

SERVICE &
KOMPETENZ
ZENTRUM



KOMMUNALER
KLIMASCHUTZ

Akteure im kommunalen Klimaschutz erfolgreich beteiligen

Von den Masterplan-Kommunen lernen



Im Auftrag des:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



NATIONALE
KLIMASCHUTZ
INITIATIVE

Akteure im kommunalen Klimaschutz erfolgreich beteiligen

Von den Masterplan-Kommunen lernen



Impressum

Herausgeber: Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler Klimaschutz (SK:KK)
beim Deutschen Institut für Urbanistik gGmbH (Difu), Zimmerstraße 13–15, 10969 Berlin
Email: skkk@klimaschutz.de

Autorinnen und Autoren:

Mareike Hansel, Greta Link, Christine Krüger, Niko Hübner (Difu)
Annerose Hörter (4K | Kommunikation für Klimaschutz Kampagnen / Konzepte)
unter Mithilfe von Gerte Buchheit

Projektleitung: Christine Krüger

Redaktion: Ines Fauter, Elisabeth Frach, Taina Niederwipper

Layout: Drees + Riggers GbR

Druck: Spree Druck Berlin GmbH

Im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)
Alle Rechte vorbehalten. Berlin, Mai 2017

Auflage: 1.500 Exemplare

Diese Veröffentlichung wird kostenlos abgegeben und ist nicht für den Verkauf bestimmt.
Diese Publikation wurde auf Recyclingpapier (100% Altpapier, ausgezeichnet mit dem Blauen Engel) gedruckt.



Inhalt

1 Einleitung	6
2 Relevante Akteure im kommunalen Klimaschutz	7
2.1 Akteure identifizieren und priorisieren	7
2.2 Akteure gezielt ansprechen	9
3 Beteiligungsangebote und -methoden für einzelne Akteursgruppen	11
3.1 Formen der Beteiligung	11
3.2 Die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern – Beispiele aus der Praxis	14
3.3 Die Beteiligung von Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistungen – Beispiele aus der Praxis	24
3.4 Die Beteiligung von Land- und Forstwirtschaft – Beispiele aus der Praxis	32

Übersicht Praxisbeispiele

Masterplanbeirat der Stadt Osnabrück	12
Praxisbeispiele zur Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern	
Bürgerkonferenz und Bürgerwerkstatt in Heidelberg	16
„Verein zur Förderung der natürlichen Lebensgrundlagen e.V.“ in der Gemeinde Burbach	17
Heidelberger Jugendklimagipfel	18
Wettbewerb „Bürgerprojekte zum Klimaschutz“ in der Stadt Marburg und im Landkreis Marburg-Biedenkopf	19
Wettbewerb „Stromfresser gesucht“ im Landkreis Marburg-Biedenkopf	20
Milieustudie der Stadt Osnabrück	21
Energietour Rostock	22
Praxisbeispiele zur Beteiligung von Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistungen	
„Burbacher Unternehmensnetzwerk für Ressourceneffizienz“	26
„Energieeffizienz-Netzwerk“ der großen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen in der Landeshauptstadt Hannover	27
„energieland2050 e.V.“ im Kreis Steinfurt (Gründung im Mai 2017)	28
„Energie-Challenge“ – Energiesparwettbewerb für Unternehmen des Klimapakts Flensburg e.V.	29
Wettbewerb „Mobil(e)Macher“ in der Gemeinde Burbach – ein Versuch	31
Praxisbeispiele zur Beteiligung von Land- und Forstwirtschaft	
Informationsveranstaltung „(Zusatz-)Nutzen durch Klimaschutz in der Landwirtschaft“ im Landkreis Marburg-Biedenkopf	34
Masterplanworkshop „Landwirtschaft als Klimaschützer“ in der Region Flensburg	35
„Runder Tisch Kohlenstoffreiche Böden“ im Landkreis Lüchow-Dannenberg	36

1 Einleitung

Für die erfolgreiche Planung und Umsetzung kommunaler Klimaschutzbemühungen spielen Beteiligungsprozesse eine Schlüsselrolle. So trägt die Einbindung von technischem und wirtschaftlichem Know-how ausgewählter gesellschaftlicher Akteure einerseits dazu bei, Wissenslücken zu schließen und die Qualität der Konzept- und Maßnahmenplanung zu verbessern. Andererseits werden die unterschiedlichen Akteure durch ihre aktive Einbindung frühzeitig für die Klimaschutzziele und -maßnahmen der Kommune sensibilisiert und deren Bedenken sowie Vorschläge in die Konzeption der Maßnahmen einbezogen. Auf diese Weise wird die spätere Umsetzung der Maßnahmen befördert. Akzeptanz für oder sogar Identifikation mit den Klimaschutzziele und -maßnahmen der Kommune sind damit zentrale Ziele von Beteiligungsprozessen. Darüber hinaus ist der Rahmen der direkten Einflussmöglichkeiten der Kommune auf die lokale Emission von Treibhausgasen (THG) in vielen Handlungsbereichen begrenzt. Das gilt insbesondere dort, wo die THG-Emissionen vom Verhalten der Wirtschaft und/oder der Verbraucher abhängen und die Kommune über keine rechtlichen Grundlagen verfügt, das Verhalten dieser Akteure zu beeinflussen. Eine direkte Ansprache und aktive Beteiligung der entsprechenden Akteure trägt dazu bei, sie zu eigenem Handeln zu motivieren.

Mit ihren besonders ambitionierten Klimaschutzziele sind die Masterplan-Kommunen Vorreiter im Klimaschutz und beispielgebend für viele andere Kommunen. Bis 2050 wollen sie

ihre THG-Emissionen um 95 Prozent gegenüber 1990 senken und ihren Endenergieverbrauch im gleichen Zeitraum halbieren. Hierfür erstellt jede von ihnen einen Masterplan 100 % Klimaschutz, der als Grundlage für die Umsetzung konkreter Klimaschutzmaßnahmen bis 2050 dient. Unterstützt werden die Masterplan-Kommunen dabei durch eine Förderung des Bundesumweltministeriums. Zusätzlich zu den bereits seit 2012 aktiven 19 Masterplan-Kommunen wurden 2016 weitere 22 Kommunen für die Königsdisziplin des kommunalen Klimaschutzes ausgewählt.

Wertvolle Erfahrungen der Masterplan-Kommunen bei der Beteiligung relevanter Akteure werden in der vorliegenden Broschüre dargestellt und sollen andere (Masterplan-)Kommunen bei der Planung und Umsetzung von Beteiligungsprozessen unterstützen. Dabei handelt es sich nicht um eine theoretische Abhandlung des Themas Beteiligung. Vielmehr sollen unterschiedliche Praxisbeispiele aus ausgewählten Masterplan-Kommunen bewährte Beteiligungsmethoden und -angebote für Bürgerinnen und Bürger, Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistungen sowie Land- und Forstwirtschaft veranschaulichen und zur Nachahmung anregen. Die Broschüre geht hierbei sowohl auf Herausforderungen und Lösungsvorschläge als auch auf Misserfolge bei der Umsetzung von Beteiligungsangeboten ein. Allgemeine Hinweise zu Beteiligungsprozessen sowie zur Identifikation relevanter Akteure vor Ort ergänzen die Beispielsammlung.

2 Relevante Akteure im kommunalen Klimaschutz

2.1 Akteure identifizieren und priorisieren



Abbildung 1: Relevante Akteursgruppen im kommunalen Klimaschutz

Quelle: Eigene Darstellung

Um die kommunalen Klimaschutzziele zu erreichen, ist es essentiell, möglichst alle relevanten Akteursgruppen einzubeziehen. Welche Akteure dies prinzipiell sein können, zeigt Abbildung 1.

Grundsätzlich wird die konkrete Auswahl der zu beteiligenden Akteure in jeder Kommune anders ausfallen. So haben zum Beispiel die Größe einer Kommune und die individuellen lokalen Rahmenbedingungen ebenso wie unterschiedliche thematische Schwerpunkte Einfluss auf die jeweilige Auswahl der Akteure. Wenn es darum geht, die relevanten Akteure vor Ort zu identifizieren, kann der Austausch mit Fachkolleginnen und -kollegen innerhalb der Verwaltung ein wichtiger erster Schritt sein.

Folgende Fragestellungen und Hinweise bieten dabei eine gute Orientierung:

Welche Akteure führen bereits klimarelevante Aktivitäten (und nicht notwendigerweise nur Klimaschutzaktivitäten) in der Kommune durch?

- Welche Akteure fehlen bislang für die Planung und Umsetzung spezifischer Klimaschutzmaßnahmen und -projekte?
- Wer sind potentielle Skeptiker oder auch Unterstützer für die geplanten Klimaschutzmaßnahmen?
- Gibt es Schlüsselakteure (Persönlichkeiten mit Fachwissen, Einfluss, vielfältigen Kontakten sowie guter lokaler Reputation), die eingebunden werden können?
- Bestehen bereits Netzwerke mit engagierten Akteuren, etwa im Rahmen von Ökoprotif-Netzwerken, Lokale Agenda 21-Gruppen, Stadtentwicklungsprozessen oder Energie-/Klimaschutzagenturen?

Nicht alle Akteure sind für die Planung und Umsetzung von Klimaschutzprojekten oder des Masterplans sowie die unterschiedlichen Handlungsfelder (Mobilität, energieeffizientes Bauen und Sanieren, Energieversorgung etc.)

gleichermaßen relevant. Die folgende Abbildung zeigt eine mögliche Bewertungsmatrix, mit der die identifizierten Akteure anhand ihrer Bedeutung für ein Projekt priorisiert werden können:

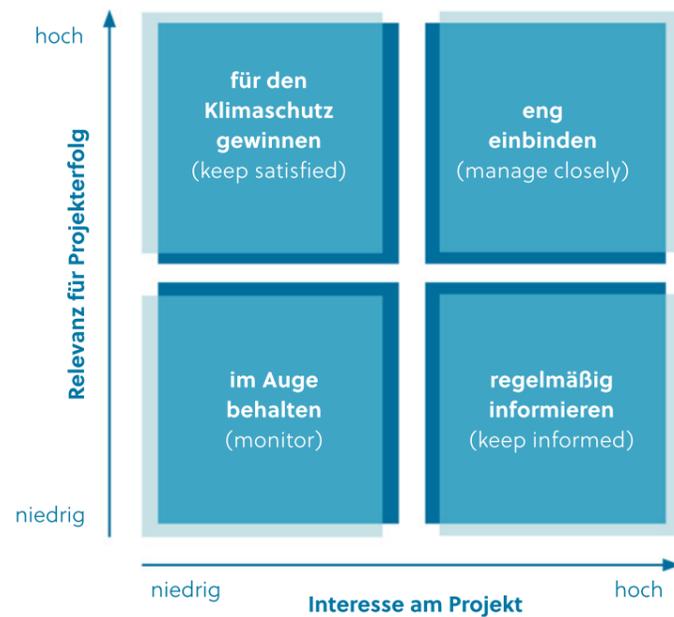


Abbildung 2: Bewertungsmatrix zur Priorisierung von Akteuren

Quelle: Eigene Übersetzung nach Mind Tools o.J.

Die Zuordnung der identifizierten Akteure in den Quadranten der Matrix zeigt, wie relevant die jeweiligen Akteure für den Masterplanprozess sind und wie stark sie in die Planung und Durchführung des Prozesses (und/oder einzelner Klimaschutzprojekte) einbezogen werden sollten:

- **Hohe Relevanz / Hohes Interesse:** Es ist ratsam, diese Akteure eng in den Prozess einzubeziehen. Ihre Einwände oder Wünsche sollten dabei stets ernst genommen und gemeinsam diskutiert werden. Um eine gute Zusammenarbeit zu ermöglichen, lohnt es sich, den direkten Kontakt zu den einzelnen Akteuren aufzubauen und zu pflegen (eventuell über verlässliche Multiplikatoren).
- **Hohe Relevanz / Niedriges Interesse:** Da diese Akteursgruppe entscheidend für den Projekterfolg ist, sollte ihre Unterstützung gesichert werden. Hierfür empfiehlt es sich, genau zu analysieren, welche Themen der Akteursgruppe einen Zugang zum Klimaschutz verschaffen könnten und welche gemeinsamen Interessen einen Anknüpfungspunkt für die Einbeziehung darstellen könnten. Ebenfalls wichtig ist es, ein Bewusstsein dafür zu entwickeln, welche ihrer Interessen konträr zu den Klimaschutzbemühungen der Kommune stehen und warum dies der Fall ist. Die Ansprache sollte genau geplant, die richtigen Argumente vorbereitet, die Vorteile für die Akteursgruppe hervorgehoben und ein guter Zeitpunkt

gewählt werden. Als Türöffner empfiehlt sich die Ansprache über Dritte – insbesondere über höherrangige politische Entscheidungstragende oder andere wichtige kommunale Akteure. Da sich diese Akteursgruppe durch ein relativ geringes Interesse auszeichnet, sollten Beteiligung und Information jedoch überschaubar bleiben und eine Übersättigung mit dem Thema vermieden werden.

- **Niedrige Relevanz / Hohes Interesse:** Bei diesen Akteuren ist darauf zu achten, sie regelmäßig über den Prozess oder das Projekt zu informieren, beziehungsweise ihnen Gelegenheit zur niedrigschwelligen Beteiligung zu geben (ohne viel Aufwand hineinzustecken). Dadurch wird sichergestellt, dass sie sich einbezogen und als Akteure im Prozess anerkannt fühlen. Dies wiederum trägt dazu bei, einem eventuellen Widerstand gegen geplante Maßnahmen vorzubeugen.
- **Niedrige Relevanz / Niedriges Interesse:** Der Aufwand der Kommune sollte für diese Akteursgruppe möglichst gering gehalten werden. In der Regel genügt es, diese Akteure im Auge zu behalten und sie über den Prozess oder das Projekt zu informieren, sobald sie Interesse zeigen.

2.2 Akteure gezielt ansprechen

Die gezielte Ansprache von Akteuren ist von zentraler Bedeutung für Beteiligungsprozesse. Dabei gilt es, passende Argumente für jede Akteursgruppe zu entwickeln, den spezifischen Nutzen und die Vorteile einer Beteiligung im Klimaschutz (oder bei bestimmten Maßnahmen und Aktionen) sowie spezielle Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Um eine zielgruppengerechte Kommunikationsstrategie zu entwickeln, ist es somit hilfreich, zuvor die Prioritäten und Handlungsspielräume der jeweiligen Akteursgruppe zu verstehen. In diesem Zusammenhang kann eine Milieustudie (vgl. Praxisbeispiel S. 21) von Nutzen sein.

Generell gibt es unzählige Möglichkeiten der Akteursansprache – von der klassischen Pressemitteilung bis hin zum persönlichen Anruf. Welche Art der Ansprache eine Kommune auswählt, hängt von der Zielgruppe, der zu vermittelnden Botschaft, den personellen und finanziellen Kapazitäten und vielen weiteren Rahmenbedingungen ab. Im Vorfeld ist es ratsam, zu analysieren, welche Methoden in der Vergangenheit erfolgreich waren – und warum.

Persönliche und individuelle Ansprache

Eine möglichst persönliche und individuelle Ansprache, etwa mit einem Anschreiben, erleichtert in der Regel die Kontaktaufnahme mit den Akteuren. Bei einigen ausgewählten Akteuren, die unerlässlich für den kommunalen Klimaschutz sind, können Einzelgespräche besonders erfolgsversprechend sein – per Telefon oder auch persönlich vor Ort.

Bestehende Kontakte nutzen

Um die Ansprache einzelner Akteursgruppen zu erleichtern und die richtige Ansprechperson für Klima- und Energiethemata in Erfahrung zu bringen, ist es hilfreich, an bestehende gute Kontakte anderer kommunaler Ressorts oder Einrichtungen anzuknüpfen. Bei der Ansprache von Bürgerinnen und Bürgern können zum Beispiel Kolleginnen und Kollegen aus den Fachbereichen Bildung oder Regionalentwicklung weiterhelfen. Wichtige Akteure bei der Ansprache und Aktivierung von Unternehmen sind beispielsweise kommunale Wirtschaftsämter und Wirtschaftsförderungsgesellschaften.

Zusammenarbeit mit Multiplikatoren

Vereine, Verbände, Kammern, Netzwerke etc. bündeln die Interessen zahlreicher einzelner Akteure, sie stehen in einem regelmäßigen Austausch mit ihren Mitgliedern, zeichnen sich durch eine professionelle Organisationsstruktur aus und verfügen in der Regel über Erfahrungen bei der Planung und Umsetzung von Projekten. Durch die Zusammenarbeit mit diesen Einrichtungen können finanzielle und personelle Ressourcen bei der Durchführung gemeinsamer Aktionen gebündelt, Synergien genutzt, Doppelarbeit vermieden und die Reichweite der eigenen Öffentlichkeitsarbeit durch die Nutzung zusätzlicher Verteiler erhöht werden. Wichtige Multiplikatoren sind

beispielsweise Umwelt-, Naturschutz- und Sportvereine, Bauern- und Jugendverbände, Industrie-, Handels-, Handwerks- und Landwirtschaftskammern oder Wirtschafts- und Unternehmensnetzwerke.

