GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung
FONA Forschung für nachhaltige Entwicklungen BMBF

Der Weg zum Klimabürger

Empfehlungen aus dem Forschungsprojekt Klima-Citoyen

Kommunale Unterstützungsmöglichkeiten, Strategien und Methoden

UNIVERSITÄT DES SAARLANDES
i|ö|w INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG
zeppelin universität zwischen Wirtschaft Kultur Politik

Impressum

Herausgeber:
Forschungsprojekt „Klima-Citoyen. Neue Rollen, Möglichkeiten und Verantwortlichkeiten der Bürger in der Transformation des Energiesystems"

Das Projekt „Klima-Citoyen. Neue Rollen, Möglichkeiten und Verantwortlichkeiten der Bürger in der Transformation des Energiesystems" wurde gefördert durch:

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Förderkennzeichen: 01UN1210A-C
im Rahmen des Programms: Umwelt- und gesellschaftsverträgliche Transformation des Energiesystems. http://www.transformation-des-energiesystems.de/

Bundesministerium für Bildung und Forschung

FONA Forschung für nachhaltige Entwicklungen BMBF

Projektleitung:
Universität des Saarlandes
Forschungsgruppe Umweltpsychologie (FG-UPSY)

Projektbearbeitung:
Universität des Saarlandes
Forschungsgruppe Umweltpsychologie (FG-UPSY)

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) GmbH, gemeinnützig

Zeppelin Universität gemeinnützige GmbH

Autor_innen:
Ria Müller (IÖW), Jan Hildebrand (FG-UPSY), Dr. Frieder Rubik (IÖW), Diana Rode (FG-UPSY), Sigrid Söldner (FG-UPSY) und Sabine Bietz (Zeppelin Universität)

Layout und Grafische Gestaltung:
Agentur Gottert www.manfredgottert.de

Druck:
dieUmweltDruckerei
gedruckt auf 100% Recyclingpapier

Bildnachweis:
fotolia (S.1, 41, 42 u.), pixabay (S. 33, 42 o.), Maximilian Hinse (S. 5, 8, 9, 10, 12, 17, 22, 25, 35, 40, 43), Baedeker/ MAIRDUMONT GmbH & Co. KG (S. 27), Dr. Denise Zeyer (S. 36) , IÖW (S. 44)

Stand: Juni 2017

Inhalt

1. Vorwort 5

2. Grußworte der Praxispartner 6

3. Warum Bürgerbeteiligung? 8

4. Methoden: Potenziale erkennen, Gelegenheiten nutzen 10

4.1 Akteure, Ziele, Maßnahmen: Die Ausgangsbedingungen 12

4.2 Klima-Bürger_innen und ihre Rollen 16

4.3 Aktivierungspotenziale 20

5. Strategien: Bürger_innen aktivieren, Kooperationspartner gewinnen 22

5.1 Neue Ansprachewege 26

5.2 Neue Settings 28

5.3 Vernetzung 30

5.4 Soziale Normen 33

5.5 Beteiligung 35

5.6 Finanzielle Teilhabe 38

5.7 Gelegenheitsfenster 41

5.8 Transdisziplinarität 44

6. Das Projekt Klima-Citoyen 46

1. Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

ganz Deutschland spricht von der Energiewende. Gemeint ist der Umbau des Energiesystems hin zu einer Strom- und Wärmeversorgung, die ausschließlich auf erneuerbaren Energieträgern basiert. Ihr Ziel ist es, die nationalen Klimaziele zu erreichen. Die Energiewende gelingt nur als „Gemeinschaftswerk"[1]. Der Verwaltung, Gesellschaft, Wirtschaft und den Bürger_innen kommen in diesem gesellschaftlichen Wandlungsprozess neue Aufgaben – aber auch Möglichkeiten – zu. Der Energiemarkt ist nicht länger von nur wenigen großen Energieversorgern dominiert. Denn auch Bürger_innen können, in ihren Rollen als Energiekonsument_innen, Energieinvestor_innen oder -produzent_innen und als politische Akteure, die Energiewende eigenverantwortlich mitgestalten. Klimaschutz- und Energiewende-Aktivitäten finden in erster Linie in den Städten und Gemeinden statt, hier werden sie umgesetzt und sind sicht- und begreifbar.

Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderte Forschungsprojekt „Klima-Citoyen. Neue Rollen, Möglichkeiten und Verantwortlichkeiten der Bürger in der Transformation des Energiesystems" möchte mit diesem Wegweiser Kommunen bei genau dieser Umsetzung unterstützen. Dieser Wegweiser gibt Ihnen hierfür Anregungen. Außerdem erhalten Sie Ideen für mögliche Erfolgsrouten, um mehr Bürger_innen für die lokale Energiewende zu aktivieren und deren Engagement zu intensivieren und zu verstetigen. Das Ziel: gemeinsam die Klimaschutzziele Ihrer Kommune zu erreichen.

- Wie können Kommunen (mehr) Bürger_innen für die Energiewende aktivieren?
- Welche Gelegenheiten können Klimaschutzbeauftragte nutzen, um Austausch, Kreativität und Eigeninitiative der Bürger_innen in der Energiewende zu begünstigen?
- Wie können die Rahmenbedingungen so gestaltet werden, dass sie ein Engagement fördern?
- Wie kann es gelingen, erfolgreiche Konzepte und Entwicklungen zu verstetigen?

Eines ist klar: Es geht nur gemeinsam. Mit Bürger_innen und in enger Kooperation mit allen lokalen Akteuren aus Wirtschaft, Kultur, Verkehrs- und Stadtentwicklung oder Interessensverbänden. Suchen Sie gemeinsam nach Zielen, Wegen und Lösungen. Bestehendes verbessern und Neues probieren: Das lohnt sich im Umweltschutz, im Städtebau und in der Energie- und Wärmeversorgung wie in jedem anderen Politikbereich. Denn es bedeutet, am Puls der Zeit zu bleiben – und damit nah an den Bürger_innen, nah an den Wähler_innen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Entwicklung neuer und der Weiterentwicklung bestehender Klimaschutz- und Energiewendeaktivitäten in Ihrer Region – machen Sie sich auf den Weg!

Das Projekt-Team Klima-Citoyen

[1] Ethikkommission Sichere Energieversorgung (2011). *Deutschlands Energiewende – Ein Gemeinschaftswerk für die Zukunft.* URL: https://www.bundesregierung.de/ContentArchiv/DE/Archiv17/_Anlagen/2011/07/2011-07-28-abschlussbericht-ethikkommission.pdf;jsessionid=3A51CE8B321C3D7A280A04CEED6F7D15.s3t2?__blob=publicationFile&v=4

Grußwort aus der Planungsregion Altmark

Als Energetische Modellregion des Landes Sachsen-Anhalt und ehemalige Bioenergie-Region ist die Altmark an zahlreichen Projekten rund um die Energiewende beteiligt. Die Region ist auf einem guten Weg, bereits heute wird in der Altmark weit mehr Strom regenerativ erzeugt als hier verbraucht wird. Jedoch werden die Handlungsmöglichkeiten des Energie-Bürgers vor dem Hintergrund sich häufig ändernder Rahmenbedingungen erschwert.

Die Regionale Planungsgemeinschaft Altmark beteiligte sich mit Unterstützung der Regionalen Energieagentur Altmark als eine von vier Praxisregionen an dem Projekt Klima-Citoyen.

Unter der Überschrift „Bürger gestalten die Energiewende in der Altmark" fanden zahlreiche von den Bürgern entwickelte Workshops, Netzwerktreffen und Veranstaltungen statt. Ziel der Projektaktivitäten hier in der Region war es, ein Netzwerk engagierter Bürger aufzubauen, die Bürger stärker zur Beteiligung an formalen Planungsverfahren zu befähigen und sogenannte „Bürger-Energiewendedörfer" zu initiieren. Durch die Arbeit des Bürgernetzwerkes wurde die Bekanntheit der bestehenden Bioenergiedörfer der Altmark gesteigert.

Auch die Reflektion des Energieverbrauchs ist für die Altmark zentral: Durch den sparsamen, energieeffizienten und innovativen Einsatz von Energie werden gerade im ländlichen Raum Wertschöpfung und damit Arbeitsplätze gefördert. Dem Bürger kommt hier die besondere Bedeutung als Konsument und Produzent zu: Nur durch die aktive Einbeziehung der Bürger und deren Unterstützung kann die Energiewende in Deutschland erfolgreich sein. Dazu hat das Projekt Klima-Citoyen einen großen Schritt beigetragen.

Carsten Wulfänger
Landrat
Landkreis Stendal

Michael Ziche
Landrat
Altmarkkreis Salzwedel

Grußwort von Dr. Klaus Effing, Landrat des Kreises Steinfurt

Über die Teilnahme am Projekt Klima-Citoyen war es für den Kreis Steinfurt möglich, wichtige Erkenntnisse für die zukünftigen Klimaschutzaktivitäten zu erhalten und zu erfahren, an welchen Stellschrauben noch gedreht werden muss, um unsere Bürgerinnen und Bürger bei der Energiewende mitzunehmen.

Die intensive wissenschaftliche Begleitung eröffnete neue, spannende Einblicke in die Akteurslandschaft im Bereich Klimaschutz. Eine Bürgerbefragung zur Energiewende lieferte sehr positive Ergebnisse, die uns in unserem Engagement bestätigten, den eingeschlagenen Weg zum Ziel „energieautark2050" stetig weiter zu verfolgen.

Sehr erfreulich war es für den Kreis Steinfurt, im Praxistest eine konkrete Maßnahme realisieren zu können, nämlich die Zusammenarbeit mit Sportvereinen. Das Vereinsleben besitzt in unserer Region sehr hohe Bedeutung für das gesellschaftliche Leben und bietet großes Potenzial für das Thema Klimaschutz.
Beeindruckend war, dass wir im Rahmen des Projektes bereits erste Vereine als „energieland2050-Verein" auszeichnen konnten – für vorbildliche Leistungen im Bereich Klimaschutz und Energiesparen. Ich würde mich sehr darüber freuen, wenn der Kreis Steinfurt mit diesem Projekt Vorbild für weitere Kommunen sein kann.

Zum Schluss gilt mein Dank den beteiligten Forschungspartnern, Multiplikatoren und den mitwirkenden Vereinen für die ertragreiche Zusammenarbeit sowie dem Bundesministerium für Bildung und Forschung für die Förderung dieses Projektes.

Dr. Klaus Effing
Landrat
Kreis Steinfurt

Grußwort von Prof. Dr. Eckart Würzner, Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg

Die Stadt Heidelberg engagiert sich bereits seit mehr als 20 Jahren für den lokalen Klimaschutz. Auftakt war das Klimaschutzkonzept aus dem Jahr 1992. Seither wurde der Gedanke des Klimaschutzes über die Nachhaltigkeit langfristig in der Heidelberger Stadtentwicklungspolitik verankert. Der Klimaschutz wurde z. B. durch das Energiekonzept und das kommunale Energiemanagement bei der Stadt Heidelberg konsequent umgesetzt.

Die Notwendigkeit einer grundlegenden Energiewende hat die Klimaschutzpolitik der Bundesregierung neu ausgerichtet und durch die Teilnahme am Förderprogramm „Masterplan 100 % Klimaschutz" hat Heidelberg die Möglichkeit, Klimaschutzszenarien zu entwickeln, die bis zum Jahre 2050 zur Klimaneutralität führen sollen.

Besonders bemerkenswert in diesem Prozess ist, dass die Konzepte stets unter Mitwirkung der Öffentlichkeit entwickelt wurden. Die Stadt Heidelberg legt sehr großen Wert auf ein hohes Maß an Bürgerbeteiligung und Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen.

Daher war es für die Entwicklung des „Masterplans 100 % Klimaschutz" auch von großem Vorteil, dass über das Projekt „Klima-Citoyen" neue Rollen, Möglichkeiten und Verantwortlichkeiten der Heidelberger Bürgerschaft in der Energiewende beleuchtet werden konnten.

Wir danken den beteiligten Forschungspartnern für die in Heidelberg durchgeführten Projektarbeiten wie die Workshops, die Bürgerumfrage sowie die uns zur Verfügung gestellten Forschungsergebnisse. Sie werden bei der künftig fortzuschreibenden Klimaschutzpolitik der Stadt Heidelberg Berücksichtigung finden.

Wir hoffen, dass die Nutzerinnen und Nutzer dieses Wegweisers hilfreiche Hinweise finden werden.

Prof. Dr. Eckart Würzner
Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg

Grußwort von Peter Lehnert, Bürgermeister der Gemeinde Nalbach

Das Saarland war über Jahrhunderte eines der bedeutendsten Steinkohlereviere in Deutschland. Seit Mitte der 90iger Jahre bis zum Jahr 2008 kam es im Saarland zu über 1.000 bergbaubedingten Erdbeben. Die Gemeinde Nalbach beschloss aus dieser Betroffenheit und Erfahrung heraus im Jahr 2008 eine Studie für einen Weg hin zur Null-Emission-Gemeinde zu erstellen. 2011 machte Nalbach sich dann durch Gemeinderatsbeschluss auf den Weg zu einer der ersten Null-Emission-Gemeinden in Deutschland. Ganz aktuell wird eines der ersten umfassenden nachhaltigen Gewerbegebiete in Deutschland geplant. Das Projekt Klima-Citoyen hat diesen Entwicklungs- und Veränderungsprozess positiv begleitet und wesentlich zur Zielerreichung des Null-Emission-Zieles beigetragen. Der markanteste Meilenstein aus diesem Projekt heraus ist die Bürgerbeteiligung außerhalb jeder politischen Einflussnahme, aus der heraus sich das „Forum Nalbach" als reines Bürgerforum gegründet hat. Über 40 Veranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit wurden in der Projektlaufzeit erfolgreich in der Gemeinde Nalbach durchgeführt. Ohne die Unterstützung des Teams von der Universität des Saarlandes wäre ein solcher Erfolg nicht möglich gewesen.

Es zeigt auch, dass es keinesfalls genügt, einfach Ziele zu definieren und gesetzlich festzulegen. Transformationsprozesse und die Implementierung wichtigen Grundwissens zur Meinungsbildung benötigen Zeit und neutrale, fachliche Hilfestellung sowie professionelles Mentoring, will man einen tiefgehenden, festverankerten Wandel in der Bevölkerung erreichen. Wir in Nalbach freuen uns auf weiterführende Projekte, um den positiv begonnen Prozess erfolgreich weiterzuführen.

Peter Lehnert
Bürgermeister der Gemeinde Nalbach

3. Warum Bürgerbeteiligung?

Gemeinschaftswerk Energiewende

Dialogprozesse mit Bürger_innen können langwierig und herausfordernd sein. Es gilt, deren Fragen, Anliegen und auch Bedenken zu berücksichtigen – wohl wissend, dass man nicht allen Meinungen gerecht werden kann.

Welche Gründe sprechen also dafür, Privatpersonen und bürgerschaftliche Initiativen stärker in die Energiewende einzubeziehen? Im Folgenden stellen wir Ihnen vor, welche **Vorteile** Ihre Kommune von der Bürgerbeteiligung hat – etwa die Steigerung der regionalen Wertschöpfung, der Akzeptanz und der Identifikation mit der Region. Wir laden Sie ein, Ihre Erfahrungen als Klimaschutzbeauftragte/r und die Argumente für und gegen stärkere Bürgerbeteiligung auf den Prüfstand zu stellen – Ihre persönlichen und die Ihrer Kommunalverwaltung.

Private Haushalte als wichtige Player in der Energiewende

Nehmen Sie Ihre Bürger_innen als Konsument_innen, Investor_innen, politische Akteure und auch als Wissensträger_innen ernst. **Private Haushalte** verbrauchen in Deutschland ca. ein Drittel der gesamten (End-)Energie.[1] Über ein Drittel davon steht mit dem Wohnen im Zusammenhang. Neben dem Energieverbrauch gestalten Bürger_innen seit langem die Produktionsseite mit: Als **Investor_innen/Produzent_innen** installieren sie eigene Photovoltaik(PV)- und Solarthermie-Anlagen. Sie gewinnen Strom und Wärme auf dem eigenen Dach und investieren in Erneuerbare-Energie(EE)-Gemeinschaftsanlagen. Dass da noch mehr geht, verdeutlicht ein Beispiel aus dem Kreis Steinfurt. Dort gibt es rund 160.000 geeignete Dachflächen für die Nutzung von Solarenergie, von denen derzeit lediglich rund 10 Prozent tatsächlich für PV-Anlagen genutzt werden.[2]

Im **Politischen** engagieren sich einige Bürger_innen für, andere gegen Rahmensetzungen und Entscheidungen zum EE-Ausbau – überwiegend in der parteilichen Gremienarbeit. In lokalen Bürgerinitiativen machen sie sich stark gegen Standorte von Windkraft- oder Biogasanlagen, und überregional in Bürgernetzwerken für oder gegen Stromübertragungsnetze oder die Braunkohleverstromung und -förderung. Das politische Engagement der Bürger_innen reicht von Netzwerk- und Gremienarbeit über Politikberatung und Debatten mit Wissenschaft, Wirtschaft und Politik bis hin zu Bürgerinformation, Unterschriftensammlungen und Demonstrationen.

Die Auflistung zeigt: Bürger_innen sind bereits auf vielfältigste Weise aktive und verantwortungsvolle Mitgestalter_innen der Energiewende! Vielfach auch trotz widriger lokalpolitischer Umstände oder unattraktiver Investitionsbedingungen in erneuerbare Energien. Kommunen können und sollten diese Tatsache nutzen und die Bürgerpotenziale noch gezielter fördern. Denn das **Engagement vor Ort** – in den Städten und Gemeinden – ist für den Erfolg der Energiewende insgesamt von Bedeutung. Hier wird ganz konkret und praktisch entschieden, ob eine hauseigene PV-Anlage den Strom produziert, neue Wohngebiete an eine Fernwärmeleitung angeschlossen werden oder ob ein Windpark vor der eigenen Haustür akzeptiert wird.

Die **Akzeptanz** Ihrer kommunalen Energiewende-Aktivitäten steht und fällt mit Umfang und Qualität der Bürgerbeteiligungsprozesse. In der Regel erhalten der Ausbau der Erneuerbaren vor Ort – wie PV- oder Windkraftanlagen – und andere Klimaschutz-Maßnahmen Zuspruch und Zustimmung, wenn die Anrainer frühzeitig an den konkreten Planungsprozessen beteiligt waren. Diskutieren Sie die kommunalen Klimaschutz-Ziele und -Maßnahmen gemeinsam. Sie sollten von vielen mitgetragen werden. Das bedeutet: Binden Sie Ihre Bürger_innen ein: als Ideengeber_innen, lokale Partner und auch als Multiplikator_innen, die gemeinsame Ziele kommunizieren, vorleben und somit als Vorbild in ihrem Umfeld wirken. Denken Sie an PV-Anlagen auf Privatdächern oder den Bürgerwindpark am Ortsausgang: Wenn die Nachbar_innen damit gute Erfahrung gemacht haben, befürworten es auch andere Anwohner_innen.

[1] Graichen, V., Gores, S., Penninger, G., Zimmer, W., Cook, V., Schlomann, B., Fleiter, T., Strigel, A., Eichhammer, W., & Ziesing, H. J. (2011). Energieeffizienz in Zahlen. Endbericht. Umweltbundesamt: *Climate Change*, 13/2011. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/461/publikationen/4136.pdf

[2] Kreis Steinfurt (2016). *Solarkataster - energieland 2050.* URL: http://www.energieland2050.de/solarkataster/

Beteiligung: Nutzen für die Bürger_innen und für die Kommune

Beteiligen sich die Bürger_innen Ihrer Kommune an der Planung oder Finanzierung eines Bürgerwindparks, hat das auf mehreren Ebenen einen **direkten Nutzen für Ihre Kommune**. Vor Ort zu investieren bedeutet in der Regel auch, vor Ort zu bleiben – es stärkt die Ortsverbundenheit. Gewerbesteuereinnahmen und die Erträge aus den Installations- und Wartungsarbeiten an den Windkraftanlagen und der Stromvermarktung bleiben in der Region, wenn Sie lokale Ingenieurs- und Handwerksbetriebe damit beauftragen. Sie fördern die regionale Wertschöpfung[3] und sichern so Arbeitsplätze. Es lohnt sich deshalb, lokale Banken in die Planung einzubinden und machbare Konzepte zu entwickeln.

Ergreifen Sie die Chance und nutzen Sie die Verantwortungsbereitschaft, das Engagement und das Wissen der Bürger_innen und Akteure für Ihre Klimaschutzaktivitäten. Aktivieren Sie sie als **Wissensträger_innen** (vgl. Kap. 5.2 Neue Settings), denn sie verfügen über Erfahrungs- und Handlungswissen aus beruflichen Kontexten und teilweise aus jahrzehntelanger Gremienarbeit. Beteiligungsformen, die auf die Selbstorganisation und Eigenverantwortung der Teilnehmenden setzen, lösen oft eine Aufbruchsstimmung aus, die neuen Energieprojekten zum Erfolg verhelfen kann.

Machen Sie sich bewusst, dass die Bürgerbeteiligung Ihnen hilft, Ihre Ziele zu erreichen: Für viele Kommunen stellt beispielsweise die Rekommunalisierung ehemals öffentlicher Betriebe wie der Stadtwerke, des Wasser-/Abwasserverbands oder des Strom-Verteilernetzes eine interessante Option dar, wieder mehr Unabhängigkeit und Kontrolle über wichtige Versorgerfunktionen zu erhalten. Ein öffentlich sichtbares und starkes Bürger-Votum für die Rekommunalisierung kann Sie bei diesen – oft politisch brisanten – Veränderungsprozessen unterstützen. Es repräsentiert im besten Fall die Meinung eines Großteils der Bürger_innen und somit der Wähler_innen.

Herausforderungen: Nichtbeteiligung oder Beteiligungsferne

Eine Vielzahl an Bürger_innen beteiligt sich bislang nicht oder nur sehr wenig an der Energiewende. Die Gründe dafür sind vielfältig: sprachliche Barrieren, unterschiedlicher sozio-kultureller Hintergrund, mangelndes Problem- oder Klimabewusstsein, wenig Interesse am Gemeinwohl – auch bei einkommensstarken Gruppen –, fehlendes Wissen oder Ressourcen oder keine wahrgenommene Betroffenheit. Die Soziologie spricht von „beteiligungsfernen Personen oder Haushalten". Sie unterschätzen sich und ihre Einflussmöglichkeiten, dies führt zum Selbstausschluss. Wie können Sie als Vertreter_in der Kommunalverwaltung auch bei diesen Personen Interesse an erneuerbaren Energien, Energiespar- und Klimaschutzaktivitäten wecken und sie in die lokale Energiewende einbeziehen?

