

DISPLAY-AUFTAKT

GET POWER - SAVE ENERGY

1 ERSTE SCHRITTE

- ✓ Datenerhebung
- ✓ Wahl des/der Gebäude(s)
- ✓ Wahl einer Botschaft auf dem Poster
- ✓ Erstellung und Aushang des Posters

2 PLANEN SIE IHRE DISPLAY- AKTIVITÄTEN

- ✓ Ziele
- ✓ Zielgruppe(n)
- ✓ Aufgaben und Verantwortlichkeiten
- ✓ Budget
- ✓ Zeitplan



1 ERSTE SCHRITTE

- **Datenerhebung**
- **Wahl des/der Gebäude(s)**
- **Wahl der Botschaft auf dem Poster**
- **Erstellung und Aushang des Posters**

Kernstück der Display-Kampagne ist das Poster, das an das bekannte EU-Label für Haushaltsgeräte angelehnt ist.

Es:

- macht die Energieeffizienz ihres Gebäudes für jeden sichtbar,
- ist eine Schnittstelle zwischen dem technischen und dem kommunikativen Teil von Display,
- ist dank seines ansprechenden Designs ein leicht verständliches Kommunikationsmittel,
- ist ein deutliches Signal an die Bürger, dass Ihre Kommune Energiefragen ernst nimmt.

Das Poster kann in allen Gebäudetypen angebracht werden, darunter:

- Verwaltungsgebäude
- Schulen
- Kulturelle Einrichtungen
- Gesundheitszentren

Display hilft dabei, die Umsetzung der europäischen Gebäuderichtlinie 2002/91/EG in Kommunen zu beschleunigen.

Allerdings soll das Poster keine exakte Umsetzung dessen sein. Es basiert auf den erhobenen Verbrauchsdaten für Brennstoff(e), Strom und Wasser, aus denen sich die jeweiligen Indikatoren für (Primär-)Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen und Wasserverbrauch des Gebäudes ableiten.

Das Poster soll informativ sein und vor allem Laien die Energiesituation des jeweiligen Gebäudes verständlich machen. Es richtet sich nicht speziell an Energieexperten!



Datenerhebung

Um das Display-Poster zu erstellen, sollten Sie damit beginnen, die Energieverbrauchswerte ihrer kommunalen Gebäude zu analysieren. Wählen Sie Daten, die repräsentativ sind und als Richtwert dienen können.

Energieverbrauchswerte zu erheben ist aus verschiedenen Gründen sinnvoll:

1. Die Verbrauchswerte erlauben es, zukünftige Änderungen im Verbrauch zu bewerten - auf der Grundlage früherer Verbräuche können Sie Zielwerte für ihre Display-Aktivitäten festlegen.
2. Dank festgelegter Referenzwerte können Sie mögliche Energieeinsparungen voraussagen.
3. Die Verbrauchswerte können auch dazu dienen, einen Kommunalabgeordneten von notwendigen Maßnahmen im Gebäude zu überzeugen, die Leistung als "schlecht" eingestufte kommunale Gebäude zu verbessern. Die auf dem Poster aufgeführten Zahlen können ihn dazu bewegen, Maßnahmen im Gebäude zu ergreifen.

Als Teilnehmer der Display-Kampagne (wahrscheinlich würden Sie sonst nicht dieses Handbuch in Ihren Händen halten) haben Sie vollen Zugang zum Online-Recheninstrument auf www.display-campaign.org.

Vielleicht haben Sie schon alle notwendigen Verbrauchswerte für ihr(e) Gebäude gesammelt und in das Recheninstrument eingetragen.

Vielleicht aber auch nicht. **Wenn Sie mehr Details zu der Art der benötigten Werte brauchen oder wissen wollen, wie man diese eingeben muss, dann schauen Sie am besten in das "Nutzerhandbuch" im nächsten Kapitel.**



Wahl des Gebäudes

Sobald Sie eine ausreichende Zahl an Kennwerten zusammen haben, haben Sie auch einen Überblick über ihre Gebäude und deren Energieperformance. Es obliegt Ihnen, welche(s) Sie für Display auswählen.

Ausgezeichnete Gebäude (Klasse A) zu wählen, kann ein Aushängeschild für das herausragende Management der Wasser-/Energieverbräuche und der CO₂-Emissionen Ihrer Kommune sein. Beginnen Sie Display in **guten Gebäuden** (Klassen B, C, D), so gibt Ihnen das die Möglichkeit, deren Performance zu verbessern und auf Klasse A hinzuarbeiten.

