

Klimaschutz strategisch umsetzen

**KLIMA
SCHUTZ
STADT**
KIEL.100%



Dokumentation des Fachworkshops
zum „Masterplan 100 % Klimaschutz“
am 25. April 2017



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



NATIONALE
KLIMASCHUTZ
INITIATIVE

Erstellung des Masterplans 100 % Klimaschutz für die Landeshauptstadt Kiel

Dokumentation des Workshops „Umsetzungsstrategien“

25.04.2017 (09:30-14:30 Uhr), Rathaus der Landeshauptstadt Kiel

Teilnehmende

Name	Vorname	Organisation
Aden	Andreas	Tiefbauamt Landeshauptstadt Kiel
Aschenbach	Fabian	wortmann-energie
Becker	Svenja	Stadtplanungsamt Landeshauptstadt Kiel
Beisiegel	Johannes	
Bittner	Eyke	Tiefbauamt Landeshauptstadt Kiel
Bohac	Hans-Martin	Einzelhandelsverband Nord e.V.
Bonow	Wiebke	Eigenbetrieb Beteiligungen Landeshauptstadt Kiel
Borchardt	Andreas, Dr.	KiWi GmbH
Fedders	Dirk	Eigenbetrieb Beteiligungen Landeshauptstadt Kiel
Franke	Maria	Kiel Region GmbH
Gähje	Meike	Umweltschutzamt Landeshauptstadt Kiel
Harbeck	Volker	Muddi Markt e.V.
Hegge-Goldschmidt	Eva	Greenteam Kommunikation
Heydt	Andreas von der	Umweltschutzamt Landeshauptstadt Kiel
Hubert	Niklas	Eigenbetrieb Beteiligungen Landeshauptstadt Kiel
Hunold	Ulrike	BUND Kiel
Kählert	Hinrich	StattAuto eG
Kärcher	Jana	Kiel-Marketing e.V.
Kettler	Dietmar, Dr.	Rechtsanwalt
Kuntschke	Albrecht	Klimaschutzbüro der Nordkirche
Kreißler	Anja	Tiefbauamt Landeshauptstadt Kiel
Kulgemeyer	Birgit	Amt für Bauordnung, Vermessung und Geoinformation Landeshauptstadt Kiel
Kumkar	Fabian	Stadtplanungsamt Landeshauptstadt Kiel
Kummerow	Jens	Immobilienwirtschaft Landeshauptstadt Kiel
Langniß	Arne	Grüne Ratsfraktion
Lübke	Andrea	Licht Organisation Planung
Michaelis	Florian	ALTE MU Impuls-Werk e.V.
Muche	Anna	Umweltschutzamt Landeshauptstadt Kiel
Müller	Daniel	ALTE MU Impuls-Werk e.V.
Müller-Rüster	Gerrit	Treurat + Partner Unternehmens-beratungsgesellschaft mbH
Munzke	Björn	Caterpillar Motoren GmbH & Co KG
Noldin	Markus	Energiemanagement Landeshauptstadt Kiel
Oeding	Andreas	Büro Oeding
Oschmann	Lutz	Grüne Ratsfraktion
Päpke	Michael	ALTE MU Impuls-Werk e.V.
Rasmussen	Jens	Umweltschutzamt Landeshauptstadt Kiel

Reimer	Gero	Städtisches Krankenhaus
Ring	Claudia	freie Journalistin
Rolf	Anja	Solawi Schinkeler Höfe
Sander	Katharina	Fachhochschule Kiel
Sause	Heinz	
Scheer	Jan	Energiemanagement Landeshauptstadt Kiel
Schischke	Klaus-Dieter	HIP Wellsee e.V.
Schmölz	Florian	Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein e.V.
Schwind	Harald	Tiefbauamt Landeshauptstadt Kiel
Stellmacher	Patrik	Stadtwerke Kiel AG
Tews	Jörg	CITTI HandelsGmbH & Co KG
Vitsilakis	Vanessa-Zoe	Kieler Woche Büro Landeshauptstadt Kiel
Voigt	Matthias	Kirchenkreis Altholstein
Zimmermann-Stock	Christiane	Haus & Grund Kiel e.V.
Zychski	Holger	FRANK ECOzwei GmbH
Beer	Martin	SCS Hohmeyer Partner
Jahn	Martin	SCS Hohmeyer Partner

Moderation

Martin Beer (SCS Hohmeyer | Partner)

Anlagen

Präsentationsfolien aus dem Workshop

Inhaltsübersicht

Ausgangslage und Zielsetzung.....	4
Workshop-Tagesordnung.....	5
1. Grußworte und Einführung.....	6
2. Inputvortrag „Der idealtypische Prozess zur Verankerung des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ in der lokalen Gesellschaft“	7
3. Arbeitsgruppenphase: Erarbeitung von Umsetzungsstrategien	9
3.1. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Klimaschutz im Alltag“	10
3.1.1. Kieler Klimaschutzinitiativen sichtbar machen	11
3.1.2. Nachhaltige Veranstaltungen (insbesondere Kieler Woche).....	11
3.1.3. Pfandsystem für coffee-to-go-Becher.....	11
3.1.4. Projekte an Schulen/Kitas	12
3.2. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Stadt als Vorbild“	12
3.2.1. Verankerung in der Stadtverwaltung.....	12
3.2.2. Verankerung an der Schnittstelle zwischen Politik und Verwaltung	15
3.2.3. Öffentliche Darstellung der Vorreiterrolle	16
3.3. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Mobilität“.....	16
3.4. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Unternehmen“	20
3.4.1. Akteure und Erfolgsbeispiele	21
3.4.2. Zielgruppen für Ansprachen & Methoden.....	21
3.4.3. Klimaschutzsiegel.....	23
3.5. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Wohngebäude“	24
3.5.1. Bestandswohngebäude	24
3.5.2. Neubaugebiete	26
3.5.3. Allgemeingültige Ansätze und Hemmnisse	26
4. Nächste Schritte und Verantwortlichkeiten für die Umsetzung.....	27
5. Abschluss & Zusammenfassung.....	28

Ausgangslage und Zielsetzung

Der Workshop „Umsetzungsstrategien“ ist der zwölfte aus einer Serie von insgesamt 14 Workshops zur Erstellung des „Masterplan 100 % Klimaschutz“ für die Landeshauptstadt Kiel. Die Zielsetzung des Projekts umfasst in der Landeshauptstadt Kiel die Reduktion der Treibhausgasemissionen um 95 % sowie eine Endenergieeinsparung von 50 % bis zum Jahr 2050 im Verhältnis zum Jahr 1990. In den vergangenen Workshops wurden mit unterschiedlichen Akteuren zu verschiedenen Themenfeldern kreative Ideen gesammelt und diskutiert, wie die Stadt Kiel die Klimaneutralität im Jahr 2050 erreichen kann. Ziel dieses Workshops ist es nun gemeinsam mit engagierten Akteuren der vorangegangenen Workshops zu erarbeiten, wie die identifizierten Klimaschutzmaßnahmen bestmöglich in die Tat umgesetzt werden können und wie diese Aktivitäten in einen kontinuierlichen Prozess in der Kieler Zivilgesellschaft verankert werden können. Es soll darüber diskutiert werden, wie Zielgruppen angesprochen und motiviert werden können, aktiv zu werden (z.B. durch Erfolgsbeispiele oder Wettbewerbe); durch welche Formen der Öffentlichkeitsarbeit die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen vorangebracht werden kann und wie das Engagement der Akteure für den lokalen Klimaschutz in Kiel zukünftig organisiert werden kann (z.B. durch thematische Arbeitsgruppen, Netzwerke). Für die Diskussion dieser Herausforderungen setzt sich der Kreis der Teilnehmenden aus interessierten Akteuren und Bürger*innen der vergangenen Workshops sowie Vertreter*innen anderer am Projekt „Masterplan 100 % Klimaschutz“ beteiligten Organisationen zusammen.