Die Gruppe der beteiligungsfernen Personen ist heterogen – nicht nur was ihre Motive angeht. Sie nutzen auch unterschiedliche **Medien,** um sich zu informieren und auszutauschen, und sie springen auf unterschiedliche **Inhalte und Ansprachen** an. Manche Personen erreichen Sie über Tages- oder Wochenzeitungen, manche über Soziale Medien wie Twitter oder Facebook, andere schätzen den persönlichen Kontakt. Jüngere Bürger_innen treffen Sie an anderen Orten als ältere. Manchmal werden Übersetzer_innen oder Informationsmaterial in anderen Sprachen notwendig sein. Nutzen Sie viele Wege, um ins Gespräch zu kommen! Motivieren Sie und schaffen Sie unterstützende Strukturen, beispielsweise durch eine zentrale Anlaufstelle (wie die Klimaschutz+ Stiftung Heidelberg[4]) oder niedrigschwellige Beteiligungsformen wie geringe Finanzeinlagen an einer Energiegenossenschaft.

[3] Hilfreich für die Ermittlung der Wertschöpfung für eine Beispielanlage aus erneuerbaren Energien und als erste Orientierung ist der Online-Wertschöpfungsrechner der Agentur für Erneuerbare Energien (AEE), der vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) konzipiert wurde. Der Rechner kann Wertschöpfungseffekte für 28 verschiedene EE-Technologien berechnen. Berücksichtigt wird hierbei die gesamte Wertschöpfungskette einer Anlage: nicht nur Planung, Installation und Anlagenbetrieb, sondern auch Wartung und Betreibergesellschaft. Sie finden den Rechner unter Online-Rechner der AEE: URL: http://www.kommunal-erneuerbar.de/de/kommunale-wertschoepfung/rechner.html

[4] Klimaschutz+ Stiftung e.V. URL: https://www.klimaschutzplus.org/

4. Methoden:

Potenziale erkennen, Gelegenheiten nutzen

So vielfältig wie Ihre Region, so unterschiedlich können die Ansatzpunkte für neue oder weitere Schritte zur Umgestaltung des Energiesystems in Ihrer Kommune oder Region sein: Ein erfolgversprechendes Ausbaupotenzial für einen bestehenden Windpark, ein engagierter neuer Bürgermeister oder ein auslaufender Konzessionsvertrag mit einem Netzbetreiber können solche Ansatzpunkte sein.

Es gibt viele Möglichkeiten, doch womit sollten Sie beginnen? Ein Einblick in das komplexe Gefüge aus Menschen und Gegebenheiten hilft Ihnen, **Strategien und Maßnahmen nach Maß** zu schneidern – diese gelten für Kommunen wie Regionen gleichermaßen. In diesem Kapitel möchten wir Ihnen erste Schritte dazu vorstellen, bevor in Kapitel 5 verschiedene Umsetzungsstrategien aufbereitet werden.

- Kapitel 4.1: Vergegenwärtigen Sie sich zunächst Ihre **Ausgangssituation**: Nehmen Sie die räumlich-politischen Ausgangsbedingungen und die Akteurs- und Energielandschaft Ihrer Kommune unter die Lupe und schaffen Sie so eine gute Basis für den Soll-Ist-Abgleich: Was sind Ihre konkreten Ziele? Was sind Ihre Ressourcen? Was machen Sie bereits daraus? Wo schlummern noch Potenziale? Mithilfe einer solchen Breitbildaufnahme der Ausgangsbedingungen können Sie neue Lösungsstrategien entwickeln und umsetzen.

- Kapitel 4.2: Welche Bürger_innen lassen sich in welchen **Rollen** beteiligen? Machen Sie sich die Bedarfe, Motive und individuellen Handlungsmöglichkeiten der Bürger_innen klar: Welche Rollen gibt es? Welche Handlungsmöglichkeiten haben die Bürger_innen in diesen Rollen? Wie kann die Rollenperspektive eine sensibilisierte und gezielte Ansprache erleichtern?

- Kapitel 4.3: Welche **Potenziale** gibt es innerhalb und zwischen den Rollen? Bürger_innen können sich in verschiedenen Energie-Bereichen und unterschiedlich stark engagieren. Manche brauchen einen Impulsgeber, andere werden zu Laien-Expert_innen. Das Potenzial der Bürger_innen, sich als aktive Klima-Bürger_innen in die Handlungsfelder Energiekonsum, Energieproduktion und Energiepolitik einzubringen, ist groß, manchmal aber nicht offensichtlich. Es erfordert einen Blick auf die Bedürfnisse der Bürger_innen: Eine gezielte Ansprache zu den richtigen Themen und mit dem richtigen Angebot steigert Ihre Erfolgsaussichten, Klima-Bürger_innen zu aktivieren und auch langfristig in die kommunale Energiewende zu involvieren.

Das Projekt Klima-Citoyen: Erhebung von Ausgangsbedingungen und Aktivierungspotenzialen

Im Projekt Klima-Citoyen wurden verschiedene **Methoden** (vgl. Abb. unten) angewandt, um die Aktivierungspotenziale in den vier beteiligten Projekt-Regionen zu identifizieren.

- In einer **Situationsanalyse** (vgl. Kap. 4.1 Akteure, Ziele, Maßnahmen: Die Ausgangsbedingungen) sammelte das Projekt-Team durch Expert_innen-Interviews und Internetrecherchen Daten und Informationen zu den Themen Wirtschaft, Energieerzeugung und -verbrauch, zu bestehenden Beteiligungsformen sowie Klima- bzw. Energiemaßnahmen. In einer **Akteursanalyse** wurden darüber hinaus die für die lokalen Energiethemen relevanten Personen und Institutionen (z. B. Klimaschutzmanager_innen, Mitglieder des Gemeinderats, Energieberater_innen, Wirtschaftsnetzwerke und Landwirt_innen) identifiziert und befragt. Dabei haben die Wissenschaftler_innen deren Haltungen zur Energiewende und ihre Einschätzung anderer Akteure und Netzwerke erhoben sowie ihre Ressourcen (Wissen, Einfluss, finanzielle Mittel) eingeschätzt.

- Zur Analyse individueller Wertorientierungen, Meinungen und Formen des Engagements führte das Projekt-Team **qualitative Interviews** mit Bürger_innen durch, die sich schon aktiv für die Energiewende einsetzen (vgl. Kap. 4.2 Klima-Bürger_innen und ihre Rollen). In vier **Fokusgruppen** wurden in den Projekt-Regionen die Ergebnisse aus den Interviews ergänzt und reflektiert sowie gruppendynamische Prozesse analysiert. Die Zitate, die Sie in diesem Wegweiser finden, stammen aus den Interviews sowie aus den Fokusgruppen. Welche Einstellungen haben die Bürger_innen zur Energiewende? Und welche Absichten verfolgen sie in den einzelnen Handlungsfeldern? Dies untersuchten die Wissenschaftler_innen mittels einer standardisierten Fragebogenerhebung[1] auf Haushaltsebene.

Die Ergebnisse der Analysen flossen dann in die Entwicklung von **Praxis-Maßnahmen** für jede Projekt-Region ein:

- In jeder Kommune veranstaltete das Projekt-Team eine **Workshop-Reihe**, in der es gemeinsam mit Bürger_innen und Mitgliedern der kommunalen Verwaltung Ideen entwickelte und diskutierte sowie Maßnahmen auswählte, die anschließend für die Umsetzung weiterentwickelt oder in Teilbereiche herunter gebrochen wurden.

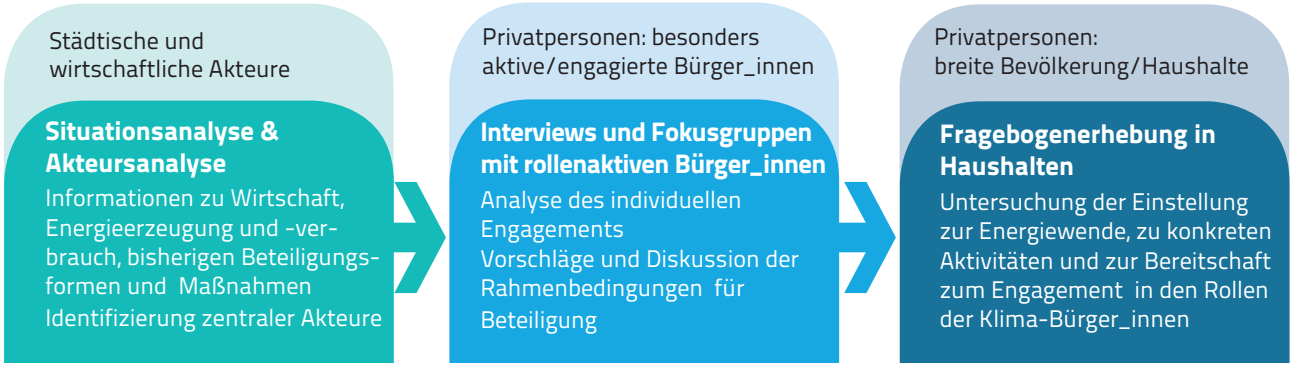
- Kriterien, nach denen ausgewählt wurde, waren neben der Zielgruppe und den Kümmerern auch die Rolle der Klima-Bürger_innen, die Art der Intervention sowie die organisatorische, zeitliche und finanzielle Machbarkeit im Rahmen des Forschungsprojekts. Die Maßnahmen werden in den Strategie-Kapiteln (vgl. Kap. 5 Strategien: Bürger_innen aktivieren, Kooperationspartner gewinnen) als Praxis-Beispiele aufgeführt.

- Neben den Verwaltungen und dem Forschungs-Team brachten auch die Bürger_innen eine Reihe von Ideen ein: Am Ende dieses Prozesses ließen sich drei von sieben Maßnahmen des Praxistests auf diese Anregungen zurückführen.

„Sehr wertvoll war die Befragung der Bürger, die uns deren Einstellungen und deren Engagement in der Energiewende spiegelte. Die Analysen haben uns darin bestärkt, dass wir als Amt auf dem richtigen Kurs sind."
Mitarbeiterin im Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit, Steinfurt

„Jeder Schritt war für den Prozess wichtig, in dem wir uns als Null-Emissions-Gemeinde befinden: die Umfragen und Analysen unserer Gemeinde, die Workshops gemeinsam mit den Bürgern und einfach die fachliche Begleitung."
Mitarbeiter der Gemeinde Nalbach

Methodisches Vorgehen im Projekt Klima-Citoyen



[1] Vgl. Umfrage Projekt Klima-Citoyen: Unveröffentlichter Endbericht. Insgesamt wurden 20.096 Fragebögen per postalischem Zufallsversand in die vier Praxis-Regionen des Projekts Klima-Citoyen versandt. Die Rücklaufquote betrug insgesamt 11,3 Prozent (N=2.262).

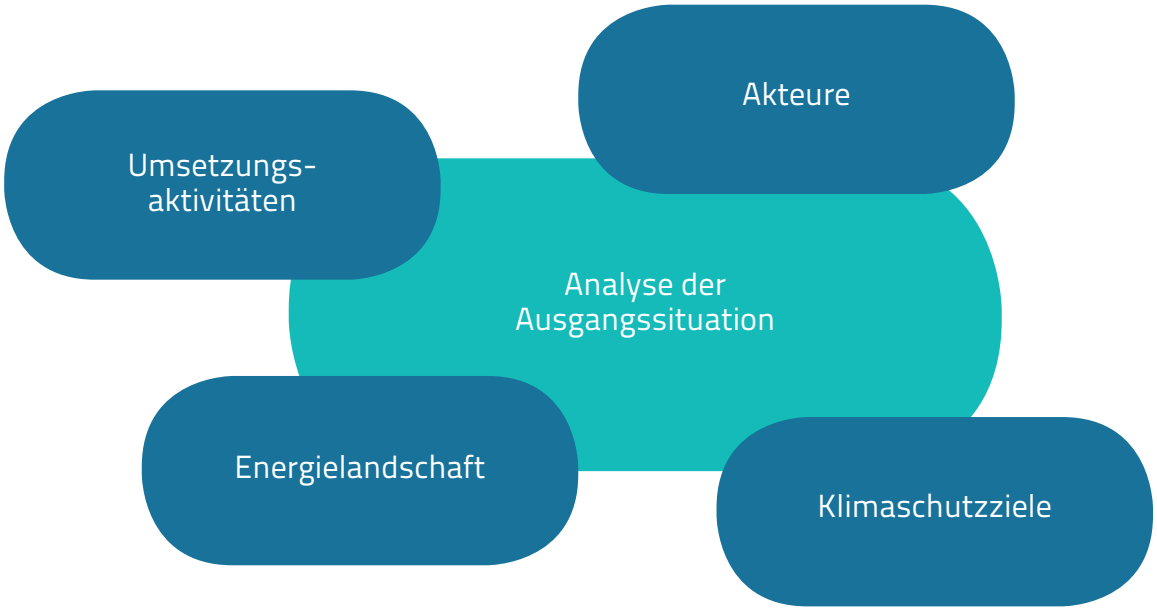
4.1 Akteure, Ziele, Maßnahmen: die Ausgangsbedingungen

Sie wollen Bürger_innen gezielt für die Energiewende in Ihrer Kommune gewinnen? Und sie an der Entwicklung und Umsetzung Ihrer Strategie beteiligen? Dann ist es erst einmal wichtig, dass Sie sich einen **Überblick über die Ausgangsbedingungen** in Ihrer Kommune verschaffen – über die Energielandschaft, über relevante Akteure, die politischen und finanziellen Rahmenbedingungen und über die Ressourcen, die Ihnen in Ihrer Dienststelle zur Verfügung stehen.

In diesem Kapitel möchten wir Ihnen **Methoden** vorstellen, mit denen Sie Ihre Ausgangsbedingungen in vier Schritten analysieren können. Sie erhalten so systematisch Erkenntnisse über Erzeugungskapazitäten und Ausbaupotenziale der erneuerbaren Energien, aber auch darüber, mit welchen Akteuren oder Akteursgruppen Sie zusammenarbeiten und welche Sie in Ihrer Arbeit hemmen können. Auf dieser Grundlage lassen sich erfolgversprechende Ansatzpunkte für Ihre weiteren Aktivitäten leichter erkennen und Fallstricke hoffentlich vermeiden.

Vorab ein Hinweis: Das Thema Klimaschutz berührt viele Ämter und Dienststellen, es liegt damit quer zur Logik der Amtsstrukturen. Deswegen ist eine **Vernetzung innerhalb der Verwaltung** erforderlich: Die Zusammenarbeit verschiedener Ämter ist ein entscheidender Faktor, um der Herausforderung Klimaschutz wirkungsvoll begegnen zu können. Beziehen Sie neben dem Umwelt- und Energieamt auch Bauamt, Sozialamt sowie die Ämter für Stadtentwicklung und -planung, Verkehr und Wirtschaftsförderung – um nur einige zu nennen – in Ihre Aktivitäten ein. Das kann z. B. in Form einer Querschnitts-Arbeitsgruppe erfolgen, deren institutionelle Ausgestaltung und Zuständigkeiten klar geregelt werden sollten. Ihre Zusammenarbeit könnte mit der gemeinsamen Betrachtung der Ausgangslage beginnen. Nutzen Sie die Erfahrungen Ihrer Kolleg_innen als Wissens- und Inspirationsquelle! Und bitte beachten Sie: Vernetzung ist eine strategische Aufgabe. Mehr dazu finden Sie in Kap. 5.3 Vernetzung.

Analyse Ihrer Ausgangsbedingungen



Schritt 1: Wie sieht die Energielandschaft in Ihrer Kommune aus?

Die lokale Energielandschaft besteht aus einer Erzeugungs- und einer Verbrauchsseite. Betrachten Sie in diesem Schritt beide Seiten sowie beide Energieformen – Strom und Wärme. Die Tabelle unten hilft Ihnen, alle Daten strukturiert zu erfassen.

Ihre lokale Energielandschaft

Energielandschaft			
Erzeugung		**Verbrauch**	
Strom	**Wärme**	**Strom**	**Wärme**
Welche Strom- und Wärmeerzeugungsunternehmen sind in Ihrer Region am Markt?		Wie haben sich Bedarf und Verbrauch in den vergangenen 2-5 Jahren entwickelt?	
Über welche Erzeugungskapazität verfügen die Unternehmen in der Region und insgesamt?		Welche zukünftigen Trends zeichnen sich ab?	
Welchen Anteil haben erneuerbare Energieträger gegenwärtig an der Strom- und Wärmeerzeugung in der Region?		Welche Sektoren (Gewerbe, Industrie, private Haushalte, öffentliche Einrichtungen) haben welche (End-)Energiebedarfe bzw. -verbräuche für Wärme und Strom?	
Welche Ausbaupotenziale bestehen für einzelne Energieträger?[1]		Welche Maßnahmen zur Sektorkopplung wurden bereits getätigt?	

Schritt 2: Welche Akteure sollten Sie berücksichtigen?

Die lokale Energiepolitik ist komplex. Eine Vielzahl an Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft agiert hier, arbeitet und diskutiert mit. Sicherlich sind Ihnen viele dieser Akteure vertraut. In diesem Schritt bewerten Sie den **Grad und die Qualität der Vernetzung**. Welche Akteure unterstützen Sie aktuell beim Umbau des Energiesystems? Welche könnten Sie in Zukunft als Kooperationspartner gewinnen? Schätzen Sie auch die Akteure ein, die Ihre diesbezüglichen Bemühungen bislang verzögern oder verhindern.

Mit einer so genannten **Akteursanalyse**[2] können Sie die aktuelle Akteurslandschaft umfassend darstellen. Ganz gleich, ob Sie eine solche Analyse im Team – etwa in einem Workshop – oder auch eigenständig erstellen: Ihr Wissen und Ihre subjektiven Einschätzungen sind die Basis der Analyse! Jetzt brauchen Sie nur noch einige Hilfsmaterialien wie Flipchart- oder Metaplan-Papier und einen Stift.

[1] Fehlen Ihnen zur Beantwortung dieser Frage Daten, empfehlen wir Ihnen, eine energetische Potenzialanalyse in Auftrag zu geben.

[2] Zimmermann, A. (2006). *Instrumente zur AkteursAnalyse: 10 Bausteine für die partizipative Gestaltung von Kooperationssystemen.* Deutsche Gesellschaft für technische Zusammenarbeit.

Anhand der folgenden **Beispielfragen** lässt sich ein Bild der für Sie relevanten Akteurslandschaft erstellen:

- Welche Personen und Organisationen sind in die lokalen Energiewende-Aktivitäten involviert? Welche nicht? Gibt es Akteure, die zukünftig an strategischer Bedeutung gewinnen oder die aus strategischen Gründen eingebunden werden sollten?
- Gibt es Akteure, die beteiligungsferne Personen oder Gruppen vertreten, und sind diese bereits einbezogen?
- Welche Ziele und Interessen verfolgen die Akteure? Welche sind offen artikuliert? Welche sind eher verdeckt, unbekannt oder werden nur vermutet?
- Über welche Ressourcen – materielle, finanzielle oder fachliche – verfügen sie und welchen Einfluss haben sie?
- Wie sind die Akteure untereinander vernetzt? Wo könnten Sie die Akteure als „Türöffner" nutzen, also über sie Zugang zu anderen Akteuren oder Einzelpersonen bekommen?

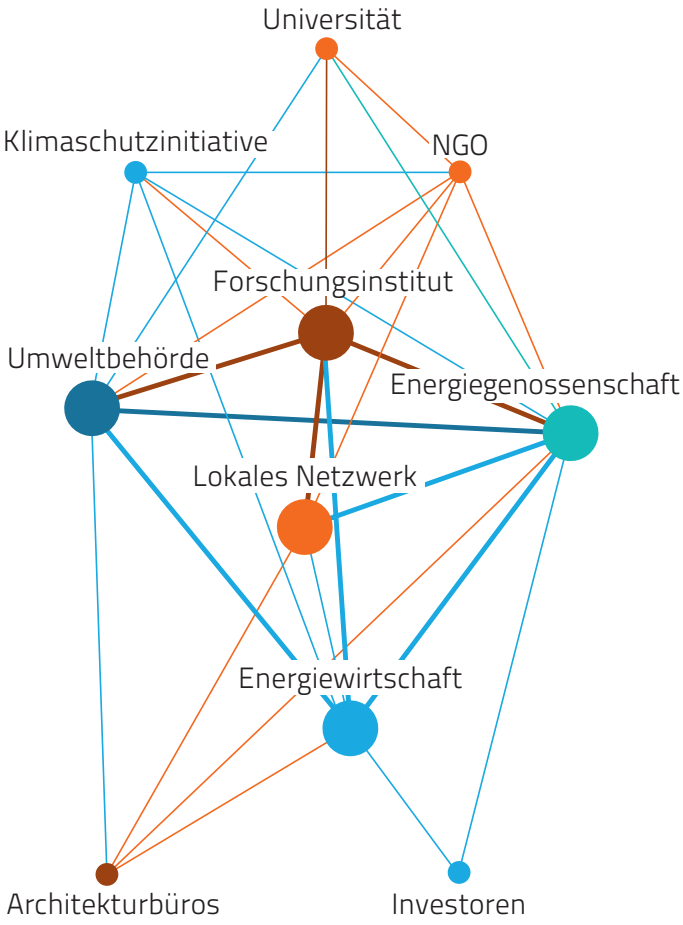
Sie können die Beziehungen der Akteure untereinander durch Softwaretools wie Gephi[3] visuell aufbereiten und verdichten.

Ein Beispiel für eine **einfache Verdichtung** finden Sie in der nebenstehenden Abbildung. Die Abbildung spiegelt den Grad der Vernetzung der Akteure wider. Diese werden dabei über ihre Beziehungen zu anderen Akteuren dargestellt und durch Linien verbunden – und zwar aus Ihrer Sicht. Generell gilt: Je mehr ein- und ausgehende Verbindungen ein Akteur hat, desto größer erscheint der Knoten, der für ihn steht. Sie werden rasch merken, welche Akteure zentral sind: Dies sind die Schlüsselakteure, zu denen Ihre Behörde wahrscheinlich auch zählen wird. Daneben können weniger auffällige Akteure wie Forschungsinstitute oder Lobbygruppen sichtbar werden.

