

Konzept zur Bewerbung für die Fördermaßnahme ZukunftsWerkStadt – Umsetzung der Projekte vor Ort

Bewerbung der Kommune zur Umsetzung der ZukunftsWerkStadt vor Ort 2

1.	Name der Stadt/ des Landkreises.....	2
2.	Kontaktdaten des kommunalen Bewerbers	2
3.	Titel des Konzepts	2
4.	Zusammenfassung des Projektvorschlags zur ZWS-Umsetzung: Idee und Ziele.....	3
5.	Aufgaben der Kommune im Einzelnen	4
6.	Fachlicher Bezug zur Fördermaßnahme	5
7.	Innovationsgrad und Kreativität des Konzepts/Projekts	5
8.	Einbindung der Bürger.....	6
9.	Zusammenarbeit mit wissenschaftlichem Partner.....	6
10.	Finanzierungsplan.....	7
11.	Sicherstellung der Umsetzung in der vorgegebenen Zeit.....	8
12.	Kommunikationsstrategie	8
13.	Verwertungsplan	9
14.	Arbeitsplan	9

Bewerbung zur wissenschaftlichen Begleitung der Umsetzung..... 10

1.	Name der Hochschule oder außeruniversitären Forschungseinrichtung	10
2.	Kontaktdaten des wissenschaftlichen Partners.....	10
3.	Zusammenfassung der wissenschaftlichen Begleitung: Idee und Ziele	11
4.	Aufgaben der wissenschaftlichen Begleitung im Einzelnen	12
5.	Innovationsgrad	13
6.	Einbindung der Bürger.....	13
7.	Erwartete Wirkung durch die wissenschaftliche Begleitung.....	14
8.	Finanzierungsplan	14
9.	Verwertungsplan.....	15
10.	Arbeitsplan	15

Bewerbung der Kommune zur Umsetzung der ZukunftsWerkStadt vor Ort

1. Name der Stadt/ des Landkreises

Stadt Norderstedt

2. Kontaktdaten des kommunalen Bewerbers

(Institution, Name, Adresse, Telefon, Email der Kontaktperson)

Stadt Norderstedt
Der Oberbürgermeister
Amt Nachhaltiges Norderstedt
Rathausallee 50
22846 Norderstedt

Kontakt:

Herbert Brüning

Telefon: 040 / 53595-367

E-Mail: herbert.bruening@norderstedt.de

3. Titel des Konzepts

Nullemissionsstadt Norderstedt

4. Zusammenfassung des Projektvorschlags zur ZWS-Umsetzung: Idee und Ziele

Um Norderstedt bis 2040 zur klimaneutralen Stadt zu entwickeln, ist eine Mischung unterschiedlicher Ansätze nötig und daher auch Teil von ZukunftsWerkStadt:

- Die Bevölkerung wird über Arbeitsgruppen in einem öffentlichen Prozess in das übergeordnete Ziel eingebunden, um sie zu eigenen CO₂-Minderungen zu aktivieren.
- 2014 beginnt die Stadt zudem ein Dialogmarketing (die Ausschreibung wird gerade bearbeitet), um die Verkehrsmittelwahl zugunsten des umwelt- und klimafreundlichen Umweltverbundes (Fuß- / Rad- / öffentlicher Personennahverkehr) zu verschieben.
- Zur Einflussnahme auf gewerbliche und Pendlerverkehre werden in einem Gewerbegebiet (Nettelkrögen) erstmalig 2-3 Leihfahrradstationen errichtet. Deren sinnvolle Verknüpfung mit den nächstgelegenen U-Bahn-Stationen in Hamburg wird verhandelt, die Errichtung der Leihfahrradstationen in Hamburg muss jedoch von Norderstedt finanziert werden.
- Seit 2014 führt B.A.U.M. das Projekt B.A.U.M.-Zukunftsfonds in Norderstedt durch, um hocheffiziente Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs insbesondere durch die Wirtschaft realisieren zu lassen; deren Finanzierung kann ggf. durch einen Zukunftsfonds auf genossenschaftlicher Basis mit Hilfe der Bevölkerung sichergestellt werden.
- Die Erfahrungen aus dem „Solardorf Müllerstraße“ sollen auf den Geschosswohnungsbau im Plusenergiestandard (ca. 200 Wohneinheiten, 1/3 davon sozialer Wohnungsbau) mit einem Pool elektrischer Mietfahrzeuge übertragen werden; ein Wettbewerb dazu läuft.

FuE 1: Eine Evaluation des Dialogmarketings soll als Erfolgskontrolle und lokales Argument für eine Fortführung der Maßnahmen in den kommenden Jahren dienen.

FuE 2: Aus der Haushaltsbefragung (Phase I) sollen in einem wissenschaftlich begleiteten partizipativen Verfahren marktfähige Produkte zur SmartGrid-Nutzung entwickelt werden, die technologisch einen Beitrag zur Nullemissionsstadt liefern können. Da Kundinnen und Kunden sie nutzen sollen, müssen sie deren Akzeptanz finden.

Phase I hat gezeigt, dass die Aktivierung der Bevölkerung zu eigenen Beiträgen viel schwieriger ist als die in Norderstedt längst erfolgreiche Beteiligung / Mitwirkung der Öffentlichkeit an städtischen Planungen. Interessanterweise gilt das trotz der Fokussierung in ZWS auf solche Maßnahmen, die sowohl dem Klimaschutz als auch dem eigenen wirtschaftlichen Vorteil dienen. Deshalb soll in Phase II der innovative Aspekt der Aktivierung vertiefend bearbeitet werden. Dazu ist bei der erweiterten Phase II („Gesamtkonzept“) zusätzlich vorgesehen:

- die Ansprache von neuen Aktiven, um die bunte Akteursmischung wieder zu erreichen,
- die professionelle Unterstützung bei der Bildung und erfolgsorientierten Begleitung von Projektgruppen (mit Aktionsvorschlägen auf Basis der vielfältigen Ideen aus Phase I),
- eine verstärkte Arbeit in Form von attraktiven Events (inkl. deren öffentliche Bewerbung),
- die Schulung aller Gruppen in Projektmanagement, um die in Phase I erkannten Hemmnisse zielorientiert zu überwinden - auch im Interesse einer Verstetigung der Prozesse,
- einen Ausweis der messbaren Eigenbeiträge zur CO₂-Senkung,
- eine Befragung (anhand von geleiteten Interviews) zu den individuell erreichten CO₂-Einsparungen und zu den Gründen, warum finanziell attraktive Klimaschutzmaßnahmen nicht realisiert werden (auch im Hinblick auf künftige Veränderungsprozesse),
- die Arbeit mit umweltpsychologischen Interventionen (Vergleiche, Wettbewerbe, Wetten etc.) als motivierender Handlungsanreiz – auch ergänzend zu den PG,
- ein interkollegiales Strategie-Coaching unter Nachhaltigkeitsvorreitern (aus ZWS z.B. Ludwigsburg, Freiburg - über ZWS hinaus z.B. Augsburg, Erfurt), um Schwierigkeiten im geschützten Raum konstruktiv bearbeiten zu können (das fehlt derzeit komplett, ein Interesse daran ist groß) und gute Ansätze weiter zu verbreiten.

5. Aufgaben der Kommune im Einzelnen

(Beschreibung der einzelnen Aufgabenpakete im Prozess)

Norderstedt wird die vielfältige Unterstützung von allen Arbeitsgruppen, die aus ZWS Phase I hervorgegangen sind, im Rahmen des städtischen AGENDA-Prozesses auf jeden Fall fortführen (d.h.: Aufbau / Pflege / Bedienung von Adressverteilern, Organisation von Räumen, Übernahme von Raummiete und Getränkekosten, Moderation von Treffen, Bereitstellung von Arbeitsmaterialien / thematischem Input, Präsentation von AG-Ergebnissen im Internet, Öffentlichkeitsarbeit für ZWS, inhaltliche und finanzielle Unterstützung für Handreichungen der AG, Beratung z.B. zu guten Beispielen, Pressearbeit, Fördermittelberatung).

Strategisch wichtig ist unverändert die Vernetzung von ZWS mit verschiedenen anderen städtischen Initiativen für eine klimaneutrale Stadt. Aktuell zählen dazu folgende Bausteine:

- die Beauftragung zur erstmaligen Durchführung von Dialogmarketing im Jahr 2014 (Maßnahme aus dem Lärmaktionsplan, die gleichermaßen Lärm- und Klimaschutz fördert);
- Beiträge zur Revitalisierung des Gewerbegebiets Nettelkrögen gemeinsam mit der städtischen Entwicklungsgesellschaft (EGNo) durch erste Inputs zur Verlagerung der Verkehrsmittelwahl auf den Umweltverbund (Errichtung von 2-3 Leihfahrradstationen im Gebiet);
- Vorbereitung eines ersten „Morgenstadt“-Projektes (mit FhG) unter dem Arbeitstitel „Green Industry Park“ gemeinsam mit Freiburg / badenova, bei dem Norderstedt die bisherigen Ansätze in Nettelkrögen in größerem Umfang zum Pilotprojekt weiterentwickeln will;
- Etablierung des B.A.U.M.-Zukunftsfonds (für 3 Jahre vom BMU gefördert) in Norderstedt mit guten Potenzialen zur Übertragung (u.a. durch das WiE) der zunächst für die gewerbliche und Wohnungswirtschaft betriebenen Aktivitäten auf private Haushalte;
- Förderung von weiteren Pilotprojekten im Bereich Architektur / Stadtplanung durch private Investoren über einen Wettbewerb (läuft derzeit) und die Aufstellung eines B-Plans (in Vorbereitung) für ein Plusenergie-Quartier mit ca. 200 Wohneinheiten im Geschosswohnungsbau (1/3 davon sozialer Wohnungsbau) mit weitgehend regenerativer Energieerzeugung, lokalem Mini-SmartGrid und einer Flotte von elektrischen Mietfahrzeugen mit Aufgaben eines Mengenmanagements für den selbst erzeugten Strom.

Der innovative Ansatz, Norderstedts Bevölkerung zu verstärkten eigenen Beiträgen zur CO₂-Einsparung zu aktivieren, erfordert eine vertiefende Begleitung. Nur so scheint der gewünschte Erfolg erreichbar zu sein. Phase I hat gezeigt, dass es deutlich schwieriger ist, selbst aktiv zu werden und Verantwortung zu übernehmen als Ideen für andere und Forderungen an Dritte zu formulieren. Darauf wird nun mit einer aktiven Unterstützung und Beratung aller Interessierten bei der Projektarbeit reagiert, einer Ausrichtung der Aktivitäten auf öffentlichkeits- und werbewirksame Events, einer begleitenden Qualifizierung der Aktiven in Projektmanagement und der Gewährleistung einer systematischen Öffentlichkeitsarbeit. Dabei wird der Beteiligungsprozess mit Hilfe der Stadt noch einmal wichtige neue Impulse für die Umsetzung liefern müssen. Die Identifizierung von Umsetzungshürden, eine Entwicklung von Gegenstrategien, die Ermittlung und Kommunikation erreichter CO₂-Einsparungen sowie Handlungsanreize mit Hilfe umweltpsychologischer Interventionen sind geplant. Diese Aktivierung und Qualifizierung ist in der gewünschten Intensität jedoch nur mit externer Unterstützung machbar. Das ist sinnvoll, denn Klimaneutralität wird nur mit erheblichen eigenen Beiträgen der Bevölkerung zu erreichen sein. Schwierigkeiten im Prozess sollen im Rahmen eines interkollegialen Strategie-Coachings unter Nachhaltigkeitsvorreitern diskutiert werden, um dort Gegenstrategien zu entwickeln. Erfolge werden in dem Kreis zur Nachahmung angeboten und auf Übertragbarkeit geprüft.

6. Fachlicher Bezug zur Fördermaßnahme

(Bezug zum Thema nachhaltige Stadtentwicklung, Bürgerbeteiligung)

Klimaschutz ist eine zentrale Aufgabe für die nachhaltige Stadtentwicklung. Klimaneutralität für die gesamte Stadt zu erreichen, ist dabei nicht nur ein weitgehendes Ziel, sondern erfordert zudem ein systematisches Ausschöpfen aller erreichbaren Potenziale. Das geht deutlich über den eigenen städtischen Einflussbereich hinaus.

