

Luciana Löbe, Prof. Dr. Heidi Sinning

Energiewende als Kommunikationsaufgabe

Am Beispiel energieeffizienten Bewohnerverhaltens in Bestandsiedlungen



Die Energiewende kann nur als „Gemeinschaftswerk“ gelingen, resümierte die Ethik-Kommission „Sichere Energieversorgung“ 2011. In diesem Zusammenhang ist die Rede von einer „kooperativen Energiewende“, die darauf fußt, dass sich viele Menschen, Gruppen und Institutionen für das Thema Energiewende einsetzen, z.B. indem sie ihren Energiebedarf senken, in energiesparende und erneuerbare Energien investieren sowie energiepolitische Maßnahmen unterstützen und aktiv mitgestalten. Dies gilt umso mehr im Wohnungsbestand, da hier noch nicht ausgeschöpfte Potenziale zur Minderung von CO₂-Emissionen vorhanden sind. Vor dem Hintergrund einer breiten Beteiligung der Bürger stellt sich die Frage, welche Kommunikationsansätze Verhaltensänderungen in Richtung Energieeffizienz in Bestandsiedlungen forcieren.

Mit Energiewende ist sowohl die Realisierung einer nachhaltigen Energieversorgung in den Sektoren Strom, Wärme und Mobilität mit erneuerbaren Energien als auch die Reduktion des Energieverbrauchs durch Energieeffizienz und Energieeinsparung gemeint, um in der Summe eine deutliche Reduzierung der CO₂-Emissionen zu erzielen. Die Ziele der Bundesregierung und der EU zur Energiewende sind ambitioniert und erhalten durch die neuesten IPCC-Berichte weiteren Nachdruck. Die Klimaschutzstrategie der EU lautet in der Kurzform „20-20-20“, d.h. bis 2020 eine 20%ige Reduktion von Treibhausgasen gegenüber 1990, 20% weniger Energieverbrauch und ein Anteil erneuerbarer Energien von 20% am Gesamtenergieverbrauch. Die Bundesregierung geht noch darüber hinaus und will bis 2020 eine 40%ige Reduktion der CO₂-Emissionen pro Einwohner erreichen (Basisjahr 1990).

Die Energiewende erfordert ein Umdenken auf allen Ebenen. Strategische Ansätze, die dazu verfolgt werden, können mit den drei Strategien **Konsistenz**, **Effizienz** und **Suffizienz** umschrieben werden. Mit der Konsistenzstrategie ist gemeint, dass eine möglichst rückstandsfreie Energieerzeugung mit modernsten und akzeptierten Technologien erfolgen soll. Die Effizienzstrategie hat zum Ziel, den Konsum von Energiedienstleistungen durch technische und organisatorische Maßnahmen zu senken. Schließlich setzt die Suffizienzstrategie darauf, den Energiekonsum, d.h. den Energieverbrauch durch Konsumverzicht sowie neue, nachhaltige Lebensweisen und Lebensstile zu verringern (vgl. WBGU 2011). Die Suffizienzstrategie ist ein sehr grundsätzlicher Strategieansatz zur Energiewende, so dass ihre Entwicklung und Umsetzung noch in den Anfängen steckt. Für alle Strategien der Energiewende stellt sich die Anforderung, dass ihre Umsetzung gesellschafts-

verträglich bzw. bewohnerorientiert erfolgen muss (vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung 2012, S. 5 f.), um ökologische, soziale und ökonomische Zielsetzungen im Sinne der Nachhaltigkeit verträglich aufeinander abstimmen zu können.

Die Bedeutung gesellschaftlicher Aspekte zeigt sich beispielsweise bei der teilweise geringen Akzeptanz neuer Technologien, wie Windparks oder Stromtrassen in der Nähe von Siedlungen, oder bei Rebound-Effekten, d. h. der negativen Kompensation höherer Energieeffizienz durch ein verändertes Nutzerverhalten (vgl. Santarius 2012). Die Folge des Rebound-Effekts ist, dass zwischen 10 und 90% der ursprünglichen Energie-Einsparung je nach Zeit, Ort und Technologie wieder verloren geht (im Mittel wird mit gesamtwirtschaftlichen Reboundeffekten von mindestens 50% gerechnet; vgl. ebd., S. 18). Diese Beispiele unterstreichen, dass Energie- und Klimaschutzziele neben technischen auch gesellschaftliche Innovationen benötigen.

Betrachtet man, wo und wie Bürgerinnen und Bürger an der Energiewende partizipieren können, sind verschiedene Formen bzw. Ansätze der Kommunikation möglich: Eine direkte *Mitentscheidung*, z.B. durch Volksbegehren zu Energieprojekten (u.a. Stromtrassen), die wegen neuer Erfordernisse des Transports erneuerbarer Energien entstehen; eine *aktive Teilhabe bzw. eigenverantwortliches Handeln* in Energie- bzw. Klimaschutzprojekten, z.B. bei Bürgersolar-, Windenergieparks, wo Bürgerinnen und Bürger die Rolle der Mitbetreiber annehmen; oder die *Mitwirkung an öffentlichen Plänen, Konzepten und Projekten*, z.B. bei Klimaschutzkonzepten, energetischer Quartiersentwicklung oder in der Bauleitplanung. Eine Mitwirkung ist auch bei privaten und halböffentlichen Projekten möglich,

z.B. bei der energetischen Sanierung oder der Erhöhung der Energieeffizienz in Bestandssiedlungen. Auf das letztgenannte Handlungsfeld konzentriert sich der vorliegende Beitrag.

