

KLIMASCHUTZ LEICHT GEMACHT VON ERFOLGSBEISPIELEN LERNEN

Leitfaden zur Umsetzung kommunaler Klimaschutzprojekte



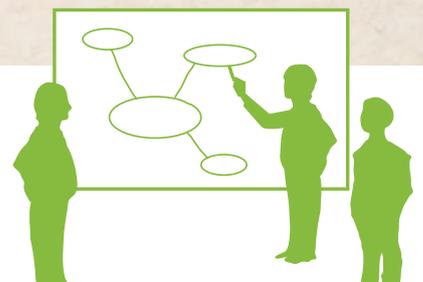
UNIKASSEL
VERSITÄT

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



IMPRESSUM

Herausgeber:

Universität Kassel
 Fachgebiet Volkswirtschaftslehre mit
 Schwerpunkt dezentrale Energiewirtschaft
 Nora-Platiel-Straße 4
 34109 Kassel
www.uni-kassel.de/go/wetzel

Erstellt:

September 2017

Redaktion:

Katharina Schenk, Universität Kassel
 Lena Rohde, Universität Kassel
 Christian Engers, Universität Kassel
 Joana Al Samarraie, Universität Kassel

Layout:

www.carolineenders.de

Druck:

Foto-Litho Jäger GmbH

Bildnachweis:

Universität Kassel: 3,8,9,10,11,13,16,17,19,22,24,25
 LK Teltow-Fläming: 15
 Gemeinde Klixbüll: 26
 Stadt Hilchenbach: 27
 Umweltbildungszentrum Licherode: 28,29
 Region Hannover: 30
 Cinema del Sol: 31
 Energieregion Hümmling: 32, 33

Wir danken allen teilnehmenden Regionen, Landkreisen, Kommunen und Städten für die Unterstützung und der Bereitstellung von Bildmaterial.

Die deutsche Sprache bietet keine sinnvollen Begriffe, die den weiblichen und männlichen Akteuren gleichermaßen gerecht werden. Der Text wird deshalb beim Verweis auf alle aktiven Menschen sehr lang und überdies schwer lesbar. Wenn in dieser Broschüre also von Bürgern, Koordinatoren, Klimaschutzmanagern und Verwaltungsmitarbeitern die Rede ist, sind selbstverständlich auch die Bürgerinnen, Koordinatorinnen, Klimaschutzmanagerinnen und Verwaltungsmitarbeiterinnen mit eingeschlossen. Alle weiblichen Personen werden für diesen redaktionellen Pragmatismus um Verständnis gebeten.



Liebe Leserin, lieber Leser,

bei der Umsetzung von Maßnahmen im kommunalen Klimaschutz muss das Rad oftmals nicht neu erfunden werden. Manche Regionen stehen noch am Anfang, andere haben schon viel erreicht. Es gibt bereits eine ganze Reihe an Maßnahmen und Aktionen zu den unterschiedlichsten Themenfeldern im Klimaschutz, die in Kommunen und Landkreisen erfolgreich umgesetzt wurden. Das Projekt „RegioTwin – Partnerschaften für den Klimaschutz“, welches im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative des Bundesumweltministeriums gefördert wurde, hat Kommunen, Landkreise und Regionen in sogenannten Twinings zusammengebracht. Sie haben sich intensiv ausgetauscht, voneinander gelernt und gemeinsam Klimaschutzprojekte vor Ort umgesetzt. Auf den nächsten Seiten dieser Broschüre werden ausgewählte Erfolgsbeispiele aus den insgesamt 55 RegioTwin-Regionen vorgestellt, unterteilt in kleinere und größere Projekte. Die Maßnahmen werden vom zeitlichen Vorlauf über Personal- und Finanzaufwand bis hin zur Umsetzung Schritt für Schritt erklärt und sind somit leicht nachzuahmen. Sie können daher leicht als Blaupause genutzt werden. Diese Erfolgsbeispiele aus den RegioTwin-Regionen sollen ein Beitrag dazu sein, die Akteure vor Ort zu motivieren, zu vernetzen und bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen zu unterstützen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und hoffen, dass die vorgestellten Maßnahmen Sie inspirieren und Sie das ein oder andere Projekt auch in Ihrer Kommune umsetzen.

Ihr RegioTwin Projekt-Team

INHALT

EDITORIAL	1
DAS PROJEKT	3
3 — Geben, Nehmen, Lernen – Twinning als Instrument für den kommunalen Klimaschutz	
4 — Regionen-Twinning	
6 — Maßnahmen-Twinning	
8 — Projekte umsetzen – CO ₂ einsparen	
VON GUTEN BEISPIELEN LERNEN	9
KLEINE KLIMASCHUTZAKTIONEN	
10 — Klimawochen in der Verwaltung	
12 — Schulungen zur klimafreundlichen öffentlichen Beschaffung	
14 — Branchenspezifischer Energie-Rundgang	
16 — LED-Tauschtag	
18 — Thermographie-Spaziergang	
20 — Klimaschutz-Helden	
22 — Klimakiste für Kitas und Schulen	
24 — Klimakochkurs	
KLIMASCHUTZ IM GROSSEN STIL	
26 — E-Carsharing im ländlichen Raum	
28 — Seniorumwelttrainer	
30 — Solarkampagnen	
32 — Energiesparen an Schulen	
KONTAKTE REGIONEN	34

Geben, Nehmen, Lernen – Twinning als Instrument für den kommunalen Klimaschutz

Das Twinning ist ein Instrument, das bisher von der Europäischen Union eingesetzt wurde, um Beitrittsländer auf die Aufnahme in die Europäische Union vorzubereiten. Das Projekt RegioTwin hat diesen Ansatz erstmals auf den kommunalen Klimaschutz in Deutschland übertragen, um den Wissenstransfer zwischen Kommunen, Landkreisen und Regionen zu verbessern. Dabei wurde erprobt und evaluiert, inwiefern eine vertiefte Zusammenarbeit und das praxisbezogene Voneinander-Lernen die Umsetzungsquote von Klimaschutzmaßnahmen erhöhen kann. Es wurden zwei Arten des kommunalen Klimaschutz-Twinning entwickelt: das Regionen-Twinning

und das Maßnahmen-Twinning. Ausgewählte, gut übertragbare Beispiele aus den Twinning werden nachfolgend in Steckbriefen vorgestellt. Die Kontakte zu allen teilnehmenden Regionen sind am Ende der Broschüre zu finden.

Das Projekt wurde an der Universität Kassel und dem IdE Institut dezentrale Energietechnologie durchgeführt und vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) gefördert. Das dreijährige Projekt startete im Dezember 2014.



Auftaktveranstaltung zur zweiten Runde des Regionen-Twinning in Kassel 2016

Regionen-Twinning

In Deutschland gibt es zahlreiche Kommunen, Landkreise und Regionen, die bereits großen Erfolg bei der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen haben. Ihnen gegenüber stehen solche, die sich in diesem Prozess noch ganz am Anfang befinden. Beim Regionen-Twinning wurden diese mit Hilfe des Twinning-Prinzips zusammengebracht. Zwei strukturgleiche Städte, Kommunen, Landkreise oder Regionen arbeiteten über ein Jahr im Klimaschutz eng zusammen und profitierten so vom gegenseitigen Wissensaustausch. Ein Partner verfügte dabei schon über Umsetzungserfahrung in einem ausgewählten Bereich im Klimaschutz (beratende Region). Der andere Partner plante in diesem Bereich seine Aktivitäten auszubauen (umsetzende Region). So musste „das Rad nicht neu erfunden werden“ und kommunales Erfahrungswissen bei der Umsetzung von

Klimaschutzmaßnahmen konnte als Blaupause rasch von anderen Kommunen übernommen und nachvollzogen werden. Dadurch ließen sich erfolgreiche Klimaschutzmaßnahmen multiplizieren. Die Kooperation zwischen den Regionen wurde über das gesamte Jahr durch das RegioTwin-Team unterstützt. Für jedes Twinning-Paar wurden individuell Inhalte erarbeitet, Study-Touren, Workshops, regelmäßige Besprechungen und Treffen durchgeführt. In zwei Durchgängen mit jeweils zehn Paaren nahmen insgesamt 20 Paare am Regionen-Twinning teil. Die Schwerpunkte und Aktivitäten in den Twinning-Regionen waren sehr vielfältig und reichten von klimafreundlicher, öffentlicher Beschaffung über Elektromobilität bis hin zu Schulprojekten.



Teilnehmer Regionen-Twinning



© GeoBasis-DE/BKG 2016 (Daten verändert)

Regionen-Twinning 2015/2016

- Frankfurt am Main + Düsseldorf
- Horb am Neckar + Meßkirch
- Landkreis Marburg-Biedenkopf + Leipziger Muldenland
- Kreis Steinfurt + Landkreis München
- Wolfhagen + Verbandsgemeinde Mansfelder Grund-Helbra
- Baunatal + Hennigsdorf
- Bad Hersfeld + Nidda und Schotten
- Saerbeck + Flecken Steyerberg
- AktivRegion Nordfriesland Nord + Landkreis Hildesheim
- Landkreis Fürstfeldbruck + Wetteraukreis

Regionen-Twinning 2016/2017

- Baunatal + Herford
- Herten + Lüdenscheid
- Enkenbach-Alsenborn + Baesweiler
- ZuBRA + Naturstandpunkt Hümmling
- Metropolregion Rhein-Neckar + Zweckverband Großraum Braunschweig
- Region Hannover + Metropole Ruhr
- Birkenfeld + Wörrstadt
- Landkreis Gießen + Landkreis Teltow-Fläming
- Landkreis Traunstein + Landkreis Mühldorf am Inn
- Rheingau-Taunus-Kreis + Landkreis Landsberg am Lech

Maßnahmen-Twinning

Die Grundidee des Maßnahmen-Twinnings war es, ausgewählte Klimaschutztechnologien, -verfahren und -ideen einem großen Teilnehmerkreis vorzustellen und deren Umsetzung parallel in zwei bis drei Zielregionen zu begleiten. Bei den Technologien, Verfahren und Maßnahmen handelte es sich um beispielhafte Aktivitäten mit hohem Potenzial, die Treibhausgasemissionen zu senken. Durch die synchrone Umsetzung in den Zielregionen wurden Synergien erschlossen und gegenseitige Unterstützung und Beratung ermöglicht. Das Maßnahmen-Twinning wurde zu insgesamt sechs verschiedenen Themen angeboten:

- E-Carsharing im ländlichen Raum
- Unsere Verwaltung will grüner werden
- Mehr Bürgerengagement im Klimaschutz
- Nahwärme als Chance für Kommunen
- Kommunen setzen auf die Sonne
- Kommunen aktivieren Unternehmen

Jedes Maßnahmen-Twinning startete mit einem bundesweiten Workshop, der bereits erprobte Klimaschutzmaßnahmen von der Grundidee über notwendige Kooperationspartner bis hin zu Kosten und Finanzierungsmöglichkeiten vorstellte. Die Teilnahme an den Workshops stand allen Kommunalvertretern sowie interessierten lokalen Akteuren offen. Die Teilnehmerzahlen lagen jeweils zwischen 30–40 Personen aus dem gesamten Bundesgebiet. Im Anschluss an den Workshop konnten sich die Teilnehmer für eine fachliche und organisatorische Unterstützung bei der Maßnahmenumsetzung bewerben. Aus dem Kreis der Interessenten wurden dafür pro Themenbereich zwei bis drei Regionen ausgewählt. Die ausgewählten Regionen wurden in den folgenden 10 Monaten bei der Maßnahmenumsetzung vom RegioTwin-Team unterstützt. Nach ersten Strategiegesprächen in den Regionen ging es in die konkrete Planung und Maßnahmenumsetzung. Der gesamte Prozess wurde durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Insgesamt haben 15 Regionen an den verschiedenen Maßnahmen-Twinnings teilgenommen.



