieślnicy i technicy. W związku z tym Ritterhude organizuje dla członków sieci dwa razy w roku szkolenie, którym podczas którego można uzyskać certyfikat będący dowodem jakości dla gospodarstw domowych. Gwarantuje to również, że doradcy są zaznajomieni z najnowszymi technologiami i regulacjami.

#### 4. Zaproponuj innowacyjne rozwiązania finansowe

Trwałe i ambitne ograniczenie zużycia energii w mieście wymaga działań znacznie wychodzących poza mobilizację społeczną poprzez kampanie komunikacyjne, do tego celu niezbędne są nowe inwestycje dokonane przez wszystkich zainteresowanych. Nawet w obliczu ograniczonego budżetu miejskiego władze lokalne mogą inicjować lub wspierać tworzenie skutecznych narzędzi finansowych motywujących inwestycje wśród mieszkańców i przedsiębiorców. Doświadczenie pokazuje, że skuteczne gminy potrafiły pozyskać zewnętrzne fundusze, zbudować różnorodne **partnerstwa z sektorem prywatnym** i stworzyć **programy finansowe, które łączą kapitał publiczny z prywatnym**, aby zwiększać efektywność energetyczną i poprawiać jakość powietrza w miastach (np. poprzez współfinansowanie termomodernizacji budynków prywatnych, wymianę starych kotłów grzewczych czy instalację odnawialnych źródeł energii).

**Dobra praktyka #1** Gminy mogą pełnić ważną rolę w kooperacji z lokalnymi instytucjami finansowymi, aby tworzyć korzystne warunki dla gospodarstw domowych i przedsiębiorstw. Gmina **Niepołomice** wspomogła gospodarstwa domowe w instalacji paneli słonecznych poprzez zabezpieczenie dwóch trzecich wymaganego budżetu z funduszy Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy (57 milionów zł). Beneficjenci pokryli 30% kosztów), a gmina sfinansowała ze środków własnych zaledwie 5%, co może być inspirującym przykładem dla samorządów, które borykają się z problemami budżetowymi. Ponadto Niepołomice **wynegocjowały z lokalnym bankiem korzystne warunki kredytowe**, dzięki czemu instalacje fotowoltaiczne były dostępne dla mieszkańców. W Kościerzynie miasto również wcieliło się w rolę koordynatora i wynegocjowało z lokalnym bankiem specjalne warunki finansowania, dzięki którym gospodarstwa domowe i przedsiębiorstwa mogą finansować termomodernizację budynków. Gmina Cölbe we współpracy z lokalnym bankiem oferuje obligacje oszczędnościowe od 1 000 do 10 000 euro z gwarantowaną stopą procentową na poziomie 3,25% rocznie, co pomaga finansować instalacje przydomowych elektrowni słonecznych. Produkt ten sprawia, że inwestycje na rzecz zrównoważonego rozwoju są dostępne także dla gospodarstw domowych o niskim i średnim dochodzie, podczas gdy osoby z wyższym kapitałem mogą zostać komandytariuszem w spółce z kapitałem 33 000 euro i 20-letnim zobowiązaniem (ze stopą zwrotu 6,8%). Model obligacji oszczędnościowych w ostatnich latach zyskał na popularności w Niemczech i jest stosowany w wielu gminach pionierskich w celu finansowaniu różnych działań niskoemisyjnych, co świadczy o możliwości jego powielania.

**Dobra praktyka #2** Ze względu na ograniczone możliwości wdrażania działań ze środków własnych, miasto **Sosnowiec** zdecydowało się na wykorzystanie formuły ESCO w celu zredukowania zużycia energii w budynkach użyteczności publicznej (elektryczność o 25% i ogrzewanie o 30%). W ramach 10-letniego kontraktu z miastem firma Siemens zainwestowała 17 milionów zł i zainstalowała zdalny system monitoringu energii w 87 szkołach, zmodernizowała ogrzewanie i oświetlenie w szkołach oraz zapewniła dodatkowe usługi energetyczne (przeгляд techniczny budynków, szkolenia). Pomimo iż miasto musiało podzielić się potencjalnym zyskiem z inwestorem (ok. 4 milionów wynagrodzenia dla Siemens a i ok. 1,5 miliona oszczędności dla gminy), oszczędności dla gminy związane z mniejszym zużyciem energii w okresie realizacji umowy (w latach 2013-2023) szacowane są na 20,4 milionów zł. Partnerstwo umożliwiło podział ryzyka, a gmina zyskała dodatkową wiedzę praktyczną. Partnerstwa z firmami prywatnymi umożliwiają miastom wdrażanie kompleksowych rozwiązań bez konieczności nadmiernych inwestycji, dodatkowo partnerstwa takie tworzą stabilne i jasne ramy dla świadczonych usług. Miasto **Hagen**, działając pod presją ograniczonego budżetu, utworzyło przedsiębiorstwo publiczno-prywatne (SPV, w którym miasto objęło 51% udziałów) i stworzyło skuteczny model biznesowy, który umożliwia inwestowanie dużych środków w modernizację podejmowanie dużych inwestycji oświetlenia ulicznego w mieście Hagen oraz miastach sąsiednich.

---

## Podsumowanie

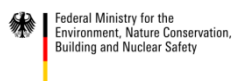
---

- Poszukiwanie mądrych i łatwych rozwiązań jest sztuką! Istnieje wiele niskonakładowych działań, w szczególności tych umożliwiających zmianę zwyczajów konsumpcyjnych mieszkańców i przedsiębiorstw. Jednak, aby je pomyślnie wdrożyć, władze lokalne muszą posłużyć się kreatywnymi środkami, które **niezadko wychodzą poza tradycyjne ramy działań, i wypróbować nowe formy współpracy ze społecznością lokalną.**
- Gminy, które inicjują i współtworzą korzyści dla społeczności lokalnej, często **działają jako pośrednicy, tworząc także stabilne ramy prawne, umożliwiające mieszkańcom i przedsiębiorstwom** podejmowanie zrównoważonych decyzji inwestycyjnych.
- Zaangażowanie interesariuszy musi **iść w parze z długoterminową, zintegrowaną polityką.** Dobre procesy partycypacyjne, liczne projekty angażujące społeczność lokalną i innowacyjne rozwiązania finansowe dla osób prywatnych nie zwalniają gmin z ich strategicznych zadań walki w ustrukturyzowany sposób z zanieczyszczeniem powietrza i zmianami klimatycznymi.

© adelphi 2016

Autorki: Camille Serre (serre@adelphi.de), Joanna Wis-Bielewicz (wis-bielewicz@adelphi.de).  
Alt-Moabit 91, 10559 Berlin.

Wsparcia udzielają:



Niniejszy projekt jest finansowany przez Niemieckie Federalne Ministerstwo Środowiska w ramach programu pomocy doradczej (Advisory Assistance Programme – AAP) w dziedzinie ochrony środowiska w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, Kaukazu i Azji Środkowej oraz innych krajach sąsiadujących z Unią Europejską. Nadzorowany jest przez Niemieckie Federalne Ministerstwo Środowiska oraz Niemiecką Federalną Agencję Środowiska. Odpowiedzialność za treść niniejszej publikacji spoczywa na jej autorach. Więcej informacji : <https://www.low-emission-project.de/pl>