Die Stadt Norderstedt geht diese Herausforderung offensiv an und setzt zu diesem Zweck auf viele unterschiedliche Ansätze (s.o.: 5.), die miteinander vernetzt werden. Synergien für die in ZWS betriebenen Aktivierung der Öffentlichkeit zu eigenen Beiträgen verspricht insbesondere der 2014 gestartete B.A.U.M.-Zukunftsfonds, da dann neben dem städtischen Vorbild auch auf Beispiele aus der lokalen Wirtschaft verwiesen werden kann.

Persönliche Entscheidungen – beispielsweise die Art der Ernährung, die Verkehrsmittelwahl, der Energieeffizienzstandard von häuslichen Elektrogeräten, der Wärmeschutz von Wohneigentum, das Freizeitverhalten usw. – haben erhebliche Relevanz für den Klimaschutz. Ihre Ausrichtung am Ziel Klimaneutralität ist für die Zielerreichung unverzichtbar. Das kann in unserer Gesellschaft nur durch die Bevölkerung selbst geschehen, nicht durch städtische Vorgaben oder Regulierungen. Deshalb ist die Aktivierung der Bevölkerung so wichtig – und auch ein Erfolg des mit ZWS begonnenen Prozesses. Von besonderem Interesse ist dabei die Identifizierung und Überwindung von Hemmnissen, aufgrund derer Menschen selbst solche Klimaschutzmaßnahmen nicht ergreifen, die ihnen persönlich (finanzielle) Vorteile bieten.

7. Innovationsgrad und Kreativität des Konzepts/Projekts

(Was ist neu/innovativ?)

Phase II zielt auf AG Projektgruppen, die unter intensiver Begleitung von Verwaltung und Externen (e-fect, WiE ...) zu konkreten Projektzielen geführt werden, Unterstützung beim Aufbau einer tragfähigen Struktur (in Verantwortung der Teilnehmenden) und eine auch über das jeweilige Projekt hinaus zielende Schulung in Projektmanagement bekommen sollen. Damit soll die Aktivierung zu eigenen Beiträgen (anstelle der Forderungen an Dritte) für eine nachhaltige Entwicklung für eine Verstetigung des Prozesses gefördert werden. Innovativ ist daran vor allem der Ansatz, die Öffentlichkeit zur Durchführung solcher Projekte zu befähigen und dies nicht als professionelles Projekt anzubieten (wie z.B. bei der Klimaschutzaktion Nordlicht).

Bislang fehlt ein interkollegiales Strategie-Coaching von Nachhaltigkeitsvorreitern. Das soll nun initiiert werden, um Ideenaustausch, eine Übertragung ambitionierter Ansätze und ein interkollegiales Coaching bei auftretenden Schwierigkeiten zu ermöglichen. Das Interesse an einem gegenseitigen Lernen aus Fehlern in vertrauensvoller Runde ist bei vielen vorhanden.

Die Übertragung des Konzepts vom „Solardorf Müllerstraße“ auf einen fast 10-fach größeren Maßstab, den Geschosswohnungsbau (mit teilweiser Sozialbindung!), mit Mini-SmartGrid, einem Mietauto-Pool aus E-Fahrzeugen als Speicher und Plusenergie-Standard ist beispiellos.

Natürlich sind auch die Synergien aus der Vernetzung mit anderen städtischen Initiativen für eine klimaneutrale Stadt innovativ, insbesondere die Einflussnahme auf Pendlerverkehre über die Grenzen von 2 Bundesländern durch ein Leihfahrradsystem (Förderung intermodaler Verkehre in Verbindung mit der U-Bahn), die Gewerbegebietsrevitalisierung über „Morgenstadt“ (weit größer als finanziell über ZWS möglich), die Etablierung des B.A.U.M.-Zukunftsfonds sowie die partizipative Entwicklung und Markteinführung von SmartGrid-basierten Produkten unter Einbeziehung von Norderstedter Modellhaushalten.

8. Einbindung der Bürger

(Wie werden die Bürger einbezogen? Welche Aufgabe haben die Bürger im Projekt? Was ist das Ziel der Bürgereinbindung? Wie werden die Bürger ausgewählt?)

Die Bereitschaft zum Engagement für den Klimaschutz und die Zahl der Ideen war in Norderstedt schon in Phase I sehr groß. Damit liegt eine gute Ausgangssituation vor – allerdings muss offenbar die Befähigung zur Umsetzung aussichtsreicher Ideen noch intensiv unterstützt werden.

In Phase II sollen von den Teilnehmenden ausgewählte Projekte mit Eventcharakter die Teilnahme attraktiv gestalten. Der Fokus wird dabei strikt auf die Aktivierung für eigene Veränderungen mit messbaren CO₂-Einsparungen gelegt, um die wichtigen Klimaschutz-Potenziale zu heben, die in persönlichen Entscheidungen der Bevölkerung liegen. Eine Konzentration auf hoch rentierliche Beiträge zum Klimaschutz soll die Bereitschaft zur Umsetzung fördern.

Im Rahmen des Prozesses sollen zunächst die Hinderungsgründe erfragt werden, warum auch der eigene finanzielle Vorteil vielfach noch nicht ausreicht, um Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen. Daraus sollen Gegenstrategien entwickelt werden, die der Bevölkerung eine Überwindung dieser Hürden (die ja in ähnlicher Form auch in der Wirtschaft zu beobachten sind) erleichtert.

Es wird weiterhin mit einem offenen Ansatz gearbeitet, der über eine Einbindung der Bürger/-innen hinausgeht und die gesamte Öffentlichkeit anspricht. Neben den Aktiven aus Phase I ist ZWS unverändert für alle Interessierten offen, um eine bunte Mischung von Teilnehmenden zu erreichen. Eine Teilnahmebeschränkung erfolgt nicht – und ist auch gar nicht erstrebenswert! Über bestehende Verteiler aus verschiedenen städtischen Partizipationsprozessen, Netzwerke und die Medien wird weiterhin kontinuierlich um eine konstruktive Teilnahme geworben.

