



Zusammendenken, was zusammengehört: Kommunaler Klimaschutz und nachhaltiger Konsum

Ideen für Kommunen und Landkreise

Impressum

Herausgeber:

Umweltbundesamt
Fachgebiet III 1.1
Postfach 14 06
06813 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
info@umweltbundesamt.de
www.umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt.de
 /umweltbundesamt
 /umweltbundesamt
 /umweltbundesamt

Autorinnen und Autoren:

Ria Müller
Dr. Frieder Rubik
Dr. Steven Salecki
Dr. Pauline RiOUSset
Joyce-Ann Syhre
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH,
gemeinnützig

Dr. Michael Bilharz
Dr. Burkhard Huckestein
Chiara Brendel
Umweltbundesamt

Redaktion:

Dr. Michael Bilharz

Satz und Layout:

le-tex publishing services GmbH

Bildquellen:

Titel: GettyImages/Rafa Elias
S. 8: Shutterstock/JoannaTkaczuk
S. 22: B.A.U.M. Consult GmbH Hamm/Stadt Beckum
S. 23: B. A. U. M. Consult GmbH Hamm
S. 25: Stadt Göttingen/C. Malsch
S. 26: Stadt Göttingen/Stabsstelle Klimaschutz und Energie
S. 28: Shutterstock/Life and Times
S. 29: Region Hannover/Markus Glombik
S. 31: Übermut Frankfurt/Maike Thalmeier
S. 33: Stadtverwaltung Bad Säckingen/Ralf Däubler
S. 34: Stadtverwaltung Bad Säckingen/Ralf Däubler
S. 36: Schweizer Bundesamt für Energie (BFE)
S. 37: Genossenschaft Kalkbreite/Volker Schopp
S. 41, 42: 3 fürs Klima e. V.
S. 42: Adobe Stock/Jacob Lund
S. 46: Adobe Stock/David Fuentes

Stand: Juli 2020

ISSN 2363-832X

Das diesem Bericht zu Grunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit unter dem Förderkennzeichen 3716 16 308 0 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Zusammendenken, was zusammengehört: Kommunaler Klimaschutz und nachhaltiger Konsum

Ideen für Kommunen und Landkreise



Inhalt

Vorwort	6
1. Konsum und Klimaneutralität	9
1.1 Konsum und kommunale Rahmung	9
1.2 Nachhaltiger Konsum: ein weites Feld	10
1.3 Konsum als Randthema in kommunalen Klimaschutzkonzepten	13
1.4 Konsum, Klimaneutralität und kommunaler Klimaschutz: Eine Annäherung	15
2. Von Vorbildern lernen: Nachmachen erwünscht	18
2.1 Eigenständige Strategie „ICH“ adressiert private Haushalte: das Beispiel des Kreises Lippe	19
2.2 Bildung als eigenständiger Strategiebaustein: das Beispiel Beckum	22
2.3 Mit starkem Netzwerk Hebelwirkung erhöhen: das Beispiel Göttingen	25
2.4 Öko-faire öffentliche Beschaffung: das Beispiel der Region Hannover	28
2.5 Ernährung als Türöffner für Klimaschutz: das Beispiel Frankfurt a. M.	31
2.6 Neue Mobilität zum Mitmachen: das Beispiel Bad Säckingen	33
2.7 Bauleitplanung für die 2000-Watt-Gesellschaft: das Beispiel Zürich	36
2.8 Der Weg zur klimaneutralen Verwaltung: Etappen und Anforderungen für den Klimaschutz in Behörden	39
2.9 Klimaneutral leben als persönliches Selbstbekenntnis	41
3. Handlungsempfehlungen	43
Literaturhinweise	47

Vorwort

Klimaneutralität: ein Ziel auf allen Ebenen

Das Klimaschutzgesetz der Bundesregierung legt fest: Deutschland soll bis spätestens 2050 klimaneutral sein. Grundlage hierfür ist der völkerrechtlich verbindliche Vertrag von Paris, in dem sich die internationale Staatengemeinschaft verpflichtet hat, den Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur auf deutlich unter 2 °C und möglichst auf 1,5 °C gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen. Auch die EU hat mit dem Green Deal im März 2020 einen Gesetzesentwurf vorgestellt, welcher Klimaneutralität bis 2050 gesetzlich verankern soll.

Im Klimaschutzgesetz wurde zudem eine nach Sektoren differenzierte Minderung der nationalen klimaschädlichen Treibhausgasemissionen um insgesamt mindestens 55 % bis 2030 gegenüber 1990 gesetzlich festgeschrieben. Die Bundesverwaltung soll bis 2030 klimaneutral sein. Auch auf regionaler und kommunaler Ebene gibt es weltweit schon zahlreiche Beschlüsse Klimaneutralität zu erreichen. In Deutschland liegen dazu Beschlüsse und dahinter liegende Klimaschutzkonzepte z. B. für Berlin, Hamburg, Hannover, aber auch für kleinere Städte und Regionen wie den Rheingau-Taunus-Kreis vor. Inzwischen gibt es sogar bürgerschaftliche Initiativen, die sich zu einem klimaneutralen Leben bekennen.

Klimaneutralität: ein Ziel mit hoher Alltagsrelevanz

Dies führt direkt zur Frage: Welche Relevanz hat das Ziel der Klimaneutralität für unseren Alltag? Wie verändert es unsere Konsumgewohnheiten?

Fest steht: Klimaneutraler Konsum ist anders als unsere heutigen treibhausgasintensiven Konsummuster. Viele Antworten finden wir hierzu bereits, wenn wir uns die Lebensstile von Menschen anschauen, die einen kleinen CO₂-Fußabdruck haben. In unserer Broschüre „Klimaneutral leben“ haben wir das beispielhaft dargestellt. Wichtige Stichpunkte sind: Umstieg auf 100 % erneuerbare Energien, E-Mobilität, Car-Sharing, gut gedämmte Wohnungen, energieeffiziente Haushaltsgroßgeräte, Reduktion des Fleischkonsums oder längere Nutzung von Produkten durch Reparaturen. Dabei geht es nicht unbedingt darum, von heute auf morgen alles umzustellen, sondern um das Ergreifen heute möglicher, relevanter Maßnahmen.

Ob wir einen klimaneutralen Konsum als eine große Veränderung von Alltags- und Konsumgewohnheiten oder eher als dezente Anpassung von bestehenden Alltagsroutinen empfinden, wird sicherlich von verschiedenen Menschen auch unterschiedlich beurteilt werden. Es hängt von unseren persönlichen Gewohnheiten, Möglichkeiten und Einstellungen ab und ist in diesem Sinne in hohem Maße subjektiv. Wir können ledig-

lich sagen: Einige Maßnahmen lassen sich ohne eine spürbare Veränderung von Alltagsroutinen durchführen, z. B. der Bezug von Ökostrom. In anderen Bereichen werden wir hingegen unsere Konsumgewohnheiten anpassen und anders priorisieren müssen, z. B. beim Konsum tierischer Produkte.

Unabhängig davon, ob wir diese Veränderungen im Alltag als eher groß oder als eher klein wahrnehmen, findet Konsum, und damit auch klimaneutraler Konsum, immer im Alltag der Menschen statt, „vor Ort“ eben. Die Umstellung auf Klimaneutralität muss daher „vor Ort“ passieren. Hier wird eingekauft, gebaut, getankt, gegessen, kurz: gelebt.

Klimaneutralität und Konsum zusammendenken – auch und gerade auf kommunaler Ebene

Es ist deshalb wichtig, klimaneutralen Konsum und kommunalen Klimaschutz stärker zusammenzubringen. Diese Broschüre will hierzu ermuntern und hierbei unterstützen:

- ▶ Kapitel 1 zeigt die Verbindungslinien zwischen nachhaltigem Konsum und kommunalem Klimaschutz auf.
- ▶ Kapitel 2 stellt erfolgreiche Beispiele vor, wie Kommunen Konsumthemen in bestehende Klimaschutzanstrengungen integrieren können.
- ▶ Kapitel 3 zeigt, welche Herausforderungen bei der Integration von Konsumthemen für Klimaschutzmanagerinnen und -manager sowie für Klimaschutzkonzepte bestehen und wie diese auf verschiedenen Ebenen angegangen werden können.

Klimaneutralität ist nicht nur ein abstraktes Ziel. Klimaneutralität ist eine klare Leitlinie für kommunalen Klimaschutz und für die Förderung eines nachhaltigen Konsums.

Bringen wir zusammen, was zusammengehört.

Prof. Dr. Dirk Messner
Präsident Umweltbundesamt



1

Konsum und Klimaneutralität

1.1 Konsum und kommunale Rahmung

Konsum¹ ist Alltag und Alltag findet direkt in den Städten und Dörfern statt. Maßnahmen zur Förderung nachhaltigen Konsums haben auf kommunaler² Ebene durchaus Tradition: Netzwerke wie die Lokale Agenda 21, z. B. die Lokale Agenda 21 Berlin (Berlin o. J.), Netzwerke zur Förderung biologischer Ernährung in der Stadt wie der Milan Urban Food Policy Pact (Milan o. J.) oder das Netzwerk Bio-Städte (Bio-Städte o. J.) und verschiedene zivilgesellschaftliche und lokale Initiativen thematisieren nachhaltige Konsumalternativen, Verhaltensänderungen in Richtung Suffizienz sowie einen Wertewandel in der Ressourcennutzung. Daran kann im Bereich des Klimaschutzes „angedockt“ werden.

Mehr noch: Zu allen aus ökologischer Perspektive prioritären Konsumfeldern und Maßnahmen („Big Points“) gibt es auch Veränderungsmöglichkeiten auf kommunaler Ebene (Abbildung 1).

Trotzdem finden sich Konsumthemen bisher eher selten und wenn, dann eher lose und unsystematisch in kommunalen und regionalen Klimaschutzkonzepten. Das ist das Ergebnis der UBA-Studie „Klimaneutrale Regionen als Strategieansatz zur Förderung nachhaltiger Konsummuster: Analyse und Entwicklung von politischen Handlungsempfehlungen“, die auch die wesentlichen Bausteine für diese Broschüre erarbeitet hat (Kapitel 2 und 3).

Diese nachrangige Berücksichtigung von Konsumthemen liegt nicht am fehlenden Willen. Dahinter liegen strukturelle Gründe, die im Folgenden näher erläutert werden sollen: Beim Verständnis von nachhaltigem Konsum ebenso wie bei der Konzeption von kommunalem Klimaschutz. Erst wenn diese strukturellen Barrieren erkannt und aufgelöst werden, können Synergien für beide Seiten effektiv genutzt werden.

¹ Unter Konsum verstehen wir in dieser Broschüre den Kauf von Gütern und Dienstleistungen sowie darauf basierendes ausgabenrelevantes Verhalten durch private Haushalte.

² Mit „kommunaler Ebene“ ist hier in der Broschüre nicht nur im engeren Sinne die Kommune als Verwaltungseinheit, sondern im weiteren Sinn die Ebene von Kommunen und Landkreisen angesprochen.

Abbildung 1

Fördermöglichkeiten von Big Points eines nachhaltigen Konsums auf unterschiedlichen politischen Ebenen

	Mobilität Bsp. Car-Sharing	Wohnen Bsp. Passivhausstandard	Ernährung Bsp. Reduktion von tierischen Lebensmitteln	Sonstiger Konsum Bsp. längere Produktlebensdauer
EU-Ebene	z.B. Förderprogramme	z.B. EU-Gebäuerichtlinie	z.B. Förderung des Anbaus von Eiweißpflanzen	z.B. Haltbarkeits- und Reparaturanforderungen in Ökodesign-Richtlinie
Bundesebene	z.B. Carsharinggesetz	z.B. GebäudeEnergie-Gesetz, KfW-Förderung	z.B. Mehrwertsteuerregelung für tierische Produkte	z.B. Mehrwertsteuerermäßigung für Reparaturdienstleistungen
Landesebene	z.B. Landesstraßengesetze	z.B. Landesklimaschutzgesetze	z.B. regionale Anbaupläne für Eiweißpflanzen, Ernährungsbildung	z.B. Priorisierung in beruflicher Bildung
Kommunale Ebene	z.B. Sondernutzung (Stellplätze), Öffentliche Verwaltung als Nutzer	z.B. Bauleitplanung, Energiesparberatung	z.B. Schulverpflegung, Ernährungsbildung	z.B. Reparaturzentren

Quelle: Eigene Darstellung

1.2 Nachhaltiger Konsum: ein weites Feld

Nachhaltiger Konsum steht für „dauerhaft global verallgemeinerbare Konsummuster“. Hinter dieser abstrakten Definition versteckt sich eine sehr große Vielfalt:

- ▶ Tausende von Einzelentscheidungen auf individueller Ebene in unterschiedlichsten Konsumfeldern (Wohnen, Mobilität, Ernährung, Bekleidung, ...)
- ▶ Große Unterschiede bezüglich zeitlicher und ökonomischer Relevanz der Konsumententscheidungen (Güter des täglichen Bedarfs versus langlebige Gebrauchsgüter, einstellige versus vier- und mehrstellige Eurobeträge)
- ▶ Große Unterschiede bezüglich der sozialen und ökologischen Wirksamkeit (Peanuts versus Big Points).

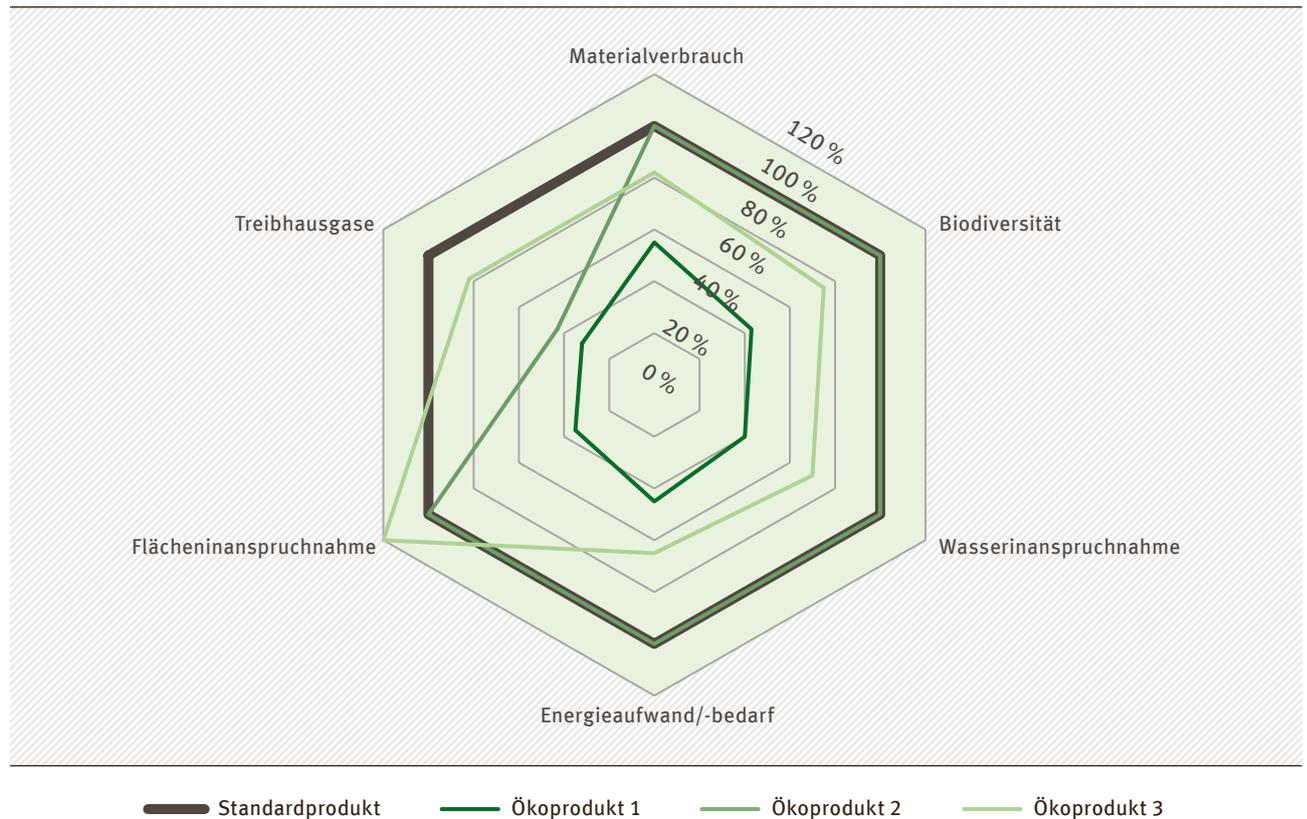
Während sich diese Vielfalt in Bezug auf Ausgabenhöhe relativ einfach einfangen lässt, ist dies für die soziale und ökologische Wirksamkeit deutlich schwieriger. Bereits zur Bewertung der ökologischen Relevanz müssen verschiedene Aspekte miteinander verglichen werden (Abbildung 2):

Treibhausgasemissionen, Flächenverbrauch, Bodenversauerung, Biodiversitätsverlust, Toxizität, u. a. m. Im besten Fall ist das Ökoprodukt in all diesen Umweltwirkungskategorien besser (Beispiel 1) oder zumindest nirgends schlechter (Beispiel 2) als das konventionelle Standardprodukt. Es gibt aber auch Fälle, in denen das Ökoprodukt zwar in den meisten Umweltwirkungskategorien besser ist, aber auch in ein oder zwei Kategorien schlechter abschneidet als das Vergleichsprodukt (Beispiel 3). Dann müssen die verschiedenen Umweltwirkungen in ihrer Relevanz gegeneinander abgewogen werden. Hinzu kommen soziale Aspekte wie Einhaltung von Arbeitsnormen, Arbeitsschutz u. a. m. Eine Priorisierung von Maßnahmen sowie eine Formulierung von messbaren Zielen für nachhaltigen Konsum sind offensichtlich nicht einfach.

