

MITTEILUNGSVORLAGE

			Vorlage-Nr.: M 10/0106
602 - Fachbereich Umwelt			Datum: 03.03.2010
Bearb.:	Frau Birgit Farnsteiner	Tel.: 363	öffentlich
Az.:	602-Farnsteiner/Jung		

Beratungsfolge

Sitzungstermin

Umweltausschuss

17.03.2010

Klimapakt für Norderstedt "Prima Klima in Norderstedt"
hier: Antrag der GALIN vom 22.10.2009

Sachverhalt

In der Sitzung des Umweltausschusses vom 20.01.2010 wurde folgender Prüfauftrag beschlossen: „Die Stadtverwaltung wird beauftragt zu prüfen, nach dem Vorbild der Stadt Münster Vorschläge für die praktische Umsetzung eines Klimapaktes in Norderstedt zu entwickeln und die Kosten dafür zu benennen. Dem Umweltausschuss ist im März das Konzept vorzustellen.“

Die Verwaltung kommt nach den bisherigen Prüfungen zu folgendem Ergebnis:

1.

Eine Klimaschutzkampagne nach dem Vorbild der Stadt Münster (Klimapakt) bietet gute Ansatzpunkte und Chancen, diejenigen Klimaschutzpotenziale zu mobilisieren, die sich über ein energiesparendes Verhalten der Bevölkerung erschließen lassen. Darüber können CO₂-Einsparungen in der Größenordnung von 10-15% erreicht werden.

Eine derartige Kampagne trägt der Tatsache Rechnung, dass eine Verhaltensänderung erst dann wahrscheinlich und dauerhaft ist, wenn über einen längeren Zeitraum immer wieder passende Informationen über die eigenen Handlungsmöglichkeiten vermittelt werden. Wichtig ist überdies, konkrete Möglichkeiten für ein klimafreundliches Verhalten aufzuzeigen. Entscheidend für den Erfolg ist ein hohes Maß an persönlicher Verbindlichkeit und der persönliche Kontakt zu den Akteuren.

In Münster geschieht dies durch die Verteilung von Flyern, Broschüren und Checklisten, die über persönliche Handlungsmöglichkeiten im Haushalt und Verkehr aufklären, mit denen ein klimafreundlicheres Verhalten erreicht werden kann. Unterstützt wird dies durch die Möglichkeit zu einer schriftlichen Selbstverpflichtung, offenkundige Maßnahmen im Klimaschutz zu ergreifen. Wer sich dazu bekennt, nimmt an einer Verlosung teil. Über eine Foto- und Plakataktion wird zur Nachahmung aufgerufen. Ein wichtiges Element bildet die Aufforderung, den Klimaschutzgedanken nach dem Prinzip eines Schneeballsystems verbindlich weiterzutragen.

Sachbearbeiter/in	Fachbereichs-leiter/in	Amtsleiter/in	mitzeichnendes Amt (bei über-/ außerplanm. Ausgaben: Amt 20)	Stadtrat	Oberbürgermeister

Die gesamte Kampagne baut darauf, dass über eine vielfältige Präsenz im Stadtgebiet und die häufige Wiederholung der Botschaft ein Lerneffekt eintritt. Relativ viele Unterschriften konnten in Münster bei Werbeauftritten im Zusammenhang mit diversen Freizeitevents gesammelt werden.

In Münster konnten innerhalb eines halben Jahres 3.000 Menschen für eine Selbstverpflichtung gewonnen werden. Das ist rund 1/3 des vorgegebenen Zielwertes, bei dem sich 10.000 Menschen auf diese Weise aktiv zum Klimaschutz bekennen.

Das Konzept erfordert einen erheblichen Personaleinsatz. Zusätzlich zur starken zeitlichen Beanspruchung von städtischen Mitarbeiterinnen wurde das Arbeitspensum in Münster mit Hilfe von studentischen Hilfskräften, Praktikanten und Ein-Euro-Jobber ermöglicht.

2.

Eine Kampagne mit einem vergleichbar hohen Aufwand ist durchaus geeignet, das Norderstedter Klimaschutzkonzept zu bereichern und den stadtweiten Klimaschutz in Norderstedt voranzutreiben. Ähnlich wie auch in Münster würde eine derartige Kampagne zur positiven Außenwirkung Norderstedts als "Klimaschutzhochburg" beitragen.

Die Vielzahl der genannten Ansatzpunkte, der hohe Anspruch und die dafür notwendige Intensität der Kampagne zeigen aber auch, dass es sich hierbei um ein Vorhaben handelt, welches eine fundierte Planung und Vorbereitung erfordert. Sie kann den erwünschten Effekt nur mit einem hohen Einsatz an Personal und Sachmitteln erreichen. Dabei ist es sehr schwer, den tatsächlichen Erfolg der Kampagne konkret im Vorwege zu definieren und dementsprechend überhaupt zu messen.