Zur Nutzung von SmartGrids soll in Phase II der ZukunftsWerkStadt ein gemeinsamer Prozess mit den Norderstedterinnen und Norderstedtern gestartet werden, um die Entwicklung neuer marktfähiger Produkte sowie deren Markteinführung und Kommunikation zu gestalten. Dazu gehört auch eine Erprobung in Modellhaushalten und eine Überprüfung, welchen Beitrag zur Verbesserung des Lastmanagements die Nutzung dieser SmartGrid basierten Produkte leisten (kann). Die Entwicklung eines geeigneten Verfahrens zur Einbindung der Kunden in neue marktfähige Produkte zur SmartGrid-Nutzung wird Gegenstand des Forschungsprozesses sein.

9. Zusammenarbeit mit wissenschaftlichem Partner

(Wer ist der Partner (fachlicher Zusammenhang zum Projekt)? Wieso ist die wissenschaftliche Begleitung zur Umsetzung notwendig? Wie wird die Zusammenarbeit mit dem Partner gestaltet?)

Eine Evaluation des Dialogmarketings soll nachweisen, dass die angestrebte und andersorts schon erreichte Förderung des Umweltverbands durch Dialogmarketing auch in Norderstedt erreicht wird. Das wird ein wichtiges Argument für die Fortsetzung mit Steuermitteln sein. Der wissenschaftliche Partner kann erst nach der Auftragserteilung für das Dialogmarketing und einer darauf basierenden Preisumfrage unter folgenden Einrichtungen gewählt werden, die dafür qualifiziert sind:

infas (Bonn), FH Bielefeld - Prof. Dr. Sebastian Bamberg, Universität Hamburg / Projektbüro Angewandte Sozialforschung, IfaS (Stuttgart), Fraunhofer ISI (Karlsruhe).

Aus der in Phase I durchgeführten Haushaltsbefragung ergab sich, dass die Markteinführung von SmartGrid bei 2 Zielgruppen vielversprechend ist. Hierauf wird in Phase II explizit aufgebaut. Dafür sollen gemeinsam mit interessierten Kundinnen und Kunden passende neue Produkte entwickelt werden. Dazu müssen geeignete Dialogformen entwickelt und erprobt werden. Als wissenschaftliche Partner stehen hierfür die FH Lübeck / WiE gemeinsam mit e-fect zur Verfügung, die bereits in Phase I an dem Thema gearbeitet haben.

10. Finanzierungsplan

(Angaben zu den notwendigen Ausgaben des Vorhabens innerhalb der Laufzeit)

Durch den städtischen Haushalt 2014/2015 ist die normale Betreuung aller AGENDA-Arbeitsgruppen, darunter auch der aus ZWS hervorgegangenen AG, weiterhin sichergestellt.

Für die erstmalige Durchführung von Dialogmarketing stehen dem Amt Nachhaltiges Norderstedt 50.000 € für 2014 zur Verfügung; die Ausschreibung wird derzeit bearbeitet.

Die Errichtung von 2-3 weiteren Leihfahrradstationen in Norderstedt im Gewerbegebiet Nettelkrögen ist ebenfalls durch Mittel im städtischen Haushalt abgesichert (2014: 15.000 €). Für die Bereitstellung weiterer Fahrräder gibt es Zusagen von Unternehmen aus dem Gebiet. Diese haben ebenfalls in Aussicht gestellt, die Ausweitung des Systems bis an die beiden nächstgelegenen Hamburger U-Bahn-Stationen finanziell unterstützen zu wollen. 2015 ist mit der Ansiedlung von TESA eine weitere Ausweitung des Systems im Gebiet sehr wahrscheinlich.

Der städtische Eigenbeitrag für den B.A.U.M.-Zukunftsfonds (5.000 € / Jahr) ist für 2 Jahre im städtischen Haushalt abgesichert, für das 3. Jahr zugesagt.

Für den städtebaulichen und architektonischen Wettbewerb an der U-Bahn-Station Richtweg (die Weiterentwicklung des Prinzips aus dem „Solardorf Müllerstraße“) sowie die Aufstellung eines entsprechenden B-Plans benötigt die Stadt keine besonderen finanziellen Mittel; das zählt zum laufenden Geschäft der Verwaltung.

FuE-Leistungen siehe Teil 2.

Der Aktivierungsprozess ist nur mit einer finanziellen Förderung möglich, um die sich die Stadt Norderstedt hiermit bewirbt. Für

- externe Unterstützung bei Konzeption, Organisation und Durchführung des Aktivierungsprozesses,
- die Befragung zu Umsetzungshemmnissen und die Entwicklung einer Gegenstrategie,
- eine Vermittlung von Kenntnissen des Projektmanagements (mit einer Anpassung an die einzelnen Projekte)

durch den Partner e-fect werden **80.000 €** benötigt.

Als städtische Eigenleistung wird der Prozess personell begleitet und unterstützt, soweit das mit dem Personal für AGENDA-Prozesse möglich ist. Da die Aktivierung viel mehr Arbeit erfordert als an Personalkapazitäten über den Stellenplan zur Verfügung steht, wird wie in Phase I eine zeitlich auf Phase II befristete Assistenz benötigt. An Personalkosten entstehen dadurch voraussichtlich **30.000 €**; Arbeitsplatz und Arbeitsmittel werden durch die Stadt gestellt.

Das interkollegiale Coaching ist als Idee gemeinsam mit Ludwigsburg entstanden und findet auch bei anderen Städten eine sehr positive Resonanz, die sich bundesweit als Vorreiter einer nachhaltigen Entwicklung hervortun. Entscheidende Hürde ist die finanzielle Lage vieler Städte, die nicht einmal die Reisekosten für solche Aktivitäten zur Verfügung stellen (dürfen). Daher werden hierfür **10.000 €** kalkuliert, wodurch Reisekosten und Sachmittel abgedeckt werden sollen (Grundlage der Kalkulation: 4 Treffen mit 8-10 Teilnehmenden). Eine Ergebnisauswertung ist Teil des Angebots von e-fect.

Für Sachmittel, Materialien für Werbung / Öffentlichkeitsarbeit sowie die Bewirtung bei Veranstaltungen werden (mindestens) **10.000 €** benötigt. Die über den Förderbetrag hinaus benötigten Mittel können im Rahmen des beschlossenen Doppelhaushalts aus den Haushaltsmitteln für AGENDA-Arbeit und Klimaschutz mit finanziert werden.