Erschwerend kommt hinzu, dass der Konsumbegriff selbst sehr unterschiedlich und nicht stringent verwendet wird. Häufig wird unter „Konsum“ nur der Kauf von Verbrauchsgütern wie Lebens- und Reinigungsmittel oder von speziellen Gebrauchsgütern wie Kleidung verstanden. Damit fallen aber langlebige

Abbildung 2

Beurteilungskategorien zur Ermittlung der ökologischen Vorteilhaftigkeit von Produktalternativen



Quelle: Eigene Darstellung

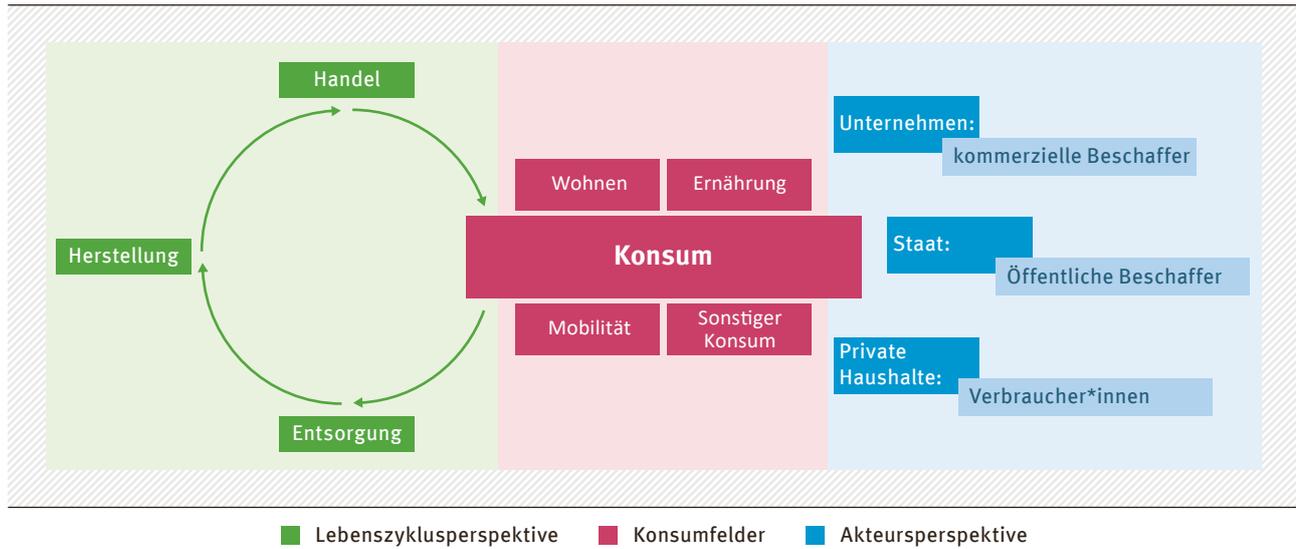
Gebrauchsgegenstände wie Auto und Kühlschrank sowie relevante Themen wie Wohnungswahl, Hausbau, die Energienachfrage (Strom, Heizung) oder auch die Flugreisen aus dem Blick. Das deckt sich wiederum mit der Beobachtung, dass Konsumpolitik weniger mit Energie- oder Verkehrspolitik und den dort eingesetzten gesetzlichen Instrumenten in Verbindung gebracht wird, sondern erstens eher mit „weichen“, informatorischen Instrumenten, deren Wirksamkeit nur schwer zu ermitteln ist, und zweitens mit den Bereichen Ernährung und anderen, „sonstigen“ Konsumbereichen. Während im Alltagsverständnis und in der Wirtschaftslehre Konsum den privaten Haushalten zugeordnet wird, betrachtet Konsumpolitik meist auch öffentliche und unternehmerische Beschaffung, da auch dort „Alltagsgegenstände“ wie Kleidung und Papier eingekauft werden und somit Einkaufshilfen wie Label analog Anwendung finden können. Abbildung 3 veranschaulicht diese vielfältigen, möglichen „Konsumperspektiven“: Von Konsum als spezifischer Phase im Lebenszyklus über verschiedene Konsumfelder hin zu verschiedenen Akteuren.

Umgekehrt verdrängt der Konsumfokus Handlungsmöglichkeiten von privaten Haushalten, die nicht Konsum sind, wie Geldanlage oder Investitionen in erneuerbare Energien, und damit auch die verschiedenen Rollen, die private Haushalte einnehmen können (Abbildung 4).

Im Ergebnis herrschen in der Debatte zum nachhaltigen Konsum vielfach die Prinzipien Zufall und Hoffnung: Die Themenauswahl erfolgt eher zufällig (sowohl bei Konsumenten als auch bei Multiplikatoren und Entscheidern). Auf die Wirksamkeit einzelner Maßnahmen wird vor allem „gehofft“. Maßnahmen wie der Verzicht auf die Plastikfolie beim Kauf einer Gurke stehen dann auf einer Ebene wie die energetische Sanierung eines Hauses oder die Kompensation von Tonnen an Treibhausgasemissionen, obwohl sich die einzelnen Maßnahmen in der Wirksamkeit um einen Faktor von bis zu 1 Million unterscheiden können, von wenigen Gramm hin zu Tonnen an CO₂-Vermeidung.

Abbildung 3

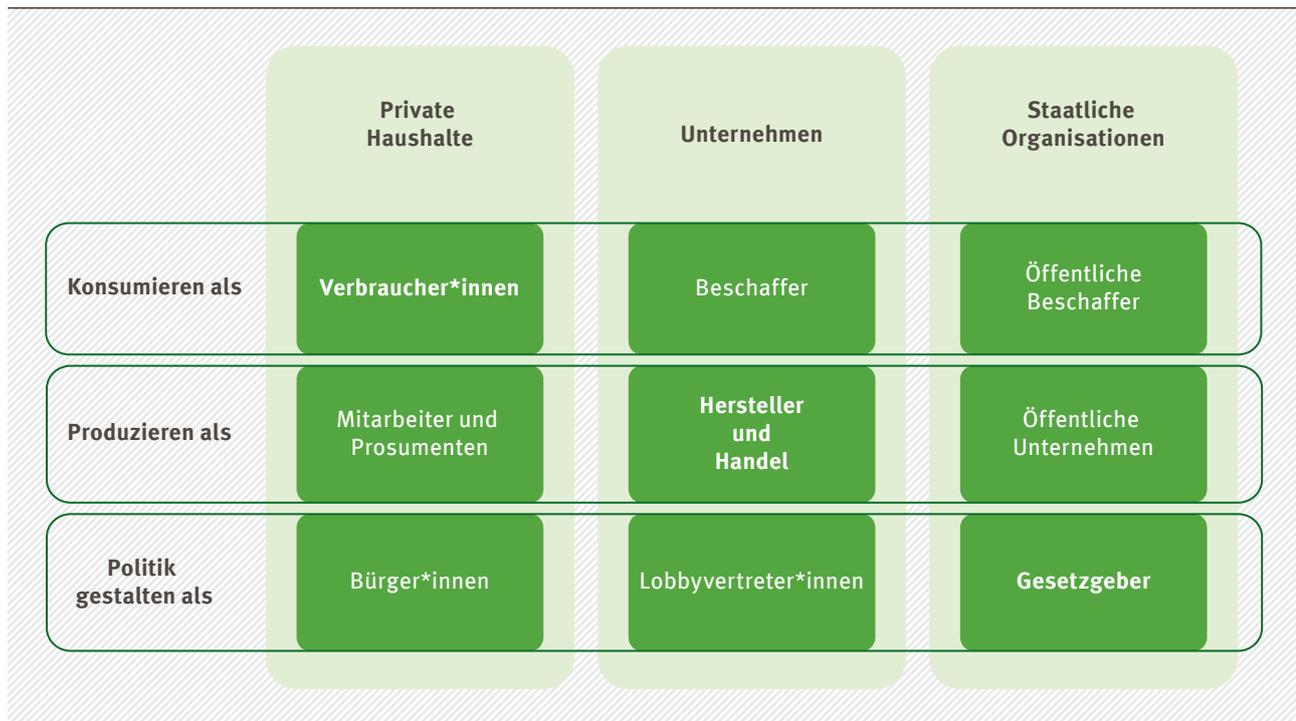
Der Konsumbegriff in unterschiedlichen Verwendungszusammenhängen



Quelle: Eigene Darstellung

Abbildung 4

Akteure mit verschiedenen Rollen beim nachhaltigen Konsum



Quelle: Eigene Darstellung

Diese Beobachtung spiegelt sich letztlich auch im Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum wider, in dem in sechs Bedürfnis- und neun Handlungsfeldern 172 „weiche“ Maßnahmenvorschläge eher lose und ohne erkennbare Priorisierung nebeneinander stehen (Bundesregierung 2016/2019). „Konsum“ bleibt so ein Bereich für primär freiwillige Maßnahmen, die als Lebensstilfragen verstanden werden und die politisch möglichst nicht „gemaßregelt“ werden sollen.

Die Ausführungen machen auch verständlich, dass es sehr weit divergierende Angaben dafür gibt, welchen Anteil der Konsum am gesamten Umweltverbrauch hat. Bei den Treibhausgasemissionen schwanken die Angaben beispielsweise zwischen 20 % und 94 %. Der Wert 20 % entspricht dabei den direkten Emissionen der privaten Haushalte für Heizen und Warmwasser. 94 % entspricht dem methodisch (nicht normativ) begründeten Vorgehen im CO₂-Rechner, der – mit Ausnahme sogenannter „öffentlicher Emissionen“ – alle in einer Volkswirtschaft entstehenden Treibhausgasemissionen auf unterschiedliche Konsumfelder aufteilt.

1.3 Konsum als Randthema in kommunalen Klimaschutzkonzepten

Seit 2008 fördert das Bundesumweltministerium über das Programm „Nationale Klimaschutzinitiative“ (NKI) die Erstellung von regionalen und kommunalen Klimaschutzkonzepten. Sie dienen als strategische Planungs- und Entscheidungshilfe für kommunale Klimaschutzaktivitäten. Im Allgemeinen gilt, dass ein regionales oder kommunales Klimaschutzkonzept die Klimaschutzaktivitäten in Kommunen koordinieren und verstetigen soll, es jedoch unverbindlich ist und Empfehlungscharakter besitzt. Inhaltlich beschreibt es die Potentiale zur Minderung von Treibhausgasemissionen und spezifiziert Maßnahmen und Aktivitäten, die als sinnvoll zur Zielerreichung erachtet werden. Die Kommunalrichtlinie der NKI fordert, dabei alle klimarelevanten Handlungsfelder zu berücksichtigen (BMU 2017).

Die Studie „Klimaneutrale Regionen“ (siehe Kasten) zeigte, dass nachhaltiger Konsum bisher nur eine untergeordnete Rolle in den Klimaschutzkonzepten spielt. Allerdings gilt dies nicht für alle Klimaschutzkonzepte gleichermaßen. Vielmehr haben dort, wo eine anspruchsvolle Zielsetzung im Sinne von Klimaneutralität verankert wurde, auch Konsumthemen eine größere Bedeutung. Gleichzeitig führt die Zielsetzung Klimaneutralität auch insgesamt zu anspruchsvolleren Maßnahmen.

Beteiligung und Verhaltensänderungen zentral

Außerdem ist trotz der eher nachrangigen Behandlung des Themas Konsum die Einbindung von Bürgern und Bürgerinnen in vielen Kommunen ein wichtiger Ansatz, zumal in den Förderrichtlinien der Nationalen

Klimaschutzinitiative Beteiligungsprozesse für Klimaschutzkonzepte vorgeschrieben sind. Auch die befragten Klimaschutzmanagerinnen und -manager weisen darauf hin, dass Konsumthemen eine gute Möglichkeit für die wichtige Teilhabe der Bevölkerung darstellen. Zudem zeigt sich im Zeitverlauf, dass Konsumthemen an Bedeutung gewinnen, je länger eine Gebietskörperschaft bereits im Klimaschutz engagiert ist. Denn, darin sind sich die befragten Klimaschutzmanagerinnen und -manager einig, ohne Verhaltensänderungen der Bürger und Bürgerinnen können die Klimaschutzziele nicht erreicht werden (siehe Kasten). Konsumbezogene Maßnahmen können dabei ein Türöffner für die Sensibilisierung der Bürger und Bürgerinnen für das Thema „Klimaschutz“ sein. Zwei Drittel der befragten Klimaschutzmanagerinnen und -manager sind auch der Überzeugung, dass nachhaltiger Konsum auf lokaler Ebene beeinflusst werden kann. Dementsprechend sind Informationsangebote für private Haushalte wie Energieberatungen, Veranstaltungsreihen und Kooperationen mit Volkshochschulen häufig fester Bestandteil der Arbeit vieler Klimaschutzmanagerinnen und -manager.

Die Gründe, weshalb nachhaltiger Konsum bisher noch wenig in Klimaschutzkonzepten und kommunalem Klimaschutz berücksichtigt wird, sind aus Klimaschuttsicht plausibel und lassen sich teilweise auch direkt aus den oben genannten Merkmalen des nachhaltigen Konsums ableiten. Klimaschutzkonzepte priorisieren Maßnahmen anhand von erwarteter Wirkung, Zuständigkeit, Vorhandensein von fachlichen Kompetenzen, Zugängen und Erfahrungen sowie der

Studie Klimaneutrale Regionen

Vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (Umweltbundesamt 2020a) wurde im Auftrag des Umweltbundesamtes die Studie „Klimaneutrale Regionen als Metastrategie zur Förderung nachhaltiger Konsummuster: Empirische Analyse und Entwicklung von politischen Handlungsempfehlungen“ durchgeführt.

Hierzu wurden in einem ersten Schritt 160 Klimaschutzkonzepte, welche auf lokaler bzw. regionaler Ebene als Entscheidungsgrundlage und Planungshilfe für Klimaschutzmaßnahmen entwickelt und veröffentlicht worden sind, herangezogen. 89 Konzepte davon verfolgen das Ziel einer mittelfristigen Senkung der Treibhausgasemissionen um mindestens 40 % bis 2020 gegenüber 1990 und das Ziel einer langfristigen

Senkung um mindestens 80 % bis 2050 gegenüber 1990.* Diese 89 Konzepte wurden tiefgehender im Vorhaben analysiert.

In einem zweiten Schritt wurden in einer Online-Befragung 154 Klimaschutzmanager und -managerinnen zu Fragen des nachhaltigen Konsums im Rahmen von Klimaschutzkonzepten und Klimaschutzmaßnahmen kontaktiert. 85 Fragebögen konnten für die Auswertung genutzt werden. Zusätzlich vertieften acht qualitative Interviews mit Klimaschutzmanagern und -managerinnen die Ergebnisse der Online-Befragung. Dabei wurde in der Befragung auch auf das „Nationale Programm für nachhaltigen Konsum“ der Bundesregierung eingegangen.

Auf der Basis der empirischen Untersuchung wurden politische Handlungsempfehlungen entwickelt.

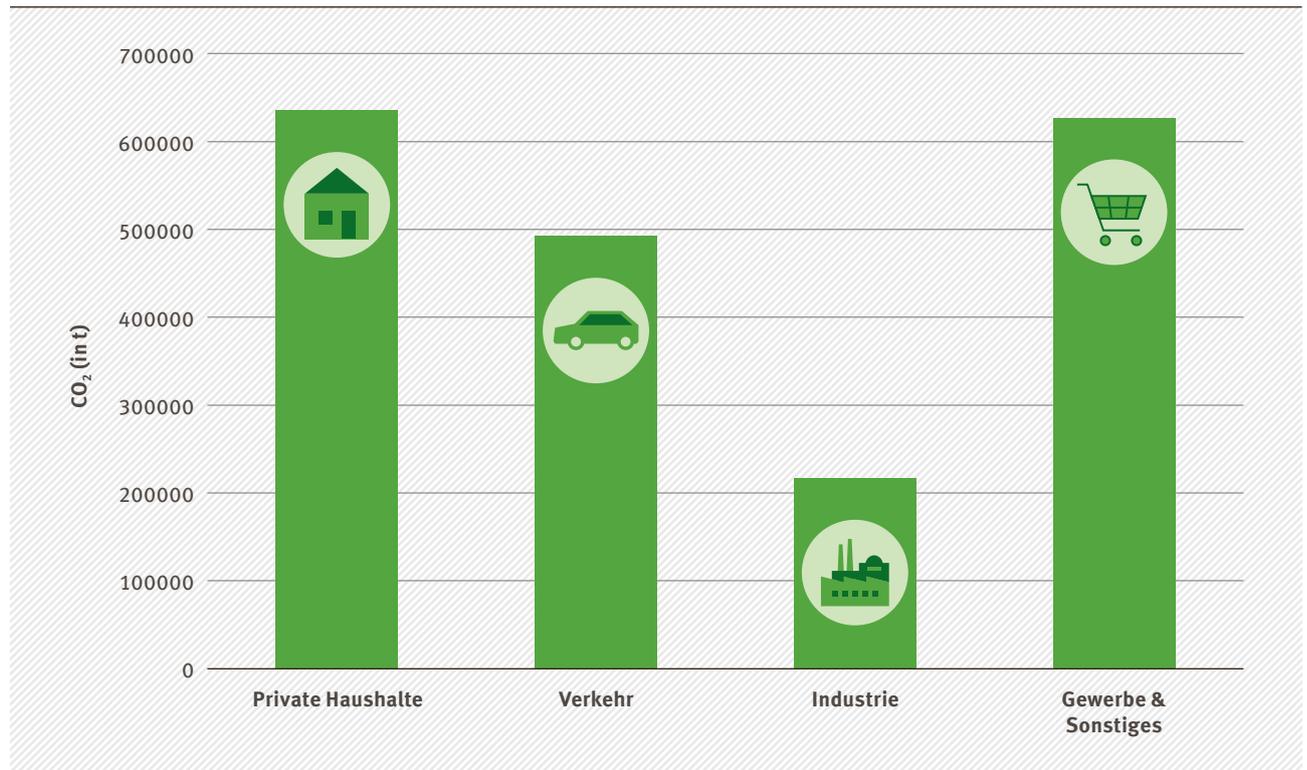
* Diese Zielwerte korrespondieren mit dem Zielkorridor für Treibhausgasreduktionen aus dem Energiekonzept der Bundesregierung des Jahres 2010 (Treibhausgas-minderung um 80 bis 95 % gegenüber 1990). Das Umweltbundesamt hält inzwischen eine schnellere und umfassendere Minderung von Treibhausgasemissionen für notwendig, um die Paris-Ziele noch erreichen zu können: Mindestens 70 % weniger Treibhausgasemissionen bis 2030 (gegenüber 1990) und das Erreichen einer „Netto-Null“ bei den Treibhausgasemissionen bis spätestens 2050 (Umweltbundesamt 2019).

