



### Das Personal überzeugen

Informieren Sie **das gesamte Personal** in Anwesenheit der Direktion, sobald Sie deren Zusage für eine Sensibilisierungskampagne haben. Das ist ein entscheidender Faktor in der Kommunikation der Kampagne.

Am besten **organisieren Sie eine Einführungsveranstaltung** mit allen Mitarbeitern, um ihnen die Auswirkungen des Klimawandels zu erläutern und deutlich zu machen, wie es möglich ist, mit Display<sup>®</sup> dagegen anzukämpfen. Gemeinsam mit den Mitarbeitern können Sie Ideen für eine Sensibilisierungskampagne sammeln und festlegen, welche Ziele damit erreicht werden sollen.

Denken Sie daran, zu diesem Treffen auch diejenigen einzuladen, die eine Autorität für die Mitarbeiter darstellen (Unternehmensleiter, Abteilungsleiter, Schulleiter, Lehrer in leitenden Funktionen usw.). Sie sind es nämlich, die die Mitarbeiter für die Teilnahme an der Kampagne motivieren können. Mit einer kurzen Ansprache könnten sie das Treffen einleiten. Anschließend könnten eine Power-Point-Präsentation zu Display<sup>®</sup> und Hintergrundinformationen zur Kampagne folgen. Fordern Sie danach die Teilnehmer auf, ein Team aus begeisterungsfähigen, kompetenten Mitarbeitern zu bilden, die Sie künftig in Ihrer Kampagnenarbeit unterstützen werden.



*Vielleicht greifen Sie das Beispiel von Montreux (Schweiz) auf. Dort hat die Stadt die Gebäudeverantwortlichen im Rahmen eines gemeinsamen Abendessens über die Display<sup>®</sup>-Kampagne informiert.*

Sensibilisieren Sie diese regelmäßigen Gebäudenutzer – eine wichtige Zielgruppe des Display<sup>®</sup>-Posters – für die Energieproblematik. Helfen Sie ihnen, sich die einfachen Maßnahmen (Verhaltensweisen) zum Energiesparen, die auf dem Poster vorgeschlagen werden, zu eigen zu machen.

Obwohl die drei Gruppen (fachliche und technische Mitarbeiter, Besucher) das Gebäude unterschiedlich nutzen, sollten sie doch gleichermaßen über

Energiesparmaßnahmen und Verhaltensänderungen informiert werden.

**Nach dem Seminar sollten alle Teilnehmer folgende Fragen beantworten können:**

- Warum muss Energie gespart werden?  
(begrenzte Energieressourcen, Treibhauseffekt, hohe Energiekosten etc.)
- Wie kann Energie gespart werden? (siehe Energiespartipps in Kapitel 5 "Display<sup>®</sup>-Werbemittel" im vorliegenden Handbuch)
- Welche Informationen liefert das Display<sup>®</sup>-Poster?
- Welche finanziellen Einsparungen können durch die Maßnahmen erzielt werden?
- Wie werden Gebäudenutzer an den Einsparungen beteiligt?
- ...

Es ist sehr wichtig, dass alle Mitglieder des Kampagnenteams verstehen, welche politischen und praktischen Begleitumstände den Umgang mit Energie beeinflussen. Erklären Sie ihnen, welche Rolle sie in der Kampagne zu spielen haben und ermutigen Sie sie, sich mit vollem Engagement in das Projekt einzubringen.

Darüber hinaus sollten Sie „Energiebotschafter“ benennen, die das Team während der gesamten Kampagne anleiten.

Nach Abschluss dieser Einführungsveranstaltung empfiehlt es sich, **ein Seminar** (max. 1/2 Tag) für

a) die Energiebotschafter (aus den Reihen der Mitarbeiter)


b) das technische Personal zu organisieren.

#### **a) Die Energiebotschafter (Mitglieder des Personals)**

...sind Personen, die durch ihr tägliches Verhalten zur Steigerung der Energieeffizienz des Gebäudes beitragen.

Sie sind die Vermittler zwischen den Organisatoren der Kampagne in Ihrer Einrichtung und den Kampagnenteilnehmern bzw. den Gebäudenutzern im Allgemeinen. Daher ist es sehr wichtig, dass sie den Zusammenhang zwischen Klimawandel und Energiesparen verstehen und verinnerlichen. Bitten Sie evtl. Ihre lokale Energieagentur um Unterstützung für die Kampagne, denn möglicherweise ist sie in der Organisation solcher Sensibilisierungskampagnen erfahrener als Sie.