BUNDESWEITE MASSNAHMEN-VORSTELLUNG

Auswahl der umzusetzenden Regionen

MASSNAHMENUMSETZUNG



Planung | Abstimmung | Finanzierung | Realisierung | Monitoring

BEGLEITUNG DURCH REGIOTWIN-BERATER ÜBER 1 JAHR

Unterstützung durch z.B.

Vor-Ort-Workshop | Moderation | Fachreferent | Öffentlichkeitsarbeit | ...

Teilnehmer Maßnahmen-Twinning



Themenfelder

- Kommunen aktivieren Unternehmen
- Grüne Verwaltung
- Solar
- Nahwärme
- E-Carsharing
- Bürgerengagement

© GeoBasis-DE/BKG 2016 (Daten verändert)

Kommunen aktivieren Unternehmen

LK Northeim
Steinhagen

Grüne Verwaltung

Ahnatal
Pattensen
Werra-Meißner-Kreis

Solar

Frielendorf
Mörfelden-Walldorf
Pölzig

Nahwärme

Alheim-Licherode
Springe

E-Carsharing

Aller-Leine-Tal
Hilchenbach-Grund
Klixbüll

Bürgerengagement

LK Groß-Gerau
Uelzen

VON GUTEN BEISPIELEN LERNEN

Projekte umsetzen – CO₂ einsparen

Die Klimaschutz-Maßnahmen, die im Rahmen des Projektes umgesetzt wurden, sind sehr vielfältig. Neben den in dieser Broschüre vorgestellten Best-Practice-Beispielen wurden viele weitere Maßnahmen erfolgreich umgesetzt, von Informations- und Bildungskampagnen bis hin zu ganz konkreten Projekten, wie der Installation einer PV-Anlage oder der Umstellung auf Recyclingpapier in der Verwaltung. Die verschiedenen Maßnahmen weisen dabei ganz unterschiedliche Lebensdauern und CO₂-Einsparwerte auf. Für einige der umgesetzten Maßnahmen konnten die CO₂-Einsparungen direkt quantifiziert werden, da es sich um konkrete Projekte handelt. Bei

anderen Maßnahmen, wie zum Beispiel Informationsveranstaltungen, ließen sich die Einsparungen nur schwer beziffern. Nach der Auswertung der ersten Runde des Regionen-Twinning steht fest, dass durch die vielen kleinen und großen Maßnahmen, die in den Regionen umgesetzt wurden, eine kumulierte Einsparung von über 10.000 t CO₂ realisiert werden konnte. Im Vergleich dazu liegt der durchschnittliche CO₂-Fußabdruck eines Deutschen im Jahr zwischen etwa 11 und 12 Tonnen.



Urkundenübergabe an die Teilnehmer der ersten Runde des Regionen-Twinning auf der Woche der Umwelt (2016)



Klimawochen in der Verwaltung

Der Landkreis Reutlingen hat kreative Kampagnen entwickelt, um seine Mitarbeiter für die Themen Energieverbrauch und Klimaschutz im Alltag zu sensibilisieren: Die „virtuelle Klimawoche“ und die Leitlinien-Kampagne „Gib8 auf den Klimaschutz“. Dabei geht es um Klimaschutz im Büroalltag, vom richtigen Heizen und Lüften über den nachhaltigen Warenkorb bis hin zu energiesparender Fahrweise. Während der Klimawoche erhalten die Kollegen in der Kreisverwaltung täglich eine Klima-Mail, in der ein bestimmtes Thema zu Energie und Klimaschutz im Mittelpunkt steht. Alternativ können auch Klimawochen durchgeführt werden, wobei über einen bestimmten Zeitraum einmal pro Woche eine Mail versendet wird. Um den Beschäftigten einen zusätzlichen Anreiz zum Lesen der Klima-Mails zu geben, wird die Aktion durch ein Klima-Quiz ergänzt, das auf den Inhalten der Mails aufbaut. Zu gewinnen gibt es innovative und thematisch passende Preise. Um die Thematik langfristig in den Köpfen der Beschäftigten zu verankern, werden aus den Vorschlägen der Mitarbeiter Tipps zum Klimaschutz im Büroalltag entwickelt. Diese Botschaften werden Stück für Stück in den Arbeitsalltag integriert, beispielsweise auf Plakaten oder als Aufkleber auf Umlaufmappen.



UNSERE VERWALTUNG WIRD KLIMAFREUNDLICH – TIPPS ZUM KLIMASCHUTZ IM BÜROALLTAG

- 1. Gehen Sie nach Haus, drehen Sie die Heizung runter!** Nur 1°C weniger Raumtemperatur spart bereits 6% der Heizkosten!
- 2. Ist es draußen hell genug?** Dann Licht aus im Büro!
- 3. Das doppelte Lottchen?** Bedrucken und kopieren Sie Ihre Dokumente beidseitig mit der Duplex-Funktion!
- 4. Keine Nachtaktivität:** Fahren Sie zum Feierabend Ihren PC herunter und schalten Sie alle Geräte aus!
- 5. Klimaschutz und Wadentraining?** Öfter mal den Fahrstuhl links liegen lassen und die Treppe nutzen, fördert auch die Fitness!
- 6. Dicke Luft?** Dann Heizung aus und mal kurz Stoßlüften!
- 7. Kürzere Wege,** ob zur Arbeit oder dienstlich, öfter mal mit dem Fahrrad oder zu Fuß bestreiten.
- 8. Achten Sie bei Neuanschaffungen** auf die Energieeffizienzklasse und bevorzugen Sie A+++; das Klima dankt es Ihnen!
- 9. Eine Tasse oder eine Kanne?** Kochen Sie wirklich nur so viel Wasser wie Sie auch tatsächlich benötigen!

Erste Schritte

Zu Beginn ist zu überlegen, ob eigene Materialien (Klima-Mails, Quiz) für die Klimawochen erstellt oder ob die Vorlagen des Landkreises Reutlingen genutzt werden, welche gegen eine Gebühr zur Verfügung gestellt werden. Diese Entscheidung beeinflusst maßgeblich, welcher zeitliche Aufwand für die Kampagne eingeplant werden muss. Für die Kampagne müssen 5 wichtige Themenbereiche identifiziert und mit Hintergrundinformationen sowie Tipps zum Klimaschutz im Büroalltag hinterlegt werden. Auch Online-Tools und Links zu weiteren Publikationen locken dazu, sich noch intensiver zu informieren und können angehängt werden. Zu jedem Themenfeld müssen außerdem Quizfragen entwickelt werden. Außerdem muss festgelegt werden, ob die Kampagne innerhalb einer Woche oder über einen Zeitraum von mehreren Wochen durchgeführt wird.

Anreize schaffen

Zur Steigerung der Motivation werden für die Teilnahme am Klima-Quiz sowie für das Einreichen von Klimaschutztipps attraktive, klimafreundliche Preise ausgelobt. Beispielsweise ein Wochenende E-Bike Fahren, ein Präsentkorb mit ökologisch angebauten Lebensmitteln, ein Klimakochbuch, ein mit Wasser betriebener Wecker oder ein Solar-Kurbel-Radio. Wie viele Preise vergeben werden, hängt zum einen von der Größe als auch dem Budget der Verwaltung ab. Es bietet sich an, mindestens die besten 3–5 Einreichungen des Klimaquiz sowie die besten 8–10 Klimaschutztipps auszuzeichnen. Gerne auch mehr.

Klimawochen

Steht der Zeitraum zur Durchführung der Kampagne fest, sollte eine erste Mail versendet werden, welche frühzeitig alle Mitarbeiter über die Durchführung, die Rahmenbedingungen und den Start der Aktion informiert. Die Mails sowie die Quizfragen werden anschließend regelmäßig per E-Mail versendet und gleichzeitig die besten Energiespar- und Klimaschutztipps der Mitarbeiter abgefragt und gesammelt. Die besten Tipps werden ausgezeichnet und können später auf ein Poster sowie auf Aufkleber für Umlaufmappen gedruckt werden. Wichtig ist auch, einen Einsendeschluss für das Quiz sowie die Einreichung von Klimaschutztipps festzulegen und bekannt zu geben.

Krönender Abschluss

Es bietet sich an, die Preisverleihung in einem schönen und geselligen Rahmen stattfinden zu lassen – dazu sollte auch die örtliche Presse eingeladen werden. Hier können auch die Poster mit den Klimaschutztipps der Mitarbeiter erstmalig präsentiert werden.

Klimawoche in der Verwaltung – los geht's

mitgemacht, mitgedacht, ausgezeichnet!



Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5

Kosten

1.500 – 2.500 €

Zielgruppe

Verwaltung

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Best Practice

Landkreis Reutlingen

www.klimaschutzagentur-reutlingen.de

E-Mail: info@klimaschutzagentur-rt.de

Tel.: 07121 1432571

https://www.youtube.com/watch?v=12UEXGTof3U

Schulungen zur klimafreundlichen öffentlichen Beschaffung

Nachhaltige und klimafreundliche öffentliche Beschaffung bedeutet, beim Einkauf von Produkten und Dienstleistungen darauf zu achten, dass diese von der Herstellung bis zur Entsorgung geringere Folgen für Umwelt und Klima haben als vergleichbare Produkte. Dabei werden sowohl soziale und ökologische als auch ökonomische Aspekte berücksichtigt. Die öffentliche Hand hat mit rund 30.000 Vergabestellen beim Bund, in den Ländern und bei den Kommunen und einem Beschaffungsvolumen von über 480 Mrd. Euro pro Jahr einen erheblichen Anteil an der Nachfrage. Doch bei knappen Kassen liegt der Fokus oftmals zunächst nur auf den Anschaffungskosten eines Produktes. Das beträchtliche Potenzial der kommunalen Beschaffung, Treibhausgasemissionen einzusparen, ist bisher selten ausgeschöpft. Dabei sind die Möglichkeiten, eine klimafreundliche Beschaffung umzusetzen, vielfältig. Angefangen beim Einkauf von Ökostrom oder Recyclingpapier bis hin zu Green IT oder der Umstellung des städtischen Fuhrparks.

Die Schulung planen

Mitarbeiterschulungen zur klimafreundlichen und nachhaltigen öffentlichen Beschaffung werden Kommunen von verschiedenen Anbietern kostenfrei angeboten, lediglich ein Raum und gegebenenfalls Getränke und Catering sowie die Reisekosten der Referenten müssen bereitgestellt werden. Dazu gehören unter anderem die Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung beim Beschaffungsbüro des Bundesministeriums des Inneren und das Entwicklungspolitische Landesnetzwerk Rheinland-Pfalz. Gemeinsam mit den Referenten werden ein Termin sowie die Themenschwerpunkte für die Schulung festgelegt.

Teilnehmer akquirieren

Sobald das Programm und der Termin feststehen, sollten alle mit der Beschaffung befassten Mitarbeiter persönlich per Brief oder Email eingeladen werden. Die Einladung sollte mindestens vier Wochen im Voraus erfolgen.

Um die interkommunale Zusammenarbeit im Klimaschutz zu stärken und Synergien zu erschließen, ist es sinnvoll auch die Beschaffer aus den benachbarten Kommunen einzuladen. Kann der Bürgermeister oder die Bürgermeisterin für ein Grußwort auf der Veranstaltung gewonnen werden, wertet dies das Thema innerhalb der Verwaltung noch einmal besonders auf und schafft Rückhalt für weitere Planungen.

Klimafreundliche Beschaffung – los geht's

Kontakt zu Anbietern aufnehmen, Termin festlegen, Einladen, Schulen und klimafreundlich Beschaffen!



Kontakt

KNB – Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung beim Beschaffungsbüro des Bundesministeriums des Inneren
 www.nachhaltige-beschaffung.info
 Email: nachhaltigkei@bescha.bund.de
 Tel.: 0228 99610 2345

ELAN e. V. – Entwicklungspolitisches Landesnetzwerk Rheinland-Pfalz
 www.elan-rlp.de
 Email: beschaffung@elan-rlp.de
 Tel.: 06131 97208 67

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5

Kosten

200 – 400 €

Zielgruppe

Verwaltung

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Branchenspezifischer Energie-Rundgang

Um das Energiesystem erfolgreich auf erneuerbare Energien umzustellen und Energieeffizienzmaßnahmen umzusetzen, sind Vorbilder und Wegbereiter notwendig, die mit ihrem Engagement möglichst viele Nachahmer begeistern können. Hier setzt der branchenspezifische Energie-Rundgang an: Die Vorreiter einer bestimmten Branche stellen ihre energiesparenden und umweltschonenden Anlagen den interessierten Kollegen aus der eigenen Branche vor. Von den Erfahrungen, die ein Betrieb bereits mit dem Einsatz erneuerbarer Energien und Energieeffizienzmaßnahmen gemacht hat, können die anderen Betriebe lernen. Schließlich sind erlebbare Best-Practice Beispiele von Kollegen aus der Region überzeugender, als Empfehlungen oder Beratungen von dritter Seite – sie regen dazu an, den eigenen Betrieb entsprechend umzurüsten.

Erste Schritte

Es ist sinnvoll, solche Veranstaltungen gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung sowie der Industrie- und Handelskammer zu planen. Deren Netzwerke können für die gezielte Ansprache der Betriebe genutzt werden. Zunächst müssen innovative Betriebe identifiziert werden, die sich als Best-Practice-Beispiel eignen. Diese müssen bereit sein, den Rundgang bei sich durchzuführen, Einblicke in die eigene Energieversorgung zu geben und sie sollten gerne und überzeugend von ihren Erfahrungen berichten. Die Aktion kann ebenfalls in der lokalen Presse beworben werden, um interessierte Vorzeige-Betriebe anzusprechen. Sehr vielversprechend ist eine enge Zusammenarbeit mit den Innungen der Handwerkskammer. Abgesehen von (fakultativen) Ausgaben für ein Catering muss für diese Veranstaltung kein Budget eingeplant werden.

Vorzeige-Betriebe identifizieren

Der Energie-Rundgang findet in einem innovativen Betrieb statt, der bereits erneuerbare Energien einsetzt oder Energieeffizienzmaßnahmen umgesetzt hat. Entsprechende Betriebe müssen identifiziert werden – hierbei können die Innungen behilflich sein. Es empfiehlt sich, eine branchenspezifische Ansprache zu wählen und nicht alle Gewerbetreibenden einer Region pauschal anzuschreiben. Betriebe, die sich als Best-Practice-Beispiel zur Verfügung stellen, profitieren von der positiven Berichterstattung über den Energie-Rundgang in der lokalen Presse. Rundgänge können in den unterschiedlichsten Branchen stattfinden, beispielsweise in Bäckereien, KFZ-Werkstätten, Metzgereien. Je mehr Branchen mit eigenen Rundgängen abgedeckt werden, desto besser!

Konkret werden

Sobald ein erster Betrieb gefunden wurde, der gerne seine Erfahrungen teilen möchte, kann mit der Planung für den Energierundgang begonnen werden. Die Terminfindung sollte mit der Industrie- und Handwerkskammer bzw. der Innung abgestimmt werden. Im besten Fall können verschiedene Termine zusammengelegt werden, beispielsweise kann der Rundgang mit einer Innungsversammlung verbunden werden.

Der Ablauf des Energie-Rundgangs wird mit dem entsprechenden Betrieb abgestimmt. Eine Aufteilung in einen theoretischen und einen praktischen Teil ist sinnvoll. Zunächst kann der Gastgeber einen kleinen Vortrag über den Betrieb und die Motivation für den Einsatz von Energieeffizienzmaßnahmen oder erneuerbaren Energien halten. Durch dieses „Briefing“ können vorab bereits wichtige Informationen vermittelt werden, die, insbesondere bei hoher Teilnehmerzahl, bei der Besichtigung der Anlagen schnell untergehen.

Besonders interessant ist, wie viel die Umstellung der Energieversorgung gekostet hat und wie viel Geld der Betrieb durch diese Maßnahmen einspart. Hier wäre es wünschenswert, dass der Gewerbetreibende einen großzügigen Einblick in die Projektplanung gibt und auch entsprechende Zahlen nennt. Während für den Vorreiter-Betrieb der Umweltschutz eine große Motivation sein mag, werden sich viele Betriebe insbesondere für die Kostenersparnis interessieren, da eine Investition wirtschaftlich sinnvoll sein muss. Wichtig ist es, dass der Gastgeber authentisch ist, nichts schön redet und auch von Schwierigkeiten berichtet. Gerade davon können die anderen Betriebe lernen und profitieren. Es ist auch ratsam, auf Fördermöglichkeiten und Hilfestellungen zu verweisen – dieser Part könnte auch von Experten der Industrie- und Handelskammer übernommen werden. Besonders vorteilhaft für die Region wäre es, wenn bei der Umsetzung der Maßnahmen auf die Expertise von lokalen Unternehmen zurückgegriffen werden kann. Durch die Veranstaltung sollte der Gastgeber das Gefühl vermitteln, dass es sich lohnt, auf erneuerbare Energien zu setzen oder Effizienzmaßnahmen durchzuführen und dass was er geschafft hat, auch andere schaffen können!



Den Termin bewerben

Der Termin kann in der lokalen Presse beworben werden. Zielführender ist jedoch eine branchenspezifische Ansprache über das Netzwerk der Industrie- und Handelskammer bzw. der Innungen. Über den Energie-Rundgang sollte auf jeden Fall in der lokalen Presse berichtet werden, um das Engagement des Gastgebers aufzuzeigen. Zudem können weitere Betriebe sowie Privatpersonen für das Thema sensibilisiert werden.

Der branchenspezifische Energie-Rundgang – los geht's

Gastgeber finden, Anlagen besichtigen, Nachahmer motivieren. Fertig!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4	Tag 5
-------	-------	-------	-------	-------

Kosten

gering. Evtl. für Catering

Zielgruppe

Gewerbe

Medienwirksamkeit

gering	mittel	hoch
--------	--------	------

Best Practice

Landkreis Teltow-Fläming

www.teltow-flaeming.de
E-Mail: Andreas.Bleschke@teltow-flaeming.de
Tel: 03371 6082400

Landkreis Gießen

www.lkgi.de
E-Mail: klimaschutz@lkgi.de
Tel: 0641 93901772

LED-Tauschtag

Die Idee des LED-Tauschtages ist, dass Personen, die eine alte Glühlampe abgeben, dafür eine LED-Leuchte geschenkt bekommen. Damit sollen Vorurteile abgebaut und die Marktdurchdringung der LED-Technik beschleunigt werden, da sie einen erheblichen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann und als Maßnahme von jedermann, unabhängig von Besitzverhältnissen wie Eigenheim, durchzuführen ist. Die wichtige Botschaft dahinter ist, dass man auch mit kleinen Maßnahmen im Haushalt viel Energie einsparen kann und damit nicht nur das Klima, sondern auch den Geldbeutel schont.



Erste Schritte

Nachdem die Genehmigung zur Durchführung des LED-Tauschtages eingeholt wurde, kann die Planung beginnen. Zunächst ist intern zu überlegen, welche Fachbereiche und Kollegen eingebunden oder über die Aktion informiert werden sollten. Häufig können fachübergreifend Synergien erschlossen werden. Sinn macht es in jedem Fall, die Pressestelle frühzeitig zu informieren und in die Aktion einzubinden. Außerdem ist zu klären, welche finanziellen Mittel für die Aktion zur Verfügung stehen. Je nach Größe des Tauschtages ist ein Budget von 1.500 bis 3.000 Euro für den Kauf der Lampen, Schaltung von Zeitungsanzeigen und ggf. Standmiete einzuplanen.

