



5 Display®-Nutzerclubs

- ✓ Europäische Nutzerclubs
- ✓ Nationale Nutzerclubs
- ✓ Lokale Nutzerclubs

Wie organisiert man einen Display®-Nutzerclub?

Sie haben bereits erfolgreich eine lokale Kommunikationskampagne geführt. Die Akteure vor Ort sind mobilisiert und Sie haben ein System zur Auswertung der Ergebnisse und der öffentlichen Reaktionen geschaffen. Jetzt fragen Sie sich sicher, wie die nächste Etappe aussieht.

Wenn Sie an der Display®-Kampagne teilnehmen, dürfen Sie eines nicht vergessen: Sie sind nicht allein. Display® ist eine europäische Kampagne, an der hunderte anderer Städte und Gemeinden sowie eine wachsende Zahl privater Unternehmen (siehe Abschnitt „Teilnehmer“ auf der Display®-Webseite) beteiligt sind.

Dieses Kapitel hier soll Ihnen verdeutlichen, wie wichtig es ist, dass Sie Ihre Erfahrungen mit anderen Teilnehmern der Kampagne teilen, indem Sie einen Display®-Nutzerclub gründen oder sich an einem solchen beteiligen. Bei solchen Treffen können Sie **Ihre Ressourcen bündeln und sich über erfolgreiche Initiativen** sowie über Hindernisse, auf die Sie gestoßen sind, **austauschen**.

Display®-Nutzerclubs lassen sich auf verschiedenen Ebenen organisieren. Sie sind stets den Bedürfnissen der Teilnehmer angepasst. Zur Zeit bestehen solche Clubs auf drei Ebenen: auf europäischer, nationaler und regionaler/lokaler Ebene.

Europäische Nutzerclubs

Die Treffen der europäischen Nutzerclubs finden **im Schnitt einmal pro Jahr** statt, normalerweise anlässlich der Jahreskonferenz von Energy Cities oder im Anschluss an die Preisverleihung des „Towards Class A“-Awards. Die Treffen sind wichtig, denn in diesem Rahmen können die Mitglieder aus ganz Europa ihre Erfahrungen austauschen und ihre Überlegungen auf Probleme ausdehnen, die den rein nationalen oder lokalen Horizont überschreiten.

Die Nutzerclubs bieten die Möglichkeit, von den verschiedenen Display®-Teilnehmern ein Feedback zu erhalten, aktuelle Veränderungen in Europa zu diskutieren und die nationale bzw. lokale Situation der Teilnehmer miteinander zu vergleichen. Die europäischen Clubs behandeln in der Regel folgende Themen:

- aktueller Stand der Kampagne in Europa,
- fachliche Ratschläge für die Durchführung einer Kommunikationskampagne,
- neue Zielsetzungen der Kampagne,
- äußere Einflüsse auf die Kampagne wie beispielsweise:
 - Änderungen bei der nationalen Umsetzung der EU-Gebäuderichtlinie



Der europäische Nutzerclub ist unverzichtbar für die Abstimmung der lokalen und nationalen Aktivitäten



und er trägt dazu bei, den europäischen Charakter der Kampagne zu wahren.

Nationale Nutzerclubs

Die Städte der französischen Schweiz haben Display[®] im Rahmen des INTERREG-III A-Projekts „REVE Jura Léman“ gestartet. In den Versammlungen im Rahmen des REVE-Projekts bekundeten die Schweizer Kommunen ihren Wunsch, ihre Erfahrungen mit anderen auszutauschen und gemeinsam über Hindernisse und Herausforderungen zu diskutieren. Der erste Schweizer Nutzerclub wurde 2006 von einer kleinen Gruppe von Akteuren gegründet, die es als eine Herausforderung ansahen, lokale Kommunikationskampagnen zu starten. Seither ist diese Gruppe stark gewachsen. Inzwischen ist daraus der Zusammenschluss aller Schweizer Display[®]-Nutzer mit über 30 Mitgliedern geworden, die sich **zweimal im Jahr** treffen. Um in Ihrem eigenen Land einen Nutzerclub ins Leben zu rufen, können Sie sich an den nachfolgenden, auf den Schweizer Erfahrungen basierenden drei Etappen orientieren:

Etappe 1 – Vorbereitung

- ✓ Erstellen Sie eine Liste der Display[®]-Nutzer (Adresse, E-Mail, Telefon) in Ihrem Land bzw. in Ihren Städten, die die Energieleistung ihrer Gebäude öffentlich machen möchten. Energy Cities hilft Ihnen gern bei Ihrer ersten Liste.
- ✓ Wählen Sie einen **Versammlungsort**, der für alle Teilnehmer gut zu erreichen ist (in der Schweiz trifft sich die Gruppe in einem Versammlungsraum des Bahnhofs von Yverdon-les-Bains. In Frankreich finden die Treffen in Paris statt.)
- ✓ Erschließen Sie dafür eine **Finanzquelle**. Das benötigte Budget ist nicht sehr hoch, doch es kann Ihnen helfen, den Versammlungsraum zu