Workshop-Tagesordnung

09:30	40 min	Einführung <ul style="list-style-type: none"> - Ziele und Ablauf des Workshops - Zwischenergebnisse der Konzepterstellung im Projekt „Masterplan 100 % Klimaschutz“
10:10	30 min	Input-Vortrag Der idealtypische Prozess zur Verankerung des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ in der lokalen Gesellschaft <ul style="list-style-type: none"> - Gründung einer Kerngruppe - Willensbildung und Partizipation (u.a. Einbindung lokaler Schlüsselakteure in einer Akteursplattform) - Maßnahmen- und prozessbezogene Umsetzung (u.a. Beginn der Umsetzung und Ausweitung des Netzwerks) - Prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit
10:40	15 min	Pause
10:55	90 min	Arbeitsgruppenphase: Erarbeitung von Umsetzungsstrategien Diskussion in thematischen Arbeitsgruppen: <ul style="list-style-type: none"> - Haushalte/Alltag/Konsum - Mobilität - Unternehmen - Stadt als Vorbild
12:25	35 min	Pause
13:00	30 min	Vorstellung und Diskussion der Arbeitsgruppenergebnisse
13:30	45 min	Nächste Schritte und Verantwortlichkeiten für die Umsetzung <ul style="list-style-type: none"> - Ausblick auf die Phase II des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz (Umsetzungsphase) - Wie können Vorreiter und Vorbilder motiviert werden, sich für den Klimaschutzprozess zu engagieren? - Wer sind Schlüsselakteure für die Umsetzung von Klimaschutz? - Wie kann die Einbindung und Mitarbeit von Akteuren in Zukunft organisiert werden? (z.B. durch thematische Arbeitsgruppen, Netzwerke)
14:15	15 min	Zusammenfassung und Ausblick
14:30		Ende der Veranstaltung

1. Grußworte und Einführung

Zu Beginn der Veranstaltung begrüßt **Andreas von der Heydt** (Amtsleiter, Umweltschutzamt Landeshauptstadt Kiel) die anwesenden Teilnehmer zum Workshop. Er betont, dass eine Erreichung der Klimaschutzziele bis zum Jahr 2050 nur gelingen kann, wenn die gemeinsam entwickelten Maßnahmen aus den vorangegangenen Workshops von den Kieler Akteuren*innen umgesetzt werden. Darüber hinaus wird es in den kommenden Jahren eine zentrale Aufgabe sein, weitere Personen zum Mitmachen zu motivieren und zu aktivieren. Der heutige Workshop hat daher eine hohe strategische Bedeutung, denn es geht darum, die wichtigen Netzwerke zu identifizieren und gemeinsam die Umsetzung voranzutreiben. Der Klimaschutzprozess muss langfristig institutionalisiert werden, um eine Verstetigung zu erreichen. Ziel muss sein, dass das Thema Klimaschutz auch über die geförderte Projektphase hinaus zum „Selbstläufer“ wird. Abschließend betont er die Verantwortung der lokalen Akteure für die Umsetzung der national und international beschlossenen Maßnahmen in der Landeshauptstadt Kiel. Er ermutigt die Teilnehmer*innen zur aktiven Beteiligung am Workshop mit Ideen für die Umsetzungsphase.

Anschließend begrüßen **Anna Muche, Meike Gähje** und **Eyke Bittner** (Umweltschutzamt bzw. Tiefbauamt der Landeshauptstadt Kiel) die Teilnehmer*innen zum Workshop. Sie stellen den Anwesenden das Projekt „Masterplan 100 % Klimaschutz“ vor. Seit dem 01.07.2016 ermittelt das Projektteam, wo es in der Landeshauptstadt Kiel Potentiale zur Einsparung von Energie und Treibhausgasen gibt. Gemeinsam werden in persönlichen Gesprächen und Workshops mit Kielerinnen und Kielern, Akteuren aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Verwaltung kreative und innovative Ideen entwickelt, wie die ambitionierten Klimaschutzziele erreicht werden können. Als Ergebnis wird im Sommer 2017 der Masterplan 100 % Klimaschutz vorliegen. Die darin enthaltenen Maßnahmen weisen den Weg zu einem klimaneutralen Kiel im Jahr 2050, die es im Anschluss umzusetzen gilt. Sie weisen auf die große Resonanz hin, die die Workshops zur Erstellung des „Masterplan 100 % Klimaschutz“ bislang erfahren haben – sowohl von Seiten der Kielerinnen und Kieler als auch von Expertinnen und Experten der beteiligten Unternehmen und Organisationen.

Martin Beer (SCS Hohmeyer|Partner) begrüßt die Teilnehmer*innen von Seiten des Auftragnehmers für die Erstellung des „Masterplans 100 % Klimaschutz“ und stellt die Agenda für den Workshop vor.

2. Inputvortrag „Der idealtypische Prozess zur Verankerung des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ in der lokalen Gesellschaft“

(Martin Beer, SCS Hohmeyer|Partner)

Zu Beginn fasst **Herr Beer** den aktuellen Stand der Konzepterstellung des „Masterplan 100 % Klimaschutz“ für die Landeshauptstadt Kiel zusammen. Nach der kurzen Erläuterung der Methodik erklärt er die in den vorangegangenen Workshops mit den Akteuren der verschiedenen Verbrauchssektoren identifizierten Reduktionspotenziale des Energieverbrauchs. So ist eine Endenergieeinsparung von insgesamt 44 % bis zum Jahr 2050 (gegenüber 1990) durch eine Reihe von Klimaschutzmaßnahmen möglich. Die Deckung des verbleibenden Energieverbrauchs im Jahr 2050 durch CO₂-neutrale Energieträger wurde in einem Expertenworkshop „Energieversorgung 2050“ diskutiert.

Anschließend gibt Herr Beer einen Überblick über den Themenkomplex der Verankerung eines Klimaschutzprozesses in der Gesellschaft. Dies basiert in der Idealvariante auf der Gründung einer Kerngruppe von Schlüsselakteuren, die in ihren Netzwerken über einen überdurchschnittlichen Einfluss, Glaubwürdigkeit und Argumentationskompetenz verfügen (siehe Abbildung 1). Daraus muss sich eine gemeinsame Zieldefinition und Willensbildung entwickeln, die weitere Akteure einbindet. Wichtige Aspekte für eine funktionierende Kerngruppe sind die Kontinuität der handelnden Personen, die Teilnahme auf adäquater hierarchischer Ebene sowie die Diversität der Akteure und deren Kompetenzen. Verbindend wirken Maßnahmen wie ein Corporate Design und eine professionelle Organisationsform.

	T ₀ -Akteur	T ₁ -Akteur	T ₂ -Akteur	T ₃ -Akteur
	Informationsvermittler	Initiierender Schlüsselakteur	Beschleuniger der Schlüsselakteur	Unterstützender Schlüsselakteur
Einfluss	Geringer materieller Einfluss, hoher sozialer Einfluss	Hoher materieller Einfluss, hoher sozialer Einfluss	Hoher materieller Einfluss, hoher sozialer Einfluss	Geringer bis hoher materieller Einfluss, hoher sozialer Einfluss
Hierarchieebene		Führungsebene	Führungsebene Kerngruppe	Führungs-, Zwischen- oder Arbeitsebene

Abbildung 1: Eigenschaften von Schlüsselakteure (Quelle: Europa-Universität Flensburg, 2016)

Daran anschließend wird der Prozess und die Kerngruppe durch die Initiierung von umsetzungsorientierten Maßnahmen mit Leben gefüllt, gestärkt und dadurch auch das Akteursnetzwerk ausgeweitet. Eine wichtige Akteursgruppe, die es frühzeitig anzusprechen und einzubinden gilt sind die sog. „Early Adopters“, die neuen Entwicklungen offen gegenüberstehen, diese schnell annehmen und durch ihre Verwurzelung in der lokalen Gemeinschaft einen entscheidenden Einfluss auf die Verbreitung von bspw. Klimaschutzmaßnahmen haben (siehe Abbildung 2).

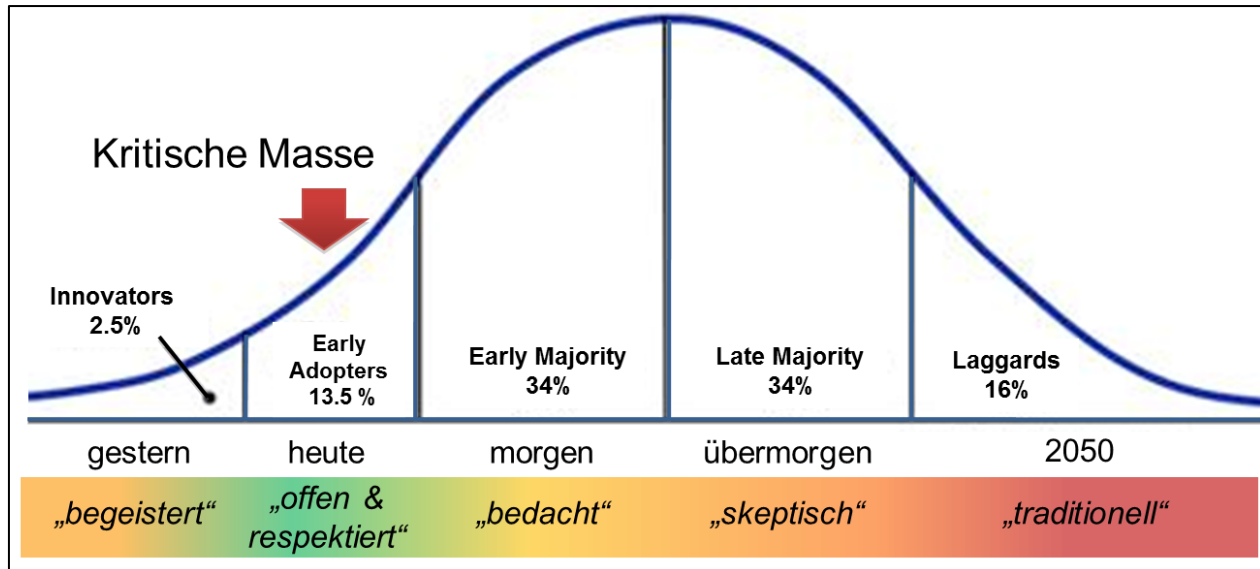


Abbildung 2: Konzept der "Early Adopters" (nach Rogers, 2003 Diffusion of Innovations 5th ed.)