Zur Energieeffizienz in Bestandssiedlungen gehören unter anderem die aktive Beteiligung und die Verhaltensänderung von Bewohnern im Bereich des Energiekonsums durch Kommunikationsansätze. Auch der aktuelle, fünfte Sachstandsbericht des IPCC (2013, 2014) betont die Ergänzung technologischer und struktureller Klimaschutzmaßnahmen durch Verhaltensänderungen. Dies begründet sich vor allem damit, dass das Energieeinsparpotenzial durch verändertes Nutzerverhalten beispielsweise im Gebäudebereich deutlich gesteigert werden kann (bis zu 25%; siehe nächsten Abschnitt). In diesem Zusammenhang stellt sich für das Handlungsfeld „Energetische Bestands- bzw. Siedlungsentwicklung“ die Frage, welchen Beitrag kommunikative Ansätze leisten können, um das Energieverhalten privater Haushalte zu verändern und damit zur Energiewende beizutragen.

Handlungsfeld Energieeffiziente Bestandentwicklung

Die Energiewende wird maßgeblich durch die Zielsetzung einer nachhaltigen, auf erneuerbaren Ressourcen basierenden Energieversorgung bestimmt und ist nur dann möglich, wenn der Energieverbrauch in einzelnen Sektoren deutlich reduziert wird. Dem Handlungsfeld Wohnen kommt dabei eine wichtige Bedeutung zu. Im Jahre 2011 lag der Verbrauch privater Haushalte bei rund 609 Terawattstunden (TWh) Energie und damit bei rund einem Viertel des gesamten Endenergieverbrauchs (vgl. Abb. 1).

Nach Berechnungen des Umweltbundesamtes (2013) verbrauchen private Haushalte rund 66% ihrer Energie für das Heizen. In Bezug auf das Handlungsfeld energieeffizientes Wohnerverhalten in Bestandssiedlungen kommt Wohnungsunternehmen als Akteur eine herausgehobene Rolle

bei der Umsetzung kommunaler Klimaschutzziele zu. Zahlreiche Bestände von Wohnungsunternehmen befinden sich in energetischen Sanierungsprozessen. Die damit verbundenen finanziellen Hürden werden durch Anreize aus KfW- und Städtebauförderungsprogrammen herabgesetzt. „Zu den wesentlichen Maßnahmen der energetischen Gebäudesanierung gehören die Fassadendämmung, die Dämmung des Daches und die Erneuerung von Heizungsanlagen sowie der Austausch von Fenstern und Türen“ (BMVBS 2012, S. 11 f.). Neben den ökonomischen Zielen, die eigene Marktposition zu verbessern und Wohnungen rentabel und vermietungssicher zu halten, tragen auch ökologische und soziale Aspekte zur energetischen Bestandsentwicklung bei. Viele Wohnungsunternehmen sehen die CO₂-Einsparung durch die energetische Modernisierung ihrer Bestände als zusätzliche Chance, ihr Image zu verbessern. Soziale Aspekte verfolgen insbesondere die Genossenschaften, für die das lebenslange Wohnrecht ihrer Mieter eine besondere Herausforderung im Umgang mit energieeffizientem Bewohnerverhalten darstellt. Aber auch kommunale Wohnungsunternehmen stehen durch ihren Versorgungsauftrag unter der besonderen Anforderung, für breite Schichten der Bevölkerung eine sichere und sozial verantwortbare Wohnungsversorgung zu gewährleisten und damit für einkommensschwache Haushalte die Bezahlbarkeit der Wohnung auch nach der Sanierung sicherzustellen.

Untersuchungen haben gezeigt, dass Bewusstseins- und Informationsdefizite privater Haushalte die energetische Bestandsentwicklung deutlich hemmen (vgl. Fischer/Sohre 2008, S. 10). Unsicherheit über richtiges Heiz- und Lüftungsverhalten ist dabei eine Ursache. Die Wohnungsunternehmen befürchten jedoch, dass durch Fehlverhalten im Bereich des Lüftens unter anderem die Gefahr von Schimmelbildung in den modernisierten Beständen steigt. Daraus leitet sich der Handlungsbedarf ab, dass Wohnungsunternehmen im Zuge von energetischen Sanierungsprozessen vermehrt Informations- und Aufklärungsarbeit leisten sowie Bewohner intensiver an dem Sanierungsprozess beteiligen.

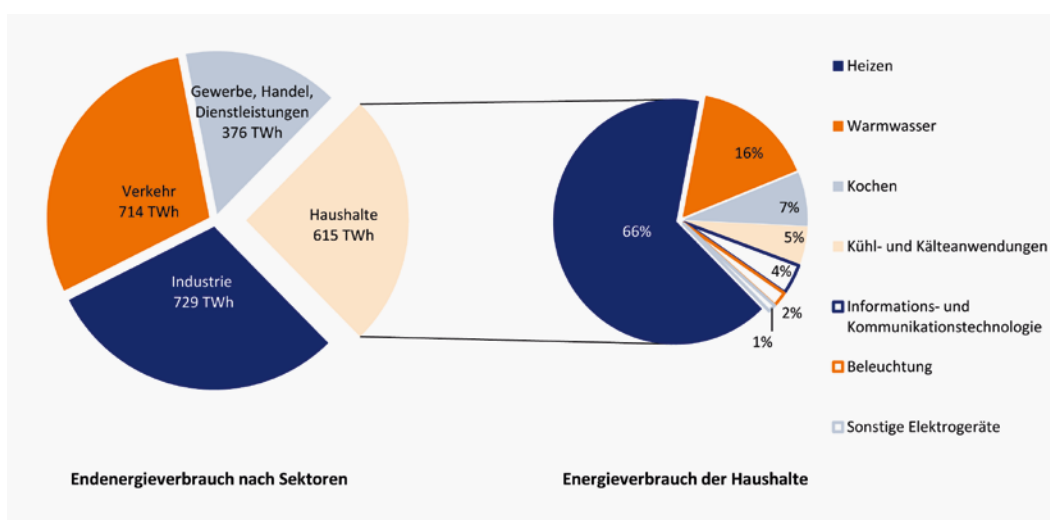


Abb. 1: Energieverbrauch nach Sektoren und Haushalten (Quelle: eigene Darstellung nach: UBA 2013)