- ✓ finanzieren und Ihren Zeitaufwand für die Organisation zu vergüten. Anmerkung: Die Teilnehmer müssen ihre Reisekosten selbst tragen.
- ✓ Ernennen Sie einen **Versammlungsleiter**.
- ✓ Legen Sie die **Häufigkeit der Versammlungen** fest (einmal, zweimal, dreimal jährlich?).

Etappe 2 – Was kommt auf die Tagesordnung?

Da es letztlich um die Durchführung einer lokalen Kommunikationskampagne geht, können die Erfahrungen, die der eine oder andere Teilnehmer bereits bei der Organisation einer solchen Kampagne gemacht hat, für Sie sehr nützlich sein. Zum ersten Treffen sollten Sie einen Vertreter einer erfahrenen Stadt aus einem Nachbarland einladen. Auch die Teilnahme des Koordinators eines nationalen Nutzerclubs oder eines Mitglieds des Display®-Teams von Energy Cities kann hilfreich sein.

Darüber hinaus können Sie externe Kommunikationsspezialisten einladen, um von deren Fachwissen zu profitieren (Denken Sie daran, dass die meisten Display®-Verantwortlichen der Stadtverwaltungen Energieexperten, nicht aber Kommunikationsexperten sind!).



Die Organisation von Rundtischgesprächen mit den Kampagnenteilnehmern ist entscheidend für den interaktiven Charakter dieser Treffen, bei denen alle



einbezogen werden. Versuchen Sie, die Anzahl der Präsentationen einzuschränken, so dass genügend Zeit für den Gedankenaustausch bleibt.

Das aktuelle Geschehen auf dem jeweiligen nationalen Energiesektor ist eines der wichtigsten Themen. Wie wird die EU-Gebäuderichtlinie in nationales Recht umgesetzt? Welche Rolle kann Display[®] dabei spielen?

Etappe 3 – Hinterlassen Sie Spuren

Richten Sie eine spezielle Webseite für die Präsentationen, die Tagesordnung, die Teilnehmerliste usw. ein. Veranlassen Sie, dass die Versammlungsprotokolle immer auf der Webseite erscheinen oder verschicken Sie diese an alle Teilnehmer und an interessierte Dritte.

Lokale Nutzerclubs

Die Notwendigkeit, einen lokalen Display[®]-Nutzerclub zu gründen, wurde als erstes von der Kommunalverwaltung des Großraums Grenoble erkannt. Da neben Grenoble zahlreiche kleinere Städte im Umkreis an der Display[®]-Kampagne teilnehmen, beschloss die lokale Energieagentur, einen lokalen Nutzerclub zu gründen, damit die spezifischen Erfordernisse dieser kleineren Gemeinden berücksichtigt werden können. Lokale Nutzerclubs sind immer dann sinnvoll, wenn sie eine ausreichend große Anzahl von Display[®]-Nutzern (in der Regel Kleinstädte) derselben geografischen Region zusammenführen.

Die lokalen Nutzerclubs sind auf die Erfordernisse der kleineren Städte zugeschnitten und widmen sich im Wesentlichen Themen wie:

Einführung in das Kalkulationstool – Viele kleine Städte verfügen nämlich nicht über die erforderlichen Mittel, um für die Durchführung von Display[®] Techniker einzustellen. Das heißt, sie brauchen mehr Zeit, um sich mit dem Kalkulationstool vertraut zu machen.

Gemeinsame Ressourcennutzung – Sehr häufig haben die kleinen Städte nur begrenzte Kommunikationsbudgets, so dass es für sie günstiger ist, ihre Mittel gemeinsam zu nutzen, beispielsweise, indem sie alle denselben Dienstleister mit dem Druck der Poster oder anderer Kommunikationsmittel für Display[®] beauftragen.



Schlussfolgerung

Auf diese Weise konnte die lokale Energieagentur von Grenoble ein jährliches Nachrichtenblatt herausgeben, um über die Aktivitäten der Städte im Großraum Grenoble zu berichten und damit die Arbeit der einzelnen Kommunen sichtbar zu machen.

Leider ist die Finanzierung dieser lokalen Treffen nach wie vor eines der Hauptprobleme. In Frankreich werden sie in der Regel von einer Energieagentur finanziert.