Klimaschutz ist „Chefsache“

Eine Ansprache der Akteure über die Oberbürgermeisterin beziehungsweise den Oberbürgermeister oder die Landrätin beziehungsweise den Landrat sichert Aufmerksamkeit und hebt die Wichtigkeit des Themas hervor. Dies gilt auch für die Teilnahme hochrangiger, öffentlicher Personen an Veranstaltungen und Eröffnungsfeiern sowie das Halten von Grußworten oder die Überreichung von Wettbewerbspreisen. Zugleich verschafft sich die Oberbürgermeisterin beziehungsweise der Oberbürgermeister dadurch öffentlichkeitswirksame Auftritte – so haben alle Beteiligten Vorteile.

Ansprechende und anschauliche Informationsmaterialien

Gut aufbereitete, verständliche Informationsmaterialien unterstützen die Sensibilisierung der Akteure für den kommunalen Klimaschutz. Pointierte und humorvolle Inhalte bleiben im Gespräch und verbreiten sich schneller als lange Texte mit vielen fachlichen Details. Auch Fotos, (Info)Grafiken, Comics und Videos sind in der Regel ansprechender als reine Texte. Ein Beispiel für eine ansprechend aufbereitete Veröffentlichung ist die Broschüre „Göttinger Klima-Werkstatt“¹.

Sprache der Zielgruppe sprechen

Damit die Botschaft bei der Zielgruppe ankommt, sollte sie klar und verständlich vermittelt werden. Mag ein wissenschaftlicher Wortschatz bei einem Fachpublikum durchaus angemessen sein, so sollte Fachjargon bei anderen Zielgruppen eher vermieden werden, um ihre Aufmerksamkeit nicht zu verlieren. Beispielsweise ist es ratsam, die sehr fachlichen Inhalte und abstrakten Zielsetzungen des Masterplans in einer bürger- und verbrauchernahen Sprache anschaulich und übersichtlich darzustellen, um die Informationslage über den Masterplan zu verbessern und zur aktiven Beteiligung anzuregen.

Lokalen Bezug herstellen

Bei der Ansprache und Sensibilisierung sollte stets die Bedeutung des Klimaschutzes für die eigene Kommune hervorgehoben und möglichst mit lokalen Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmalen verbunden werden. Der Bezug zum Alltagsleben der Zielgruppe oder auch das Werben mit lokalen Persönlichkeiten weckt Interesse und stärkt das Wir-Gefühl (siehe beispielsweise die Kampagne „EnergieLand 2050“ des Kreises Steinfurt: www.energieland2050.de).

¹ Online verfügbar auf: www.klimaschutz.goettingen.de/pics/medien/1_1370343379/_Booklet_als_pdf.pdf

Konkrete Handlungsmöglichkeiten aufzeigen

Vor Ort ist die Bereitschaft, sich einzubringen, bei vielen Akteuren groß. Oft scheitert die aktive Beteiligung jedoch an fehlendem Wissen über Beitragsmöglichkeiten. Empfehlenswert ist es daher, nicht nur die kommunalen Klimaschutzziele verständlich aufzubereiten und zu kommunizieren, sondern auch konkrete Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen (z.B. Aktionstage, Mitmach-Angebote, Wettbewerbe, Stadtradeln mit der Oberbürgermeisterin beziehungsweise dem Oberbürgermeister).

Missverständnisse und falsche Erwartungen vermeiden

Beteiligung hat Grenzen – diese gilt es offen zu kommunizieren. Entscheidend ist, realistische und, wenn möglich, messbare Ziele zu stecken. Um die Akteure auch langfristig zu motivieren, sollte zudem aufgezeigt werden, in welcher Form die Beteiligungsergebnisse in den Gesamtprozess

einfließen, wie der Prozess nach der Beteiligung weiterverläuft und wann die Akteure erneut einbezogen werden.

Konzentration auf ausgewählte Beteiligungsangebote

Abzurufen ist von einer Überflutung potenzieller Akteure mit Informationen und Angeboten. Vielmehr sollte der Fokus auf wenigen und dafür ansprechenden Beteiligungsangeboten mit klar definierten Zielen liegen.

Klimaschutzziele für 2050 greifbar machen

Der Zeithorizont bis zum Jahr 2050 übersteigt die üblichen Planungsräume vieler Akteure. Demnach ist es ratsam, zusätzliche Etappenziele – etwa 2020 oder 2025 – festzulegen, um das Interesse der verschiedenen Akteure zu wecken. Wichtig dabei: Zum Erreichen der Ziele müssen die jeweils Angesprochenen auch tatsächlich beitragen können, nur dann können sie wirksam angesprochen werden.

3 Beteiligungsangebote und -methoden für einzelne Akteursgruppen

3.1 Formen der Beteiligung

Um Beteiligungen im kommunalen Klimaschutz erfolgreich zu gestalten, bedarf es unterschiedlicher kommunaler Angebote und Methoden. Wie in der nachfolgenden Tabelle dargestellt, variieren diese je nach gewünschtem Ziel der Beteiligung. Grundsätzlich lassen sich Beteiligungsverfahren in zwei Kategorien einteilen: formelle, das

heißt gesetzlich vorgegebene Verfahren (z.B. bei der Bauleitplanung) und informelle, also freiwillig durchgeführte Verfahren (z.B. Werkstätten und Bürgerkonferenzen). Die vorliegende Broschüre konzentriert sich auf informelle Beteiligungsverfahren.

Tabelle: Beispiele für Beteiligungsangebote und -methoden im kommunalen Klimaschutz

Ziel der Beteiligung	Angebot / Methode	Charakteristik
Informieren und Motivieren	Informationsschriften	Schriftliche Materialien für interessierte Bürgerinnen und Bürger wie Aushänge, Beilagen in lokalen Tageszeitungen oder Wurfsendungen
	Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen	Gezieltes Informations- und Fortbildungsangebot für verschiedene Akteursgruppen zu speziellen Themen
	Ausstellungen/ Exkursionen	Anschauliche, leicht verständliche Informationen unter anderem in öffentlichen Räumen; Ideen und Handlungsmöglichkeiten werden aufgezeigt und der Erfahrungsaustausch gefördert
	Kampagnen	Auf ein klares Ziel ausgerichtete, zumeist zeitlich umrissene, gebündelte Informations- und Überzeugungsarbeit zur Mobilisierung der Bevölkerung, häufig in Verbindung mit Aktionen
	Soziale Medien	Bereitstellung von Informationen, Austausch von Meinungen, gezielte Interaktion in offenen oder geschlossenen Foren
Konsultieren	Anhörungen	Gelegenheit für Interessengruppen, sich zu bestimmten Projekten, Konzepten oder Themen zu äußern
	Beiräte	Beratende Funktion, Anregungen und Empfehlungen für Politik und Verwaltung
	Arbeitskreise ohne Entscheidungsbefugnis	Gemeinsame, kontinuierliche Arbeit an inhaltlich klar definierten Themen und Fragestellungen
	Runde Tische und Foren	Beratende Entscheidungsvorbereitung (Empfehlungen und Vorschläge für Politik und Verwaltung) sowie aktives Einwirken und Umsetzungsbegleitung
Kooperieren	Arbeitskreise mit Entscheidungsbefugnis	Gemeinsame, kontinuierliche Arbeit an inhaltlich klar definierten Themen und Fragestellungen mit Entscheidungsbefugnis (beispielsweise zur Verwendung von Fördergeldern)
	Beteiligungsgesellschaften	Möglichkeiten für Bürgerinnen und Bürger, sich als Anteilseigner öffentlicher Anlagen zur Stromerzeugung aus Erneuerbaren Energien für den Klimaschutz zu engagieren (z. B. Bürgersolaranlagen)

Quelle: Eigene Darstellung, verändert und ergänzt in Anlehnung an Bischoff u.a. 2005



Auswahl der Teilnehmungsangebote und -methoden

Bei der Auswahl geeigneter Teilnehmungsangebote und -methoden können folgende Fragestellungen hilfreich sein:

- Welches Ziel verfolgt die Kommune mit der Teilnehmung? Zum Beispiel:
 - für ein Thema zu sensibilisieren,
 - Know-how einzuholen,
 - Akteure zu eigenem Handeln zu motivieren,
 - Akteure als Sponsoren zu gewinnen,
 - Akzeptanz für geplante Klimaschutzmaßnahmen und -projekte zu steigern etc.

• Welche Motivation / welches Eigeninteresse hat die Zielgruppe am Thema Klimaschutz? Zum Beispiel:

- Kostenersparnisse durch Energieeffizienzmaßnahmen,
- positive Außendarstellung,
- Bekanntheitsgrad steigern,
- Steigerung der eigenen Lebensqualität etc.

Das nachfolgende Praxisbeispiel aus Osnabrück zeigt, wie relevante lokale Akteure mit einem eigens gegründeten Klimaschutzbeirat und verschiedenen Facharbeitskreisen erfolgreich in den Masterplanprozess integriert wurden.

Praxisbeispiel

Masterplanbeirat der Stadt Osnabrück

Zielsetzung: Relevante Akteure und Zielgruppen der Stadt erhalten die Möglichkeit der direkten Teilnehmung und Einflussnahme auf die Klimaschutzpolitik. Dadurch möchte die Stadt Osnabrück den Bekanntheitsgrad rund um den Masterplanprozess und die Erreichbarkeit der Stadtgesellschaft erhöhen, die Akzeptanz für politische Entscheidungen im Klimaschutz verbessern, das Know-how in der Region nutzen und neue Impulse für die Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen gewinnen.

Zielgruppe: Institutionen und Organisationen der Osnabrücker Stadtgesellschaft, die für den Klimaschutz relevant sind, für eine größere gesellschaftliche Gruppe sprechen und direkten Ortsbezug vorweisen.

Methode: Auf Grundlage des 1992 gegründeten „Runden Tisches CO₂-Reduzierung“² initiierte die Stadt Osnabrück 2012 den Masterplanbeirat. Er setzt sich aus derzeit 25 stimmberechtigten ständigen Mitgliedern (kommunale und private Unternehmen, Vereine und Verbände, Bildungseinrichtungen, Kammern, Kirchengemeinden, Banken etc.) zusammen. Politik und Verwaltung nehmen ohne Stimmrecht an den Sitzungen teil. In der Phase der Erstellung des

Masterplans begleiteten insgesamt sechs Beiratsteams die Arbeit und befassten sich mit der Konkretisierung der Handlungsfelder sowie der Entwicklung und Priorisierung geeigneter Maßnahmen. Die Beiratsteams³ bestanden aus den Mitgliedern des Masterplanbeirats und zusätzlich einbezogenen Expertinnen und Experten.

Die stimmberechtigten Mitglieder wählen eine Person aus ihrem Kreis zum Vorsitz und eine Person zur Stellvertretung. Der gewählte Vorsitz vertritt die Interessen und die Beschlüsse des Masterplanbeirats in der Projektgruppe⁴, welche den Masterplanprozess in Osnabrück steuert – allerdings ohne Stimmrecht. Auf Grundlage der Vorarbeit der Projektgruppe trifft der Rat der Stadt Osnabrück die verbindlichen Entscheidungen zum Konzept und zur Umsetzung des Masterplans 100 % Klimaschutz. Die Beschlüsse des Masterplanbeirats gelten für die Politik als Empfehlung. Wenn der Rat der Stadt davon abweicht, steht es dem Beirat offen, seine gegenteilige Meinung in der Öffentlichkeit publik zu machen. Die zweistündigen Sitzungen des Masterplanbeirats finden turnusmäßig einmal im Quartal statt, bei Bedarf öfter. Alle Mitglieder können Vorschläge für die Tagesordnung einreichen. Die Organisation der Sitzungen (Tagesordnung, Einladung, Tagungsort) übernimmt die Masterplanmanagerin in Absprache mit dem Vorsitz. Die Moderation und das Protokoll erfolgen durch die Stadtverwaltung.

In der Umsetzungsphase unterstützen die Mitglieder des Masterplanbeirats das Ziel 100 % Klimaschutz aktiv. Der

Masterplanbeirat bündelt in einem jährlichen Bericht sowohl Ergebnisse seiner Sitzungen als auch gemeinsam durchgeführte Projekte und Projekte der einzelnen Mitglieder sowie der durch sie vertretenen gesellschaftlichen Gruppen. Zudem enthält der Bericht eine Stellungnahme mit Bewertungen und Empfehlungen zur Klimaschutzarbeit der Stadtverwaltung. Dieser Bericht wird einmal jährlich im Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt (StUA) vorgestellt, wodurch die Schnittstelle zur Politik erweitert wurde.

Ansprache: Die Stadt Osnabrück lud die relevanten Akteure mit einem persönlichen Brief zur Teilnehmung im Masterplanbeirat ein.

Finanzierung: Die Sitzungen finden in der Regel in den Räumlichkeiten der Stadt oder der Mitglieder statt. Moderations- sowie gelegentliche Referentenkosten werden von der Stadt getragen.

Ergebnis: In der Förderperiode 2012 bis Sommer 2016 tagte der Masterplanbeirat insgesamt 18 Mal. Darüber hinaus fanden sich die einzelnen Beiratsteams mehrmals zusammen. Nach Abschluss der Masterplanerstellung sind die Beiratsteams nicht mehr tätig. Im Zuge der erfolgreichen Erstellung des Masterplans 100 % Klimaschutz setzen neben der Stadt auch die Beiratsmitglieder Maßnahmen zum Klimaschutz um. Zum Beispiel bildet die Industrie- und Handelskammer Osnabrück Energiescouts aus und hat Energieunterricht für Grundschulen angeboten. Des Weiteren setzen sich Institutionen des Beirats wie die Hochschule Osnabrück im Arbeitskreis „Betriebliches Mobilitätsmanagement“ für die Förderung nachhaltiger Mobilität ein. Wiederum andere gründeten einen Kompensationsfonds für Dienstreisen oder initiierten – wie die Lokale Agenda – einen Wettbewerb zum Thema „Klimastadt Osnabrück“.

Herausforderung und Lösungsansatz: Die erfolgreiche Umsetzung des Masterplans erfordert die Mitwirkung der gesamten Osnabrücker Gesellschaft. Daher wirken die Beiratsmitglieder einerseits als Multiplikatoren, um den Klimaschutz in der Bevölkerung in die Breite zu tragen. Andererseits tragen sie selbst durch ihre Maßnahmen zum Klimaschutz bei. Um hier gezielt und effizient vorzugehen, behandeln die Sitzungen jeweils ein Schwerpunktthema, wie zum Beispiel „Betriebliches Mobilitätsmanagement“. Dazu erarbeitete der Masterplanbeirat im Vorfeld eine Prioritätenliste der zu diskutierenden Themen.

Ansprechpartnerin:

Birgit Rademacher, Masterplanmanagerin
Stadt Osnabrück
Fachbereich Umwelt und Klimaschutz
Email: rademacher.b@osnabrueck.de
Telefon: 0541 323-4657

Weitere Informationen:

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ www.osnabrueck.de/gruen/klimaschutz/daten-und-fakten/masterplan-100-klimaschutz.html

² Der Runde Tisch CO₂-Reduzierung setzte sich zum Ziel, den steigenden Energieverbrauch der Stadt Osnabrück und den damit verbundenen Anstieg von CO₂ durch geeignete Maßnahmen zu senken.

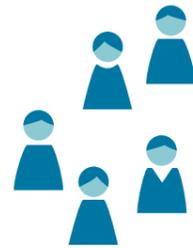
³ Es gab Beiratsteams zu folgenden Schwerpunkten: Teilnehmung, Bildung, Öffentlichkeitsarbeit / Energieeinsparung und Effizienz / Erneuerbare Energien / Mobilität / Ernährung, Beschaffung, Abfallvermeidung / Stadt-Umland-Kooperation.

⁴ Die Projektgruppe dient der Steuerung des Masterplanprozesses. Sie setzt sich aus dem Vorstand für Städtebau, Umwelt, Feuerwehr und Ordnung, den leitenden Personen einzelner Fachbereiche, dem „OsnabrückerServiceBetrieb“, dem Eigenbetrieb „Immobilien und Gebäudemanagement“ sowie der Masterplanmanagerin als stimmberechtigte Mitglieder zusammen.

3.2 Die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern – Beispiele aus der Praxis

Der erste Schritt zur Mobilisierung und Begeisterung aller Bürgerinnen und Bürger für den Klimaschutz ist das Vorleben von guten Beispielen. Dies zeigt eindrucksvoll unsere Rostocker Energietour, bei der engagierte Unternehmen und Institutionen jährlich mit viel Tatenkraft als Multiplikatoren in die Stadtgesellschaft wirken.

Roland Methling, Oberbürgermeister der Hansestadt Rostock



Bedeutung der Bürgerbeteiligung

Dass Bürgerinnen und Bürgern eine entscheidende Rolle im Klimaschutz zukommt, ist unbestritten: Einerseits ist ihre Unterstützung ausschlaggebend für die erfolgreiche Umsetzung geplanter Klimaschutzmaßnahmen. Wenn nicht bereits im Vorfeld der Planungen Akzeptanz für vorgesehene Maßnahmen aufgebaut wurde, greifen enttäuschte Bürgerinnen und Bürger nicht selten auf Verfahren der direkten Demokratie (Bürgerbegehren, Volksentscheide etc.) zurück, um das geplante Projekt zu verhindern. Akzeptanz für und Identifikation mit Klimaschutzmaßnahmen sind somit zentrale Ziele der Bürgerbeteiligung.

Andererseits sind Bürgerinnen und Bürger für einen Großteil der THG-Emissionen selbst verantwortlich. Von der Nutzung öffentlicher und klimafreundlicher Verkehrsmittel, über energiesparendes Verhalten (Raumwärme, Beleuchtung, Elektrogeräte etc.) und die energetische Sanierung von Privathäusern bis hin zu nachhaltigen Konsumentscheidungen: Ohne das Engagement und die Verhaltensänderung der Bevölkerung hin zu klimafreundlichem Handeln sind ambitionierte Klimaschutzziele nicht zu erreichen. Bürgerinnen und Bürger für das Thema Klimaschutz zu sensibilisieren und sie zu klimafreundlichem Handeln zu motivieren, sind somit wichtige Ziele der Bürgerbeteiligung.