Zögern Sie nicht, auch Gebäude **mit durchschnittlicher** (Klasse E) oder eher **schlechter Energieleistung** (Klasse F,G) in Display zu integrieren. Die Kampagne ist eine gute Gelegenheit, besonders in den zuletzt genannten Gebäuden, Maßnahmen durchzuführen und ihre Nutzer für energiebewusstes Verhalten zu sensibilisieren.

Wahl der Botschaft des Posters

Neben aktuellen Verbrauchsdaten des Gebäudes, soll das Poster auch über geplante oder bereits durchgeführte, technische oder bauliche Maßnahmen Auskunft geben.

Bevor das Poster gedruckt wird, sollten Sie sich innerhalb der verschiedenen kommunalen Abteilungen auf die Verbesserungsmaßnahmen einigen, die auf dem Poster veröffentlicht werden sollen. Sie können geplante oder auch vergangene, bereits realisierte Maßnahmen aufführen. Diese Botschaft ist ein ausgezeichneter Weg für Ihre Kommune, ihr Umweltengagement und Verantwortungsbewusstsein an die Öffentlichkeit zu bringen.

Sobald Sie die Gebäude ausgewählt haben, die ihre Energieleistung öffentlich aushängen sollen und sie sich auf die Botschaft geeinigt haben, können Sie für jedes Gebäude das Display Poster erstellen.

Erstellung des Posters

Damit ihr Display-Poster von dem Recheninstrument korrekt ausgegeben wird, sollten Sie das Logo ihrer Stadt im Mitgliederbereich der Display-Webseite hochladen. Der ideale Ansprechpartner, um Ihnen die richtige Version des Logos zu liefern, dürfte die Kommunikationsabteilung/ Pressestelle ihrer Stadt sein.

Zum Hochladen, sollte das Logo ihrer Stadt folgende Eigenschaften besitzen:

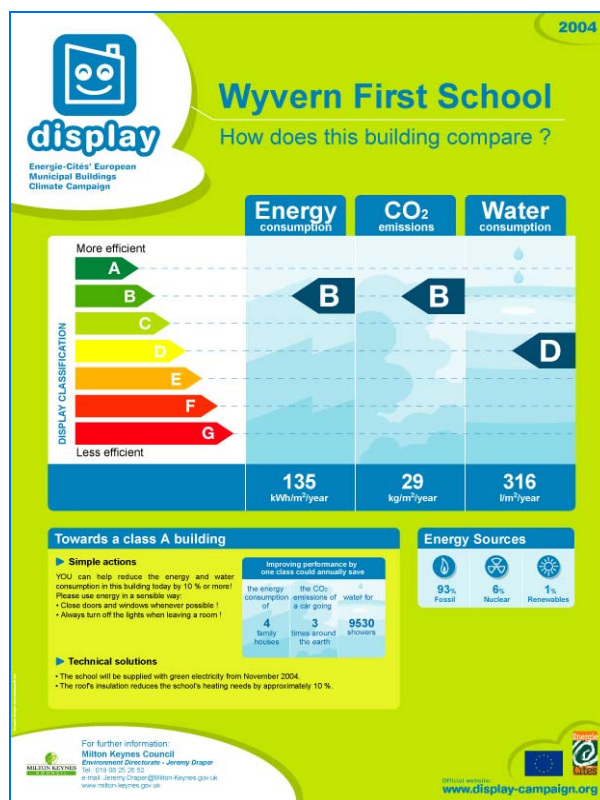
- **Format: "jpg"**
- **Grösse: mindestens 600 x 600 pixels**
- **Auflösung: 300 dpi**

Wir empfehlen Ihnen, einen Fachmann mit dem Druck des Posters, das als fertige PDF-Datei auf der Display-Webseite erscheint, zu beauftragen. Ihre Kommunikationsabteilung könnte Ihnen ihren üblichen Dienstleister für Drucksachen nennen.

Postereigenschaften, die sie der Druckerei mitteilen sollten:

- **Mindestgröße: 60cm x 80cm**
- **Papierart: plastifiziert**
- **Display-Farben:**
 - **Grün - Vierfarbig: 25% Cyan, 100% Gelb**
- Pantone: 390 C
 - **Blau - Vierfarbig: 80% Cyan, 30% Magenta**
- Pantone: 285 C

Das Ergebnis sollte dann so aussehen:



Das Display-Poster

Weitere Informationen zum Corporate Design der Display-Kampagne finden Sie im Kapitel 5 des Ordners: "Pressearbeit".

Aushang des Posters

Hier sind einige Tipps, wie Sie das Poster wirksam aufhängen können.

Die Platzierung des Poster ist ausschlaggebend für dessen Wirkung. Das Poster sollte am besten im Eingangsbereich des Gebäudes für alle sichtbar angebracht werden. Es betrifft folgende mögliche Zielgruppen: die regelmäßigen Gebäudenutzer (Angestellte etc.), kommunale Abgeordnete und Besucher.