11. Sicherstellung der Umsetzung in der vorgegebenen Zeit

(z. B. Einbindung zusätzlicher lokaler Akteure, Aufbau und Organisation geeigneter kommunaler Strukturen)

Die in der Verwaltung bestehenden personellen Kapazitäten und der genehmigte Doppelhaushalt 2014/2015 lassen eine weitere Begleitung der ZWS-Arbeitsgruppen und die Umsetzung der übrigen oben (unter 4.) genannten Aktivitäten zu (Dialogmarketing, Errichtung neuer Leihfahrradstationen, B.A.U.M.-Zukunftsfonds, Entwicklung eines Plusenergiequartiers). Daneben soll über „Morgenstadt“ auch die Gewerbegebietsrevitalisierung Nettelkrögen gemeinsam mit dem Freiburger Projekt „Green Industry Park“ vorangetrieben werden.

Die viel personalintensivere Aktivierung der Öffentlichkeit in Form von Projekten und Events ist mit eigenen Mitteln nicht erreichbar. Hierfür wird eine befristete personelle Verstärkung der Verwaltung (wie in Phase I auch) und die professionelle Unterstützung durch e-fect mit ihren fachlichen, organisatorischen und personellen Fähigkeiten bzw. Kapazitäten benötigt. D.h. diese für notwendig gehaltene Modifikation und Ausweitung des bisherigen Mitwirkungsprozesses wird nur mit finanzieller Unterstützung des Umsetzungsprozesses gelingen können. Zur Verstärkung des Prozesses soll die begleitende Qualifikation in Prozessmanagement alle Teilnehmenden in die Lage versetzen, künftig auch mit weniger Unterstützung erfolgreich zu arbeiten.

Diesem Ziel sollen auch die Befragung zu den Umsetzungshindernissen und das interkollegiale Strategie-Coaching sowie die daraus gewonnen Erkenntnisse dienen; ZWS soll eine Referenz schaffen, um das Konzept später in geeigneter Trägerschaft fortzuführen.

12. Kommunikationsstrategie

(Wie werden die Bürger beworben? Wie werden die lokalen Medien eingebunden? Welche Medienpartnerschaften sind geplant? Welche weiteren Kommunikationsmaßnahmen wird es geben?)

In vielfach bewährter Weise wird weiter mit einem offenen Ansatz gearbeitet, der über eine Einbindung der Bürger/-innen hinausgeht. Neben den Aktiven aus Phase I spricht ZWS unverändert alle Interessierten an, um eine bunte Mischung von Teilnehmenden zu erreichen. Über bestehende Verteiler aus verschiedenen städtischen Partizipationsprozessen, Netzwerke, die Medien und eine persönliche Ansprache wird kontinuierlich um eine konstruktive Teilnahme geworben.

Zudem soll die Arbeit der Projektgruppen verstärkt als Event organisiert werden. Das wirkt bei vielen Menschen eher motivierend zur Teilnahme und bietet zugleich deutlich mehr Ansatzpunkte für besondere öffentliche Aufmerksamkeit als die Arbeitsgruppenarbeit. Dafür steht die Stadtverwaltung mit ihren Erfahrungen und Zugangsmöglichkeiten für Verbreitungswege (Bedienung vorhandener Verteiler / Gremien, Aushänge in Bioläden / Reformhäusern / Schulen / Büchereien / städtischen Schaukästen im Stadtgebiet / ggf. Bussen, Werbung über CityLight-Boards / Plakate im Stadtgebiet und Pressearbeit) zur Verfügung.

An der Verbreitung der Ergebnisse über eigene Veröffentlichung wird parallel dazu gearbeitet (Stiftung Mitarbeit – abgeschlossen; Umweltpsychologie und politische Ökologie – in Vorbereitung; weitere sind anschließend geplant). Der Kreis der Nachhaltigkeitsvorreiter, der über das interkollegiale Strategie-Coaching erreicht werden kann, soll für erste Übertragungen sorgen. Das Interesse daran war bei den bisher geführten Vorgesprächen sehr groß.

13. Verwertungsplan

(z. B. Ergebnisverwertung der beteiligten Akteure, Ansätze der Verstetigung, Übertragung auf weitere Kommunen)

Eine Evaluation des Dialogmarketings soll über den Nachweis, dass die angestrebte Förderung des Umweltverbands durch Dialogmarketing auch in Norderstedt erreicht wird, wichtige Argumente für die Fortsetzung in den Folgejahren liefern und damit Impulse für Klimaschutz im Verkehrsbereich setzen. Dazu wird die Stadt Pressearbeit machen.

Das Projekt B.A.U.M.-Zukunftsfonds soll die Übertragung der Idee auf die kommunale Ebene nachweisen. Darüber werden B.A.U.M. und die Stadt öffentlich berichten und publizieren, sobald verwertbare Ergebnisse vorliegen. Innerhalb von Norderstedt soll der zunächst auf die Wirtschaft ausgerichtete B.A.U.M.-Zukunftsfonds zum Katalysator für Folgeaktivitäten im privaten Bereich sein – eine Übertragbarkeit der Maßnahmen ist in vielen Fällen gewährleistet (Beleuchtung, Pumpen ...).

Die Erfahrungen aus dem Solardorf Müllerstraße – einem der ZWS-Projekte aus Phase I, das bundesweit viel Aufmerksamkeit gefunden hat und ausgezeichnet wurde – sollen in Phase II im Maßstab, im Standard (Plusenergie) und im städtebaulichen Typus weiterentwickelt werden. Zusätzlich ist eine Vernetzung der Norderstedter Projekte untereinander vorgesehen (Parken für E-Autos am neuen Standort an der U-Bahn), durch die weitere Vorteile für eine möglichst hohe Eigenverwertung regenerativ erzeugter Energie generiert werden können. Von dem Einfamilienhausprojekt Müllerstraße gibt es bereits erste Nachfolger inner- und außerhalb Norderstedts. Die Stadt wurde aufgefordert, das Projekt auch in anderen Wettbewerben einzureichen und damit als best practise zu präsentieren.