Darüber hinaus verfügen Bürgerinnen und Bürger oft über gute Kenntnisse der kommunalen Gegebenheiten und ein nicht zu unterschätzendes Fachwissen. Ihre aktive Einbindung in Facharbeitsgruppen oder Planungsworkshops kann dazu beitragen, die Qualität von Konzept- und Maßnahmenplanung zu verbessern.

Herausforderungen bei der Beteiligung

Der Notwendigkeit des Klimaschutzes sind sich viele Bürgerinnen und Bürger zunehmend bewusst. Dennoch führt dieses Bewusstsein nicht zwangsläufig zu einer aktiven Beteiligung im kommunalen Klimaschutz oder zu eigenem klimaschonenden Handeln. Die Gründe hierfür sind vielfältig. Oft scheitert die aktive Beteiligung schlicht an fehlendem Wissen über Beitragsmöglichkeiten. Aber auch Zeitmangel und fehlendes Interesse am Thema Klimaschutz stellen Herausforderungen bei der Beteiligung dar. Vielfach wird Klimaschutz mit Verzicht, einer Einschränkung der Lebensqualität und der persönlichen Freiheit oder höheren Kosten assoziiert. Dabei kann klimafreundliches Verhalten durchaus einen Gewinn an Lebensqualität bedeuten. Häufig ist

auch die Einsicht in die eigene Verantwortung wenig ausgeprägt – „Andere“ (der Staat, die Wirtschaft, die Kommunalverwaltung etc.) sollen erst einmal tätig werden. Hinzu kommt, dass sich viele Bürgerinnen und Bürger vom Klimawandel nicht persönlich betroffen fühlen, da die Folgen im Alltag bisher nicht spürbar sind beziehungsweise diesen nur schleichend verändern werden.

Allgemeine Hinweise für eine Beteiligung

Wichtig ist es, die Bürgerinnen und Bürger regelmäßig über Beteiligungsmöglichkeiten zu informieren und auf die positiven Nebeneffekte von Klimaschutzmaßnahmen hinzuweisen (Einsparung von Energiekosten, höhere Lebensqualität, Steigerung der regionalen Wertschöpfung, Schaffung von Arbeitsplätzen, Vorteile für die Gesundheit etc.). Zusätzlich empfiehlt es sich, stets einen lokalen Bezug zum Thema Klimaschutz herzustellen, aktives „Mitmachen“ zu ermöglichen und die Bürgerinnen und Bürger auf der Quartiers- oder Dorfebene abzuholen: beispielsweise durch Müllbeutelaktionen, Mitmachaktionen wie „Alt gegen Neu“ oder Kampagnen zur energetischen Gebäudesanierung. Zusätzlich ist es ratsam, die Lebensphasen der Bürgerinnen und Bürger zu berücksichtigen und unterschiedliche Angebote, beispielsweise für Schülerinnen und Schüler, Familien, Rentnerinnen und Rentner etc., zu entwickeln.

Da die Beteiligung einzelner Bürgerinnen und Bürger oft mit einem hohen Organisationsaufwand verbunden ist, lohnt in vielen Fällen die Ansprache über Vereine und Verbände. Diese bündeln die Interessen zahlreicher einzelner Personen, zeichnen sich durch eine professionelle Organisationsstruktur aus und verfügen in der Regel über Erfahrungen bei der Planung und Durchführung von Projekten. In der Praxis zeigt sich außerdem, dass Aktionen vor allem dann erfolgreich sind, sobald eine „kritische Masse“ an Personen mitmacht. Wenn also erst einmal einige Mitglieder aus einem Verein bei einer Aktion dabei sind, verbreiten sich die Informationen über und die Begeisterung für diese Aktion selbstständig weiter und die Zahl der sich beteiligenden Bürgerinnen und Bürger steigt an.

Die folgenden Praxisbeispiele zeigen bewährte Methoden zur Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern bei der Masterplanerstellung und Umsetzung von Maßnahmen sowie Aktionen, die zu eigenem Handeln motivieren können, auf.

Literaturtipps

- Ria Müller, Jan Hildebrand, Dr. Frieder Rubik, Diana Rode, Sigrid Söldner, Sabine Bietz, Der Weg zum Klimabürger. Empfehlungen aus dem Forschungsprojekt Klima-Citoyen, o.O. 2016.
- Servicestelle: Kommunal Klimaschutz beim Deutschen Institut für Urbanistik gGmbH (Hrsg.), Klimaschutz & Partizipation. Akteursbeteiligung im kommunalen Klimaschutz, Köln 2015.
- Patrizia Nanz, Miriam Fritsche, Handbuch Bürgerbeteiligung, Bonn 2012.
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt Berlin (Hrsg.), Handbuch zur Partizipation, Berlin 2011.
- Umweltbundesamt (Hrsg.), Das 3x3 einer guten Öffentlichkeitsbeteiligung bei Großprojekten, Status-quo und Perspektiven, Dessau-Roßlau 2017.

Praxisbeispiele zur Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern

Bürgerkonferenz und Bürgerwerkstatt in Heidelberg

Zielsetzung: Die im „Heidelberg-Kreis Klimaschutz und Energie“⁵ entwickelten Maßnahmen des Masterplans 100 % Klimaschutz durch Ideen der Heidelberger Bürgerinnen und Bürger zu ergänzen, um dadurch die Akzeptanz und Identifikation mit den geplanten Klimaschutzprojekten sowie die Motivation zu eigenem Handeln zu steigern. Denn rund 40 Prozent des gesamten CO₂-Ausstoßes werden in Heidelberg durch private Haushalte verursacht.

Methode: Die Stadt Heidelberg organisierte Anfang 2013 zwei Bürgerkonferenzen und eine Bürgerwerkstatt mit insgesamt rund 120 Teilnehmenden. Die drei Veranstaltungen fanden jeweils nachmittags in einem Abstand von vier Wochen statt, damit auch Interessierte, die durch Arbeit oder Ausbildung zeitlich gebunden sind, partizipieren konnten. Des Weiteren organisierte die Stadtverwaltung eine Kinderbetreuung, um Eltern die Teilnahme zu erleichtern. Durch den vierwöchigen Abstand zwischen den einzelnen Veranstaltungen stand den Teilnehmenden genügend Zeit zur Verfügung, die Ergebnisse in den jeweiligen gesellschaftlichen Gruppierungen oder im privaten Umfeld zu diskutieren und zu überdenken. Die Auftaktkonferenz diente der Sammlung von Ideen, die bei der anschließenden Bürgerwerkstatt weiterentwickelt wurden. Die Stadtverwaltung verzichtete bei dieser zweiten Veranstaltung bewusst auf eine Moderation, sodass die Teilnehmenden die vorher gesammelten Ideen selbstständig zu Projekten ausarbeiteten und sich stärker mit den Projekten identifizieren konnten. Die zweite Bürgerkonferenz diente dazu, die Ergebnisse vorzustellen.

Ansprache: Die Werbung erfolgte flächendeckend in allen Heidelberger Haushalten über das wöchentlich erscheinende Amtsblatt. Ein Einleger mit Rücksendekarte vereinfachte dabei die Anmeldung für die Bürgerinnen und Bürger.

Ergebnis: Der Beteiligungsprozess führte zur Ergänzung des Masterplans um die Handlungsfelder Konsum und Ernährung sowie Bildung. Die Teilnehmenden bewerteten die in der Bürgerwerkstatt erarbeiteten Vorschläge nach Erfolgsaussichten und Motivationspotential, Dringlichkeit und Innovationsgrad, aber auch nach Zielgruppengröße sowie Kosten. Daraus entstanden 13 Mitmachprojekte (z. B. „Heidelberger Veggie Day“, Konsumgüter-Sharing), von denen ein Teil bereits als erfolgreich abgeschlossen gilt. Andere wiederum befinden sich noch in der Umsetzung oder wurden als fortlaufende Projekte verstetigt.

Herausforderung und Lösungsansatz: Die Realisierung der entwickelten Maßnahmen erforderte den Beschluss durch den Gemeinderat, wodurch sich die Umsetzung der Projekte teilweise verzögerte. Viele der Teilnehmenden hätten ihre Projektideen jedoch gerne unmittelbar im Anschluss an die Konferenzen und die Werkstatt umgesetzt. Aus diesem Grund öffnete die Stadtverwaltung die an der Maßnahmenumsetzung arbeitenden Arbeitsgruppen im „Heidelberg-Kreis“ für Bürgerinnen und Bürger. Zusätzlich vermittelte sie Engagierte in Vereinsprojekte weiter.

Ansprechpartnerin:

Christine Fiedler, Klimaschutzmanagerin
Stadt Heidelberg
Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht
und Energie, Abteilung Energie
Email: Christine.Fiedler@Heidelberg.de
Telefon: 06221 58-45603

Weitere Informationen:

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ www.heidelberg.de/Masterplan100

Im Themenheft „Klimaschutz und Partizipation“ (Hrsg.: Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler Klimaschutz beim Deutschen Institut für Urbanistik gGmbH) finden sich ausführliche Informationen zur Bürgerbeteiligung in Heidelberg sowie die „Klima-Werkstatt Göttingen“ als ein weiteres gelungenes Praxisbeispiel für Bürgerkonferenzen und Bürgerwerkstätten.

→ www.difu.de/publikationen/2015/klimaschutz-partizipation.html



Rege Beteiligung bei einer Bürgerkonferenz in Heidelberg

⁵ Der seit 2002 bestehende „Heidelberg-Kreis Klimaschutz und Energie“ entwickelte den Masterplan 100 % Klimaschutz maßgeblich mit und ist mit dessen Umsetzung beschäftigt. Er setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Wirtschaft, der Verbände, des Handwerks, der Architektur, der Kammern, der Universität, der Sparkasse, der Stadtwerke und der Verwaltung zusammen.

„Verein zur Förderung der natürlichen Lebensgrundlagen e.V.“ in der Gemeinde Burbach

Zielsetzung: Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen und relevante Institutionen sollen Maßnahmen des Masterplans 100 % Klimaschutz außerhalb des kommunalen Einflussbereiches umsetzen. Für die Durchführung der Aktivitäten bedarf es der Einwerbung zusätzlicher finanzieller Mittel, da diese innerhalb der Verwaltung nicht ausreichend zur Verfügung stehen. Hierfür sah der Masterplan zunächst die Gründung einer „Projekträgergesellschaft“ vor. Nach Klärung der rechtlichen und wirtschaftlichen Möglichkeiten entschied sich die Gemeinde schließlich für die Initiierung eines Vereins.

Methode: Nach einer persönlichen, telefonischen Ansprache durch die Klimamanagerin fanden sich Mitte 2014 rund zehn engagierte – der Burbacher Öffentlichkeit bekannte – Personen in einem Initiativkreis zusammen. Dazu gehörten zum Beispiel ehrenamtliche Energieberaterinnen und -berater, ehemalige Mitglieder des früheren Klimabeirates zur Entwicklung des Masterplans und aus verschiedenen politischen Ausschüssen sowie ein Rechtsanwalt. In insgesamt drei Workshops wurden der Masterplan mit Hilfe vielfältiger Moderationstechniken erläutert, Ideen für einen weiteren Fahrplan diskutiert und ein gemeinsames Verständnis innerhalb des Initiativkreises entwickelt. Am Ende dieses Prozesses entschieden sich die Beteiligten dazu, einen Verein zu gründen. Schwerpunkte des Vereins sollten die zielgruppengerechte Vorbereitung und Initiierung von Klimaschutzprojekten sein. Außerdem sollte der Verein dazu beitragen, ein Bewusstsein für das Thema Klimaschutz zu schaffen und die Klimaschutzaktivitäten auf eine breite bürgerliche und unternehmerische Basis zu stellen.

Ansprache: Neben der gängigen Öffentlichkeitsarbeit (Flyer, Amtsblatt, etc.) warben die Personen aus dem Initiativkreis in ihren persönlichen Netzwerken für die Gründung und die geplanten Aktivitäten des Vereins. Dabei wurde stets berücksichtigt, dass das Thema Klimaschutz für viele Menschen schwer fassbar ist. Aus diesem Grund vermied es der Initiativkreis auch, den Begriff „Klimaschutz“ im Vereinsnamen zu verwenden. Um zum Mitmachen zu motivieren, sollte das Thema Klimaschutz viel stärker an die Lebensrealität angepasst werden.

Ergebnis: Anfang 2015 fand die Gründungsversammlung mit insgesamt 39 Personen statt, von denen 24 die Mitgliedschaft im „Verein zur Förderung der natürlichen Lebensgrundlagen e.V.“ beantragten. Viele der inzwischen 50 Mitglieder engagieren sich in einer der fünf Arbeitsgruppen (Energie, Abfall und Recycling, Lebendige Gewässer, Unternehmen Energiewende, Nachhaltiger Lebensstil) und setzen Klimaschutzaktivitäten um. Bei den Projekten wird stets darauf geachtet, dass vor allem der Umweltschutz sowie die Verbesserung der Lebensqualität und weniger das Thema



Vorstandsmitglieder des „Vereins zur Förderung der natürlichen Lebensgrundlagen e. V.“, 2015

Klimaschutz im Vordergrund stehen. Zum Beispiel erhielt jeder Burbacher Haushalt eine Mehrwegtasche mit zusätzlichen Informationen über den Verein sowie zu den Themen Plastikvermeidung und Recycling. Bei der „1.000-Lichter-Aktion“ verschenkte der Verein im Zeichen des Energieparens 1.000 LED-Lampen. Anfang 2017 wurde ein Imagefilm für den Masterplan über den Verein produziert. Dabei stehen zwar das Thema Klimaschutz, nicht aber die Kommunalverwaltung, sondern die Bürgerinnen und Bürger mit ihren vielen Potentialen im Vordergrund. Durch solche und weitere Projekte – entweder ganz ohne unmittelbaren Bezug zum Thema Klimaschutz oder mit persönlichem Identifikationspotential für den Einzelnen – sind auch viele für den Klimaschutz eher unübliche Akteure, wie beispielsweise ein Theater, Teil des Vereins geworden.

Finanzierung: Mit den insgesamt eher geringen Mitgliedsbeiträgen (24 Euro/48 Euro/240 Euro im Jahr je Privatperson/Gemeinnützige Organisation/Unternehmen) lassen sich die Projekte nur zum Teil finanzieren. Bei der „1.000-Lichter-Aktion“ übernahmen zwei regionale Unternehmen die Kosten für die Leuchten. Des Weiteren erstattet der Verein mehrmals im Jahr im Umweltausschuss Bericht und hat dadurch die Möglichkeit, die Politik für die eigenen Anliegen und die Finanzierung eventueller Budgetlücken zu gewinnen.

Herausforderung und Lösungsansatz: Bisher finden sich nur wenige junge Menschen in den Arbeitsgruppen wieder. Durch jugendgerechte Aktionen soll das Thema Klimaschutz an Jugendliche herangetragen und diese zur Mitwirkung im Verein motiviert werden. Im Rahmen einer durch den Verein betreuten Klimaschutz-AG wird zum Beispiel mit Schülerinnen und Schülern ein Theaterstück zur nächsten „Earth Hour“ einstudiert.

Ansprechpartnerin:

Carolin Vomhof-Kettner, Klimamanagerin
Gemeinde Burbach
Fachbereich 3 – Bauen, Wohnen, Umwelt
Email: c.vomhof-kettner@burbach-siegerland.de
Telefon: 02736 45-35

Weitere Informationen:

Offizielle Homepage des Vereins
→ www.natuerliche-lebensgrundlagen.de

Masterplan 100 % Klimaschutz

→ <http://klima.burbach-siegerland.de/Klimaschutz-in-Burbach/Konzepte-und-Ma%C3%9Fnahmen>

Heidelberg Jugendklimagipfel

Zielsetzung: Stärkung der Jugendbeteiligung zum Thema Klimaschutz in der Stadt Heidelberg.

Methode: Der Jugendklimagipfel ist ein zweitägiger Workshop, in dem sich Schülerinnen und Schüler ab der 8. Klasse (im Alter von 14 bis 21 Jahren) über die Folgen der globalen Erwärmung, deren mittel- und langfristige, lokale und globale Folgen sowie über kommunalpolitische Handlungsfelder des Klimaschutzes informieren und austauschen. Im Laufe der Veranstaltung erarbeiten die Jugendlichen Handlungsempfehlungen, die sie der Kommunalpolitik und der Presse präsentieren. Außerdem werden diese Handlungsempfehlungen dem Heidelberger Jugendgemeinderat für seine politische Arbeit zur Verfügung gestellt.

Ansprache: Der Jugendklimagipfel wurde erstmals 2007 durch den BUND Heidelberg organisiert, der Mitglied im „Heidelberg-Kreis Klimaschutz und Energie“⁶ ist. Durch seinen Erfolg und den partizipativen Ansatz wurde der Jugendklimagipfel als Maßnahme in den Masterplan 100 % Klimaschutz aufgenommen. Die Bewerbung der Veranstaltung erfolgt an Heidelberger Schulen über die Schulleitungen, Umweltbeauftragte sowie Lehrerinnen und Lehrer, die Energieteams („E-Teams“) betreuen. Dabei wird die Veranstaltung in erster Linie kurz vor den Sommerferien bei den Jugendlichen beworben. In der Vergangenheit hat es sich jedoch bewährt, nach den Schulferien nochmals auf die Veranstaltung hinzuweisen.

