

Empfehlungen für die verhaltensorientierte Klimaberatung

Ergebnisse und Erfahrungen
aus dem Feldversuch in Köln

Sonja Pannenbecker
Frankfurt am Main, 28.11.2013



KlimaHaushalte - Feldversuch in Köln




Werden Sie ein
Kölner KlimaHaushalt!



Machen Sie mit beim Feldversuch
der Verbraucherzentrale NRW

Institut für
sozial-ökologische
Forschung



verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

 | i | ö | w
INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT
GRÄZ

**UNI
GRÄZ**

GEFÖRDERT VOM
 Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

FONA
Sozial-ökologische
Forschung
BMBF

Quotierungsplan KlimaHaushalte



	Junge	Mittleres Alter		Ältere
		ohne Kinder	mit Kinder	
gehobene soziale Lage	8	9	10	6
mittlere soziale Lage	4	5	5	5
untere soziale Lage	7	2	3	2
Transferleistungsempfänger	1	3	5	3

- 66 % Frauen als Ansprechpartner
- 25 % engagierte Haushalte
- 12 türkische Migrationshaushalte

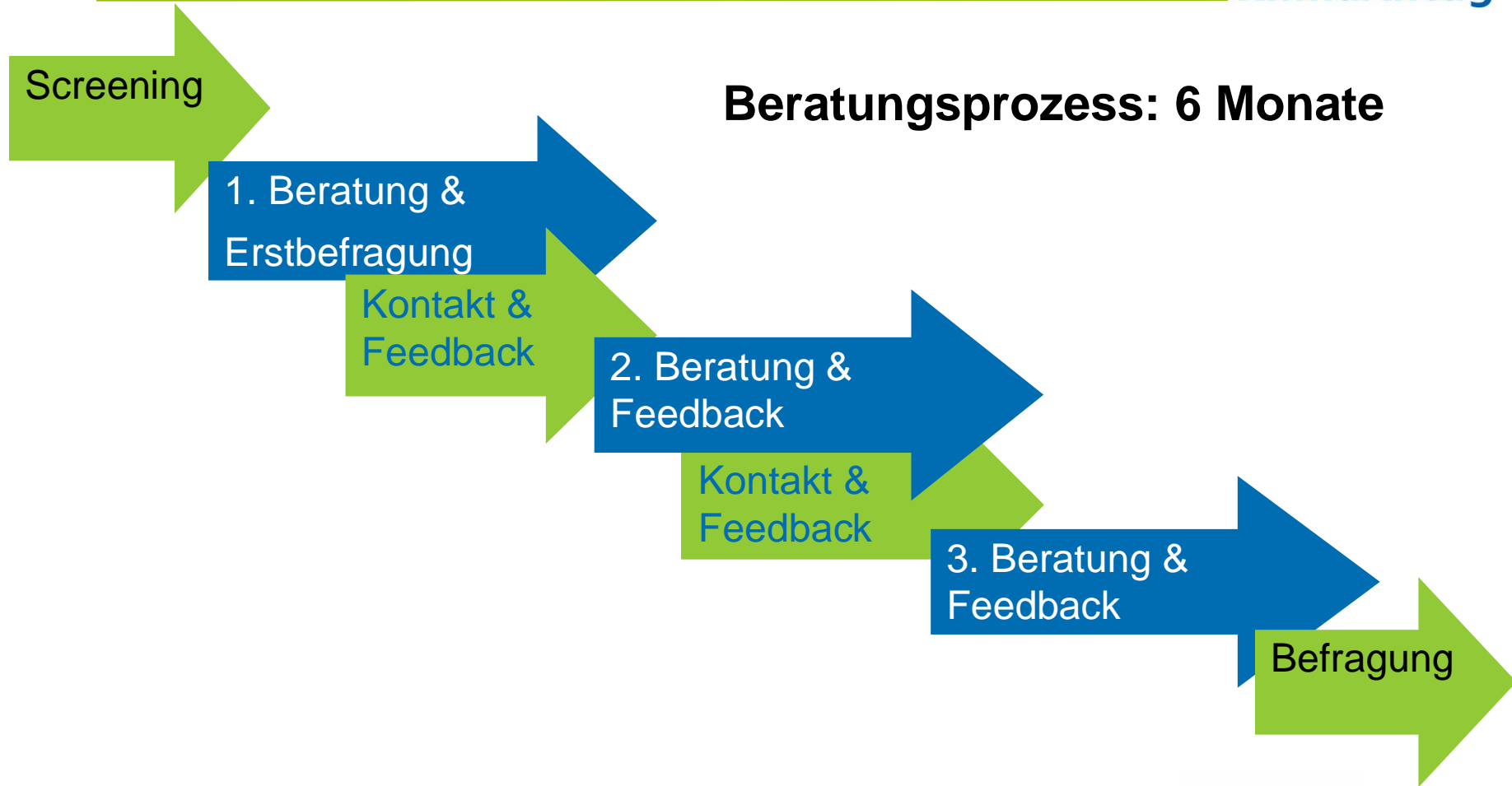
Themen der Beratung



Handlungsfelder	Klimaschutz-Maßnahmen		
Ernährung	Weniger tierische Lebensmitteln	Regional, saisonal, Bio-Lebensmittel	Leitungswasser statt Mineral- und Tafelwasser
Mobilität	Mobilität im Alltag	Mobilität im Urlaub	Mobilität in der Freizeit
Energienutzung	Energiesparen: Wohnzimmer, Bad, Keller	Energiesparen: Küche und Beleuchtung	Energiesparen: Heizen und Lüften