Wichtig für die Verbreitung der Klimaschutzaktivitäten, der Sensibilisierung der Bevölkerung und Gewinnung von Akteuren ist eine kontinuierliche begleitende Öffentlichkeitsarbeit. Dies wird derzeit bereits durch das Büro Greenteam Kommunikation gewährleistet. Im Rahmen des Konzepts zum „Masterplan 100 % Klimaschutz“ sollen darüber hinaus zehn umsetzungsorientierte Maßnahmen (Aktionen, Kampagnen o.ä.) entwickelt werden, die während der ersten Jahre der Umsetzungsphase für eine beschleunigte Verbreitung von Klimaschutzmaßnahmen sorgen sollen. Dies wird durch das Büro Oeding erarbeitet.

Die weiteren Inhalte des Inputvortrags sind der angehängten Präsentation zu entnehmen.

3. Arbeitsgruppenphase: Erarbeitung von Umsetzungsstrategien

Im Anschluss stellt Martin Beer den Teilnehmer*innen die Arbeitsgruppenphase, die für die weitere Diskussion mit den Teilnehmer*innen angeboten wird, vor. In fünf Arbeitsgruppen werden für die Zeit von ca. 90 Minuten Strategien für die Umsetzung der Klimaschutzmaßnahmen diskutiert:

- Klimaschutz im Alltag
- Stadt als Vorbild
- Mobilität
- Unternehmen
- Wohngebäude

Zunächst werden in einem allgemeineren Teil in den thematischen Arbeitsgruppen die Zielgruppen und deren Ansprachen definiert sowie Erfolgsbeispiele mit Vorbildfunktion, sinnvolle Formen der Öffentlichkeitsarbeit und mögliche zukünftige Organisationen der Zusammenarbeit gesammelt. Anschließend werden in den Gruppen konkrete Ideen für die Umsetzungsphase des Masterplans erarbeitet und in Skizzenblättern festgehalten.

Zum Abschluss des Workshops werden die Ergebnisse im Plenum vorgestellt.

3.1. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Klimaschutz im Alltag“

Zu Beginn der Arbeitsgruppenphase wurde den Teilnehmenden eine Auswahl an möglichen Maßnahmen vorgestellt, die in dem Workshop „klimafreundlicher Alltag“ im Januar mit besonderer Priorität genannt wurden. Die Teilnehmer*innen wurde gebeten 3-4 Maßnahmen auszuwählen, die in dieser Arbeitsgruppenphase hinsichtlich einer Strategie zur Umsetzung gemeinsam bearbeitet werden sollen. Ausgewählt wurden folgende Maßnahmen:

- Kieler Klimaschutzinitiativen sichtbar machen
- Nachhaltige Veranstaltungen (insbesondere Kieler Woche)
- Pfandsystem für Coffee-to-go Becher
- Projekte an Schulen/Kitas

Bevor es in die Ideensammlung für die Umsetzung der o.g. Maßnahmen ging, waren sich die Teilnehmenden einig, dass die Grundlage für die Umsetzung von Maßnahmen darin besteht, die Kerngruppe zu vergrößern. Nur so können Projekte auch erfolgreich umgesetzt werden. Als weitere Zielgruppen wurden die Verbraucherzentrale, Neubürger, Migrant*innen, Brot für die Welt, Save our future, AStA, Yoowedoo und die Alte Mu genannt. Darüber hinaus waren sich die Teilnehmer*innen einig, dass klimaschutzrelevante Themen und Projekte stärker präsent sein müssen, beispielsweise durch Beiträge im TV und Radio sowie Printmedien, um somit eine Vielzahl von Personen zu erreichen, zu informieren und zum Mitmachen zu motivieren. Als weiterer wichtiger Aspekt wurde die Vernetzung genannt. Für die Erreichung der Klimaschutzziele ist gemeinsames Handeln und ein guter Informationsaustausch darüber, welche Projekte es gibt, erforderlich. Als Vorschlag wurde hier der Aufbau einer digitalen Plattform genannt. Die Teilnehmer*innen der Arbeitsgruppe halten es für sinnvoll, dass es eine Art Leitfaden gibt wie die sogenannten TO-Akteure anzusprechen sind. Als wichtig wurde erachtet, dass Klimaschutz nicht als eine Einschränkung empfunden wird, sondern als eine Bereicherung. Klimafreundliches Verhalten muss erlebbar gemacht werden und dabei ein „gutes Gefühl“ erzeugen.

3.1.1. Kieler Klimaschutzinitiativen sichtbar machen

Die Teilnehmer*innen der Arbeitsgruppe sind sich einig darüber, dass bereits sehr viel Klimaschutz in der Stadt Kiel betrieben wird, insbesondere von privaten Initiativen und ehrenamtlichen Kieelerinnen und Kielern. Viele dieser guten Projekte sind bisher allerdings leider nicht ausreichend sichtbar für die Kieler Bevölkerung. Hier besteht dringender Handlungsbedarf. Es wird vorgeschlagen eine feste Rubrik in den Kieler Nachrichten einzurichten, in der regelmäßig über klimaschutzrelevante Themen berichtet wird, Veranstaltungen kommuniziert werden und Initiativen und Projekte vorgestellt werden können. Es wird der Wunsch geäußert die bestehenden Klimaschutzprojekte und Initiativen stärker in Veranstaltungen mit einzubeziehen, um Sie für die Kieelerinnen und Kielern sichtbar zu machen. Darüber hinaus wurde der angeregt einen Wegweiser für nachhaltigen Konsum zu erstellen.

3.1.2. Nachhaltige Veranstaltungen (insbesondere Kieler Woche)

Veranstaltungen werden von den Teilnehmer*innen als eine gute Möglichkeit gesehen eine klimafreundliche Lebensweise erlebbar zu machen und Aspekte des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit möglichst vielen Personen zu vermitteln. Über Veranstaltungen jeglicher Art können insbesondere Personenkreise erreicht werden, die sich bisher noch nicht für den Klimaschutz interessiert haben. Besonders hervorgehoben wurde die Kieler Woche mit ihrer nationalen und internationalen Ausstrahlungskraft und einer sehr hohen Besucherzahl mit sehr unterschiedlichen Zielgruppen. Die Teilnehmer*innen sind der Meinung, dass die Stadt Kiel bei diesem Event mit gutem Beispiel vorangehen muss und die Kieler Woche zu einer nachhaltigen Veranstaltung machen sollte. Neben einem nachhaltigen Veranstaltungsmanagement zu dem beispielsweise Aspekte wie die Energieversorgung und die Vermeidung von Einweggeschirr gehören, zählen u.a. die An- und Abreise der vielen Besucher, die Mobilität vor Ort sowie das Angebot der Aussteller zu den wichtigen Ansatzpunkten. Eine Mitarbeiterin des Kieler Woche Büros war Teilnehmerin der Arbeitsgruppe und berichtete von positiven Beispielen, die bereits auf der Kieler Woche umgesetzt werden.

3.1.3. Pfandsystem für coffee-to-go-Becher

Die Teilnehmer*innen sehen ein großes Potential zur Abfallvermeidung und Ressourcenschonung in der Einführung eines Pfandsystems für coffee-to-go Becher. Es müssen in Kiel möglichst viele Cafés und Bäckereien zum Mitmachen motiviert werden, so dass es für die Konsument*innen möglich ist, sich an einem Standort ein Getränk in einem Becher mitzunehmen und diesen an einem anderen Standort abzugeben. Frau Gähje informiert darüber, dass es in Kiel bereits eine Arbeits-

gruppe gibt, die sich mit diesem Thema beschäftigt. Es ist angedacht ein Pfandsystem mit einem einheitlichen Becher einzuführen.

3.1.4. Projekte an Schulen/Kitas

Ein weiteres Handlungsfeld, das von den Teilnehmer*innen als besonders wichtig erachtet wurde ist die Durchführung von Projekten an Kindertageseinrichtungen und Schulen. Klimaschutzrelevante Themen müssen möglichst frühzeitig an Kinder und Jugendliche herangetragen werden, um schon in jungen Jahren ein Bewusstsein für den schonenden Umgang mit Ressourcen zu schaffen. Auch Aspekte der klimafreundlichen Ernährung sollten frühzeitig an die heranwachsenden Generationen herangetragen werden. Als Hemmnis wird genannt, dass an die Schulen häufig eine Vielzahl von Bildungsangeboten herangetragen wird und die Schulleitungen mit der Entscheidung für die „richtigen“ Projekte überfordert sind und daher häufig keine dieser Projekte durchführen. In der Regel werden klimaschutzrelevante Projekte an Kitas und Schulen erfolgreich umgesetzt, wenn eine Lehrkraft mit einem Interesse und Eigenengagement für das Thema existiert.