Finanzierung: Die direkte Einbindung der Schulen für die Bewerbung der Veranstaltung verringert die Kosten für Öffentlichkeits- und Pressearbeit. Zusätzlich wirbt der BUND über den Stadtjugendring Heidelberg in dessen Jugendorganisationen. Die Finanzierung der Veranstaltung erfolgt durch den BUND und den Klima-Strom-Fonds der Stadtwerke Heidelberg (ebenfalls Mitglied im „Heidelberg-Kreis“).

Begleitende Maßnahmen: Der Oberbürgermeister fungiert als Schirmherr und hebt dadurch die Bedeutung des Jugendklimagipfels bei den Eltern und jungen Bürgerinnen und Bürgern der Stadt Heidelberg hervor.

Ergebnis: Während der Projektlaufzeit des Masterplans 100 % Klimaschutz fanden insgesamt drei Jugendklimagipfel mit jeweils rund 30 Jugendlichen statt.

Herausforderung und Lösungsansatz: Die vermittelten Inhalte wurden im Anschluss an den Jugendklimagipfel nur selten an die Mitschülerinnen und Mitschüler transportiert. Um diesen Wissenstransfer zu stärken, wollen BUND Heidelberg, Stadtverwaltung und Schulen in einem ersten Schritt prüfen, inwiefern sich die Aktivitäten der „E-Teams“ mit dem Jugendklimagipfel verknüpfen lassen. Seit 1995 bringen diese Teams, die sich aus Schülerinnen und Schülern, Lehrerinnen und Lehrern sowie Hausmeisterinnen und Hausmeistern zusammensetzen, die Idee des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit voran. Ob in Grundschulen, Gemeinschafts- und Realschulen, Gymnasien oder Berufsschulen: Die Energieteams behalten zum Beispiel den Energieverbrauch der Schule im Auge oder entwickeln Maßnahmen, um durch Verhaltensänderungen Energie effizienter zu nutzen.

Ansprechpartnerin:

Christine Fiedler, Klimaschutzmanagerin
Stadt Heidelberg
Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie
Abteilung Energie
Email: Christine.Fiedler@Heidelberg.de
Telefon: 06221 58-45603

Weitere Informationen:

Offizielle Homepage zum Jugendklimagipfel
→ www.vorort.bund.net/jugendklimaworkshop.de

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ www.heidelberg.de/Masterplan100



Workshop im Rahmen des Heidelberger Jugendklimagipfels

Wettbewerb „Bürgerprojekte zum Klimaschutz“ in der Stadt Marburg und im Landkreis Marburg-Biedenkopf

Zielsetzung: Den Bürgerinnen und Bürgern zu zeigen, dass jede und jeder einen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann, und dass es vielfältige Möglichkeiten gibt, den Klimaschutz als Einzelperson oder gemeinsam mit anderen voranzubringen. Darüber hinaus sollte das vielfältige Engagement der Bevölkerung gewürdigt und zum Nachahmen angeregt werden.

Zielgruppe: Einzelpersonen, Vereine und Organisationen, Bildungsträger sowie kleine und mittlere Unternehmen.

Methode: Seit 2014 werden in der Stadt Marburg und im Landkreis Marburg-Biedenkopf jährlich bestehende oder geplante „Bürgerprojekte“, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten, im Rahmen eines Wettbewerbs ausgezeichnet und gefördert. Die Auszeichnung umfasst sowohl eine finanzielle Unterstützung in Höhe von bis zu 1.000 Euro je Projekt als auch eine organisatorische Begleitung bei der Umsetzung. Um den Bürgerinnen und Bürgern eine aktive Teilhabe am gesamten Prozess zu ermöglichen, werden die Teilnahmebedingungen für den Wettbewerb (z. B. Zielgruppe und Auswahlverfahren) jährlich neu in einer Ideenwerkstatt mit Interessierten aus der Region diskutiert. Dieses dynamische Verfahren fördert den Mitmach- und Mitentscheidungsdenken und hält den Prozess lebendig. Auch die Entscheidung darüber, welche Projekte am Ende die Förderung erhalten, fällen die Bürgerinnen und Bürger (via Post, Telefon, E-Mail oder internetbasiertem Formular) gemeinsam mit einer Jury. Diese besteht zum Großteil aus Fachexpertinnen und -experten und variiert ebenfalls von Jahr zu Jahr. 2016 wurde die Jury auf Wunsch der Teilnehmenden der Ideenwerkstatt beispielsweise um einen „Zufallsbürger“ erweitert.

Finanzierung: Insgesamt stellen Stadt und Landkreis jährlich 16.000 Euro aus ihren Haushalten für den Wettbewerb zur Verfügung; davon sind 5.000 Euro für begleitende Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit bestimmt. Darüber hinaus schufen sie je eine viertel Personalstelle für die Betreuung des Wettbewerbs.

Zusätzliche Angebote: Um die Fortführung und Weiterentwicklung der Projekte zu unterstützen, bieten Landkreis und Stadt Projektwerkstätten für alle Teilnehmenden an. Auf diese Weise sollen sowohl der Austausch und die Vernetzung zwischen den einzelnen Projekten gefördert als auch weitere Informationen zu Projektmanagement, Finanzierungsmöglichkeiten und Verstärkung vermittelt werden. Zudem lernen die Teilnehmenden wie sie ihre Projekte durch Öffentlichkeitsarbeit bekannt machen und neue Mitstreitende gewinnen können.

Ansprache/Öffentlichkeitsarbeit: Unterschiedliche Printmedien wie Plakate und Postkarten, ein Banner am hochfrequentierten Oberstadt-Aufzug, die durch den Landkreis herausgegebene Zeitschrift „ERNA – ERneuerbar und NACHhaltig“ sowie Artikel im Marburger Stadtmagazin machten auf den Wettbewerb aufmerksam. Eröffnet wird der Wettbewerb jedes Jahr mit einer öffentlichkeitswirksamen Startaktion. So ließ man 2014 beispielsweise 99 Luftballons aus abbaubarem Naturkautschuk vom Marburger Schloss aus steigen. An den Luftballons hingen Postkarten, die eine kurze Beschreibung des Wettbewerbs umfassten und zum Mitmachen aufriefen.

Ergebnis: Jedes Jahr wurden bisher weit über 20 Ideen eingereicht – vor allem von Vereinen, Bildungsträgern und Privatpersonen aus nahezu dem gesamten Landkreis. Daraus wurden in der Regel zehn bis elf Gewinnerprojekte ausgewählt und im Rahmen eines Festaktes ausgezeichnet und vorgestellt. An der Abstimmung über die Gewinnerprojekte nahmen jeweils mehr als 3.000 Personen teil. Darüber hinaus wird die Homepage des Landkreises zum Start des Wettbewerbs stets deutlich öfter aufgerufen als normalerweise. Und durch die begleitende Öffentlichkeitsarbeit sowie die Eigenwerbung der Teilnehmenden wird das Thema Klimaschutz in die Breite getragen.



Start des Wettbewerbs „Bürgerprojekte zum Klimaschutz“ im Jahr 2014

Herausforderung und Lösungsansatz: Eine Herausforderung lag darin, die Wettbewerbsbestimmungen verwaltungskonform zu gestalten – etwa in Bezug auf die Frage, inwiefern die Kommune Entscheidungskompetenzen an die Bürgerinnen und Bürger abgeben darf. Im Vorfeld der Planung ist daher eine Absprache mit dem Rechtsamt empfehlenswert. Da die Finanzhoheit beim Kreis liegt und die Mittel nicht einfach ausgezahlt werden können, ist ebenfalls zu bedenken, dass die Prüfung der Gewinnerprojekte sowie die Gewinnausschüttung durchaus aufwendig ausfallen können.

⁶ Der seit 2002 bestehende „Heidelberg-Kreis Klimaschutz und Energie“ entwickelte den Masterplan 100 % Klimaschutz maßgeblich mit und ist mit dessen Umsetzung beschäftigt. Er setzt sich unter anderem aus Vertreterinnen und Vertretern der Wirtschaft, der Verbände, des Handwerks, der Architektur, der Kammern, der Universität, der Sparkasse, der Stadtwerke und der Verwaltung zusammen.

Empfehlungen: Bei der Durchführung der Ideenwerkstatt bewährte es sich, die Verwaltungskolleginnen und -kollegen aus den betroffenen Bereichen wie Bildung oder Regionalentwicklung mit einzubeziehen. Da bei der Festlegung der Teilnahmebedingungen unterschiedliche Bedürfnisse berücksichtigt werden müssen, empfiehlt sich außerdem eine externe, professionelle Moderation der Ideenwerkstatt.

Ansprechpartner:

Thomas Madry, Masterplanumsetzungsmanager
Landkreis Marburg-Biedenkopf
Fachbereich Ländlicher Raum und Verbraucherschutz
Email: MadryT@marburg-biedenkopf.de
Telefon: 06421 405-6219

Weitere Informationen:

„Bürgerprojekte zum Klimaschutz“
→ www.klimaschutz.marburg-biedenkopf.de/buergerprojekte

Masterplan 100 % Klimaschutz

→ <http://klimaschutz.marburg-biedenkopf.de/privatperson/klimastrategie-2050/strategie/masterplan/>

Wettbewerb „Stromfresser gesucht“ im Landkreis Marburg-Biedenkopf

Zielsetzung: Bürgerinnen und Bürger durch Information und Aufklärung für das Thema Haushaltsstrom zu sensibilisieren, ihnen Einsparpotentiale aufzuzeigen und sie zu einem sparsamen Strom- und Wasserverbrauch sowie dem Austausch alter Elektrogeräte zu motivieren.

Methode: Seit 2014 schrieb das Klimaschutzteam des Landkreises Marburg-Biedenkopf dreimalig einen Wettbewerb zur Suche nach den größten „Stromfressern“ – das heißt ineffizienten Elektrogeräten – in Privathaushalten aus. 2014 begab man sich auf die Suche nach der ältesten Kühl-Gefrier-Kombination, 2015 nach den fünf ältesten Waschmaschinen und 2016 wurde unter allen eingereichten Röhrenfernsehern ein neuer hocheffizienter Apparat verlost.⁷ Die Geräte stellte jeweils ein Elektrohändler beziehungsweise ein Hersteller kostenlos zur Verfügung. Im Gegenzug wurde die Firma als Sponsor in Presseinformationen und auf Plakaten genannt, die zu der Aktion veröffentlicht wurden. Die Siegerinnen und Sieger bekamen die Gewinne des jeweiligen Wettbewerbs von der Landrätin und dem ersten Beigeordneten persönlich überreicht.

Ansprache/Öffentlichkeitsarbeit: In seinem halbjährlich erscheinenden Magazin „ERNA – ERneuerbar und NACHhaltig“ informierte der Landkreis stets über den aktuellen Wettbewerb und gab zusätzlich Tipps zum Stromsparen im

Haushalt. Da der Landkreis das 16-seitige Magazin in einer Auflage von 108.000 Stück an alle Haushalte kostenlos verteilt, wurden die Informationen zum Wettbewerb immer breit gestreut. Zusätzlich wurden etwa 10.000 Exemplare an öffentlichen Stellen ausgelegt und auf Veranstaltungen verteilt.

Darüber hinaus machten Pressemitteilungen, Radiobeichte und Plakate auf den Wettbewerb aufmerksam. Zudem ließ der Landkreis zwei Kurzvideos zum Thema Energiesparen durch eine extern beauftragte Agentur erstellen. Die Filme „Stromfresser im Haushalt“ und „Wärmeschlucken“ werden auch weiterhin auf der Internetseite sowie im Kino und auf Veranstaltungen gezeigt und im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit genutzt. Zur Außendarstellung entwickelte die Agentur außerdem ein Maskottchen: den „Stromfresser“. Dieser begleitet das Klimaschutzteam bei allen Aktionen und Veranstaltungen rund um das Thema Stromsparen. Auf Verbrauchermessen werden darüber hinaus anhand von Beispielgeräten Einsparpotentiale von effizienten Haushaltsgeräten vorgestellt.



Eine aus den 60er Jahren stammende Waschmaschine wird durch eine neue ersetzt (v.l.n.r.): Thomas Madry (Fachdienst Klimaschutz und Erneuerbare Energien des Kreises), Harald Kühn (Expert-Medialand), Landrätin Kirsten Fründt und der Gewinner Matthias Balz aus Marburg

Finanzierung: Aufgrund der Zusammenarbeit mit regionalen Elektrofachhändlern beziehungsweise Herstellern lag der kommunale Eigenanteil nur bei circa 500 Euro (ohne Aufwand für die Entwicklung des Maskottchens und die Erstellung der Kurzvideos). Auch den Zeitaufwand für die Betreuung des Wettbewerbs beschreibt die Kommune als gering.

Ergebnis: Insgesamt 580 Bürgerinnen und Bürger schickten in den drei Jahren des Wettbewerbs Fotos, Daten und Geschichten rund um ihre „Stromfresser“ an das Klimaschutzteam. Anhand des Siegergerätes konnte anschaulich vermittelt werden, wie viel Geld durch einen Tausch eingespart werden kann und wie schnell sich die Kosten für ein

Neugerät amortisieren. Im dreijährigen Wettbewerbszeitraum gab es zusätzlich zu den Veröffentlichungen im kreiseigenen Magazin „ERNA“ weitere zwölf Artikel in Printmedien. Der begleitende Kurzfilm erreichte rund 54.000 Kinoszauer.

Herausforderung und Lösungsansatz: Gewinnspiele erfordern die Erarbeitung von Teilnahmebedingungen, die idealerweise durch das Rechtsamt oder eine andere verantwortliche Stelle geprüft und freigegeben werden sollten. Eine entsprechende Vorlage vereinfacht die Ausrichtung weiterer Gewinnspiele. Zur Ermittlung eines Sponsoring-Partners sollten im Vorfeld des Wettbewerbs vorsorglich alle eingetragenen Elektrohändler im Gebiet der Kommune angeschrieben werden. So können Vorbehalte bezüglich eines Eingriffs in den Wettbewerb vermieden werden.

Die Suche nach dem jeweils ältesten Gerät war sehr zeintensiv und nur möglich, wenn über entsprechende Kaufbelege oder den Abgleich der Seriennummer mit den jeweiligen Herstellern das Produktionsjahr abgeglichen werden konnte. Im Jahr 2016 wurde daher unter allen eingesendeten Altgeräten ein Neugerät verlost und somit der Arbeitsaufwand für die Recherche der Produktionsjahre vermieden.

Hilfestellung für andere Kommunen: Der Landkreis Marburg-Biedenkopf stellt anderen Kommunen – nach Abschluss eines Nutzungsvertrags – alle begleitenden Werbematerialien (Werbefigur „Stromfresser“ sowie den Kurzfilm zum Thema Haushaltsstrom, der mit dem eigenen Logo versehen werden kann), Vertragsunterlagen sowie die Teilnahmebedingungen für den Wettbewerb kostenlos zur Verfügung. Seinen Ursprung hatte der Wettbewerb in der Stadt Rheine, wo seit dem Jahr 2009 in bislang sieben Kategorien die ältesten Geräte gesucht und als „Stromfresser“ in einer öffentlichen Ausstellung präsentiert werden. Weitere Informationen unter www.unser-plan.de.

Ansprechpartner:

Thomas Madry, Masterplanumsetzungsmanager
Landkreis Marburg-Biedenkopf
Fachbereich Ländlicher Raum und Verbraucherschutz
Email: MadryT@marburg-biedenkopf.de
Telefon: 06421 405-6219

Weitere Informationen:

„Stromfresser“ gesucht
→ www.klimaschutz.marburg-biedenkopf.de/stromfresser

Masterplan 100 % Klimaschutz

→ <http://klimaschutz.marburg-biedenkopf.de/privatperson/klimastrategie-2050/strategie/masterplan/>

Milieustudie der Stadt Osnabrück

Zielsetzung: Mit einer auf spezifische Zielgruppen ausgerichteten Öffentlichkeitsarbeit möchte die Stadt Osnabrück die verfügbaren finanziellen Mittel zielgerichtet einsetzen, die Wirkung ihrer Kommunikation zum Thema Klimaschutz bei den Bürgerinnen und Bürgern erhöhen und sie so, konkret an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst, zum Mitmachen bei Klimaschutzaktivitäten motivieren.

Methode: Eine Milieustudie⁸ sollte Aufschluss darüber geben, welche Motive und Hemmnisse in den verschiedenen Bevölkerungsgruppen der Stadt Osnabrück bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen existieren. Das von der Verwaltung beauftragte Institut befragte die Bevölkerung zu ihrer Affinität zum Klimaschutz in den Handlungsfeldern Haushalt (Energiesparendes Verhalten), energetische Modernisierung (Sanierung, Nutzung Erneuerbarer Energien-Anlagen) und klimaschonende Mobilität (Alltagsverhalten). Hieraus leitete das Institut allgemeine Empfehlungen ab, welche Klimaschutzmaßnahmen und Projekte sich für verschiedene Zielgruppe eignen und welche Kanäle und Sprache darauf aufbauend für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollten. Zusätzlich führte das Institut im Zeitraum von Juli bis August 2013 etwa eineinhalbstündige leitfadengestützte Telefoninterviews mit gesellschaftlichen Akteuren (z. B. Wohnungsbaugenossenschaften, Caritas, Handwerkskammer, ADAC) in der Stadt Osnabrück durch.