→ Ab der zweiten Beratung:
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung

Ablauf: Vor-Ort-Beratungen



Ausgewählte Ergebnisse des Feldversuchs



Verhalten der TeilnehmerInnen nach dem Feldversuch



Verhalten zur Energienutzung in %

...erhitze/n Wasser und kochen stromsparender	96
...achte/n darauf, dass nicht unnötigerweise Licht brennt	96
...schalte/n PC, Spielekonsole etc. aus, fahre/n sie nachts herunter	95
...beachte/n die Tipps zum Heizen	95
...lüfte/n nur noch stoßweise	95
...drehe/n die Heizung kleiner, wenn wir aus dem Haus gehen	91
...lasse/n Geräte nicht im Standby laufen, schalte sie ganz aus	89
...verzichte/n auf den Wäschetrockner	77

Verhalten der TeilnehmerInnen nach dem Feldversuch



Ernährungsverhalten in %

...achte/n auf saisonale Obst und Gemüse	94
...werfe/n Lebensmittel nie, so gut wie nie, selten weg	87
...kaufe/n häufig bewusst Lebensmittel aus der Region	73
...kaufe/n Bio-Lebensmittel	62
...trinke/n Leitungswasser	61
...esse/n deutlich oder etwas weniger Fleisch, Wurst etc	49

Verhalten der TeilnehmerInnen nach dem Feldversuch



Mobilitätsverhalten in %

...fahre/n immer und häufig mit dem Bus oder Bahn, statt mit dem Auto **90**

...nutze/n das Fahrrad **72**

Identifizierte Verhaltensmuster



- „Kleine Sünden“ - „Starke Felder“
- Überforderung und Entlastung
- Unreflektiertes Verhalten
- Beharrungsvermögen und Tabus
- „Auszeiten“ vom Alltag

