

Übertragung der Energiekampagne Gastgewerbe auf Entwicklungs- und Schwellenländer

Indien, Asien, 2008

Eckdaten			
Land/Region	Indien, Asien		
Ländereinordnung	Lower Middle Income Country		
Summe	139 564 € (Zuschuss)	davon „Klima“-Anteil	139 564 €
Finanziert über	BMUB	Finanzierungsinstrument	IKI (bilateral)
Jahr	2008	Projektzeitraum	2008 - 2009
Sektor	Minderung		
Projektträger	Adelphi Consult GmbH, Berlin		
Projektpartner	Bureau of Energy Efficiency (BEE)/ The Ministry of Power; State Designated Agencies (SDA); The Energy and Resource Institute (TERI); Federation of Hotel and Restaurant Association in India (FHRAI)		
Anrechnung auf	<input checked="" type="checkbox"/> 0,7% - Ziel der Entwicklungszusammenarbeit <input type="checkbox"/> Fast-Start-Zusage 2010-2012 <input type="checkbox"/> Biodiversitätszusage 2009 <input type="checkbox"/> Beitrag zur l'Aquila Zusage für Ernährungssicherheit		

Mit einer Zunahme von ca. 14 % jährlich gehört der Tourismussektor zu den Wachstumsindustrien Indiens. Fragen der Energieeffizienz und der Nutzung erneuerbarer Energien haben im Tourismusbereich bisher eine eher marginale Rolle gespielt, obwohl die Einsparpotenziale in Gebäuden mit 40-50 % beziffert werden. Vor diesem Hintergrund stellt die Schwerpunktsetzung des indischen Energieministeriums auf den Gebäudesektor und die Vergabe von Auszeichnungen für das Hotelgewerbe ein wichtiges Signal auf politischer Ebene dar. Ziel des Vorhabens ist es, ein Konzept für die Umsetzung einer Energiekampagne zu erstellen und die relevanten Branchenakteure im Gastgewerbe zu sensibilisieren. In Sondierungsgesprächen werden mögliche Partner für die Kampagne ausfindig gemacht und deren Bereitschaft zur Kooperation sowie ihre mögliche Rolle in der Kampagne festgestellt. Darüber hinaus gilt es, eine Bestandsaufnahme des Energieverbrauchs und der Energiequellen im Gastgewerbe zu erstellen und bisherige Maßnahmen im Bereich von Energieeinsparung/Energieeffizienz zu erfassen. Die Ergebnisse der Untersuchungen münden in einem Konzept zur Implementierung der Kampagne.