Kosteneffizienz der Maßnahmen. Meist stehen deshalb Energieerzeugung³ und Gebäudesanierung im Vordergrund, wobei diese eher einen indirekten Verbraucherbezug haben. Gleichzeitig blendet der in den meisten Fällen (primär) verwendete Bilanzierungsansatz der Territorialbilanz viele konsumbezogene Treibhausgasemissionen aus, da die Herstellung der Güter in hohem Maße außerhalb der Region erfolgt. Fehlende Messbarkeit und Schwierigkeiten bezüglich des Monitorings kommen bei vielen Konsumthemen hinzu.

³ Die Umstellung der Energieversorgung auf 100 % erneuerbare Energien ist die zentrale übergeordnete Maßnahme für die Erreichung einer klimaneutralen Gesellschaft. Das Netzwerk „100 % Erneuerbare-Energie-Regionen“ (<http://www.100ee.de/index.html>), in dem rund 140 Kommunen involviert sind, kann somit folgerichtig als zentrale Vorgängerbewegung zu klimaneutralen Regionen und Kommunen betrachtet werden.

Die Studie zeigt demnach: Es gibt nachvollziehbare Gründe, weshalb Konsumthemen in der Anfangsphase von kommunalen Klimaschutzkonzepten ein Randthema sind. Die Studie zeigt aber auch, dass mit zunehmendem Umsetzungsstand von Klimaschutzkonzepten Konsumthemen einen breiteren Raum einnehmen können und müssen, um das Ziel der Klimaneutralität zu erreichen. Hierzu ist die stärkere Einbeziehung privater Haushalte als wichtige Akteursgruppe unerlässlich. Denn schon im Rahmen einer Territorialbilanz, d. h. ohne die Berücksichtigung von außerhalb der Gemeindegrenzen produzierten Gütern und Dienstleistungen, sind private Haushalte häufig der Sektor mit den höchsten CO₂-Emissionen (Abbildung 5).

Abbildung 5

CO₂-Emissionen in Münster nach Sektoren (2015, Territorialbilanz)

Quelle: Stadt Münster 2017

1.4 Konsum, Klimaneutralität und kommunaler Klimaschutz: Eine Annäherung

Bereits im Jahr 2010 hat das Umweltbundesamt mit der Broschüre „Klimaneutral leben“ erstmalig nachhaltigen Konsum und Klimaneutralität in einer eigenen Publikation zusammengeführt. Trotzdem ist die Annäherung beider Seiten bisher eher zögerlich: Der oben beschriebenen randständigen Behandlung von Konsumthemen in kommunalen Klimaschutzkonzepten steht auch eine bisher eher zurückhaltende Übernahme der Idee der Klimaneutralität in Förderinitiativen zum nachhaltigen Konsum gegenüber. Im Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum der Bundesregierung fehlt beispielsweise bisher das Ziel der Klimaneutralität (Bundesregierung 2016/2019). Auch das Wort „Klimaneutralität/klimaneutral“ kommt kein einziges Mal vor.

Für diese Zurückhaltung gibt es keine Notwendigkeit. Im Gegenteil: Klimaneutralität ist nicht nur eine Mindestbedingung, sondern auch ein Wegweiser und ein handlungswirksames Ziel für nachhaltigen

Konsum. Mit dem UBA-CO₂-Rechner liegt gleichzeitig ein auch kommunal einsetzbares Bilanzierungsinstrument vor.

Klimaneutralität als Mindestbedingung und Wegweiser für nachhaltigen Konsum

Klimaneutralität ist ein zentrales umweltpolitisches Ziel. Es ist deshalb klar, dass ein nachhaltiger Konsum auch ein klimaneutraler Konsum sein muss. Klimaneutralität ist aber nicht nur in diesem Sinne eine Mindestbedingung, sondern auch ein guter Wegweiser für nachhaltigen Konsum. In der Studie „Verbraucherberatung als Baustein einer erfolgreichen Ressourcenpolitik“ (Umweltbundesamt 2020b) konnte gezeigt werden, dass die „Big Points“ eines klimaneutralen Konsums auch in wesentlichen Bereichen die „Big Points“ eines nachhaltigen Konsums darstellen: Automobilität und Flugreisen, Wohnfläche und Dämmstandard, Konsum tierischer Produkte und Konsumniveau insgesamt sowie

Umweltfreundlicher Lebensstil

Ein umweltfreundlicher Lebensstil lässt sich durch folgende Merkmale beschreiben (Umweltbundesamt 2020b):

- ▶ Umwelt- und gesundheitsbewusster Ernährungsstil auf Basis einer Reduktion tierischer Produkte, die Wahl von Bioprodukten, weitgehender Verzicht auf per Flugzeug importierte Waren sowie die Vermeidung von Lebensmittelabfällen.
- ▶ Bedarfsangepasste Wohnung in einem gedämmten Wohngebäude, Einrichtung mit reparaturfreundlichen und langlebigen Produkten und elektrischen Haushaltgeräten, die wiederum optimal beladen und insgesamt sparsam genutzt werden.
- ▶ Individuelle Mobilität, die auf öffentliche Verkehrsmittel, Zuzußgehen und Radfahren setzt, auf Flugreisen und einen eigenen PKW verzichtet und stattdessen z. B. Car-Sharing nutzt.
- ▶ Investitionen in erneuerbare Energieerzeugungsanlagen und/oder nachhaltige (ethische/ökologische) Anlageprodukte.
- ▶ Kauf weniger und dafür qualitativ guter und zugleich schadstoffarmer und umweltfreundlich produzierter Kleidungsstücke, die lange genutzt werden.
- ▶ Energieeffiziente Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik, die so lange wie möglich genutzt werden.

im Hintergrund die Art der Energieerzeugung.⁴ Sicherlich gibt es in Einzelfällen auch Konflikte wie im Falle der energetischen Nutzung von Biomasse (Umweltbundesamt 2013). Aber die meisten (vermuteten) Konflikte lassen sich bereits dadurch auflösen, dass beim Energieverbrauch eines Produktes dessen gesamter Lebenszyklus betrachtet wird, also von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung. So konnte beispielsweise gezeigt werden, dass ein vorzeitiger Austausch eines noch funktionstüchtigen Computers durch ein energieeffizienteres Neugerät aus Umweltsicht nicht sinnvoll ist, selbst wenn man nur den Energieaufwand betrachtet. Denn dieser übersteigt für die Herstellung eines Computers die möglichen Einspareffekte in der Nutzungsphase um ein Vielfaches. Im Ergebnis ergibt sich sowohl aus einer engen Klimaschutz- als auch aus einer weiteren Umweltschutzperspektive die klare Empfehlung, Geräte so lange wie möglich zu nutzen.

Die Fokussierung der verbraucherorientierten Kommunikation auf den Klimaschutz ist zielführend. Sie ist anschlussfähig an das hohe öffentliche Interesse am Thema „Klimawandel/Klimakrise“ und sie ermöglicht durch die „einfache“ und gut einge-

führte Einheit der CO₂-Äquivalente eine sehr gute Vergleichbarkeit und damit eine Identifikation der Big Points eines umweltfreundlichen und nachhaltigen Konsums.

Klimaneutralität als SMARTes Ziel für nachhaltigen Konsum

Motivierende und handlungswirksame Ziele sind „SMART“: spezifisch, messbar, attraktiv, realisierbar und terminiert. Klimaneutralität erfüllt alle Kriterien eines solchen Ziels im „psychologischen Optimum“ (anspruchsvoll, aber noch erreichbar). Klimaneutralität – in dieser Broschüre synonym mit dem Begriff Treibhausgasneutralität verwendet – kann vereinfacht dann als gegeben angenommen werden, wenn es ein Gleichgewicht zwischen den vom Menschen verursachten Emissionen von Treibhausgasen und dem Abbau solcher Gase durch Senken gibt (Bundesregierung 2019). Mit dieser „Netto-Null“-Definition in Bezug auf Treibhausgasemissionen ist auch gleichzeitig der Zielwert für Klimaneutralität benannt: Die Netto-Null und damit kein weiterer Anstieg der Konzentration von Treibhausgasemissionen in der Atmosphäre.

Mit dem UBA-CO₂-Rechner ist die Frage der Zielerreichung sogar für jeden Einzelnen einfach und kostenlos überprüfbar. Das Ziel ist auf allen politischen Ebenen verankert – von der internationalen Staatengemeinschaft mit den Paris-Zielen bis hinunter auf

⁴ Diese Aussage gilt auch für die soziale Dimension eines nachhaltigen Konsums im Hinblick auf Ressourcengerechtigkeit sowie in der Tendenz auch im Hinblick auf soziale Anforderungen bei der Herstellung, da viele Umweltlabel auch soziale Anforderungen enthalten.

die kommunale Ebene – und hat demnach eine hohe gesellschaftliche Relevanz, die auch mit zeitlichen Fristen untermauert wurde. Klimaneutralität und Klimaschutz haben aber auch auf individueller Ebene Resonanz, wie z. B. die Zugriffszahlen auf den UBA-CO₂-Rechner zeigen. Dass das Ziel der Klimaneutralität erreichbar ist, wurde in zahlreichen Studien mehrfach bestätigt (u. a. Umweltbundesamt 2019). Unter Zuhilfenahme von Kompensationsmechanismen ist es auf individueller Ebene sogar bereits heute dauerhaft erreichbar.

Mit dem Ziel „klimaneutral leben“ hat deshalb nachhaltiger Konsum erstmalig ein umfassendes, richtungssicheres und quantifizierbares Ziel mit allen damit verbundenen Vorteilen. Das Paradoxe daran: Obwohl nachhaltiger Konsum viel mehr Aspekte als Klimaschutz beinhaltet, führt der Fokus auf das „smarte“ Ziel der Klimaneutralität dazu, dass nachhaltiger Konsum umfassender und anspruchsvoller Berücksichtigung findet. Klimaneutral leben ist demnach aktuell das zentrale „Schlüsselziel“ für die Förderung nachhaltiger Konsummuster. Mit dem Ziel der Klimaneutralität führt an nachhaltigem Konsum kein Weg vorbei.

UBA-CO₂-Rechner als Bilanzierungstool für nachhaltigen Konsum – auch für Kommunen

Wer klimaneutral leben möchte, braucht Kenntnisse über seinen CO₂-Fußabdruck. Das gilt für Kommunen wie für Konsumenten. Während die Bilanzierung für Kommunen einen komplexeren Prozess darstellt, ist dies für Konsumenten mit dem UBA-CO₂-Rechner innerhalb weniger Minuten möglich. Die Nutzerinnen und Nutzer erhalten so nicht nur ihren persönlichen Fußabdruck, sondern auch Hinweise, bei welchen Big Points noch Verbesserungsmöglichkeiten vorhanden sind. Mit der Zielstellung Klimaneu-

O-Töne aus der kommunalen Praxis

Was motiviert Klimaschutzmanager/-innen nachhaltigen Konsum zu einem Thema zu machen? Antworten aus einer Befragung von 154 regionalen und kommunalen Verwaltungen, die Klimaschutzziele verfolgen (Umweltbundesamt 2020a):

- ▶ „Klimaschutzziele können ohne Verhaltensänderungen seitens der Bürger nicht erreicht werden.“
- ▶ „Konsumbezogene Maßnahmen als Türöffner für Klimaschutz-Sensibilisierung und Stärkung des Verantwortungsbewusstseins.“
- ▶ „Konsumbezogene Maßnahmen sprechen Einzelne emotionaler an und regen so zum Nachdenken in täglichen Entscheidungen an.“

tralität wird zudem aus einer eher von Neugier getriebenen Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks eine zielgerichtete Klimaschutzhandlung, die für eine dauerhafte Zielerreichung dann auch jährlich wiederholt werden muss.

Der UBA-CO₂-Rechner bietet zudem die Möglichkeit, durch die Eingabe von Postleitzahlen gezielt konsumbezogene CO₂-Bilanzen in Kommunen zu erfassen und für das kommunale Klimaschutzmonitoring zu nutzen. Damit ermöglicht es der CO₂-Rechner, das enge Territorialprinzip bei der kommunalen Bilanzierung zu verlassen und nicht nur die vor Ort entstehenden, sondern auch die durch den Konsum in der Kommune in anderen Gegenden verursachten Treibhausgasemissionen zu erfassen.

2 Von Vorbildern lernen: Nachmachen erwünscht

Wie gehen Städte, Gemeinden und Landkreise vor, die erkannt haben, dass lebensstil- und konsumbezogene Klimaschutzmaßnahmen die Erreichung der Klimaziele unterstützen können? Sieben Beispiele werden hier vorgestellt (siehe Tabelle 1). Nachmachen ist möglich und erwünscht! Was in einer Kommune funktioniert hat, kann – mit Anpassungen – auch in anderen Kommunen erfolgreich sein. Die Palette reicht von bedürfnisfeldspezifischen hin zu bedürfnisfeldübergreifenden Ansätzen. In allen Fällen gilt es, die personelle und organisatorische Ausgestal-

tung gut zu planen und insbesondere die Verstetigung von Maßnahmen frühzeitig mit Multiplikatoren zu diskutieren.

Ein weiterer Erfolgsfaktor der Verstetigung ist die Einbettung von konsumbezogenen Maßnahmen in die Gesamtstrategie des kommunalen Klimaschutzkonzeptes. Denn die positiven Klimaeffekte von nachhaltigem Konsum werden immer noch unterschätzt, sind jedoch auch in Kommunen ein relevanter Baustein zur Erreichung der Klimaneutralität.

Tabelle 1

Beispiele für die Verbindung von nachhaltigem Konsum und Klima auf kommunaler Ebene

Strategie	Erläuterung	Aktivitätsbeispiele
ICH-Strategie im Klimaschutzkonzept (Lippe)	Eigenes Strategiefeld aktiviert Haushalte und verstetigt Klimaschutz	KlimaCut, KlimaClique, Homestory
Bildungsansatz KlimaBEwusst (Beckum)	Wettbewerb ändert Handlungsroutinen spielerisch	Energiesparen macht Schule
Akteursnetzwerk als Türöffner (Göttingen)	Partizipation formt Akteursnetzwerk für erlebbaren Klimaschutz	Klimaschutz im Zentrum, Klimaschutz-Tage
Nachhaltige Beschaffung (Hannover)	Öko-faire Maßstäbe für das eigene Verwaltungshandeln	Dienstanweisung öko-faire Beschaffung, Fortbildung, Mobilitätskonzept
Dachmarke für klimafreundliche Ernährung (Frankfurt)	Ernährung als Türöffner für das Sprechen über Klimaschutz	Klimagourmet, Klimateller
Mobilitätskonzept (Bad Säckingen)	Mobilitätskonzept als zentraler Baustein des Klimaschutzkonzeptes	Autofasten, Stadtradeln
Bauleitplanung für die 2.000-Watt-Gesellschaft (Zürich)	Eigenes Maßnahmenkonzept im Rahmen des „Masterplan Energie“	Suffizientes Wohnen im Kalkbreiteareal

Quelle: eigene Darstellung

2.1 Eigenständige Strategie „ICH“ adressiert private Haushalte: das Beispiel des Kreises Lippe

Eckdaten

Bundesland: Nordrhein-Westfalen

Einwohnerzahl: 350.000

Erstes Klimaschutzkonzept: 2014

Betrachtetes Klimaschutzkonzept:
Masterplan 100 % Klimaschutz (2016)

Kontakt:

KlimaPakt Lippe, Geschäftsstelle,
Tel.: 05231 62-6780
www.klimapakt-lippe.de

Der Kreis Lippe hat im Klimaschutzkonzept ein eigenständiges Strategiefeld namens „ICH“ aufgelegt. Es fokussiert systematisch auf konsumbezogene Maßnahmen und ist auf private Haushalte ausgerichtet. Diese ICH-Strategie steht gleichberechtigt neben fünf weiteren Strategiefeldern: „Haus“, „Erneuerbare Energien“, „Wirtschaft“, „Mobilität“ und „Kommune“.

Bürgerinnen und Bürger sollen in ihrem direkten Umfeld erreicht werden. Die Maßnahmen des „Ich“-Strategiefelds umfassen ein breites Themenspektrum: Von Mobilität über Ernährungsformen bis hin zu energetischer Haussanierung. Ziel ist es, Klimaschutz und nachhaltigen Konsum in der Bevölkerung zu verankern und zu verstetigen. Der Kreis Lippe differenziert bewusst zwei Typen von Maßnahmen mit jeweils eigenständigem Charakter. Die einen schaffen langfristige Strukturen und institutionalisieren die Klimaschutzaktivitäten im Kreis Lippe. Die anderen sind als direkte Klimaschutzaktivitäten konzipiert, um Verhaltensänderungen für einen klimabewussten Konsum zu fördern.

Die öffentlichkeitswirksame Kommunikation ist fester Bestandteil der Strategie „ICH“. Sie richtet sich vor allem an Kinder, Jugendliche und Familien. Die Kommunikationsziele umfassen Information, Motivation, Vernetzung und Partizipation.

Aus der Vielzahl an Einzelmaßnahmen lassen sich die folgenden besonders gut auf andere Kommunen übertragen:

Abbildung 6

Aufbau der Strategie ICH mit Maßnahmentypen, Zielen und Beispielen



Quelle: eigene Darstellung (IÖW) angelehnt an Masterplan 100 % Klimaschutz Kreis Lippe



Die „HomeStory“ zeigt, wie Klimaschutz in privaten Haushalten funktionieren kann

Das Format „HomeStory“ ist eine Filmproduktion. Das Konzept: zwei Familien aus dem Landkreis werden zu klimafreundlicher Mobilität beraten. Sie erproben eine Woche lang einen neuen, klimafreundlicheren Verkehrsmittel-Mix und werden dabei medial von einem Kamerateam begleitet, um die Erfahrungen aufzuzeichnen und dann mit Dritten zu teilen. Die entstehenden Fahrtkosten (für Fahrkarten) trägt der Kreis. Klimafreundliche Mobilitätsformen im Alltag zu erproben, ist insbesondere in ländlichen Regionen interessant, weil Alternativen zum Auto rar sind oder erst organisiert werden müssen. Vielen erscheint der Umstieg auf Fahrrad und/oder öffentliche Verkehrsmittel bei den täglichen Wegen schwer umsetzbar. Das Ergebnis des Experiments in Lippe: Jede Familie sparte durch Umstellung der Wegstrecken vom Auto auf Fahrrad, Bus und Bahn allein in einer Woche 52 kg CO₂-Äquivalente ein, das entspricht 2,7 Tonnen CO₂-Äquivalenten pro Familie und Jahr. Der Kreis Lippe initiierte 2018 das Format „HomeStory“. In der Fortsetzung 2019 wurde klimafreundliche Ernährung im Alltag erprobt.