Für eine gute Übersicht platzieren Sie die Akteure mit vielen Verbindungen in der Mitte des Netzwerks. Diese zentralen Akteure rücken so die weniger vernetzten in die Randbereiche. Mit diesem Überblick über das Akteursfeld machen Sie sich und anderen wichtige und weniger bedeutsame Akteure und deren Vernetzungen bewusst. Auch die Lücken sind dabei interessant: Wo gibt es keine Beziehungen?

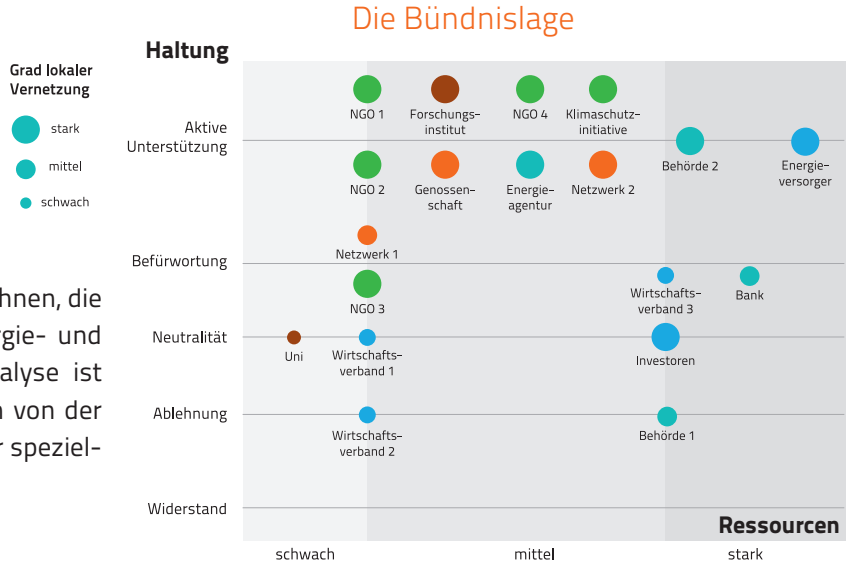
Wenn möglich, nehmen Sie ergänzend auch die **materiellen, finanziellen und fachlichen Ressourcen** der Akteure in den Blick. Ihr Vorteil? Sie erhalten ein umfassenderes Bild davon, mit wem Sie zusammenarbeiten und können eventuell erkennen, warum manche Prozesse und Aktivitäten nicht oder schlecht funktionieren. Idealerweise zeigt sich auch, welche Kooperationen voraussichtlich fruchtbar oder förderlich sind.

Akteursanalyse



Ergänzend können Sie einen Blick auf die **gegenwärtige und zukünftige Bündnislage** werfen. Hier können Sie zunächst unterscheiden, wie Sie die Haltung der Akteure zur Energiewende einschätzen (vertikale Achse) und über welche materiellen, finanziellen und fachlichen Ressourcen die Akteure verfügen (horizontale Achse). Die Akteure selbst positionieren Sie dann in dieser Matrix. Dabei können Sie die Akteure auch nach dem Grad ihrer Vernetzung (Größe der Kreise), die Sie der Akteursanalyse entnehmen, und nach Gruppen (Farben der Kreise) differenzieren.

[3] https://www.github.com/gephi/gephi/releases/download/v0.9.1/gephi-0.9.1-windows.exe



Die Kenntnis der Bündnislage ermöglicht es Ihnen, die Akteure und deren Bedeutung für Ihre Energie- und Klimapolitik einzuschätzen. Eine Akteursanalyse ist kein Hexenwerk! Sie benötigen – abgesehen von der Software – keine technischen Hilfsmittel oder spezielles Know-how.

Schritt 3: Welche Ziele gibt es? Und was haben Sie schon erreicht?

Wahrscheinlich hat das Engagement für den Klimaschutz in Ihrer Region bereits eine gewisse Tradition. Deshalb sollten Sie prüfen, welche **impliziten und expliziten Ziele** sich die Verwaltung bzw. das Stadtparlament in der Klima- und Energiepolitik bereits gesetzt haben und welche davon schon erreicht werden konnten. In welchem Umfang wurden die klimapolitischen Beschlüsse der Bundesregierung umgesetzt? Wo steht Ihre Kommune bei der Erreichung der eigenen kommunalen Ziele, die in der Lokalen Agenda 21, in Aktions-, Klimaschutz- oder Stadtentwicklungsplänen niedergelegt sind? Bis zu welchem Grad konnte Ihre Kommune bislang folgende Ziele erreichen:

- Reduktion der regionalen CO_2-Emissionen um 95 Prozent bis 2050,
- Senkung des Energiebedarfs um 50 Prozent oder
- Deckung des Strombedarfs öffentlicher Einrichtungen zu 35 Prozent aus Ökostrom?

Überprüfen Sie kritisch, ob und welche Angaben Sie dazu finden.

Die **Analyse der Ziele und Erfolge** dient Ihrem Überblick – damit Sie beides für Ihre Kommunikation mit Politik, Zivilgesellschaft und Bürger_innen effektiv nutzen können. In diesem Schritt geht es darum, was in Ihrer Kommune bereits für die Energiewende getan wurde. Hier sind verschiedene Ebenen von Bedeutung: Maßnahmen der Kommune, Aktivitäten anderer Akteure – etwa Umweltorganisationen, Verbände oder Banken –, aber auch Maßnahmen, die Sie im Vollzug von Bundes- oder Landesaktivitäten vor Ort umsetzen. Unterscheiden Sie bei der Zusammenstellung zwischen aktuell laufenden, geplanten und möglichen Maßnahmen, die vielleicht schon diskutiert wurden. Suchen Sie auch gezielt nach Kampagnen, Initiativen oder Themen, an die Sie mit Ihren Maßnahmen andocken können (vgl. Kap. 5.2 Neue Settings).

Schritt 4: Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen?

Legen Sie Ihr Augenmerk besonders auf die **kommunalen klimapolitischen Aktivitäten**. Sicherlich planen Sie schon einige interessante Maßnahmen. Und wie sieht es mit Maßnahmen aus, die gerade abgeschlossen sind oder die Sie vor einigen Jahren durchgeführt haben? Zum Beispiel Aktivitäten im Rahmen der Lokalen Agenda 21, Fairtrade-Messen, Bio-, Energie- oder Umwelttage. Denken Sie auch an Maßnahmen der lokalen Energieversorger, etwa die Einführung eines Ökostrom-Tarifs oder einer Energieberatung für Haushalte, oder von Verbraucher- und Umweltorganisationen, z. B. Thermografie-Aufnahmen von Wohneigentum. Fragen Sie auch bei Kolleg_innen in anderen Ämtern nach und stellen Sie dann alle Aktivitäten möglichst umfassend zusammen.

Anregungen für weitere Klimaschutz-Maßnahmen finden Sie etwa bei dem Deutschen Institut für Urbanistik (difu) oder dem Solar-Institut Jülich.[4]

[4] Deutsches Institut für Urbanistik (2016). *Klimaschutz in Kommunen. Praxisleitfaden.* URL: https://leitfaden.kommunaler-klimaschutz.de/leitfaden.html und: Solar-Institut Jülich der FH Aachen, Wuppertal Institut & Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Hrsg.) (2016). *Handbuch methodischer Grundfragen zur Masterplan-Erstellung. Kommunale Masterpläne für 100 % Klimaschutz.* URL: http://www.klimaschutz.de/sites/default/files/page/downloads/handbuch_methodischer_grundfragen_bf_cps_final_0.pdf

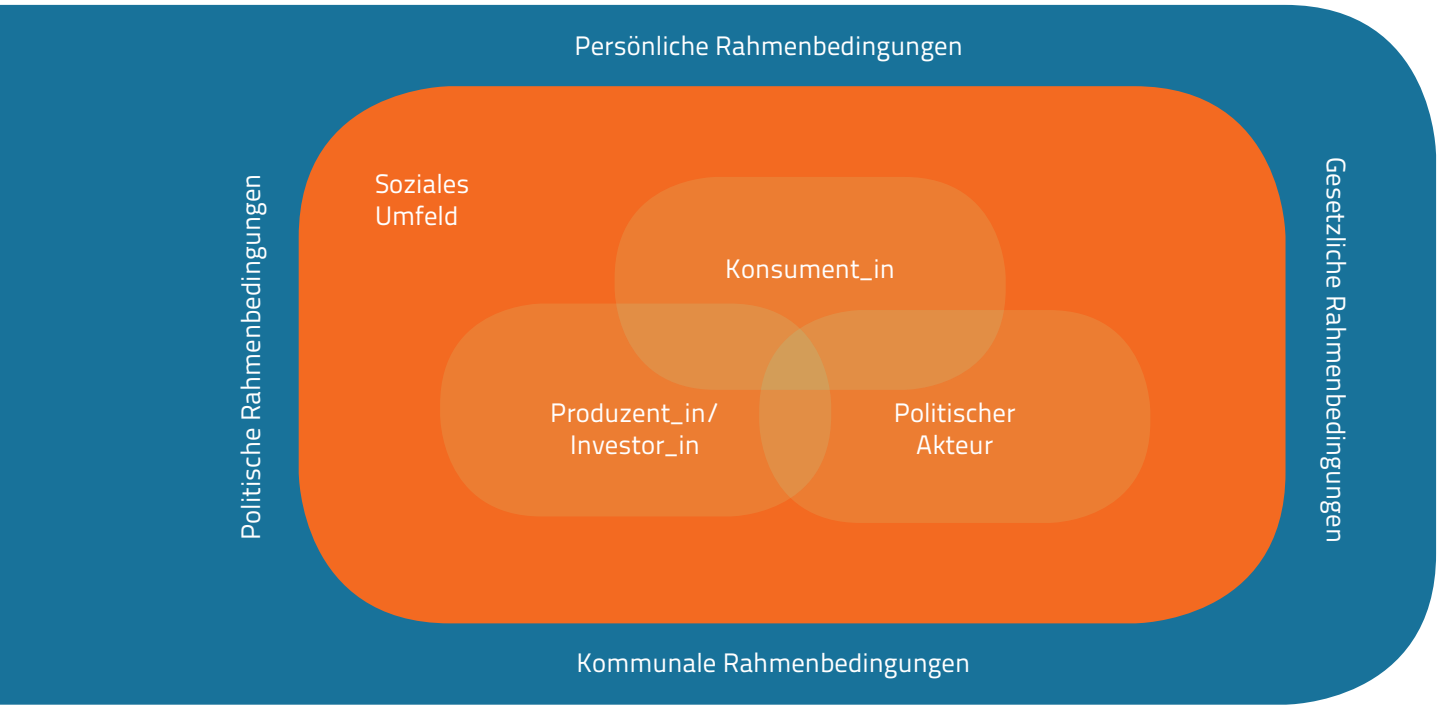
4.2 Klima-Bürger_innen und ihre Rollen

Effektive Maßnahmen aus Sicht der Bürger_innen

Energie sparen – das ist nach Meinung der meisten Bürger_innen laut Befragung der effektivste Beitrag zum Klimaschutz.[1] An zweiter Stelle kommt die Wahl des Energieanbieters. Entscheiden Bürger_innen sich für einen Ökostrom-Tarif oder -Anbieter, tragen sie als **EE-Konsument_innen** zur Energiewende bei.

Investitionen von Privatpersonen machen einen bedeutenden Teil des Ausbaus der Erneuerbaren in Deutschland aus. Durch die Installation einer eigenen EE-Anlage können Bürger_innen wiederum selbst Energie produzieren und nutzen oder gegen eine Vergütung in das Stromnetz einspeisen: Rund 46 Prozent der Investitionen in die installierte Leistung von EE-Anlagen in Deutschland kommen von Privatpersonen.[2] Somit sind Bürger_innen nicht mehr nur Energie-Konsument_innen, sie können auch als Produzent_innen und Investor_innen tätig werden. Und sie können durch **politisches Engagement** die Transformation des Energiesystems mitgestalten, z. B. durch die Beteiligung an einem Planfeststellungsverfahren oder durch die Teilnahme an Runden Tischen und Unterschriftenaktionen. In ihrem sozialen Umfeld – also im Freundeskreis und in der Nachbarschaft – streuen Klima-Bürger_innen neue Ideen: Die Wirkung als **sozialer Akteur** im sozialen Umfeld kann die Aktivierung von Mitmenschen in den drei Rollen der Klima-Bürger_innen – Konsument_in, Produzent_in/Investor_in und politischer Akteur – beeinflussen.

Rollenmodell der Bürger_innen in der Energiewende



Das Rollenmodell aus Sicht der Kommunen

Dieses Rollenmodell können Sie in der Praxis als Strukturhilfe und als strategischen Ansatzpunkt Ihrer Aktivitäten nutzen (vgl. Abb. oben). Es hilft Ihnen, einen differenzierten **Überblick** über den momentanen Stand zu bekommen (Welche Bürger_innen sind in welchen Rollen aktiv?) und **konkrete Ziele** zu definieren (Welche Rollen sollten in welchem Maß gestärkt werden?). Je nachdem, wie die kommunalen Klimaschutz- und EE-Ziele in Ihrer Kommune formuliert sind, kann der Fokus auf eine oder mehrere Rollen gleichzeitig gelegt und die Aktivitäten können systematisch ausgebaut werden.

[1] Vgl. Umfrage Projekt Klima-Citoyen: Projektabschlussbericht.

[2] Degenhart, H. & Nestle, U. (2014). *Marktrealität von Bürgerenergie und mögliche Auswirkungen von regulatorischen Eingriffen.* URL: http://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/Forschungseinrichtungen/professuren/finanzierung-finanzwirtschaft/files/Studie_Marktrealitaet_von_Buergerenergie_Leuphana_FINAL_23042014.pdf

Das Rollenmodell aus Sicht der Bürger_innen

Das Rollenmodell erweist sich als nützlich, um die Energiewende aus Sicht der Bürger_innen zu betrachten: In jeder Klima-Bürger_innen-Rolle haben Personen besondere **Kompetenzen, Bedürfnisse und Handlungsmöglichkeiten** – die Spanne ist weit. Wissen die Bürger_innen, dass sie sich auch finanziell oder politisch beteiligen können? Sind sie über eine geplante EE-Anlage informiert? Ist der Zugang zur finanziellen und politischen Beteiligung gesichert? Haben die Bürger_innen Interesse an und die Mittel für eine finanzielle Beteiligung? Holen Sie die Bürger_innen in ihrer Situation ab und unterstützen Sie sie dabei, aktive Klima-Bürger_innen zu werden.

Der Fuß in der Tür

Bürger_innen können sich **in mehreren Rollen gleichzeitig** engagieren. Aktivität in der einen Rolle kann auch das Engagement in einer weiteren beflügeln. So wird das Engagement als Investor_in in erneuerbare Energieträger stark von der bisherigen Beteiligung an Planungsverfahren im Energiewendekontext beeinflusst. Das heißt, wenn Sie Bürger_innen für Beteiligungsprozesse gewinnen und für das Thema Energiewende begeistern können, werden diese oft auch in anderen Rollen aktiv. Und: Begeisterte Menschen tragen ihre Erfahrungen weiter und sind die beste Werbung für Ihr Energiewende-Vorhaben. Eingebunden in ein Netz aus Familie, Freund_innen und Bekannten befinden sich Bürger_innen im ständigen Ideen- und Erfahrungsaustausch. Sie treten damit als soziale Akteure in Erscheinung.

Sie haben einen Fuß in der Tür – das sollten Sie nutzen. Allerdings hängt es von den Motiven und den persönlichen und politischen Rahmenbedingungen ab, ob der Funke von einer Rolle auf die nächste überspringt.

Klima-Bürger_innen als Konsument_innen

Wie zuvor erwähnt, halten die meisten Bürger_innen Energiesparen für den effektivsten Beitrag zur Energiewende und stehen dieser Maßnahme positiv gegenüber. Finanzielle Einsparungen, ökologische Erwägungen und sparsamkeitsbezogene Wertorientierungen sind hier die **wichtigsten Motive**.[3] Die relativ hohen Investitionen bei neuen technischen Geräten und Sanierungen werden häufig als Barrieren gesehen, wobei sich die Kosten durch den geringeren Energieverbrauch nach einigen Jahren wieder aufheben. Hier kann die Kommune durch Investitionszuschüsse unterstützen oder auf Programme des Bundes hinweisen.

Es gibt viele Möglichkeiten, Strom und Wärme zu sparen. Das Öko-Institut[4] formulierte die Top Ten der privaten Einsparmöglichkeiten (bezogen auf Zwei-Personen-Haushalte): Die **größten Einsparpotenziale** liegen in der Wärmedämmung von Häusern und Wohnungen, im Ersatz alter Heizungsanlagen sowie im Wechsel zu einem Ökostrom-Anbieter. Darüber hinaus können auch Energieeinsparungen durch energieeffiziente (Haushalts-)Geräte erzielt werden. Diese Optionen setzen eine bewusste Investitions- und Konsumentscheidung voraus und befinden sich an der Schnittstelle mit der Rolle als Investor_in. Welche **Rahmenbedingungen** erleichtern das Energiesparen und den Kauf energiesparender Haushaltsgeräte? Mehr eigene finanzielle Mittel – dies gaben die Bürger_innen am häufigsten an. Eine finanzielle Förderung – etwa durch günstige Kredite – und eindeutige gesetzliche Regelungen würden rund der Hälfte bzw. zwei Dritteln der befragten Teilnehmer_innen das Energiesparen, den Kauf energiesparender Haushaltsgeräte oder eine energetische Sanierung erleichtern. Zudem wünscht sich etwa ein Viertel der Bürger_innen Beratungsangebote, um ihr Know-how zu erweitern.[5]

[3] Vgl. Umfrage Projekt Klima-Citoyen: Projektabschlussbericht.

[4] Grießhammer, R., Brommer, E., Gattermann, M., Grether, S., Krüger, M., Teufel, J. & Zimmer, W. (2010). *CO_2-Einsparpotenziale für Verbraucher.* URL: http://www.oeko.de/oekodoc/1029/2010-081-de.pdf

[5] Vgl. Umfrage Projekt Klima-Citoyen: Projektabschlussbericht.

Handlungsmöglichkeiten als Konsument_in

- Verhaltensänderung: bewusste Steuerung bzw. Reduktion des alltäglichen Energieverbrauchs von Strom und Wärme
- Konsumentscheidung: Erwerb und Nutzung energieeffizienter elektrischer Haushaltsgeräte und Geräte der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) und Heizungsanlagen
- Konsumentscheidung: Anbieterwechsel zu einem Ökostrom-Anbieter

Klima-Bürger_innen als Produzent_innen und Investor_innen

„Das beste Beispiel ist mein Mann, der mir vorgestern sagte: Wenn die Solaranlage – die er ja erst gar nicht haben wollte, weil er das alles unnütz fand – bei uns kaputt ist, dann bauen wir da eine andere Anlage hin, die viel effizienter ist, das ist besser. Dann hat es doch gewirkt, oder?"
Bürgerin der Region Altmark

Durch eigene Photovoltaik oder Solarthermie können Bürger_innen zu **Energieerzeuger_innen** werden. Dabei besteht häufig eine enge Verbindungen zur Rolle des/der Konsument_in: Die so genannten „Prosument_innen" konsumieren ihre selbst produzierte Energie auch selbst. Über Steuerungssysteme wie Smart-Home-Systems und IKT kann der Energieverbrauch kontrolliert und gesteuert werden. Im Bereich Wärme sind Dämmung, effiziente Heizungsanlagen, Blockheizkraftwerke (BHKW) und Kraft-Wärme-Kopplungs-Anlagen (KWK) gängige Optionen für eine persönliche Energiewende.

In den mittlerweile rund tausend Energiegenossenschaften können Bürger_innen auch mit relativ kleinen finanziellen Einlagen zu **Miteigentümer_innen** werden.[6] Die Beteiligung an solchen Gemeinschaftsanlagen ist besonders für diejenigen sinnvoll, die keine eigene oder geeignete Immobilie haben oder deren Mittel für eine eigene Investition zu knapp sind. Weitere Investitionsmöglichkeiten bieten so genannte „grüne Geldanlagen", bei denen die soziale und ökologische Verwendung des Kapitals im Vordergrund steht.

Die wichtigsten **Motive**, als Bürger_in selbst erneuerbare Energie zu produzieren oder in sie zu investieren sind der Klimaschutz, der Wunsch, Geld zu sparen und die Unabhängigkeit von großen Energiekonzernen. Auch motiviert es viele Menschen, zum Vorbild für andere zu werden. Zu den förderlichen **Rahmenbedingungen** zählen eine gute Beratung, finanzielle Förderungsangebote und Planungssicherheit sowie ein inspirierendes und unterstützendes soziales Umfeld.

Handlungsmöglichkeiten als Investor_in

- Investitionen in Wärmedämmung, eigene EE-Erzeugung durch PV oder Solarthermie, IKT und Smart-Home-Systems, BHKW, effiziente Heizungsanlagen oder KWK-Anlagen
- Finanzielle Beteiligungen an (Bürger-)Energiegenossenschaften oder ökologischen Fonds-Modellen

Weiterführende Literatur

trend:research, KNi (2011). *Marktakteure Erneuerbare-Energie-Anlagen in der Stromerzeugung.* Im Rahmen des Forschungsprojektes: Genossenschaftliche Unterstützungsstrukturen für eine sozialräumliche Energiewirtschaft.

[6] Müller, J. R. & Holstenkamp, L. (2015). Zum Stand von Energiegenossenschaften in Deutschland: Aktualisierter Überblick über Zahlen und Entwicklungen zum 31.12. 2014. *Arbeitspapierreihe Wirtschaft und Recht*, Nr. 20. Lüneburg: Leuphana Universität. URL: http://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/Forschungseinrichtungen/professuren/finanzierung-finanzwirtschaft/files/Arbeitspapiere/wpbl20_energiegenossenschaften2014_final.pdf

Klima-Bürger_innen als sozio-politische Akteure

Als sozio-politische Akteure können sich Bürger_innen auf verschiedene Weise an der Energiewende beteiligen. Dabei kann zunächst zwischen der formellen und informellen Beteiligung unterschieden werden.