Mit dem Aktivierungsprozess werden vor allem 2 Ziele verbunden, die bereits den Gedanken der Verstetigung in sich tragen:

- eigene Beiträge der Bevölkerung zur CO₂-Minderung und eine Quantifizierung der Einsparungen, die zur Nachahmung motivieren und Folgebeiträge nach sich ziehen sollen und
- die Qualifizierung der Projektgruppen im Bereich Projektmanagement, um hiermit eine als notwendig erkannte Voraussetzung für ein weiteres erfolgreiches Engagement der Bevölkerung für die nachhaltige Entwicklung zu schaffen.

Die Ergebnisse sollen auf Kongressen und in Fachzeitschriften vorgestellt werden.

Die Befragung zu den Hinderungsgründen, die einer Umsetzung von finanziell vorteilhaften Klimaschutzmaßnahmen entgegenstehen, wird voraussichtlich über Norderstedt hinaus relevante Erkenntnisse für den Klimaschutz erbringen. Derartige Ergebnisse werden an geeigneten Stellen publiziert. In Kenntnis dessen können dann Gegenstrategien entwickelt und erprobt werden, die ebenfalls von übergeordnetem Interesse sein dürften.

Das interkollegiale Strategie-Coaching soll später in geeigneter Trägerschaft fortgeführt werden. Der vertrauliche Austausch während der Arbeitsprozesse verspricht nicht nur eine Optimierung der Ergebnisse sondern auch eine schnellere Übertragung durch andere Vorreiter.

Sobald marktfähige Produkte zur Verbesserung des Lastmanagements fluktuierender Energie durch eine SmartGrid-Nutzung entwickelt sind, werden sie von den Stadtwerken Norderstedt angeboten. Das fachliche Interesse an Ergebnissen und partizipativer Entwicklung wird groß sein, was die Stadtwerke Norderstedt mit ihrer Unternehmenskommunikation bedienen wird.

14. Arbeitsplan

Der zeitliche Ablauf der einzelnen Arbeitspakete liegt als Anlage bei (Datei: Zeitplanung ZWS II Norderstedt Aktivierung.xlsx).

Bewerbung zur wissenschaftlichen Begleitung der Umsetzung

1. Name der Hochschule oder außeruniversitären Forschungseinrichtung

FH Lübeck / e-fect dialog evaluation consulting eG / N.N.

2. Kontaktdaten des wissenschaftlichen Partners

(Institution, Name, Adresse, Telefon, Email der Kontaktperson)

FH Lübeck

Mönkhofer Weg 239

23562 Lübeck

Ansprechpartner:

Prof. Dr.-Ing. Cecil Bruce-Boye

☎ 0451 / 300-5194

📧 cecil.bruce-boye@fh-luebeck.de

Dipl.-Ing. Jonas Vandeperre

☎ 01578 / 0308517

📧 jonas.vandeperre@fh-luebeck.de

e-fect dialog evaluation consulting eG

Bereichsleitung Dialog

Kopenhagener Str. 71

10439 Berlin

Ansprechpartner:

Dr. Christian Hoffmann

☎ 0171 / 5041656

📧 hoffmann@e-fect.de

N.N.

(Evaluation des Dialogmarketings – kann erst nach der erforderlichen Ausschreibung benannt werden)

3. Zusammenfassung der wissenschaftlichen Begleitung: Idee und Ziele

Evaluation des Dialogmarketings:

Die Stadt Norderstedt wird 2014 erstmals mit dem Instrument Dialogmarketing versuchen, Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl der Bevölkerung zugunsten des sogenannten Umweltverbunds (ÖPNV, Rad- und Fußverkehr) zu nehmen. Darüber sollen im Handlungsfeld Verkehr (weitere) Beiträge zum Klimaschutz erreicht werden.

Das Instrument an sich ist nicht neu, aber noch wenig verbreitet. Über die Evaluation soll die beabsichtigte Wirkung untersucht und nachgewiesen werden (Vergleich von Experimental- und Kontrollgruppe). Das wird die politische Akzeptanz von Dialogmarketing fördern und eine Fortführung in den kommenden Jahren unterstützen. So kann auch die angestrebte Wirkung verbreitet werden.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Idee: Die Stadtwerke Norderstedt haben in ihrem „Energiehandbuch“ ihre Strategie für die nächsten Jahre definiert. Eine große Aufgabe wird es sein, den durch die beschlossene Energiewende veränderten Energiemix zu managen. Der Anteil der aus regenerativen Quellen erzeugten Energie wird künftig deutlich zunehmen, jedoch nicht in der Verlässlichkeit zur Verfügung stehen wie konventionell erzeugte Energie.

Aus diesem Grund müssen Stadtwerke und Verbraucher/-innen gemeinsam daran arbeiten, das Lastmanagement zu verbessern. Die Stadtwerke setzen bereits jetzt die neueste Generation elektronischer Zähler ein, die über das stadtwerkeigene Glasfasernetz ausgelesen werden können. Die Stadtwerke können hierdurch den Stromverbrauch in Echtzeit beim Kunden messen und ihren Kundinnen und Kunden - auf Basis der neuen Technologie des direkten Informationsaustausches - Produkte anbieten, die ihnen eine Änderung des täglichen Handelns / Verbrauchs ermöglichen können.

Die Anwendung neuer Produkte setzt allerdings bei den Kundinnen und Kunden das Bewusstsein, Verständnis und die Handhabbarkeit dieser Produkte voraus. Nur wenn die neuen Technologien auch wirklich bestimmungsgemäß genutzt werden, kann das Lastmanagement den Anforderungen der Energiewende gerecht werden. Es braucht an dieser Stelle Anbieter und Nutzer/-innen, die ihren jeweiligen Anteil gleichermaßen leisten.

Aus diesem Grund wurden in der umfangreichen Haushaltsbefragung innerhalb der ersten Phase von ZukunftsWerkStadt Informationen über das vorhandene Wissen der Norderstedter/-innen über Neuerungen auf dem Energiemarkt, die wahrgenommene Rolle der Stadtwerke sowie die Bereitschaft der Kunden erhoben, auf die durch die Energiewende notwendig gewordenen Veränderungen einzugehen.