Kooperationspartner einbinden

Um die fachgerechte Entsorgung der abgegebenen Glühlampen zu gewährleisten, sollte in jedem Fall ein Abfallwirtschaftsbetrieb eingebunden werden. Ein weiterer interessanter Kooperationspartner kann die örtliche Verbraucherzentrale sein, die den Stand mit Informationen rund um Beleuchtung und den Einsatz von LEDs bereichern kann. Auch die Ausstellung eines LED-Lampenkoffers kann interessant und hilfreich sein.

Unterstützer finden

Etwa 2 Monate vor dem LED-Tauschtag sollten alle Vertreter von LED-Lampen in der Kommune bzw. dem Landkreis angeschrieben werden, ob sie sich an der Aktion beteiligen wollen. Die Unterstützung kann dabei durch gute Preisangebote, Mengenrabatte oder gespendete Lampen stattfinden. Im Gegenzug sollte angeboten werden, dass die Namen der Unterstützer gut sichtbar am Stand angebracht werden und dass sie außerdem die Möglichkeit haben

Werbematerial auszulegen. Es bietet sich an, etwa 1–2 Wochen nach der Versendung des Schreibens, telefonisch Kontakt mit potenziellen Unterstützern aufzunehmen, falls noch nicht genügend Rücklauf da ist. Für einen LED-Tauschtag sollten, je nach Größe des Ortes, min. etwa 500 Lampen zur Verfügung stehen.

Konkret werden

Steht das Team, kann die konkrete Planung starten. Zunächst sind Ort und Termin festzulegen. Dabei bietet es sich an, den Tauschtag an eine bereits bestehende, gut frequentierte Veranstaltung anzubinden, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Hier bieten sich beispielsweise Wochenmärkte oder öffentliche Feste an. Sollte die Aktion auf einen Wochentag fallen, so bietet sich insbesondere die Mittagszeit an, so dass auch Berufstätige die Möglichkeit haben, Lampen zu tauschen. Für die Aktion sollten ca. 3–4 Stunden eingeplant werden. Pro Person können 1–3 Lampen getauscht werden, je nachdem wie viele Lampen zusammen gekommen sind, dies sollte jedoch im Vorfeld bekannt gegeben werden. Abgegeben werden dürfen natürlich unbegrenzt viele alte Glühlampen. Für den Stand an sich werden Tische benötigt sowie Sammelbehälter für die abgegebenen Glühlampen. Außerdem können Rollups oder Stellwände mit Informationspostern aufgestellt werden, dadurch erhöht sich auch die Sichtbarkeit des Standes. Insbesondere die Klimaschutzwirksamkeit der Aktion sollte gut sichtbar dargestellt werden, dies beinhaltet die Einsparung an Strom und Kosten sowie CO₂. Außerdem kann der Stand dazu genutzt werden, Informationsmaterialien über weitere Klimaschutzaktivitäten, wie z. B. Energieberatungen, auszulegen.

Den Termin bewerben

Eine aktive Öffentlichkeitsarbeit trägt maßgeblich zum Erfolg des Tauschtages bei. Dabei gilt es möglichst viele Bürgerinnen und Bürger zu erreichen, um die Aktion frühzeitig in der breiten Öffentlichkeit bekannt zu machen. Dazu bieten sich Anzeigen in den örtlichen Zeitungen, Plakate, Flyer sowie die Bekanntmachung des Termins im Internet und den sozialen Netzwerken an. Die Bekanntmachung des Termins sollte auch die wichtigsten Informationen zur Energie- und Treibhausgas einsparung sowie Kosteneinsparungen enthalten.

Der LED-Tauschtag – los geht's

Stand aufbauen, Lampen tauschen, informieren, beraten und bilanzieren. Fertig!



Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5

Kosten

1.500 – 3.000 €

Zielgruppe

Bürger

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Best Practice

Landkreis Osnabrück

www.landkreis-osnabrueck.de
E-Mail: klimaschutz@landkreis-osnabrueck.de
Tel.: 0541 501 3059

Hansestadt Uelzen

www.hansestadt-uelzen.de
E-Mail: laura.elger@stadt.uelzen.de
Tel.: 0581 800 6316

Thermographie-Spaziergang

Rund zwei Drittel des gesamten Energieverbrauchs in Haushalten entfallen in Deutschland auf die Raumheizung. Das liegt unter anderem daran, dass ein Großteil der Gebäude Jahrzehnte alt und allenfalls geringfügig modernisiert worden ist. Von einer gut durchdachten energetischen Sanierung profitiert nicht nur der Hauseigentümer, sondern auch unser Klima. In der kalten Jahreszeit bietet eine Aufnahme mit der Wärmebildkamera die Chance, energetische Schwachstellen in der Gebäudehülle aufzuspüren. Bei einem Thermographie-Spaziergang werden gemeinsam mit einem Energieexperten drei bis vier Gebäude mit der Wärmebildkamera angesehen und die Bilder werden vor Ort analysiert und gemeinsam besprochen. Im Vorfeld können sich Hausbesitzer mit ihrem Haus dafür bewerben.

Erste Schritte

Wenn die Entscheidung für einen Thermographie-Spaziergang gefallen ist, ist zunächst zu überlegen, welche Fachbereiche und Kollegen eingebunden oder über die Aktion informiert werden sollten. Häufig können fachübergreifend Synergien erschlossen werden. Insbesondere die Pressestelle sollte frühzeitig informiert und eingebunden werden.

Budgetplanung

Für die Durchführung eines Thermographie-Spaziergangs sollten etwa 1.500 – 2.000 € eingeplant werden:

Budgetplanung	Kosten
Energieberatung	600 – 1.000 €
Druck von Flyern	100 – 200 € (ca. 100 Stk.)

Budgetplanung	Kosten
Anzeigenschaltung	500 – 1.000 €
Catering	200 – 300 €

Konkret werden

Um eine optimale Arbeit mit der Wärmebild-Kamera zu gewährleisten sollte es dunkel sein und die Außentemperatur sollte optimal weniger als 5 °C betragen. Daher bieten sich insbesondere die Abendstunden in den Monaten Dezember, Januar und Februar an. Wenn der Termin festgelegt ist, sollte auch die Bewerbungsfrist für Hausbesitzer festgelegt werden. Sie sollte etwa 1–2 Wochen vor der Aktion liegen, um ausreichend Zeit für die Auswahl der Häuser und die Erstellung einer schönen Spazerroute zu haben. Je nach Größe des Ortes können entweder Bewerbungen aus dem gesamten Ort entgegen genommen oder das Einzugsgebiet auf einen bestimmten Stadtteil bzw. ein Stadtviertel beschränkt werden. Es ist außerdem zu überlegen, ob auch für die Teilnahme am Spaziergang als Gast eine Anmeldung erforderlich ist, um die Teilnehmerzahl im Vorfeld besser einschätzen zu können.

Da pro Haus etwa 15 – 20 Minuten Zeit einplant werden müssen, sollten für einen Abend nicht mehr als 3 – 4 Häuser ausgewählt werden, die nicht weiter als je 10 Minuten Fußweg voneinander entfernt liegen. Für die gemeinsame Analyse und Auswertung der Bilder wird außerdem ein Raum benötigt, der mit einem Beamer und einer Leinwand ausgestattet ist. Hier versammeln sich die Teilnehmer nach dem Spaziergang. Zur Auflockerung der Atmosphäre können Getränke und Häppchen bereitgestellt werden. Die zuvor aufgenommenen Bilder werden besprochen und die Zuhörer erhalten weiterführende Informationen zu Sanierungs- und Fördermöglichkeiten. Sowohl für den Spaziergang und die Aufnahme der



Bilder als auch für den informativen Teil des Abends sollten jeweils ca. 1 Stunde eingeplant werden, so dass insgesamt 2 – 2,5 Stunden veranschlagt werden müssen. Frei nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ sollte auch die örtliche Presse zu dem Termin eingeladen werden.

Energieberater finden

Geeignete Energieberater, welche die Durchführung und Auswertung einer Thermographie anbieten, sind unter anderem beim Deutschen Energieberater Netzwerk e. V. (www.den-ev.de) gelistet. Auch die örtlichen Verbraucherzentralen sind hier oftmals gute Ansprechpartner.

Den Termin bewerben

Etwa 4 bis 6 Wochen vor dem Thermographie-Spaziergang sollten der Termin und die Möglichkeit, sich mit seinem Haus dafür zu bewerben, bekannt gemacht werden. Dazu können beispielsweise Flyer mit allen wichtigen Informationen erstellt werden. Besonders wichtig ist die Sichtbarkeit in den lokalen Medien, wie den regionalen Zeitungen. Aber auch das Internet und soziale Netzwerke können bespielt werden. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit ist die Basis für eine rege Beteiligung.

Der Thermographie-Spaziergang – los geht's

Auf gutes Wetter und rege Beteiligung hoffen, losmarschieren, thermographieren, Bilder auswerten und beraten!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5

Kosten

1.500 – 2.000 €

Zielgruppe

Bürger

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Best Practice

Gemeinde Ahnatal

www.ahnatal.de

E-Mail: info@ahnatal.de

Tel.: 05609 628 147

Landkreis Groß-Gerau

www.kreisgg.de

E-Mail: m.huber@kreisgg.de

Tel.: 06152 989 249

Klimaschutz-Helden

Der Wettbewerb Klimaschutz-Helden würdigt Personen, die im Bereich Klimaschutz einen Beitrag leisten und will weitere Akteure in der Kommune dazu bewegen, sich mit dem eigenen Verhalten in Bezug auf Umwelt- und Klimaschutz auseinander zu setzen. Zielgruppe des Wettbewerbs sind nicht nur Einzelpersonen, sondern auch Vereine, Schulklassen, Kitas oder Unternehmen. Diese beschreiben ihre „Klimaschutz-Heldentat“ auf einer Postkarte und reichen diese für den Wettbewerb ein. Unter allen Einsendern werden Preise ausgelobt und die Klimaschutz-Helden werden öffentlichkeitswirksam prämiert. Die Präsentation von Best-Practice-Beispielen in der Kommune zeigt Signalwirkung und regt zur Nachahmung an. Es wird deutlich, wie einfach es sein kann, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Erste Schritte

Zunächst muss der Wettbewerb konzeptioniert werden. Dazu muss entschieden werden, wie die künftigen Klimaschutz-Helden angesprochen werden und wie viele Helden ausgezeichnet werden können. Hierzu ist im Vorfeld zu planen, welche Preise zur Verfügung gestellt werden können. Zudem muss festgelegt werden, welche Deadline für den Wettbewerb gesetzt wird. Im Anschluss an die konzeptionelle Planung muss ein Design für den Wettbewerb entwickelt werden. Auf Anfrage kann auch das Design der Ortsgemeinde Enkenbach-Alsenborn kostenlos übernommen werden. Lediglich die Farben müssen dann an das bestehende Logo der Kommune angepasst werden. Das entwickelte Motiv wird schließlich auf Postkarten und Roll-Ups gedruckt. Letztere können beispielsweise eine Aussparung für den Kopf haben, sodass sich Interessenten auf Veranstaltungen hinter dem Roll-Up als Klimaschutz-Helden fotografieren lassen können. Die Postkarten, auf deren Rückseite der Beitrag zum Klimaschutz beschrieben wird, können auf Veranstaltungen,



Festen, als Beilage in Wochenzeitschriften oder an Ständen verteilt werden. Außerdem sollte der Wettbewerb in Printmedien sowie auf der Homepage der Kommune beworben werden. Des Weiteren muss eine Jury festgelegt werden. Es ist von Vorteil, wenn sich die Jury aus Mitgliedern der Verwaltung, der Politik, aber auch Unternehmensvertretern aus der Gemeinde zusammensetzt.