Während in der Vergangenheit im Rahmen der energetischen Sanierung zumeist eine Objektförderung stattgefunden hat, wird die zukünftige Entwicklung ihren Fokus auf energetische Quartiersentwicklung legen. Ein Vorreiter ist die Landeshauptstadt Hannover, die ein städtisches Förderprogramm „Energieeffiziente Quartiersentwicklung“ für fünf Jahre aufgelegt hat (vgl. Landeshauptstadt Hannover 2013). Auf Quartiersebene entstehen so neue Optionen für eine integrierte Betrachtung der Themen Klimaschutz und Bewohnerbeteiligung. Von Seiten der Wohnungsunternehmen findet Mieterbeteiligung i.d.R. vor und während der Sanierungsplanung und -umsetzung statt, wenngleich mit unterschiedlicher Intensität. Nach Abschluss der baulich-technischen Maßnahmen reduziert sich der Kontakt zu den Mietern meistens auf Information und ggf. noch auf Energieberatung. Für eine nachhaltige Veränderung des Energiekonsumverhaltens besteht jedoch deutlich mehr Handlungsbedarf in Bezug auf Beteiligungsprozesse, die dann auch zielgruppenspezifische Angebote enthalten sollten. Neue Dienstleistungen, wie EAS (Energy Awareness Services), können das Energiebewusstsein der Mieter fördern. Sie ermöglichen den Haushalten zum einen den kontinuierlichen Überblick über den eigenen Energieverbrauch, zum anderen halten sie „Hilfestellungen zu einer effizienten Energie- und Ressourcennutzung im Haushalt“ (Hacke 2010, S. 877) bereit. Untersuchungen ergaben, dass allein durch verändertes Nutzerverhalten Energieeinsparungen von rund 25% möglich sind (vgl. Berliner MieterGemeinschaft e.V. 2012, S. 5).

Auf energieeffizientes Bewohnerverhalten setzt auch das von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) geförderte und durch das ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation bearbeitete Forschungsprojekt „Energieeffizienz und Wohnungswirtschaft (EnWoKom)“. Ziel des Projektes ist insbesondere die Beantwortung der Fragestellung, wie durch Information, Partizipation und Vernetzung der Akteure die Akzeptanz für die Energiewende gefördert und Verbraucherverhalten in der Bewohnerschaft geändert werden kann. Der vorliegende Beitrag beruht auf ersten Ergebnissen und vertieft anhand von Praxisbeispielen, welche Rolle kommunikative Ansätze dabei spielen können. Dazu wird zunächst dargestellt, welche Bedeutung Kommunikation für die Energiewende hat und welche Kommunikationshemmnisse auftreten können.

Bedeutung von Kommunikation und Kommunikationshemmnisse

Wenn in diesem Beitrag von Kommunikation in der Energiewende gesprochen wird, ist dies im umfassenden Sinne gemeint, d. h. Kommunikation reicht von Information als Voraussetzung für Beteiligung über Mitsprache, die Auseinandersetzung mit dem Beteiligungsgegenstand, über Mitgestaltung und Mitentscheidung bis hin zu Kooperation und aktivem eigenverantwortlichen Handeln (vgl. u.a. Bischoff/Selle/Sinning 2005). Damit wird in Bezug auf die energetische

Bestandsentwicklung gleichermaßen die partizipative Beteiligung von Bewohnerinnen und Bewohnern an der Planung und Gestaltung des Sanierungsprozesses durch Information, Konsultation und Mitgestaltung verstanden, wie auch das Mitgestalten und Entscheiden über den eigenen Energiekonsum. Zudem zählen die Kooperation und Vernetzung der verschiedenen Akteure zur Energiewende bzw. der konkreten energetischen Sanierung dazu. Die Partizipationspyramide von Rau, Schweizer-Ries und Zöllner (2011, in Anlehnung an Lüttringhaus 2003) veranschaulicht die verschiedenen Grade der Einbeziehung und Mitwirkung (vgl. Abb. 2).

Warum ist Kommunikation im Klimaschutz für die Energiewende im Allgemeinen und Fragen der Energieeffizienz im Speziellen bedeutsam? Insbesondere folgende Aspekte von Kommunikation scheinen für die energetische Bestandsentwicklung eine hohe Bedeutung zu haben: Transparenz von Planungs- und Entscheidungsprozessen erhöhen, Identifikation mit der Thematik stärken bzw. dafür zu sensibilisieren, Bewusstsein schaffen, Konflikte vermeiden, Akteure aktivieren, Eigenverantwortung stärken sowie Akzeptanz für Projekte, Planung und Umsetzung erhöhen.