Als wichtiges Ergebnis liegt eine Differenzierung in verschiedene Kundengruppen vor, die in Abhängigkeit von ihren unterschiedlichen Wissensständen und Verhaltenspräferenzen gezielt angesprochen und eingebunden werden können.

Ziele: In diesem Projekt sollen, aufbauend auf der Studie, die Bedingungen für die Einführung spezifischer SmartGrid basierter Produkte bei den als vielversprechend identifizierten Zielgruppen wissenschaftlich untersucht werden. Darauf soll eine zielgruppenspezifische Kommunikation und die Entwicklung benutzerfreundliche Produkte aufgebaut werden. Für den Erfolg der auf Verhaltensänderungen angewiesenen Produkte wird die partizipative Einbindungen der Kundinnen und Kunden in die Produktentwicklung eine wichtige Rolle spielen.

4. Aufgaben der wissenschaftlichen Begleitung im Einzelnen

(Beschreibung der einzelnen Aufgabenpakete der wissenschaftlichen Begleitung)

Evaluation des Dialogmarketings:

Die Evaluation wird an einen externen Partner vergeben, der dafür qualifiziert und unabhängig ist. Über einen qualitativen und quantitativen Vergleich der Verkehrsmittelwahl vor und nach der Beratung im Rahmen des Dialogmarketings soll deren Erfolg unter den Bedingungen in Norderstedt ermittelt werden. Daneben sichert ein Vergleich mit einer Kontrollgruppe die Aussage zusätzlich ab. Über den Vergleich der Kosten für die Beratung und der Mehreinnahmen von ÖPNV-Fahrscheinen soll die Wirtschaftlichkeit ermittelt werden. Anhand eines Modal-Split-Vergleichs lassen sich die Einsparungen bei den CO₂-Emissionen quantifizieren.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Es sind folgende Aufgabenpakete wissenschaftlich zu begleiten:

- Identifikation der vielversprechenden Zielgruppen auf Basis der Haushaltsbefragung,
- Entwicklung einer zielgruppenspezifischen Kommunikationsstrategie zur Ansprache der identifizierten Zielgruppen,
- Beteiligung der Zielgruppe - der Kunden - am gemeinsamen Entwicklungsprozess in Form von moderierten kreativen Co-Creation-Workshops,
- Exploration der Nutzerakzeptanz.

Aufbauend auf den Ergebnissen der obigen Arbeitsschritten resultieren die weiteren wissenschaftlichen Arbeitspakete:

- Definition der notwendigen Informationen, die zwischen Energieversorger und Endkunden zu übermitteln sind
- Entwicklung und Programmierung von praktisch zu erprobenden und zu evaluierenden Prototypen (Nutzerschnittstellen) auf Basis der Ergebnisse aus den kreativen Co-Creation-Workshops,
- Entwicklung eines Simulationssystems zum Darstellen der Energieversorger-Seite der Kommunikation,
- gemeinsame Validierung der Ergebnisse mit ausgewählten Nutzerinnen / Nutzern und Experten.

5. Innovationsgrad

(Was ist neu/innovativ?)

Evaluation des Dialogmarketings:

Dialogmarketing ist ein Element des Lärmaktionsplans, um über die Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl eine Lärmreduzierung erreichen zu können. Da auf diese Weise zugleich solche Verkehrsmittel stärker genutzt werden, die auch Klimaschutzvorteile aufweisen, eignet sich das Instrument ebenfalls als Beitrag zur Förderung von Klimaschutz im Verkehr.

In Norderstedt ist das Instrument bislang nicht eingesetzt worden und weitgehend unbekannt. Über die Evaluation soll der Nachweis der Wirksamkeit und Wirtschaftlichkeit erbracht werden. Das wird eine Voraussetzung dafür sein, Dialogmarketing auch in den Folgejahren anbieten zu können und dafür die erforderlichen Haushaltsmittel zu bekommen.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Produkte im Bereich Energie wurden bisher größtenteils nach dem „Gießkannenprinzip“ entwickelt: ein Produkt für alle mit einer Kundenansprache für alle.

Die Stadtwerke Norderstedt verfolgen mit der Studie aus Phase I und der weiteren, hier beschriebenen Arbeit das Ziel, eine zielgruppengerechte Ansprache der Kundinnen und Kunden zu entwickeln und mit ihnen zusammen benutzerfreundliche SmartGrid basierte Produkte zu entwickeln. Eine interaktive Produktentwicklung ist jedenfalls im Strombereich neu, aber notwendig für die anstehenden Veränderungen der Energiewende. Mit dem steigenden Anteil erneuerbarer (fluktuierender) Energie wächst zugleich das Erfordernis, eine möglichst hohe Anwendungsrate für intelligente Produkte zu erreichen.

6. Einbindung der Bürger

(Wie werden die Bürger in die wissenschaftliche Begleitung einbezogen? Wie werden Bürgern Ergebnisse der begleitenden Forschung präsentiert und übermittelt?)

Evaluation des Dialogmarketings:

Zielgruppe von Dialogmarketing sind die in Norderstedt lebenden und arbeitenden Menschen. Genau diese Personen werden über die Evaluation nach ihren Erfahrungen und den daraus resultierenden Handlungskonsequenzen befragt.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Für den Entwicklungsprozess (Co-Creation-Workshops) werden gezielt diejenigen angesprochen, die zu den besonders aufgeschlossenen Zielgruppen zählen.

Darüber hinaus werden Norderstedter Modellhaushalte in die Erprobung von entwickelten Produkten und Kommunikationsmitteln eingebunden, um deren Akzeptanz zu testen.

Stadtwerke Kunden im Öko-Tarif „TuWatt“ zählen zu den besonders Umweltaffinen; sie werden auch bislang schon zu einer jährlichen Kundenveranstaltung eingeladen. Diese kann für weitere Inhalte genutzt werden, z.B. im Rahmen neuer Produkte.

Überlegt wird ferner, Kundinnen und Kunden an Entscheidungsprozessen zu beteiligen, etwa über ein noch zu schaffendes Forum für Ideen und Abstimmungen.

Über die neuen Produkte werden die Stadtwerke ausführlich informieren; unterstützend soll die Einführung durch online-Abstimmungen und online-Blogs für den Austausch von neuen Erfahrungen begleitet werden.