Der KlimaCut als kreativer Wettbewerb

Ein Kurzfilm-Wettbewerb zum Thema Klimaschutz spricht Jugendliche und junge Erwachsene als Filmproduzierende an. Unter dem Titel „KlimaCut“ verbindet er die thematische Auseinandersetzung mit Aspekten wie Spaß, Kreativität und – durch den Wettbewerbscharakter – auch Ehrgeiz. Die Teilnehmenden haben bei diesem Wettbewerb die Möglichkeit, eigene Gedanken zu dem Thema zu entwickeln und sie künstlerisch in die Öffentlichkeit zu tragen. Eine Jury aus bekannten Persönlichkeiten der Region aus der Politik und dem Film- und Medien-geschäft kürt die Siegerinnen und Sieger im Rahmen eines groß angelegten Events. Neue Formen des sozialen Lernens so wie kreative und experimentelle Arbeitsweisen im Wettbewerb fördern eine aktive Reflexion und Beteiligung junger Menschen an der Klimaschutzdebatte, auch direkt vor Ort. Der Kreis Lippe initiierte den Kurzfilm-Wettbewerb „KlimaCut“ 2017, 2018 folgte ein erneuter Aufruf.

Die „KlimaClique“ als Bildungsansatz und Dachmarke

Die „KlimaClique“ ist als Dachmarke für Klimaschutzanstrengungen etabliert worden, die sich speziell an Kinder und Jugendliche richten. Sie ist

damit das Pendant zur Dachmarke KlimaPakt Lippe, die alle an Erwachsene gerichteten Klimaschutzmaßnahmen des Kreises bündelt. Die „KlimaClique“ stellt eine Gruppe von Kindern und gezeichneten Tieren dar. Sie sind die Hauptakteure und eine Art „Maskottchen“ einer Flyer-Serie für den Unterricht an Schulen im Kreis Lippe. Die Charaktere werden genutzt, um klimaschutzbezogene Themen kind- und jugendgerecht zu vermitteln. So werden spielerisch beispielsweise Informationen und Tipps für eine gesunde, regionale und saisonale Ernährung transportiert und über den Wasserverbrauch für die Herstellung von Lebensmitteln informiert. Analog wurden 2019 Fakten und Anregungen zu „nachhaltiger Mobilität“ aufbereitet.

Klimaschutz im Kreis Lippe

Das erste Integrierte Klimaschutzkonzept entstand 2014. Dabei wurde die Klimaschutz-Dachmarke „KlimaPakt Lippe“ als großes Akteursnetzwerk geschaffen. Als Plattform fördert die Dachmarke aktive Beteiligung und den Austausch zwischen verschiedenen Akteuren. Die 370 Mitglieder (davon 70 Unternehmen und 300 Privatpersonen) fungieren

als Treiber und als Multiplikator für den Klimaschutz. Im Jahr 2016 löste der „Masterplan 100 % Klimaschutz“ das Integrierte Klimaschutzkonzept ab und setzte dabei das ambitionierte Klimaschutzziel, 95 % der Treibhausgasemissionen bis 2050 zu reduzieren. Der „KlimaPakt Lippe“ wurde als wichtiger Grundstein der Beteiligung von Bevölkerung und anderer lokaler Akteure im Klimaschutz beibehalten.

Die Stabsstelle für Immissionsschutz, Klimaschutz, Energie und Bodenschutz ist für das Klimaschutzmanagement im Kreis Lippe zuständig. Jeweils 1–2 Koordinatorinnen, Koordinatoren und Paten übernehmen die Aufgabe, eines der sechs Handlungsfelder zu repräsentieren. Die Koordination und Erstellung eines gemeinsamen Klimaschutzfahrplanes in der Region ist herausfordernd, denn der Kreis besteht aus zehn Städten und sechs Gemeinden. Verstärkte Netzwerkarbeit und ortsübergreifende Plattformen sind entscheidend für den Erfolg der Klimaschutzaktivitäten. Das Regionalbündnis 2050 entstand neben dem KlimaPakt als weitere Austauschplattform, um Ressourcen gemeinsam zu nutzen und von Synergieeffekten zu profitieren.

Schnellcheck Strategie „ICH“



Übertragbare Ideen

- ▶ Dachmarke für Klimaschutzmaßnahmen zur Wiedererkennbarkeit
- ▶ Film als Kommunikationsmedium: Kurzfilm-Wettbewerb und Homestory



Erfolgsfaktoren

- ▶ Unterscheidung: strukturelle Maßnahmen zur Verstetigung, Einzelmaßnahmen zur Verhaltensänderung
- ▶ private Haushalte als eigenständige Zielgruppe
- ▶ kontinuierliche und professionelle Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ klare personelle und organisatorische Zuständigkeiten
- ▶ institutionelle Verankerung



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ mit Entschlossenheit, Klimaschutz systematisch(er) zu verankern
- ▶ mit Interesse daran, erprobte Bildungs- und Aktivierungsansätze für den Klimaschutz zu nutzen

2.2 Bildung als eigenständiger Strategiebaustein: das Beispiel Beckum

Eckdaten
Bundesland: Nordrhein-Westfalen
Einwohnerzahl: 37.000
Erstes Klimaschutzkonzept: 2010
Betrachtetes Klimaschutzkonzept: Masterplan 100 % klimaBEwusst (2016)
Kontakt: Klimaschutzmanagement Stadt Beckum, Tel.: 02521 29-370 www.energiesparen-macht-schule.de, www.beckum.de/de/umwelt/klimabewusst

Bildung systematisch und dauerhaft in der Klimaschutzstrategie verankert. Dafür stehen beispielhaft die Projekte „Energiesparen macht Schule“ und „KlimaBEwusste Schulen“. Der Beckumer Bildungsansatz erzeugt bei den Teilnehmenden ein gestärktes Bewusstsein für die Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens auf die Umwelt und befähigt sie dazu, langfristig klimafreundlicher zu konsumieren. Schülerinnen und Schüler sind die zentrale Zielgruppe.

Das Bildungsprojekt „Energiesparen macht Schule“

Diesem Bildungsprojekt gelingt es, Energieeinsparungen als Erfolge des eigenen Handelns erfahrbar und sichtbar zu machen. Die Stadt Beckum strebte an, das Verhalten von Kindern und Jugendlichen, Lehrkräften und des Verwaltungspersonals dauerhaft zu verändern, um in den teilnehmenden Projektschulen Energiekosten von bis zu 15 % einzusparen. In Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe und der Deutschen Umweltaktion setzte die Stadt in einem ersten Projekt von 2008 bis 2012 allein in 13 der 16 Beckumer Schulen ein umfangreiches Aktivitätenbündel um:

Bildung ist für den Klimaschutz wichtig, das finden alle. Ob und wie viel Klimaschutz gelingt, hängt auch davon ab, ob entsprechende Handlungskompetenzen vermittelt werden. Doch Bildungserfolge lassen sich nicht 1 : 1 in CO₂-Einsparungen messen und deshalb kommt das Thema in Klimaschutzplänen oftmals zu kurz. Nicht so in Beckum. Dort ist

Abbildung 7

Energiesparmodell in Schulen in der Stadt Beckum (Projektlaufzeit 2019–2023)



Quelle: B. A. U. M. Consult GmbH Hamm

- ▶ Energieberatungen in den teilnehmenden Schulen
 - ▶ Eigens konzipierte Unterrichtsmodule⁵ zu Energieeffizienz, für Energiesparaktivitäten und zur Elektromobilität für Kinder und Jugendliche in Kindergärten und Schulen
 - ▶ Seminare schulen Verwaltungspersonal, Lehrkräfte und technisches Personal (Hausmeister)
 - ▶ Monitoring der Energieeinsparungen bei Strom und Wärme
 - ▶ Energiespar- und Ideenwettbewerbe für Klassen und Schulen
 - ▶ Professionelle flankierende Kommunikation

Nach Einschätzung der Stadt trugen v. a. die Wettbewerbe dazu bei, dass Handlungsroutinen eingeübt wurden und sich festigen konnten. Und da alle Schulakteure eingebunden waren, zogen Gleichgesinnte an einem Strang.

Jährliches Monitoring zur Erfolgskontrolle etabliert

Die realisierten Energieeinsparungen an den Schulen erfasste und bewertete ein Ingenieurbüro, das die Zahlen in Monitoring-Berichten veröffentlichte. Immer wieder erreichten einzelne Schulen beim Wärme- und Stromverbrauch die angestrebten Einsparungen von 15 %. Insgesamt wurden der Heizenergieverbrauch im Schnitt um 5 %, der Stromverbrauch um 6 % und der Wasserbrauch um 10 % gesenkt. Alle teilnehmenden Schulen sparten Treibhausgasemissionen von bis zu 150 Tonnen pro Jahr ein. Innerhalb von fünf Jahren wurden dadurch Kosteneinsparungen in Höhe von rund 218.000 Euro realisiert und der Ausstoß von 620,5 Tonnen CO₂e verhindert. 60 % der eingesparten Kosten flossen der Stadt Beckum als Träger zu: Sie wurden für die Finanzierung des Schulprojektes verwendet und auch direkt in weitere Energiesparmaßnahmen investiert. Die übrigen 40 % der eingesparten Kosten durften von den Schulen selbst eingesetzt werden. Das Projekt hat über fünf Jahre hinweg den Finanzhaushalt der Stadt Beckum nicht zusätzlich belastet.



Bildungsprojekt „Energiesparen macht Schule“ ging 2019 in die nächste Runde

Andere am Erfolg teilhaben lassen lädt zum Mitmachen und Nachahmen ein

Klimaschonendes Verhalten endet nicht nach Schulschluss, sondern kann sich auch im Privatleben fortsetzen und im Alltag verstetigen. Da alle Schulakteure eingebunden sind, multiplizieren sich Energieeinsparungen auch in den beteiligten Haushalten; die Klimaentlastung vervielfachte sich. Das Aktivierungspotenzial des Projekts war und ist enorm. Auch deshalb verantwortete das beauftragte Planungs- und Energieberatungsbüro eine begleitende Öffentlichkeitsarbeit: von einer Berichterstattung in den lokalen Medien bis zur öffentlichen Veranstaltung anlässlich der Prämienübergabe an die Schulen. Die Stadtgesellschaft wurde zusätzlich von den beteiligten Schulen selbst über die klimaschutz- und konsumbezogenen Bildungsaktivitäten und -erfolge informiert. Das Projekt „Energiesparen macht Schule“ ist 2019 erneut gestartet worden (siehe Foto). Diesmal steht die Projektaktivität in den Schulen im Fokus. Maßnahmen und Aktionen werden in den Schulen in Form einer Punktevergabe festgehalten, die am Ende des Schuljahres mittels eines Schlüssels (relativ zu den Schülerzahlen einer Schule) in eine Prämienzahlung umgerechnet wird. Ergänzend erstellen die Schulen in Kooperation mit dem Fachbüro einen Projektbericht. Das Projekt findet darüber hinaus im Klimabildungsprojekt „KlimaBEwusste Schulen“ seine Fortsetzung in Nachbargemeinden und -städten: an über 250 Schulen und 50 KITAs sowie in abgewandelter Form in 60 Verwaltungen. Ein Pilotprojekt verfolgt das ehrgeizige Ziel CO₂-neutraler Schulen und perspektivisch wird eine Bildungsstrategie für nachhaltige Entwicklung erarbeitet.

⁵ Informationen zur Maßnahme „Energiesparen in Schulen“, Zugriff: <http://www.energiesparen-macht-schule.de/unterrichtsmaterial.html>.

Die hier vorgestellten, langjährigen Aktivitäten fokussieren auf den bedürfnisfeldübergreifenden Ansatz „Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Sie überzeugen, weil mit professionellen Partnern kooperiert und auf diese Weise Kontinuität und Qualität der verschiedenen Bildungsangebote sichergestellt wird. Zentrale Erfolge des Bildungsansatzes sind signifikante finanzielle Einsparungen, die Vermeidung von jährlich um bis zu 150 Tonnen CO₂e an den teilnehmenden Schulen, ein gestärktes Bewusstsein für die Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens und gefestigte nachhaltige Verhaltensweisen.

Klimaschutz in Beckum

Die Basis für ein strukturiertes Vorgehen legte 1988 das erste Energieversorgungskonzept der Stadt Beckum. Reduktionsziele für den Schadstoffausstoß wurden im Jahr 2008 im Klimarahmenplan und dann 2010 im Integrierten Klimaschutzkonzept der Stadt Beckum festgelegt. Seit 2016 hat Beckum

einen „Masterplan 100 % Klimaschutz“. Die Stadt verschärfte damit ihre bisherigen Klimaschutzziele um das Ziel der Klimaneutralität bis zum Jahr 2050.

Beckum führt darin auch die Leitidee der umfassenden Akteursbeteiligung fort. Man ist überzeugt davon, dass die Klimaschutzziele nur durch verantwortliches Handeln sämtlicher zivilgesellschaftlicher Akteure erreicht werden können. Eine zentrale Säule der Klimaschutzstrategie der Stadt Beckum ist Bildung für nachhaltige Entwicklung, damit individuelle Verhaltensmuster beim Konsum verändert werden. Deshalb wird das Handlungsfeld „KlimaBEwusst leben“ im Masterplan besonders herausgehoben. Die Stadt setzt auf kurz- und mittelfristige Ansätze beteiligungsorientierter Einzelmaßnahmen. Verhaltensangebote, zielgerecht vermitteltes Wissen und Erfahrungsräume stellen die wichtigsten Ansatzpunkte dar und binden zugleich eine Vielzahl von Akteuren ein.

Schnellcheck „Energiesparen macht Schule“



Übertragbare Ideen

- ▶ erprobtes Schulungsmaterial für Unterrichtseinheiten
- ▶ ausführliches Monitoring der Energieeinsparungen
- ▶ Energiespar- und Ideenwettbewerbe
- ▶ Bildungsansatz auch für Erwachsenenbildung nutzbar. Kooperationspartner: Volkshochschulen



Erfolgsfaktoren

- ▶ professionelle Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ Energieeinsparungen realisierbar
- ▶ keine Belastung des kommunalen Haushalts



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit (auch wenig) Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ mit Interesse, einen erprobten Bildungsansatz für den Klimaschutz zu nutzen
- ▶ mit Überzeugung von Bildung für nachhaltige Entwicklung als einem zentralen Hebel zur Verankerung nachhaltiger Lebensstile in der Bevölkerung
- ▶ mit Kooperationsbereitschaft oder -erfahrung in der Zusammenarbeit mit Ingenieur- oder Energieberatungsbüros, die als Partner mit Motivation und didaktischem Geschick damit beauftragt werden, das Bildungsprogramm vor Ort zu begleiten

2.3 Mit starkem Netzwerk Hebelwirkung erhöhen: das Beispiel Göttingen

Eckdaten

Bundesland: Niedersachsen

Einwohnerzahl: 120.000

Erstes Klimaschutzkonzept: 2010

Betrachtetes Klimaschutzkonzept:
Masterplan 100 % Klimaschutz (2014)

Kontakt:
Klimaschutzmanagement Göttingen,
Tel.: 0551 – 400 3939
www.klimaschutz.goettingen.de

Um eine ressourcenschonende Lebens- und Wirtschaftsweise zu etablieren, ist ein tiefgreifender kultureller Wandel innerhalb der Stadtgesellschaft erforderlich. Das Klimaschutzmanagement der Stadt Göttingen will alltagstaugliche Verhaltensänderungen bewirken und setzt auf die Hebelwirkung von nachhaltigem Konsum. Dafür hat sie die jährlichen Göttinger Klimaschutz-Tage, das Projekt „Klimaschutz im Zentrum“ und einen Klimaschutzwettbewerb ins Leben gerufen. Kern der Göttinger Klimaschutzstrategie ist eine kontinuierliche Netzwerkarbeit, die auf eine Verstetigung der Klimaschutzmaßnahmen abzielt. Regelmäßig stattfindende Veranstaltungsreihen wie die Klimaschutz-Tage erzeugen Sichtbarkeit und Erlebbarkeit von Klimaschutz und nachhaltigem Konsum in der Stadt.

Klimaschutz zeigt sich überall – Akteursnetzwerk als Türöffner

Unternehmen und (insbesondere mitgliedsstarke) Vereine und Initiativen werden vom Klimaschutzmanagement gezielt angesprochen und in ein breites Akteursnetzwerk involviert. Dazu gehören stadtnahe Gesellschaften wie die Stadtwerke, Entsorgungsbetriebe oder das Nahverkehrsunternehmen, Natur- und Umweltschutzverbände und auch zivilgesellschaftliche Zusammenschlüsse (z. B. „Transition Town“), solidarische Landwirtschaftsgruppen, Bildungseinrichtungen (z. B. Volkshochschulen) und Kultureinrichtungen (z. B. Theater, Kinos). Das Akteursnetzwerk lebt davon, dass es ein breites Spektrum an gesellschaftlichen

Interessen, Themen und Engagementmöglichkeiten repräsentiert und damit potenziell auch viele Zugangswege zur Bevölkerung hat. Und es profitiert von den vielfältigen Rollen seiner Mitglieder, die Kooperationspartner, Vorbilder und Multiplikatoren sind. Einige sind punktuell, andere kontinuierlich beteiligt. Die langfristig angelegte Netzwerk- und Partizipationsarbeit bildet eine optimale Basis und festigt es weiter. Das Klimaschutzmanagement der Stadt nimmt eine initiierende und koordinierende Rolle ein. Es unterstützt, begleitet und vernetzt Göttinger Akteure, Initiativen und Projekte. Die Öffentlichkeitsarbeit verantwortet die Stadt mit klarer Ausrichtung, verstärkt über Nachhaltigkeit aufzuklären und Nachahmung durch neue Projekte und weitere Personen zu ermöglichen. Beispielhafte und für andere Kommunen interessante Maßnahmen sind im Folgenden aufgeführt.