Machen Sie aus dem Display-Auftakt ein großes Ereignis, so dass jeder davon erfährt. Sie können auch die Medien einbinden (siehe Kapitel "Pressearbeit" in diesem Ordner).

Wenn es Ihr Zeitplan erlaubt, könnten Sie einen **"Display- Informationstag"** im Gebäude organisieren, an dem Sie ganz offiziell das Display-Poster aufhängen und die Sticker aufkleben. Die Sticker und praktische Tipps für ihre Verwendung finden Sie übrigens in Kapitel 6 "Display-Artikel" des Ordners.

Während des Aufhangs des Posters ist es ratsam, dass mindestens eine mit Display vertraute Person der Stadtverwaltung anwesend ist. Er/Sie kann den Ablauf der Kampagne erklären und das Poster kommentieren. Ziel ist es, die Öffentlichkeit für Umweltbelange, die speziell dieses Gebäude betreffen, zu sensibilisieren und die (vergangenen oder zukünftigen) Aktionen der Stadt vorzustellen.



[Beteiligung der Schüler beim Aufhang des ersten Posters in Milton Keynes](#)

Wenn Sie die Möglichkeit haben, könnten Sie einen kleinen Flyer produzieren, der Ihrer Kampagne einen Extra-Schub geben könnte. Auf die breite Öffentlichkeit abzielend, sollte er die Ziele der Kampagne und die "Rolle" der Gebäudenutzer darin erklären. Verteilen Sie ihn während der Auftaktveranstaltung und hinterlegen Sie dann einen Stapel davon in der Nähe des Posters.

2 PLANEN SIE IHRE DISPLAY- AKTIVITÄTEN

- **Ziele**
- **Zielgruppe(n)**
- **Aufgaben und Verantwortlichkeiten**
- **Budget**
- **Zeitplan**

Bevor Sie in den Gebäuden einen Verantwortlichen auswählen und direkt ansprechen, sollten Sie sich intern auf die allgemeinen Projektformalitäten verständigen und Ihre Bemühungen systematisch planen.

Ziele

Ziel von Display ist es, die Energieperformance des Gebäudes durch technische/bauliche Maßnahmen, vor allem aber durch Verhaltensänderung bei den Gebäudenutzern durch Sensibilisierung zu verbessern.

Zielgruppe(n)

Display will alle Gebäudenutzer ansprechen: Verwaltungsangestellte, technisches Personal, Schulpersonal, Schüler, Besucher (d.h. die breite Öffentlichkeit).

Aufgaben und Verantwortlichkeiten

Als Sie die Display-Charta unterzeichneten, haben Sie einen Hauptansprechpartner für Display in Ihrer Kommune angegeben. Er/Sie ist die Person, die das Projekt hauptsächlich koordinieren wird.

Während der Display-Aktionen, gibt es vier Berührungspunkte zwischen den Gebäudenutzern und der Kommune:

- **Ansprache des Gebäudemanagers zu Projektbeginn**
- **Technische Beratung/ Begleitung**
- **Motivation der Teilnehmer während des Projekts**
- **Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit**

(Quelle: EnergieSchule NRW)

In folgender Tabelle sind die Aufgaben in die drei großen Etappen einer Kampagne eingeteilt: 'Erste Schritte', 'Durchführung' und 'Evaluation'. Ein Häkchen bedeutet, dass die Person in einer jeweiligen Arbeitsfunktion für die Aufgabe geeignet wäre. Die meisten Aufgaben sollten allerdings in Teamarbeit erfüllt werden. Ein Häkchen mit grauem Hintergrund zeigt die Person an, die voraussichtlich die beste Wahl für die Aufgabe wäre

Wer kann was machen?	Kommunaler Energiemanager	Gebäudeverwaltung/ Schuldirektor	Angestellte/ Lehrer	Schüler	Hausmeister	Lokale Energieagentur
<input checked="" type="checkbox"/> Ist am besten geeignet						
<input type="checkbox"/> Könnte die Aufgabe erfüllen						
AKTIONEN						
Erste Schritte						
Planung	✓	✓	✓			✓
Sensibilisierung des Personals/Schüler	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zeitplan erstellen	✓	✓				
Finanzielle Mittel identifizieren	✓	✓				
Verantwortliche/Energieteam identifizieren	✓	✓	✓			
Energieverbrauch registrieren/ analysieren/ überwachen	✓			✓	✓	
Möglichkeiten im Unterrichtsplan identifizieren (nur Schulen)	✓	✓	✓			✓
Ziele definieren	✓	✓			✓	
Durchführung						
Führende Rolle bei den Aktivitäten		✓	✓		✓	
Koordinator der Sensibilisierungsaktivitäten	✓					
Organisation des offiziellen Display- Auftakts	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Außerschulische Energiesparaktivitäten vorschlagen (nur Schulen)		✓	✓	✓		
Öffentlichkeitsarbeit	✓	✓		✓		
Regelmäßiges Ablesen der Zähler					✓	
Energievergeudung identifizieren		✓	✓	✓	✓	
Technische Beratung	✓				✓	✓
Evaluation						
Zielerreichung überprüfen	✓	✓			✓	
Mitarbeiter im Gebäude befragen	✓					✓
Schüler befragen		✓	✓			✓
Eltern befragen			✓	✓		
Gebäudebesucher befragen	✓	✓				✓