Erleichternd wirkt sich aus, dass Norderstedt in diesem Fall nicht „die Idee voraus“ sein, also das Rad nicht neu erfinden muss. Die Strukturen könnten sich im Wesentlichen auf die in Münster gewählte Vorgehensweise stützen und erfolgreiche Ansätze übertragen. Das schließt nicht aus, die Vorgehensweise weiterzuentwickeln und auf Norderstedter Verhältnisse anzupassen. Zum Teil kann auch auf bereits etablierte Elemente zurückgegriffen werden, etwa das verhaltensorientierte Energiesparen an Schulen und Kindertagesstätten, die Kinder-Meilen-Kampagne, den autofreien Tag, das Förderprogramm „Wärmeschutz im Gebäudebestand“ oder die neu gegründete Solarinitiative. Auch das Ökostromangebot der Stadtwerke könnte mit der Kampagne verknüpft werden.

Zeitliche Anknüpfungspunkte in Norderstedt wären u.a. die Landesgartenschau 2011, die im Rahmen ihres "grünen Klassenzimmers" auch Angebote zur Umweltbildung bereit halten soll, sowie Hamburg samt Metropolregion als "Green Capital 2011".

Zu berücksichtigen ist auch, dass eine derartig breit und intensiv angelegte Klimaschutz PR-Kampagne mit dem übrigen PR-Konzept der Stadt abgestimmt werden muss.

3.

Eine erste überschlägige Kalkulation der mit einer solchen Kampagne verbundenen Kosten wird im Folgenden auf zwei Wegen versucht:

- Variante 1 geht davon aus, einen möglichst großen Teil der Aktivitäten durch einen externen Dienstleister erledigen zu lassen. Das könnte z.B. B.A.U.M. e.V., Hamburg, sein; das Büro hat in Hamburg 2008 den Klimaschutzwettbewerb durchgeführt und viel Erfahrung mit umweltorientierten Kampagnen.

Es verbleibt bei dieser Variante jedoch ein erheblicher Teil an zusätzlicher Arbeit bei der Verwaltung, da nicht nur eine gute Auftragsbetreuung, sondern auch die Einbindung bestehender Netzwerke und die möglichst passgenaue Verknüpfung mit den übrigen städtischen Aktivitäten zum Klimaschutz erfolgsentscheidend ist.

- Variante 2 bildet das Gegenmodell, wonach (analog zu Münster) möglichst viele Sach- und Personalmittel durch die Verwaltung selbst bereit gestellt werden.

Auch hier gibt es Arbeiten, die zusätzlich anfallen und kalkuliert werden müssen, etwa die Gestaltung und der Druck von Informationsmaterialien oder der punktuell hohe Arbeitsaufwand bei Events, der sinnvoller Weise über Honorarkräfte abgedeckt wird.

Zum gegenwärtigen Zeitpunkt wird als erste Schätzung mit der Erwartung gearbeitet, dass die Beauftragung eines externen Dienstleisters den zusätzlichen Personalbedarf in der Verwaltung um maximal 70% mindern könnte. Für die Vorbereitung und inhaltliche Abstimmung der Kampagne, eine fachliche Begleitung und die städtische Öffentlichkeitsarbeit ist jedoch mit einem durchschnittlichen Stundenaufwand von mindestens 10 Wochenstunden während der Kampagnenzeit zu rechnen.

Es wird für die Kalkulation von einer Gesamtdauer von 12 Monaten ausgegangen (6 Monate Vorbereitung, 6 Monate Durchführung). Vor- und Nacharbeiten (wie Auftragsvergaben, Abrechnungen, ...) fallen zusätzlich an, werden hier jedoch nicht näher betrachtet.

Die Schätzungen orientieren sich einerseits an der Kampagne aus Münster, andererseits an eigenen Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit. Wenn mit einer Zielvorgabe für die Selbstverpflichtungen gearbeitet werden soll (diese ist von der Verwaltung nicht eigenständig zu erreichen und bietet immer die Gefahr des Scheiterns), dann sind im Rahmen einer Kampagnenlaufzeit von einem halben Jahr voraussichtlich maximal 1.000 Selbstverpflichtungen erreichbar.

Finanzierungsfragen konnten zum jetzigen Zeitpunkt nicht betrachtet werden. Im laufenden Haushalt wurden dafür keine Mittel eingeworben. Wenn sich Norderstedt zu einer derartigen Kampagne entschließen sollte, dann muss die hier vorgelegte vorläufige Kalkulation auf jeden Fall noch einmal erhärtet werden.

	Variante 1: externer Dienstleister	Variante 2: Verwaltungslösung
Zusätzlicher Arbeitsaufwand Verwaltung	10 Std. / Woche	30 Std. / Woche
Arbeitsaufwand Verwaltung (Synergien mit bisherigen Aktivitäten)	13 Std. / Woche	13 Std. / Woche
Vergabe externer Dienstleister	Ca. 55.000 €	-
Zusätzliche Personalkosten Verwaltung	14 – 18.000 €	42 – 54.000 €
Sachkosten	35.000 €	40.000 €