

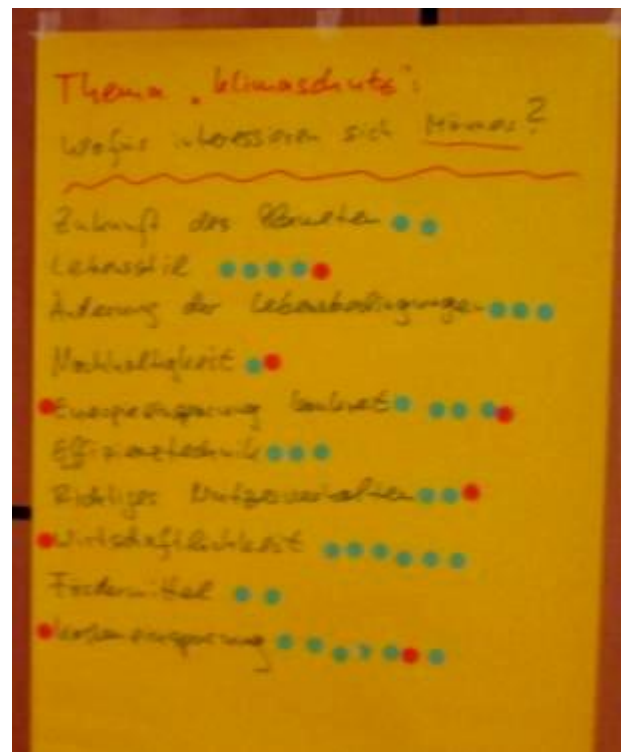
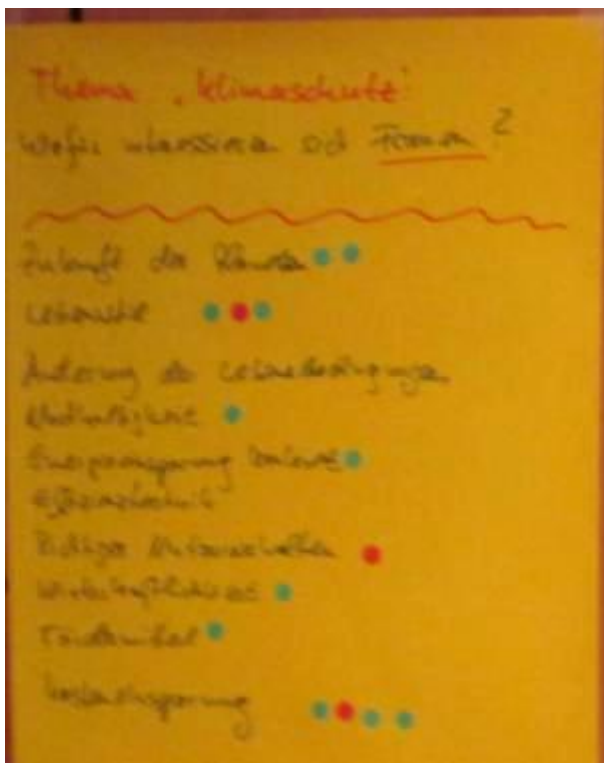
## Integriertes Klimaschutzkonzept Voerde Protokoll vom Workshop „Bürgerengagement und Öffentlichkeitsarbeit / Nutzerverhalten und Motivation“ am 7.5.2015

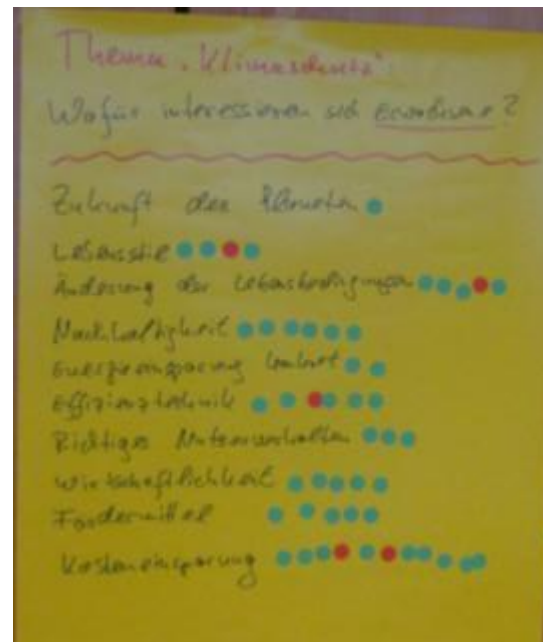
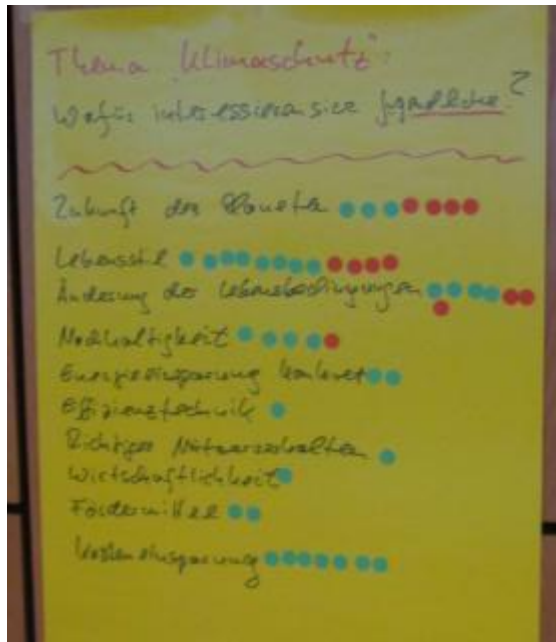
Beginn: 19.00 Uhr