Budget

Die finanziellen Ressourcen variieren von einer Kommune zur anderen und das für Sensibilisierungsmaßnahmen benötigte Geld hängt von den geplanten Aktionen ab. Fragen Sie Ihre Finanzabteilung nach dem verfügbaren Budget.

Zeitplan

Der Zeitplan ist wichtig, um die Arbeit auf dem richtigen Weg zu halten. Natürlich hängt die benötigte Zeit davon ab, welche Art von Sensibilisierungsmaßnahmen Sie planen und sich Ihre Kommune leisten kann.

Auf jeden Fall besitzt jede Stadt das **Display-Poster**, das **einmal jährlich durch eine aktualisierte Version ersetzt** werden sollte. Das ermöglicht ihnen, die Öffentlichkeit über Veränderungen bei der Energieperformance des Gebäudes (am besten Verbesserungen) zu informieren und erfolgte technische Maßnahmen bekannt zu geben. Allerdings könnte das Interesse der Gebäudenutzer an dem Poster im Laufe eines Jahres sinken und daher zusätzliche Sensibilisierungsmaßnahmen notwendig machen.

Eine Möglichkeit wäre, einzelne Veranstaltungen zu organisieren, die die Wirkung des Posters zu spezifischen Terminen ergänzen und verstärken könnten.

Ideen für geeignete Aktionen in...

...allen kommunalen Gebäuden

- **Umwelttage/-wochen zu verschiedenen Umweltthemen**
- **"Energie-Informationstafel", an der der wöchentliche Energieverbrauch, Energiespartipps, News zu aktuellen Projekten und andere Informationen bekannt gegeben werden könnten**
- **Energiewettbewerb: organisieren Sie einen Wettbewerb zwischen Angestellten bzw. Schülern - das garantiert eine gute Energiesparleistung**

...Schulen

- **Schulausflüge zu energierelevanten Orten (Windfarm, Wasserkraftwerk, etc.)**
- **Besuche eines nahen Wissenschaftsmuseums**
- **Foto- & Zeichenwettbewerbe mit Schülern zu spezifischen Energiethemen**
- **"Schüler unterrichten Schüler" - ältere Schüler bearbeiten ein Energiethema, das sie anschließend in Unterrichtsform jüngeren Schülern näher bringen**

Sie können auch bestimmte Jahreszeiten auswählen, in denen Sie gezielt Aktionen verstärken wollen. Kurz vor der Heizsaison (Oktober/November) könnten Sie zum Beispiel ein spezielles Projekt durchführen, das die Gebäudenutzer für das richtige Heizverhalten sensibilisiert.

Sie könnten aber auch eine längerfristige Kampagne durchführen, die die Gebäudenutzer das ganze Jahr über sensibilisiert. Natürlich benötigen Sie dafür mehr personelle und finanzielle Ressourcen, aber die Chancen, tatsächlich eine Verhaltensänderung zu erzielen, steigen durch kontinuierliche Bemühungen.



*Eine in der an Display teilnehmenden Stadt **Leicester** durchgeführte Umfrage hat ergeben, dass es sehr nützlich ist, das Display-Poster zum Bestandteil einer Kampagne zu machen. Personal und Besucher sollten informiert und eingebunden*

werden, damit sie die Notwendigkeit zu einer Verbrauchsreduzierung verstehen und die Kontrollmöglichkeiten, die das Gebäude besitzt, effektiver nutzen.

Sie haben noch nie zuvor eine Sensibilisierungskampagne durchgeführt und wissen nicht, wie man dabei vorgehen muss? Keine Sorge - der Display-Kampagnenleitfaden wird Sie durch die notwendigen Etappen führen. Werfen Sie einen Blick ins Kapitel 4 des Ordners und verbreiten Sie Energieeffizienz bei den Nutzern Ihrer kommunalen Gebäude.