Zielgruppe: Um sicherzustellen, dass die Befragten einen Querschnitt der Osnabrücker Gesellschaft repräsentieren, ermittelte das Institut vier Stadtteile, bei denen sich die Zusammensetzung der Bevölkerung (z. B. Alter, Einkommen, Migrationshintergrund, Wohnsituation) – an den Milieus orientierend – unterscheidet.

Ansprache: Das Institut führte die Befragung von Tür zu Tür in den ausgewählten Stadtteilen von Ende Oktober bis Anfang November 2013 durch. Insgesamt betrug die Dauer der in der Regel mündlichen Befragung zwischen 30 und 60 Minuten. Wenn die Personen aus dem Haushalt nicht anzutreffen waren, hinterließen sie einen Flyer im Briefkasten. Bürgerinnen und Bürger hatten dadurch die Möglichkeit, der Verwaltung einen Termin zur erneuten Kontaktaufnahme zu nennen. Der Flyer stand in verschiedenen Sprachen zur Verfügung, um Barrieren für Menschen ohne ausreichende Deutschkenntnisse abzubauen. Um Missverständnisse durch spontane Anfragen an der Haustür zu vermeiden, kündigte die Verwaltung die Befragung im Vorfeld in den einschlägigen Medien der Stadt an – etwa in der „Neuen Osnabrücker Zeitung“, in verschiedenen Stadtteilzeitschriften und bei zwei lokalen Radiosendern. Zusätzlich informierte die Stadt die betroffenen Haushalte schriftlich über die geplante Befragung. Darüber hinaus erhielten die Interviewerinnen und Interviewer des Instituts von der Stadt

⁷ Die Fortführung des Wettbewerbs wird momentan nicht weiterverfolgt; ggf. werden im Jahr 2017 die ältesten Kochherde ausfindig gemacht.

⁸ Das Sinus-Institut entwickelte in den 1980er Jahren eine Zielgruppen-Typologie, bei der sich die Einordnung der Menschen in sogenannte Sinus-Milieus nach ihrer sozialen Lage, ihren Werten und ihrem Lebensstil bemisst. Je nach Ausprägung der jeweiligen Dimensionen zeigen die Menschen ein anderes Verhalten.

offizielle Ausweise. Auf diese Weise konnten sie bestätigen, dass sie die Umfrage im Auftrag der Stadt durchführen.

Finanzierung: Die Gesamtkosten für die Milieustudie betragen rund 42.000 Euro. Die Stadt Osnabrück deckte die Summe aus Mitteln, die durch das Programm „Masterplan 100 % Klimaschutz“ des Bundesumweltministeriums zur Verfügung gestellt wurden.

Ergebnis: Auf Grundlage der Umfrage wurde ein Zielgruppen- und Kommunikationshandbuch entwickelt, das Informationen zur Gestaltung zielgruppengerechter Kommunikationsmaßnahmen zum Klimaschutz sowie Vorschläge zur Mobilisierung privater Haushalte zu Klimaschutzaktivitäten enthält. Durch die Milieustudie entstand ein sehr differenziertes Bild der einzelnen Milieus und ihrer jeweiligen Klimaaffinität. So sind beispielsweise laut der Studie die sozialökologisch und liberalintellektuell geprägten Milieus offener für klimafreundliche Konsumentscheidungen. Im Bereich der nachhaltigen Mobilität sieht dies wieder anders aus. Auch die Argumente, die die einzelnen Gruppen für Klimaschutzaktivitäten motivieren, sind unterschiedlich ausgeprägt. Für die bürgerliche Mitte, eine der Zielgruppen mit hoher Affinität zum Klimaschutz, ist laut der Studie beispielsweise gesellschaftliche Verantwortung und Mitgestaltung ein wichtiges Element. Auf Grundlage des Kommunikationshandbuchs erarbeitete die Stadt ein Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit, das neben der Dachmarke „Wir für das beste Klima in Osnabrück“ vor allem projekt- und zielgruppenspezifische Maßnahmen enthält. Da eine emotionale Ansprache eine wesentliche Voraussetzung für eine nachhaltige Motivation zum Klimaschutz darstellt, wurde zum Beispiel ein emotionaler Imagefilm zum Klimaschutz in Osnabrück gedreht. Außerdem wurde eine Internetseite, auf der Bürgerinnen und Bürger ebenso wie Unternehmen und Organisationen als Botschaferinnen und Botschafter für den Klimaschutz werben, entwickelt.

Empfehlungen: Im Vorfeld der Beauftragung einer Milieustudie ist eine detaillierte Leistungsbeschreibung, beispielsweise zum Umfang und Detailgrad des Fragebogens, zur Tiefenschärfe der Milieus und der daraus abzuleitenden Kommunikationsmaßnahmen sowie gegebenenfalls zu gesondert zu betrachtenden Zielgruppen zu empfehlen. Weiterhin ist bei der Erstellung einer Milieustudie auf die geeignete Auswahl der Stadtteile beziehungsweise Straßenzüge zu achten, um alle Milieutypen befragen und abbilden zu können.

Ansprechpartnerin:

Birgit Rademacher, Masterplanmanagerin
Stadt Osnabrück
Fachbereich Umwelt und Klimaschutz
Email: rademacher.b@osnabrueck.de
Telefon: 0541 323-4657

Weitere Informationen:

Kurzfilm der Stadt Osnabrück zum Klimaschutz
→ www.youtube.com/watch?v=hggTFzc3H7Q

Masterplan 100 % Klimaschutz

→ www.osnabrueck.de/gruen/klimaschutz/daten-und-fakten/masterplan-100-klimaschutz.html

Energietour Rostock

Zielsetzung: Die Mitglieder des „Energiebündnisses Rostock“⁹ nehmen durch das Aufzeigen und Vorleben guter Praxisbeispiele eine Vorbildfunktion ein, die bei den Bürgerinnen und Bürgern zu Akzeptanz, Mitwirkung und Nachahmung von Handlungen für den Klimaschutz führen soll.

Zielgruppe: Die Hansestadt Rostock gewinnt kommunale und private Unternehmen sowie weitere Organisationen und Institutionen (Verbände, Universität, Handwerkskammer) als Multiplikatoren und trägt mit ihnen den Klimaschutz an die Bürgerinnen und Bürger heran.

Methode: 2013 brachte die Klimaschutzleitstelle der Hansestadt Rostock die Idee der sogenannten Energietour auf einer Sitzung des „Energiebündnisses Rostock“ ein. Bei der Energietour öffnen die teilnehmenden Unternehmen, Vereine und Institutionen ihre Türen und stellen interessierten Bürgerinnen und Bürgern in thematischen Führungen eigene erfolgreiche Klimaschutzaktivitäten sowie Energietechnologien als Positivbeispiele im Bereich des Klimaschutzes vor. Die Idee traf bei den Mitgliedern auf viel Zustimmung, da sich die Unternehmen, Vereine und Institutionen durch das Engagement für den Klimaschutz einen Imagegewinn erhofften.

Gemeinsam mit dem Bündnis führte die Stadt die Energietour 2014 erstmals durch. Sie setzt sich aus verschiedenen Einzeltouren zusammen, welche die Mitglieder des Energiebündnisses eigenständig gestalten und leiten. Dazu gehören zum Beispiel Ausflüge zu einer Photovoltaikanlage oder einem Müllheizkraftwerk, Führungen durch das Straßenbahndepot mit Informationen zum Energiekonzept der neuesten Generation der Straßenbahnen oder informative Vorträge zur Erdwärmennutzung mit Wärmepumpen. Rund zehn solcher Einzeltouren finden im Rahmen der Energietour über das gesamte Jahr verteilt statt.

Die etwa zweistündigen Termine führen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des jeweiligen Veranstalters in der Regel auf dem eigenen Betriebsgelände oder in den eigenen Räumlichkeiten durch. Für die bessere Planung der Veranstaltungen sollen sich interessierte Bürgerinnen und Bürger bei der Volkshochschule Rostock anmelden. Diese

übernimmt das Anmelde- und Koordinationsmanagement und koordiniert dies mit den jeweiligen Veranstaltern der Einzeltouren.

Öffentlichkeitsarbeit: Die Bewerbung der Energietour erfolgt in Kooperation mit der Volkshochschule Rostock. Sie verfügt über ein für alle Bürgerinnen und Bürger im Internet frei zugängliches Jahresprogramm. Darin führt die Volkshochschule alle Termine der Energietour auf. Zusätzlich stellt die Stadtverwaltung die Energietour über das Lokalfernsehen, den städtischen Anzeiger, auf der eigenen Internetseite und über Flyer vor.

Finanzierung: Die Kosten für die Umsetzung der Energietour sind insgesamt gering, daher fallen für die Bürgerinnen und Bürger keine Teilnahmegebühren an. Die jährliche Auflage von 300 Flyern erstellt die Klimaschutzleitstelle kostengünstig auf den eigenen Druckern. Für das Anmelde- und Koordinationsmanagement stellt die Volkshochschule keine Gebühren in Rechnung, da sie sich als Ort der Begegnung begreift und sie die Themen der Führungen als willkommene Bereicherung ihrer Bildungsarbeit sieht. Die teilnehmenden Organisationen führen die Veranstaltungen selbstständig und kostenlos durch. In Abstimmung mit dem Energiebündnis erstellt die Klimaschutzleitstelle das Programm.

Ergebnis: Das Feedback der Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowie der Mitglieder des Energiebündnisses ist insgesamt sehr gut. Die anhaltend hohen Teilnehmerszahlen und die gute Resonanz in der Presse bestätigen, dass es sich insgesamt um ein gelungenes und wiederholbares Format handelt – auch wenn eine systematische Erhebung, inwiefern Klimaschutz im Alltag der Teilnehmerinnen und Teilnehmer dadurch mehr Bedeutung gewinnt, nicht möglich ist. Seit 2014 wird die Energietour Rostock jährlich durchgeführt. Im Durchschnitt nahmen an jeder Einzeltour zwischen 15 und 50 Personen teil. Das von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern nach den Einzeltouren per Email an die Volkshochschule zurückgemeldete Feedback wird dazu genutzt, um weitere Programmpunkte für die kommenden Energietouren aufzunehmen. 2016 konnten die Rostockerinnen und Rostocker so zum Beispiel auch ein Windrad besteigen.



Gründungsmitglieder des „Energiebündnisses Rostock“

Empfehlungen: Die grundsätzliche Idee der Energietour ahmte die Hansestadt Rostock den Flensburger Klimapakt-Exkursionen nach und passte sie an die lokalen Bedingungen an. Diese Erfahrungen gab die Hansestadt Rostock wiederum an die Stadt Flensburg zurück, die mittlerweile auch mit der dortigen Volkshochschule gemeinsame Sache macht.

Ansprechpartnerin:

Kerry Zander, Koordinatorin der Klimaschutzleitstelle
Hansestadt Rostock
Email: kerry.zander@rostock.de
Telefon: 0381 381-7327

Weitere Informationen:

„Energiebündnis Rostock“

→ http://rathaus.rostock.de/sixcms/detail.php?id=14859&_sid1=%E2%80%93rostock_01.c.260.de&_sid2=rostock_01.c.267.de&_sid3=9852&_sid4=&_sid5

Masterplan 100 % Klimaschutz

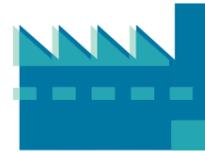
→ http://rathaus.rostock.de/sixcms/media.php/144/Masterplan_20140403.pdf

⁹ Im April 2011 initiierte die Hansestadt Rostock das „Energiebündnis Rostock“, um den Erfahrungsaustausch zum Klimaschutz unter den Akteuren der Kommune zu fördern und gemeinsame Projekte umzusetzen. Aktuell gehören dem Bündnis neben der Hansestadt Rostock insgesamt 20 Institutionen, kommunale und private Unternehmen sowie Verbände und Initiativen an.

3.3 Die Beteiligung von Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistungen – Beispiele aus der Praxis

In Flensburg haben sich fast alle bedeutenden Unternehmen und Institutionen im Klimapakt zusammengeschlossen. Ihre engagierten Wettbewerbsbeiträge in der Energie-Challenge 2016 sind die beste Werbung für den Klimaschutz, aber auch für die Unternehmen selbst.

Henning Brüggemann, Bürgermeister der Stadt Flensburg



Bedeutung der Beteiligung

Auf der einen Seite gehören Unternehmen zu den größten Verursachern klimarelevanter Emissionen. So entfielen 2015 rund 29 Prozent des deutschen Endenergieverbrauchs auf den Sektor „Industrie“ sowie circa 16 Prozent auf den Sektor „Gewerbe, Handel und Dienstleistungen“ (GHD) (vgl. UBA 2017). Die Industrie wendet dabei etwa zwei Drittel des Endenergieverbrauchs für Prozesswärme sowie circa ein Viertel des Verbrauchs zum Betrieb von Motoren oder Maschinen auf. Im Vergleich dazu benötigt der Sektor GHD etwa die Hälfte der Endenergie für die Beheizung von Räumen – darüber hinaus ist hier der Stromanteil relativ am höchsten, was auf die Beleuchtung und den Stromeinsatz für mechanische Energie zurückzuführen ist (vgl. ebd.). Ein zentrales Ziel der Beteiligung von Unternehmen im Klimaschutz ist es daher, diese zu energiesparendem und klimafreundlicherem Wirtschaften zu motivieren. Die Handlungsmöglichkeiten für klimafreundliches Wirtschaften in Unternehmen sind dabei vielfältig und reichen von Wärmedämmung, Heizungsoptimierung und Warmwasserbereitung über effiziente Beleuchtung, Kühlung und Lüftung bis hin zur nachhaltigen Mobilität sowie zur optimierten Erzeugung und Nutzung von Prozesswärme.

Auf der anderen Seite verfügen Unternehmen über Innovationsfähigkeit, vielfältiges Know-how, personelle und finanzielle Ressourcen sowie wichtige Infrastrukturen, die bei der Planung und Umsetzung gemeinsamer Klimaschutzprojekte genutzt werden können. Die Nutzung dieser Ressourcen und die Gewinnung von Unternehmen als Sponsoren für Klimaschutzprojekte stellen weitere gute Gründe dar, um Unternehmen zu beteiligen. Zusätzlich darf die Vorbildfunktion von Unternehmen nicht unterschätzt werden. So zeigt die Praxis, dass umweltfreundliche Unternehmen oft nicht nur ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern auch ihre Konsumentinnen und Konsumenten zu klimafreundlichem Handeln anregen.

Herausforderungen bei der Beteiligung

Die Einflussmöglichkeiten der Kommunen auf das Wirtschaften von Unternehmen sind nicht unmittelbar. Indirekt können sie Unternehmen aber durch Informations- und Vernetzungsveranstaltungen oder die Auslobung von Wettbewerben zu klimafreundlichem Handeln motivieren. Bei der Beteiligung von Unternehmen im Klimaschutzprozess stoßen Kommunen jedoch immer wieder auf vielfältige Herausforderungen. So sind vor allem große Unternehmen

oft bereits im Klimaschutz aktiv und sehen in einer Kooperation mit der Kommune keinen Mehrwert. In manchen Fällen haben Unternehmen schlicht kein Interesse an Klimaschutzmaßnahmen oder geben sich allein über ihre Öffentlichkeitsarbeit ein klimafreundliches und nachhaltiges Image, ohne dass sie tatsächlich Klimaschutzmaßnahmen durchführen (auch Greenwashing genannt). Eine mangelnde Kooperationsbereitschaft kann auch dann auftreten, wenn Unternehmen ihr betriebsinternes Know-how nicht weitergeben wollen – beispielsweise aus der Befürchtung, damit die Wettbewerbsfähigkeit der Konkurrenz zu stärken. Insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) verhindern außerdem knappe personelle und finanzielle Ressourcen die aktive Beteiligung an Klimaschutzmaßnahmen. KMU lassen sich daher oft nur für solche Klimaschutzmaßnahmen motivieren, die sich in kurzer Zeit amortisieren.

Allgemeine Hinweise für eine Beteiligung

Bei der Ansprache von Unternehmen ist es ratsam, die Motivation und das Eigeninteresse des Unternehmens sowie dessen Größe, Branche und Struktur zu berücksichtigen. Und auch hier gilt: Sobald eine „kritische Masse“ erreicht wurde, das heißt wenn erst einmal einige Unternehmen im Klimaschutz aktiv sind, ist es leichter, weitere Unternehmen für eine Beteiligung zu gewinnen. Generell ist es empfehlenswert, stets den ökonomischen Nutzen von Klimaschutzmaßnahmen hervorzuheben. Gleichzeitig sollte an die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens appelliert werden – in manchen Fällen hilft auch die Erinnerung an gesetzliche Vorgaben (z. B. die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten). In der Praxis hat es sich außerdem bewährt, regelmäßig „Klinken zu putzen“. Das heißt, durch persönliche Gespräche vor Ort oder per Telefon Frage- und Problemstellungen der Unternehmen in Erfahrung zu bringen und gleichzeitig Mitstreiterinnen und Mitstreiter für den Klimaschutz zu gewinnen. Wettbewerbe, die vorbildliche Klimaschutzaktivitäten auszeichnen und finanzielle Anreize in Form von Preisgeldern bieten, können Unternehmen ebenfalls zu Klimaschutzaktivitäten motivieren.