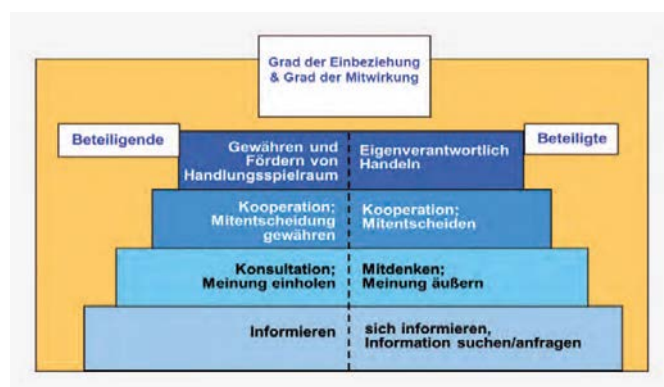


Abb. 2: Partizipationspyramide (Quelle: übersetzt aus Rau/Schweizer-Ries/Zöllner 2011, in Anlehnung an Lüttringhaus 2003)

Um Partizipationsangebote zielgerichtet einsetzen zu können, stellen folgende wissenschaftliche Erkenntnisse im Handlungsfeld energetische Bestandsentwicklung wichtige Hintergründe dar. Das Umweltbewusstsein der Bevölkerung in Deutschland wird laut Umfragen im Auftrag des Umweltbundesamtes als hoch eingeschätzt (vgl. UBA 2009, S. 8): Trotz vorhandener Informationsangebote (z. B. Energieberatungen, Informationsbroschüren, öffentliche Vorträge, Internet, TV, Tageszeitungen) führt ein grundlegendes Umweltbewusstsein in der Bevölkerung jedoch nicht immer zu einem entsprechenden nachhaltigen Verhalten. Die vorhandenen Informationsquellen werden zudem nur von einem geringen Teil der Bevölkerung tatsächlich genutzt. Ein Beispiel dafür ist, dass 80% der Konsumenten die Höhe ihres Energieverbrauches und ihrer Energiekosten im privaten Haushalt nicht kennen (vgl. Griebhammer 2012). Hinzu kommt, dass unterschiedliche Zugänge zu Informationen, etwa bei der Verfügbarkeit von Medien oder Kommunikationsgewohnheiten, vorliegen. Dies trifft vor

allem auch im Hinblick auf zielgruppen- und milieuspezifische Kommunikationsbedarfe zu. Hieraus können Partizipationshemmnisse erwachsen.

Wie bereits erwähnt, liegt ein wesentliches Defizit der Kommunikation mit den Bewohnerinnen und Bewohnern von Bestandssiedlungen zur energetischen Sanierung darin, dass in der Phase der Planung und Durchführung und nach Abschluss der baulich-technischen Maßnahmen nur noch wenig Mieterbeteiligung erfolgt (vgl. MUTZ 2013). Das Konsumverhalten privater Haushalte ist jedoch eine entscheidende Stellschraube für die Energiewende, vor allem beim täglichen Energieverbrauch in Wohngebäuden. Die in Abbildung 3 dargestellten Kommunikationsschwellen (vgl. Kleinhüchelkotten/Neitzke 1999) veranschaulichen Hemmnisse, die für das Thema Klimaschutz und Veränderung des Konsumverhaltens relevant sind. Die Diskrepanz zwischen Wissen bzw. Bewusstsein und tatsächlichem Verhalten resultiert daraus, dass von der Wissensbereitstellung bis zur Umsetzung des Wissens in Verhalten mehrere Schwellen überwunden werden müssen: die Aufmerksamkeitsschwelle, die Aufnahmeschwelle, die Verstehensschwelle, die Wissensschwelle und die Anwendungsschwelle.

Die unterschiedlichen „kommunikativen Zugänge“, z. B. genutzte Informationsmedien und Kommunikationsgewohnheiten, der verschiedenen Bevölkerungsgruppen (verschieden in Bezug auf Lebensstile und Milieus) werden von UBA und BMU (2002) als zentrale Faktoren für eine erfolgreiche Umweltkommunikation angesehen. Die milieuspezifischen Einstellungen und Verhaltensweisen der Bewohnerinnen und Bewohner werden jedoch häufig noch nicht ausreichend berücksichtigt.

In Abhängigkeit von bestimmten Rahmenbedingungen, die für jede Zielgruppe unterschiedlich ausgeprägt sein können, lassen sich die Schwellen aber überwinden. Dazu gehören z. B. Ort und Zeit der Informationsbereitstellung, das gewählte Informationsmedium oder auch ästhetische Gesichtspunkte bezüglich der Aufmachung, bei eher auf Mitwirkung bezogenen Kommunikationsmethoden z. B. die Art der Veranstaltung, die Zusammensetzung der Gruppe, die Gruppengröße etc. Aber auch der Umfang und die Komplexität des Sachverhaltes, der verwendete Sprachstil oder das vorhandene Hintergrundwissen der Adressaten, die Bezüge zum Alltag und zur Lebenswelt der Zielgruppe spielen eine wesentliche Rolle, soll die zu vermittelnde Information vom Adressaten verstanden werden. (vgl. Kleinhüchelkotten/Wegner 2010). Letztlich muss das verstandene und implementierte Wissen akzeptiert werden (und möglicherweise müssen Vorurteile überwunden werden) und vor dem Hintergrund der realen (z. B. finanziellen) Möglichkeiten der Adressaten umsetzbar sein.

Wird dann ein umweltfreundliches Verhalten tatsächlich umgesetzt, sollte dieses als positiv wahrgenommen werden, damit es wiederholt wird und zu weiteren umweltfreundlichen Verhaltensänderungen motiviert (vgl. UBA/BMU 2002). Um die verschiedenen Bewohnergruppen in Bestandssiedlungen zu erreichen, sind diese Zusammenhänge, zu denen es eine Reihe wissenschaftlicher Untersuchungen gibt, zu berücksichtigen. In der Praxis geschieht dies bislang kaum.