Die **formelle Beteiligung** ist gesetzlich vorgeschrieben und geregelt. Der Begriff der Öffentlichkeitsbeteiligung umfasst die Teilnahme und Mitgestaltung im Rahmen von Planungs- und Entscheidungsprozessen am Ausbau von erneuerbaren Energien und an damit verbundenen Infrastrukturmaßnahmen wie dem Netzausbau. Unter die formelle Beteiligung fallen z. B. Raumordnungsverfahren (ROV), Flächennutzungspläne (FNP) oder Genehmigungs- und Planfeststellungsverfahren (PFV). Voraussetzung ist, dass die Bürger_innen wissen, wie das Verfahren abläuft und wie sie sich formell richtig beteiligen können, z. B. wann und in welcher Form Einwendungen zu schreiben sind. Das Spektrum an **informellem politischen Handeln** ist breit: So gibt es Methoden, die von kommunaler Seite angeboten werden können. Sie sind nicht gesetzlich geregelt und können je nach Anlass unterschiedlich gestaltet werden. Informelle Beteiligungsmethoden ergänzen formelle Verfahren inhaltlich und im Prozess und sind wichtig für die Akzeptanz der beteiligten Akteursgruppen.[7]

Die Rolle des politischen Akteurs ist vergleichsweise stark mit öffentlichkeitswirksamen, diskursiven und kommunikativen Aktivitäten verbunden und hat somit eine starke soziale Komponente.

Die wichtigsten **Motive** für politisches Engagement sind soziale und gemeinschaftliche Interessen, aber auch ökologische Beweggründe. Als **Barrieren** sehen die Bürger_innen die Tatsache, dass es ein unbezahltes Ehrenamt ist, aber auch mangelnde zeitliche und finanzielle Ressourcen, keine oder nur indirekte Erfolge sowie politische und bürokratische Hürden, fehlende Kapazitäten und Kompetenzen in den Behörden sowie fehlendes Verständnis für die Relevanz von Beteiligung und für deren Qualität. Bei einer informellen Beteiligung ist zudem oft unklar, inwieweit die Integration der Ergebnisse in das formelle Verfahren rechtssicher ist. **Förderlich** für politisches Engagement sind ein engagiertes soziales Umfeld, eine kommunale Beteiligungskultur sowie ausreichende Informationen von Seiten der Kommune.

> „Die wichtigsten Gründe, Energie zu sparen? Erstens die Umwelt, zweitens der Preis. Wenn man den Pfennig nicht ehrt, dann kommt man auch nicht zu der Mark. So ist das."
> *Interview-Teilnehmer aus Steinfurt*

Handlungsmöglichkeiten als politischer Akteur

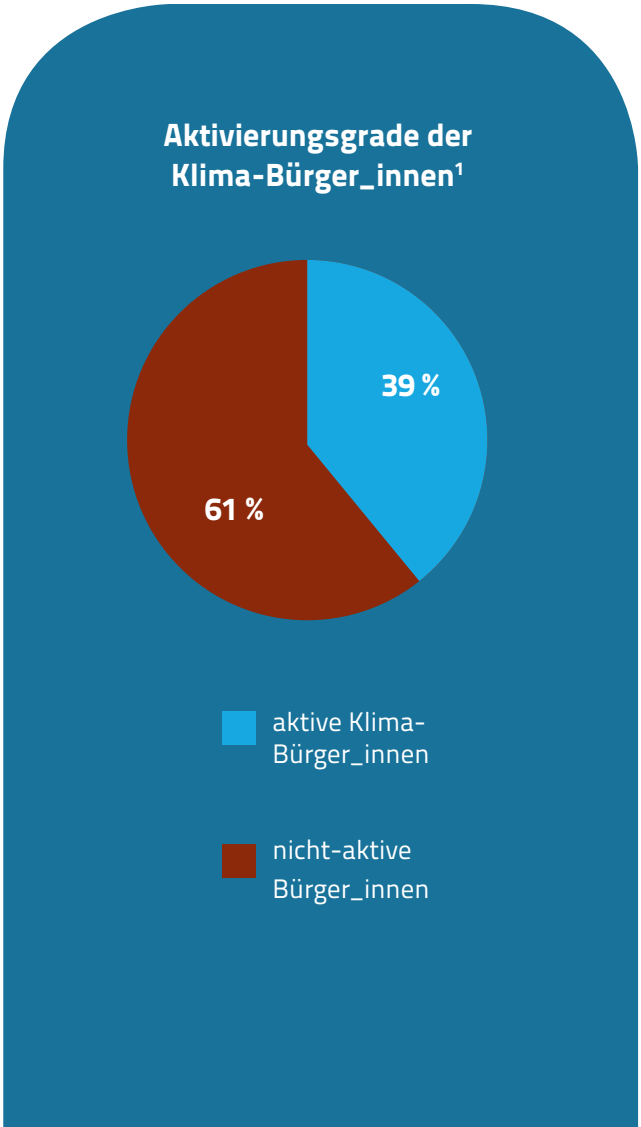
- Formelle Beteiligungsmöglichkeiten
  - an Raumordnungsverfahren, Planfeststellungsverfahren oder Flächennutzungsplänen
  - an Klimaschutzkonzepten
- Informelle Beteiligungsmöglichkeiten
  - an Bürgerdialogen (EE-/Netzausbau)
  - an Quartierkonzepten
  - Gründung oder Teilnahme an einer Bürgerinitiative
  - Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit, analog und digital
  - an Demonstrationen und Unterschriftenaktionen
  - Hörerbeiträge oder Leserbriefe in regionalen und lokalen Medien

[7] Keppler, D., Zoellner, J., Rau, I., Rupp, J. & Nolting, K. (2011): Beteiligung als Strategie und Strukturelement einer Energiewende in Ostdeutschland. In: D. Keppler, B. Nölting & C. Schröder (Hrsg.). *Neue Energie im Osten – Gestaltung des Umbruchs. Perspektiven für eine zukunftsfähige sozial-ökologische Energiewende*, S.187 -206. Frankfurt, Berlin: Peter Lang Verlag. und:
Rau, I., Schweizer-Ries, P. & Hildebrand, J. (2012). Participation strategies – the silver bullet for public acceptance? In S. Kabisch, A. Kunath, P. Schweizer-Ries & A. Steinführer (Eds.). *Vulnerability, Risk and Complexity: Impacts of Global Change on Human Habitats*, S. 177-192. Leipzig: Hogrefe.

4.3 Aktivierungspotenziale

Ob die lokale Energiewende gelingt oder nicht, hängt maßgeblich davon ab, ob Sie die **Potenziale erkennen,** die in Ihrer Kommune liegen. Damit sind nicht nur energetische, wirtschaftliche oder technische Potenziale gemeint. Unter dem Begriff Aktivierungspotenzial wird hier die Entwicklungsfähigkeit von Personen verstanden, aktive Klima-Bürger_innen zu werden. Also das Vermögen, das eigene Handeln und Verhalten möglichst klimafreundlich und im Sinne der Energiewende zu gestalten.

Aktive und nicht-aktive Bürger_innen



Welches Potenzial haben die Akteure?

Wie wichtig es ist, **die kommunale Akteurslandschaft zu verstehen**, wurde bereits in Kapitel 4.1 beschrieben. Alle Akteursgruppen haben unterschiedliche Identitäten, Interessen, Gewohnheiten und Werte. Aber sie alle bringen großes und vielfältiges Wissen mit – lokales Wissen über besondere Gegebenheiten sowie fachliches Know-how. Neben der institutionellen Zuordnung lassen sich Bürger_innen und Akteursgruppen durch die Formulierung spezifischer Zielgruppen nochmals unterteilen: Welche Personen sind vor Ort schon in welchen Handlungsfeldern aktiv, welche sind interessiert und könnten für weitere Aktivitäten gewonnen werden? Welche Akteursgruppen oder Interaktionen zwischen den Bürger_innen bieten Ansatzpunkte, um die verschiedenen Rollen zu aktivieren? Welche Kompetenzen, welches Erfahrungswissen können Sie dort anzapfen und für die lokale Energiewende nutzbar machen?

„Es war der Ärger über den Ölpreis und auch die Motivation, jetzt endlich etwas zu machen, auch im Rahmen der Bergbau-Problematik. Wenn man schon gegen Kohle ist, dann muss man auch für Alternativen sorgen. Und das habe ich dann versucht umzusetzen, soweit es ging. Ich habe umgestellt auf eine Wärmepumpe, mit einer Solaranlage arbeite ich schon lange."
Bürger aus Nalbach

Aktivitätsgrade der Klima-Bürger_innen

Die Rollen der Klima-Bürger_innen können sich sehr unterschiedlich darstellen. Zum einen variieren die (qualitativen) Aktivitätsgrade **innerhalb der einzelnen Rollen:** Je nach Interesse und Möglichkeiten können die Rollen unterschiedlich und verschieden stark ausgefüllt werden. Zum anderen können Bürger_innen **in einer oder mehreren Rollen** aktiv sein (vgl. Abb. links).

Aus unserer Umfrage ergibt sich: Über ein Drittel der Bürger_innen war bzw. ist bereits in mindestens einer der Klima-Bürger_innen-Rollen aktiv – d. h. als Konsument_in, der/die Energie spart und Ökostrom bezieht, als Besitzer_in einer eigenen EE-Anlage (Produzent_in) oder als Investor_in in EE-Anlagen oder Fonds oder als politischer Akteur.

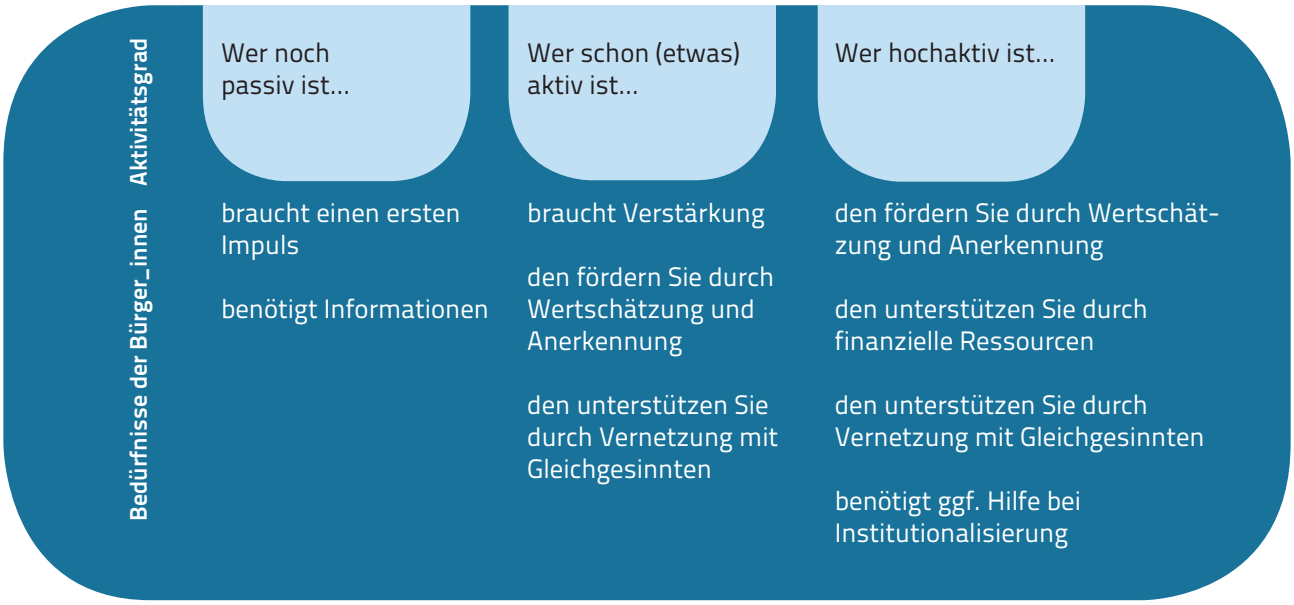
[1] Vgl. Umfrage Projekt Klima-Citoyen: Projektabschlussbericht.

Der Gruppe der aktiven Klima-Bürger_innen steht aber die Mehrheit der **passiven Bürger_innen** gegenüber: Rund 61 Prozent der Befragten füllen keine der drei Rollen aktiv aus. Spiegeln wir diese Größe mit den Befürwortern der Energiewende, wird das **Potenzial** sichtbar, das in der Bürgerschaft liegt: Rund 84 Prozent der von uns Befragten sprechen sich für die Energiewende in Deutschland und auf kommunaler Ebene aus.[2] Diese Lücke zwischen hoher Befürwortung und der verhältnismäßig geringen Zahl bereits aktiver Klima-Bürger_innen soll mithilfe der im Wegweiser vorgestellten Strategien geschlossen werden!

Bedürfnisse der Klima-Bürger_innen

An dieser Stelle ist es nützlich, zu schauen, welche Bedürfnisse die Bürger_innen haben – mit der Frage verbunden: Wie können Sie sie in ihrer Situation unterstützen, damit sie den nächsten Schritt gehen? Benötigen Interessierte mehr oder spezifischere Informationen? Was können Bürger_innen aus den Erfahrungen anderer lernen? Sehen diejenigen, die keine Sanierung planen, keine Notwendigkeit oder die Investition als finanzielle Hürde (vgl. Abb. unten)?

Engagement und Bedürfnisse der Klima-Bürger_innen



„Den größten Nutzen sehe ich bei der Isolierung unseres Hauses, da hat sich unser Energieverbrauch um mindestens 30 Prozent gesenkt. Und wenn ich soundso viel Strom an die Elektrizitätswerke liefere und gleichzeitig sehe, was ich dann an Strom verbrauche – das ist eine Situation, die schön zu sehen ist."
Bürger aus Nalbach

Anstoßen, wertschätzen und verstärken

Bedenken Sie, dass über die **Aktivierung einer Klima-Bürger_innen-Rolle** langfristig auch die übrigen Rollen aktiviert werden können. Die einzelnen Rollen sind nicht als streng getrennt voneinander zu betrachten (vgl. Kap. 4.2 Klima-Bürger_innen und ihre Rollen), sondern gehen fließend ineinander über. Wichtige **Schnittstellen** sind z. B. die energetische Gebäudesanierung, die Investition in energieeffiziente elektrische Geräte oder die finanzielle und – im weitesten Sinne – politische Beteiligung in Energiegenossenschaften. Prinzipiell sind alle rollenbezogenen Verhaltensweisen – in jeder Rolle und Intensität – für die Energiewende wichtig und sollten dementsprechend wertgeschätzt werden. Hier geht es nicht um eine moralische Bewertung, sondern vielmehr um eine positive Verstärkung. Behalten Sie dies bei der Formulierung von Maßnahmen im Hinterkopf.

[2] Vgl. Umfrage Projekt Klima-Citoyen: Projektabschlussbericht.

5. Strategien:

Bürger_innen aktivieren, Kooperationspartner gewinnen

Die Lösungen warten draußen

Was tun, wenn Ihre geplanten Klimaschutz-Aktivitäten bei den Einwohner_innen Ihrer Kommune wenig Zuspruch finden oder ins Stocken geraten? Wenn Sie feststellen, dass Sie im Grunde nur die bereits Aktiven mobilisieren? Kurz: Wenn sich ein Vorhaben (noch) nicht bewährt?

Verlassen Sie sich auf Ihre Stärken – und dennoch die gewohnten Denkpfade. Ideenfindungsstudien zeigen, dass mehr als 83 Prozent der **kreativen Ideen** außerhalb gewohnter Pfade entstehen: in Pausen- und Freizeitsituationen statt im Büro.[1] Die besten Ideen entstehen im Gespräch mit Freund_innen, beim Spazieren, Walken, Joggen oder auch während des Pendelns zur Arbeit. Warum? Sie haben wenig Ablenkung, bewegen sich ohne Zeitdruck und außerhalb von Automatismen und Routinen. Die ideale Voraussetzung zum Querdenken. So bezeichnet man das unbewusste, unterbewusste Verknüpfen von Wissen, Erfahrungen und Herangehensweisen aus unterschiedlichen Themen- und Arbeitsgebieten. Querdenken ermöglicht Ihnen, das Bekannte unter einem neuen Blickwinkel zu betrachten. Es erhöht Ihre Chance auf Einfälle für neue Klimaschutz-Aktivitäten oder für die Verbesserung bereits bestehender.

Ideen statt Kreativitätsstau: systematische Beobachtung

Wirken Sie in Ihrem Arbeitsalltag, Ihrem Fachreferat und der gesamten Behörde darauf hin, dass Strukturen und Zeitfenster geschaffen werden, die systematisch als **Freiräume zum Querdenken** genutzt werden – bevor Ihnen die Ideen ausgehen. Zeitliche Freiräume für fachlichen Austausch und den Blick über den Tellerrand. Woran arbeiten die anderen Referate? In welchen Akteurs-Netzwerken sind sie eingebunden? Verfolgen Sie auch Trends und Entwicklungen im Umfeld aufmerksam (vgl. Abb. nächste Seite). Sichten Sie systematisch:

- Was sind die wichtigen überregionalen **Fachveranstaltungen** im Themenfeld? Welches sind die neuen und welches die Favoriten-Themen? Welche alternativen Konzepte werden diskutiert?
- Wer sind **Vorbilder** und angesagte Referent_innen?
- Wann und wo finden diese Veranstaltungen statt?
- Wo können Vertreter_innen Ihrer Verwaltung (auch als Referent_innen) **teilnehmen**?
- Welche Themen diskutieren zivilgesellschaftliche Bewegungen, Dachverbände, Stiftungen, die Wissenschaft und soziale Medien? Wer sind hier Vorbilder? Welche **Aktivierungsstrategien** werden hier erprobt und erfolgreich genutzt?

[1] Gerlach, R. (2016). *kollegen sind die inspirationsquelle #1. iQudo Ideenfindungsstudie 2015, New York/San Francisco, April/Mai 2015;* URL: http://www.iqudo.com/de/ideenfindungsstudie/ und:
iQudo/ business-wissen.de (12.05.2010). *Ideen entstehen nicht am Arbeitsplatz*; URL: www.business-wissen.de/artikel/ideenfindung-ideen-entstehen-nicht-am-arbeitsplatz/

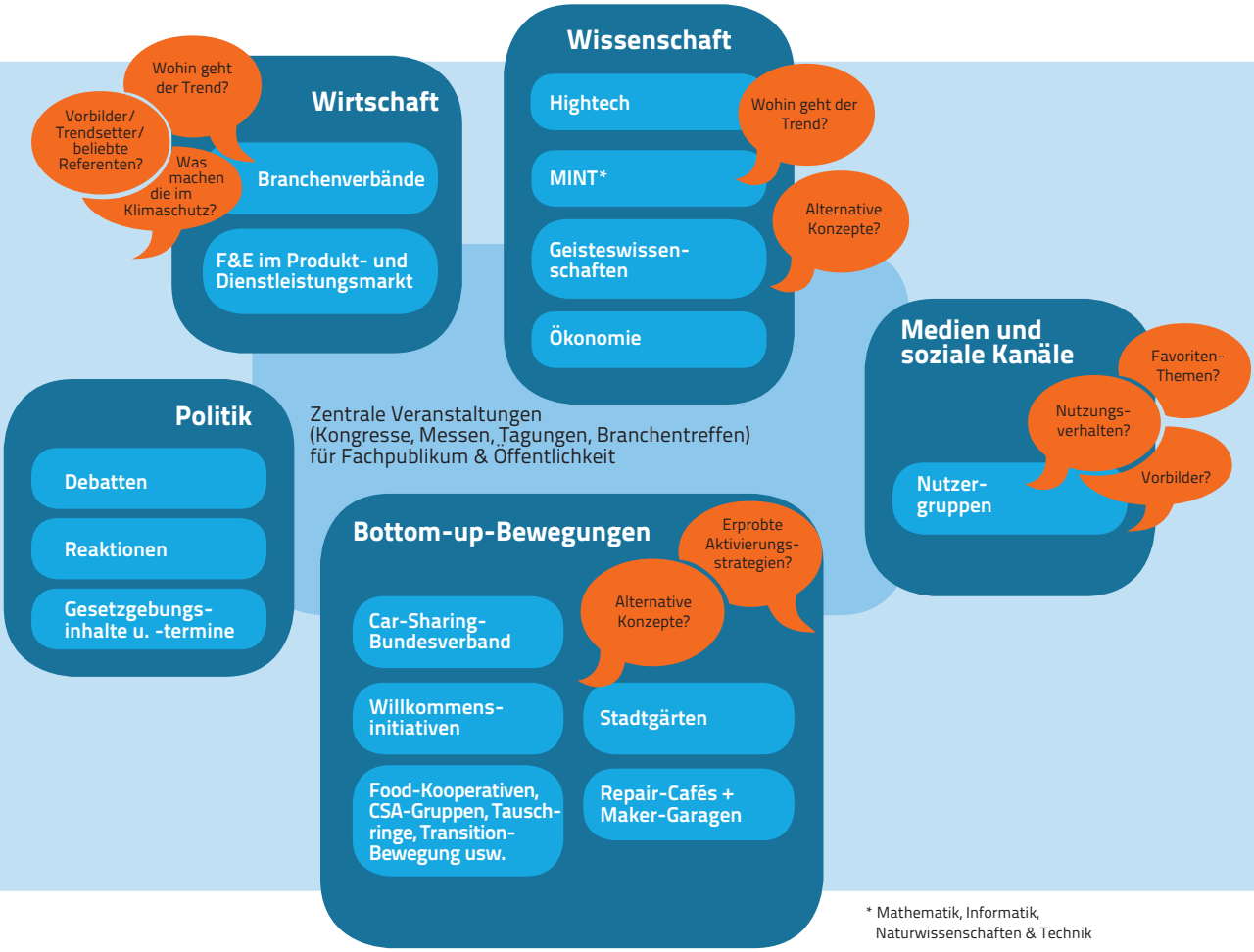
Freiräume zum Querdenken: Mitsurfen und Initiieren

Flankieren Sie das systematische Beobachten mit Mitsurfen und Initiieren. Nutzen Sie die klassischen Veranstaltungsformate zum Mitsurfen. Halten Sie dort Ausschau nach Kooperationspartnern und auch Finanziers, überzeugen und aktivieren Sie sie von und für Ihre Klimaschutz-Vorhaben.

Auf „klassischen Veranstaltungen" **mitsurfen**

- Besuch von Tagungen und Konferenzen
- Auf „Leuchttürme" achten: Welche Vorzeigebeispiele werden vorgestellt/mit Preisen gewürdigt?
- Querverbindungen herstellen: Lässt sich das Gehörte auf die Klimaschutz-Aktivitäten in Ihrer Region übertragen?
- Vernetzen: Initiator_innen von „Leuchturm-Projekten", andere Referent_innen und Moderator_innen haben Szene-Kenntnisse, Kontakte mit anderen Expert_innen und Einblicke in deren Überlegungen, Herangehensweisen und Strategien und tlw. ein gutes Standing (in Dachverbänden von Bildung, Kultur, Sport, Wirtschaft). Diese können Ihnen nützen.