Um die Bedarfe und Handlungsmöglichkeiten der jeweiligen Branche zu identifizieren, bietet es sich an, klimaschutzrelevante Themen in Netzwerken gemeinsam zu diskutieren. Der direkte Austausch mit der kommunalen Verwaltung und anderen lokalen Unternehmen trägt dazu bei, mangelndes Fachwissen zur Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zu beheben und zu eigenen Klimaschutzaktivitäten zu

motivieren. Wichtig bei der Organisation von Unternehmensnetzwerken und der Planung von Veranstaltungen sind klare Rahmenbedingungen: Ein fester Teilnehmerkreis, genaue Zuständigkeiten, klare Abstimmungsprozesse, ein kompakter Zeitplan und die gemeinsame Festlegung von Schwerpunktthemen helfen, die Angesprochenen zu einer Beteiligung zu aktivieren.

Da Industrie und GHD in der Regel großes Interesse an einem Imagegewinn haben, ist es ratsam, klimaschutz-

aktiven Unternehmen eine positive Außendarstellung zu ermöglichen (Raum für die Vorstellung der eigenen Klimaschutzaktivitäten geben, Veranstaltungen mit der Unternehmensspitze und begleitender Presseberichterstattung durchführen, Vor-Ort-Besichtigungen ermöglichen, die Ergebnisse der Beteiligung veröffentlichen etc.). Hierbei sollte stets darauf geachtet werden, dass Greenwashing vermieden wird und die Unternehmen tatsächlich zum Klimaschutz beitragen.

Literaturtipps

- Deutscher Städtetag und Deutsches Institut für Urbanistik (Hrsg.), Kommunale Impulse für Nachhaltiges Wirtschaften, Berlin 2015.
- EnergieAgentur.NRW (Hrsg.), Netzwerkarbeit erfolgreich gestalten. Unternehmensnetzwerke rund um Klimaschutz, Zukunftsenergie und Energieeffizienz aufbauen, Düsseldorf 2016.
- Servicestelle: Kommunaler Klimaschutz beim Deutschen Institut für Urbanistik gGmbH (Hrsg.), Klimaschutz und Unternehmen. Praktische Ansätze der Kommunen zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens, Köln 2012.

Praxisbeispiele zur Beteiligung von Industrie, Gewerbe, Handel und Dienstleistungen



„Burbacher Unternehmensnetzwerk für Ressourceneffizienz“

Zielsetzung: Lokale Unternehmen untereinander vernetzen, sodass sich Synergieeffekte ergeben und gemeinsam Maßnahmen aus dem Masterplan 100 % Klimaschutz zum Mobilitätsmanagement und zur Energieeinsparung in Unternehmen umgesetzt werden können.

Methode: 2014 initiierte die Klimamanagerin das „Burbacher Unternehmensnetzwerk für Ressourceneffizienz“, kurz „BUfRE“. Seitdem finden zweimal jährlich Netzwerktreffen unter Federführung der Gemeinde Burbach statt. Dabei kommen Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Burbacher Betrieben zusammen. Neben Informationen zu energieeffizienten Querschnittstechnologien steht der Austausch der Teilnehmenden untereinander im Mittelpunkt der etwa zweistündigen Veranstaltungen. Auch gemeinsame Unternehmensrundgänge sowie die Vorstellung innovativer Produkte und Ideen aus Burbach spielen immer wieder eine wichtige Rolle. Die Gemeinde erhofft sich, dass auf diesem Wege gemeinsame Projekte entstehen, die einerseits eine Senkung der Betriebskosten in den teilnehmenden Unternehmen und andererseits Effekte für den Klima- und Umweltschutz bewirken.

Ansprache: Von 2012 bis 2014 nahm die Gemeinde Burbach am Programm ÖKOPROFIT teil. Mit Hilfe von Workshops und individuellen Firmenberatungen unterstützt das Programm Unternehmen dabei, Betriebskosten im Umweltbereich (z. B. Energie- und Materialverbrauch, Stoffkreisläufe etc.) zu senken. Durch ÖKOPROFIT Burbach sparen die elf teilnehmenden Unternehmen jährlich knapp eine halbe Million Euro an Betriebskosten. Dieser große Erfolg sprach sich bei den in Burbach ansässigen Unternehmen herum und erleichterte die Einladung zur „BUfRE“-Aufaktveranstaltung im September 2014. Mehr als 20 Unternehmen folgten der über Einladungskarten und die Internetseite verbreiteten Einladung. Zusätzlich hielt der Bürgermeister der Gemeinde das Grußwort auf dem Netzwerktreffen und hob durch seine Teilnahme die Wichtigkeit der Veranstaltung hervor.

Herausforderung und Lösungsansatz: Obwohl die Burbacher Unternehmen zum Teil in unmittelbarer Nähe zueinander agieren und wirtschaften, waren sie sich vor den Netzwerktreffen größtenteils fremd. Diese Tatsache war der Gemeinde im Vorhinein bewusst und wurde als mögliches Hemmnis für einen vertrauensvollen Austausch untereinander sowie die Umsetzung gemeinsamer Projekte thematisiert. Deshalb achtete die Gemeinde Burbach bei der Planung der Netzwerktreffen darauf, nur wenige Frontalvorträge mit neuen Fachthemen in das Programm aufzunehmen.

Stattdessen fügte sie 10- bis 20-minütige Workshopphasen zum Kennenlernen und zum informellen Austausch hinzu. Außerdem organisierte die Klimamanagerin auf mehreren Netzwerktreffen Speed-Datings, bei denen sich die Teilnehmenden einerseits zum eigenen Unternehmen und andererseits zum Thema des Tages austauschen konnten. Mit dieser Methode gelang es der Klimamanagerin, die Atmosphäre aufzulockern, sodass viele Unternehmensvertreterinnen und -vertreter bei einem anschließenden Imbiss gemeinsame Ideen diskutierten.

Finanzierung: Die Netzwerktreffen finden in den Unternehmen oder in den Räumlichkeiten des Bürgerhauses Burbach statt. Viele der eingeladenen Referentinnen und Referenten aus Unternehmen und weiteren Institutionen (z. B. EnergieAgentur.NRW, Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle) verzichten auf ein Honorar, da sie aus Eigeninteresse an der Veranstaltung teilnehmen, um etwa die firmeneigenen Technologien oder Förderprogramme vorzustellen. Abgesehen von den Kosten für die Werbung und das Catering ist der finanzielle Aufwand für die Gemeinde deshalb meist gering und die Teilnahme an der Veranstaltung für die Unternehmen kostenlos.

Ergebnis: Mittlerweile sind rund 30 Unternehmen Teil des Netzwerkes und entwickeln erste gemeinsame Projektideen. So haben zum Beispiel zwei Unternehmen, die seit längerer Zeit den Wunsch hegen, ihre Dienstwagenflotte auf günstigere und klimafreundlichere Technologien umzustellen, zusammen mit lokalen Akteuren eine gemeinsame Arbeitsgruppe gebildet. Sie prüfen derzeit, inwieweit sich eine gemeinsam nutzbare Infrastruktur für Wasserstofftankstellen – gegebenenfalls mit dem Umland – aufbauen lässt.

Ansprechpartnerin:

Carolin Vomhof-Kettner, Klimamanagerin
Gemeinde Burbach
Fachbereich 3 – Bauen, Wohnen, Umwelt
Email: c.vomhof-kettner@burbach-siegerland.de
Telefon: 02736 45-35

Weitere Informationen:

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ <http://klima.burbach-siegerland.de/Klimaschutz-in-Burbach/Konzepte-und-Ma%C3%9Fnahmen>



Speed-Dating bei einem Netzwerktreffen des „Burbacher Unternehmensnetzwerk für Ressourceneffizienz“



„Energieeffizienz-Netzwerk“ der großen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen in der Landeshauptstadt Hannover

Zielsetzung: Klimaschutz, Energieeffizienz und Wirtschaftswachstum zu vereinbaren und einen engen Austausch zwischen lokalen Unternehmen untereinander und mit der Stadt fördern. Produzierende Unternehmen und Unternehmen der Dienstleistungsbranche mit großen Bürogebäuden zählen zu den größten institutionellen Energieverbrauchern der Stadt. Sie gilt es für Maßnahmen zur Senkung der Energieverbräuche und zur Verwendung Erneuerbarer Energien zu motivieren.

Zielgruppe: Große lokal ansässige Industrieunternehmen, Großhandelsbetriebe sowie Dienstleistungsunternehmen, darunter Banken und Versicherungen, Messeveranstalter, Kliniken, Hochschulen und andere Landeseinrichtungen. Diese müssen in Hannover geschäftlich aktiv sein, über eine gewisse Größe verfügen und sich aktiv an der Netzwerkarbeit beteiligen.

Methode: Rund 25 Unternehmen und Institutionen haben sich im „Energieeffizienz-Netzwerk Hannover“ als eines der drei Netzwerke der „Klima-Allianz Hannover 2020“¹⁰ zusammengeschlossen. Das Netzwerk der Unternehmen entstand 2008 aus dem Zusammenschluss zweier temporärer Arbeitsgruppen (AG Industrie und AG Bürogebäude). Die Teilnehmenden sind entweder Energie-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsbeauftragte, oder sie sind im Facility-Management ihrer Unternehmen tätig. Sie kommen sowohl ein- bis zweimal jährlich im Plenum als auch in verschiedenen Arbeitsgruppen zusammen. Das Plenum im großen Teilnehmerkreis dient vor allem dazu, einen Überblick über sämtliche laufende Themen der Arbeitsgruppen zu ermöglichen und für die nächste Periode (in der Regel ein Jahr)

festzulegen. Außerdem ermöglicht es, übergreifende energiepolitische oder technologische Themen vorzutragen und zu diskutieren sowie übergeordnete Fragen auszutauschen. Darüber hinaus nutzen die Teilnehmenden verschiedene Arbeitsgruppen-Termine, bei denen sie sich intensiver mit spezifischen Themen wie Industrieprozesse, Mitarbeitermotivation, technische Gebäudeausrüstung und Mobilität auseinandersetzen. Dabei werden Praxisbeispiele aus den beteiligten Netzwerkunternehmen, Projekterfahrungen der Stadtverwaltung und externe Beiträge präsentiert und diskutiert. Gastgeber der Treffen, oft in Kombination mit einer kurzen Betriebsbesichtigung und Vorstellung des Unternehmens, sind die teilnehmenden Unternehmen und Institutionen des Netzwerkes. Die Klimaschutzleitstelle der Landeshauptstadt Hannover koordiniert das Netzwerk. Die inhaltliche Vor- und Nachbereitung sowie die Moderation der Arbeitsgruppen und des Plenums liegen in den Händen eines externen Dienstleisters. Die Beiträge und Anregungen werden dokumentiert und stehen den Teilnehmenden auf einer internen Online-Plattform der Landeshauptstadt Hannover zur Verfügung.

Finanzierung: Die externe Dienstleistung sowie ein Teil der Öffentlichkeitsarbeit werden aus dem städtischen Haushalt bestritten. Zeitweise erfolgte eine Förderung der Netzwerkarbeit durch das Programm „Masterplan 100 % Klimaschutz“ des Bundesumweltministeriums.

Ansprache: Die Erstansprache erfolgte 2007 mit einem Einladungsschreiben des Oberbürgermeisters, der hannoversche Unternehmen und Institutionen um Mitarbeit bei der Erstellung des „Klimaschutzaktionsprogramms Hannover 2008 bis 2020“ bat. Zum Ende des sechsmonatigen Projekts war es der Wunsch der Unternehmen, weiterhin in Netzwerken zusammenzuarbeiten. Die Struktur der Netzwerkarbeit – themenbezogene Arbeitsgruppen, wenige Plenumstreffen – sowie die Zielsetzungen und Arbeitsweise legten die Netzwerkteilnehmenden gleich in der Auftaktsitzung fest. Die Einladung der jeweils Interessierten zu den einzelnen Arbeitstreffen erfolgt per Email. Neue Mitglieder gewinnt das Netzwerk durch direkte Anfragen von Interessierten, die Vermittlung von Teilnehmerinnen und Teilnehmern oder durch gezielte Ansprache der Klimaschutzleitstelle.

Ergebnis: Ergebnisse von Maßnahmen der beteiligten Unternehmen werden in den Treffen vorgestellt und diskutiert. Vor allem dieser Erfahrungsaustausch im vertrauten Kreis wird von den Beteiligten geschätzt. Aus den Netzwerkdiskussionen entstand 2011 die Idee des „multimobil-Tages“, der inzwischen alle zwei Jahre in Hannover stattfindet (alternierend mit dem „Autofreien Sonntag - Hannovers Klimafest“). Am „multimobil-Tag“ setzen sich die Belegschaften der Netzwerkunternehmen mit umweltfreundlicher Mobilität auseinander, indem zum Beispiel möglichst viele Beschäftigte zu Fuß, mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit kommen.

¹⁰ Die „Klima-Allianz Hannover 2020“ besteht aus dem „Energieeffizienz-Netzwerk“, der „Partnerschaft für Klimaschutz“ und einem „Netzwerk für Multiplikatoren“.

Empfehlung: Viele Unternehmen der „Klima-Allianz Hannover 2020“ treffen sich auch im seit 2001 bestehenden „ÖKOPROFIT-Klub“. Deshalb ist eine enge thematische und zeitliche Koordination zwischen der Klimaschutzleitstelle und der städtischen Wirtschaftsförderung, die das „ÖKOPROFIT-Programm“ leitet, erforderlich.

Ansprechpartner:

Rainer Konerding, Projektleiter
Landeshauptstadt Hannover
Klimaschutzleitstelle im Fachbereich Umwelt und Stadtgrün
Email: klimaallianz2020@hannover-stadt.de
Telefon: 0511 168-46594

Weitere Informationen:

„Energieeffizienz-Netzwerk“
→ www.hannover.de/Leben-in-der-Region-Hannover/Umwelt-Nachhaltigkeit/Klimaschutz-Energie/Akteure-und-Netzwerke/Klima-Allianz-Hannover/Netzwerke/Energieeffizienz-Netzwerk

„ÖKOPROFIT-Programm“ von Landeshauptstadt und Region Hannover
→ www.oekoprofit-hannover.de

Auch in der Region Hannover gibt es Netzwerke dieser Art. Beispielhaft sei hier die „Arbeitsgruppe Energieversorgung“ genannt.
→ www.klimapaket2020.de

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ www.klimaschutz2050.de



Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „multimobil-Tages“

„energieland2050 e.V.“ im Kreis Steinfurt (Gründung im Mai 2017)

Zielsetzung: Neben den klimapolitischen Zielen des Kreises Steinfurt sollen die regionale Wertschöpfung, nachhaltiges Wirtschaften, das bürgerschaftliche Engagement und der öffentliche Diskurs über gesellschaftliche Verantwortung und klimafreundliches Leben gefördert werden. Ausdrücklicher Wunsch der Politik war, neben der Verstärkung der Klimaschutzaktivitäten des Kreises auch den Ausbau des Engagements der regionalen Wirtschaftsunternehmen und die organisatorische beziehungsweise finanzielle Absicherung des Masterplanprozesses voranzutreiben. Zugleich gab es den Wunsch der Unternehmen, dass ihr Engagement von der Politik mehr gewürdigt wird.

Methode: Die Bereitstellung einer Servicestelle für Unternehmen und Kommunen sowie Bürgerinnen und Bürger in Form des „energieland2050 e.V.“ (Gründung im Mai 2017). Um doppelte Strukturen zu vermeiden, Synergien zu nutzen und Ressourcen zu bündeln, sollen der seit 2005 bestehende gemeinnützige Verein „Haus im Glück e.V.“ und das 2008 gegründete Unternehmensnetzwerk in den neuen Verein integriert werden. Mitglieder (etwa 80) sind regionale Unternehmen aus der Energie- und Beraterbranche, die Kreishandwerkerschaft, (lokale) Banken, Stadtwerke, die Fachhochschule Münster, der Kreis Steinfurt sowie 24 kreisangehörige Städte und Gemeinden.

Der Verein wird insbesondere fungieren als:

- Servicestelle für Fragestellungen in den Handlungsfeldern Wärme, Strom, Mobilität und zivilgesellschaftliches Engagement.
- Servicestelle für kreisangehörige Kommunen, beispielsweise durch die Unterstützung bei der Fördermittelakquise und der Abwicklung von Förderanträgen sowie der Vernetzung, Beratung und Qualifikation der Klimaschutzmanagerinnen und -manager. Darüber hinaus kann der neue Verein (im Gegensatz zum Verein „Haus im Glück e.V.“) wirtschaftlich tätig werden und somit als externer Auftragnehmer fungieren (beispielsweise für die Erstellung von Quartierskonzepten).
- Servicestelle für Unternehmen, beispielsweise durch Netzwerkmanagement für regionale Unternehmen im Bereich Erneuerbare Energien, Energieeinsparung und Effizienz oder die Durchführung von Veranstaltungen zur Information, Vernetzung und Qualifikation der Unternehmen. Darüber hinaus unterstützt der Verein die Unternehmen bei der Suche nach passenden Fördermöglichkeiten und führt im Rahmen von Kooperationsprojekten mit ausgewählten Mitgliedern des Vereins Forschungsvorhaben durch.
- Servicestelle für Bürgerinnen und Bürger, beispielsweise durch telefonische Erstberatungen zur Gebäudesanierung oder die Vorbereitung und Durchführung von Informations- und Beratungskampagnen (für und über die kreisangehörigen Kommunen).

Organe des Vereins sind die Mitgliederversammlung, der Vorstand (Vorsitzender ist der Landrat) sowie der geschäftsführende Vorstand (6 Mitglieder). Die Geschäftsführung liegt beim Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit. Der Vorstand besteht aus Vertreterinnen und Vertretern der Politik, der Wirtschaft und den Kommunen (insgesamt 25 Personen) und trifft sich circa zwei Mal jährlich. Die inhaltliche Arbeit sowie der Austausch und die Vernetzung werden insbesondere in Netzwerktreffen zu spezifischen Themenstellungen erfolgen.