7. Erwartete Wirkung durch die wissenschaftliche Begleitung

Evaluation des Dialogmarketings:

Die wissenschaftliche Evaluation soll die Wirksamkeit von Dialogmarketing nachweisen und den daraus resultierenden Klimaschutzbeitrag über Modal-Split-Veränderungen quantifizieren. Voraussichtlich wird sich erweisen, dass die dafür eingesetzten Steuergelder in kurzer Zeit durch Mehreinnahmen im ÖPNV refinanziert werden.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Durch die wissenschaftliche Begleitung in diesem Vorhaben wird die Kundenkommunikation erstmalig zielgruppenspezifisch gestaltet. Hierfür sind umweltspsychologische Erkenntnisse und die Haushaltsbefragung (Phase I) eine wichtige Unterstützung. Das ist neu.

Gemeinsam mit Kundinnen / Kunden und wissenschaftlichen Partnern sollen „verständliche“ und akzeptierte Produkte entwickelt werden. Die wissenschaftliche Kompetenz soll sich in den kommunikativen Produkteigenschaften widerspiegeln und die kommunikativen Anforderungen der Kundschaft erfüllen. An die Kundenbedürfnisse angepasste Produkte, erleichtern deren Akzeptanz, erhöhen ihre Verbreitung und Wirkung und bilden damit eine zentrale Voraussetzung für ihre Funktion im Lastmanagement fluktuierender Energien.

Neben den bereits vorhandenen Kompetenzen im Personalstamm der Stadtwerke Norderstedt trägt eine umweltspsychologische Sicht zu einer ganzheitliche Herangehensweise an das Thema bei. Das fördert die Energiewende und die dafür notwendigen Veränderungen bei den Verhaltensweisen der Anbieter und der Verbraucher /-innen.

8. Finanzierungsplan

(Angaben zu den notwendigen Ausgaben in der Vorhabenszeit)

Evaluation des Dialogmarketings:

Für die erstmalige Durchführung von Dialogmarketing stehen im Haushalt 2014/2015 Mittel in Höhe von 50.000 € zur Verfügung. Das reicht für ein Angebot an ca. 3-4.000 Menschen, womit z.B. diejenigen beraten werden können, die in diesem Jahr in Norderstedt umziehen bzw. in die Stadt zuziehen.

Für eine Evaluation dieser Adressaten im Vergleich zu einer Referenzgruppe wird nach den derzeit vorliegenden Erkenntnissen ein Betrag von **30.000 € (brutto)** benötigt.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Die Stadtwerke Norderstedt werden die Aufgabe mit einem interdisziplinären Team angehen. Dazu zählen auf jeden Fall 4 Mitarbeiter aus den Abteilungen Produktmanagement, Kommunikation und Marketing sowie Vertrieb Netze. Bei Bedarf sind Ergänzungen möglich, um die Produktentwicklung anhand der Zielgruppenanalyse und die Kommunikationsmaßnahmen auf Basis der wissenschaftlichen Ergebnisse zum Erfolg zu führen.

Die wissenschaftliche Begleitung wird durch eine Kooperation von e-fect und der FH Lübeck gewährleistet, die beide schon in Phase I beteiligt waren. Für ihre Arbeiten liegt ein Angebot über insgesamt **39.984 € (brutto)** vor.

9. Verwertungsplan

(z. B. Übertragung und Verbreitung der Ergebnisse)

Evaluation des Dialogmarketings:

Ein unabhängiger Nachweis des erwarteten Erfolgs von Dialogmarketing wird erheblichen Einfluss auf eine Verstärkung des Prozesses in den Folgejahren haben.

Damit kann diese Maßnahme auch in einem künftigen Lärmaktionsplan festgeschrieben werden und darüber eine rechtliche Verbindlichkeit erlangen.

Norderstedt ist seit Jahren immer wieder gefragt, die eigenen Leistungen in den Bereichen Klimaschutz und Lärminderungsplanung darzustellen, sowohl in Vorträgen, Lehrveranstaltungen usw. als auch in Publikationen. Hierbei werden die Erfahrungen und Ergebnisse von Dialogmarketing künftig mit verbreitet.

Produktentwicklung für die SmartGrid-Nutzung:

Die Einführung von dynamischen Tarifen, die preislich an die Energieerzeugung aus regenerativen Quellen gebunden sind, wird Gegenstand der Unternehmenskommunikation der Stadtwerke sein.

Eine Partizipation an Unternehmensentscheidungen der Stadtwerke Norderstedt wird als ein Instrument der Kundenbindung aktiv beworben.

Die Projekterfahrungen und -ergebnisse sollen der Weiterentwicklung von Theorie dienen. So wurde in Phase I von ZukunftsWerkStadt eine Haushaltsbefragung mit einer Stichprobe von über 4000 verwertbaren Fragebögen durchgeführt. Auf Basis dieser sehr umfassenden Stichprobe konnte eine Typologie entwickelt werden, mit der nun innovativere und umweltorientiertere Zielgruppen identifiziert werden können (und im Verlaufe der geplanten Phase II auch zur Entwicklung von Energiewende-Technologien weiter befragt werden. Publikationen zu den bisherigen Ergebnissen in diversen wissenschaftlichen Zeitschriften (u.a. Umweltpsychologie) sind in Vorbereitung; neue Erkenntnisse im Verlauf des Projektfortschritts werden dort selbstverständlich nach Möglichkeit integriert. Eine Präsentation und Diskussion der Untersuchung auf Fachkongressen (z.B. Sommerkongress der Initiative Psychologie im Umweltschutz zum Thema "Zivilgesellschaftliches Engagement für Nachhaltigkeit fördern – Eine berufliche Perspektive für Studierende der Sozialwissenschaften") ist ebenfalls vorgesehen.

Darüber hinaus werden die Ergebnisse auch für die Zielgruppe der Energieversorgungsunternehmen aufbereitet und zur Information angeboten (z.B. über VKU-Nachrichten).

10. Arbeitsplan

Der zeitliche Ablauf der einzelnen Arbeitspakete liegt als Anlage bei (Datei: Zeitplanung ZWS II Norderstedt FuE.xlsx).