Im Austausch bleiben: Begeistern und überzeugen Sie einige von Ihrer Idee oder laden Sie sie ein, gemeinsam eine Projektidee zu entwickeln.



* Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften & Technik

Eine abwechslungsreiche und kreative Ergänzung zu Konferenzbesuchen sind eigens initiierte **Formate für Austausch und Ideenentwicklung**. Laden Sie Vorbilder und Trendsetter aus anderen Netzwerken und Neuen Settings (vgl. Kap. 5.2) ein. Spinnen Sie gemeinsam an neuen Umsetzungsideen.

Initiieren und Ideen von außen einholen

Trend-scouts, Szene-Kenner_innen und Wissenschaftler_innen der Nachhaltigkeitsforschung können Ihre Verwaltung für neue Ideen im lokalen Klimaschutz und Energiewende stimulieren. Laden Sie sie ein!

- Nutzen Sie unkonventionelle Veranstaltungsorte wie das Foyer der Stadtwerke oder die Schwimmhalle. Das Unbekannte weckt Anfangsinteresse, schafft Raum für Kreativität und gleiche Ausgangsbedingungen für alle.
- Gleichwohl eignen sich auch Bürgersaal, Gemeindebibliothek, Galerie und die Aula der Grundschule.
- Viele Formate sind möglich: Runde Tische, offene Abende (Kamingespräch, Stammtisch), Mitmach-Labore.
- Suchen Sie offen und aufmerksam nach Anknüpfungspunkten und fruchtbaren Querverbindungen zwischen dem Input und Ihren Klimaschutzzielen.
- Holen Sie die Expert_innen an den Tisch: Entwickeln Sie Ideenansätze in Kleingruppen. Je konkreter Sie bereits hier die Brücken und Querverbindungen zur Situation vor Ort herausarbeiten, desto eher sehen alle Involvierten den Mehrwert.

Schon mal vorbereitet: ausgewählte Empfehlungen

Das Projekt-Team Klima-Citoyen hat eingetretene Denkpfade verlassen. **Acht Strategien** benennen kreative Ansatzpunkte für Anlässe, verbesserte Angebote, Beteiligungsformate, geeignete Orte und Organisationsrahmen für die Klimaschutz- und Energiewendeaktivitäten in Ihrer Kommune.

Mit diesen Herangehensweisen konnten in der Praxis erfolgreich Bürger_innen an der Energiewende beteiligt und Personen und Gruppen, die bislang noch nicht involviert oder wenig klimabewusst waren, angesprochen werden.

Einige dieser Strategien sind noch relativ unbekannt. Gerade deswegen wurden sie für diesen Wegweiser ausgewählt. Jede Strategie wird so allgemein wie möglich und so konkret wie nötig beschrieben. Sie erfahren Wissenswertes über Ziele und Hintergründe, Bestandteile, das Vorgehen und die Erfolgsaussichten. Beispielbeschreibungen veranschaulichen, wie die Strategien in ausgewählten deutschen Städten und Gemeinden bereits umgesetzt wurden und werden.

Lernen Sie in diesem Kapitel Strategien kennen, die Ihre Kommune dabei unterstützen, gezielt neue Personenkreise und Kooperationspartner zu aktivieren, neue Zugänge zu erschließen und innovative Aktivitäten für den kommunalen Klimaschutz und die Energiewende vor Ort zu starten.

Ein Zugang zeigt, wie Sie Bürger_innen als Wissensträger_innen aktivieren können. Warum und wie Sie diesen Sachverstand Ihrer Bürger_innen für die Energiewende- und Klimaschutzaktivitäten in Ihrer Kommune nutzen und Beteiligungskompetenz stärken können, erfahren Sie in den Strategien **„Beteiligung"** eher einführend, in den Strategien **„Neue Anspracheformen"** und **„Vernetzung"** sehr konkret. Lesen Sie ergänzend, warum und mit welchen Effekten **„Soziale Normen"** das Engagement in Dialog- und Umsetzungsprozessen prägen.

Bürger_innen aktivieren, Kooperationspartner gewinnen: Ihre Strategien

Letztlich suchen alle involvierten Personen nach adäquaten Lösungen für ein nachhaltiges Energiesystem. Wie Sie als Verwaltung das im eigenen Haus vorhandene Wissen mit dem Wissen und den Kompetenzen von Bürgerschaft, Wirtschaft und Wissenschaft übergreifend und systematisch bündeln können, beschreibt die Strategie **„Transdisziplinarität"**. Lesen Sie eine konkrete und umfassende Darstellung davon, wie Ihre Behörde Bürger_innen über eine verstärkte **„Finanzielle Teilhabe"** dazu ermuntern kann, die Energiewende zu ihrem persönlichen Anliegen zu machen. Ein weiteres Bündel an Empfehlungen zeigt Ihnen auf, woran Sie innerhalb der Verwaltung **„Neue Settings"** erkennen und erschließen und warum und wie Sie „**Gelegenheitsfenster**" nutzen.

Alle Strategien sind Anregungen, die (wieder) Lust machen aufs Anpacken, Organisieren, Koordinieren. Und sie sollen Sie ermutigen, die erforderlichen Freiräume zu schaffen, die Sie für die persönliche Weiterbildung, Kreativität, den innerbehördlichen Austausch und die Vernetzung mit der Bürgerschaft und anderen (potenziellen) Energiewende-Akteuren vor Ort benötigen. Dies ist unser Anteil. Und Ihr Anteil? Sie schneiden die Strategien auf die konkreten Voraussetzungen in Ihrer Kommune zu und entwickeln passgenaue Aktivitäten. Jede Region ist individuell, von den geografischen Gegebenheiten über Verkehrs- und Wirtschaftsinfrastruktur bis zu den Festen und Feiertagen. All dies kennen Sie viel besser als wir (vgl. Kap. 4.1 Akteure, Ziele, Maßnahmen). Und hier warten die Lösungen.

5.1 Neue Ansprachewege

Wie sag ich es meinen Bürger_innen?

Informationen über den Klimawandel oder die Energiewende sind in den **Medien** nahezu allgegenwärtig. Doch nicht alle Menschen lassen sich davon ansprechen. Das hat verschiedene Gründe: Die Informationen sind zu allgemein, inkonsistent oder nicht verständlich. Sie erregen einfach keine Aufmerksamkeit mehr oder – noch fataler – sie führen zu einer Übersättigung und Ablehnung des Themas. Auch zeigt sich, dass ein Teil der Bürger_innen die traditionellen Ansprachekanäle der Kommunalverwaltung, also Amtsblätter und Aushänge, nicht wahrnimmt.

Umso wichtiger ist es für Sie als Klimaschutzbeauftragte/r, die Kommunikation und den **Austausch über die Energiewende vor Ort** positiv zu besetzen und aktivierend zu gestalten. Die Kommunikation sollte für einen Großteil der Bevölkerung

- die EE-Technologien und deren lokale Anwendung vorstellen und erfahrbar machen – das konkrete **Erleben und Anfassen** stehen im Zentrum,
- finanzielle und ökologische Nutzen der lokalen Energiewende unmittelbar wahrnehmbar machen – Erfolgsbeispiele geben **Diskussionsstoff** und laden zum Nachahmen ein,
- konkrete Energieprojekte, Bürgerprozesse und Beteiligungsmöglichkeiten sichtbar machen – nur wer weiß, wo er/sie sich in der Nachbarschaft **einbringen** kann, tut es auch,
- vorbildhaft mit möglichen **Interessenskonflikten** umgehen – Sie zeigen damit: Herausforderungen sind vor Ort lösbar.

Tag der offenen Heizungskeller - Gemeinde Nalbach

In England erfreut sich der „Tag der offenen Gärten" großer Beliebtheit. Die zum Teil parkähnlichen Anlagen sind dann für interessierte Besucher_innen zugänglich. Die Idee ist eingängig: Einen schönen Garten zu erleben inspiriert und regt zum eigenen Gärtnern an.

Dieses Prinzip wurde als „Tag der offenen Heizungskeller" während der Energiewochen in Nalbach in den Energiewendekontext übertragen. Bürger_innen präsentierten ihren interessierten Nachbar_innen die eigene erneuerbare bzw. besonders effiziente Heizungsanlage.
So wurden ungewöhnliche technologische Lösungsansätze, lokales Wissen und die Erfahrungen der Bürger_innen sichtbar gemacht und der gegenseitige Austausch angeregt. Ein kleines kulinarisches Angebot unterstützte die angenehme Atmosphäre.

Neben wertvollen Informationen aus erster Hand und der Vernetzung mit Gleichgesinnten wurde ein klares Zeichen gesetzt: Es funktioniert, hier in meiner Straße!

http://www.nalbach-nachhaltig.de/wordpress/

Neue Anspracheformen finden

Ansprechende **Kommunikationsformate** müssen nicht immer aufwändig sein und viel Geld kosten. Um Interesse und Neugier an einem Thema zu wecken, hat sich eine neue und ungewöhnliche Rahmung als hilfreich erwiesen: Überlegen Sie, inwiefern Sie bei der Kommunikation traditionelle Wege verlassen und einen anderen Rahmen wählen können (bspw. offene Heizungskeller, vgl. Infokasten oben). Die Verknüpfung persönlichen Austauschs mit den vielfältigen Möglichkeiten, die die Sozialen Medien bieten, erscheint dabei besonders zielführend – besonders, wenn Sie ein breites Bevölkerungsspektrum ansprechen möchten. So kann der bereits etablierte Energie-Stammtisch vielleicht um Formate wie „Green Drinks" erweitert werden – eine neue Art des Treffens, die über eine Webseite vernetzt ist.[1] Die Regeln sind einfach: Green Drinks ist lokal, offen für jedermann und regelmäßig.

[1] Green Drinks International (2016). URL: http://www.greendrinks.org/

Und natürlich muss das Rad nicht immer wieder neu erfunden werden – profitieren Sie von Ihren eigenen Erfahrungen: In welchen Handlungsfeldern hatten Sie in Ihrer Kommune bereits erfolgreiche Kommunikationsprozesse? Wo haben Sie über eine ungewöhnliche Idee viele Menschen erreicht? Was waren damals die entscheidenden Faktoren – und was können Sie auf den Energiewendekontext übertragen?

Kleine Kunstwerke in Postkartenformat erzählen Geschichten über die Windkraft

Die Servicestelle Windenergie des Kreises Steinfurt hat Sammelpostkarten herausgegeben, die sich dem Thema „energieland 2050" widmen. Es ist erklärtes Ziel des Kreises Steinfurt, im Jahr 2050 energieautark zu sein. Die acht Sammelpostkarten zeigen auf der Vorderseite eine Karikatur und auf der Rückseite Kurzinfos rund um das Thema Energie.

Als Kommune können Sie **Gelegenheiten und Räume** fördern, die eine sensibilisierende Ansprache und die Auseinandersetzung mit den Themenfeldern Energiewende und Klimaschutz ermöglichen:

- Ein **Energie-Speed-Dating**. Ein informativer und zugleich unterhaltsamer Erstkontakt von Bürger_innen mit Energie-Akteuren, die bei Energiesparvorhaben Unterstützung bieten können, lässt sich durch dieses Format herstellen. An der Veranstaltung nehmen kommunale Klimabeauftragte, Energieberater_innen, Vertreter_innen der Baubranche (auch Heizungsfachbetriebe oder Solaranlagenmonteur_innen) teil, um in kurzen Gesprächen erste Anregungen zu klimafreundlichen Wohn- und Lebensweisen zu geben.
- Ein **Energie-Mentor_innen-Programm.** Nach dem Start eines solchen Programms, bei dem zunächst eine fundierte Anleitung der ersten Mentor_innen durch (kommunale) Fachleute erforderlich ist, kann es sich mit reduziertem Schulungsaufwand als eine Art Schneeballsystem fortsetzen lassen.
- Eine **Energie(beratungs)karawane**. Dies sind von der Kommune beauftragte Fachleute, die z. B. in Altbaugebieten von Haus zu Haus ziehen, um über Sanierungsmaßnahmen zu informieren und etwa eine Thermografie des Gebäudes oder Informationen zur Bedeutung des Energieausweises anzubieten.
- Ein **EE-Sightseeing**. Die Motivation, eigene Vorhaben in die Tat umzusetzen, steigt häufig, wenn man sieht, dass andere Personen bei der Umsetzung ähnlicher Pläne erfolgreich sind. In diesem Sinne kann ein organisierter Ortsrundgang oder eine -fahrt motivieren: Eine solche geführte Tour leitet die Teilnehmenden zu Lokalitäten in der Kommune, an denen besondere Formen der EE-Nutzung oder ungewöhnliche Energieeffizienzmaßnahmen zu besichtigen sind. Nicht nur in Ihrer Kommune, auch darüber hinaus können Sie mit Energiewendeprojekten als Tourismusfaktor neue Kommunikationsformen nutzen und gleichzeitig mit dem Erreichten werben.[2]

[2] AEE (Hrsg.) (2016). *Der neue BAEDEKER Reiseführer „Deutschland - Erneuerbare Energien erleben"*. Ostfildern: MairDumont-Verlag. URL: http://www.unendlich-viel-energie.de/ee-reisefuehrer/der-baedeker-reisefuehrer-erneuerbare-energien

5.2 Neue Settings

Es gibt sie bereits. Im Energiewendekontext bezeichnen wir sie als „Neue Settings": **bürgerschaftliche Organisationen mit etablierten Strukturen**. Das sind freiwillige Initiativen, Sport- und Kulturvereine, Kirchengemeinden und Interessensgruppen wie Freiwillige Feuerwehren, Pfadfinder und Trachtenvereine. Deutschlandweit sind hier viele tausend Menschen aller Altersklassen in ihrer Freizeit regelmäßig eingebunden und organisiert. Beziehen Sie diese Organisationen in Ihre Aktivitäten ein, erreichen Sie Kreise, die – als neue Settings – das Spektrum Ihrer Kooperationspartner für Klimaschutz und Energiewende enorm verbreitern können. Auch bisher beteiligungsferne Personen lassen sich über neue Settings mobilisieren.

Vereine als Immobilienbesitzer

Im Vereinsbetrieb schlummern enorme **Klimaschutz-Potenziale**: Ganz gleich, ob es um die Beleuchtung in Reit-, Turn- und Tennishallen oder das Warmwasser für die Duschen geht – hier wird viel Energie verbraucht. Gleichzeitig lassen sich Strom und Warmwasser auf den Dächern selbst bereitstellen. Die Strategie „Neue Settings" eignet sich vor allem zur Ansprache von Organisationen mit eigenen Räumlichkeiten oder Immobilien. Sie entscheiden als Eigentümer selbst über Art und Umfang der Investitionen und Umbaumaßnahmen. Und sie profitieren direkt von den Kosteneinsparungen. Die ergeben sich beim Stromverbrauch – z. B. nach der Umrüstung auf LED-Beleuchtung – in der Regel bereits im dritten oder vierten Jahr.

„Nicht verzagen, wenn viele kleine Leute kleine Schritte tun, geht es auch voran."
Teilnehmer an der Fokusgruppe in Heidelberg

Bürgerliche Interessengruppen sind getragen von einer Gemeinschafts- und **Vorbildphilosophie**. Energieeinspar-Maßnahmen im Verein können die Mitglieder dazu anregen, ihre privaten Handlungsweisen in Richtung einer klimafreundlicheren Lebensweise zu verändern (vgl. Kap. 5.4 Soziale Normen). Klimaschutz- und Energiewende-Aktivitäten in diesen neuen Settings strahlen über die Vereinsgrenzen bis ins persönliche Alltagshandeln. Sie können Personen und Milieus zur Nachahmung motivieren, die bislang kaum oder gar nicht für eine Beteiligung an der Energiewende mobilisierbar waren. Und gerade weil die Mitgliederzahlen in den neuen Settings oft sehr groß sind, ist hier auch die Vorbildwirkung besonders stark (vgl. Infokasten unten).

1. Bestehende Initiativen sondieren

Ihnen bekannte Vertreter_innen von Vereinen und Initiativen können Sie direkt ansprechen. Und die anderen? Die sind im Vereinsregister, im Branchenbuch und über die **Dachverbände** (Kreisschützenbund, Kreisreitverband) sehr gut auffindbar. Die Zusammenarbeit mit Dachverbänden erleichtert es Ihnen, bei den Vereinen Gehör zu finden, zu denen Sie noch keine Kontakte pflegen. Gewinnen Sie hier Fürsprecher_innen, erfahren Sie die Termine wichtiger Verbandsaktivitäten (z. B. Kreisvereinstreffen, zentrale Trainerschulung) und stellen Sie Ihre Klimaschutz-Maßnahme dort vor.

2. Bedarfe erfragen

Bringen Sie in Erfahrung, welches **Wissen und welche Bedarfe** zum Klimaschutz in den neuen Settings vorhanden sind: Was würde der Verein gern für die Energiewende tun? Woran mangelt es (Wissen, Material, Finanzen, Zeit)? Wie könnten Sie als Gemeinde- oder Kreisverwaltung, als Klimaschutzbeauftragte/r den Verein unterstützen?

Ist geklärt, dass und wo Sie unterstützen können, geht es an die **Detailfragen**: Was wurde in Bezug auf Klimaschutz bereits erprobt und für erfolgreich befunden? Welche Rolle spielen Sponsor_innen dabei? Welche Klimaschutz-Erfahrungen und welches Engagement bringen Mitglieder und Vorstand aus dem persönlichen Umfeld ein?

Strahlkraft von Vereinen mit eigenen Immobilien

Der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) hat mehr als 27 Mio. Mitglieder in über 90.000 Sportvereinen.

In **Soziokulturellen Zentren/Kulturzentren** finden jährlich mehr als 84.000 Veranstaltungen und fast 14.000 dauerhafte Angebote statt. Sie werden bundesweit über 24 Mio. Mal besucht. Jede/r vierte Besucher_in ist jünger als 20 Jahre.

Im **Bund deutscher Karneval e. V.** organisieren sich 2,7 Mio. Mitglieder in über 5.000 Gesellschaften.

Der **Deutsche Trachtenverband (DTV)** ist in 10 Bundesländern vertreten. Er zählt ca. 2 Mio. Mitglieder in rund 2.000 Vereinen.

Deutschlandweit sind rund 1,4 Mio. Menschen Mitglied in 15.000 **Schützenvereinen**.

Der **Deutsche Alpenverein** hat im Kernbereich Bergsport fast 1 Mio. Mitglieder.

3. Attraktive Angebote maßschneidern

Angepasst an das Zeit- und Finanzbudget, an den Erfahrungsschatz und die Motivation des Vereins können Sie als kommunale/r Vertreter_in attraktive Angebote maßschneidern, z. B.:

- Eine fallspezifische **Energieberatung** mit Empfehlungen für klimarelevante Installations- und Umbaumaßnahmen. Erfahrene Energieberatungsbüros berücksichtigen die spezielle Situation in und an der Vereinsimmobilie und fertigen im Idealfall eine Thermografie-Aufnahme. Der Ergebnisbericht beinhaltet einfach umsetzbare Umrüstungsmaßnahmen, Hinweise auf richtiges Heizen und Lüften sowie Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen für aufwändige Installationen wie Dämmung oder Solarthermie.
- **Botschafter_innen-Schulungen**. Vereinsmitglieder werden in einem ca. 2-stündigen Vortrag zu Klimabotschafter_innen geschult. Sie lernen die kommunale Klimaschutzstrategie kennen und erhalten praktische Tipps zum klimagerechten Alltagshandeln. Jetzt müssen die Botschafter_innen diese Informationen an andere Mitglieder und in ihr privates Umfeld weitertragen – auch vorbildhaft.
- Initiierung des Vereinswettbewerbs **„Klimaschutz im Verein"**. Dieser Wettbewerb der ortsansässigen Vereine koppelt Energieberatung und Botschafter_innen-Schulung. Werden die Gütesiegel-Anforderungen und Zielsetzungen für weitere Effizienz- und EE-Aktivitäten über zwei bis vier Jahre erfüllt, erhalten die teilnehmenden Vereine das Siegel „Klimaschutz im Verein" in Bronze, Silber oder Gold (vgl. Infokasten unten).

Qualifizieren Sie sich und andere kommunale Klimaschutzbeauftragte und -manager_innen zeitgleich weiter, um die Vereine und Initiativen als Ideengeber_in und als Ansprechperson für Umsetzungsfragen, Fördermöglichkeiten und Energieberatungen kompetent zu unterstützen.

Wie Sportvereine aktiv dazu beitragen können, die Energiewende voranzubringen, zeigt ein **Pilotprojekt im Kreis Steinfurt** in Nordrhein-Westfalen: In Kooperation mit dem Projekt Klima-Citoyen und dem Kreissportbund Steinfurt entwickelte das Amt für Klimaschutz und Nachhaltigkeit des Kreises Steinfurt das Gütesiegel **„Klimaschutz im Sportverein"** und unterstützte neun Vereine auf dem Weg zu einer erfolgreichen Zertifizierung. Zwischen Oktober 2015 und März 2016 erfolgten:

- Schulungen von Vereinsmitgliedern als Botschafter_innen,
- professionelle, fallbezogene Energieberatungen für alle neun teilnehmenden Sportvereine sowie
- Installations- und Umbaumaßnahmen wie LED-Beleuchtung und neue Thermostatventile.

Die ersten sechs Sportvereine im Kreis Steinfurt haben die Gütesiegel-Anforderungen erfüllt. Für ihre Klimaschutzaktivitäten sind derzeit fünf von ihnen als „energieland2015-Sportverein" mit Bronze und ein Verein mit dem Gold-Siegel zertifiziert: http://www.presse-service.de/data.cfm/static/932442.html. Die Gütesiegel-Anforderungen stellt das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) auf Nachfrage zur Verfügung.
Kontakt: ria.mueller@ioew.de

4. Finanzierung auf den Weg bringen

Energieberatungen, Umbau-, Sanierungs- und Installationsmaßnahmen müssen finanziert werden. Sind **Fördermittel und Zuschüsse** vorhanden, kooperieren Vereine gerne. Öffentliche Förderung erhalten fast ausschließlich nachweislich gemeinnützige Initiativen. Hier einige Ideen in Ergänzung zur Strategie „Finanzielle Teilhabe" (vgl. Kap. 5.6):
Setzen Sie einen vereinsübergreifenden Fonds für fallspezifische Energieberatungen auf, in den alle Sponsor_innen einzahlen. Das Wirtschaftsförderungsamt und kommunale Energieversorger gewähren Zuschüsse. Für welche Maßnahmen und zu welchen Konditionen? Stellen Sie den Vereinen Informationen zur Verfügung! Das Web-Tool Förder.Navi der EnergieAgentur.NRW[1] verzeichnet – auch bundesweite – Förderprogramme für Vereinsmaßnahmen zur Energieeinsparung und EE-Nutzung. Geldinstitute wie die Ökobank und die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) bieten Vereinen zinsgünstige Kredite für energiesparende Maßnahmen in der Regel unter Kapitalmarktzins an.