Die Bevölkerung differenziert sich immer weiter nach Werten, Einstellungen, Bedarfen etc. aus. Die Sinus-Milieus stellen dazu beispielsweise ein bestehendes Modell dar. Es beschreibt

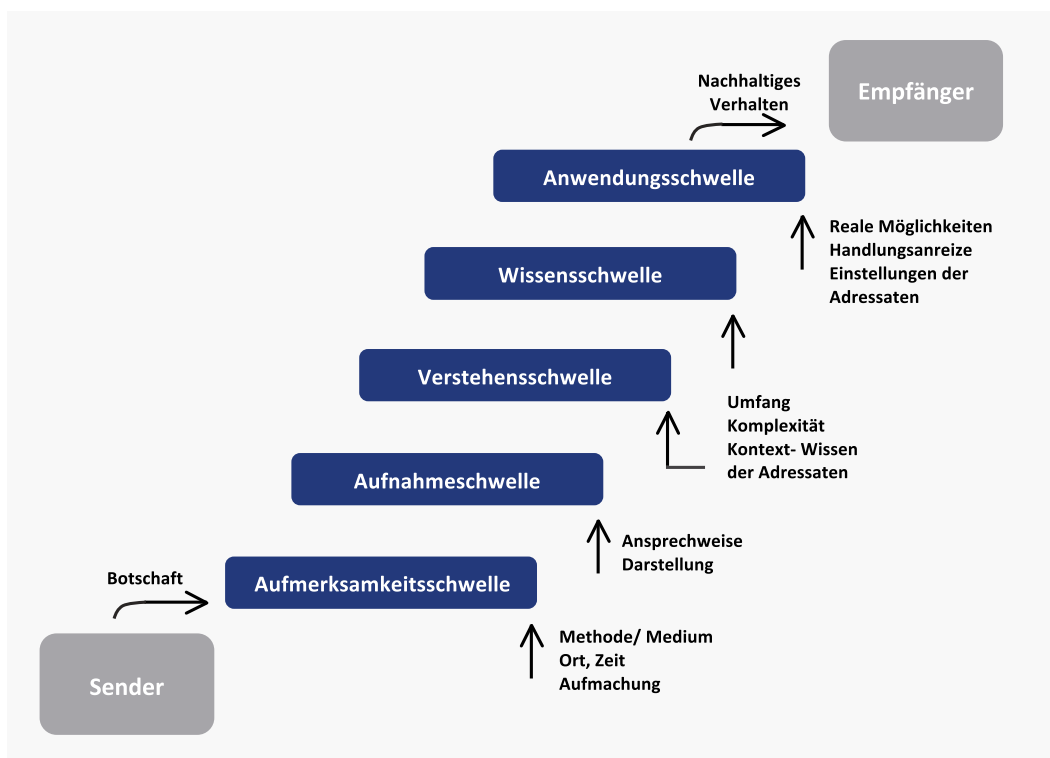


Abb. 3: Schwellenmodell der Kommunikation (Quelle: eigene Darstellung nach: Kleinhüchelkotten/Neitzke 1999, in: Kleinhüchelkotten/Wegner 2010, S. 13)



elf Milieus und differenziert nach sozialer Lage und Grundorientierungen. Eine Untersuchung des vhw zeigt, dass aber gerade die beiden Milieus Traditionelle und Prekäre die höchste Distanz zur Beteiligung an Entscheidungsprozessen haben, also am geringsten vertreten sind (vgl. vhw Trendstudie 2010, nach: Beck/Gutknecht 2011). Dies steht im Widerspruch dazu, dass prekäre Haushalte einen großen CO₂-Fußabdruck haben, also wenig energieeffizient leben und folglich ein hoher Bedarf besteht, sie zu nachhaltigen Konsummustern zu bewegen (vgl. UBA 2011, S. 9).

Weitere partizipative Hemmnisse bestehen unter anderem darin, dass in Bürgermitwirkung personell und finanziell investiert werden muss und die Angst vor zu hohen Kosten besteht, qualifiziertes Personal und Ausstattung knapp sind, Verantwortliche fehlen, bestehende Kümmerer überlastet sind, vorrangig Information sowie Sensibilisierung und Beratung, kaum Partizipation im Sinne von Mitentscheidung eingesetzt wird. Mit Partizipation in einem früheren Stadium zu beginnen, wenn es um die energetische Sanierung, also um das „Ob“ und das „Wie“ geht, wäre beispielsweise zielführend. Nicht zuletzt hat energetische Sanierung immer mit Kosten für die Mieter zu tun; inwieweit sich die energetische Sanierung durch Einsparung der Betriebskosten für sie finanziell rechnet, ist oft unklar, kaum transparent und hängt von den verschiedensten Faktoren ab.

Beispiele kommunikativer Ansätze zur energieeffizienten Bestandsentwicklung

„Klaus Wortmann hat auf der Grundlage einer empirischen Untersuchung vier Kernthesen zur psychologischen Förderung der Energiesparmotivation abgeleitet. Danach müssen (1) die Aufmerksamkeit und das Bewusstsein für die Möglichkeiten zur Senkung des Energieverbrauchs gestärkt, (2) die Möglichkeiten des Energiesparens ohne Komfortverluste hervorgehoben, (3) das Wissen der Verbraucher über die energieverbrauchsrelevanten Zusammenhänge im Haushalt verbessert und (4) der soziale Vergleich, etwa in Nachbarschaften, berücksichtigt werden.“ (Wortmann 1994, zitiert nach Hacke 2010: 880).