Kooperationspartner einbinden

Für die Preise im Wettbewerb lohnt es sich, nach Sponsoren zu suchen. Engagierte Unternehmen oder Banken in der Region sind oft gerne bereit, kleinere Beträge zu spenden. Als Gegenleistung kann das Firmenlogo auf der Rückseite der Postkarte als Werbung aufgedruckt werden.

Die Suche nach den Klimaschutz-Helden

Nachdem der Wettbewerb durch Pressemeldungen, das Verteilen der Postkarten und die Nutzung der Roll-Ups auf Festen und Veranstaltungen öffentlichkeitswirksam beworben wurde, gehen die Einsendungen der Teilnehmer ein. Nach dem Ablauf einer Einsendefrist entscheidet die Jury, welche Beiträge die ersten Plätze belegen. Über die Gewinner des Wettbewerbs sollte dann ein Bericht für das Amtsblatt und die örtliche Presse erstellt werden. Im Rahmen einer Feierlichkeit werden die Gewinner des Wettbewerbes gewürdigt und allen Teilnehmern für das Engagement im Klimaschutz gedankt. Hierzu sollten neben den Teilnehmern des Wettbewerbes auch Politik, Öffentlichkeit und Gremien eingeladen werden.

Klimaschutz-Helden – los geht's

Helden finden, Preise verteilen, Klima schützen!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5

Kosten

700 – 2.000 €

Zielgruppe

Bürger, Schulklassen, Vereine, Unternehmen

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Best Practice

Ortsgemeinde Enkenbach-Alsenborn

www.enkenbach-alsenborn.de

E-Mail: lisa.rothe@enkenbach-alsenborn.de

Telefon: 06303 913 410

Klimakiste für Kitas und Schulen

Klimaschutz in Schulen und Kindergärten ist ein wichtiges Thema, um diesen langfristig in unseren Köpfen zu verankern. Kinder sind interessante Multiplikatoren in diesem Prozess, da sie wesentlich Einfluss auf ihr direktes Umfeld ausüben können und das oft mit Kreativität und kindlichem Charme. Daher nimmt gerade die Erziehung zu Nachhaltigkeit, Umwelt-, Klima- und Energiebewusstsein einen besonderen Stellenwert ein und wirkt sich, wenn auch indirekt und schwer messbar, positiv auf die CO₂-Bilanz aus. Das

Angebot an Projekten und Aktionen für Kitas und Schulen ist vielfältig, muss aber entsprechend aufbereitet und beworben werden. Meist fehlt es den Verantwortlichen in ihrem Arbeitsalltag an der Zeit, neue Themen aufzubereiten und in die Erziehung aufzunehmen. Hier stellt die Klimakiste eine gute und niedrighschwellige Möglichkeit dar, Kindergärten und Schulen für das Thema Klimaschutz zu gewinnen.



Erste Schritte

In einem ersten Schritt sollte geklärt werden, wer den Verleih der Kiste übernimmt. Hierfür kann das Gespräch mit der lokalen Stadtbücherei gesucht werden. Zum einen befindet sich dort eventuell bereits vorhandenes Material, zum anderen kann über die Bücherei der Verleih organisiert werden, falls keine eigenen Kapazitäten dafür frei sind. Gemeinsam wird dann über Inhalt und Auswahl von Büchern aber auch weiterem Material entschieden. Die Kiste sollte sowohl Lese- als auch Sachbücher rund um die Themen Klimawandel, Klimaschutz und einer nachhaltigen Lebensweise enthalten. Ergänzt werden kann die Kiste beispielsweise durch ein Energiesparmessgerät. Damit können die Kinder selbst aktiv werden und den Stromverbrauch von Geräten messen. Außerdem bieten sich Materialien wie beispielsweise eine Weltkarte für Kinder, Spiele oder Experimente an. Hier sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt! Diese Kiste kann sowohl von Grundschulen und Kindergärten sowie von Familien ausgeliehen werden, um so gemeinsam das Thema Klimaschutz mit den Kindern zu erarbeiten.

Handreichungen erarbeiten und Ideen geben

Über die reine Bereitstellung von Materialien hinaus sollten zudem Leitfäden und Ideen für die Verwendung der Materialien zur Verfügung gestellt werden. Diese können zusammen mit einer Kita oder Schule erarbeitet sowie erprobt werden, um anschließend allen Bildungseinrichtungen zur Verfügung gestellt zu werden.

Bewerben und aktualisieren

Ist die Kiste einmal fertig gepackt und eine entsprechende Bücher- sowie Materialliste erstellt, kann der Verleih losgehen. Natürlich darf eine entsprechende Werbung nicht fehlen! Eine aktive Öffentlichkeitsarbeit trägt maßgeblich zum Erfolg der Klimakiste bei. Dabei sollte stets auch auf neue Materialien oder Projekte hingewiesen werden. Um die Kiste aktuell und interessant zu halten, muss diese immer wieder überarbeitet, erweitert und ergänzt werden. Insbesondere das Umweltbundesamt oder die Energieagenturen der einzelnen Bundesländer sind gute Ansprechpartner für spannendes sowie hochwertiges, aber auch kostenloses Material. Hier lohnt es sich auch über die Landesgrenzen hinaus anzufragen.

Die Klimakiste – los geht's

Material besorgen, Kiste packen, ausleihen und lernen!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4	Tag 5
-------	-------	-------	-------	-------

Kosten

ab 100 € (je nach Größe und Ausstattung)

Zielgruppe

Kindergärten und Grundschulen

Medienwirksamkeit

gering	mittel	hoch
--------	---------------	------

Best Practice

Stadt Baesweiler

www.baesweiler.de

E-Mail: info@stadt.baesweiler.de

Tel.: 02401 895644

Stadt Meßkirch

www.messkirch.de

E-Mail: stadtbauamt@messkirch.de

Tel.: 07575 20641

Klimakochkurs

In der Diskussion über den Klimawandel stehen die Strom- und Wärmeerzeugung sowie der Verkehr als Hauptverursacher im Vordergrund. Doch auch unsere Ernährung, von der Erzeugung der Lebensmittel bis hin zu ihrer Verarbeitung, trägt erheblich zum Treibhauseffekt bei. In Deutschland macht das rund ein Fünftel aller Treibhausgasemissionen aus. Die Produktion von Fleisch und weiteren tierischen Lebensmitteln verursacht dabei einen Großteil der Emissionen in diesem Sektor. Eine saisonale, regionale und ökologische Ernährung auf überwiegend pflanzlicher Basis trägt nicht nur zum Klimaschutz bei, sondern tut auch der Gesundheit gut.



Erste Schritte

Um mit dem Projekt Klimakochkurs starten zu können, muss zunächst ein Kochlehrer als Kooperationspartner gefunden werden, der die Anleitung des Kurses übernimmt.

Mögliche Kooperationspartner sind die örtlichen Volkshochschulen, die oft schon Kochkurse zu anderen Themen anbieten. Diese haben oft auch Zugriff auf große Küchen, in denen viele Teilnehmer miteinander kochen können. Weitere Kooperationspartner können ortsansässige Ernährungsberater oder Köche sein. Wichtig ist es, jemanden auszusuchen, der bereits Berührungspunkte mit dem Thema hat und sich in diesem Bereich auskennt. Darüber hinaus sollten Sie aber noch einmal deutlich machen, dass es um eine saisonale, regionale und fleischarme Ernährung gehen soll und die Gerichte im Alltag auch leicht nachzukochen sind. Denn Ziel des Kurses soll es sein den Teilnehmern zu vermitteln, wie einfach eine klimafreundliche Ernährung im Alltag ist.

Des Weiteren können auch Bio-Lebensmittelmärkte oder Landwirte mit Direktvermarktung aus der Region als Sponsoren gewonnen werden, um die Kosten für die Produkte zu senken.

Den Termin bewerben

Bewerben Sie den Termin in der örtlichen Presse und dem Internet-auftritt Ihrer Stadt/Gemeinde. Machen Sie dabei deutlich, dass es sich nicht um einen engstirnigen Kurs handelt, der die Teilnehmer „belehren“ will, sondern dass vor allem das Miteinander und der Spaß am Kochen im Vordergrund stehen sollen. Wenn es in Ihrer Stadt/Gemeinde einen Wochenmarkt gibt, können Sie hier Flyer verteilen oder diese in Bio-Lebensmittelläden auslegen.



Was gibt es vorzubereiten?

Während des Kurses ist es wichtig zu erklären, welchen großen Anteil unsere Ernährung an unserem CO₂-Ausstoß hat und wie dieser einfach reduziert werden kann. Sprechen Sie mit Ihrem Kochlehrer ab, ob er eine Einführung in dieses Thema geben kann oder ob Sie diesen Part übernehmen. Wichtig ist es, alles kurz und bündig zu halten und mit Bildern zu unterstreichen. Dazu können auch Infobroschüren genutzt werden. Diese gibt es zum Beispiel bei der Initiative „Klimagourmet“ der Stadt Frankfurt oder nutzen Sie „Das Klima Kochbuch“ des Kosmos-Verlags. Des Weiteren sollten Sie mit dem Kochlehrer abklären, dass er den Einkauf übernimmt und kurz Rücksprache über die Auswahl der Rezepte halten.