Klimaschutz: Sichtbar in Göttingen

Klimaschutzstadtplan und Stadtführungen machen Klimaschutz in der Innenstadt sichtbar und konkret erlebbar

Die Maßnahmen des „Masterplan 100 % Klimaschutz“, die die Bürgerschaft (und auch die Gäste) für nachhaltige und gleichzeitig klimawirksame Lebensweisen aktivieren sollen, werden kontinuierlich verstetigt, insbesondere seit dem Beteiligungsprojekt „Klimaschutz im Zentrum“ im Jahr 2017. Ansatz und Ziel ist eine stärkere Sichtbarkeit und Erlebbarkeit von lokalem Klimaschutz im Stadtbild. Deshalb



Beispielpostkarte „Ideenwettbewerb“

visualisiert eine Klimaschutzkarte⁶ alle einschlägigen Aktivitäten in der Innenstadt, perspektivisch im gesamten Stadtgebiet. Sie zeigt erfolgreiche Umsetzungsbeispiele ebenso auf wie Entwicklungsprozesse und konkrete Handlungsmöglichkeiten. Steckbriefe zu jeder Aktivität informieren über die involvierten Personen, deren Klimaschutzmotivationen und die konkrete Klimaschutzmaßnahme vor Ort. Sie decken Sanierungsvorhaben und Mobilitätsangebote ab, ebenso wie Handel, Gastronomie und „Grüne Orte“. Die teilnehmenden Dienstleister sind im Stadtbild durch eine Klimaschutz-Plakette sichtbar. Für Privatpersonen konzipierte Stadtführungen setzen Themen des nachhaltigen Konsums und andere Klimaschutz-Aspekte gezielt in Bezug zu historischen Orten. Sie sensibilisieren für den sparsamen Einsatz natürlicher Ressourcen durch z. B. Verzicht auf den Kauf oder die Nutzung von Gütern, nachhaltigere Mobilität und weniger Energieverbrauch.

⁶ Klimaschutzkarte in der Stadt Göttingen, Zugriff: www.klimaschutz.goettingen.de/karte.

Mitmach-Aktionen als wiederkehrende Veranstaltungsreihe konzipiert

Koordiniert durch das Klimaschutzmanagement finden einmal jährlich die Göttinger Klimaschutz-Tage statt. Vielfältige Veranstaltungsformate und Mitmach-Aktionen thematisieren die verschiedenen Facetten nachhaltiger Lebensweisen. Im Jahr 2018 stand das Projekt „Klimaschutz im Zentrum“ im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihe. Am Aktionstag „Handel & Gastro“ servierten Restaurants klimaneutrale Gerichte, ein Modegeschäft nahm Alttextilien an und Bücherläden ergänzten ihr Angebot um kostenlose Büchertische mit Second-Hand Ware. Das Klimaschutzmanagement nutzt die Klimaschutz-Tage, um die vielen Aktiven und Initiativen der Stadt miteinander bekannt zu machen, Synergien herzustellen und öffentlichkeitswirksam auf die bestehenden Möglichkeiten und Prozesse der Stadt zur Beteiligung am Klimaschutz aufmerksam zu machen. Die Resonanz ist sehr gut. Das vielfältige Programm bietet die Chance, durch verschieden gestaltete Formate unterschiedliche Gruppen der Göttinger Bürgerschaft zu erreichen.

Der Klimaschutz-Wettbewerb⁷

In Göttingen wurden die Bürgerinnen und Bürger dazu aufgerufen, attraktive und wirkungsvolle Ideen für Klimaschutz im Alltag per Postkarte einzureichen. Egal in welchem Lebensbereich, ob Klimaschutz bei der Arbeit, in der Freizeit, im eigenen Haushalt, in der Schule oder in der Universität, alle Vorschläge werden entgegengenommen. Als Anreiz werden klimafreundliche Preise aus Göttingen und der Region an die Siegerinnen und Sieger vergeben. Die Verleihung der Preise fand im Rahmen der Klimaschutz-Tage statt. Die Gestaltung der Postkarten spricht vor allem junge Teilnehmende an und sensibilisiert und unterstützt die Bewusstseinsbildung für Klimaschutz im Alltag.

Diese und weitere niedrigschwellige und regelmäßig wiederkehrende Formate bauen eventuelle Berührungspunkte der Bevölkerung ab und können Nachahmung finden.

⁷ Ideenwettbewerb in der Stadt Göttingen, Zugriff: www.klimaschutz.goettingen.de/ideen.

Klimaschutz in Göttingen

Göttingen und Klimaschutz – das hat eine lange Tradition. Bereits seit dem Eintritt ins Klima-Bündnis, einem europäischen Netzwerk von Städten, Gemeinden und Landkreisen, im Jahr 1991 verfolgt die Stadt engagiert Klimaschutzziele. Das erste Klimaschutzkonzept wurde 2010 erstellt, 2012 folgte der „Masterplan 100 % Klimaschutz“ in einem partizipativen Prozess und mit dem Ziel der Klimaneutralität bis 2050. Klimaschutz wird in Göttingen als Querschnittsaufgabe behandelt. Die Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Bereichen Stadtplanung, Verkehrsplanung, Umweltschutz und vielen anderen Einheiten der Stadtverwaltung wird als essentiell angesehen. Diesen Prozess steuert die für das Klimaschutzmanagement zuständige „Stabsstelle Klima-

schutz und Energie.“ Dem Klimaschutzmanagement, bestehend aus zwei Stellen, obliegen die Koordination der verschiedenen Akteure, das Controlling und die professionelle Öffentlichkeitsarbeit bei Klimaschutzveranstaltungen und -aktionen. Im Jahr 2013 wurde zusätzlich ein Klimaschutz-Beirat eingerichtet. Dieses Gremium von 24 offiziell gewählten Vertreterinnen und Vertretern einer großen gesellschaftlichen Bandbreite gibt Stellungnahmen zum Klimaschutz in der Stadt ab und kann Anfragen an die Politik stellen. Es stärkt die (politische) Teilhabe der verschiedenen Akteure im Klimaschutz, steigert die Akzeptanz von Klimaschutzthemen und kann dazu beitragen, sie längerfristig in der lokalen Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft zu verankern.

Schnellcheck



Übertragbare Ideen

- ▶ aktive Netzwerkbildung: systematisch neue Allianzen bilden und gezielt neue Ansprechwege ausprobieren
- ▶ Klimaschutztage in der Innenstadt
- ▶ Klimaschutz-Wettbewerbe
- ▶ Stadtführungen zu Themen des Klimaschutzes
- ▶ Monitoring der Projektaktivitäten und -erfolge
- ▶ Klimaschutz-Beirat als beratendes Gremium der Stadtverwaltung



Erfolgsfaktoren

- ▶ verwaltungsinterne Kooperation als relevant erkannt und verbessert
- ▶ Partizipation: Es wurden bereits bestehende Strukturen, Initiativen und Projekte identifiziert, gezielt (auch in teils neuen Konstellationen) zusammengebracht und gemeinsam sowohl ansprechende als auch wirksame Formate entwickelt
- ▶ professionelle Öffentlichkeitsarbeit



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ mit Entschlossenheit, Klimaschutz umfassend auszurichten und systematisch(er) zu verankern
- ▶ die mit Koordinations- und Vernetzungsaufgaben vertraut und impulsgebend aktiv sind
- ▶ mit Kooperationsbereitschaft oder -erfahrung in der ressortübergreifenden Zusammenarbeit verwaltungsintern und/oder in Projekten mit einem breiten zivilgesellschaftlichen Akteursnetzwerk

2.4 Öko-faire öffentliche Beschaffung: das Beispiel der Region Hannover

Eckdaten

Bundesland: Niedersachsen

Einwohnerzahl: 1.160.000

Erstes Klimaschutzkonzept: 2009

Betrachtetes Klimaschutzkonzept:
„Klimaschutzkonzept für die Verwaltung der Region Hannover“ und „Masterplan 100 % Klimaschutz“ (2014)

Kontakt:

Klimaschutzleitstelle Region Hannover,
Tel.: 0511 616-21091
www.hannover.de/klimaschutzleitstelle-region

und koordiniert die „Klimaschutzleitstelle der Region Hannover“ die verschiedenen Klimaschutzaktivitäten der Regionsverwaltung. Zu ihren Aufgaben zählt die Vernetzung verschiedener Akteurinnen und Akteure, die Impulsgebung durch Förderprogramme und die Koordination des Klimaschutzkonzeptes für die Verwaltung der Region Hannover. Bislang wichtigste Erfolge: Sechs Förderrichtlinien zur Förderung von Klimaschutzaktivitäten z. B. in den Bereichen Sportstättenanierung, Dachdämmung und Solar, Solarthermie-Anlagen, Kommunale Wärmeplanung und innovative Leuchtturmprojekte. Weitere Erfolge sind kommunale Neubauten im Passivhausstandard, ein verbindlicher Beschluss zur nachhaltigen Beschaffung, erprobte Handbücher, Fachfortbildungen und nachhaltigere Mobilitätsangebote für Verwaltungsangestellte.

Die Klimaschutzstrategie der Region Hannover überzeugt durch den starken Fokus auf das eigene Verwaltungshandeln. Während die Fachabteilungen der Regionalverwaltung (z. B. „Verkehr“, „Umwelt“ oder „Gebäude“) für die konkrete Umsetzung der Klimaschutzmaßnahmen zuständig sind, bündelt

Vorbildlich: Dienstanweisung über Beschaffungen mit Nachhaltigkeitskriterien

Das „Klimaschutzkonzept für die Verwaltung der Region Hannover“ definiert Klimaschutzmaßnahmen auch mit Fokus auf eine nachhaltige öffentliche Beschaffung und ist die konzeptionelle Grundlage



für das interne Verwaltungshandeln. Die Städte und Gemeinden der „Region Hannover“ können sich an Rahmenverträgen der Regionsverwaltung für diverse Produkte des Standard-Geschäftsbedarfs beteiligen. 2017 ist eine verpflichtend anzuwendende Dienstanzweisung über Beschaffungen in Kraft getreten, in der wesentliche Kriterien einer nachhaltigen Beschaffung geregelt sind. Bei der Ausschreibung von Liefer- und Dienstleistungsaufträgen wird darauf geachtet, dass Produkte und Dienstleistungen über ihren Lebensweg bei gleicher Funktionalität weniger umweltbelastend sind und faire Produktionsbedingungen (Einhaltung der ILO-Kernarbeitsnormen im Herstellungsprozess) garantiert werden. Das dazugehörige interne „Handbuch Beschaffung“ ist als Leitfaden handlungsweisend für die Ausschreibungsprozesse und die Vertragsgestaltung.

Folgende zentrale Maßnahmen können andere inspirieren:

Befähigung der Verwaltungsangestellten zu klimafreundlichem Verhalten: Fortbildung und Beschaffungsleitfäden

Anwendungssicheres klimafreundliches Verhalten muss auch im Arbeitszusammenhang geschult und eingeübt werden. In der Regionsverwaltung sind deshalb Kommunikations- und interne Bildungsmaßnahmen systematisch in den Gesamtkontext des Klimaschutzkonzepts eingebunden. Die Angestellten werden über die Relevanz der sozial und ökologisch nachhaltigen Beschaffung informiert. Der Newsletter „Klima-News“ informiert alle Klimaschutzinteressierten der Region Hannover regelmäßig über relevante Klimaschutzaktivitäten. Ein 2018 intern publiziertes „Handbuch Veranstaltungen“ beinhaltet u. a. die selbstgesetzten Standards für ein nachhaltiges und gesundes Catering bei Veranstaltungen. Im Sitzungsdienst sind Getränke aus der Region, fairem Handel und/oder biologisch produziert die Regel und bei der Ausschreibung für den Betrieb der neuen Regionskantine waren Kriterien des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit für die Zuschlagserteilung maßgeblich. Das Hausmeisterpersonal kann Klimaschutz in der Verwaltung gezielt voranbringen und wird zum Schlüsselakteur in öffentlichen Liegenschaften. Es erhält Schulungen zu energieeffizientem Verhalten und wird schrittweise mit Arbeitsbekleidung ausgestattet, die unter Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards produziert wurde.



E-Mobilität bei der Verwaltung der Region Hannover

Beschaffung breiter gedacht: nachhaltigere Mobilität vom Jobticket bis zum optimierten Car-Sharing-Angebot

Zur nachhaltigen Beschaffung zählt die Regionalverwaltung auch die Ausstattung und den Unterhalt des verwaltungsinternen Fuhrparks. Klimawirksame Veränderungen sollen durch optimale Auslastung erreicht werden, weshalb für den Fuhrpark Carsharing-Autos genutzt werden. Und sie sollen auch durch eine Umstellung auf Fahrzeuge bewirkt werden, die bei gleicher Performance geringere Luftschadstoff- und Kohlendioxidemissionen sowie möglichst geringe Kraftstoffkosten verursachen, weshalb zukünftig E-Fahrzeuge und Hybridautos vorgesehen sind. Angestellten werden Dienstfahrräder und Pedelecs als Alternative zum Dienstauto gestellt und ein Job-Ticket angeboten. Die Mobilitätsbedarfe und das tatsächliche Nutzungsverhalten unterliegen einem Controlling. Die Einsatzzeiten werden kontinuierlich optimiert.

Beratungsangebote im Klimaschutz professionell ausgelagert

Um die Bevölkerung über die verschiedenen Klimaschutzthemen zu informieren und zu eigenen Handlungsmöglichkeiten zu beraten, wurde 2001 die „Klimaschutzagentur Region Hannover“ als gemeinnützige GmbH gegründet (www.klimaschutzagentur.de). Deren Gesellschafter sind die Region Hannover, die Landeshauptstadt Hannover, mehrere Einzelunternehmen und ein Förderverein mit mehr als 50 Unternehmen und Institutionen. Sie übernimmt Klimaschutz-Kampagnenarbeit, Projekte und Beratungsangebote wie Heizungsvisite, Solar-Check, E-Mobilitätscheck für Unternehmen

und umweltpädagogische Angebote für Schulen. Sie richtet Veranstaltungen wie das „WindFest“ für Familien aus und veröffentlicht gemeinsam mit der Klimaschutzleitstelle der Regionsverwaltung das Magazin „KlimaInfos“.

Andere Regionen können von den Klimaschutzserfahrungen in der Region Hannover profitieren. So lassen sich die Standards für die systematisch nachhaltige Beschaffung für die eigenen Verwaltungen (ggf. adaptiert) übernehmen und die Angestellten gezielt zu deren Einhaltung und zu klimafreundlichen Verhaltensweisen am Arbeitsplatz schulen.

Klimaschutz in der Region Hannover

Die „Region Hannover“ strebt laut „Masterplan Stadt und Region Hannover – 100 % für den Klimaschutz“ nach Klimaneutralität bis 2050. Die Verwaltung leistet mit einem vorbildlichen umweltfreundlichen öffentlichen Einkauf dazu ihren Beitrag. Nachhaltige Beschaffung ist eines von elf Handlungsfeldern der Regionsverwaltung. Seit 2015 existiert das „Klimaschutzkonzept für die

Verwaltung der Region Hannover“ als zielgerichtet verwaltungsspezifisches Maßnahmenkonzept. Das Klimaschutzkonzept wird in einem gemeinsamen Erarbeitungsprozess mit den Fachbereichen der Verwaltung fortgeschrieben. Die Klimaschutzleitstelle der Region Hannover spezifiziert Richtlinien, Vorgaben und Grundsätze und koordiniert deren systematische Umsetzung und Verankerung in der Regionsverwaltung. Sie stellt regelmäßig eine CO₂-Bilanz der Region Hannover auf und setzte in einem ersten Nachhaltigkeitsbericht 2018⁸ die ca. 300 Nachhaltigkeitsaktivitäten aus allen Dezernaten in Bezug zu allen 17 Sustainable Development Goals der Agenda 2030 (SDGs). Sie verknüpft damit Aktivitäten auf Landes-, Bundes- und globaler Ebene.

8 www.hannover.de/regionale-agenda-2030

Schnellcheck



Übertragbare Ideen

- ▶ Eigenes Konzept, Ziele und Maßnahmenkatalog für die Verwaltung
- ▶ Interner Bildungsansatz: gezielte Schulungen zu klimafreundlichen Verhaltensweisen im Arbeitskontext
- ▶ Praxiserprobte Leitfäden für nachhaltige Beschaffung und Organisation von Veranstaltungen
- ▶ Internes Klimaschutz-Controlling, selbstkritische Berichterstattung und kontinuierliche Optimierung



Erfolgsfaktoren

- ▶ Systematisch geschulte Schlüsselpersonen mit solidem Handlungswissen und Verständnis für die Verknüpfung von Klimaschutz und nachhaltigen Konsum erkennen die Relevanz nachhaltiger öffentlicher Beschaffung und die Wirkkraft des eigenen Handelns
- ▶ Professionelle und verstetigte Kommunikation



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ mit Koordinationsaufgaben vertraut und impulsgebend aktiv
- ▶ mit Kooperationsbereitschaft oder -erfahrung in der ressortübergreifenden Zusammenarbeit

2.5 Ernährung als Türöffner für Klimaschutz: das Beispiel Frankfurt a. M.

Eckdaten

Bundesland: Hessen

Einwohnerzahl: 750.000

Erstes Klimaschutzkonzept: 2008

Betrachtetes Klimaschutzkonzept:
Masterplan 100 % Klimaschutz (2012)

Kontakt:

Energierreferat Stadt Frankfurt,
Tel.: 069 212-39193
www.masterplan100.de;
www.klimaschutz-frankfurt.de

Über das Essen wird gerne geredet. Das Thema betrifft alle. Täglich. Das macht sich das Energierreferat der Stadt Frankfurt am Main zu Nutze und klärt auf, wie Klimaschutz und Ernährung zusammenhängen. Weder im Klimaschutzkonzept noch im „Masterplan 100 % Klimaschutz“ thematisiert die Stadt Ernährung, dennoch stellt sie mittlerweile einen systematischen Baustein der städtischen Klimaschutzaktivitäten dar.