Finanzierung: Die Finanzierung sollen der Kreis Steinfurt sowie die Unternehmen zu gleichen Teilen tragen. Hinzu kommen wirtschaftliche Einnahmen des Vereins. Die spezifische Mittelverwendung wird durch die Satzung und den Zweck des Vereins eindeutig geregelt. Die Beitragsordnung legt zudem die Höhe der Beiträge in Abhängigkeit von der Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Unternehmen fest. Die kreisangehörigen Kommunen zahlen keine Mitgliedsbeiträge. Diese sind durch den jährlichen finanziellen Beitrag des Kreises Steinfurt abgedeckt. Mit den Einnahmen sollen perspektivisch drei bis vier Personalstellen sowie Projekt- und Sachmittel finanziert werden. Ziel ist es, die Stellen des Masterplanprozesses zu verstetigen. Der Kreis Steinfurt stellt dem Verein weitere Ressourcen (anteilige Personalkosten der Amtsleitung in der Geschäftsführung, Räumlichkeiten etc.) zur Verfügung.

Ansprache/Öffentlichkeitsarbeit: Eine Erweiterung des Teilnehmerkreises ist kein Selbstläufer, so dass auf potentielle neue Mitglieder direkt zugegangen werden muss. Nach einem telefonischen Erstkontakt durch das Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit des Kreises Steinfurt oder auch direkt über einzelne Mitgliedsunternehmen erfolgt in der Regel ein persönliches Gespräch vor Ort, bei dem Ziel und Zweck des Vereins vorgestellt und die individuellen Vorteile herausgestellt werden. Von Interesse für die teilnehmenden Unternehmen und Forschungseinrichtungen sind insbesondere Wissensvermittlung und Austausch, die Nähe zu Netzwerkpartnern, Verwaltung und Politik sowie die Zusammenarbeit beispielsweise im Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Zudem liefert die Teilhabe an der Marke „energieland2050“ sowie die Zertifizierung als „energieland2050-Berater“, die für die Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsaktivitäten des Kreises Steinfurt steht, einen Imagegewinn. Über die Aufnahme neuer Mitglieder entscheidet der Vorstand. Bewerber müssen sich zu den Zielen des „energieland2050 e.V.“ bekennen und – mit Blick auf die regionale Wertschöpfung – ihren Sitz im Kreis Steinfurt haben.

Ergebnis: Die notarielle Gründung des „energieland2050 e.V.“ ist für Mai 2017 geplant. Der Verein „Haus im Glück e.V.“ wird voraussichtlich Ende 2017 aufgelöst. Die bisherigen Mitglieder des Vereins beziehungsweise des Unternehmensnetzwerkes treten dem neuen Verein bei.

Ansprechpartnerin:

Silke Wesselmann, Leiterin Sachgebiet Klimaschutz
Kreis Steinfurt
Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit
Email: silke.wesselmann@kreis-steinfurt.de
Telefon: 02551 69-2112

Weitere Informationen:

„energieland2050 e.V.“
→ www.energieland2050.de

→ www.kreis-steinfurt.de/kv_steinfurt/Kreisverwaltung/%C3%84mter/Amt%20f%C3%BCr%20Klimaschutz%20und%20Nachhaltigkeit/

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ www.kreis-steinfurt.de/kv_steinfurt/Kreisverwaltung/%C3%84mter/Amt%20f%C3%BCr%20Klimaschutz%20und%20Nachhaltigkeit/energieland2050/Masterplan%20100%25%20Klimaschutz/

„Energie-Challenge“ – Energiesparwettbewerb für Unternehmen des Klimapakts Flensburg e. V.

Zielsetzung: Mitglieder des Klimapakts starten oder verbessern Klimaschutzaktivitäten im Betrieb und reduzieren dadurch ihre CO₂-Emissionen und sensibilisieren außerdem ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Klimaschutz.

Zielgruppe: Im Klimapakt engagieren sich 20 lokal ansässige Unternehmen, Institutionen und öffentliche Einrichtungen als Vollmitglieder sowie weitere circa 45 Fördermitglieder (überwiegend Kleinunternehmen, gemeinnützige Organisationen, Schulen und zum Teil Privatpersonen). Der Wettbewerb „Energie-Challenge“ richtet sich ausschließlich an die Vollmitglieder sowie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Methode: Von November 2015 bis Frühjahr 2016 lud der Klimapakt seine Mitgliedsunternehmen zur Teilnahme an der „Energie-Challenge“ ein. Für die Projektkoordination bildete sich ein Kampagnenteam aus dem Klimaschutzmanagement der Stadt Flensburg für die inhaltliche Koordination sowie einem externen Dienstleister. Letzterer übernahm vor allem die organisatorische und gestalterische Umsetzung des Wettbewerbs (Konzept, Materialien, Texte, Veranstaltungen inklusive Interviews).

Als Wettbewerbsbeitrag konnten die Vollmitglieder bereits durchgeführte sowie geplante Klimaschutzmaßnahmen in den Bereichen Strom, Wärme, Mobilität und Beschaffung einreichen. Für den betriebsinternen Projektauswahlprozess empfahl der Klimapakt die Bildung eines Klimaschutzteams aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Unternehmens. Das Team sollte gemeinsam mögliche Beiträge des

Unternehmens für die „Energie-Challenge“-Bewerbung auswählen, um so die eingereichten Vorschläge der Belegschaft besonders zu würdigen.

Die Bewerbung erfolgte anhand eines einseitigen Wettbewerbsformulars, in dem die Projekte kurz mit Ziel, Kosten und Energieeinsparung beschrieben wurden. Zusätzlich stellte der Klimapakt zur Information Checklisten und Hintergrundinformationen zu Energieeffizienz und Klimaschutzmaßnahmen bereit. Für die Auswahl der Gewinner berief das Kampagnenteam eine Wettbewerbsjury mit Personen ein, die dem Klimapakt verbunden sind, über Sachverstand verfügen und Multiplikatoren in der Stadtgesellschaft darstellen.

Herausforderung und Lösungsansatz: Zu Beginn der „Energie-Challenge“ enthielt der Wettbewerb nur zwei Preiskategorien: In der Kategorie „Mitarbeiter“ wurden Initiativen und gute Ideen zur Mitarbeitermotivation und zum Nutzerverhalten ausgezeichnet, während die Kategorie „Projekte“ technische Klimaschutzmaßnahmen in den Unternehmen umfasste. Da die Kriterien für die Bewerbung keine weiteren Bedingungen vorsahen, war die Bandbreite der eingereichten Beiträge sehr groß. Dies erschwerte die Auswahl und Einordnung durch die Jury, brachte aber auch die Vielfalt der Handlungsmöglichkeiten für den Klimaschutz zum Ausdruck.

Mit der nachträglichen Einführung einer dritten Kategorie „Leuchtturmprojekte“ konnten umfassende Großprojekte gesondert bewertet werden, die angesichts ihres hohen Investitionsvolumens und deutlicher CO₂-Einsparungen ein branchenspezifisches Alleinstellungsmerkmal aufwiesen.

Finanzierung: Der Wettbewerb ist Teil der Kampagnen- und Öffentlichkeitsarbeit des Klimapakts und wurde aus Mitteln des Vereins¹¹ finanziert. Für die externe Umsetzung der „Energie-Challenge“ entstanden Gesamtkosten in Höhe von 10.000 Euro. Diese beinhalteten sowohl die inhaltliche Ausgestaltung (Konzept, Texte, Wettbewerbsausschreibung, Interviews, Öffentlichkeitsarbeit) als auch die Organisation und Materialerstellung (Logo, Website, Informationen zum Download, Druck von Postern und Flyern, die bei den Klimapakt-Mitgliedern verteilt wurden).

Ansprache/Öffentlichkeitsarbeit: Der Vorsitzende des Klimapakts startete die „Energie-Challenge“ öffentlichkeitswirksam im Rahmen eines Pressegesprächs bei der IHK Flensburg. Eine ausführliche Vorstellung des Wettbewerbs samt Hintergrundinformationen und Bewerbungsformular erfolgte über die Internetseite des Klimapakts. Alle Vollmitglieder des Klimapakts wurden darüber hinaus persönlich vom Vorsitzenden des Klimapakts – dem Bürgermeister der Stadt Flensburg – angeschrieben und für ein Interview angefragt. Die vom Kampagnenteam durchgeführten Interviews boten den teilnehmenden Vollmitgliedern die Chance, ihre Klimaschutzaktivitäten und -motivation öffentlichkeitswirksam auf der Website des Klimapakts zu präsentieren. Dort

wurden auch sämtliche Wettbewerbsbeiträge mit Fotos der Akteure und ihrer Maßnahmen sowie einem eigens entwickelten Kampagnenlogo vorgestellt.

Ergebnis: 12 der 20 Vollmitglieder des Klimapakts reichten insgesamt 21 Wettbewerbsprojekte ein. Nicht alle Beiträge konnten ihre Energieeinsparungen beziffern – dennoch ergab eine Hochrechnung des Kampagnenteams, dass durch die Umsetzung der genannten Maßnahmen in Flensburg jährlich mindestens 2.000 Tonnen THG-Emissionen eingespart werden können. Mit einer offiziellen Pressekonferenz ehrten der Bürgermeister und der Vorsitzende des Klimapakts die Gewinner der „Energie-Challenge“ 2016 mit einer Urkunde. Eine Fortsetzung der „Energie-Challenge“ ist zukünftig alle zwei bis drei Jahre mit neuen thematischen Schwerpunkten geplant.

Ansprechpartner:

Martin Beer, Klimaschutzmanager
Stadt Flensburg
Fachbereich Entwicklung und Innovation
Email: beer.martin@stadt.flensburg.de
Telefon: 0461 85-2105

Weitere Informationen:

„Energie-Challenge“
→ www.klimapakt-flensburg.de/die-energie-challenge-2016

Klimapakt Flensburg
→ www.klimapakt-flensburg.de

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ <http://klimapakt-flensburg.de/masterplan-100-klimaschutz>



Gewinnerinnen und Gewinner der „Energie-Challenge“

Wettbewerb „Mobil(e)Macher“ in der Gemeinde Burbach – ein Versuch

Zielsetzung: Lokalen Unternehmen Potentiale für eine nachhaltige Mobilität aufzuzeigen und sie zur Umsetzung von Mobilitätsmaßnahmen aus dem Masterplan 100 % Klimaschutz und dem Klimaschutzteilkonzept „Klimafreundlicher Verkehr“ zu motivieren.

Methode: Mit dem von Burbach initiierten Wettbewerb „Mobil(e)Macher“ wollte die Gemeinde die in der Kommune ansässigen Unternehmen dazu anregen, zu einer Verbesserung der Parkraumbewirtschaftung beizutragen und sich den Themen Dienstfahrzeugflotte, klimafreundliche innerbetriebliche Mobilität sowie nachhaltige Mobilität der Arbeitnehmerinnen und -nehmer zu widmen. Dazu rief sie in einem ersten Schritt alle Burbacher Unternehmen auf, als Einzelunternehmen oder Unternehmensverbund eine Interessenbekundung sowie eine grobe Idee zum betrieblichen Mobilitätsmanagement einzureichen. Als Anreiz winkte den Unternehmen eine mit 3.000 Euro geförderte dreitägige Mobilitätsberatung durch externe Fachleute inklusive Bestandsaufnahme, Potentialanalyse sowie Umsetzungsfahrplan für den Wettbewerbsgewinner. Geplant war, dass das Gewinnerunternehmen daraufhin eine Maßnahme aus dem Umsetzungsfahrplan herausgreift und diese in einem eigenständig finanzierten Pilotprojekt umsetzt. In einer abschließenden Präsentation sollte das Unternehmen die Ergebnisse einer breiten Öffentlichkeit vorstellen, um so weiteren Unternehmen als Vorbild zu dienen. Ziel war, dass die Unternehmen die einzelnen Schritte innerhalb eines halben Jahres mit einem „Mobil(e)Macher“-Team umsetzen, das aus mindestens zwei Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern gebildet werden sollte.

Ansprache: Die Gemeinde startete den Wettbewerb im Mai 2016 und bewarb ihn über die Unternehmensnetzwerke der Region sowie die gängigen Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit, wie zum Beispiel die Lokalzeitung, das Amtsblatt und die eigene Internetseite. Die Unternehmen konnten ihre Bewerbungen bis Ende Juni 2016 einreichen.

Finanzierung: Das für die umfassende Beratungsleistung angesetzte Preisgeld in Höhe von 3.000 Euro wendete die Kommunalpolitik aus dem laufenden Haushalt auf. Die Klimamanagerin hatte die Idee für den Wettbewerb zuvor im Unterausschuss vorgestellt und dort Unterstützung erhalten.

Ergebnis: Trotz einfach gehaltenem Bewerbungsvordruck und zahlreicher positiver Effekte, die Unternehmen durch klimafreundliche Maßnahmen im betrieblichen Mobilitätsmanagement erreichen können (finanzielle Entlastung der Arbeitnehmerinnen und -nehmer, Imagegewinn des Unternehmens etc.), scheiterte der Wettbewerb aufgrund mangelnder Bewerbungen. Lediglich ein Unternehmen meldete Interesse an dem Wettbewerb, zog diese Bekundung jedoch wieder zurück.

Herausforderung und Lösungsansatz: Auf Nachfrage der Klimamanagerin gaben viele Unternehmen mangelnde personelle Ressourcen als Grund für die Nichtteilnahme am Wettbewerb an. Außerdem meldeten die Unternehmen zurück, dass der Wettbewerb insgesamt zu experimentell sei und es in der Region an bereits erfolgreich durchgeführten, zur Nachahmung geeigneten Projekten mangle. Die Gemeinde Burbach ließ sich von der Zurückhaltung der Unternehmen beim ausgeschriebenen Wettbewerb nicht irritieren. Im Rahmen des „Burbacher Unternehmensnetzwerkes für Ressourceneffizienz“ (vgl. Praxisbeispiel S.26) regte die Verwaltung einen Arbeitskreis zum betrieblichen Mobilitätsmanagement an. Dort widmen sich mittlerweile interessierte Unternehmen gemeinsam mit der Gemeinde und dem „Verein zur Förderung der natürlichen Lebensgrundlagen e. V.“ (vgl. Praxisbeispiel S.17) verschiedenen Lösungsansätzen im Mobilitätsbereich.

Ansprechpartnerin:

Carolin Vomhof-Kettner, Klimamanagerin
Gemeinde Burbach
Fachbereich 3 – Bauen, Wohnen, Umwelt
Email: c.vomhof-kettner@burbach-siegerland.de
Telefon: 02736 45-35

Weitere Informationen:

Wettbewerb „Mobil(e)Macher“
→ www.burbach-siegerland.de/Natur-Umwelt/Umwelt/Klima/Wettbewerb-Mobil-e-Macher

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ <http://klima.burbach-siegerland.de/Klimaschutz-in-Burbach/Konzepte-und-Ma%C3%9Fnahmen>



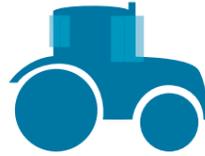
„Aktionstag Elektromobilität“ in der Gemeinde Burbach

¹¹ Die Fördermitglieder des Vereins zahlen jährliche Mitgliedsbeiträge zwischen 200 Euro und 5.000 Euro abhängig vom Mitgliedsstatus und der Belegschaftsgröße. Gemeinnützige Einrichtungen und Privatpersonen zahlen reduzierte Mitgliedsbeiträge.

3.4 Die Beteiligung von Land- und Forstwirtschaft – Beispiele aus der Praxis

In Lüchow-Dannenberg haben wir die Landwirtschaft bereits während der Konzepterstellung einbezogen und gemeinsam Projekte ausgearbeitet. Dadurch haben wir es geschafft, das Vertrauen dieser wichtigen Akteursgruppe zu gewinnen und ihre Bereitschaft zur Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zu erhöhen.

Jürgen Schulz, Landrat des Landkreises Lüchow-Dannenberg



Bedeutung der Beteiligung

Land- und Forstwirtschaft nehmen eine wichtige Rolle im Klimaschutz ein. Einerseits gehört die Landwirtschaft zu den Verursachern von Treibhausgasen in Deutschland. Die bedeutendsten THG-Quellen sind dabei die Lachgasemissionen, die bei der Düngung mit Stickstoff entstehen, die Methanemissionen durch den Verdauungsvorgang der Wiederkäuer sowie die THG-Emissionen durch den Einsatz von Gülle und den Verbrauch von Kraftstoff für landwirtschaftliche Fahrzeuge und Maschinen (vgl. BMUB 2016: 63). Andererseits fungieren Land- und Forstwirtschaft als wichtige THG-Senken, da sie zur Kohlenstoffspeicherung in Boden und Wäldern beitragen. Ein zentrales Ziel der Beteiligung dieser Akteure ist es daher, sie zu klimafreundlichem Wirtschaften zu motivieren.