Aktuelle Ergebnisse aus der Forschung zeigen, dass diese Ansätze noch heute relevant sind. Das Wissen alleine ist lediglich ein Baustein bei der Veränderung des Nutzerverhaltens. Hinzu kommen Anreize, die aufzeigen, welche Einflussnahme das eigene Handeln ausüben kann. Ein besonders wirksames und motivierendes Instrument ist Feedback. Rückmeldung und Erfolgskontrolle erweisen sich als besonders effektiv, um energieeffizientes Bewohnerverhalten zu kommunizieren. Diese Feedbackansätze lassen sich vor allem durch den Einsatz intelligenter Mess- und Zählertechnik (Smart Metering) unterstützen. Die GESOBAU AG Berlin initiierte dazu ein Pilotprojekt im Zuge einer Sanierung im Märkischen Viertel. Im Sommer 2010 wurden 10.000 Haushalte mit „Smart Meter“ ausgestattet. In Kooperation mit dem örtlichen Energieversorger,

der die intelligenten Zähler kostenfrei zur Verfügung stellte, können die Bewohner ihren Energieverbrauch direkt am digitalen Stromzähler ablesen. Zudem besteht die Möglichkeit, den eigenen Verbrauch über das Internet, das Fernsehgerät oder das Smartphone zu verfolgen (vgl. GESOBAU 2013). Die Bewohner können somit ihren Energieverbrauch über die herkömmlichen Abrechnungsintervalle hinaus eigenständig überwachen und Einsparpotenziale für ihren Haushalt ermitteln.

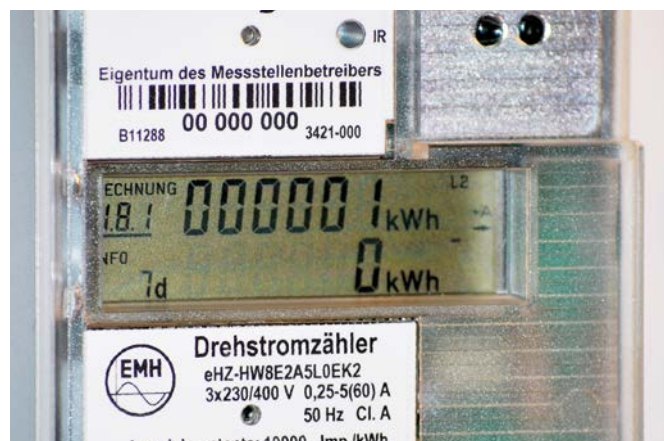


Abb. 4: Smart Meter der GESOBAU AG (Foto: GESOBAU AG)

Die Notwendigkeit einer zielgruppenspezifischen Ansprache zeigt das Projekt „Der richtige Dreh“, das sich mit dem Heiz- und Lüftungsverhalten von Bewohnern beschäftigt. Das Mobile Umwelttechnik Zentrum (M.UT.Z) entwickelte von 2012 bis 2013 in ausgewählten Großwohnsiedlungen im Märkischen Viertel in Kooperation mit der GESOBAU AG in Berlin, in Babelsberg in Kooperation mit der ProPotsdam GmbH in Potsdam und am Wiesenhügel in Kooperation mit der KoWo – Kommunale Wohnungsgesellschaft in Erfurt Vorgehensweisen zur Aktivierung verhaltensbedingter CO₂-Einsparpotenziale im modernisierten Wohnungsbau. Für die einzelnen Projektstandorte realisierte M.UT.Z ortsspezifische Aktionsangebote, die zuvor in einem mehrstufigen Beteiligungsverfahren mit Fokusgruppen erarbeitet wurden. Die erste Fokusgruppe umfasste eine dreistündige Gruppendiskussion, bei der Wissensstände und Wahrnehmungen zu Modernisierungsmaßnahmen ermittelt wurden. Zu einem späteren Zeitpunkt wurden in einer Ideenwerkstatt Anregungen für eine verbesserte Mieterkommunikation zum umweltgerechten Heizen und Lüften gewonnen. Eine besondere Herausforderung bildeten dabei die Themen „multikulturelle Nachbarschaften“ und „Zielgruppenansprache von Kindern“. Das Pilotprojekt setzte in Berlin beispielsweise auf bestehende Strukturen des Quartiers und nutzte ein interkulturelles Frühstück als Plattform zur Energieberatung. In zwangloser Atmosphäre wurde mit Hilfe eines nonverbalen Comics die Thematik zum richtigen Umgang mit Heizwärme und Warmwasser diskutiert und eigene Erfahrungen ausgetauscht (s. Abb. 5 und 6). Auch nach Projektabschluss setzen die Integrationslotsen den Comic vor Ort weiterhin als Beratungsunterstützung ein.

Auf dem Wiesenhügel in Erfurt wurden Unterrichtseinheiten für Schüler der 3. und 4. Klassenstufe entwickelt. Hier lernten die Kinder, spielerisch mit dem Thema Energie umzugehen. Bei einem anschließenden Stadtteilstfest stellten die Schüler ihre Projekte vor und agierten als „Umweltreporter“. So konnten die Kinder neben ihren Eltern auch andere Bewohner des Stadtteils für einen nachhaltigen Umgang mit Energie aktivieren.

Weiterhin hat sich in Erfurt der Einsatz einfacher Temperatur- und Luftfeuchtigkeitsmesskarten bewährt. So konnte die Betroffenheit und der eigene Bezug zur Thematik hergestellt werden. Auch halfen interaktive Ausstellungen mit Modellen zu konkreten technischen Systemen, die Aufmerksamkeit zu wecken. Zudem ist die praktische Erfahrung, die immer wieder als erfolgreiche Strategie geäußert wurde, ein wesentliches Prinzip, das zur Verhaltensänderung beiträgt. In den Modellgebieten wurde dies u.a. durch die Anwendung eines Messkoffers gefördert, mit dessen Hilfe Bewohner Energieeinsparung selbst erfahren konnten (vgl. M.UT.Z 2013, S. 3 ff.).