→ Arbeitsbericht ab Mitte Dezember 2013

Empfehlungen für die verhaltensorientierte Klimaberatung

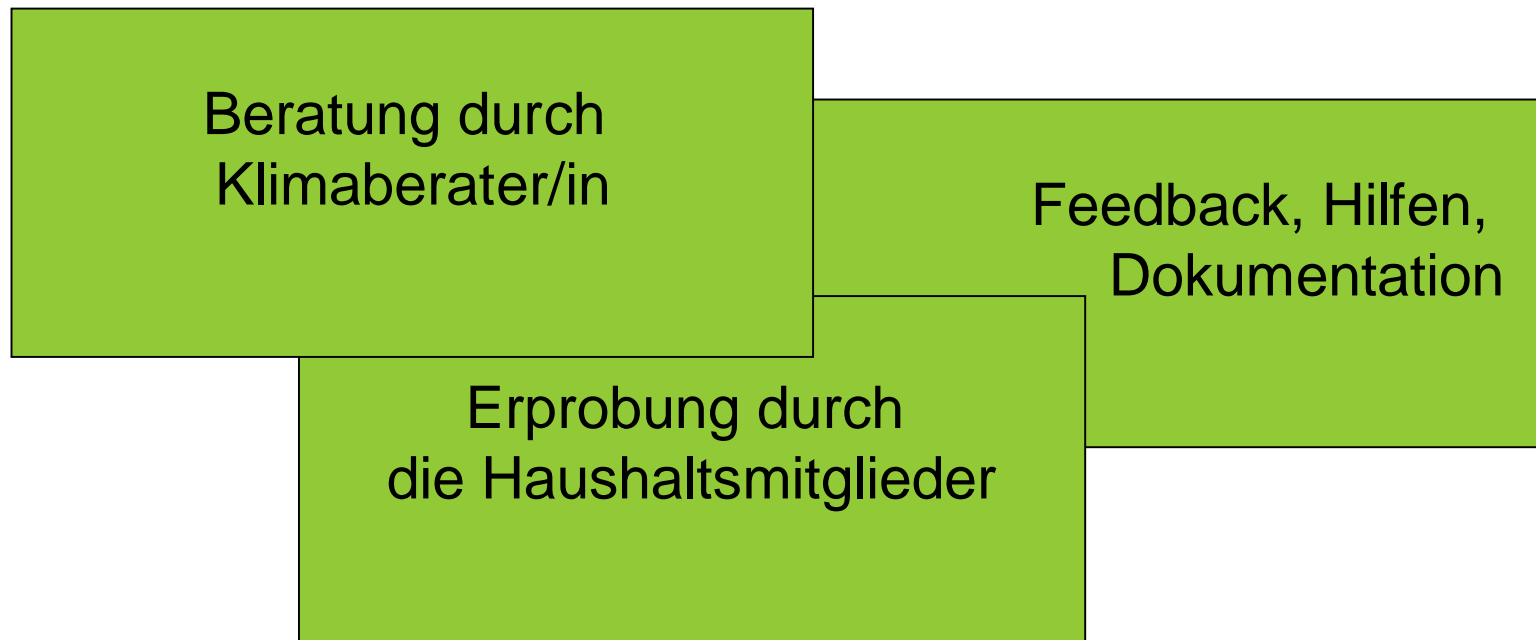


Profil der Klimaberatung



- Vor-Ort-Beratung in den Wohnungen
- Beratungsprozess statt Beratungsgespräch
 - Beratungsdiallog über mehrere Monate
- Themenübergreifende Beratung, keine Fachberatung
- Handlungsfeldübergreifend (Ernährung, Energie, Mobilität, Konsum)
- Feste Berater/in als Ansprechpartner/in innerhalb eines Quartiers
- Regelmäßiges Feedback

Bausteine der verhaltens-orientierten Klimaberatung



Mechanismus Beratungsprozess



- Bewusstmachen klimabelastender Verhaltensroutinen
- „Auflösen“ von Verhaltensroutinen für eine neue Entscheidungshandlung
- Erproben klimafreundlicher Verhaltensalternativen
- Verstetigen und stabilisieren klimafreundlicheren Verhaltens



Eckpunkte für die Wirksamkeit



- Vertrauen zu Berater/innen
 - Kein „Fremder“ im Haushalt,
kein Schaufensterblick auf den Haushalt
- Beratung mit Bezug auf
 - konkretes Nutzerverhalten
 - Kauf- und Konsumentscheidungen in
Alltagssituation
- Glaubwürdigkeit und Bekanntheit der
Berater-Organisation

Kompetenz der Klimaberater



- Hohe soziale Kompetenz
- Besondere Kommunikations- und Beratungsmethodik
- Breit angelegtes Hintergrund- und Fachwissen
- Kausalmodelle und Interventionsformen müssen transportiert werden können



Tipps für die Durchführung der Klimaberatung



- Vernetzung mit Akteuren aus der Kommune (Bewerbung, Durchführung, Ergebnisverbreitung)
- Intensives Screening vor den Beratungen
- Haushaltsbegehung / Bestandsaufnahme
- Messen und Musterkoffer
- Planungs- und Einkaufstraining (z. B. Saisonkalender)
- Check- und Dokumentationslisten
- Internetportal
- Incentives zur Entlastung (z. B. Steckerleisten, LEDs)

Mögliche Träger



- Kommunen
- kommunale Energieversorger
- Verkehrsbetriebe
- städtische Wohnungsgesellschaften und Genossenschaften
- Verbraucherzentralen
-



Offene Fragen zur Klimaberatung



- Unterstützende Tools und Kommunikationsmaßnahmen
- Wie können beratende Haushalte zu Multiplikatoren in ihrem Quartier und sozialen Netzwerken werden
 - „ferne“ Zielgruppen erreichen
 - Wirkung in schwierigen Handlungsfeldern (Mobilität, Fleischkonsum etc.)
- Wirkung von Incentives (Zuschuss energieeffiziente E-Geräte etc.)
- Kostenfrage einer mehrfach aufsuchenden Klimaberatung

Ausblick: Was ist zu tun?



- Feldversuch war ein erster Praxistest
Ziel: Generierung wissenschaftlicher Daten
- Pilotvorhaben notwendig mit Fokus auf hohen CO₂-Impact in den Handlungsfeldern (Optimierung, Wirksamkeit, Tools etc.)



Benefits der Klimaberatung



- „Verhaltensorientierte Klimaberatung für Verbraucher“ kann eine sinnvolle Ergänzung kommunaler Klimaschutzkonzepte sein
- Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern im kommunalen Klimaschutz
- Synergieeffekte nutzen durch Kooperation mit kommunalen Akteuren

→ **Klimaberatung ist ein sozial ausgewogenes Klimaschutzangebot für alle Bürger**



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Kontakt:

Verbraucherzentrale NRW e.V.
Sonja Pannenbecker
sonja.pannenbecker@vz-nrw.de

Ergebnisbericht und Arbeitspapier
„verhaltensorientierte Klimaberatung“:
www.klima-alltag.de

Institut für
sozial-ökologische
Forschung



verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen



| i | ö | w
INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT
GRÄZ



FONA
Sozial-ökologische
Forschung
BMBF