3.2. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Stadt als Vorbild“

In den vorangegangenen Workshops wurde immer wieder deutlich, dass viele Akteure in Kiel von der Landeshauptstadt erwarten, im Klimaschutz als Vorreiterin vorweg zu gehen. In der Arbeitsgruppe „Stadt als Vorbild“ wird nun diskutiert, wie diese Vorreiterrolle zukünftig noch mehr ausgefüllt werden kann und welche Formen der Verankerung / des sogenannten „Climate Mainstreaming“ es hierfür in der Stadtverwaltung und der Politik bedarf. Es werden die Aspekte „Verankerung in der Stadtverwaltung“, „Verankerung an der Schnittstelle zwischen Politik und Verwaltung“ sowie „öffentliche Darstellung der Vorreiterrolle“ diskutiert.

3.2.1. Verankerung in der Stadtverwaltung

Die Verankerung in der Stadtverwaltung sollte auf allen Ebenen und bereichsübergreifend erfolgen. Aus diesem Grund werden zunächst die Möglichkeiten der Verankerung auf Ebene der Verwaltungsleitung diskutiert, bevor ämterübergreifende Herangehensweisen und anschließend die Umsetzung auf der Ebene eines*r jeden Mitarbeiter*in betrachtet werden.

Verwaltungsleitung

Die Verwaltungsleitung wird von den Teilnehmer*innen als „Kerngruppe“ für die Verankerung der Ziele und Maßnahmen des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ gesehen. Es wird auf die große Bedeutung für den Erfolg des Klimaschutzprozesses sowohl auf Ebene der Gesamtstadt als im Besonderen auch auf Ebene der Verwaltung selbst hingewiesen, die in der verstärkten Einbindung

der Verwaltungsleitung liegt. Oberbürgermeister, Bürgermeister und Dezernent*innen sollten als Treiber*innen des Prozesses sowie als zentrale Multiplikator*innen und Vorbilder auftreten, die für den Klimaschutz in Kiel persönlich ein- und geradestehen.

Der Klimaschutz ist bereits eines von fünf strategischen Zielen der Landeshauptstadt Kiel („Klimaschutzstadt“). Es wird in der Verantwortung der Verwaltungsleitung gesehen, die entsprechenden Ziele und Maßnahmen ernsthaft zu verankern und voranzubringen und mit einem ausreichenden Budget für die Umsetzung zu versehen.

Ämterübergreifende Kooperation

Gerade da es noch viele weitere bereichsübergreifende strategische Ziele der Landeshauptstadt Kiel gibt, wie etwa die „Soziale Stadt“ oder die „Innovative Stadt“ kann es zu positiven Wechselwirkungen zwischen diesen Zielen aber auch zu Zielkonflikten kommen. Es wird durch die Teilnehmer*innen angeregt, dass die Synergien mit anderen bereichsübergreifenden Zielen deutlich herausgearbeitet werden. Als Beispiel für derartige Synergieeffekte wird die nachhaltige Mobilität, insbesondere die Förderung des Fuß- und Radverkehrs, mit dem Ziel der Gesundheitsförderung gesehen. Auch die Beratung und Vernetzung von lokalen Unternehmen zum Themenbereich Energieeffizienz kann auch eine interessante Maßnahme der Wirtschaftsförderung darstellen. Die entsprechenden Synergien sollten klar dargestellt und wenn möglich auch monetär quantifiziert werden.

Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass das Thema Klimaschutz und die Ziele und Projekte des „Masterplan 100 % Klimaschutz“ häufig in die Runde der Amtsleiter*innen eingebracht werden und auch eine stärkere Einbindung der jeweiligen Amtsleiter*innen besteht, für deren Ämter sich positive Synergieeffekte aber auch Hemmnisse und Zielkonflikte ergeben können. Auf diese Weise sollte darauf hingearbeitet werden, dass die ämterübergreifende Kooperation für den Klimaschutz noch einmal verstärkt wird.

Als Anregung für die Umsetzungsphase des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ wird genannt, dass das Umweltschutzamt und das Tiefbauamt als verantwortliche Ämter eine Serie von Workshops mit jedem betroffenen Fachamt durchführen. Im Rahmen dieser Workshops sollten die gemeinsamen und individuellen Handlungsmöglichkeiten sowie die Hemmnisse für die Umsetzung diskutiert werden, um darauf aufbauend Lösungsansätze zu entwickeln und Einigung über die künftige Form der Zusammenarbeit herzustellen.

Ein sehr gutes Beispiel für die derzeitige ämterübergreifende Zusammenarbeit für den Klimaschutz sind die Aktivitäten der Landeshauptstadt im Rahmen des European Energy Awards. Die Arbeitsgruppe sowie die regelmäßig erfolgende Zertifizierung durch einen fachkundigen Dritten hat in der Vergangenheit zu zahlreichen Erfolgen (Goldzertifizierung 2014) geführt und sollte dementsprechend auch für die Umsetzung des „Masterplan 100 % Klimaschutz“ ein zentrales ämterübergreifendes Netzwerk darstellen – unter verstärkter Einbindung der jeweiligen Amtsleiter*innen.

Kommunale Immobilien

Aufgrund des hohen Anteils am Energieverbrauch innerhalb des Einflussbereichs der Landeshauptstadt Kiel werden die kommunalen Immobilien und die Verankerung der Ziele und Maßnahmen des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ in der Arbeitsgruppe separat diskutiert. Für die Zielerreichung elementar ist nach Einschätzung der Teilnehmer*innen die Verankerung / Weiterentwicklung eines strategischen Energiemanagements. Auf der grundlegenden Basis eines Sets aus energetischen Standards für die Gebäudesanierung und den Neubau von Gebäuden (InBA-Standard) sollten darüber hinausgehende Einsparmöglichkeiten – etwa durch zusätzliche Dämmung oder die Nutzung regenerativer Energieträger – in Abhängigkeit der Wirtschaftlichkeit geprüft und bei positiven Ergebnissen umgesetzt werden. Dies bedarf eines höheren Aufwands für die Planung und Bewertung von Maßnahmen, führt jedoch unter energetischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu positiven Ergebnissen. Das Modell, welches in der Landeshauptstadt Kiel für die Kompensation von nicht vermeidbaren zusätzliche Energieverbräuchen durch Maßnahmen in anderen Bereichen praktiziert wird, ist ein gutes Beispiel für die Vorgehensweise des strategischen Energiemanagements und sollte stärker genutzt werden.

Nutzer*innenverhalten

Eng verknüpft mit dem baulich bedingten Energieverbrauch von Gebäuden und Anlagen ist der Energieverbrauch, der durch das Verhalten der jeweiligen Gebäudenutzer*innen entsteht. Es werden sehr viele Bereiche identifiziert, auf die ein angepasstes Nutzerverhalten im Sinne der Energieeffizienz und des Klimaschutzes große Auswirkungen haben kann: Verwaltungsgebäude, Schulgebäude, Kindertagesstätten, dienstliche Mobilität oder die Wege der Mitarbeiter*innen zur Arbeit.

Während Dienstanweisungen zur Steuerung des Nutzerverhaltens in einigen Bereichen als sinnvolles Instrument für die Förderung des Klimaschutzes darstellen (z.B. bei der Verkehrsmittelwahl

auf Dienstreisen wie etwa der Nutzung von Carsharing anstelle des privaten Pkw), wird dieses Instrument für andere Bereiche wie z.B. dem energieeffizienten Verhalten der Mitarbeiter*innen im Büro als weniger zielführend gesehen. In diesen Bereichen greifen eher andere Instrumente wie etwa Kampagnen, Aktionen oder Wettbewerbe.

Es wird im Kreis der Teilnehmer*innen festgehalten, dass in der Vergangenheit bereits in sehr vielen Bereichen und Zielgruppen Kampagnen und Formate durchgeführt wurden, die die Veränderung des Nutzerverhaltens zum Ziel hatten. Als Beispiele sind hier das Projekt fifty-fifty in Schulen und Kindertagesstätten oder Kampagnen zum Energiesparen im Büro genannt. Häufig wurden diese Formate aufgrund einer Förderung oder aufgrund ihres Pilotcharakters nur zeitlich befristet umgesetzt. Es wird angeregt, dass im Rahmen der Umsetzung des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ eine Bestandsaufnahme durchgeführt wird, welche Formate mit welchen Stärken und Schwächen in der Vergangenheit Anwendung fanden. Auf Basis der Erfahrungen sollten auch zukünftig geeignete Formate weiterentwickelt und für deren Verstetigung priorisiert werden. Ziel sollte es sein, solche geeigneten Formate dauerhaft in der Stadtverwaltung zu verankern.

Netzwerkbildung

Ob über den European Energy Award oder das kommunale Energiemanagement – die Netzwerkbildung für den Erfahrungsaustausch sowohl stadtintern als auch extern sollte weitergeführt und ggf. ausgebaut werden, da hieraus wertvolle Erkenntnisse und Erfahrungen gewonnen werden können. Als Beispiel wird der Erfahrungsaustausch oder die Nutzung von Formaten und Kampagnen des Klimaschutzmanagements der Kieler Hochschulen genannt oder Netzwerke von Energiemanager*innen anderer Städte.