Ein weiterer Kommunikationsansatz ist die neutrale und individuelle Beratung von Bewohnern, wie dies im Beispiel der Stromsparberater in Kassel praktiziert wird. Hier wurden sogenannte Nachbarschaftshelfer aus dem Quartier für das Quartier qualifiziert. Der Verein piano e.V. unterstützt und fördert das Projekt gemeinsam mit der GWG Kassel und weiteren Partnern. Die Finanzierung der zweijährigen Schulung zum Stromsparberater wurde über die Stadt Kassel im Rahmen des Integrierten Klimaschutzkonzeptes gewährleistet. Die Stromsparberater geben den Bewohnern bei ihren Wohnungsbesuchen Tipps für Energieeffizienz im Alltag (vgl. GWG Kassel 2013). Neben der persönlichen Beratung haben sich die Mehrsprachigkeit der Nachbarschaftshelfer und die lokalen Stadtteiltreffpunkte als Begegnungs- und Informationsstätten besonders bewährt. Es gibt zwar bereits zahlreiche professionelle Beratungsansätze im Internet. Damit diese jedoch tatsächlich greifen, besteht die Herausforderung, sie in laufende Aktionen vor Ort zu integrieren.



Abb. 5: Interkulturelles Frühstück als Plattform zur Energieberatung (Foto: C. Müller)

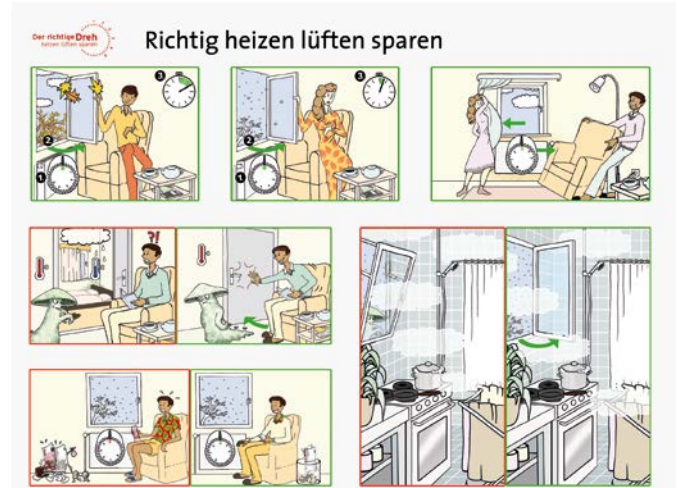


Abb. 6: Diskussion zum richtigen Umgang mit Heizwärme und Warmwasser mit Hilfe eines nonverbalen Comics (Quelle: M.UT.Z 2013)

Fazit

Technische Lösungen allein sind für die energetische Bestandsentwicklung nicht ausreichend. Vielmehr liegt die Herausforderung darin, die Bewohnerinnen und Bewohner aktiv einzubinden und zu beteiligen. So können nicht unerhebliche, bisher nicht ausgeschöpfte Potenziale zur Energieeffizienz und damit zur Verminderung der CO₂-Emissionen genutzt werden. Die Energiewende braucht mehr Anreize für Konsumänderungen der Bürgerinnen und Bürger. Dazu können vielfältige kommunikative Instrumente und Ansätze unterstützend wirken, wie die angeführten Praxisbeispiele zeigen. Mehrstufige Beteiligungsverfahren, die auch zielgruppenspezifische Angebote integrieren und zu Beginn auf niedrigschwellige Angebote setzen, werden bereits modellhaft eingesetzt. Neben Information und Beratung ist dabei auch eine aktive Partizipation im Sinne von Mitwirkung und Mitentscheidung der Bewohner zur Steigerung der CO₂-Emissionsminderung und zur Erreichung der Ziele der Energiewende förderlich. In Bezug auf das vorgestellte Handlungsfeld der energetischen Bestandsentwicklung sind die beiden Strategien Effizienz und Suffizienz aus Bewohnersicht vor allem zu verfolgen.

Für die Wohnungswirtschaft leitet sich daraus die Herausforderung ab, ein neues Selbstverständnis und eine neue Beteiligungskultur in ihren Unternehmen zu etablieren. Kommunen können hier eine Anstoßfunktion übernehmen und Ansätze zur Bewusstseinsänderung bei den Bewohnern zur Energieeffizienz in die kommunalen Klimaschutzkonzepte und entsprechenden Strategien integrieren.

Wie Erfahrungen aus der Praxis zeigen, sind zudem Kooperationen zwischen Wohnungswirtschaft und Energieversorgern vielversprechend. Denn der Einsatz intelligenter Mess- und Zählertechnik in den Wohnungsbeständen stellt ein wichtiges Feedbackinstrument für die Bewohner dar. Der kontinuierliche Informationsfluss zum eigenen Verbrauch motiviert, mit dem eigenen Verhalten Einfluss auf den Energie-

verbrauch und die damit verbundenen Einsparmöglichkeiten nehmen zu können.

„Vom Objekt zum Quartier – Energetische Quartierskonzepte“ lautet die neue Förderausrichtung von EU, Bund und Ländern. Damit entsteht gleichzeitig ein geeigneter Rahmen, um Partizipationsangebote zur Energiewende auf Quartiers-ebene zu integrieren. Im Rahmen einer abgestimmten Kommunikationsstrategie stellt sich allerdings auch dabei die Herausforderung, dass Partizipation nicht bei Information zu Verhaltensänderung im Handlungsfeld der energetischen Sanierung stehen bleibt. Denn Teilhabe an Entscheidungsprozessen in der energetischen Bestandsentwicklung bedeutet, die Bewohnerinnen und Bewohner auch bereits vor der Sanierung an grundlegenden Weichenstellungen teilhaben zu lassen.

Luciana Löbe, M.Sc.