[1] EnergieAgentur NRW (2016). *Förder.Navi*. URL: http://www.energieagentur.nrw/foerderung/foerdernavi

5.3 Vernetzung

Die Information ist die Ressource

Um Gelegenheitsfenster zu erkennen und Beteiligungsprozesse und Dialogformate erfolgreich zu gestalten, helfen Ihnen detaillierte und themenübergreifende Informationen darüber, wer in Ihre lokalen Energiewendeaktivitäten bereits involviert ist und wer noch nicht – also eine Akteursanalyse (vgl. Kap. 4.1 Akteure, Ziele, Maßnahmen: die Ausgangsbedingungen). Welche Themen greifen Sie auf? Welche Aktivitäten und Akteure in Ihrer Kommune binden Sie in einen Entwicklungsprozess ein? Wo lassen sich Synergien zwischen Projekten nutzen?

Je stärker die **Akteure untereinander** vernetzt sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass relevante Informationen zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind. Denken Sie hier breit: Neben den typischen Energieakteuren wie Stadtwerken und Technologieanbietern lohnt sich für die Kommunalverwaltung auch eine Vernetzung mit Volkshochschulen, (Hoch-)Schulen, Vereinen, Banken, Interessensverbänden aus Wirtschaft, Kultur und Umwelt (z. B. BUND, NABU), Verbraucherzentralen und Kirchen (vgl. Kap. 5.2 Neue Settings).

Vernetzung institutionalisieren

Klimaschutz-Maßnahmen liegen quer zur Logik der eingeführten Amtsstrukturen. Deswegen ist zunächst einmal eine Vernetzung **innerhalb der Verwaltung** erforderlich: Die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Ämtern ist ein entscheidender Faktor, um die Herausforderung Klimaschutz integrativ umzusetzen. Das kann etwa in Form einer Querschnitts-Arbeitsgruppe erfolgen, deren institutionelle Anbindung – idealerweise in Form einer Stabsstelle –, inhaltliche Ausgestaltung und entscheidungsbezogene Kompetenzen und Zuständigkeiten klar geregelt werden sollte. Diese Klärung ist Aufgabe der jeweiligen Verwaltungseinheiten.

Auch für die Zusammenarbeit **zwischen Verwaltung und regionalen zivilgesellschaftlichen Akteuren** sollten Sie passende Strukturen schaffen. Zu diesen Akteuren zählen die oben genannten, aber auch privatwirtschaftliche Unternehmen, Forschungsinstitutionen und andere (vgl. Kap. 5.8 Transdisziplinarität). Neben dem Informationsfluss bietet Vernetzung weitere Chancen: Mit organisierten und formalisierten Vernetzungsstrukturen können Sie die Zusammenarbeit ausbauen und einen Feedbackraum zu Politikentwicklungen und -umsetzungen schaffen. Der regelmäßige Austausch zwischen Ämtern und Bürger_innen kann zudem dazu führen, dass die Bürger_innen die Verwaltung und deren Aktivitäten stärker akzeptieren.

Vernetzung in der Region am Beispiel der Altmark

Möglicherweise besteht Ihre Kommune aus mehreren Ortsteilen. Vielleicht möchten Sie sich auch stärker mit Ihren Nachbarkommunen vernetzen. Wie sich in der weitläufigen Praxisregion Altmark zeigte, in der es sowohl zwei Landkreise als auch zahlreiche kleine Kommunen gibt, kann dies oftmals eine Herausforderung sein.

Durch regelmäßige Stammtische können sich Bürger_innen und Gemeindeverwaltungen, die an der Mitgestaltung der regionalen Energiewende interessiert sind, in einem informellen Rahmen austauschen. Neben den bereits engagierten Personen können weitere für neue Projekte gefunden und für die Umsetzung mit ins Boot geholt werden.

Weiter denken

Vernetzung endet nicht an den Grenzen der Kommune. Im Zuge der Energiewende stehen viele Kommunen vor ganz ähnlichen Herausforderungen. Deshalb gibt es bereits viele gute Ansätze und zahlreiche Erfolgsbeispiele: von der besonders kreativen Energiespar-Kampagne bis hin zu dem innovativen Beteiligungskonzept bei der Entwicklung von Windenergie-Flächen. Unsere Anregung: Kooperieren Sie und lernen Sie **interkommunal** (vgl. Infokasten rechts). Sind derartige Vernetzungen zeitlich oder inhaltlich befristet, haben sie Projektcharakter. Als längerfristige Kooperation ausgerichtet, sind sie strategische Partnerschaften.

Die thematischen Anknüpfungspunkte sind vielfältig: die gemeinsame Ausweisung von Windenergie-Flächen, ein kommunenübergreifendes Stoffstrom-Management oder auch die gemeinsame Entwicklung einer 100%-EE-Region.

Diskutieren und entscheiden Sie mit Ihrer Partnerkommune: Was soll durch die Kooperation erreicht werden? Welches sind die konkreten Ziele und Meilensteine? Wie werden Erfolge schnell sichtbar? Anhand welcher Kennzahlen werden sie gemessen und kommuniziert? Wie wird die Zusammenarbeit begleitend evaluiert und kontinuierlich verbessert?

Interkommunale Kooperation

Einen guten Überblick über die Erfolgsfaktoren interkommunaler Kooperation bietet der Leitfaden „Interkommunale Kooperation als Schlüssel zur Energiewende"[1]. Als Beispiele für interkommunale Kooperation werden die Entwicklung von gemeinsamen Leitlinien und Potenzialstudien, Klimaschutzkonzepten sowie Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit genannt. Auch auf die Einbindung relevanter Akteure, verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten sowie das Aufrechterhalten der Zusammenarbeit durch unterschiedliche Informations- und Kommunikationsmethoden gehen die Autor_innen ein.

Strukturen schaffen und pflegen

Geben Sie Strukturen den Vorzug, die **langfristig den Austausch fördern** und die den Informations- und Datenfluss innerhalb der Kommune und in die Bürgerschaft erleichtern. Der Vorteil: Über etablierte Netzwerkstrukturen erhalten alle Beteiligten zügig und transparent Informationen über Veränderungen der wirtschaftlichen oder rechtlichen Rahmenbedingungen. Je lebendiger das Netzwerk, desto wirkungsvoller ist es: Kräfte werden gebündelt und die Kommune kann unmittelbarer auf Veränderungen reagieren. Eine Vielzahl an **traditionellen und innovativen Kanälen** hat sich bereits in der Praxis bewährt:

- feste bzw. wiederkehrende Austauschtreffen,
- themen- oder projektbezogene Arbeitsgruppen,
- Projekt-Webseiten,
- Newsletter, News-feed, WhatsApp-Gruppen, Blogs, Soziale Netzwerke und die Verknüpfung mit traditionellen Informationskanälen wie Tageszeitung oder Lokalradio,
- wiederkehrende kommunale Aktionstage an Schulen, in der Fußgängerzone, Energiefeste,
- themen- oder projektbezogene Dialogformate wie Energiedialog oder Zukunftsdialog nachhaltige Stadt.

Bei langfristigen Vernetzungen lohnt es sich, einen gemeinsamen Namen oder ein Logo für das Netzwerk zu entwickeln – das stärkt die Identität und schafft einen Wiederkennungswert.

[1] Institut für angewandtes Stoffstrommanagement & Deutsche Umwelthilfe (Hrsg.) (2015). Leitfaden *Interkommunale Kooperation als Schlüssel zur Energiewende. Erfolgsfaktoren und Handlungsempfehlungen für Kommunen.* URL: http://www.duh.de/uploads/tx_duhdownloads/DUH_Broschuere_Interkommunale-Kooperation.pdf

Verstetigte Vernetzung am Beispiel der Gemeinde Nalbach

In der Gemeinde Nalbach hat sich im Rahmen des Forschungsprojektes Klima-Citoyen eine Bürgerplattform gebildet: das Forum Nalbach. Darin organisierten engagierte Bürger_innen mit verschiedenen Interessenschwerpunkten gemeinsam die Themenwochen „Klima – Leben – Energie". Weitere Akteure konnten dank eines großen Netzwerks, guter Erfahrungen aus vorherigen Zusammenarbeiten und geteilter Werte schnell für die Sache begeistert werden und Bürgerdialoge und Austausch voranbringen:

- **intrakommunale** Vernetzung: zwischen den vier Ortsteilen, neue Bekanntschaften durch das Forum Nalbach, Laien-Fachkreise haben sich erweitert, z. B. durch Funkamateure, Besitzer und Bastler von effizienten und EE-Heizungsanlagen,
- starke **interkommunale** Vernetzung mit dem Landkreis: fachlich und personell,
- **regionale** Vernetzung mit einer Energiegenossenschaft,
- **sektoral**: Politik und Verwaltung, NGOs, Unternehmen & Forschungsinstitute lieferten Expert_innen-Input.

Es konnten in relativ kurzer Zeit viele Akteure aus sehr unterschiedlichen Themenfeldern mobilisiert und zu einem Austausch im Rahmen der Themenwochen gebracht werden. Einer der Erfolgsfaktoren waren ein engagierter Bürgermeister und Hauptamtsleiter. Beide haben gezielt in einem aufsuchenden Dialog lokale Expert_innen für die Bürgerplattform mobilisiert und dem Forum einen Raum zur Verfügung gestellt. Die Aktivitäten des Forums gehen nach dem Ende des Projektes Klima-Citoyen weiter – die Grundsteine für eine mittel- bis langfristige Zusammenarbeit wurden somit gelegt.

http://www.nalbach-nachhaltig.de/wordpress/

Vernetzung ist kein Selbstläufer

Trotz guter Ideen oder offensichtlicher inhaltlicher Überschneidungen zwischen Akteursgruppen vernetzen sich diese nicht von alleine. Ähnlich wie erfolgreiche Dialog- und Beteiligungsprozesse muss Ihr kommunales Netzwerk geplant und gepflegt werden:

- Helfen Sie als Kommune bei der Zusammenführung und **Kontaktherstellung zwischen Akteuren**: z. B. durch die Bündelung vorhandener Initiativen und Projekte auf der Homepage oder durch die Initiierung eines Stammtisches (vgl. Kap. 5.1 Neue Ansprachewege).

- Unterstützen Sie bei der **Konzeption**: Sie haben einen guten Überblick über Akteure, Prozesse und aktuelle Bedarfe, den Sie hier einbringen können. Geht es eher um übergeordnete Vernetzung mit dem Ziel einer kontinuierlichen Leitbildentwicklung oder ganz konkret um die energetische Konzeption eines Gewerbegebietes?

- **Moderieren** Sie die Vernetzungsprozesse: Durch klare Zielsetzungen und die Dokumentation von Erfolgen halten Sie den Prozess am Leben.

- Stellen Sie **Räumlichkeiten** und – wenn möglich – auch **finanzielle Unterstützung** zur Verfügung. Dabei geht es nicht um große Summen, sondern beispielsweise um Informationsmaterial oder auch nur Getränke, um eine angenehme Austauschatmosphäre zu gestalten.

- Koppeln Sie nach Möglichkeit an **bundesweite Aktionstage** an – z. B. an den Tag der Umwelt oder an die Nachhaltigkeitswoche des Bundes. So haben Sie die Möglichkeit, die bereitgestellten Materialien an Ihren eigenen Kontext anzupassen und zu nutzen: Längerfristige Teams innerhalb des Netzwerkes können hierfür die Verantwortung übernehmen und langfristig die Zusammenarbeit stärken.

5.4 Soziale Normen

In allen Lebensbereichen orientieren sich Menschen – meist unbewusst – an den **Verhaltensweisen, Einstellungen und Erwartungen** ihres unmittelbaren sozialen Umfeldes: an der Familie, an Freund_innen, Bekannten, Nachbar_innen, Kolleg_innen und an Vorgesetzten. So steigt die Wahrscheinlichkeit, Ökostrom zu beziehen oder Strom zu sparen, wenn die Eltern dies bereits tun.[1] Auch die Entscheidung, in eine private PV-Anlage zu investieren, fällt leichter, wenn einige Nachbar_innen bereits eigene PV-Anlagen auf ihren Dächern installiert haben, sie müssen noch nicht einmal von ihren guten Erfahrungen berichten.[2] Machen Sie sich diesen häufig unterschätzten Einfluss von sozialen Normen für die lokale Energiewende und den Klimaschutz zunutze. Sichtbare PV-Anlagen auf privaten und kommunalen Dachflächen senden ein einfaches Signal aus: Es funktioniert!

Was sind soziale Normen?

Das Wissen über die Wirkung sozialer Normen soll Ihnen als Praktiker_in helfen, umweltbewusstes Handeln anzuregen und zu fördern. Eine auf Energiewende und Klimaschutz bezogene soziale Norm, wie z. B. energiesparendes Verhalten, kann sowohl als Vehikel als auch als Ziel selbst verstanden werden.

Soziale Normen sind keine Gesetze, sondern von der Gesellschaft und dem persönlichen Umfeld **akzeptierte Verhaltensweisen**, die mit einer bestimmten Werteorientierung einhergehen. Einzelne Verhaltensweisen werden dann zur sozialen Norm, wenn sie als allgemeingültig und allgegenwärtig wahrgenommen werden. Im Umfeld, im Quartier oder in der Gesellschaft richtet sich die Mehrheit in diesen Verhaltensweisen ein, praktiziert sie und ahmt sie nach – alle machen es schließlich so. Der **normative Vergleich** – also der Abgleich zwischen dem eigenen Verhalten und dem Verhalten anderer Personen im Umfeld – bildet den Knackpunkt dieser Strategie. Zur Verdeutlichung ein Beispiel: Der Stromverbrauch als Zahl in der Rechnung des Energieversorgers sagt den Kund_innen nicht viel. Damit der gewünschte Effekt – ein geringerer Stromverbrauch – erzielt wird, wäre es für die Kund_innen hilfreich, über visualisierte Bewertungssysteme zu erfahren, wo sie mit dem eigenen Stromverbrauch im Vergleich zu anderen stehen. Verbrauchen die Kund_innen verglichen mit anderen viel Energie, werden sie wahrscheinlich bemüht sein, zukünftig stärker Strom zu sparen.

Am Anfang steht die **richtige Haltung**: Es geht für Sie im Kern darum, Ihren Mitbürger_innen die gewünschten Aktivitäten der Klima-Bürger_innen als ganz normales Verhalten zu kommunizieren. Hierdurch geben Sie den Impuls zum normativen Vergleich. Wichtig ist, die Verhaltensweisen, die Sie am Ende sehen wollen, konkret und positiv zu kommunizieren!

Was funktioniert? Einige Anwendungsfälle

Der größte Feind neuer Verhaltensweisen ist die Gewohnheit! Gewohnheiten und eingeübte Alltagsroutinen – tagsüber gleichzeitig die Fenster zu kippen und die Heizung anzustellen oder abends den Wäschetrockner statt die Leine zu nutzen – sind nur sehr schwer zu verändern. Es bedarf positiver **Verstärkung durch Belohnungen**, z. B. durch finanzielle Anreize wie Prämien oder Vergünstigungen. Die Liste der Möglichkeiten ist lang und kann sich auf Einzelpersonen, Gruppen oder Institutionen beziehen.

Hinweisschilder und Plaketten an oder Aufsteller vor Gebäuden kennzeichnen diese und fungieren als Belohnung für erwünschtes Verhalten. Der Verleih einer „Grünen Hausnummer" macht sichtbar, dass das Gebäude bestimmten Umweltstandards

[1] Griskevicius, V., Cialdini R.B. & Goldstein, N.J. (2008). Social norms: An underestimated and underemployed lever managing Climate Change. *International Journal for Sustainability Communication*, 3, 5-13.

[2] Rode, J. & Weber, A. (2016). Does localized imitation drive technology adoption? A case study on rooftop photovoltaic systems in Germany. *Journal of Environmental Economics and Management*, 78, 38-48.

entspricht (vgl. Infokasten unten). Mit einem Namenszusatz auf dem Ortsschild (Null-Emissions-Gemeinde oder 100%-EE-Region) können Sie die Identität der Bürger_innen mit Ihrer Kommune stärken und klimabewusstes Verhalten fördern.

Monatlich können Einzelpersonen, Gruppen oder Quartiere auf der Internetseite Ihrer Kommune aufgrund vorbildhafter Aktivitäten z. B. zu Energiesparer_innen des Monats gekürt werden. Wettbewerbe, bei denen die Gewinner_innen prämiert und gute Praxisbeispiele medial hervorgehoben werden, sind beliebt und nutzen ebenfalls soziale Normen: Die Agentur für Erneuerbare Energien (AEE) zeichnete zwischen 2008 und 2012 die Bundesländer mit den stärksten Bemühungen bei der Nutzung erneuerbarer Energie mit einem Leitstern aus.[3]

„Grüne Hausnummer" – Gemeinde Nalbach

Die Initiative „Grüne Hausnummer" des Saarländischen Umweltministeriums zielt seit 1996 darauf ab, vorbildliche Haushalte sichtbar zu machen. Eine Checkliste definiert Kriterien für besonders umweltverträglich gebaute Häuser und ressourcenschonend geführte Haushalte. Haushalte, die diese Kriterien erfüllen, werden mit der „Grünen Hausnummer" ausgezeichnet. Grüne Hausnummern illustrieren die positive Wirkkraft sozialer Normen: Gut sichtbar angebracht, motivieren und aktivieren sie auch die Anwohnerschaft dazu, in den eigenen vier Wänden für den Klimaschutz aktiv zu werden.

Organisieren Sie Informationsveranstaltungen oder Nachbarschaftsevents wie „Tage der offenen Heizungskeller" zum **Erfahrungsaustausch**. Schulen Sie **Klimabotschafter_innen**: Sie haben Wissen und Erfahrungen in klimagerechtem Alltagshandeln gesammelt und können einfach umsetzbare Verhaltenstipps geben. Auf diese Weise sind sie wirkliche Vorbilder und zeigen, dass Klimaschutz gesellschaftsfähig ist und die damit verbundenen Werte und Normen von vielen gelebt werden (können). Mit Unterstützung der Klimabotschafter_innen bekommt der Klimaschutz im Kiez viele Gesichter – die Klimaschutzbemühungen Ihrer Kommune werden so mit Personen in Verbindung gebracht und erreichen über die Nachahmungseffekte eine größere Öffentlichkeit als bislang.

„Ich glaube, der größte Nutzen ist, Vorbilder geschaffen zu haben. Das ist mir irgendwann deutlich geworden, dass Menschen auch ein Stück weit darauf angewiesen sind, sich Bilder machen zu können. Um zu sehen, wie es auf nachhaltige Art und Weise funktioniert."
Bürger aus der Altmark

Menschen orientieren sich in Entscheidungssituationen und bei Unsicherheit am **Verhalten anderer**, um Informationen als Entscheidungsgrundlage zu sammeln (vgl. Kap. 5.7 Gelegenheitsfenster). Einen besonders großen Einfluss haben dabei diejenigen Personen, die einem selbst am ähnlichsten sind: Bekannte und Freund_innen mit gemeinsamen Hobbys, die im selben Stadtteil leben oder in einer vergleichbaren Lebenssituation sind. Warum? Sie haben unser Vertrauen – und umgekehrt. Für Sie bedeutet dies bei der Planung von Maßnahmen, sich zunächst über die jeweilige Zielgruppe bewusst zu werden und dann entsprechend ähnliche Anker-Gruppen zu nutzen.

Verstärker: positive Ansprache und eigene vorbildhafte Praxis

Die **Aktivierung von sozialen Normen** ist kein Kochrezept, das garantiert gelingt. Trotz guter Absichten kommt es vor, dass bestimmte Botschaften nicht zum gewünschten Ergebnis führen. Im Gegenteil, die Signale können zur Verstärkung eines unerwünschten Verhaltens führen oder einen sogenannten „**Boomerang Effect**"[4] auslösen. Wenn eine Person z. B. die Rückmeldung bekommt, dass sie im Gegensatz zu ihren Nachbar_innen bereits viel Strom spart, kann dies dazu führen, dass sie sich zukünftig weniger sparsam verhält. Auch Botschaften wie „Der Großteil unserer Stadt verschwendet zu viel Energie!" sind zu allgemein und werden kaum dazu motivieren, Energie zu sparen. Hingegen wären positive und konkrete Formulierungen wie „Jede/r dritte Mitarbeiter_in unserer Firma investiert in eine Gemeinschaftsanlage", „20.000 Bürger_innen unserer Stadt beziehen Ökostrom" oder „Die Nachbar_innen in Ihrer Straße sparen bewusst Energie" erfolgversprechender. Und wie erwähnt: Sie erreichen viel, indem Ihre Kommune **selbst zum Vorbild** wird und das gewünschte Verhalten praktiziert: Gehen Sie glaubwürdig voran!

[3] AEE (2012). *Leitstern.* URL: http://www.unendlich-viel-energie.de/die-agentur/veranstaltungen/leitstern/leitstern-der-bundeslaenderpreis-fuer-erneuerbare-energien

[4] Schulz, P.W., Nolan, J.M., Cialdini, R.B., Goldstein, N.J. & Griskevicius, V. (2007). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms. *Psychological Science*, 18 (5), 429-434.

5.5 Beteiligung

Beteiligung als Chance

Nicht immer wird die Energiewende begeistert aufgenommen: Für viele Bürger_innen bedeutet der Bau von EE-Anlagen erstmal eine **Veränderung ihres Lebensumfeldes**: Windenergieanlagen verwandeln die Landschaft, Biogasanlagen können unangenehm riechen – um nur zwei Beispiele zu nennen. Dementsprechend ist das Bedürfnis groß, über anstehende Veränderungen frühzeitig und umfassend informiert zu werden, damit eine Einflussnahme noch möglich ist. Einige Bürger_innen möchten auch aus eigener Überzeugung aktiv werden, die Energiewende selbst gestalten, den EE-Ausbau voranbringen und so ihre Region ökologisch und ökonomisch unterstützen. Gestalten Bürger_innen kommunale Prozesse mit, erhalten sie Einblick in die Zusammenarbeit und die Möglichkeit, Vertrauen in die Entscheidungsträger aufzubauen: durch eine transparente und nachvollziehbare Politik. Das Ergebnis: Die Akzeptanz von Prozessen und Ergebnissen wächst.