3.2.2. Verankerung an der Schnittstelle zwischen Politik und Verwaltung

Auch die Initiativen und Beschlüsse aus der Politik sollten zukünftig im Sinne des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ erfolgen, um die Ziele erreichen zu können. Auch bei Beschlüssen, die vordergründig nicht viel mit Energieeffizienz und Klimaschutz gemein haben, können allerdings positive oder negative Auswirkungen auf die gesetzten Klimaschutzziele die Folge sein. Als Beispiele hierfür können der Beschluss von Bebauungsplänen oder die weitere Förderung von urbanen Stadtteilzentren gesehen werden.

Im Fall von für den Klimaschutz bedeutenden Weichenstellungen durch die Politik sollten die Auswirkungen der damit verbundenen Ratsvorlagen auf die Konformität mit den Zielsetzungen des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ geprüft und das Ergebnis entsprechend kommuni-

ziert werden, damit es durch die Politik bei der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden kann. Es ist nach Einschätzung der Teilnehmer*innen nicht bloß damit getan, dass in der Ratsvorlage ein Haken gesetzt werden kann, der bestätigt, dass die Ziele des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“ positiv, negativ oder gar nicht beeinflusst werden. Vielmehr sollten wichtige Vorlagen durch eine fachlich geeignete Stelle geprüft und auf die Auswirkungen und Zielkonformität hin untersucht werden. Es wird jedoch darauf hingewiesen, dass der Aufwand für diese Prüfungen z.T. sehr hoch sein kann. Hier sollte also entsprechend der Bedeutung der jeweiligen Vorlagen eine im Alltag praktikable und effektive Lösung gefunden werden.

3.2.3. Öffentliche Darstellung der Vorreiterrolle

Zum Abschluss der Arbeitsgruppe werden im Kreis der Teilnehmer*innen Ideen gesammelt, anhand von welchen Maßnahmen sich die Landeshauptstadt Kiel als Vorreiterin in Sachen Klimaschutz in der Öffentlichkeit präsentieren kann.

In dieser Diskussion wird zum einen auf die Möglichkeit hingewiesen, dass Dienstfahräder (auch Lastenräder) gute Werbeträger sein können, die im Stadtbild häufig – zukünftig bei Umsetzung von Maßnahmen des betrieblichen Mobilitätsmanagements noch häufiger – angetroffen werden können. Auch neue Diesel-Hybridbusse der KVG könnten als in doppelter Hinsicht klimafreundliche Verkehrsmittel gut als Werbeträger (z.B. für die Marke und den Claim des Projekts „Masterplan 100 % Klimaschutz“) genutzt werden.

Als weitere Anregung wird genannt, dass auf Schuldächern errichtete Photovoltaikanlagen insbesondere mit Bezug auf ihre technische Umsetzung und ihrer Wirtschaftlichkeit in der Öffentlichkeit als positives Beispiel dargestellt werden können, das von Gebäudeeigentümerinnen und Gebäudeeigentümern gut nachgemacht werden kann.

3.3. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Mobilität“

Die Arbeitsgruppe diskutierte zunächst über den vorgestellten Ansatz der „Early Adopters“. Die Teilnehmer*innen sind hier der Auffassung, dass aufgrund der prozentualen Anteile der Nutzung des ÖPNV und Radverkehr, die Schwelle der „Early Adopters“ bereits lange überschritten sei und man sich eher in der Phase der „Early Majority“ befindet. Die wesentlichen Herausforderungen bestehen daher nach Auffassung der Gruppe, zu großem Teil eher in der Umsetzung zur Massentauglichkeit die Infrastruktur dieser sich bereits vollziehenden Wandlungsbewegung anzupassen. Spezielle herauszuhebende Zielgruppen zur Ansprache in den Umsetzungsstrategien

zu benennen wurde daher in der Diskussion zunächst nicht als zielführend betrachtet. Im Mittelpunkt der Diskussion standen daher eher anzuwenden Kommunikationsstrategien.

Zuvor einigte sich die Gruppe jedoch auf die Feststellung, dass für den Bereich des städtischen Busverkehrs die Kapazität zur weiteren Aufnahme größerer Fahrgastströme momentan nicht vorhanden seien. Wenn man bisher nicht Busnutzende von dem Angebot überzeugen möchte, ist der angebotene Reisekomfort zu Spitzenzeiten vermutlich als nicht ausreichend überzeugend einzuschätzen. Daher sollten allgemeine Kampagnen in diesem Bereich erst nach einer Ausweitung des Verkehrsangebots verstärkt verfolgt werden.

3.3.1. Kommunikationsstrategien

Die Teilnehmer*innen diskutierten unterschiedliche Ansätze, wie positiv für eine andere Mobilität geworben werden könnte. Wichtig ist es nach Auffassung der Teilnehmer*innen, dass vielfach nicht die Botschaft etwas für den Klimaschutz im Zentrum der Kommunikation stehen sollte, sondern die Betonung auf den Gewinn für den Einzelnen liegt. Z.B. den positiven Einfluss des Radfahrens auf den allgemeinen Gesundheitszustand oder von realen Reisezeitvorteilen bei der Nutzung des Rades. Die Motivation etwas für den Klimaschutz zu tun, ist vielfach weniger ansprechend, als die sich nebenbei erschließenden anderen positiven Nebeneffekte materieller oder qualitativer Art.

Speziell im Fall von stark auseinanderklaffenden Lücken von Erwartungshaltung der Mobilitätsnutzer und mangelhaft empfundenen Angebot der Infrastruktur könnte ggf. auch eine entkrampfte Kommunikationsstrategie gewählt werden. So sollte auf humoristische Art und Weise mit Vorurteilen und den ja durchaus bekannten Kritikpunkten begegnet werden, um so Sympathiewerte zu erschließen, wo Angebotsanpassungen ja in der Regel erst nach längerer Zeit erfolgen.

3.3.2. Wettbewerbe

Die Durchführung von Wettbewerben wurde von den Teilnehmer*innen allgemein als positive Möglichkeit gesehen Menschen zu erreichen, die bisher vielleicht noch keinen direkten Impuls zur Hinterfragung des eigenen Mobilitätsverhaltens hatten. Um hier jedoch tatsächlich neue Gruppen anzusprechen, ist eine entsprechende Anreizbildung über den Preis notwendig. So könnte z.B. die bevorzugte Einrichtung einer Mobilstation oder ähnliches zu einer Kollektivleistung des Stadtteils beitragen. Darüber hinaus sollte der wettbewerbliche Charakter in Form von Teamleistungen adressiert werden, um über entstehende Gruppendynamiken auch ansonsten schwer

adressierbare Teilnehmer*innen zu gewinnen. Als Beispiel wurde hier genannt, dass ein Teamwettbewerb durchgeführt werden könnte, wer in einem definierten Zeitraum am Meisten Auto-km vermeiden kann. Dies könnte über den geschickten Einsatz von Smartphone Apps täglich gesammelt werden. Im Gegensatz zu bereits bekannten Radfahrkampagnen sollte hier bewusst auch der ÖPNV integriert werden, um auch Leute anzusprechen, die einen weiteren Reiseweg auf sich nehmen und für die aus diesen Gründen das Fahrrad als Alternative ausscheidet. Die Zielgruppen der Studierenden und Arbeitnehmer*innen werden als in diesem Feld besonders zugänglich eingeschätzt.

3.3.3. *Kampagnen zu Schüler*innenverkehr*

Eine vertiefte Diskussion wurde über die Zielstellung Veränderungen im Hol- und Bringverkehr an Schulen zu erreichen. Grundsätzlich wird es nicht nur aus dem Klimaschutzaspekt als schwierig erachtet, dass viele Eltern ihre Kinder täglich mit einem Pkw zur Schule fahren. Vielfach finden solche Hol- und Bringverkehre aufgrund der Auffassung statt, dass das Umfeld einer Schule wegen dem starken Pkw-Verkehr ein unsicheres Umfeld für das Kind ist. Dies hat zur Folge, dass es sich um einen selbstverstärkenden Effekt handelt, weil mit ansteigendem Hol- und Bringverkehr nach und nach immer mehr Eltern die Auffassung gewinnen, dass das Schulumfeld zu unsicher für die Eigenständigkeit des Kindes im Straßenverkehr ist. Darüber hinaus wird Kindern die Möglichkeit genommen durch selbstständige Teilnahme am Straßenverkehr einen sicheren Umgang mit diesem zu erlernen. Um in diesem Feld Änderungen zu erwirken, wird es von den Teilnehmenden daher empfohlen die Thematik der Sicherheit der Kinder zu nutzen, um auch gerade die Eltern mit erhöhtem Sicherheitsbedürfnis effektiv auf die negativen Auswirkungen des eigenen Handelns ansprechen zu können. Unter identifizierten Lehrer*innen die mit Leidenschaft für weniger Autoverkehr im Schulumfeld eintreten, könnte sich zudem die Moderation einer Arbeitsgruppe anbieten. Dies ermöglicht in diesem Fall auch zielgruppengerechte Unterstützungsangebote für diese Multiplikatoren zu organisieren, die im Alltag dann auch tatsächlich Sinn machen (z.B. Besuch einer mobilen Fahrradwerkstatt um verkehrsunsichere Fahrräder von Kindern in Schuss zu bringen).