Dazu gründete das Energierreferat der Stadt Frankfurt im Jahr 2014 zusammen mit dem „Netzwerk Nachhaltigkeit lernen in Frankfurt“⁹ und der Frankfurter Kommunikationsagentur *UBERMUT* das Netzwerk und die Dachmarke „Klimagourmet“. Klimagourmet zeigt auf, dass und wie jede und jeder Einzelne eine Entscheidung für mehr Klimaschutz bei der Ernährung treffen kann. Gleichzeitig soll der Genuss im Vordergrund stehen. Man ist überzeugt: über den Genuss beim Essen werden Menschen motiviert dabeizubleiben und auch das eigene Einkaufsverhalten zu verändern. Das Netzwerk ist mit seinen vielfältigen, regelmäßig wiederkehrenden und professionellen Veranstaltungsformaten und deren medienwirksamer Darstellung und Verbreitung erfolgreich und spricht damit auch Personen(gruppen) an, die ansonsten nicht für nachhaltige Konsumpraktiken oder Klimaschutz sensibilisiert sind.

Einige Beispiele sind zum Nachahmen interessant:

Menügestaltung in Betriebskantinen und Mensen reduziert die CO₂-Bilanz

Der „**Klimateller in Betriebskantinen und Mensen**“ fördert regionale, saisonale und vegetarische Menüs als Teil von regelmäßigen Menülinien oder wöchentlichen Aktionstagen in Betriebskantinen oder Mensen in Frankfurt (www.klimateller.de). Entspricht der Emissionswert eines Gerichts weniger als 50 % des Durchschnitts herkömmlicher Gerichte, kann es als „KlimaTeller“ ausgezeichnet werden. Das Angebot wurde aufgesetzt, um klimafreundliche Ernährung in die Unternehmenskultur zu tragen und gleichzeitig Konsumveränderungen im privaten Alltag der Mitarbeitenden zu bewirken. Die Sensibilisierung der Beschäftigten für klimafreundliche Ernährung soll über den Arbeitsalltag hinaus eine Strahlkraft entwickeln.



Beispiel Klimateller

Ein besonderer Erfolg ist die Einführung des „Klimatellers“ in einer der größten Banken Frankfurts, die für über 3.000 Mitarbeitende zwei bis drei „Klimateller-Gerichte“ pro Tag anbietet. Der „KlimaTeller“ ist ein Verbundprojekt der Non-Profit-Organisationen *NAHhaft e. V.* und *Greentable e. V.* und wurde im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative gefördert. Das Energierreferat der Stadt Frankfurt am Main ist Kontaktstelle für interessierte Unternehmen und bewirbt die Maßnahme gezielt.

⁹ Informationen zum „Netzwerk Nachhaltigkeit lernen in Frankfurt“: <http://www.bne-frankfurt.de/bne-in-frankfurt/netzwerk-nachhaltigkeit-lernen>.

Unter einer Dachmarke: Mitmachaktionen für öffentliche Aufmerksamkeit und das Gemeinschaftsgefühl

Einmal im Jahr wird die Veranstaltungsreihe „Klimagourmet-Woche“ ausgerichtet (www.klimagourmet.de). Diese niedrighschwellige Maßnahme stellt interessierten Bürgerinnen und Bürgern in Frankfurt regionale Klimaschutzprojekte vor und vermittelt verständlich Informationen zu klimafreundlichen Ernährungsweisen. Das gelingt mit einem breiten Angebot an Mitmachaktionen. „Genuss-Spaziergänge“ durch die Stadt informieren u. a. über klimafreundliche Alternativen in Restaurants und Cafés.

Bereits seit 2009 klärt ein eigenes Ausstellungsformat über den Zusammenhang von Klimawandel und Ernährung auf. Die interaktive „Klimagourmet-Wanderausstellung“ vermittelt die Ursachen von Landraub, die Auswirkungen von industrieller Landwirtschaft auf die Umwelt und die Klimarelevanz der Tierhaltung. Eine eigene Lernwerkstatt begleitet diese Ausstellung. Sie richtet sich an Schulklassen der 7.–9. Klasse. Wanderausstellung und Lernwerkstatt sind auch überregional nachgefragt und können ausgeliehen werden. Sie werden, wie auch die Lernwerkstätten zu Abfall und Energie, vom Verein *Umweltlernen in Frankfurt e. V.* betreut.

Klimagourmet ist als Marke in Frankfurt sichtbar und hat einen Wiedererkennungseffekt. Regelmäßig stattfindende Formate der Dachmarke signalisieren Langfristigkeit, Ernsthaftigkeit und Verbindlichkeit.

Die Frankfurter Klimaschutzstrategie überzeugt aufgrund ihrer themenspezifischen Dachmarke bzw. dem Netzwerk „Klimagourmet“. Das Bedürfnisfeld „Ernährung“ etablierte sich dabei erst durch externe Impulse und in einem dynamischen Prozess zum festen Bestandteil des Klimaschutzes in Frankfurt. Das Energiereferat kann die vielfältigen Aktivitäten umsetzen, weil es feste Kontakte zu Kooperationspartnern und lokalen Projekten, Akteuren und Initiativen pflegt.

Klimaschutz in Frankfurt am Main

Der Beitritt zum „Klimabündnis europäischer Städte“ in den 1990er Jahren brachte Klimaschutz auf die politische Agenda Frankfurts. Im Jahr 2012 wurden mit dem Förderprogramm „Masterplan 100 % Klimaschutz“ ambitionierte Klimaschutzziele bis zum Jahr 2050 festgelegt. Die Stadt wurde auch als „Klimaschutzkommune 2010“ ausgezeichnet. Klimaschutz ist im Energiereferat institutionell verankert. Neben der Arbeit an Energiestrategien werden dort auch konkrete Klimaschutzmaßnahmen unter der Dachmarke „Team Frankfurt – Klimaschutz 2050“ entwickelt und umgesetzt. Anlass dafür, dass die Stadt strategisch auf das Bedürfnisfeld „Ernährung“ fokussiert, war der Beitritt zum Mailänder Abkommen „Milan Urban Food Policy Pact“ im Jahr 2015. Die Stadt Frankfurt verpflichtete sich dazu, Bürgerinnen und Bürger über eine gesunde und nachhaltige Ernährung aufzuklären. Klimaschutz-Einzelaktivitäten im Bereich „Ernährung“ werden in Absprache mit dem städtischen Umweltdezernat entworfen.

Schnellcheck



Übertragbare Ideen

- ▶ „KlimaTeller-App“ in Restaurants, Mensen, Verwaltungs- und Betriebskantinen
- ▶ Wanderausstellung „Klimagourmet-Ausstellung“
- ▶ Dachmarke bündelt Maßnahmen



Erfolgsfaktoren

- ▶ professionelle Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ Fokus auf alltagsnahe Themenfelder
- ▶ Kooperation mit lokalen Akteuren und Initiativen



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ mit Interesse an konzeptioneller Arbeit
- ▶ mit Kompetenzen in der Koordination und Vernetzung
- ▶ mit Kooperationsbereitschaft oder -erfahrung für die langfristige Zusammenarbeit mit einem breiten Akteursnetzwerk aus Zivilgesellschaft und Gewerbe

2.6 Neue Mobilität zum Mitmachen: das Beispiel Bad Säckingen

Eckdaten

Bundesland: Baden-Württemberg

Einwohnerzahl: 17.000

Erstes Klimaschutzkonzept: 2009

Betrachtetes Klimaschutzkonzept:
Integriertes Klimaschutzkonzept (2015)

Kontakt:

Umweltbeauftragter Bad Säckingen,
Tel. 07761/51-334
www.bad-saeckingen.de
<https://www.bad-saeckingen.de/basae2/stadtverwaltung/umweltberatung/index.php>

Veränderungen im Verkehrsverhalten sind ein dickes Brett, ein Thema mit vielen Emotionen. Bad Säckingen hat sich davon nicht abhalten lassen und 2015 ein kommunales Mobilitätskonzept als zentralen Baustein des Klimaschutzkonzepts verabschiedet.

Dieses Mobilitätskonzept zielt auf eine systematische Reduktion von Verkehrsemissionen: generelle Verkehrsverminderung, Verlagerung auf weniger umweltbelastende Verkehrsarten und Verbesserung der Effizienz von Verkehrsmitteln. Es definiert technische und bauliche Infrastrukturmaßnahmen und aktiviert dabei systematisch Bürgerinnen und Bürgern für emissionsfreie Mobilität. Die erforderlichen Verhaltensänderungen der Bürgerinnen und Bürger geht die Stadt strategisch an: Sie setzt auf die Stärkung des ÖPNV, auf Elektromobilität und die systematische Förderung des Radverkehrs. Ansprechende Mitmach-Aktionen sollen motivieren, (mehr) Wege ohne PKW zurückzulegen.

Dafür stehen beispielhaft die Aktionswoche „Tausche Auto gegen Lastenrad“, die Kampagne „Autofasten“ und Nutzungsoptionen für das E-Bürgerauto und E-Lastenrad.

Lasten anders transportieren und darüber berichten

Das Auto ist aus dem Alltag kaum wegzudenken. Es wird für den Familienausflug ebenso genutzt wie für den Wocheneinkauf und den Baumarktbesuch. Die Aktionswoche „Tausche Auto gegen Lastenrad“ in Bad Säckin-

gen bringt den Bürgerinnen und Bürgern das Fahrrad als Transportmittel näher. Interessierte aus Bad Säckingen bewerben sich zur Teilnahme. Wer ausgewählt wurde, bekommt für die gesamte Woche ein Lastenrad zur Verfügung gestellt. Die Nutzung ist also zeitlich befristet. Von den Teilnehmenden wird gewünscht, dass sie in der lokalen Presse über ihre Erfahrungen mit dem Lastenrad berichten. Als Anreiz zur Teilnahme wird am Ende der Aktionswoche ein Lastenrad unter den Teilnehmenden verlost. Für diese Aktionswoche kooperiert die Stadt mit dem Fahrradfachhandel.

Mobilitätsgewohnheiten überprüfen

Die Fastenzeit ist Anlass, um für nachhaltige und ökologische Mobilität zu sensibilisieren. Die Kampagne „Autofasten“¹⁰ ist keine Erfindung der Stadt Bad Säckingen. Seit 1998 laden evangelische Landeskirchen und katholische Bistümer in Deutschland und Luxemburg jedes Jahr zwischen Aschermittwoch und Ostern dazu ein, durch die Teilnahme am Autofasten die eigene Autonutzung zu beobachten, und dabei die eigene Mobilität als Ganzes zu überdenken. Die Kampagne nutzt die Popularität des Themas „Verzicht in der Fastenzeit“ und verbindet dies gezielt mit kommunalem Klimaschutz und nachhaltigem Konsum. Bad Säckingen bindet die Kirchengemeinden, die Stadtwerke und Radhändler als Partner ein. Gemeinsam will man Bürgerinnen und Bürger dazu motivieren, ihr Auto stehen zu lassen und ökologische Fortbewegungsmittel wie das Fahrrad



Radstation in Bad Säckingen

¹⁰ Informationen zur Maßnahme „Autofasten“ in Bad Säckingen: <https://www.autofasten.de>



oder den Öffentlichen Nahverkehr zu nutzen oder zu Fuß zu gehen. Jeder nicht mit dem Auto zurückgelegte Kilometer kann der Stadtverwaltung mitgeteilt werden. Diese veröffentlicht die Ergebnisse der Kampagne dann auf der Klimaschutzhomepage der Stadt und verlost unter den Teilnehmenden ein oder mehrere Preise mit Bezug zu nachhaltiger Mobilität, wie ÖPNV-Tickets, Fahrräder usw.

Weniger Auto zu fahren ist für viele sehr herausfordernd, weil Routinen verändert werden müssen. Dieser zeitlich begrenzte Perspektivenwechsel kann und soll zu neuen Einsichten und Erfahrungen führen, die sich im besten Fall auch im restlichen Jahr fortsetzen lassen.

Elektromobilität erleben

Die Stadtverwaltung und der Bürgermeister möchten selbst mit positivem Beispiel für nachhaltige Mobilität vorangehen. Sie beteiligen sich dafür auch an Förderprogrammen und Forschungsprojekten des Bundes. Für den städtischen Fuhrpark wurden sieben Elektrofahrzeuge sowie ein elektrisches Arbeitsfahrzeug für den Friedhof und die Müllabfuhr angeschafft. Zur Ausleihe stehen der Bevölkerung ein E-Bürgerauto zur Verfügung und seit 2017

aus dem Bundesforschungsprojekt „Lastenfahrradtest“ auch ein E-Lastenrad. Immer wieder geht es der Stadt darum, dass neue oder veränderte Funktionalitäten im Alltag erprobt werden können und der Zugang zu nachhaltigen Mobilitätsangeboten leicht gemacht wird. Daneben werden Radwege besser ausgeleuchtet und beschildert und das Fahrgebiet z. B. durch die Öffnung von Einbahnstraßen für den Radverkehr erweitert. Am Bahnhof sind abschließbare Fahrradboxen aufgestellt, Fahrradstraßen eröffnet.

Gleichgesinnte kennen und Teilerfolge quantifizieren



Wie wichtig Bad Säckingen die Ziele seiner Mobilitätsstrategie nimmt, zeigt auch die Mitgliedschaft seit 2013 in der „Arbeitsgemeinschaft Fahrradfreundlicher

Kommunen Baden-Württemberg (AGFK)“. Dieser Zusammenschluss von über 70 Kommunen fördert systematisch den Fahrradverkehr im Bundesland und die Etablierung einer neuen Radkultur. Von diesem kontinuierlichen und engagierten Austausch profitiert Bad Säckingen nach eigenen Angaben vor allem von den neuen Impulsen aus anderen Gemeinden.

Das Monitoring von Maßnahmen im Mobilitätsbereich erfolgt wie für alle anderen Klimaschutzmaßnahmen seit 2012 durch den European Energy Award (eea)¹¹. Der eea ist ein wesentliches Instrument für Klimaschutzaktivitäten: Als Qualitätsmanagementsystem und Zertifizierungsverfahren erfasst, bewertet, plant, steuert und überprüft der eea regelmäßig kommunalen Klimaschutz. In Bad Säckingen ist das Handlungsfeld „Mobilität“ eines der stärksten im eea-Monitoring. Seit 2012 erreichte die Stadt eine Verbesserung auf 73 % im Zielerreichungsgrad für Maßnahmen im Mobilitätsbereich.

Am hier vorgestellten Ansatz im Bedürfnisfeld „Mobilität“ überzeugen die Maßnahmenvielfalt, die systematische Rückbindung der Aktivitäten an den European Energy Award sowie die hervorragende Platzierung im dortigen Monitoring. Die politische Verankerung von „Mobilität“ im Integrierten Klimaschutzkonzept ermöglichte 2015 die Erstellung des Mobilitätskonzepts. Als Heilbad und einziger Kurort am Hochrhein ist in Bad Säckingen die Luftqualität ein öffentliches und stets auch kommunalpolitisches

Thema. Das gab und gibt politischen Rückhalt für ambitionierten Klimaschutz und die Förderung emissionsfreier Mobilität.

Klimaschutz in Bad Säckingen

Die Stadt beschloss bereits 1990 ein kommunales Energieversorgungskonzept und verankerte die Klimaschutzaktivitäten fest in einer Stabsstelle Energie und Umwelt. Auf Grundlage des Klimaschutzkonzeptes 2009 wurden konkrete Klimaschutzziele festgelegt und insgesamt 58 Maßnahmen definiert. Diese sind verschiedenen Handlungsfeldern zugeordnet, wie „Kommunale Gebäude und Anlagen“, „Mobilität“ und „Interne Organisation“. Das „Integrierte Klimaschutzkonzept“ löste 2015 das bisherige Konzept ab. In diesem Zusammenhang entstand der aktuelle Maßnahmenkatalog, der Entwicklungsmöglichkeiten in Richtung einer klimaneutralen Kommune aufzeigt. Er wurde unter Einbeziehung der Akteure vor Ort erarbeitet.

¹¹ Informationen zum European Energy Award (eea): <https://www.european-energy-award.de/>

Schnellcheck



Übertragbare Ideen

- ▶ Mitmach-Aktionen zum Ausprobieren: Auto-Fasten, „Tausche Auto gegen Fahrrad“
- ▶ Nachhaltige Mobilität ist mehr als E-Mobilität: Ineinandergreifen mehrerer emissionsfreier und -armer Verkehrsmittel für alltägliche Wege und veränderte Verhaltensroutinen
- ▶ Städtischen Fuhrpark elektrifizieren: Busse, E-Bürgerauto



Erfolgsfaktoren

- ▶ Mitarbeit in einem überregionalen, thematischen Netzwerk ermöglicht und vereinfacht es, systematisch Forderungen umzusetzen und auf Landesebene Unterstützung zu erhalten
- ▶ (Teil-)Projektfinanzierung durch Teilnahme an Förderprogrammen und Wettbewerben
- ▶ Initiative Rad-KULTUR stellt weitere Finanzmittel und Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit
- ▶ Monitoring im Qualitätsmanagement- und Zertifizierungssystem „European Energy Award“



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit (auch wenig) Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ mit begrenzten finanziellen Ressourcen
- ▶ die koordinierend und impulsgebend aktiv sind
- ▶ mit Kooperationsbereitschaft in der ressortübergreifenden Zusammenarbeit verwaltungsintern

2.7 Bauleitplanung für die 2000-Watt-Gesellschaft: das Beispiel Zürich

Eckdaten

Bundesland: Kanton Zürich (Schweiz)

Einwohnerzahl: 400.000

Betrachtetes Klimaschutzkonzept:
Masterplan Energie (2012)

Kontakt:

Fachstelle „2000-Watt-Gesellschaft“,

Tel.: 0041 44 305 94 65

Energiestadt Zürich,

Tel.: 0041 44 412 11 11

Informationsseite 2000-Watt-Areal

www.2000watt.swiss



Plusenergiehäuser – so lauten Vorgaben für Architektinnen und Architekten. Mit diesen und weiteren Schritten will man dem Ziel der 2000-Watt-Gesellschaft näherkommen. Das Schweizerische Bundesamt für Energie hält das Zertifikat „2000-Watt-Areal“ und zeichnet damit Siedlungen mit vorbildlichem Umwelt- und Klimaschutz, sparsamem Ressourcenverbrauch sowie hoher Sozialverträglichkeit aus. Geprüft und bewertet werden die Teilbereiche Gebäudeerstellung und -betrieb, Ver- und Entsorgung, Mobilität, Management-System, Arealnutzung und Städtebau sowie Kommunikation/Kooperation. In Zürich basieren die bauplanerischen Vorgaben für eine 2.000-Watt-konforme Siedlungsgestaltung auf Zertifizierungskriterien wie niedrigem Energieverbrauch, geringen Wohnflächen und integrierter Mobilität sowie einer Bilanzierung der eingesetzten Baustoffe. Qualitative Wertungskriterien betreffen Aktivitäten zur Förderung von nachhaltigem Konsum und suffizienten Lebensstilen wie Kauf und Nutzung regionaler Produkte, Reparaturstützpunkte in Stadtteilzentren und Tauschinitiativen. Aktuell sind in Zürich drei „2000-Watt Areale“ als „in Betrieb“ zertifiziert und drei weitere in Entwicklung.