Am Tag der Veranstaltung geben Sie oder der Kochlehrer eine kurze Einführung zum Thema klimafreundliche Ernährung, anschließend gehen Sie den Abend entspannt an, denn in lockerer Atmosphäre lässt es sich viel leichter ins Gespräch kommen. Die leckeren Gerichte überzeugen von allein von einer klimafreundlichen Küche. Zum Schluss lassen Sie sich noch ein Feedback geben. Bei Erfolg kann die Aktion auch ausgeweitet werden, wie zum Beispiel auf einem klimafreundlichen Grillabend im Sommer.

Was kann ich noch tun?

Wenn Sie das Thema klimafreundliche und nachhaltige Ernährung größer aufziehen möchten, bietet zum Beispiel die „Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung“ Schulungen für Kommunen im Bereich nachhaltige Lebensmittelbeschaffung an. Des Weiteren bietet die Aktion Klimagourmet der Stadt Frankfurt eine Wanderausstellung zu diesem Thema an, die zum Beispiel bei einer Aktionswoche in Schulen genutzt werden kann.

Klimafreundlich Kochen – los geht's

Gemeinsam lernen, kochen, Spaß haben und genießen!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

Arbeitszeit pro Woche in Stunden

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5

Kosten

30 – 40 € pro Person

Zielgruppe

Bürger

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Best Practice

Stadt Baunatal

www.baunatal.de

E-Mail: Johannes.Moeller@stadt-baunatal.de

Tel: 0561 4992418

E-Carsharing im ländlichen Raum

Etwas nicht mehr selbst zu besitzen, sondern es mit anderen zu teilen, wird immer beliebter. Dieser Trend macht auch beim Auto nicht Halt und in den meisten großen Städten gibt es kommerzielle Carsharing-Angebote. Diese beschränken sich oftmals jedoch nur auf die urbanen Gebiete. Doch auch außerhalb der Städte besteht eine hohe Nachfrage nach alternativen und umweltfreundlichen Mobilitätskonzepten. Neben der Energiewende sind auch die Verkehrswende und die damit verbundene Elektromobilität wichtige Zukunftsthemen. Vielerorts müssen die Bürger von der Praktikabilität und den Vorzügen der Elektromobilität noch überzeugt werden. Hierzu gilt es, das Thema Elektromobilität für eine größere Zielgruppe im wahrsten Sinne des Wortes erfahrbar zu machen. Mit dem Aufbau eines E-Carsharing-Angebots im ländlichen Raum kann daher ein neues und innovatives Handlungsfeld erschlossen werden.

Erste Schritte

Lokale E-Carsharing-Angebote werden oftmals von engagierten Bürgern betrieben, die sich in einem Verein oder einer Energiegenossenschaft organisieren. Die Kommune kann die Gründung solcher Initiativen unterstützen oder das Thema in bestehende Vereine einbringen. Zudem kann sie die Umsetzer bei organisatorischen Fragen unterstützen und finanzielle Hilfestellungen leisten.



Vom Verein zum Auto

Ein E-Carsharing-Projekt umzusetzen erfordert ein hohes Maß an Engagement von den Akteuren, da sehr viele Arbeitsschritte zu bewältigen sind. Zunächst müssen sich die Interessierten in einem Verein organisieren, falls keine bestehende Vereinsstruktur genutzt werden kann. Bei der Gründung des Vereins kann die Verwaltung beratend tätig sein. Hierbei ist es wichtig, dass neben den engagierten Gründern auch genügend Nutzer für das E-Auto gefunden werden, die dem Verein beitreten. Der Verein muss eine solide Finanzierung für das Auto aufstellen. Hier gibt es verschiedene, bereits erfolgreich erprobte Möglichkeiten: Zunächst können Fördermittel (bspw. über LEADER) beantragt werden, um das Auto und die dazugehörige Ladesäule anzuschaffen. Eine weitere Option besteht darin, Sponsoren zu gewinnen, die das Auto als Werbefläche nutzen, und von den Sponsoring-Geldern die Leasing-Raten zu bezahlen. Eine weitere Finanzierungsquelle des Autos sind natürlich die Nutzungsgebühren sowie eventuelle Jahresbeiträge. Neben den Anschaffungskosten entstehen Kosten für eine Ladesäule, die Ver-



sicherung und einen Schlüsseltresor. Des Weiteren entstehen Kosten für eine Buchungsplattform, wie bspw. www.mobilesdorf.de, deren Nutzung empfohlen wird, um das Sharing zu organisieren. Die Versicherung des Autos kann bspw. über den Bundesverband CarSharing (bcs) erfolgen. Sind alle diese Fragen geklärt – und dieser Prozess kann gut ein Jahr in Anspruch nehmen – kann das Auto endlich losfahren.

Unterstützung durch die Kommune

Das Projekt basiert auf dem hohen Engagement der Umsetzer vor Ort. An vielen Stellen kann die Kommune diese Arbeit jedoch unterstützen und erleichtern. Bei der Ansprache von potentiellen Sponsoren für das E-Auto kann die Gemeinde auf ihre Kontakte zu lokalen Unternehmen zurückgreifen. Zudem kann die Gemeinde selbst finanzielle Mittel zur Verfügung stellen, oder aber bei der Beantragung von Fördermitteln behilflich sein. Einige Gemeinden verfügen bereits über ein Elektroauto. Dieses können sie dem E-Carsharing Verein nach Dienstende sowie am Wochenende zur Verfügung stellen. Auch bei der Suche nach einem geeigneten Standort für die Ladesäule sowie dem Anschluss an das Netz kann sich die Kommune engagieren. Weitere Unterstützung erhält die E-Carsharing-Initiative, wenn die Gemeinde gebührenbefreite Parkplätze ausweist.

Aufbau E-Carsharing im ländlichen Raum – los geht's

Umsetzer motivieren, unterstützen, beraten, Rahmenbedingungen schaffen und elektrisch losfahren!

Best Practice

Klixbüll

www.klixbuell.de
E-Mail: werner.o.schweizer@t-online.de
Tel: 04662 77113

Hilchenbach/ Grund

www.hilchenbach.de
E-Mail: JH.Stein@hilchenbach.de
Tel: 02733 2652

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten



Arbeitszeit pro Woche in Stunden



Kosten

ab 20.000 €

Zielgruppe

Bürger

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Seniorumweltrainer

Erfahrung trifft Neugier: Von der älteren Generation lernen

Über 90 ältere Menschen wurden am Umweltbildungszentrum Licherode in den letzten Jahren zu Seniorumweltrainern ausgebildet. Fast 50 sind an Schulen und Kindertagesstätten in der Region im Einsatz. Ziel ist es, in generationenübergreifenden Lernprozessen die Kompetenzen der Senioren für die Bildung von Kindern und Jugendlichen zu nutzen. Denn Senioren bringen gerade zu Themen wie Natur, Gesundheit, Energie oder Ernährung einen großen Wissensschatz und glaubhafte Lebenserfahrung mit, das spüren Kinder. Und auch für die Senioren selbst ist es ein gutes Gefühl, gefragt zu sein und gebraucht zu werden. Inhaltlicher Schwerpunkt der in Licherode ausgebildeten Seniorumweltrainern sind Themen aus den Bereichen Umweltbildung und Bildung für eine nachhaltige Entwicklung (BNE). Ausgangspunkt ist dabei immer ein persönliches Projekt bzw. Spezialthema des Seniorumweltrainers, wie die Herstellung von Honig oder Wildpflanzenkunde. Dieses Thema wird didaktisch auf die Aspekte Umweltbildung bzw. BNE bezogen. Viele Seniortrainer haben sich auch über ihr ursprüngliches Thema hinaus in andere Inhalte eingearbeitet und verfügen dadurch über eine breite Angebotspalette von Themen. Der Erfolg des Einsatzes von Umwelttrainern ist aber insbesondere in der Authentizität der Senioren begründet, die von den Kindern mit ihrem Thema identifiziert werden und für die Kinder die Funktion wichtiger Bezugspersonen übernehmen.

Erste Schritte

Zunächst braucht es eine Einrichtung, wie zum Beispiel ein Umweltbildungszentrum, in der die Ausbildung der Seniorumweltrainern stattfindet sowie einen/mehrere Pädagogen, der/die die umwelpädagogische Ausbildung übernimmt. Um die Qualität der Ausbildung der Seniortrainer zu gewährleisten, muss ein pädagogisches Konzept, aufbauend auf dem Prinzip der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), zugrunde liegen. Denn die Seniortrainer benötigen neben ihrer Fachkompetenz auch Werkzeuge und Instrumente, um pädagogisch gut arbeiten zu können.



Senioren aktivieren und ausbilden

Um potentielle Kandidaten für diese Tätigkeit zu begeistern, werden interessierte Senioren zunächst auf einer Informationsveranstaltung über den Ablauf der Ausbildung, den Zeitaufwand und die Aufgaben eines Seniorumweltrainers informiert. Die Senioren, die sich für eine Ausbildung entscheiden, durchlaufen ein Seminar, welches sich in Theorie und Praxis aufteilt und von einem Umweltpädagogen geleitet wird. Die Senioren hospitieren dabei jeweils einmal in einer Schule oder Kita und einmal während der Umweltbildungswoche in Licherode. Zum Schluss erarbeitet jeder Senior ein eigenes Projekt und das pädagogische Konzept dazu. In einer Abschlusspräsentation wird das Projekt den Leitern und Mitstreitern vorgestellt. Themen der bisherigen Seniorumweltrainern lauteten beispielsweise „Vom Getreide zum Brot“, „Wir erkunden einen Solarbetrieb“ oder „Wildpflanzen kennenlernen und nutzen“. Zum Abschluss erhalten die Teilnehmer ein Zertifikat zum Seniorumweltrainer.

Einen verbindlichen Organisationsrahmen schaffen

Um die qualifizierten und motivierten Seniorumweltrainern nun auch erfolgreich in die Bildungsarbeit an Schulen und Kindertagesstätten einzugliedern, benötigt es verlässliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den lokalen Bildungseinrichtungen. Dazu vermittelt die jeweils leitende Institution den ersten Kontakt zwischen der Einsatzstelle (Kindergarten, Schule) und den Seniorumweltrainern. Außerdem werden die Seniorumweltrainern bei ihren Einsätzen von einer Erzieherin bzw. Lehrkraft unterstützt. Da die Einsätze eine langfristige Planung erfordern, werden sie frühzeitig und verlässlich abgesprochen. Die jeweilige Kindertagesstätte oder Schule ist fester Ansprechpartner für die Seniorumweltrainern. Um die Seniorumweltrainern versicherungsrechtlich abzusichern, werden sie für ihren Einsatz offiziell beauftragt und erhalten eine Aufwandsentschädigung. Um das Projekt zu evaluieren, wird nach den Einsätzen ein Auswertungsgespräch geführt.