Allgemein wurde jedoch angemerkt, dass die Zusammenarbeit mit Schulen als besondere Herausforderung birgt, dass diese von so vielen Richtungen adressiert werden und so das durchdringen der zwangsweise antrainierten Filterblase sehr schwer ist. Daher wird empfohlen grundsätzlich eher auf direkte Ansprachen zu setzen. Es muss in erster Linie auch nicht direkt eine Schulleitung erreicht werden, sondern es können auch einzelne Pädagogen hierfür gute

Multiplikatoren sein. Als gezielte Maßnahme um in der Belegschaft solche Multiplikatoren aus zu machen könnten beispielsweise Diensträder zum Dienstgebrauch offeriert werden.

Als Umsetzungshindernis wurde zudem berichtet, dass im Fall einer Kieler Schule bekannt ist, dass aufgrund von zu geringer Abstellkapazität im Fahrradkeller ein allgemeines Fahrradfahrverbot für alle Kinder, die nicht über eine gesonderte Genehmigung verfügen, ausgesprochen worden ist. Dies wird allgemein als sehr unglücklich aufgefasst und müsste im Sinne des „Masterplan 100% Klimaschutz“ dringend beseitigt werden.

Als weitere Bedingung um entsprechende Veränderungen im Schüler*Innenverkehr überhaupt zu erreichen wird seitens der Teilnehmenden beschrieben, dass im Umfeld von Schulen Anordnungen zum Gehwegparken auf den Prüfstand gestellt werden sollen. In vielen Fällen reicht die dann verbleibende Gehwegbreite für bequemen und sicheren Fußverkehr nicht aus.

3.3.4. Vision „Kiel nachhaltig mobil 2050“

Es wird darauf hingewiesen, dass zur Verdeutlichung der positiven Effekte einer Entlastung des Straßenraumes von stehenden Fahrzeugen sich die Anwendung von Formaten wie der international jährlich durchgeführte „Parking Day“ eignen können. Bei diesem Tag wird durch unterschiedliche Gruppen auf Parkplätzen im öffentlichen Straßenraum ein Ort eingerichtet, der zum Verweilen einlädt. Beispielsweise durch ausrollen von Rollrasen, aufstellen von Parkbänken, Picknickdecken oder ähnliches. Wichtig ist, dass vorbeikommende wahrnehmen, dass durch die Belegung dieser Fläche durch stehende Pkw ein Vielfaches an Lebensqualität im öffentlichen Raum verloren geht, die aber mit engagiertem Handeln auch schnell wieder herzustellen ist.

3.3.5. Pilotquartiere für nachhaltige Mobilität

Es wird angemerkt, dass bei der Einrichtung von Pilotquartieren für nachhaltige Mobilität, die Anforderung möglichst geringen Pkw Besitz in diesem zu erreichen nicht über zwangsweise Verzichtserklärungen der Bewohner*Innen erreicht werden sollte. Die tatsächliche Autofreiheit der Bewohner*Innen in Freiburg-Vauban wird beispielsweise von Bewohner*Innen umliegender Wohnstraßen sehr kritisiert, weil den Bewohner*Innen des autofreien Quartiers unterstellt wird heimlich über andere Personen angemeldete Pkw in den umliegenden Wohnstraßen zu parken. Dies führt zu einer negativen Stimmung und sollte vermieden werden.

3.3.6. Weitere genannte Maßnahmen

Finanzierung von Investitionen im Bereich des ÖPNV durch eine Bürgeranleihe

Zur deutlichen Qualitätsverbesserung des städtischen Personen Nahverkehrs werden mutmaßlich hohe Millionenbeträge für bauliche Änderungen benötigt. Aus Reihen der Teilnehmenden wird daher angeregt eine Bürgeranleihe zur Finanzierung zu prüfen. Insbesondere das allgemein niedrige Zinsumfeld für Privatleute könnte diese Form der Anlage attraktiv machen.

Verbesserungen in Smartphone Nahverkehrs Apps

Um die ÖPNV Nutzung intuitiv zu gestalten wird betont, dass mehr Aufmerksamkeit darauf verwendet werden sollte die Darstellung in bekannten Apps (z.B. Öffis) zu stärken um deren volle Funktionalität (inkl. Fußgänger Navigation) verfügbar zu machen.

Konsequente Verkehrsraumüberwachung und Einhaltung gültiger Normen bei Verkehrsanordnungen

Von Teilnehmenden wird zudem angemerkt, dass im Bereich der Überwachung des ruhenden Verkehrs viele Mangelsituationen aufgrund einer zu großzügigen Toleranz gegenüber Verkehrswidrigem Parken verschärft werden. Auch sei im Rahmen von verkehrsrechtlichen Anordnungen vielfach zu Lasten von Fußgänger*Innen und Radfahrer*Innen Verkehrsfläche (trotz eindeutiger Bestimmungen) dem Pkw-Verkehr zur Verfügung gestellt worden. Es wird das eine Verbesserung der Zustände nicht mit Investitionen verbunden sind gleichwohl aber auch ein großes Änderungspotential in Bezug auf die Verkehrsmittelwahl besitzen und daher aus Sicht der Teilnehmenden vorrangig ist gegenüber langfristigen Strategien.

3.4. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Unternehmen“

In der Arbeitsgruppe zum Thema Unternehmen wird von einigen Teilnehmer*innen zunächst auf ein paar grundsätzliche Unterscheidungen hingewiesen, die man bei der Diskussion zum Thema beachten sollte: Zum einen könne man mit Klimaschutzmaßnahmen Unternehmen mit einem Hauptsitz in Kiel adressieren. Diese sollten im Fokus stehen, da sie u.U. ein höheres Interesse an lokalen Aktivitäten haben. Zum anderen könnten aber auch Unternehmen mit nur einer Filiale in Kiel eine Zielgruppe sein, die aber vermutlich aufgrund der fehlenden lokalen Verwurzelung eine geringere Eigenmotivation haben. Als nächstes muss man sich im Klaren darüber sein, ob man die Energieeffizienz der unternehmensinternen Prozesse, Gebäude etc. als Ziel habe oder ob es um die Vermarktung energieeffizienter Produkte geht (die nicht zwangsläufig auch in einem energieeffizienten Unternehmen produziert werden müssen). Davon abhängig müssten sich Methode, und Themen, mit denen man die Unternehmen kontaktiert, unterscheiden.

Einig waren sich die Diskutant*innen, dass eine direkte Ansprache auf sachlicher Ebene am vielversprechendsten sei. Aus bisherigen Versuchen der Landeshauptstadt Kiel wurde aber auch deutlich, dass die Frage, welche Personen in einem Unternehmen konkret angesprochen werden muss, bereits das erste nicht zu unterschätzende Hindernis ist.

3.4.1. Akteure und Erfolgsbeispiele

Aus dem Kreis der Teilnehmer*innen wurden einige Aktionen genannt, die bereits in die Richtung einer Einbindung von Klimaschutz in Unternehmen zielen: ein Unternehmensfrühstück zum Thema „Corporate Social Responsibility“ oder ein in der Vergangenheit ins Leben gerufener Arbeitskreis „Energieeffiziente Unternehmen“ (der Landeshauptstadt Kiel in Zusammenarbeit mit der IB.SH). Auch wurde auf die Klimaschutzinitiative des deutschen Handelsverbandes verwiesen sowie auf die oft schon bei (größeren) Unternehmen vorhandenen Nachhaltigkeitsstrategien.

Als Akteure, an deren Aktivitäten und Netzwerke man anknüpfen kann, wurden u.a. der Handels- und Industriepark HIP Kiel Wellsee e.V., die Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH, die Industrie- und Handelskammer zu Kiel, die Handwerkskammern aber auch Initiativen wie den Gewerbeverein „Die Holtenuaer“, der Förderkreis Kieler Altstadt e.V. oder der Kieler Kaufmann e.V. genannt.

3.4.2. Zielgruppen für Ansprachen & Methoden

Als nächstes wurden verschiedene Zielgruppen innerhalb des Unternehmenssektors identifiziert, die es gezielt und auf unterschiedliche Art und Weise anzusprechen gilt, um sie zur Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zu motivieren bzw. in den Kieler Klimaschutzprozess einzubinden.

Entscheidungsträger in Unternehmen

Die Ansprache über die Entscheidungsträger in Unternehmen (Geschäftsführungsebene) ist nach Meinung der Diskutant*innen besonders dann notwendig, wenn sich die Unternehmen bisher nicht oder nur kaum mit dem Thema Energieeffizienz und Klimaschutz beschäftigt haben. Insbesondere bei großen Unternehmen ist diese Ebene für den Einstieg ins Thema der richtige Adressat.