Ende: 20.55 Uhr

Teilnehmer: siehe Anwesenheitsliste

1. Herr Limke begrüßt die Teilnehmer des vierten Workshops zum Thema „Bürgerengagement und Öffentlichkeitsarbeit / Nutzerverhalten und Motivation“ und gibt einen Überblick über die bisherigen Aktivitäten bei der Erarbeitung des Klimaschutzkonzeptes. Herr Brieden-Segler von der e&u energiebüro gmbh gibt eine kurze Zusammenfassung der bisherigen Workshopergebnisse (vgl. hierzu die beigefügte Präsentation).
2. Die Teilnehmer bewerten das Interesse von Jugendlichen und Erwachsenen bzw. Männern und Frauen am Thema Klimaschutz im Hinblick auf 10 Fragestellungen.





Festzustellen ist, dass sich Jugendliche eher für grundsätzliche Themen interessieren (Lebensstil, Zukunft des Planeten etc.), während Erwachsene eher an den wirtschaftlichen Themen interessiert sind.

Die Abfrage bzgl. Männern und Frauen wurde nach Geschlechtern getrennt durchgeführt; sie aber ist nicht repräsentativ, da nur 3 Frauen anwesend waren.

Frau Krüger schlägt vor, die Abfrage bzgl. Jugendlichen noch einmal bei den Auszubildenden der Stadtverwaltung durchzuführen und will sich hierum kümmern. (Ergebnis siehe unten)

- Herr Brieden-Segler gibt eine Einführung in Wirkungsweisen und Ansätze zur Motivation bzw. Verhaltensbeeinflussung (vgl. hierzu die beigefügte Präsentation). In der Diskussion wird die Bedeutung des finanziellen Vorteils diskutiert. Dieser spielt eine Rolle; oft werden Entscheidungen aber nach „Bauchgefühl“ gefällt. Großen Einfluss hat, ob derjenige, der eine Maßnahme macht (z. B. PV-Anlage, Dämmung) vertrauenswürdig ist. Ein Beispiel für eine schlechte Wirkung war der WDR-Fernsehbericht über angebliche Probleme von Wärmedämmung.
- Die Teilnehmer formulieren Ansatzpunkte für die Bereiche „Aktionen“, „Medien“ und „Multiplikatoren/Organisation“ auf Karten. Diese werden auf Meta-Plan-Wänden sortiert und gemeinsam besprochen (vgl. nachfolgende Tabelle sowie Fotos).
- Den Abschluss bildet eine Diskussion darüber, wer Aktionen in die Hand nimmt. Einigkeit herrscht darin, dass ehrenamtliches Engagement mobilisiert werden muss z. B. in Form eines Klima(stamm)tisches. Zur Finanzierung könnten Sponsorenläufe beitragen, da das klassische Sponsoring angesichts zahlreicher Anfragen von vielen Vereinen kaum erfolgreich sein dürfte. Eine hauptamtliche Unterstützung bleibt aber erforderlich, die angesichts der dramatischen Finanzlage der Stadt aber finanzierbar sein muss.
- Herr Limke bedankt sich bei den Teilnehmern für die rege Beteiligung und die zahlreichen Ideen und schließt den Workshop.