Seniorumweltrainer – los geht's

Seniorumweltrainern ausbilden, Schul- und Kindergartenprojekte starten, praxisorientiert Wissen vermitteln!



Fakten

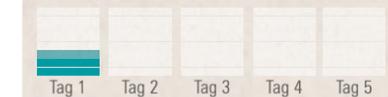
Vorlaufzeit in Monaten



Arbeitszeit (Ausbildungsphase)

ca. 80 Stunden (8 Seminartage, 3 Hospitationen)

Arbeitszeit pro Woche in Stunden (Koordination im laufenden Prozess)



Kosten

ca. 10.000€ für Ausbildungsreihe mit ca. 10-12 Seniorumweltrainern + laufende Kosten je nach Zeitaufwand für Koordination und Organisation*.

Zielgruppe

Schulen, Kindergärten, außerschulische Lernstandorte, Senioren

Medienwirksamkeit



*Am Umweltbildungszentrum Licherode getragen vom Regionalforum Nordhessen und LEADER Mittel der EU

Best Practice

Alheim-Licherode

www.umweltbildungszentrum-licherode.de

E-Mail: buero@umweltbildungszentrum.de

Tel.: 05664 94860

Solarkampagnen

Die klimafreundliche Solarenergie hat ein enormes Potenzial. Die Region Hannover und die Klimaschutzagentur setzen sich mit der „Solaroffensive“ für mehr Solar-Anlagen in der Region ein. Im Bereich der Erneuerbaren Energien ist eine gute Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit ein unumgängliches Instrument, um Akzeptanz in der Bevölkerung zu erreichen. Um den Ausbau der Solarenergie zu fördern, ist es wichtig, den Nutzen und die Vorteile von Photovoltaik- und Solarthermieanlagen zu verdeutlichen. Durch eine umfassende Solaroffensive mit verschiedenen Bausteinen, wie kostenlosen Solarchecks, Beratungen vor Ort oder einem Wettbewerb kann der Ausbau der Solarenergie vorangebracht werden. Zu den Bausteinen der Solaroffensive gehört ein Förderprogramm der Region für Privatpersonen, die Solarwärme-Richtlinie. Zudem wendet sich die Beratungsaktion „Solar-Checks“ der gemeinnützigen Klimaschutzagentur an Hausbesitzerinnen und Hausbesitzer sowie Unternehmen. Ergänzend geben Solar-Aktionen in Städten und Gemeinden vor Ort zusätzliche Impulse. Eine Solarkampagne kann generell für eine einzelne Stadt oder Gemeinde aber auch für eine ganze Region bzw. Landkreis durchgeführt werden.

Erste Schritte

Eine Solaroffensive läuft in der Regel über mehrere Jahre und hat das Ziel, den Ausbau der Solarenergie zu fördern. Im Fokus stehen sowohl Solarwärme- als auch Solarstrom-Anlagen (PV). Bei der Bevölkerung soll die Begeisterung für die Kraft der Sonne geweckt werden. Wichtig ist es, zunächst die Kommunalpolitik mit einzubinden und von dem Vorhaben zu überzeugen. Weiter sollten die erforderlichen Haushaltsmittel frühzeitig geplant und in den Haushalt eingestellt werden. Da eine Kampagne von den Akteuren und dem Netzwerk lebt, braucht es eine lange Vorlaufzeit, um das Netzwerk



Foto: Christian Stahl/Region Hannover

der relevanten Akteure und Multiplikatoren aufzubauen, die Beschlüsse von der Politik fassen zu lassen und die gesamte Öffentlichkeitsarbeit, wie Informationsmaterial, Anzeigenschaltungen und Webseiten, vorzubereiten. Für die Durchführung sollten bestenfalls verschiedene Institutionen wie etwa die regionale und/oder landesweite Energie- oder Klimaschutzagentur, Kammern und Innungen, Energieversorgungsunternehmen und Genossenschaften mit der Kommune (Mitarbeiter aus Klimaschutz und ggf. Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikation) zusammenarbeiten, da der Arbeitsaufwand für eine umfassende Solaroffensive sehr hoch ist.

Für den Erfolg ist es wichtig, dass die relevanten Akteure, wie die Kommune(n), Kommunalpolitik, das Handwerk, aber auch die lokale Wohnungswirtschaft von der Kampagne überzeugt sind.

Politik überzeugen

Da eine Solarkampagne eine umfangreiche Maßnahme zur Förderung erneuerbarer Energien und Klimaschutz ist, benötigt es den Rückhalt aus der lokalen Politik. Dies ist vor allem wichtig, da eine Solaroffensive umfassende Haushaltsmittel benötigt. Um die Politik möglichst früh einzubinden, sollte eine Information über die geplante Offensive und ihren möglichen Bausteinen mindestens ein Jahr im Voraus im entsprechenden Ausschuss erfolgen. So können Anregungen aus der Politik noch aufgenommen und Haushaltsmittel rechtzeitig eingeplant werden. Anschließend kann die Politik über Sachstandsberichte und/oder ggf. konkrete Beschlüsse weiter einbezogen werden.

Bausteine entwickeln

Jede Kampagne hat ihre eigenen Schwerpunkte und Bausteine, die für die jeweilige Kommune wichtig sind. Im Folgenden sind exemplarisch Bausteine einer Solarkampagne aufgelistet.

Bausteine einer Solaroffensive (jeweils individuell anzuwenden und gegebenenfalls zu ergänzen)

1. Solarpotentialanalyse (Datenerhebung, Befliegung der Region) und Solardachkataster
2. Öffentlichkeitsarbeit (Anzeigen in der örtlichen Presse, Flyer für die Kommunen, das Handwerk und die Klimaschutzberater, Infotrailer für die örtlichen Kinos, Best-Practice-Infos für Unternehmen)
3. (Kostenlose) Beratungen durch Klimaschutzagentur (Solar-Checks)
4. Mit gutem Beispiel vorangehen: Eigene Liegenschaften und Konzerntöchter/Beteiligungsgesellschaften checken und mit PV/Thermie ausstatten
5. Dorf-/Quartierwettbewerb (welches Dorf schafft in einer bestimmten Zeit den meisten Zubau an PV-Anlagen)
6. Eigene kommunale Förderrichtlinien
7. Bildungsangebote in KiTas und Schulen
8. Solarradtouren, -stammtische
9. Solar-Kino „Cinema del Sol“ (solarbetriebenes Open-Air Kino) als besonderes Event in Gärten, Parks o. ä.

Offensive bekannt machen

Wenn die Vorbereitungen abgeschlossen sind und die ersten Bausteine stehen, kann die Solarkampagne mit einer großen öffentlichkeitswirksamen Auftaktveranstaltung beworben werden. Dazu werden alle lokalen Akteure, Vertreter von Politik, Verwaltung, Energieagenturen, Unternehmen und interessierte Bürger eingeladen.



Foto: Cinema del Sol

Bei der Veranstaltung werden die Bausteine vorgestellt und die Ziele der Offensive erläutert. Danach geht es sukzessive los mit der Umsetzung der Kampagnenbausteine.

Die Solarkampagne – los geht's

Politik überzeugen, Verbündete finden, Bürger einbinden, Solaranlagen installieren, Sonnenenergie nutzen!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten



Arbeitszeit pro Woche in Stunden



Kosten

ab 25.000 €

Zielgruppe

Bürger, Unternehmen, Kommunalpolitik

Medienwirksamkeit

gering mittel hoch

Best Practice

Region Hannover Klimaschutzleitstelle

Hildesheimer Str. 17
30169 Hannover
www.hannover.de/solaroffensive
klimaschutzleitstelle@region-hannover.de

Energieagentur Region Göttingen e. V. (Im VGH Gebäude)

Berliner Str. 4
37073 Göttingen
www.energieagentur-goettingen.de/energieagentur/ueber-uns/herzlich-willkommen/

Energiesparen an Schulen



Der Grundgedanke lautet: wer Energie spart, wird belohnt! Durch eine Veränderung des Nutzerverhaltens in den Schulen kann durchschnittlich 10 % der Energie eingespart werden. Die Schule erhält für ihre Bemühungen eine Prämie, allerdings nicht in der absoluten Höhe der Energieeinsparungen, sondern aufgrund von Projektaktivitäten. Schulen sollen so angeregt werden, durch einfache pädagogische Maßnahmen und Aktivitäten Energie einzusparen. Die Schüler sollen dabei die Sachzusammenhänge und vorhandene Energiesparpotentiale nicht nur technisch-wissenschaftlich verstehen und kennenlernen, sondern auch selbst suchen, entdecken und erfahren, wie erfolgreich verändertes Verhalten sein kann. Wenn sie das Erlernte zu Hause anwenden, werden sie selbst zu Multiplikatoren in ihrem privaten Umfeld. Die Maßnahmen und Aktionen in den Schulen werden mit Hilfe eines Fragebogens in Form einer Punktevergabe festgehalten, die am Ende des Schuljahres mittels eines Schlüssels in eine Prämienzahlung umgerechnet wird. Zusätzlich wird ein Energiecontrolling in allen Schulgebäuden eingeführt, oft führt allein dies schon zu Einsparungen. Das Projekt wird von den jeweiligen Klimaschutzmanagern technisch und pädagogisch begleitet. Die Teilnahme an dem Projekt ist für die Schulen freiwillig.

Schulen gewinnen

Zunächst müssen die Schulen für das Projekt gewonnen werden. Dazu wird während der Auftaktveranstaltung bei einer Schulleitungskonferenz das Projekt vorgestellt. Die Schulleiter können dabei ihr Interesse am Projekt bekunden. Danach braucht es die Zustimmung der Schulkonferenz und es wird eine Vereinbarung zwischen dem Schulträger und der Schule geschlossen.

Vor Ort aktiv werden

In den Schulen werden sogenannte Energieteams gebildet, die aus Schülern, Lehrern und dem Hausmeister bestehen. Die jeweiligen Klimaschutzmanager stellen das Projekt während einer Auftaktveranstaltung an der Schule vor und bereiten das Energieteam auf die künftigen Aufgaben vor. Während eines Rundgangs der Klimaschutzmanager und des Energieteams werden die energetischen Schwachstellen der Schulen ermittelt, dazu erhalten die Teams Checklisten und Messgeräte. Die Energieteams werden während der gesamten Projektlaufzeit pädagogisch begleitet.