Wissen über lokale Gegebenheiten und Anwendungserfahrung in EE-Technologien und -Produktion haben die Bürger_innen Ihrer Kommune. Und viele sind bereit, sich aktiv an der Energiewende zu beteiligen (vgl. Kap. 4 Methoden).

„Mit diesem Masterplan, das ist eine tolle Sache, dass die Bürger da auch Ideen einbringen können."
Workshop-Teilnehmer in Nalbach

Mitgestaltung ermöglichen

Eine wichtige Voraussetzung für eine wirkungsvolle Bürgerbeteiligung ist, dass Sie sie **als Mehrwert erkennen** und dementsprechend von der ersten Sekunde an mitdenken. Im Idealfall gestaltet Ihre Kommune die **formellen Beteiligungswege** schon ansprechend und schafft zusätzlich Räume für informelle Beteiligung (vgl. Kap. 4.2 Klima-Bürger_innen und ihre Rollen): So können Sie mittelfristig über erfolgreiche Beispiele und gelungene Projekte eine aktivierende kommunale Beteiligungskultur entwickeln. Indem Sie Bürger_innen in Ihre Aktivtäten einbeziehen, bauen Sie das Vorurteil ab, dass die Energiewende nur von „denen da oben" oder durch die Profitgier externer Investoren getrieben ist. **Transparente Beteiligungsprozesse** machen die eigenen Handlungsmöglichkeiten deutlich und wirken einer Politikverdrossenheit entgegen.

Wie können Sie Bürgerbeteiligung anregen?

Bürgerbeteiligung lebt davon, dass sie ernst gemeint und ergebnisoffen ist – soweit es der jeweilige Beteiligungsgegenstand zulässt, denn nicht immer ist alles möglich. Auf Augenhöhe werden relevante Themen diskutiert und Projekte vorangebracht. Hier sollten Sie als Kommune mit gutem Beispiel vorangehen und Beteiligung an Energiewende-Maßnahmen sowohl anregen als auch ermöglichen. Beteiligungsprozesse können Sie neben den bekannten formellen auch auf **informellen Wegen** initiieren: Kommunen haben ausdrücklich die Möglichkeit (§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) informelle Beteiligungsformate einzuführen und informelle Planungsentscheidungen in einer Abwägung zu berücksichtigen (vgl. Infokasten rechts). Zudem können Sie in Ihrer Kommune in Einklang mit den kommunalen Geschäftsordnungen Ausschüsse gründen und die Bürger_innen an deren Sitzungen teilnehmen lassen.

Beteiligung bei einzelnen Planungsentscheidungen ist gut, eine **systematische Beteiligung** ist besser: Eine offene Beteiligungskultur schafft Räume für Partizipation, regt Ideen an, nimmt sie auf und setzt sie im Rahmen der Möglichkeiten um. Beteiligen Sie auch dort, wo es formal nicht vorgeschrieben ist.

Ein Beispiel: Das Energieleitbild für Ihre Kommune kann gemeinsam mit den Bürger_innen entwickelt werden (vgl. Abb. S. 45). Als Ergebnis eines öffentlichen Prozesses, in dem diskutiert wird, wie Sie vor Ort Ihre kommunale Energiewende umsetzen wollen.

Methoden und Tools zur Bürgerbeteiligung

Je nach Anforderungen kann ein Konzept für Bürgerbeteiligungen aus verschiedenen methodischen Werkzeugen zusammengesetzt werden, die wiederholt oder miteinander kombiniert werden können.

Information: Das Spektrum der Formate reicht von einer Ansprache der Bürger_innen über Flyer, lokale Berichterstattung, Webseiten, E-Mail-Verteiler bis hin zu einer persönlichen oder gar aufsuchenden Ansprache per Brief, Telefon oder face-to-face, beispielsweise durch bekannte, engagierte Personen, die als Botschafter_innen oder „Übersetzer_innen" wirken. Auch ein Angebot an zentralen Anlaufstellen, Mitmach-Aktivitäten und Beratungen ist möglich. Achten Sie immer darauf, dass Ihre Ansprache zielgruppengerecht und auf Augenhöhe ist und auch bildungsferne Schichten erreicht.

Dialog: Für eine dialogorientierte Bürgerbeteiligung können verschiedene Methoden gewählt werden, die sich in der Auswahl der Teilnehmenden und in Größe und Dauer unterscheiden. Teilnehmende können gezielt - z. B. nach demographischen Merkmalen - oder zufällig ausgewählt werden oder sich bei offenen Verfahren selbst zusammenstellen. Die Größe kann von Klein- bis Großgruppen und der Zeitraum von einem Tag bis hin zu Monaten oder Jahren reichen.

Weiterführende Informationen
Eine Übersicht über gängige Beteiligungsformate und deren Anwendung in Abhängigkeit von Zielgruppen und Themenstellungen findet sich bei Nanz/Fritsche, 2012[1].

[1] Nanz, P. & Fritsche, M. (2012). *Handbuch Bürgerbeteiligung. Verfahren und Akteure, Chancen und Grenzen.* Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Den Rahmen für gute Beteiligung setzen

Ein gutes Erwartungsmanagement nützt Ihnen und den Bürger_innen. Sondieren und entscheiden Sie jeweils:

- **Welches** Format ist dem Thema angemessen?
- **Wann** eignet sich ein Vernetzungstreffen, ein Informationsabend oder ein Bürgerforum?
- **Was** genau ist bzw. kann Gegenstand der Beteiligung sein?
- **Wie** werden die Ergebnisse genutzt?

So können sich alle Akteure entscheiden, ob und inwieweit sie sich unter den definierten Voraussetzungen in das Verfahren einbringen. Ein gutes Erwartungsmanagement beugt Enttäuschungen vor, schafft Transparenz und Vertrauen.

Beginnen Sie Beteiligung **möglichst frühzeitig** und nicht als einseitige Informationsveranstaltung. Es geht um wechselseitige Kommunikation, Konsultation und Mitwirkung an Entscheidungsfindungen. Wichtig für den Erfolg der Beteiligung ist das Vertrauen in die Aufrichtigkeit und Kompetenzen der involvierten Akteure: Schaffen Sie **Vertrauen**, indem Sie Ihr Handeln nach den im Beteiligungsprozess erzielten Ergebnissen ausrichten. Ebenso gehören Respekt und Wertschätzung auch bei unterschiedlichen Standpunkten zu den Grundlagen eines jeden Dialogs.

Sie sollten den Beteiligungsprozess von Beginn an **professionell und systematisch** unter Einbezug geeigneter und aufeinander abgestimmter Beteiligungsformate gestalten. Dazu können Sie auch eine externe professionelle Begleitung hinzuziehen. Die Wahl des Formats hängt vom jeweiligen Projekt sowie den zeitlichen und finanziellen Ressourcen ab. Gerade beim EE-Ausbau hat sich gezeigt, dass es Konflikte reduzieren kann, wenn Sie die Beteiligung mithilfe einer Anlaufstelle verstetigen (vgl. Infokasten unten).

Beteiligungsangebote sind sinnvoll, aber sie müssen auch angenommen werden. Unterstützen Sie bei Ihren Bürger_innen den **Kompetenzaufbau zur Beteiligung**: Je vertrauter diese mit dem Beteiligungs- und Verfahrensrahmen sind, desto besser werden sie sich einbringen können. Oftmals wissen Bürger_innen zu wenig über den Ablauf dieser Verfahren. Die Folge: Sie beteiligen sich zu spät oder begehen formale Fehler, was zu Frust und Ablehnung führt. Erhöhen Sie das Handlungswissen Ihrer Bürger_innen, indem Sie Verständnis für formelle und informelle Planungsverfahren schaffen: Wann kann sich wer auf welche Art beteiligen?

Im Sinne eines Empowerments und einer Kultur der Beteiligung bzw. eines Partizipationsmainstreamings[2] ist es besonders wichtig, auch jene Bevölkerungsgruppen einzubeziehen, die bisher beteiligungsfern sind. Das erfordert **angepasste Bildungs- und Informationsformate** und eine adäquate Ansprache – von der Beratung im Quartier über mehrsprachige Broschüren bis zur Präsenz in den meistgenutzten Sozialen Medien.

Kreis Steinfurt: Servicestelle Windenergie

Der Ausbau der Windenergie an Land ist oft mit Konflikten verbunden, die Gründe sind vielfältig: unerwünschte Veränderungen des Landschaftsbildes, die Angst vor negativen Auswirkungen auf Immobilienpreise oder vor gesundheitlichen Beeinträchtigungen. Der Kreis Steinfurt hat hierfür proaktiv eine Servicestelle Windenergie eingerichtet, welche sich mit möglichen Konflikten befasst und eine kompetente Anlaufstelle für interessierte und betroffene Personen darstellt.
Der Erfolg gibt dem Kreis Recht: Trotz eines weiteren Ausbaus der Windenergie konnten die aufkommenden Planungskonflikte zufriedenstellend gelöst und Klimaschutzziele mit den Interessen der Kommunen und Anwohnenden vereinbart werden.

http://www.kreis-steinfurt.de

[2] Alcántara, S., Kuhn, R., Renn, O., Bach, N., Böhm, B., Dienel, H. L., Ullrich, P., Schröder, C. & Walk, H. (2014). *DELIKAT–Fachdialoge Deliberative Demokratie: Analyse Partizipativer Verfahren für den Transformationsprozess.* Im Auftrag des Umweltbundesamtes. URL: http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pools/Forschungsdatenbank/fkz_3712_11_101_projekt_delikat_bericht_bf.pdf

5.6 Finanzielle Teilhabe

Die Energiewende vollzieht sich dezentral und wird durch neue Eigentümerstrukturen geprägt: 2012 lagen deutschlandweit bereits rund 47 Prozent der Stromerzeugungskapazitäten aus erneuerbaren Energieträgern in der Hand von Privatpersonen. Diese **finanzielle Teilhabe an der Energiewende** erfolgt durch Finanzeinlagen in Gemeinschaftsanlagen – den so genannten Bürgerenergieanlagen – und durch Investitionen in Anlagen im alleinigen Eigentum Einzelner. Bürger_innen tragen durch ihre Finanzentscheidung wesentlich zur zügigen und weiten Verbreitung der Erneuerbaren bei.

Ein Windpark, „den man sich angucken kann", gäbe ein gutes Gefühl, „weil man da sieht, dass man sich an so etwas beteiligt. Man ist da Mitglied und das fühlt sich einfach sehr gut an!"
Interview-Teilnehmer aus der Region Altmark

Die Motivation

Warum setzen sich Privatpersonen finanziell für Erneuerbare ein? Sie wollen unabhängig sein von den großen Energieversorgern, einen Beitrag zur Energiewende und zur regionalen Entwicklung leisten, mitbestimmen über die Entwicklung vor Ort oder ein ökologisch verantwortliches Investment – oft verbinden und überlagern sich die Motive.

Gemeinschaftsanlagen

Um eine finanzielle Teilhabe der Bürger_innen an gemeinschaftlich finanzierten Anlagen zu ermöglichen, ist eine **Trägerorganisation** notwendig, über die die Einzahlungen gebündelt werden. Diese ist für die Investition der eingezahlten Mittel in Klimaschutzprojekte zuständig, sie empfängt deren Rückflüsse und entscheidet entsprechend ihrer Statuten über die weitere Verwendung der Finanzmittel.

„Wir überlegten: Warum immer nur gegen etwas sein? Wir wollen auch selbst die Energiewende mitgestalten. Da bot sich an, auf einer Konversionsfläche – auf einer Bauschuttdeponie – eine PV-Anlage zu bauen."
Teilnehmer an der Fokusgruppe in Heidelberg

Die Trägerorganisation

Das Zusammentragen der Finanzmittel sowie Vorbereitung, Bau und Betrieb von Gemeinschaftsanlagen bedürfen eines Kümmerers – einer Trägerorganisation. Diese kann unterschiedliche Rechtsformen haben: von der Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) über die GmbH & Co. KG bis zur eingetragenen Genossenschaft (eG). Einen guten Überblick liefert Ihnen eine Broschüre des Landes Baden-Württemberg.[1]

Einzahlmöglichkeiten

Die Einzahlungen können als **Darlehen** oder auch als **Spenden oder Schenkungen** bei dem Träger angelegt werden. Sie sind die Mittel, die bewirtschaftet werden. Zumeist erfolgen die Einzahlungen als Kredite, die über die Tilgungen der Darlehen an die Geldgeber_innen zurückgezahlt werden, auch verbunden mit einer Verzinsung des eingesetzten Kapitals. Ein Beispiel ist die Heidelberger Energiegenossenschaft, die in der Region Heidelberg mit den Darlehen ihrer Genoss_innen mehrere Investitionen in Solar- und Windanlagen vorgenommen hat. Eine andere Einzahlungsmöglichkeit ähnelt dem „Crowdfunding": Die in Heidelberg ansässige Klimaschutz+ Stiftung hat hierbei verschiedene Wege eingeschlagen (vgl. Infokasten S. 39). Sie verbindet die Gedanken, Investitionen in Erneuerbare und Effizienz mit dem Ziel einer möglichst hohen sozio-ökologischen Rendite zu stimulieren und zugleich eine politische Teilhabe zu ermöglichen.

Einzahlungsstrategien **ohne Mindesteinlagenquote** – wie im Falle eines gemeinnützigen „Crowdfunding" – ermöglichen auch finanzschwächeren Einzahler_innen eine Teilhabe. So können neue Zielgruppen und bisher beteiligungsferne Personen erreicht und deren Interesse geweckt werden.

[1] Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg & Landesanstalt für Umwelt, Messungen und Naturschutz Baden-Württemberg (Hrsg.) (2012). *Bürger machen Energie – Rechtsformen und Tipps für Bürgerenergieanlagen.* URL: http://www4.lubw.baden-wuerttemberg.de/servlet/is/221870/buerger_machen_energie.pdf?command=downloadContent&filename=buerger_machen_energie.pdf

Auszahlungen – Investitionen in Erneuerbare und Effizienzmaßnahmen

Die Investitionen der Trägerorganisationen erfolgen nach Maßgabe einer entsprechenden Fachplanung in erneuerbare Energien, etwa Wind- oder Solaranlagen. Auch die Energieeffizienz kann gefördert werden – etwa die Substitution einer herkömmlichen durch eine LED-Beleuchtung oder Nahwärmenetze. Die Bündelung kann sich auf mehrere Investitionen beziehen oder auf eine spezielle Investition ausgerichtet erfolgen, etwa PV-Anlagen auf dem Dach von Mehrfamilienhäusern oder Mitarbeitersolaranlagen bei größeren Firmengeländen. Die Investitionen werden durch Kosteneinsparungen (Effizienz) oder Rückflüsse aufgrund des Verkaufs oder Verbrauchs der erzeugten Energie zurückbezahlt.

Klimaschutz+ Stiftung

Wie Bürger_innen in verschiedenen Rollen aktiviert werden können, zeigt die Klimaschutz+ Stiftung in Heidelberg. Seit 2010 sind inzwischen über 3.000 Bürger_innen zu Klimaschutz+ Stifter_innen geworden. Mitteleinzahlungen erfolgen durch

- ein- oder mehrmalige Zustiftungen,
- die freiwillige Übernahme der Umweltkosten eines Einwegtrinkbechers (Climate Fair to Go),
- die freiwillige Übernahme der Umweltkosten von Flugreisen (Climate Fair Travel),
- einen Energiewende-Cent-Anteil eines Ökostromtarifes.

Die eingezahlten Mittel werden u. a. im „Bürgerfonds 100% Klimaschutz in Heidelberg" gesammelt, der eine Masterplanmaßnahme der Stadt Heidelberg ist. „Einmal Geld einzahlen, zweimal in gutes Klima investieren" – zuerst wird in regionale Klimaschutzprojekte (Effizienz- oder EE-Projekte) investiert. Die Erträge der Investitionsprojekte werden im zweiten Schritt jährlich gesammelt und an gemeinnützige Projekte lokaler Initiativen für Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung ausgeschüttet. Wer diese Gelder bekommt, darüber stimmen alle Einzahler_innen einmal jährlich per Online-Voting ab. Mit dieser Wiederanlage wird ein zweiter Kreislauf gestartet und auch dem Problem des Reboundeffekts begegnet. Bisher kamen rund 160.000 € an Stiftungskapital zusammen, das in vier Photovoltaikanlagen und zwei Effizienzmaßnahmen investiert wurde.

http://www.klimaschutzplus.org/

Akteure: Wen involvieren?

Die **Zielgruppe für finanzielle Teilhabe** sind die Bürger_innen Ihrer Region und Kommune. Diese gilt es zu aktivieren und für Einzahlungen zu begeistern. Der **Zugang** zu dieser Zielgruppe kann ganz unterschiedlich sein: Sofern eine Trägerorganisation bereits vorhanden ist, sollte diese die gesamte Kommunikation bündeln und koordinieren.

Hier sind verschiedene „**Vertriebswege**" denkbar: Informationen auf Webseiten der Verwaltung und der Trägerorganisationen, die Nutzung eines städtischen Mitteilungsblatts – diese Wege sind Ihnen wohl bekannt. Nutzen Sie daneben auch die Sozialen Medien wie Facebook, Twitter oder Instagram, um auch Personen anzusprechen, die dort aktiv sind.

Daneben wäre es ratsam, glaubwürdige Organisationen einzubeziehen – etwa in einem Beirat –, um so die Akzeptanz dieser Aktivität zu erhöhen.

Förderliche Rahmenbedingungen: Wie unterstützen?

Der Ausbau der Erneuerbaren und die Unterstützung von Effizienzmaßnahmen in einer Region sollten Teil einer lokalen oder regionalen Energiewendestrategie sein. Es erleichtert die Investitionen in Erneuerbare, wenn Sie entsprechende **Flächen ausweisen**. Gerade Gemeinschaftsanlagen sollten durch kommunale Leitlinien eine besondere Aufmerksamkeit erhalten. So hat beispielswiese der Kreis Steinfurt Leitlinien zu Bürgerwindparks verabschiedet.[2]

[2] Kreis Steinfurt (o.J.). *energieland 2050. Bürgerwindpark Leitlinien.* URL: http://www.nlf-buergerwind.de/media/nlf/documents/leitlinien-buergerwindpark.pdf

Gemeinschaftsanlagen werden oft auf kommunalen Grundstücken oder Dachflächen errichtet. Möglich sind aber auch Flächen der kommunalen Verkehrsbetriebe oder Wohnungsunternehmen. Treiben Sie die Bereitstellung dieser Flächen energisch voran, denn die Trägerorganisationen benötigt eine längere Vorlaufzeit, als Sie dies wahrscheinlich gewohnt sind. Günstig wäre es auch, wenn Sie eine **zentrale Anlaufstelle** nennen könnten, die sowohl innerhalb Ihrer Verwaltung als auch gegenüber den Bürger_innen die Kontakte bündelt.

Welche Einschränkungen gibt es?

Liegen die Flächen für Erneuerbare und die Investitionsobjekte für Effizienzprojekte weit von Ihrer Kommune entfernt, erschwert dies die regionale Identitätsstiftung. Auch sind Effizienzmaßnahmen oft weniger für Leuchtturm-Projekte geeignet als sichtbare EE-Projekte – richten Sie sich darauf in Ihrer Kommunikationsstrategie ein.

Die Trägerorganisationen sollten ihren Verwaltungsaufwand begrenzen, gleichzeitig jedoch in der Lage sein, als Kümmerer aufzutreten und Projekte zu betreuen. Gerade die **Abgrenzung zu reinen Geldanlagemodellen**, die etwa Banken anbieten, ist in der Öffentlichkeitsarbeit hervorzuheben – es geht eben nicht um klassische anonyme Geldanlagen, sondern um eine Art Direktfinanzierung regionaler Maßnahmen mit einer Prise Idealismus.

Kommunizieren und sichtbar machen

Gemeinschaftsanlagen liegen als eigenständige Rechtsgebilde außerhalb des direkten Zugriffs Ihrer Verwaltung. Um sie zu unterstützen, bedarf es des **politischen Votums** Ihrer Gemeinde, aber auch der Begleitung durch die Verwaltung. Hierzu sollten Sie einen entsprechenden Beschluss herbeiführen, der Ihnen die Freiheit gibt, diese Aktivitäten zu unterstützen.

Die finanzielle Beteiligung in Trägerorganisationen und damit die Teilhabe an Gemeinschaftsanlagen geben dem Klimaschutz ein Gesicht – berichten Sie darüber, informieren Sie durch Hinweistafeln oder veranstalten Sie Klimaschutztage mit der Möglichkeit, die Leuchttürme zu besichtigen.

Finanzielle Teilhabe erfordert aber auch ein gelegentliches **Reporting** gegenüber den Einzahler_innen, um die Verbindung zwischen finanzieller Einlage und Erfolgen sichtbar zu machen und die identitätsstiftende Rolle immer wieder zu erneuern. Damit können auch die Einzahler_innen in ihren sozialen Netzen (vgl. Kap. 5.4 Soziale Normen) diese Strategie als attraktiv, spannend und nachahmenswert vertreten.

5.7 Gelegenheitsfenster

Sicher erinnern Sie sich noch an die ersten eigenen vier Wände. Neben Farb- und Möbelkauf stehen Behördengänge an, ist ein neuer Stromvertrag abzuschließen und eventuell ein neuer Hausarzt zu finden. Wer denkt in dieser Situation daran, Ökostrom zu wählen oder auf den Energiepass der neuen Wohnung zu achten? Mehr als in anderen Lebensphasen suchen Personen jetzt Informationen, die sie unterstützen und ihnen helfen, sich im neuen Lebensumfeld schneller zu orientieren und gut einleben zu können.

Für Ihre Kommune sind **Veränderungssituationen** im Leben Ihrer Bürger_innen auch ideale Zeitfenster, um Unterstützer_innen für Ihre Klimaschutz- und Energiewendeaktivitäten zu gewinnen.

Was sind Gelegenheitsfenster?

Die Geburt eines Kindes, der Übergang von der Schule ins Berufsleben, Ausbildung, Studium, Rente, Hauskauf, Umzug oder Ab- und Ummeldung eines Fahrzeugs: Diese Lebensphasen oder Umbruchsituationen treten im Allgemeinen nicht überraschend ein. Themen wie Internet- und Telefonprovider oder Stromanbieter und die damit verbundenen Entscheidungssituationen sind für einige Personen neu. Hier bieten sich **Gelegenheitsfenster für energiebezogene Richtungsentscheidungen**, die längerfristig wirken.