Medien	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stellwände im Rathaus u. im Bürgerbüro</li><li>• Radio regional</li><li>• Infobeilage bei Energieabrechnungen</li><li>• Rundbrief Verwaltung (Newsletter gibt es)</li><li>• Voerde-Info</li><li>• Stadtteilstand Infostand</li><li>• Regionalteil Tageszeitung</li><li>• Zeitschriften</li><li>• Presse Lokal</li><li>• Die wichtigsten Zeitungen u. Firmenreklameblätter setzen Wettbewerbe für realisierte Projekte in Gang u. berichten kontinuierlich auf d. 1. Seite</li><li>• „Frame“ im Internet</li><li>• Fernsehen( regional) immer wieder in Abständen</li><li>• Fernsehwerbung</li></ul>
Aktionen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aktionen durch Sparkassen, Volksbanken mit Ideenbörsen und Austausch</li><li>• vergünstigte Kredite</li><li>• Belohnung als Gegenleistung für Nutzerverhalten (z.B. Kids: am Wochenende länger aufbleiben, wenn in Woche mit Fahrrad zur Schule)</li><li>• Belohnungssysteme entwickeln</li><li>• Tagung von „Erfahrenen / Praktikern.“</li><li>• Infoabende</li><li>• Stadtrundfahrt (Rad, Inliner) zu sanierten Objekten</li><li>• Schulveranstaltungen</li><li>• Mundpropaganda</li><li>• Energieberatung mit dem Hintergrund, dass Energie und somit auch Kosten gespart werden, z.B. energieeffiziente Elektrogeräte</li><li>• Baustoffmesse, Dachdämmung, Fassadendämmung</li><li>• Handwerkmesse: Solarkollektoren, Photovoltaik., Wärmepumpe</li><li>• Handwerkmesse: Heizung, Dämmung</li><li>• autofrei durch den Mai</li><li>• Schulaktionen</li><li>• Kiga-Eltern</li><li>• Erziehung</li><li>• gemeinsame Informationsveranstaltungen im Rathaus</li><li>• Themenwochen in den Schulen – Eltern einbeziehen</li><li>• Marktstände</li><li>• Vorträge wiederkehrend</li><li>• Themen-Wochen: Dämmung, Solar, Heizung</li><li>• Energiesparparty</li><li>• Events</li><li>• Sponsorenlauf „Klimalauf“ zur Akquirierung von Mitteln</li><li>• Energiestammtisch</li><li>• Amtsträger, bekannte Persönlichkeiten der Stadt realisieren selbst die guten Ideen und reden darüber</li></ul>



Multiplikatoren Organisatoren	<ul style="list-style-type: none"><li>• zufriedene Bürger, die erfolgreich saniert haben und gute Erfahrungen weitergeben</li><li>• Erfahrungsberichte von Leuten, die selbst Maßnahmen umgesetzt haben (z.B. Sanierung, Kessel eingebaut)</li><li>• Nachbarschaft</li><li>• NABU</li><li>• Bau- und Energieberater</li><li>• Verbraucherberatungen</li><li>• Strom/Gasversorger</li><li>• Netzwerk Handwerk, Ingenieure</li><li>• Handwerker</li><li>• Schornsteinfeger</li><li>• Hersteller, Vermarkter</li><li>• Heizungsfirmen</li><li>• Best-Practice-Beispiele im Umweltausschuss</li><li>• Kreditgeber</li><li>• Stadtverwaltung</li><li>• Stadt</li><li>• Geldinstitute</li><li>• Werbegemeinschaften</li><li>• Schulen</li><li>• AWO</li><li>• KAB</li><li>• Multiplikatoren Schulen, Kirchen, Sportvereine</li><li>• Feuerwehr</li><li>• alle Schützenkönige und Vereinsvorsitzende realisieren mit 50 % Zuschuss gute Projekte und es wird kontinuierlich darüber berichtet</li><li>• „prominente“ Promotoren</li><li>• Meinungsträger in den Ortsteilen ansprechen und um Unterstützung bitten</li><li>• bedeutsame Personen der jeweiligen Ortsteile (Meinungsmacher)</li></ul>
----------------------------------	--





### Ergänzung: Punktabfrage bei Auszubildenden der Stadtverwaltung

Im Nachgang zum Workshop wurde die Punktabfrage zum Interesse von Jugendlichen, von Auszubildenden der Stadtverwaltung durchgeführt. Dabei wurde separat von weiblichen und männlichen Auszubildenden bewertet.

<u>Thema Klimaschutz</u>		<u>Thema Klimaschutz</u>	
<i>Wofür interessieren sich Jugendliche (Männer)?</i>		<i>Wofür interessieren sich Jugendliche (Frauen)?</i>	
Zukunft des Planeten	4	Zukunft des Planeten	4
Lebensstil	5	Lebensstil	3
Änderung der Lebensbedingungen	4	Änderung der Lebensbedingungen	4
Nachhaltigkeit	3	Nachhaltigkeit	1
Energieeinsparung konkret	5	Energieeinsparung konkret	5
Effizienztechnik	2	Effizienztechnik	1
Richtiges Nutzerverhalten	2	Richtiges Nutzerverhalten	0
Wirtschaftlichkeit	4	Wirtschaftlichkeit	3
Fördermittel	1	Fördermittel	0
30 Nennungen		18 Nennungen	

Tendenziell entsprechen die Schwerpunkte denen, die im Workshop in Bezug auf „Jugendliche“ genannt wurden. Auffällig ist aber, dass die Bewertung der Frauen und Männer signifikant unterschiedlich ist.