Neu errichtete Häuser oder Wohngebiete haben eine Lebensdauer von mehr als 50 Jahren – ihr energetischer Fußabdruck ist über diesen Zeitraum nur noch begrenzt gestaltbar. Er wird bei der Errichtung weitgehend vorbestimmt. Denn neben der Gebäudehülle werden dann bereits auch andere Elemente wie Wegebeziehungen, Flächennutzungen, Gemeinschaftsräume und -flächen sowie Infrastrukturen für Sharing-Konzepte festgelegt.

Die Stadt Zürich verfolgt dieses Ziel konzeptionell mit einem eigenen Maßnahmenkonzept im Rahmen ihres „Masterplan Energie“ aus dem Jahr 2012. Der Energiebedarf pro Kopf soll mittelfristig maximal 2000 Watt betragen und die Treibhausgas-Emissionen bis 2050 auf maximal 1 Tonne CO₂-Äquivalente pro Person und Jahr begrenzt werden. Realisiert werden soll dies über Veränderungen bei der Energieversorgung, Mobilität, in der Wirtschaft sowie beim privaten Konsumieren und Wohnen.

Planungsvorgaben und Zertifizierung „2.000-Watt-Areal“

Zukunftsfähiges und klimafreundliches Wohnen soll in Herleitung von den Zielen der 2000-Watt-Gesellschaft mit dem Konzept und Zertifikat „2000 Watt Areal“ realisiert werden¹². Energieeffizientes Heizen, mehr Fernwärme, Sanierung im Gebäudebestand und

Niedrigenergieverbrauch im „Kalkbreiteareal“

Der Wohn- und Gewerbekomplex Kalkbreite wurde im Januar 2017 als eines der ersten „2000-Watt Areale“ in der Schweiz als „in Betrieb“ zertifiziert (www.kalkbreite.net). Das Kalkbreiteareal ist als Genossenschaft organisiert. Es wurde sozial-ökologisch geplant, um die Zielsetzung einer 2000-Watt-Gesellschaft zu erfüllen. Hier befinden sich 5.000 Quadratmeter kleinteilige Gewerbe- und Geschäftsräume mit Arbeitsplätzen für 200 Personen und Wohnraum für ca. 250 Personen, aufgeteilt in 7.500 Quadratmeter Wohn- und 600 Quadratmeter Gemeinschaftsfläche. Seit der Einweihung 2014 demonstriert die Kalkbreite, was politischer Wille bewirken kann: soziale Durchmischung, Chancengleichheit, eigene Photovoltaik, emissionsarme Mobilität und niedrigen Energieverbrauch durch Minergie-P-Eco-Standard, Grundwasser-Wärmepumpe und Leben auf kleiner Wohnfläche.

¹² <https://www.2000watt.swiss/>



Hofansicht Kalkbreiteareal; Quelle: Genossenschaft Kalkbreite, Volker Schopp

Auf 32,6 m² komfortabel wohnen

Durchschnittlich soll eine Person in der Kalkbreite nicht mehr als 32,6 m² Wohnfläche nutzen (Schweizer Durchschnitt: 45 m²). Es gilt die Regel: Eine Wohnung darf nicht über mehr Zimmer verfügen als die Anzahl der dort Wohnenden plus ein Zimmer. Das wird im Kalkbreiteareal ohne Verzicht auf Großräumigkeit erreicht, indem ein besonders hoher Anteil großer Wohnungen von mehreren Personen bewohnt wird.

Büroarbeitsplätze, Gästezimmer, Waschraum und Werkstatt werden gemeinschaftlich genutzt. Wohnungsgrößen sind flexibel an Lebenssituationen anpassbar. Einzelne Zimmer können bis zu vier Jahre zu einer Wohnung hinzugemietet werden, z. B. für pflegebedürftige Verwandte.

Partizipation und Chancengleichheit

Die Mieter und Mieterinnen im Kalkbreiteareal sind in Plenumsitzungen, Arbeitsgruppen und Workshops an den Prozessen beteiligt: so fließen vielfältige Vorschläge ein und Ideen werden kritisch reflektiert. Partizipation wird als Ausdruck von Teilhabe und als Zukunftsinvestition gesehen, die die Identifikation mit dem Ort fördert.

Die Wohn- und Gewerbeflächen im Kalkbreiteareal orientieren sich an der sogenannten Kostenmiete¹³, einem städtischen Prinzip sozialer Mietpreispolitik in Zürich. Die Miethöhe deckt genau den Aufwand des Bauträgers: Sie begleicht die Schuldzinsen, die Verwaltungskosten, den Unterhalt und den Werterhalt der Liegenschaft, gewährleistet also auch Sanierungsrückstellungen. Haushalte mit zu starken Mietbelastungen und in Notlagen können zur temporären Finanzierung oder längerfristigen Subventionierung Mietzuschüsse beantragen. Die Genossenschaft Kalkbreite gründete dafür einen Solidaritätsfond, der sich aus Spenden sowie den verpflichtenden und freiwilligen Solidaritätsbeiträgen der Wohnungsmieter und -mieterinnen speist.

Umweltfreundliche Mobilität

Mit Haltestellen für Tram, Bus und Zug direkt vor dem Haus ist die autofreie Siedlung sehr gut an das öffentliche Verkehrsnetz angebunden. 300 Fahrradstellplätze sind ebenerdig und überdacht. Laut Kalkbreite-Mobi-

¹³ Informationen zu sozialer Mietpreispolitik in Zürich: <https://www.stadt-zuerich.ch/fd/de/index/wohnen-und-gewerbe/wohnbaufoerderung.html>.

litätskonzept verpflichten sich alle Bewohnerinnen und Bewohner, kein Auto zu besitzen oder dauernd zu nutzen. Arbeitende verpflichten sich, für den Arbeitsweg auf das Auto zu verzichten. Parkplätze für mobilitätseingeschränkte Personen sind vorhanden.

Das Kalkbreiteareal überzeugt mit einem modernen Erscheinungsbild, das hochfunktional einen nachhaltigen Alltag ermöglicht. Auf sozialer Ebene profitiert es davon, dass Stadt und Planungsverantwortliche Interessierte und (potenzielle) Mieterinnen und Mieter in alle Projektphasen einbezogen. Die energiebezogenen Erfolge werden auch dem frühzeitigen und kontinuierlichen Nachhaltigkeitsmonitoring zugeschrieben (Vorgabe des Zertifikates 2000-Watt-Areal). Der klimapolitische Ansatz der 2000-Watt-Gesellschaft ist auch in Deutschland von Relevanz. So zeigen in der Drei-Länder-Region Bodensee zehn Kommunen (vier davon in Deutschland) mit einer gemeinsamen Informationskampagne energiesparende Alternativen in einer 2000-Watt-Gesellschaft auf.¹⁴ Zentrales Erfolgskriterium hier wie dort ist das Engagement der Bevölkerung.

Klimaschutz in Zürich: Volksbeschluss 2000-Watt-Gesellschaft setzt Zeichen für den Klimaschutz

Die 2017 vom Züricher Stadtrat beschlossene Roadmap 2000-Watt-Gesellschaft¹⁵ legt zielkonforme Lösungswege in den fünf Handlungsfeldern „Konsum“, „Siedlung“, „Gebäude“, „Energieversorgung“ und „Mobilität“ fest. Die Umsetzung gelingt, weil die Departemente und Dienstabteilungen der Stadt Zürich Ziele, Ansätze und Maßnahmen in bestehende Instrumente wie den Masterplan Energie, den Masterplan Umwelt oder das Programm Stadtverkehr 2025 integrieren.

Mittlerweile haben über 100 Städte und Gemeinden sowie 23 der 26 Kantone in der Schweiz die Ziele der 2000-Watt-Gesellschaft in ihren energiepolitischen Zielvorgaben verankert.

¹⁴ Informationen zur „2000-Watt-Gesellschaft“ in Deutschland: <http://www.wirleben2000watt.com/wir-leben-2000-watt>

¹⁵ Informationen zur Roadmap „2000-Watt-Gesellschaft“ in Zürich: https://www.stadt-zuerich.ch/epaper/GUD/UGZ/roadmap_2000_watt_gesellschaft_output/web/flipviewerexpress.html

Schnellcheck



Übertragbare Ideen

- ▶ ökologische Bauplanungsvorgaben mit Zertifizierung verbinden, z. B. DGNB oder 2000-Watt Areale
- ▶ Ökobilanz für eingesetzte Baustoffe
- ▶ Solidaritätsfonds für Mietzuschüsse
- ▶ nachhaltiges Mobilitätskonzept für Mieterschaft und Gewerbetreibende



Erfolgsfaktoren

- ▶ frühzeitige, intensive Einbindung der Anwohnerinnen und Anwohner in den Planungsprozess
- ▶ Gemeindeabstimmung zeigt breiten politischen Rückhalt der Stadtgesellschaft für das Projekt
- ▶ Bundesprogramm mit koordinierender Fachstelle
- ▶ eigenverantwortliche Initiierung und Zertifizierung vor Ort



Besonders geeignet für Kommunen

- ▶ mit Erfahrung im Klimaschutzmanagement
- ▶ die koordinierend und impulsgebend aktiv sind
- ▶ die kooperationsbereit oder -erfahren mit einem breiten internen Akteursnetzwerk und in die Bevölkerung sind

2.8 Der Weg zur klimaneutralen Verwaltung: Etappen und Anforderungen für den Klimaschutz in Behörden

Die öffentliche Hand soll Vorbild für andere sein, indem sie beispielhaft im Klimaschutz agiert. Diese Vorbildfunktion ist mehr als eine Empfehlung, sie ist eine im Klimaschutzgesetz verbindlich geregelte Verpflichtung. Danach haben die Träger öffentlicher Aufgaben bei ihren Planungen und Entscheidungen den Klimaschutz und die hierzu festgelegten Ziele zu berücksichtigen. In Deutschland haben sich neben dem Bund die meisten Länder sowie zahlreiche Kommunen und Landkreise zum Ziel gesetzt, ihre Verwaltungen klimaneutral¹⁶ zu organisieren. Diese Initiativen können einen Beitrag zur Vorbildfunktion der öffentlichen Hand leisten und den Klimaschutz in Deutschland wirksam unterstützen.

Unter welchen Bedingungen Verwaltungen mit Initiativen zur Klimaneutralität den Klimaschutz voranbringen und ihre Glaubwürdigkeit stärken, zeigt das UBA in einem derzeit vorbereiteten Leitfaden fundiert und praxisnah auf. Das UBA beschreibt darin die organisatorischen, methodischen und praktischen Anforderungen an den Klimaschutz in Verwaltungen anhand von insgesamt neun Etappen (siehe Abbildung 8). Für jede Etappe bietet der Leitfaden ausführliche Informationen, praktische Beispiele und Hinweise auf weiterführende Informationen.

Erste Etappe: Organisation aufbauen

Zunächst muss die Verwaltung die Verantwortung, die Zuständigkeiten und Beteiligungen sowie die Abläufe und Entscheidungsregeln für den Klimaschutz festlegen.

¹⁶ Die Begriffe klimaneutral und treibhausgasneutral werden in dieser Broschüre synonym verwendet.

Abbildung 8

Etappen auf dem Weg zur klimaneutralen Verwaltung



Quelle: Eigene Darstellung

Zweite Etappe: Anwendungsbereich definieren

Als nächstes muss die Verwaltung festlegen, welche Bereiche, Standorte und Gebäude zur treibhausgasneutralen Verwaltung gehören und welche Klimaschutzaspekte und Aktivitäten in die Klimaschutzstrategie einbezogen werden.

Dritte Etappe: Treibhausgasemissionen bilanzieren

Diese Etappe dient dazu, die klimarelevanten Daten innerhalb der Verwaltung zu erheben und daraus die von der Verwaltung verursachten Treibhausgasemissionen zu ermitteln.

Vierte Etappe: Ziele beschließen

In dieser Etappe legt die Verwaltung fest, wie stark sie ihre Treibhausgasemissionen verringern und ihre Klimaauswirkungen mindern will.

Fünfte Etappe: Handeln

Als nächstes muss die Verwaltung Maßnahmen planen, beschließen und durchführen, mit denen die Verwaltung ihre Klimaschutzziele erreichen will.

Sechste Etappe: Kompensieren

Zum Ausgleich ihrer nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen muss die Verwaltung zusätzliche Klimaschutzmaßnahmen außerhalb der Verwaltung finanzieren, etwa durch den Erwerb von Emissionsrechten auf dem freiwilligen Markt.

Siebte Etappe: Kommunizieren

Die Verwaltung muss ihre Leitung und ihre Beschäftigten sowie ihre Vertrags- und Kooperationspartner, die politischen Entscheidungsträger sowie die Öffentlichkeit über die wesentlichen Aspekte ihrer Treibhausgasneutralität informieren.

Achte Etappe: Überprüfen

Ob und wie die Maßnahmen wirksam sind und wie weit die beschlossenen Ziele eingehalten werden können, muss systematisch überprüft werden.

Neunte Etappe: Anpassen

Aus den bisherigen Erfahrungen und den Ergebnissen der Überprüfung muss die Verwaltung in einem letzten Schritt die bisherigen Etappen gegebenenfalls nachsteuern und anpassen.

Die im Leitfaden ausführlich beschriebenen Etappen richten sich an Verwaltungen in Deutschland. Das Vorgehen ist grundsätzlich auch für Unternehmen und andere Organisationen geeignet, die wirksam und glaubwürdig treibhausgasneutral werden wollen.

2.9 Klimaneutral leben als persönliches Selbstbekenntnis



Der Verein „3 fürs Klima“¹⁷ wurde Anfang 2020 gegründet und ist u. a. aus der örtlich verankerten Initiative „100 × klimaneutral“¹⁸ hervorgegangen. Vereinsziel ist es, Menschen zu beraten und zu unterstützen, schon heute klimaneutral zu leben. Der Verein stellt damit das von der Bundesregierung im Klimaschutzgesetz verankerte Ziel der Klimaneutralität in den Mittelpunkt seiner Vereinstätigkeit, indem er es zum zentralen Ziel individueller Anstrengungen macht.

Dreiklang fürs Klima

Konzeptionelle Grundlage hierfür ist die Idee eines Dreiklangs fürs Klima, die auch Bezugspunkt für den Vereinsnamen ist:

1. Den persönlichen CO₂-Fußabdruck reduzieren: Machen, was aktuell mit den eigenen Möglichkeiten und der aktuellen Lebenssituation geht.
2. Den Rest kompensieren: Solidarisch Klimaschutzprojekte auf der ganzen Welt unterstützen und damit die Eintrittskarte zum klimaneutralen Leben heute schon lösen.
3. Den Handabdruck vergrößern: Klimapositiv werden und andere mitnehmen zum gemeinsamen Ziel einer klimaneutralen Gesellschaft. Durch Überzeugungsarbeit im Freundes- und Bekanntenkreis, durch Engagement vor Ort und am Arbeitsplatz, durch politisches Engagement.

Die Mitglieder selbst verpflichten sich zu einem klimaneutralen Leben durch einen entsprechenden Dreiklang. Sie sind aufgefordert, den persönlichen CO₂-Fußabdruck mit einem CO₂-Rechner zu bestimmen und so die Basis für weitere Optimierungen zu schaffen, den kompletten CO₂-Fußabdruck zu kompensieren und dann schließlich zwei weitere Mitglieder für den Verein zu gewinnen, so dass sich das Vereinsziel eines klimaneutralen Lebens weiter ausbreitet.

Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Kompensationsdienstleistern

Der Verein führt – auf Wunsch der Mitglieder – die Kompensation für die Mitglieder durch und arbeitet hierzu ausschließlich mit gemeinnützigen Kompensationsdienstleistern und anderen im globalen Klimaschutz engagierten Organisationen zusammen. Die Auswahl dieser Organisationen erfolgt in enger Abstimmung mit einem Fachbeirat, dem renommierte Expertinnen und Experten aus dem Bereich nachhaltiger Konsum und Nachhaltige Entwicklung angehören. Der Verein möchte sich in diesem Zusammenhang aktiv in die Qualitätsdebatte im Bereich der freiwilligen Kompensation einbringen und dazu beitragen, dass die geförderten Projekte anspruchsvollen ökologischen und sozialen Kriterien genügen.

Motivationsschub für individuelles Handeln durch Zielerreichung

Die Fokussierung auf das Ziel „klimaneutral leben“ beinhaltet nach Ansicht des Vereins große Chancen für die Klimaschutzkommunikation mit privaten Haushalten. Damit könne der Frust über die große Zielferne und das heute noch nicht mögliche Erreichen eines CO₂-Fußabdrucks von unter einer Tonne CO₂-Äquivalenten in eine motivierende Selbstwirksamkeitserfahrung verwandelt werden: „Ich kann heute schon das Ziel erreichen, heute schon klimaneutral, ja, klimapositiv leben.“ Aus dem eher abstrakten Ziel, sich klimafreundlich zu verhalten, wird eine SMARTe Zielsetzung: spezifisch, messbar, akzeptiert, realistisch, terminiert.