Darüber hinaus könnten Sie den Energiebotschaftern im Rahmen des Seminars schriftliches Material (Bücher, Broschüren, Energie-Versuchskoffer usw.) übergeben, das für ihre Bemühungen zur Förderung der Kampagne hilfreich ist.

 *Dieses Konzept wurde 2006 und 2007 erfolgreich von Colomier in Südwestfrankreich umgesetzt und inzwischen verfahren auch andere Display®-Mitglieder danach.*

## b) Technisches Personal/ Gebäudeverwalter

...bedient die technischen Anlagen und steuert die Energieversorgung des Gebäudes. Es kann den

Energieverbrauch schnell regeln und sollte daher Antworten auf folgende Fragen erhalten:

- Auf welchen technischen Angaben basiert das Display<sup>®</sup>-Poster?
- Wie hoch ist der durchschnittliche Energiebedarf in vergleichbaren Gebäuden?
- Wie kann die Wirtschaftlichkeit von Investitionen berechnet werden?
- ...



*In Neuchâtel (Schweiz) richtet sich die Kampagne vorrangig an die Hausmeister, denn in den meisten öffentlichen Gebäuden sind diese direkt für die Überwachung des Energieverbrauchs zuständig. Daher hat die Stadtverwaltung speziell Energiemanagement-Schulungen organisiert und Handbücher für den Umgang mit den technischen Anlagen verfasst. So hat man ihnen beispielsweise das „Heizungshandbuch für Hausmeister“ oder auch die Broschüre „Grundsätze der Optimierung von Heizungsanlagen“ zur Verfügung gestellt.*

Mit einer Präsentation sollten die Techniker und Gebäudeverwalter über die technischen Aspekte der Display<sup>®</sup>-Kampagne und des Posters informiert werden (siehe PPT-Präsentation auf der beigefügten CD). Den Gebäudeverwaltern muss bewusst gemacht werden, dass regelmäßig erhobene Daten und Resultate dabei helfen können,

- technische Datenblätter zur Überwachung des Energieverbrauchs zu erstellen und/oder zu ergänzen,
- einen kommunalen Maßnahmenplan für Verbesserungen zu erstellen,
- zu beurteilen, ob das Ziel der Energieerziehung und Energieeffizienz erreicht werden konnte.



*In Echirolles (Frankreich) wurde die Kampagne in Zusammenarbeit mit der Abteilung Umwelt und nachhaltige Entwicklung, dem technischen Dienst, der Abteilung Technik und der Abteilung Sport vorbereitet. Die zuständigen Leiter, Techniker und Sporthallenwarte nahmen an einer halbtägigen Sensibilisierungsveranstaltung für Display<sup>®</sup> teil. Dabei wurde über schlecht funktionierende Anlagen sowie über Bedienungsfehler und über das Verhalten der Nutzer diskutiert und es wurden diesbezügliche Vorschläge gemacht. Parallel dazu wurden in zwei Hallen, die 2007 renoviert worden waren, Energieaudits durchgeführt. Daraufhin konnten*

*Empfehlungen formuliert werden, die auf dem Poster unter der Rubrik „Einfache Maßnahmen“ und „Technische Lösungen“ veröffentlicht wurden.*

Nutzen Sie das Seminar, um Wissen über Berechnungsmethoden, die Auswertung von Energiewerten, über technische Ausstattung usw. zu vermitteln.

Vergessen Sie nicht, **einen Ansprechpartner im Gebäude zu benennen**, an den sich die Kampagnenteilnehmer mit Fragen oder Anmerkungen zum Gebäude bzw. mit Hinweisen auf Missstände wenden können. Wir empfehlen, den **Hausmeister/Energiemanager zum**

**Hauptansprechpartner** zu ernennen. Er kontrolliert die technische Ausstattung und die Installationen im Gebäude und kann sofort auf Anfragen und Hinweise von Gebäudenutzern reagieren.

**Denken Sie während der Kampagne stets daran, dass der Hausmeister eine entscheidende Rolle bei der Steigerung der Energieeffizienz spielt. Die Einbindung strategischer Partner bereits zu Beginn Ihrer lokalen Display®-Kommunikationskampagne kann viel Zeit und Geld sparen!**