Bei der erfolgreichen Umsetzung von Klimaschutz- und Klimaanpassungsmaßnahmen, die die Land- und Forstwirtschaft betreffen, sind Kommunen außerdem auf die Unterstützung dieser Akteure angewiesen. Eine frühzeitige Beteiligung bei Planungs- und Entscheidungsprozessen trägt dazu bei, die Akzeptanz für geplante Klimaschutzmaßnahmen zu sichern. Darüber hinaus verfügen Land- und Forstwirtschaft über vielfältiges klimarelevantes Know-how, sodass der Austausch von Daten und Fachwissen die Qualität der Konzept- und Maßnahmenplanung verbessern kann. Auch die gemeinsame Durchführung von Klimaschutzprojekten bietet sich an. Die Handlungsfelder sind dabei vielfältig und reichen von nachhaltiger Ernährung, Renaturierungen, Moorschutz, Wiederaufforstung und nachhaltiger Waldwirtschaft über die Förderung regional angebauter Lebensmittel und die Verwertung von Ernterückständen bis hin zur Landnutzung beim Ausbau regenerativer Energien und Kooperationsvereinbarungen zur Belieferung mit regionaler Biomasse (Holzhackschnitzel, Biogas etc.).

Herausforderungen bei der Beteiligung

Ein Teil der THG-Emissionen, die im Rahmen landwirtschaftlicher Prozesse entstehen, lässt sich nicht vollständig vermeiden (z. B. in der Viehwirtschaft). Um die THG-Emissionen bis 2050 um 95 Prozent gegenüber 1990 zu reduzieren, müssen solche unvermeidbaren Emissionen daher durch anderweitige Klimaschutzmaßnahmen ausgeglichen werden. Darüber hinaus gibt es jedoch viele Bereiche, in denen Land- und Forstwirtschaft durch klimafreundliche Maßnahmen aktiv zur Verminderung der THG-Emissionen beitragen können.

Oft werden Klimaschutzmaßnahmen allerdings als Gefährdung der Wettbewerbsfähigkeit und Existenz wahrgenommen – wie beispielsweise die Abstockung der Tierbestände, die Wiedervernässung von Mooren, die Erhöhung des Flächenanteils des Ökologischen Landbaus oder die Reduzierung von Düngemitteln. Gleichzeitig steht die Land- und Forstwirtschaft unter einem hohen wirtschaftlichen Druck. Nicht selten scheitert die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen oder die Beteiligung am Masterplanprozess daher an knappen personellen und finanziellen Ressourcen.

Allgemeine Hinweise für eine Beteiligung

Um die Zielgruppe zu klimafreundlichem Handeln zu motivieren, empfiehlt es sich, die besondere Betroffenheit der Land- und Forstwirtschaft durch den Klimawandel hervorzuheben und darauf zu verweisen, dass Klimaschutzmaßnahmen unabdingbar für eine dauerhafte Existenzsicherung der Branche sind. Dabei sollte auch auf die Bedeutung der biologischen Vielfalt in der Land- und Forstwirtschaft hingewiesen werden. Denn je vielfältiger die Biodiversität, umso größer ist auch das Potenzial zur Anpassung an extreme und wechselnde Umweltbedingungen. Bei der Ansprache der Zielgruppe und der Durchführung von Veranstaltungen sollten die Themen mit Bedacht gewählt und nicht mit Konfliktthemen begonnen werden. Vielmehr ist es ratsam, Lösungsansätze zu vermitteln, das heißt Zahlen, Daten und Fakten über die Emissionen der Branche transparent aufzubereiten und aufzuzeigen, wo und wie Verbesserungen möglich sind. In der Praxis hat es sich bewährt, persönliche Gespräche vor Ort oder per Telefon zu führen, um zunächst die spezifischen Herausforderungen der Branche in Erfahrung zu bringen.

Gemeinsam ausgearbeitete Kooperationsvereinbarungen ermöglichen es der Land- und Forstwirtschaft, Selbstverpflichtungen einzugehen, welche die branchenspezifischen Handlungsmöglichkeiten realistisch widerspiegeln. Bei solchen Vereinbarungen sollte die Berichterstattung lieber kurz und dafür regelmäßig erfolgen und auf Sanktionen verzichtet werden. Um das Vertrauen der Branche in die Kommunalverwaltung zu festigen und den Grundstein für weitere Kooperationen zu legen, bieten sich auch gemeinsam durchgeführte Projekte an, beispielsweise zur Förderung regionaler, nachhaltig angebauter Lebensmittel und Biomasse. Für die Umsetzung von konkreten Klimaschutzmaßnahmen, ist es stets sehr hilfreich, die aktuellen Förder-

programme auf Bundes- und Landesebene zu kennen und die land- und forstwirtschaftlichen Akteure über ihre Fördermöglichkeiten zu informieren.

Um den Kontakt zur Zielgruppe herzustellen, hat sich die Einbindung von Orts- und Landesverbänden, Bauern- und Waldbesitzerverbänden, Landesbetrieben oder ökologischen Anbauverbänden in der Praxis bewährt. Diese

verfügen über vielfältige Kontakte und Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit einzelnen land- und forstwirtschaftlichen Akteuren sowie in vielen Fällen über eine hohe fachliche Kompetenz an den Schnittstellen Klimaanpassung, Klimaschutz, Ressourcenschutz und Land- beziehungsweise Forstwirtschaft.

Literaturtipp

- Wissenschaftlicher Beirat Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlicher Verbraucherschutz und Wissenschaftlicher Beirat Waldpolitik beim BMEL,

Klimaschutz in der Land- und Forstwirtschaft sowie den nachgelagerten Bereichen Ernährung und Holzverwendung, Gutachten, Berlin 2016.

wie Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter teil, die selbst unmittelbar Aktivitäten im Bereich Landwirtschaft planen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer – allen voran die Landwirtinnen und Landwirte – entwickelten gemeinsam diverse Maßnahmevorschläge (Nutzung von Dachflächen für Solarthermie und Photovoltaik, Verbesserung der Technik für einen geringeren Kraftstoffverbrauch, Abluftwärmetauscher und Stalldämmung in Schweinemastbetrieben), die vollständig in den Masterplan Eingang finden.

Herausforderung und Lösungsansatz: Obwohl einige Unternehmen sowie die Landwirtschaftskammer bereits Projekte zum Klimaschutz umsetzen, verbinden viele landwirtschaftliche Betriebe das Thema mit einem hohen Kostenaufwand. Es fehlt den Landwirtinnen und Landwirten neben der zeitlichen Komponente zudem an Wissen zur Umsetzung von Maßnahmen. Aus diesem Grund entwickelte das Klimaschutzmanagement als zusätzliches Angebot die „Stallgespräche“. Sie sollen das fehlende Know-how vor Ort vermitteln und den Austausch zwischen den Betrieben stärken.

Zusätzliches Angebot: Die etwa zweistündigen „Stallgespräche“ sollen ab Herbst 2017 in Form von Führungen oder Diskussionsrunden eingeführt werden und abwechselnd bei verschiedenen landwirtschaftlichen Betrieben zwischen Melkzeit und Mittagspause stattfinden. Sie sind für die Zeit von November bis März angedacht, da die Landwirtinnen und Landwirte im Rest des Jahres mit Frühjahrsbestellungen und Erntearbeiten beschäftigt sind. Im Mittelpunkt stehen dabei lokalspezifische Fragestellungen sowie die Vermittlung energieeffizienter Techniken, die zum Teil aus dem Masterplanworkshop aufgegriffen werden. Die konkrete Themenwahl liegt jeweils beim einladenden Betrieb. Das Klimaschutzmanagement nimmt selbst teil, unterstützt die Bekanntmachung des Termins und organisiert bei Bedarf eine Expertin oder einen Experten (z. B. von der Energieberatung der Landwirtschaftskammer) für den fachlichen Input. Innerhalb der „Stallgespräche“ klären die Landwirtinnen und Landwirte ihnen wichtige Fragen, lernen empfehlenswerte Lösungsansätze kennen und diskutieren Möglichkeiten der Umsetzung in den eigenen Betrieben.

Finanzierung: Die Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein stellte für den Masterplanworkshop die eigene Aula sowie den fachlichen Input kostenfrei zur Verfügung. Die geplanten „Stallgespräche“ veranstaltet der jeweilige Betrieb bei Bedarf auch mit Verköstigung in seinen eigenen Räumen.

Begleitende Maßnahme: Das Klimaschutzmanagement der Region Flensburg plant den Berechnungsstandard für einzelbetriebliche Klimabilanzen in der Landwirtschaft des „Kuratoriums für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft“ als Bilanzierungstool zu etablieren. Dieses ermöglicht eine einzelbetriebliche CO₂-Erfassung auf Ebene eines Betriebszweiges. Interessierte Landwirtschaftsbetriebe können die Excel-Anwendung gebührenfrei nutzen, sodass sie geeignete Maßnahmen anhand der Gegebenheiten vor Ort effektiver auswählen und umsetzen können. Der Kreis

Schleswig-Flensburg unterstützt dieses Vorhaben mit weiteren Geoinformationsdaten, die detaillierte Angaben zur Flächennutzung liefern.

Ansprechpartnerin:

Dr. Elena M. Zydek, Klimaschutzmanagerin
Region Flensburg
Amtsverwaltung Eggebek
Email: elena.zydek@ksm-region-flensburg.de
Telefon: 04609 900-203

Weitere Informationen:

Klimaschutz in der Region Flensburg
→ www.klimaschutzregion-flensburg.de

Energieberatung der Landwirtschaftskammer
Schleswig-Holstein
→ www.lksh.de/landwirtschaft/bauenenergielandtechnik/energietechnik/



„Runder Tisch Kohlenstoffreiche Böden“ im Landkreis Lüchow-Dannenberg

Ziel: Die Freisetzung von CO₂ aus landwirtschaftlich genutzten Moorböden (Niedermoor, Moorgley) durch Wasserrückhalt zu verringern. Eine bessere Wasserversorgung, der Erhalt des Kohlenstoffspeichers und der Schutz der Biodiversität bieten Synergiepotentiale für Landwirtschaft, Klimaschutz und Naturschutz. Eine frühzeitige Beteiligung der Landwirtinnen und Landwirte soll dazu beitragen, das Bewusstsein und die Akzeptanz von Klimaschutzmaßnahmen bei dieser Akteursgruppe zu steigern. Zugleich ist das Ziel, gemeinsam mit den Landwirtinnen und Landwirten Maßnahmen zur THG-Minderung für konkrete Flächen zu entwickeln und umzusetzen.

Zielgruppe: Landwirtschaft: Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Kreisbauernverband; Naturschutz: Untere Naturschutzbehörde, Naturschutzverbände (in diesem Fall der BUND-Kreisverband), Niedersächsischer Landesbetrieb für Wasserwirtschaft, Küsten- und Naturschutz; Wasserwirtschaft: Kreisverband der Wasser- und Bodenverbände, Untere Wasserbehörde

Methode und Ansprache: Im Rahmen der Erstellung des Masterplans 100 % Klimaschutz brachte das Masterplanmanagement des Landkreises die Erstellung des Teilkonzepts „Klimaschutzeffekt kohlenstoffreicher Böden“ auf den Weg. Bei der Bearbeitung wirken die Zielgruppen partizipativ mit. Um das Vertrauen der Akteure in das Thema aufzubauen, führte das Masterplanmanagement des Landkreises gemeinsam mit einem externen Dienstleister in einem ersten Schritt circa eineinhalbstündige Einzelgespräche mit

Vertreterinnen und Vertretern aller Zielgruppen durch. Dabei stellten sie zunächst das Thema sowie die Erarbeitungs- und Partizipationsschritte vor und trafen Vereinbarungen über die Beiträge der verschiedenen Akteure – wie zum Beispiel die Lieferung von Daten (Boden-, Wasserstands- und Biopdaten) oder die Ansprache weiterer relevanter Personen wie Flächeneigentümerinnen und -eigentümer. In einem zweiten Schritt wurde ein „Runder Tisch Kohlenstoffreiche Böden“ etabliert, an dessen Sitzungen jeweils Vertreterinnen und Vertreter der einzelnen Zielgruppen, des Masterplanmanagements und des externen Dienstleisters sowie ein Landwirt als Vertreter der Landwirtschaft teilnehmen. In der ersten Sitzung wurden Minderungspotentiale, mögliche Maßnahmen sowie landwirtschaftlich genutzte ehemalige Moorflächen, die als geeignet klassifiziert wurden, vom externen Dienstleister präsentiert und anschließend mit den Teilnehmenden diskutiert. Hierbei spielte auch die Bewertung von Eigentumsverhältnissen eine wesentliche Rolle. Im Anschluss hatten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit, die ausgearbeiteten Maßnahmen bezüglich der Umsetzbarkeit weiter zu bewerten. Die Organisation der Veranstaltung übernahm das Masterplanmanagement des Landkreises gemeinsam mit dem Dienstleister (Referentenansprache, Raum, Dokumentation der Ergebnisse etc.).

Weiteres Vorgehen: Die Suche nach geeigneten Flächen ist schwierig. Verschiedene Faktoren – wie zum Beispiel Standorteigenschaften, Eigentümerverhältnisse, unterschiedliche Interessen der Beteiligten, rechtliche Rahmenbedingungen und wirtschaftliche Aspekte – spielen eine Rolle. Vor diesem Hintergrund erfolgt in einem nächsten Schritt eine Kontaktaufnahme mit den betroffenen Flächenbewirtschafterinnen und -bewirtschaftern sowie den Eigentümerinnen und Eigentümern der Flächen, um über die geplanten Maßnahmen zu sprechen und eine konkretere Prüfung der Faktoren durchführen zu können. Bis zur Sommerpause 2017 ist eine weitere Sitzung des „Runden Tisches“ geplant. Hierbei sollen die Vorstellung und Diskussion der Gesprächsergebnisse mit den Landwirtinnen und Landwirten im Fokus stehen.

Ergebnis: Durch das Führen von Einzelgesprächen zu Beginn des Konzepterstellungsprozesses konnten anfängliche Bedenken der Akteure aus dem Weg geräumt werden. Die

Resonanz ist insgesamt positiv. Das lässt sich auch darauf zurückführen, dass ein Brückenthema gewählt wurde, welches sowohl für Landwirtschaft als auch Klima- und Naturschutz positive Effekte mit sich bringt. Die bevorzugte Maßnahme auf den Flächen ist es, Wasser durch Grabenanstau zurückzuhalten. Das heißt, der Wasserstand wird nur zeitweise angehoben. Zugleich werden die Bewirtschaftung der Flächen und der Fortbestand wichtiger Biotope weiterhin gewährleistet.

Empfehlung: Die Ansprache der Landwirtinnen und Landwirte über den Kreisbauernverband hat sich im Landkreis Lüchow-Dannenberg sehr bewährt. Die Landwirtinnen und -wirte haben Vertrauen in die Institution und arbeiten gut mit dieser zusammen.

Herausforderung und Lösungsansatz: Bisher fehlen die finanziellen Mittel, um die entwickelten Maßnahmen umzusetzen. Es ist geplant, geeignete Maßnahmen zum Schutz des Kohlenstoffspeichers Moorböden im Rahmen eines Antragsverfahrens in die Förderrichtlinie „Klimaschutz durch Moorentwicklung“ des Landes Niedersachsen einzubringen. Ziel ist, dass die Teilnehmenden des „Runden Tisches“ auf diese Weise motiviert und befähigt werden, die daraus entstehenden Projekte eigenständig weiterzuführen.

Finanzierung: Die Erstellung des Teilkonzepts „Klimaschutzeffekt kohlenstoffreicher Böden“ wird durch das Programm „Masterplan 100 % Klimaschutz“ des Bundesumweltministeriums gefördert. Durch den fachlichen Input eines Dienstleisters wird der Aufwand für die Kommune als gering eingestuft.

Ansprechpartner:

Hans-Albrecht Wiehler, Landkreis Lüchow-Dannenberg
Klimaschutzleitstelle, Stabsstelle regionale Entwicklungsprozesse
Email: ha.wiehler@luechow-dannenberg.de
Telefon: 05841 120-274

Weitere Informationen:

Masterplan 100 % Klimaschutz
→ www.klimapakt.org

Bildnachweis

Titel sowie Illustrationen im Innenteil: Drees + Riggers GbR

S. 16: © Peter Dorn

S. 17: © Gemeinde Burbach

S. 18: © Andy Heuer

S. 19: © Landkreis Marburg-Biedenkopf

S. 20: © Landkreis Marburg-Biedenkopf

S. 23: © Energiebündnis Rostock

S. 27: Carolin Vomhof-Kettner, © Gemeinde Burbach

S. 28: © Thomas Langreder

S. 30: © Klimapakt Flensburg e.V.

S. 31: © Gemeinde Burbach

S. 34: Stefan Franke, © Landkreis Marburg-Biedenkopf

Quellenverzeichnis

Bischoff, Ariane; Selle, Klaus; Sinning, Heidi, Informieren, Beteiligen, Kooperieren. Kommunikation in Planungsprozessen. Eine Übersicht zu Formen, Verfahren und Methoden, Dortmund 2005.

BMUB – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Klimaschutzplan 2050, Klimaschutzpolitische Grundsätze und Ziele der Bundesregierung, Stand 11.11.2016. Online verfügbar auf: www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/klimaschutz-plan_2050_bf.pdf, zuletzt abgerufen am 15.4.2017.

Mind Tools, Stakeholder Analysis. Winning Support for Your Projects, o.J. Online verfügbar auf: www.mindtools.com/pages/article/newPPM_07.htm, zuletzt abgerufen am 15.4.2017.

UBA – Umweltbundesamt, Energieverbrauch nach Energieträgern, Sektoren und Anwendungen, 2017. Online verfügbar auf: www.umweltbundesamt.de/daten/energiebereitstellung-verbrauch/energie-verbrauch-nach-energietraegern-sektoren, zuletzt abgerufen am 15.4.2017.