Denn im Alltag gibt es für die Menschen zahlreiche Hindernisse und gute Gründe, die sie darin hindern, heute schon in ein Passivhaus zu ziehen, ein Elektroauto zu kaufen oder ihren vielfältigen Konsum emissionsfreier zu gestalten. Gleichzeitig liegen die politischen Zielhorizonte 2030, 2040 oder 2050 nicht nur für den Einzelnen in weiter Ferne sind. Das lähme die häufig verwendete „Jetzt müssen wir alles geben“-Botschaft. Der Verein möchte das Ziel „klimaneutral leben“ deshalb in die Gegenwart holen und damit gleichzeitig die Wirkung individuellen Handelns um mindestens drei Zehnerpotenzen erhöhen. Denn es gehe beim klimaneutralen Leben nicht mehr nur um Gramm oder Kilogramm, die Einzelne an CO₂ einspa-

¹⁷ Alle Informationen über den Verein „3 fürs Klima“ sind der Website entnommen: www.3fuersklima.de (Zugriff: 03.04.2020).

¹⁸ www.100xklimaneutral.com (Zugriff: 03.04.2020)



ren und vermeiden können und sollen, sondern um Tonnen. Gegenüber der vorherrschenden auf den Einzelnen zielenden Klimaschutzkommunikation ist das ein Faktor 1.000 bis 1.000.000 hinsichtlich der CO₂-Vermeidung.



Der Verein möchte damit auch insbesondere die Nutzerinnen und

Nutzer von CO₂-Rechnern genau da abholen, wo sie nicht mehr weiterkommen und ihnen einen Weg zu wirksamem und motivierendem Klimaschutz mit dem Dreiklang fürs Klima aufzeigen. Im Sinne des Handabdrucks, das heißt dem Wirken in die Gesellschaft, solle das klimaneutrale Leben aber nicht im „stillen Kämmerlein“ stattfinden. Deshalb möchte der Verein „3 fürs Klima“ dieses individuelle Bemühen sichtbar und zu einem wachsenden Signal an Politik, Unternehmen und Gesellschaft machen.

3

Handlungsempfehlungen

Lokaler und regionaler Klimaschutz mit dem Ziel der Klimaneutralität und nachhaltiger Konsum passen zusammen und können sich gegenseitig befruchten. Dies lässt sich nicht nur theoretisch-konzeptionell herleiten (Kapitel 1). Erfolgreiche Beispiele aus Kommunen und Regionen in Deutschland zeigen auch, dass es in der Praxis funktioniert (Kapitel 2). Die Zusammenführung beider Aspekte passiert aber nicht automatisch, sondern muss aktiv angegangen werden. Abschließend seien hier deshalb thesehaft sieben Empfehlungen formuliert¹⁹, um möglichst effektiv Synergieeffekte nutzen zu können.

1. Klimaneutralität als Ziel für nachhaltigen Konsum nutzen

Die Ziele der deutschen Klimapolitik finden eine breite Akzeptanz, das Erreichen einer Treibhausgasneutralität ist für fast 90 % der Bevölkerung sehr wichtig oder eher wichtig (BMUB/UBA 2017, S. 38). Diese breite Akzeptanz der Klimaziele findet sich auch auf lokaler Ebene wieder, wie eine Reihe von Beispielen zeigen (z. B. Kress und Landwehr 2012; Andes et al. 2015). Diese Mehrebenenakzeptanz schafft die Verbindung der globalen mit der lokalen Ebene. Konzepte wie „Klimaneutrale Kommunen“, „100 %-Kommunen“ oder „Bioenergieregionen“

transportieren die Ziele von Paris auf die lokale Ebene – eine globale Vereinbarung wird lokal spürbar, über Zielvorgaben messbar und kommunizierbar: Paris ist quasi „überall“. Mit diesen Konzepten werden globale Reduktionsziele in lokale Ziele transformiert und lokal verankert. Die lokalen Ziele bieten auf lokaler Ebene nicht nur der Politik, sondern auch NGOs und privaten Verbraucherinnen und Verbrauchern eine Zielperspektive. Die quantifizierbaren und überprüfbareren Ziele können in der Kommunikation zum nachhaltigen Konsum aufgegriffen werden und eine Orientierung des Handelns bilden. Aus einer diffusen Debatte über nachhaltige Konsummuster, nachhaltige Lebensstile, Suffizienz und umweltfreundlichem Handeln kann so eine zielgerichtete und handlungswirksame Debatte entstehen.

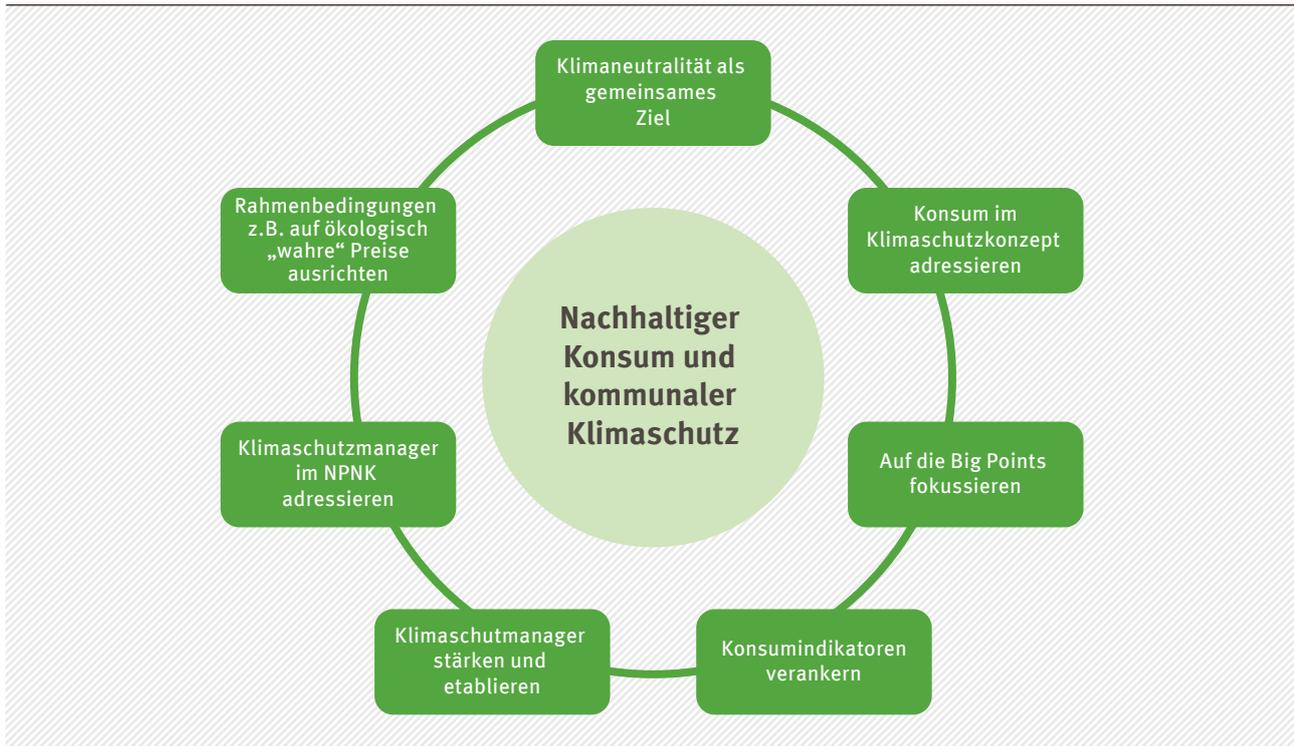
2. Kommunale Klimaschutzkonzepte als Förderinstrument für nachhaltigen Konsum verstehen

Es gibt eine Vielfalt verschiedenster Klimaschutzkonzepte: Sie reichen von Teil- und Gesamtklimaschutzkonzepten, über Masterplan-Kommunen, bis hin zu überregionalen Netzwerken wie den 100 % EE-Regionen (<http://www.100ee.de/index.html>). Die Orientierung am Ziel der Klimaneutralität verfolgen in Deutschland über 89 Kommunen und Regionen mit mehr als 14 Mio. Einwohner/-innen (Umweltbundesamt 2020a). Diese Regionen sind in Netzwerken

¹⁹ Siehe hierzu auch: Umweltbundesamt 2020, S. 115–119.

Abbildung 9

Zentrale Empfehlungen zur Förderung eines nachhaltigen Konsums im kommunalen Klimaschutz



Quelle: Eigene Darstellung, IÖW

zusammengeschlossen und weisen Erfolge auf. Dies stellt eine Chance für die Thematisierung eines nachhaltigen Konsums dar. Denn Klimaneutralitätsziele können nur dann erreicht werden, wenn Verbraucher und Verbraucherinnen sowie private Haushalte einbezogen und dazu angeregt werden, sich für den Klimaschutz über eine Änderung ihrer Lebensstile und Konsumgewohnheiten zu engagieren. Entsprechend adressieren nur die Kommunen, die auch weitgehende Klimaneutralitätsziele verfolgen, explizit und intensiver nachhaltigen Konsum. Das Ziel der Klimaneutralität ist also einerseits eine Grundbedingung für die Erreichung der im Klimaschutzplan 2050 festgelegten Ziele und andererseits ein starkes Instrument für die Umsetzung von Maßnahmen für einen Wandel der Konsumpraktiken, wie sie im Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum (Bundesregierung 2016/2019) festgelegt sind.

3. Klimaschutzkonzepte stärker auf die „Big Points“ beim nachhaltigen Konsum ausrichten

Klimaschutzkonzepte umfassen Ziele, Maßnahmen und Daten. Sie unterstützen Klimaschutzmanager und -managerinnen und ermöglichen es, strategisch fundiert Prioritäten zu setzen. Prioritär sind

zunächst einmal Maßnahmen mit beträchtlichen THG-Reduktionspotenzialen („Big Points“). Die untersuchten Klimaschutzkonzepte fokussieren dabei aus nachvollziehbaren Gründen auf die direkten Treibhausgasemissionen in der betrachteten Region. Hieraus werden dann Maßnahmen wie der Ausbau der Erneuerbaren Energien in der Region, energetische Gebäudesanierungen und andere direkten Energieeinsparungen in und für die Region abgeleitet. Denn diese Maßnahmen lassen sich relativ gut mit quantitativen Zielen hinterlegen, sie lassen sich relativ einfach prüfen und mit lokalen und regionalen Verantwortlichkeiten in Beziehung setzen. Mit einer – erfolgreichen – Umsetzung dieser Maßnahmen gewinnen allerdings andere Bereiche an Relevanz für die Zielerreichung Klimaneutralität.

Denn auch die in den Klimaschutzkonzepten im Allgemeinen nicht berücksichtigten Importe verursachen in hohem Maße Treibhausgasemissionen. Bei diesen „indirekten Emissionen“ gibt es ebenfalls „Big Points“ wie Flugreisen, Überlandfahrten mit dem Auto, Ernährung (v. a. tierische Nahrungsmittel), ressourcenintensive Güter wie Baustoffe und Autos oder auch die Art der Geldanlage. Obwohl die Emissionen außerhalb der betrachteten Region

anfallen, können diese „Big Points“ auf lokaler und regionaler Ebene adressiert werden. Das Monitoring dieser Maßnahmen wird der Struktur der Emissionen folgend („indirekte“ Emissionen) eher „indirekt“ erfolgen müssen. Aber es gibt durchaus gangbare und bereits praktizierte Ansätze (z. B. Modal Split im Verkehr, Anteil von Car-Sharing-Fahrzeugen, Angebot von vegetarischen Gerichten in Kantinen, Verbraucherbefragungen mit dem CO₂-Rechner etc.). Es ist deshalb sinnvoll, diese „Big Points“ der indirekten Emissionen und damit in hohem Maße Konsumthemen im Klimaschutzkonzept frühzeitig mitzudenken und vorzubereiten. Dazu gehört auch, die Gestaltungspotenziale privater Haushalte mit ihren Rollen als Konsumenten und Konsumentinnen sowie als Investoren und Investorinnen stärker in den Blick zu nehmen.

4. Erarbeitung von Konsumindikatoren und Schaffung von Datengrundlagen für indirekte Emissionen auf lokaler und regionaler Ebene

Die verstärkte Erfassung von indirekten Emissionen und damit von weiteren Konsummaßnahmen erfordert eine konzeptionelle Weiterentwicklung bestehender Klimaschutzkonzepte im Hinblick auf Handlungsfelder, Akteure, Maßnahmen und Indikatoren. Insbesondere werden geeignete Methoden und Daten für die Berücksichtigung der indirekten Emissionen in den Treibhausgasbilanzen benötigt. Einzelne Klimaschutzkonzepte haben hierfür schon Lösungen entwickelt. Die meisten Kommunen und Regionen bräuchten aber hierbei stärkere Unterstützung, einerseits durch geeignete Indikatoren, andererseits durch eine Verbesserung der Datengrundlage indirekt energierelevanter Bedürfnisfelder. Eine entsprechende Adressierung dieser Fragestellung in der Kommunalrichtlinie der Nationalen Klimaschutzinitiative wäre hilfreich.

5. Stärkung und Förderung von Klimaschutzmanagerinnen und -managern als Schlüsselakteure

Eine Aktivierung der Akteure und Strukturen „vor Ort“ über die Klimaschutzmanager und -managerinnen könnte eine Schlüsselrolle in der Verankerung des nachhaltigen Konsums auf kommunaler bzw. regionaler Ebene spielen. Hierfür bedarf es einer klaren politischen Unterstützung des Klimaneutralitätsziels sowie eines klaren Auftrages an Klimaschutzmanager und -managerinnen, konsumbezogene Maßnahmen als Teil von Klimaschutzkonzepten mitaufzunehmen.

Denn Klimaschutz gehört bisher noch nicht zu den kommunalen und regionalen Pflichtaufgaben. Die derzeitigen Aktivitäten vieler Städte und Kommunen sind freiwilliger Natur: Die Stellen von Klimaschutzmanagern und -managerinnen sind oft projektgefördert (vor allem aus den Mitteln der NKI), Klimaschutzkonzepte werden – wie auch einzelne Maßnahmen – aus verschiedenen Töpfen gefördert. Klimaschutz ist jedoch eine Aufgabe, die nicht nach Maßgabe einer erfolgreichen Fördermittelakquise und gewissermaßen dem Zufallsprinzip erfolgen darf, sondern erfordert eine klare und kontinuierliche Ausrichtung und Fokussierung: Es braucht eine dauerhafte Institutionalisierung auf lokaler Ebene, was eben auch eine ausreichende und vor allem dauerhafte personelle Ausstattung und hier insbesondere eine längerfristige Institutionalisierung der Klimaschutzmanagerinnen und -manager erfordert. Diese institutionelle finanzielle Unterlegung sollte aus öffentlichen Mitteln des Bundes, der Länder oder aus Sondervermögen geleistet werden. Dies käme nicht nur dem Klimaschutz im Allgemeinen, sondern auch der Förderung des nachhaltigen Konsums zu Gute. Indirekte Emissionen und die damit zusammenhängenden vielfältigen Themen des nachhaltigen Konsums werden nämlich erst im späteren Stadium von bzw. in anspruchsvolleren Klimaschutzkonzepten adressiert. Es ist aus der Perspektive des nachhaltigen Konsums deshalb essentiell, dass der regionale und lokale Klimaschutz dauerhaft voranschreitet und anspruchsvolle Ziele verfolgt. Hierfür sind Klimaschutzmanagerinnen und -manager die Schlüsselakteure. Ihre längerfristige Etablierung ist deshalb auch eine notwendige Bedingung für die Integration und Förderung von nachhaltigem Konsum.

6. Klimaschutzmanagerinnen und -managern in das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum integrieren

Im deutschen Mehrebenensystem sind Kommunen und Regionen die untersten Verwaltungseinheiten. In Abhängigkeit ihrer Größe können sie noch weiter untergliedert sein. Ihr strategisches Potenzial liegt zum einen in ihrer „relativen“ Bürgernähe, die andere Formen eines Dialogs ermöglicht als dies für die Bundes- und Landesebenen möglich ist. Zum anderen können sie bürgernah erfahrbare Maßnahmen gestalten und somit mehr Handlungsdruck erzeugen, als dies auf Ebene des Bundes sowie der Bundesländer möglich ist. In vielen Kommunen und Regionen sind Maßnahmen angegangen worden, die

3. Handlungsempfehlungen

– neben den Themenfeldern Energie und Mobilität – auf Felder eines nachhaltigen klimafreundlichen Konsums abzielen. Erfahrungen werden noch nicht systematisch, sondern stärker anekdotisch oder singulär ausgetauscht. Hier könnte mit dem im Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum angedachten Netzwerk der Erfahrungsaustausch zur Förderung nachhaltigen Konsums im Rahmen von Klimaschutzkonzepten und lokalen und regionalen Prozessen zur Erreichung von Klimaneutralität systematisch gefördert und ausgebaut werden.

7. Besteuerung von Energie und knappen Umweltressourcen als zentraler Katalysator

Klimaschutz auf privater, gewerblicher und öffentlicher Ebene orientiert sich an den aktuellen Rahmenbedingungen und Marktpreisen. Solange aber z. B. die Preise nicht „die ökologische Wahrheit“ sagen,

wird nachhaltiger Konsum in der Nische verharren und auch kommunale und individuelle Bemühungen zur Erreichung von Klimaneutralität frühzeitig an Grenzen stoßen.

Die durch Produktion und Konsum verursachten Umweltschäden, d. h. die sogenannten „externen Kosten“ müssen deshalb durch eine angemessene Besteuerung (z. B. CO₂-Steuer, Ressourcensteuer) in die Marktpreise internalisiert werden. Dann werden sich für private Haushalte Klimaschutzmaßnahmen rechnen, die sich bisher noch nicht gerechnet haben. Klimabewusstes Kauf- und Nutzungsverhalten würde damit an Attraktivität gewinnen. Gleichzeitig wären private Haushalte auch besser ansprechbar für regionale und lokale Klimaschutzmaßnahmen, da nachhaltiger Konsum höhere finanzielle Bedeutung für die Haushalte hätte.





► **Unsere Broschüren als Download**
Kurzlink: bit.ly/2dowYYI

 www.facebook.com/umweltbundesamt.de
 www.twitter.com/umweltbundesamt
 www.youtube.com/user/umweltbundesamt
 www.instagram.com/umweltbundesamt/