Wissenschaftliche Mitarbeiterin am ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation der Fachhochschule Erfurt

Prof. Dr. Heidi Sinning

Professorin für Stadtplanung und Kommunikation und Leiterin des ISP – Institut für Stadtforschung, Planung und Kommunikation der Fachhochschule Erfurt

Quellen:

Beck, Sebastian/Gutknecht, Stefanie (2011): Talkshow statt Teilhabe? Ein lebensweltlicher Blick auf die Kommunikationsstruktur in der Stadtgesellschaft, in: Forum Wohnen und Stadtentwicklung, Zeitschrift des vhw, H. 6, S. 309-313.

Berliner MieterGemeinschaft e.V. (Hg.) (2012): Energiewende und energetische Sanierung. Wer zahlt? Wer profitiert? Berlin.

Bischoff, Arirane/Selle, Klaus/Sinning, Heidi (2005): Informieren, Beteiligen, Kooperieren. Kommunikation in Planungsprozessen. Eine Übersicht zu Formen, Verfahren und Methoden, 4. überarbeitete und erweiterte Neuauflage, Dortmund.

BMVBS – Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (Hg.) (2012): CO₂ Gebäudesanierung. Gut für Sie – gut fürs Klima, Berlin.

Ethik-Kommission „Sichere Energieversorgung“ (Hg.) (2011): Deutschlands Energiewende – Ein Gemeinschaftswerk für die Zukunft, Berlin. (online unter: http://www.bmbf.de/pubRD/2011_05_30_abschlussbericht_ethikkommission_property_publicationFile.pdf)

Fischer, Corinna/Sohre, Annika (2008): Strom sparen im Haushalt: Mission impossible?, in: Fischer, C. (Hg.): Strom sparen im Haushalt. Trends, Einsparpotenzial und neue Instrumente für eine nachhaltige Energiewirtschaft, S. 9-21, München.

GESOBAU AG (2013): Pilotprojekt Smart Meter, online unter <http://www.gesobau.de/wohnungsangebote/wohnquartiere/maerkisches-viertel/leben-im-maerkischen-viertel/pilotprojekt-smart-meter/> (Zugriff am 28.3.14).

GWG Kassel (2012): Pressespiegel, online unter <http://www.gwg-kassel.de/unternehmen/pressespiegel/einzelansicht/year/2012/january/article/sie-zuegeln-die-stromfresser.html> (Zugriff am 16.01.14).

Hacke, Ulrike (2010): Einflussnahme auf das Nutzerverhalten durch „Energy Awareness Services“. Neue Dienstleistungen zur Förderung des Energiebewusstseins bei Mietern, in: Informationen zur Raumentwicklung, H. 12, S. 877-889.

IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change; Hg.) (2013 und 2014): Fünfter Sachstandsbericht, Climate Change 2014: Mitigation of Climate Change, verfügbar unter: <http://mitigation2014.org/report> (Zugriff am 14-05-02).

Kleinhüchelkotten, Silke/Neitzke, Hans-Peter (1999): Wegweiser durch soziale Milieus und Lebensstile für Umweltbildung und Umweltberatung. ECOLOG-Institut, Hannover.

Kleinhüchelkotten, Silke/Wegner, Elisabeth (2010): Nachhaltigkeit kommunizieren. Zielgruppen, Zugänge, Methoden. ECOLOG-Institut, Hannover.

Landeshauptstadt Hannover (Hg.) (2013): Drucksache Nr. 1287/2013 „Energetische Quartiersentwicklung“ Programm zur Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung in Hannover, online unter: <https://e-government.hannover-stadt.de/lhhsimwebre.nsf/Ratsinfo?OpenPage&https://e-government.hannover-stadt.de/lhhsimwebre.nsf/DS/1287-2013> (Zugriff am 14-04-28).

M.U.T.Z – Mobiles Umwelttechnik Zentrum e.V. (Hg.) (2013): Richtiges Heizen und Lüften durch Mieterbeteiligung. Anregungen für Wohnungsunternehmen, Berlin.

Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hg.) (2012): Die Energiewende braucht eine verbindliche und wirksame Energieeffizienzpolitik. Empfehlung des Nachhaltigkeitsrates an die Politik, texte Nr. 42, o. O.

Santarius, Tilmann (2012): Der Rebound-Effekt. Über die unerwünschten Folgen der erwünschten Energieeffizienz, Impulse zur WachstumsWende, Nr. 5., Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH (Hg.), Wuppertal.

UBA (Umweltbundesamt; Hg.) (2013): Endenergieverbrauch der privaten Haushalte, online unter <http://www.umweltbundesamt.de/daten/private-haushalte-konsum/endenergieverbrauch-der-privaten-haushalte> (Zugriff am 28.03.14).

UBA (Hg.) (2009): Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der sozialen Milieus in Deutschland. Repräsentativumfrage zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2008. Abschlussbericht, Dessau-Rosslau.

UBA (Hg.) (2011): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Vertiefungsbericht 1: Vertiefende Milieu-Profile im Spannungsfeld von Umwelt und Gerechtigkeit, von Borgstedt, Silke/Christ, Tamina/Reusswig, Fritz; Text 85, verfügbar unter: <http://www.uba.de/uba-info-medien/4234.html>

UBA (Umweltbundesamt)/BMU (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit) (Hg.) (2002): Lokale Agenda und Wasser, Kommunikationshandbuch, Berlin, Bonn.

WBGU (Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen; Hg.) (2011): Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag, Berlin (online unter: http://www.wbgu.de/fileadmin/templates/dateien/veroeffentlichungen/hauptgutachten/jg2011/wbgu_jg2011.pdf)

Wortmann, Klaus (1994): Psychologische Determinanten des Energiesparens, Weinheim.

Fordern Sie das vhw-Verlagsprogramm an

vhw-Verlags GmbH
 Hinter Hoben 149, 53129 Bonn
 Telefon: 0228/72599-30
 Telefax: 0228/72599-19
 E-Mail: verlag@vhw.de