Neben der direkten Ansprache durch die Verantwortlichen des kommunalen Masterplanmanagements sind hier die allgemeine Information zu Klimaschutz und das Herausstellen von Klimaschutzmaßnahmen als Wettbewerbsvorteil wichtig. Dazu sollten Maßnahmen möglichst konkret dargestellt werden, idealerweise auch in Kombination mit der Vorstellung vorbildhafter Unter-

nehmen. Zudem kann die Ansprache auch durch Medien wie das IHK-Magazin (eingeschränkter auch durch die Kieler Tageszeitungen) geschehen.

Arbeitsebene in Unternehmen

Der Kontakt zu Unternehmen über die Verantwortlichen Mitarbeiter*innen auf Arbeitsebene ist besonders dann sinnvoll, wenn sich dort bereits mit den Themen Energieeffizienz und Klimaschutz aus eigenem Antrieb beschäftigt wird. Dann gilt es, die Unternehmen durch Hilfestellungen und Vernetzung zu spezifischen Themen zu unterstützen. Hier wurden als sich anbietende Methoden jährliche Fachmessen, direkte Erfahrungsaustausche und Firmenbesuche vor Ort genannt. Es wurde darauf hingewiesen, dass sich Neubauten besonders anbieten, um sichtbar Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen. (Anregung einer Veranstaltung mit der Architektenkammer und beratenden Unternehmen).

KMU/inhabergeführte Einzelunternehmen

Kleine und mittelständische sowie inhabergeführte Einzelunternehmen unterscheiden sich von großen Unternehmen v.a. dadurch, dass die Verantwortlichen häufig kaum (zeitliche) Ressourcen haben, um sich intensiver mit den Themen Energieeffizienz und Klimaschutz zu beschäftigen. Hier sollte zunächst auf die Unternehmen zugegangen werden, die grundsätzlich eine offene Einstellung zu den Themen zeigen. Diese Unternehmen gilt es themenspezifisch anzusprechen, auch wenn man dazu eine große Bandbreite an Themen bespielen muss.

Als wichtige Methoden wurde die zielgruppengerechte Bekanntmachung von bestehenden Beratungsangeboten genannt. Auch Hinweise auf Netzwerke, die niedrigschwellig Hilfe, Beratung und Vernetzung bieten, wurde als sinnvoll erachtet.

*Mitarbeiter*innen*

Neben den „klassischen Zielgruppen“ in der Entscheidungsebene von Unternehmen wurden auch die Mitarbeiter*innen der Unternehmen als relevante Zielgruppe zur Ansprache für Klimaschutz und Energieeffizienz identifiziert. Diese müssen insbesondere mit Themen angesprochen werden, die sich vielmehr auf Verhaltensmaßnahmen im Arbeitsalltag beziehen. Der Vorschlag für einen Klimaschutzpreis für Mitarbeiter*innen wurde andiskutiert.

Unternehmen mit energieeffizienten Produkten

Neben dem eingangs angesprochenen Ziel der Beeinflussung der unternehmensinternen (Produktions-) Prozesse sind eine weitere Zielgruppe Unternehmen, die energieeffiziente Produkte her-

stellen. Für diese wurde die Schaffung einer Plattform angeregt, über die eine öffentlichkeitswirksame Bewerbung der Projekte erfolgen kann. Hier gilt es zu differenzieren zwischen Unternehmen, die für den überregionalen Markt produzieren und solchen, die ihre Produkte vorwiegend innerhalb der Stadt Kiel absetzen.

Bestehende Unternehmensnetzwerke

Als letzte Zielgruppe wurden bereits bestehende Unternehmensnetzwerke genannt, die stärker als Multiplikatoren in den Klimaschutzprozess einzubeziehen sind. Diese bieten bereits eine etablierte Organisationsform, regelmäßige Zusammenkünfte oder Kommunikationskanäle. Kurz erwähnt wurden Beispiele wie die Information zu Fördermitteln oder die Organisation eines gemeinsamen Stromeinkaufs für Netzwerkmitglieder als Anknüpfungspunkte für Klimaschutzmaßnahmen.

Weitere Aspekte & Maßnahmen

Unabhängig von der Diskussion um Zielgruppen wurden ein paar weitere Aspekte genannt, die für den Unternehmenssektor relevant sind:

- Es wurde angeregt bei der Unternehmensansiedlung stärker Nachhaltigkeitsaspekte zu berücksichtigen. Auch die Einrichtung nachhaltiger Gewerbegebiete im Hinblick auf die bereitzustellende Infrastruktur und das Image wurde vorgeschlagen.
- Insbesondere für kleine Unternehmen scheint den Diskutant*innen ein Eigentümerwechsel als geeigneter Zeitpunkt, um Klimaschutz- und Energieeffizienzthemen einzubringen. Die strukturellen und personellen Veränderungen senken die Hemmschwelle, im selben Moment weitere Veränderungen wie Klimaschutzmaßnahmen umzusetzen.
- Des Weiteren wurden Wettbewerbe für Unternehmen angeregt.

3.4.3. Klimaschutzsiegel

Abschließend wurde der letztgenannte Punkt weiter vertieft, indem die Teilnehmer*innen über die Aspekte eines Klimaschutzsiegels für Kieler Unternehmen diskutierten. Schnell einig waren sie sich in der Forderung, dass es für kleine, mittlere und große Unternehmen unterschiedliche Kriterien und Anforderungen geben muss, diese aber insgesamt gering bzw. niedrigschwellig sein sollten. Über erlangte Siegel sollte dann öffentlich berichtet werden. Zudem wurde ein Titel angeregt, mit dem ausgezeichnete Unternehmen für sich werben könnten (z.B. „Offizieller Partner des Kieler Masterplans“ o.ä.).

Es wurde aber auch darauf hingewiesen, dass es bereits eine Reihe von (überregionalen bzw. nationalen) Siegeln gibt, deren Ver-/Anwendung man stärker bewerben könnte, um deren Strahlkraft und Vorbildwirkung zu nutzen. Daraus leitete sich in der Diskussion die Forderung nach einer Recherche ab, welche Kieler Unternehmen bereits welches Siegel nutzen. Ein zentrales Verzeichnis inkl. Informationen wurde angeregt.

3.5. Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Wohngebäude“

Die Teilnehmer*Innen der Arbeitsgruppe zum Themenschwerpunkt Wohngebäude einigten sich zu Beginn der Arbeitsphase darauf, zwischen Bestandsgebäuden und Neubauten zu differenzieren, da sich die Ansätze zur Etablierung von Klimaschutz- und Effizienzmaßnahmen grundsätzlich voneinander unterscheiden.

3.5.1. Bestandswohngebäude

Im Bereich der Bestandsgebäude wird das Instrument der „energetischen Stadtsanierung“ (KfW-Programm 432) als ein geeignetes Instrument gesehen, um die Ziele des Klimaschutzkonzeptes „Masterplan 100 % Klimaschutz“ auf eine kleinräumige Ebene herunter zu brechen. Dazu wird angeregt, das Stadtgebiet nach zuvor definierten Kriterien zu clustern, um so weitere Quartiere für energetische Quartierskonzepte zu definieren. Ein Kriterium könnte z.B. die Nachverdichtung von Einfamilienhausgebieten sein, in denen eine sehr homogene Bevölkerungsstruktur fortgeschrittenen Alters vorherrscht. In diesen Gebieten kann nach Einschätzung der Arbeitsgruppenteilnehmer ein Generationswechsel bzw. eine stärkere Durchmischung insbesondere durch gezielte Beratungsangebote z.B. zum Wohnungswechsel im Alter oder eine stärkere Bewerbung von Initiativen wie z.B. Wohnen für Hilfe erreicht werden. Neben den sozialen Vorteilen von heterogenen Quartieren, führt dies insbesondere zu einer besseren Ausnutzung des vorhandenen Wohnraums und somit voraussichtlich auch zu einem geringeren Energiebedarf pro Person. Darüber hinaus sollte, wo aufgrund der Bebauungsstruktur sinnvoll, auf das in Kiel bewährte Instrument der Mustersanierungskonzepte zurückgegriffen werden, welche den potentiellen Käufern und Neueigentümern als Orientierungshilfe bei der Modernisierung der Gebäude dient.

Insbesondere in Einfamilienhausgebieten mit großen Grundstücken sollte auch eine Aktualisierung des geltenden Bauplanungsrechts dahingehend angestrebt werden, dass Hinterland- bzw. Hinterhofbebauungen sowie die Aufstockung und der Ausbau des Dachgeschosses ermöglicht bzw. erleichtert werden.