In Gelegenheitsfenstern können Sie Ihre langjährigen Einwohner_innen **gezielt ansprechen** und auch ideal mit Neubürger_innen in Kontakt treten. Bei jedem Umzug stellen sich ähnliche Fragen: Welchen Gas- oder Stromanbieter soll ich wählen? Welche Anschaffungen tätige ich für mein neues Zuhause? Die Zeit kurz vor und nach Veränderungs- oder Umbruchsituationen macht Menschen empfänglicher für Informationen und Anregungen wie Energie- und Stromspartipps. Viele Menschen sind jetzt offener dafür, vertraute Routinen und Gewohnheiten zu ändern und Neues auszuprobieren.

Die Praxis

Sie müssen für Gelegenheitsfenster keine neuen Angebote entwickeln. Es reicht, wenn Sie und Ihre Verwaltung die Gelegenheit klug nutzen, um Menschen auf bestehende Angebote aufmerksam zu machen. Das Gelegenheitsfenster für Ihre Verwaltung besteht darin, dass Menschen nach Orientierungen suchen. Klären Sie deshalb zunächst, wen Sie erreichen möchten (**Zielgruppe**), führen Sie sich dann vor Augen, wo Sie diese Gruppe(n) treffen (**Kontaktpunkt**) und planen Sie erst dann, welche Informationen in welchem Format Sie mit welchem Partner (**Multiplikator**) bewerben möchten (**Aktivitäten bewerben**).

1. Zielgruppe festlegen: Wen möchten Sie ansprechen?

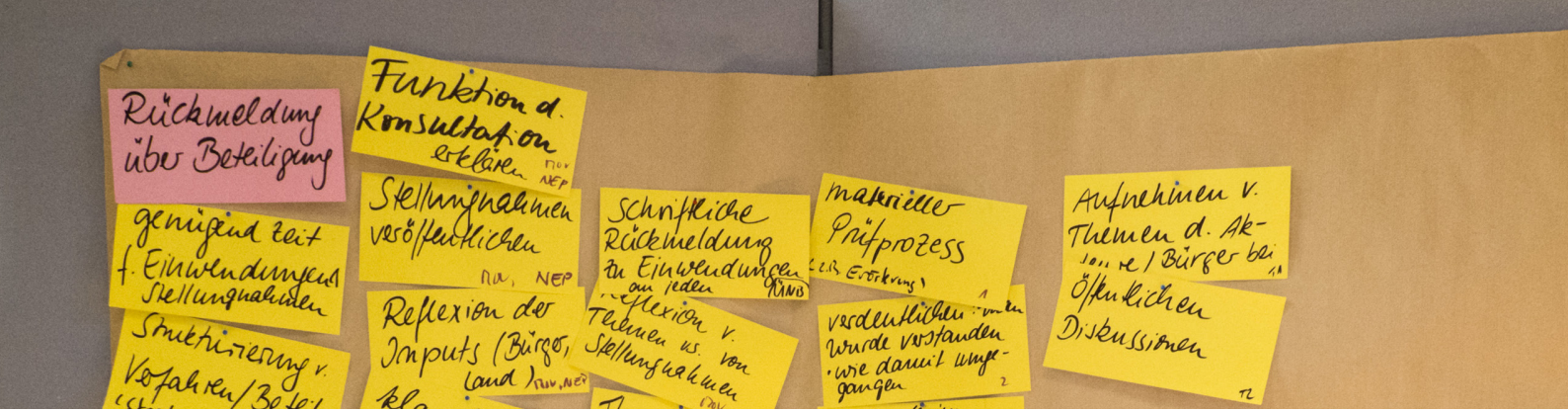
Gelegenheitsfenster betreffen ein **breites Spektrum** an Menschen: Schulabgänger_innen und Auszubildende, Familien mit Kindern, Studierende, Singles, Senior_innen, Migrant_innen, Neubürger_innen. Wie können Sie diese Menschen in ihrer Vielfalt angemessen ansprechen und erreichen? Berücksichtigen Sie, dass gerade Eltern nach der Geburt ihres ersten Kindes und frisch Hinzugezogene ihren Alltag neu organisieren und wenig Zeit für Informationssuche oder Beratungen haben. Bieten Sie deshalb **konkrete Tipps** und einfach umsetzbare Routinen für den Klimaschutz an, egal ob für die Strom- oder Gasanbieterwahl oder den Waschmaschinenkauf. Nützlich sind diese Informationen direkt beim Standes- oder Einwohnermeldeamt, zeitnah nach der Geburt oder dem Umzug – idealerweise auch in mehreren Sprachen.

2. Kontaktpunkte kennen

Wo Bürger_innen in den genannten Gelegenheitsfenstern mit Mitarbeiter_innen Ihrer Verwaltung oder mit kommunalen Unternehmen **zusammentreffen**, variiert. Die Anmeldung beim Einwohnermeldeamt oder der Kfz-Meldestelle findet im direkten Kontakt von Bürger_in und Verwaltungsmitarbeiter_innen statt. Der Strom- oder Gas-Tarif hingegen wird häufig online oder per Post bei den Stadtwerken beauftragt. Ihre Verwaltung erreicht Bürger_innen auch **über Dritte**: in Ausbildungsbetrieben und Berufsschulen, im kommunalen Tierpark, Schwimmbad, in Fahrschulen oder über die Wohnungsgesellschaft. Unser Verständnis von Kontaktpunkten geht über Aushänge, Handzettel, Aufsteller und Zeitungsartikel hinaus und umfasst Displays in Bussen, U- und Straßenbahnen, Willkommensbroschüren oder Online-Informationen und -Formulare.

3. Multiplikatoren einbinden

Sie kennen Ihr Ziel: mit speziellen Angeboten zum nachhaltigen Konsumieren und Investieren anregen. Sie kennen Ihre Zielgruppe(n) und mögliche Kontaktpunkte. Jetzt brauchen Sie **Kooperationspartner**, die Sie erfolgreich bei Ihrem Vorhaben unterstützen. Kontaktieren Sie z. B. Ausbildungsbetriebe, das Studentenwerk, Fahrschulen und Berufsschulen. Sprechen Sie alle bürgernahen Verwaltungsressorts an. Warum? Dort gehen viele Bürger_innen ein und aus – und demnächst hoffentlich mit einem Tipp für ihren persönlichen Energiewendebeitrag weiter. Als Multiplikatoren eignen sich deshalb auch die ortsansässigen Wohnungsgesellschaften und Makler_innen, Sparkassen und Volksbanken – und natürlich auch deren Online-Auftritte.



Wie Kund_innen aktiviert werden können, Strom aus erneuerbaren Energien zu beziehen, zeigt der „Green Default" der Elektrizitätswerke der Stadt Zürich (ewz). Defaults: Das sind Voreinstellungen in Entscheidungssituationen, z. B. welchen Energiemix (Neu-)Kund_innen als Standardprodukt vom Energieanbieter empfohlen bekommen.

Zum 1. Oktober 2006 führte das ewz vier neue Stromprodukte mit unterschiedlichem Anteil an Ökostrom ein.[1] Die Kund_innen konnten ihre Stromqualität selbst wählen. ewz legte bei der Einführung ewz.naturpower (EE mit einem Anteil Ökostrom) als Standardprodukt fest. Kund_innen, die ein anderes Stromprodukt wünschen, müssen dieses aktiv auswählen. Begleitet wurde die Neueinführung mit einer Werbekampagne und Briefen mit der Bitte, aus den neuen Angeboten zu wählen. Gleichzeitig gewährte der Gemeinderat einen auf drei Jahre befristeten 7-Prozent-Bonus auf die neuen Stromtarife. Auch die Tarifzeiten wurden ausgeweitet.

Das voreingestellte Produkt wurde von 85 Prozent der Konsument_innen bezogen (Stand 2012).[2]

Klären Sie: Welche Ausstattung, Formate, Ressourcen und Erfahrungen bringen Sie, welche Ihre Partner ein? Auf welche neuen, auf welche erprobten Kontakte und Kommunikationskanäle haben Sie Zugriff? Wie sollen die anstehenden Arbeiten und Formate im Hintergrund logistisch gehandhabt werden: Prospekte in Rathäusern auslegen oder Default-Einstellungen bei Strom und Wärme? Der **Vorteil** der Zusammenarbeit: Etablierte Initiativen, Vereine und Genossenschaften sind in der Regel auch an langfristigen Kooperationen interessiert. So können Sie einmal entwickelte Angebotsformate wiederholt einsetzen und kontinuierlich verbessern.

4. Aktivitäten bewerben

Ihre Zielgruppe(n) erreichen Sie und Ihre Kooperationspartner mit einem weiten Blick, der Anlässe wie Ausbildungsbeginn, Präferenzen – z. B. Affinität zu Sozialen Netzwerken – und individuelle Hintergründe wie Sprachbarrieren verknüpft. Schöpfen Sie aus dem reichhaltigen Portfolio des **klassischen und des Nachhaltigkeitsmarketings**, um Klimaschutz-Aktivitäten zu bewerben: Flyer, Gutscheine, Elternbriefe, Neubürgerpakete, Tweets oder Werbepostkarten eignen sich.

Hier ist die Gelegenheit, nachhaltige Entscheidungen und nachhaltiges Handeln auf den Weg zu bringen!

[1] Stadt Zürich (2006). *Die neuen Stromprodukte von ewz: ökologisch oder konventionell? Medienmitteilung vom 11. Mai 2006.* URL: http://www.stadt-zuerich.ch/internet/ewz/home/medien/medieninformationen/mitteilungen_2006/mm110506.html

[2] ETH Zürich (2013). *Wissenschaftliche Umfrage zum Thema „Stromproduktwahl".* URL: https://www.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/hest/consumer-behavior/Documents/results/Stromproduktwahl.pdf

5.8 Transdisziplinarität

Der Begriff klingt sperrig: Transdisziplinarität. Gemeint ist, dass Sie von Ihrer Herausforderung – der Umsetzung der Energiewende in Ihrer Kommune – ausgehen und verschiedene Perspektiven sowie wissenschaftliche Disziplinen zusammenbringen. Sie verbinden wissenschaftliches und praktisches Wissen und suchen nach adäquaten Lösungen für Ihre Herausforderungen. Die hier vorgestellte Strategie zielt auf die **Wissensintegration und deren Umsetzung** ab. Dabei kann es sich um sehr unterschiedliche Wissensarten und -formate handeln: um Ziel-, System-, Transformations- oder Praxiswissen.

Wissenschaftliches Wissen aktivieren und einbeziehen

Doch nicht Sie alleine müssen dieses Wissen integrieren. **Die Zusammenarbeit mit den Wissenschaften** ist Ihnen wahrscheinlich bereits vertraut: (Fach-) Hochschulen und Institute versuchen auf vielfältigen Wegen, Antworten auf lebensweltliche Probleme – der Klimawandel ist eines davon – zu finden und mit der Praxis zusammenzuarbeiten.[1] Nehmen Sie dieses Wissen auf und integrieren Sie die verschiedenen Perspektiven – auch wenn einige wissenschaftliche Erkenntnisse zunächst abwegig erscheinen. Es lohnt sich, dass Sie genauer hinschauen, aktiv nachfragen und Möglichkeiten zur Zusammenarbeit und zum Austausch anbieten.

Praxiswissen zusammenbringen

Eine Vielzahl unterschiedlicher **Wissensformen** liegt bei Ihnen in Ihrer Verwaltung vor: ämterübergreifend und in den verschiedensten Fach- und Aufgabenbereichen. Diese gilt es zu erschließen und zu vernetzen (vgl. Kap. 5.3 Vernetzung). Dabei werden Sie mit Kolleg_innen zusammenarbeiten, die sehr **unterschiedliche fachliche Hintergründe** haben: mit Jurist_innen, Biolog_innen, Ökonom_innen, Städteplaner_innen, Umweltingenieur_innen und anderen. Und auch bei den Akteuren außerhalb der Verwaltung gibt es Wissen, das es zu nutzen gilt. Was trivial klingen mag, ist in der Konsequenz spannend und herausfordernd: Das Wissen unterschiedlicher Verwaltungseinheiten und zivilgesellschaftlicher Akteure zu erschließen und für Ihre kommunale Energiewendestrategie zu mobilisieren wird nicht immer einfach sein. Perspektiven unterscheiden sich, man findet nicht immer sofort eine gemeinsame Sprache, nimmt andere Akteure nicht wahr oder kennt deren Aktivitäten und Arbeitsweise noch nicht, zum Teil gibt es auch formale Hinderungsgründe. Lassen Sie sich von diesen Herausforderungen nicht abschrecken! Fördern Sie eine Atmosphäre, in der **Wissensaustausch** gedeihen kann und wertgeschätzt wird.

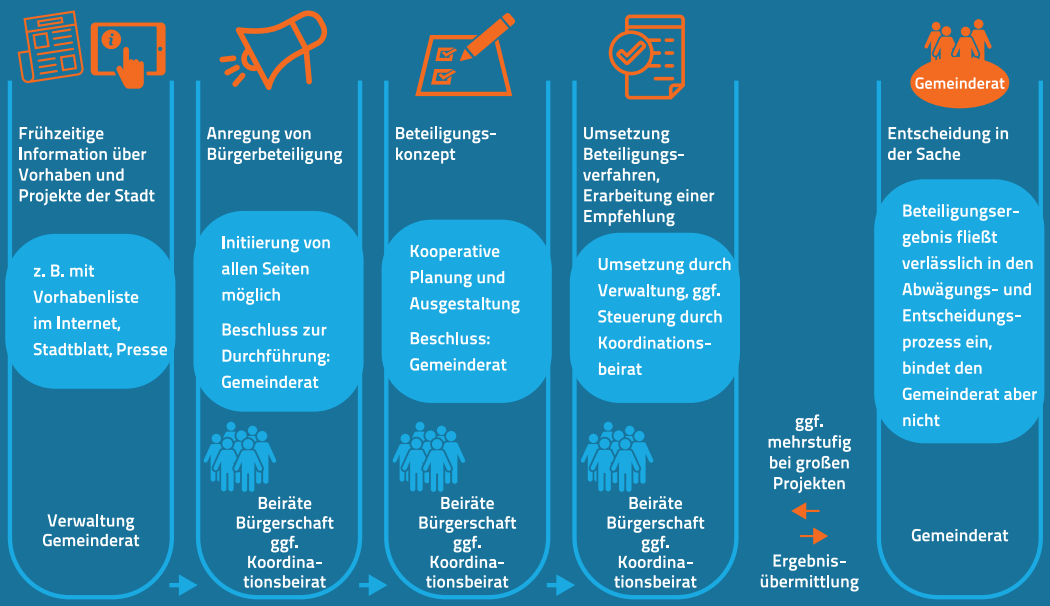
Wie können Sie vorgehen?

Wir haben Sie in Kapitel 4 bereits mit der Klärung der kommunalen Ausgangsbedingungen vertraut gemacht: Eine Akteursanalyse hilft Ihnen wichtige Akteure aus Gesellschaft und Bürgerschaft zu erkennen. Um das dort vorhandene Wissen zu aktivieren, gibt es viele Möglichkeiten. Der Wissensaustausch ist eingebettet in die Partizipations- und Dialogkultur (vgl. Kap. 5.5 Beteiligung) in Ihrer Kommune. Ist ein offener Dialog möglich? Haben Sie sich Leitlinien für Bürgerdialoge gegeben, wie etwa die Stadt Heidelberg (vgl. Abb. S. 45)?[2]

[1] Insbesondere die Sozial-ökologische Forschung – kurz SÖF – hat sich dieser Aufgabe verschrieben, vgl. BMBF (2016). *Gesellschaft Sozial-ökologische Forschung (SÖF).* URL: http://www.fona.de/de/19711

[2] Vgl. Stadt Heidelberg (2016). *Leitlinien für eine mitgestaltende Bürgerbeteiligung.* URL: http://www.heidelberg.de/hd,Lde/HD/Rathaus/Leitlinien+Buergerbeteiligung.html

Die Stadtverwaltung Heidelberg hat Leitlinien zur Bürgerbeteiligung erarbeiten lassen. Diese wurden 2012 vom Gemeinderat der Stadt verabschiedet und eröffneten eine systematisch angelegte Beteiligungs- und Dialogkultur in Heidelberg.[3]



Denken Sie an Interviews, Kamingespräche, Veranstaltungen oder Fokusgruppen. Sie können Workshops durchführen, wobei Sie dem **Dialog** und dem **persönlichen Gespräch** viel Raum einräumen sollten. Nutzen Sie Methoden wie das Weltcafé, das Nachhaltigkeits-Speed-Dating, die Fishbowl-Methode oder Zukunftswerkstätten. Hören Sie zu, visualisieren Sie das Gehörte und sorgen Sie für eine angemessene Dokumentation der Ideen, Ansichten und Erfahrungen. Denn letztendlich geht es ja auch um die Bürger_innen. Deren Wissen findet jüngst unter dem Stichwort **„Citizen Science"** – übersetzt: Bürgerwissenschaft – große Beachtung. Eine Webseite[4] gibt Ihnen einen Überblick über diesen Ansatz.

Und die **Wissenschaft**? Die muss sich längst aufmachen, ihre Elfenbeintürme zu verlassen und mit der Praxis zu arbeiten. Programme wie die Sozial-ökologische Forschung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung oder auch die Reallabore in Baden-Württemberg[5] verlangen die Zusammenarbeit mit der Praxis. Bestellen Sie die entsprechenden Newsletter wissenschaftlicher Institutionen und Programme – so sind Sie auf dem Laufenden, können Ihre Bedarfe deutlich machen und mögliche Kooperationspartner finden.

Gemeinsam mit einem Team aus Hochschulen und anderen Instituten können Sie Ihre Anliegen beschreiben und einen interessanten **Forschungsantrag** auf den Weg bringen. Hat Ihr Antrag Erfolg, so gibt Ihnen das Projekt Anregungen für Ihre kommunale Arbeit. Achten Sie darauf, dass unterschiedliche wissenschaftliche Disziplinen (Sozialwissenschaften, Ökonomie, Naturwissenschaften) beteiligt sind, um eine Vielfalt relevanter Sichtweisen sowie disziplinärer Perspektiven zur Lösung Ihrer Probleme zu erhalten.

[3] Eigene Darstellung in Anlehnung an Stadt Heidelberg. URL: http://www.heidelberg.de/hd,Lde/HD/Rathaus/Leitlinien+Buergerbeteiligung.html

[4] Wissenschaft im Dialog gGmbH & Museum für Naturkunde Berlin (2016). *Bürger schaffen Wissen.* URL: http://www.buergerschaffenwissen.de/

[5] Vgl. Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg (2016). *Baden-Württemberg fördert Reallabore.* URL: https://mwk.baden-wuerttemberg.de/de/forschung/forschungspolitik/wissenschaft-fuer-nachhaltigkeit/reallabore/

GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium für Bildung und Forschung

FONA Forschung für nachhaltige Entwicklungen BMBF

6. Das Projekt Klima-Citoyen

Das Forschungsprojekt Klima-Citoyen – Neue Rollen, Möglichkeiten und Verantwortlichkeiten der Bürger in der Transformation des Energiesystems wurde für die Dauer von drei Jahren – von April 2013 bis Juni 2016 – aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen des Programms „Umwelt- und gesellschaftsverträgliche Transformation des Energiesystems" gefördert.[1]

Die Energiewende ist ein gesellschaftlicher Wandlungsprozess. Sie ist durch neue Handlungsmöglichkeiten auf der einen und neue Verantwortlichkeiten auf der anderen Seite gekennzeichnet. Den Bürger_innen kommt die Aufgabe zu, die Energiewende aktiv und eigenverantwortlich mitzugestalten – sei es als Konsument_innen, Energieproduzent_innen, Investor_innen oder als politische Akteure. Wie nehmen sie diese verschiedenen Rollen der Klima-Bürger_innen wahr? Und wie können Kommunalverwaltungen bürgerschaftliches Engagement aktiv unterstützen?

Projekt-Team

Das Forschungsvorhaben Klima-Citoyen war ein Verbundprojekt von drei Projektpartnern: der Forschungsgruppe Umweltpsychologie an der Universität des Saarlandes (Saarbrücken), dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) (Berlin und Heidelberg) und der Zeppelin Universität (Friedrichshafen). Die Projektkoordination hatte die Forschungsgruppe Umweltpsychologie der Universität des Saarlandes inne.

Ziel des Vorhabens war es, die Rollen der Klima-Citoyens zu analysieren und zu verstehen. Zudem wurden beteiligungsfördernde und -hemmende Faktoren identifiziert und konkrete Beteiligungsmethoden für erneuerbare Energieerzeugung, -nutzung und -einsparung entwickelt und erprobt. Praxispartner im Projekt Klima-Citoyen waren

- **die Planungsregion Altmark (Sachsen-Anhalt),**
- **die Stadt Heidelberg (Baden-Württemberg),**
- **die Gemeinde Nalbach (Saarland) und der**
- **Kreis Steinfurt (Nordrhein-Westfalen).**

Das Projekt gliederte sich in vier Projektphasen.

- **Phase 1:** Analyse der Rahmenbedingungen, verschiedener Rollen der Bürger_innen, Handlungsfelder und -potenziale in den einzelnen Partnerregionen unter Anwendung qualitativer (Interviews, Fokusgruppen, Akteursanalysen) und quantitativer (Fragebogenerhebung) Methoden der empirischen Sozialforschung.

- **Phase 2:** Erarbeiten kommunenspezifischer Konzepte zur Unterstützung der Klima-Citoyens: partizipativ mit Verwaltung und Bürger_innen der jeweiligen Praxispartnerregion.

- **Phase 3:** Praxistest selektierter Maßnahmen als Art Reallabor zur Erprobung konkreter Beteiligungsmethoden und Rollenansprachen in allen vier Praxispartnerregionen.

- **Phase 4:** Veröffentlichung des Wegweisers für Kommunen als Handreichung zur Förderung und Unterstützung der Rollen von Bürger_innen in der Transformation des Energiesystems.

UNIVERSITÄT DES SAARLANDES — www.fg-umwelt.de/

i|ö|w INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG — www.ioew.de

zeppelin universität zwischen Wirtschaft Kultur Politik — www.zu.de

[1] BMBF (2016). *Umwelt- und gesellschaftsverträgliche Transformation des Energiesystems. Sozial-ökologische Forschung.* URL: http://www.fona.de/de/15980