Hausmeisterschulungen

Die Hausmeister sind Schlüsselfiguren im Bereich des Energieverbrauchs der Schulen. Sie sind wichtige Akteure des Projekts und werden in eigenen Schulungen auf das Projekt und die Durchführung vorbereitet.

Ermittlung des Punktestandes

Die Schulen können durch ihre Aktivitäten im Energiesparen Punkte sammeln. Dazu füllen die Schulen am Ende des Schuljahres einen Fragebogen aus, in dem die Aktivitäten erfasst und dargestellt werden. Die Schulen erhalten für die Basisaktivitäten eine Grundprämie und können für zusätzliche Aktivitäten weitere Prämien erhalten:

- Teilnahme an Wettbewerben
- Durchführung von Projekten oder Projekttagen
- Teilnahme an Lehrerfortbildungen
- Durchführung von Exkursionen zum Thema
- Teilnahme an Programmen von Kooperationspartnern

Aufgaben für die Schulen

Jede Schule benennt einen Lehrer als Ansprechpartner, der über die gesamte Projektlaufzeit dabei ist. In jeder Klasse wird ein Energiedienst eingerichtet, dieser ist mit dem üblichen Tafeldienst vergleichbar. Die Bildung eines Energieteams ist Voraussetzung für die Teilnahme am Projekt. Das Team ist verantwortlich für die Durchführung der Energiesparmaßnahmen an den Schulen in Kooperation mit den Klimaschutzmanagern (z.B. Markierung von Lichtschaltern, Aufhängen von Plakaten in den Klassenräumen, Messung von Energieverbräuchen etc.). Die Hausmeister der Schulen sind verpflichtet, an den Schulungen teilzunehmen. Jeder Hausmeister einer Schule ist auch Teil des Energieteams.



Förderung

NKI Förderung:
<https://www.ptj.de/klimaschutzinitiative-kommunen/energiesparmodelle>

Die Mittel für das Projekt können von Klimaschutzmanagern bei der Nationalen Klimaschutzinitiative (NKI) des Umweltministeriums beantragt werden. Diese Förderung ermöglicht es, neben einem bereits eingestellten Klimaschutzmanager einen weiteren Klimaschutzmanager mit dem Schwerpunkt Bildung an Schulen und KiTas für vier Jahre einzustellen.

Vorteile für die Schulen

Die Schulen erhalten für ihre Aktivitäten Geld in Form von Prämien, dadurch können sie weitere Projekte anstoßen. Die öffentliche Wahrnehmung der Schulen wird verbessert, da die Energiespar-Erfolge von Schulen in der Zeitung dargestellt werden können. Die Schulen erhalten Unterrichtsmaterialien, Messgeräte und Informationen. Es werden außerdem Fortbildungsangebote für die Lehrkräfte angeboten. Zusätzliche pädagogische Angebote für Schulen werden geschaffen. Es werden außerdem Kontakte zu außerschulischen Lernorten und Exkursionszielen hergestellt.

Energiesparen an Schulen – los geht's

Schulen gewinnen, Aktionen durchführen, Energie sparen, Prämien auszahlen!

Fakten

Vorlaufzeit in Monaten



Arbeitszeit pro Woche in Stunden



Kosten

NKI Förderung / Förderzeitraum 4 Jahre

Zielgruppe

Schulen, Schüler, Hausmeister

Medienwirksamkeit



Best Practice

Energierregion Hümmling

www.energieregion-huemmling.de
 E-Mail: klaffke@werlte.de
 Tel.: 05951 9893 27

KONTAKTE REGIONEN

Ahnatal

www.ahnatal.de
info@ahnatal.de
Tel: 05609 628147

Alheim-Licherode

www.umweltbildungszentrum-licherode.de
buero@umweltbildungszentrum.de
Tel: 05664 94860

AktivRegion Nordfriesland Nord

www.aktivregion-nf-nord.de
s.rietz@aktivregion-nf-nord.de
Tel: 04661 601340

LEADER-Region Aller-Leine-Tal

www.aller-leine-tal.de
voige@rethem.de
Tel: 05165 98980

Bad Hersfeld

www.bad-hersfeld.de
gspoh@bad-hersfeld.de
Tel: 06621 201312

Baesweiler

www.baesweiler.de
info@stadt.baesweiler.de
Tel: 02401 800375

Baunatal

www.baunatal.de
Johannes.Moeller@stadt-baunatal.de
Tel: 0561 4992418

Braunschweig (Regionalverband Großraum Braunschweig)

www.regionalverband-braunschweig.de
patrick.nestler@zgb.de
Tel: 0531 2426263

Verbandsgemeinde Birkenfeld

www.birkenfeld-enzkreis.de
v.klein@vgv-birkenfeld.de
Tel: 06782 990192

Düsseldorf

www.duesseldorf.de
silke.scheiber@duesseldorf.de
Tel.: 0211 8921094

Ortsgemeinde Enkenbach-Alsenborn

www.enkenbach-alsenborn.de
lisa.rothe@enkenbach-alsenborn.de
Tel: 06303 913410

Flecken Steyerberg

www.steyerberg.de
weber@steyerberg.de
Tel: 05764 9606 22

Frankfurt am Main

www.frankfurt.de
nathalie.kohlschuetter@stadt-frankfurt.de
Tel: 069 21239165

Frielendorf

www.frielendorf.de
gemeinde@frielendorf.de
Tel: 05684 99990

Landkreis Fürstfeldbruck

www.lra-ffb.de
Monika.Beirer@lra-ffb.bayern.de
Tel: 08141 519 225

Landkreis Gießen

www.lkgi.de
klimaschutz@lkgi.de
Tel: 0641 93901772

Kreis Groß-Gerau

www.kreisgg.de
m.huber@kreisgg.de
Tel: 06152 989249

Hennigsdorf

www.klimakompetenzzentrum.de
info@klimakompetenzzentrum.de
Tel: 03302 2021205

Herford

www.kreis-herford.de
laetitia.mueller@herford.de
Tel: 05221 1891571

Herten

www.herten.de
j.harks@herten.de
Tel: 02366 303340

Hilchenbach-Grund

www.hilchenbach.de
JH.Stein@hilchenbach.de
Tel: 02733 2652

Landkreis Hildesheim

www.landkreishildesheim-klimaschutz.de
Martin.Komander@landkreishildesheim.de
Tel: 05121 3096042

Horb am Neckar

www.horb.de
e-huber@horb.de
Tel: 07451 901263

Energierregion Hümmling

www.energieregion-huemmling.de
klaffke@werlte.de
Tel: 05951 989327

Klixbüll

www.klixbuell.de
werner.o.schweizer@t-online.de
Tel: 04662 77113

Landkreis Landsberg am Lech

www.landkreis-landsberg.de
jasmin.dameris@lra-ll.bayern.de
Tel: 08191 129236

Leipziger Muldenland

www.leipzigermuldenland.de
regionalmanagement@leipzigermuldenland.de
Tel: 03437 707071

Lüdenscheid

www.luedenscheid.de
sara.kunkel@luedenscheid.de
Tel: 02351 171210

Mansfelder Grund-Helbra

www.verwaltungsamt-helbra.de
info@verwaltungsamt-helbra.de
Tel: 034772 50101

Landkreis Marburg-Biedenkopf

www.marburg-biedenkopf.de
ClementN@marburg-biedenkopf.de
Tel: 06421 4056304

Meßkirch

www.messkirch.de
stadtbauamt@messkirch.de
Tel: 07575 20641

Mörfelden-Walldorf

www.moerfelden-walldorf.de
andreas.froeb@moerfelden-walldorf.de
Tel: 06105 938893

Landkreis Mühldorf am Inn

www.lra-mue.de
klimaschutz@lra-mue.de
Tel: 086316 99721

Landkreis München

www.landkreis-muenchen.de
energievision@lra-m.bayern.de
Tel: 089 62212911

Nidda

www.nidda.de
b.herbst@nidda.de
Tel: 06043 8006212

Landkreis Northeim

www.landkreis-northeim.de
CWerner@landkreis-northeim.de
Tel: 05551 708731

Pattensen

www.pattensen.de
moldehn@pattensen.de
Tel: 05101 1001226

Pölzig

www.gemeinde.poelzig.de
k-f-heuzeroth@web.de
Tel: 036695 20611

Region Hannover

www.hannover.de/solaroffensive
Klimaschutzleitstelle@region-hannover.de
Tel: 0511 61621091

Rheingau-Taunus-Kreis

www.rheingau-taunus.de
ingrid.reichbauer@kee-rtk.de
Tel: 06722 900212

Metropolregion Rhein-Neckar

www.m-r-n.com
info@m-r-n.com
Tel: 0621 1070862

Metropole Ruhr

www.metropoleruhr.de
rauch@rvr-online.de
Tel: 0201 2069399

Saerbeck

www.klimakommune-saerbeck.de
klimakommune@saerbeck.de
Tel: 02574 89201

Schotten

www.schotten.de
e.hoegy@schotten.de
Tel: 06044 6640

Springe

www.springe.de
katrin.haertel@springe.de
Tel: 05041 73334

Landkreis Steinfurt

www.kreis-steinfurt.de
silke.wesselmann@kreis-steinfurt.de
Tel: 02551 692119

Steinhagen

www.gemeinde-steinhagen.de
anna.zuehlke@steinhagen.de
Tel: 05204 997312

Landkreis Teltow-Fläming

www.teltow-flaeming.de
Andreas.Bleschke@teltow-flaeming.de
Tel: 03371 6082401

Landkreis Traunstein

www.traunstein.com
Birgit.Seeholzer@traunstein.bayern
Tel: 0861 587050

Uelzen

www.hansestadt-uelzen.de
laura.elger@stadt.uelzen.de
Tel: 0581 8006316

Werra-Meißner-Kreis

www.werra-meissner-kreis.de
gabriele.maxisch@werra-meissner-kreis.de
Tel: 05651 3024751

Wetteraukreis

klimaschutz.wetterau.de
stefanie.voss@wetteraukreis.de
Tel: 06031 836219

Wolfhagen

www.wolfhagen.de
Michael.Joost@Wolfhagen.de
Tel: 05692 602300

Verbandsgemeinde Wörrstadt

www.vgwoerrstadt.de
daria.paluch@vgwoerrstadt.de
Tel: 06732 601223

ZuBRA

**(Region: Bebra, Rotenburg a. d. Fulda
und Alheim)**

www.zubra.de
gemeinde@alheim.de
Tel: 06623 920032