Im Bereich der Mehrfamilienhäuser wird noch ein großes Potenzial bei den Wohnungsunternehmen gesehen. Hier sollte die Landeshauptstadt Kiel verstärkt auf ihre Möglichkeiten hinweisen, die Fördermittel des KfW-Programms „energetische Stadtsanierung“ (Programm 432) an die Unternehmen durchleiten zu können. Nach Einschätzung der Arbeitsgruppenteilnehmer*Innen ist diese Möglichkeit noch nicht ausreichend bekannt. Die Wohnungsunternehmen können die Mittel neben der (bau-)technischen Planung insbesondere für eine intensivere Nutzereinbindung und -aufklärung verwenden, die als ein zentraler Erfolgsfaktor für die Realisierung von Einsparpotenzialen gesehen wird. Es sollte z.B. bei Mieterversammlungen im Vorfeld der Modernisierungsmaßnahmen eine Darstellung von Kosten und Nutzen auch für die Mieter*Innen erfolgen und Informationen z.B. zu neuen Techniken den Nutzern*Innen an Hand gegeben werden, um so die Akzeptanz zu steigern.

Mit Fokus auf die Versorgungstechnik wird darauf hingewiesen, dass die aktuellen Entwicklungen zur Förderung von Mieterstrom, die Einbindung von BHKWs bzw. Photovoltaikanlagen für Wohnungsunternehmen attraktiver machen werden. Dies bietet die Chance diese Techniken noch einmal verstärkt einzubinden. Dabei sei allerdings zu beachten, dass eine Prüfung der Sinnhaftigkeit erfolgt und z.B. keine BHKWs in Gebieten der Fernwärme installiert werden und so zwei konkurrierende Techniken aufgebaut werden.

Ein weiterer Ansatzpunkt wird in der Minimierung von Zirkulationsverlusten innerhalb der Mehrfamilienhäuser gesehen. Aufgrund der vorgeschriebenen verbrauchsabhängigen Abrechnung der Heiz- und Warmwasserkosten hat sich in der Vergangenheit gezeigt, dass die Verteilungsverluste hoch sind und hier noch Einsparpotenziale bzw. Potenziale zur Steigerung der Effizienz der Anlagen existieren.

Insbesondere im Bereich von Mietwohngebäuden wird in der Sensibilisierung von Mietern*Innen für den eigenen Verbrauch noch ein hohes Einsparpotenzial gesehen. Aufklärungskampagnen und Wettbewerbe nach dem Beispiel von „Stromabwärts“ der EKSH und der Verbraucherzentrale haben in der Vergangenheit gezeigt, dass allein über das Nutzerverhalten große Einsparpotenziale realisiert werden können. Nachbarschafts- und Mietertreffs bieten die Möglichkeit, diese und weitere Themen des Klimaschutzes z.B. auch zum Mobilitätsverhalten bei den Mietern zu platzieren.

Als schwerfällige Zielgruppe werden die Wohnungseigentümergeinschaften (WEGs) eingeschätzt. Aufgrund der doppeltqualifizierten Mehrheit sind Beschlussfassungen oft sehr langwierig.

Ein Ansatzpunkt könnte die Aktivierung von Wohnungsverwaltern in Form von unterstützenden Tätigkeiten (Präsentation von Praxisbeispielen) bei den WEG-Versammlungen sein.

3.5.2. Neubaugebiete

Bei der Erreichung der Klimaschutzziele spielt die Vermeidung bzw. Reduzierung der zukünftigen Verbräuche eine zentrale Rolle. Die Neubauten sollten nach Einschätzung der Teilnehmer*Innen daher nach Möglichkeit ab sofort die Masterplan-Ziele unterstützen. Bei der Ausweisung neuer Baugebiete wird daher angeregt, bereits in den B-Plänen Vorgaben zu verankern, die die Zielsetzung unterstützen.

Neben den reinen energetischen Maßnahmen sollten auch neue Wohnformen stärker unterstützt werden und Visionen für das zukünftige Wohnen entwickelt werden. Ein Beispiel könnte es sein, das studentische Wohnen auf andere Zielgruppen z.B. Alleinstehende zu übertragen. Die Einbindung von gemeinschaftlich genutzten Flächen (z.B. Gästewohnungen, Gemeinschaftsküchen etc.) führt zu einem geringeren Flächenverbrauch und somit auch einem geringeren Energiebedarf pro Person.

Bei der Vergabe von städtischen Grundstücken wird angeregt bei der Ausschreibung bzw. dem Vergabeverfahren Anreize z.B. mit Hilfe eines Punktesystems zu schaffen, was innovative Konzepte bevorzugt. Dies kann neben den Wohnformen auch andere Aspekte berücksichtigen. Dazu zählen z.B. der Einsatz von nachhaltigen Baustoffen (z.B. Holz, Hanf und Papier) und innovativen Techniken ebenso wie Konzepte der Recyclierbarkeit und des Rückbaus unter Berücksichtigung immer kürzerer Nutzungsdauern der Gebäude.

Es sei auch zu prüfen, in wie weit auch finanzielle Anreize z.B. durch Einführung kommunaler und landesspezifischer Förderprogramme geschaffen werden können, um die Masterplanziele beim Neubau zu integrieren. Andere Bundesländer wie z.B. die Hansestadt Hamburg seien hier weiter. Kritisiert werden darüber hinaus z.T. die Förderkriterien von Bund und Land, die aufgrund der definierten Bezugsgrößen (Wohnfläche) keine Anreize bieten, Gemeinschaftsräume zu integrieren.

3.5.3. Allgemeingültige Ansätze und Hemmnisse

Als wichtiger Punkt wird seitens der Arbeitsgruppenteilnehmer*Innen die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit für Energieeinsparung und Energieeffizienzsteigerung gesehen. Dabei sollten insbesondere die positiven Nebeneffekte wie z.B. die Wertsteigerung von Immobilien und die Verbesserung des Wohnkomforts im Vordergrund stehen. Es werden die Präsentation von positi-

ven Erfolgsprojekten und der Erfahrungsaustausch angeregt. Dabei wird die Einbindung von bisher noch ungenutzten Kommunikationskanälen wie z.B. Radio und Fernsehen als erfolgsversprechend eingeschätzt.

Darüber hinaus werden die Handwerker*Innen als wichtige Kommunikatoren und Initiatoren gesehen. Diese gilt es über die Handwerkskammer und die Kreishandwerkerschaft verstärkt in die Umsetzung des „Masterplan 100 % Klimaschutz“ einzubinden.

Als kontraproduktiv für die Förderung von energiesparendem Nutzerverhalten wird unabhängig von Gebäudetyp und Eigentümerstruktur das Preismodell der Stadtwerke Kiel AG gesehen. Dies bietet aufgrund der hohen Anschlusskosten kaum finanzielle Anreize, das Nutzerverhalten zu ändern bzw. kleinere Modernisierungsmaßnahmen zu realisieren.

Es wird auch eine Beschleunigung der Genehmigungsverfahren angeregt, die ggf. durch die Einführung von Standardverträgen unterstützt werden kann.

4. Nächste Schritte und Verantwortlichkeiten für die Umsetzung

Zum Abschluss des Workshops wurde im Plenum noch einmal diskutiert, welche themenübergreifenden Schritte und Verantwortlichkeiten für den zukünftigen Kieler Klimaschutzprozess notwendig sind. Einig waren sich die Teilnehmer*innen darin, dass es eine Kerngruppe mit verschiedenen thematischen Arbeitsgruppen geben soll. Darin sollen bestehende Arbeitsgruppen eingebunden werden. Die Teilnehmer*innen sprachen sich sehr deutlich für eine weitere Bürgerbeteiligung und die Einbeziehung der Ortsbeiräte aus.

Wichtig ist die Möglichkeit des direkten Kontakts zwischen den Kieler*innen und dem Oberbürgermeister, um die üblicherweise zwischengeschalteten (politischen) Entscheidungsebenen im Sinne einer zielgerichteten Maßnahmenumsetzung nicht überzustrapazieren. Angeregt wurde dazu auch eine sichtbare und ansprechbare lokale Präsenz des Masterplanmanagements in der Stadt. Als Multiplikatoren sind Patenschaften oder Botschafter in den Stadtteilen sinnvoll, die zusätzlich zur Nutzung sozialer Netzwerke zur Verbreitung des Themas Klimaschutz auf persönlicher Ebene beitragen.

5. Abschluss & Zusammenfassung

Herr Beer dankt im Namen von SCS Hohmeyer | Partner den Teilnehmer*innen für ihr Kommen und ihre Mitarbeit in den Arbeitsgruppen. Die Ergebnisse werden in die Überarbeitung der Klimaschutzszenarien sowie die Ausarbeitung der Klimaschutzmaßnahmen im Projekt „Masterplan 100 % Klimaschutz“ einfließen. Mit den Ergebnissen des Workshops liegt eine Grundlage für die weitere Entwicklung der Klimaschutzstrategie für die Landeshauptstadt Kiel vor.

Das Masterplanteam bedankt sich bei allen Teilnehmenden für Ihr Engagement in der Workshophase. Auch wenn diese sich nun dem Ende neigt und das Konzept nun fertiggestellt wird, sind Anregungen und Ideen jederzeit willkommen und gewünscht.