

Klimaschutzkonzept Nürtingen: Klima-Werkstatt

Ergebnisse der Gruppe „Weniger ist Mehr“ -- Strategien zur Verminderung des Energiebedarfs

Ist-Stand

- Es sind eigentlich viele Ideen zum Energiesparen und für den Klimaschutz da.
- Die Stadtwerke sind aktiv.
- Die Stiftung Ökowatt leistet viel.
- Städtische Gebäude haben durch Energiemanagement geringen Verbrauch.
- Etwas geringeren Energieverbrauch im Bereich der Haushalte als im Bundes- und Landesdurchschnitt. Nürtingen ist städtisch geprägt mit höherem Anteil Mehrfamilienhäusern und enger Bebauung der Altstadt und hat damit geringere Wohnfläche pro Einwohner (40 m²) als im Bundesdurchschnitt (43 m²).
- Trotz vielen Arbeitsplätzen geringer Energieverbrauch in Gewerbe und Industrie gegenüber Bundes- und Landesdurchschnitt, da wenig energieintensive Betriebe.

- Energiesparen und Energieeffizienz ist kein Thema in Nürtingen und hat keine Priorität.
- Oft wird zu kurzfristig gedacht. Für das Thema braucht man einen „langen Atem“.
- In der Öffentlichkeit sind zu viele Halbwahrheiten vertreten. Was ist denn nun richtig? Das führt eher zu Untätigkeit.
- Die Energieagentur Landkreis Esslingen ist zu klein und unbekannt um viel bewegen zu können und wird schon jetzt von Kreis und beteiligten Kommunen als zu teuer empfunden.

„Weniger ist Mehr“

Stimmt

In Zukunft ist mehr übrig:

- Ressourcen
- Geld
- Bezahlbare Wohnungen (bei weniger Wohnfläche pro Einwohner)

Verschwendung muss nicht sein

Klimafolgekosten sind geringer wenn rechtzeitig eingegriffen wird (eine Studie gibt z. B. Folgekosten mit 400 Mrd. € pro Jahr an)

Falsch

Reduzierung auf 2 Tonnen CO₂ pro Einwohner bedeutet riesige Eingriffe für jeden Bürger

Infrastruktur (Schulen, Kindergärten etc.) muss erhalten bleiben.

Einsparungen werden durch sogenannte Rebound-Effekte vermindert:

- Mehr Wohnraum pro Einwohner
- Mehr Single-Haushalte brauchen mehr Energie
- Entfernungen zur Arbeit werden noch zunehmen

Weitere Anmerkungen:

Das ist immer eine individuelle Bewertung. Die Situation wird je nach Einkommen und Alter unterschiedliche gesehen.

Das Interesse am Thema Klimaschutz ist gering. Die Werbung animiert zu immer mehr Verbrauch. Veränderungen sind deswegen schwierig.

Verzicht

Ängste

Verzicht ist problematisch

Muss ich meine große Wohnung verkaufen?

Prestigeverlust durch kleines Auto

Energiesparen bringt sowieso nichts

Chancen

Mehr Lebensqualität; weniger Stress

Schulweg muss man nicht mit dem Pkw machen

Fahrrad ist chic

Weitere Anmerkungen:

Man muss zunächst mal definieren was Lebensqualität ist. Welches Niveau wollen wir mindestens halten?

Verzicht ist in manchen Fällen kaum merkbar.

Verzicht ist relativ. Was als Verzicht empfunden wird kommt auf gesellschaftliche und persönliche Rahmenbedingen an. Rahmenbedingungen sollten verändert werden um „Verzicht“ gesellschaftlich akzeptabler zu machen.

Chancen müssten positiv dargestellt werden.

Prioritäten (privat und gesellschaftlich) müssten geändert werden.

Maßnahmenvorschläge

Grün markierte Maßnahmen haben große Bedeutung und Priorität

Allgemeines:

- Klimaschutzkonzept soll Rahmen liefern
- **Das Klimaschutzkonzept muss für alle Gruppen etwas aussagen.**
 - **Die Zielgruppen müssen sich wiederfinden**
 - Klimaschutz muss jeden Tag erfolgen
- **Gründung eines Klimaschutzteams bei der Stadt Nürtingen**
- **Visionen zu Lebensqualität entwickeln, z. B. beim Stadtentwicklungskonzept (SEK)**
- **Vorbilder schaffen**
- **Jugendarbeit**

Ausbau der Energieagentur

- Budget, Personal erhöhen
- Werbung für bessere Nutzung der Agentur

Netzwerke gründen und unterstützen

- Z. B. Qualitätssiegel der Bauhandwerker
 - Selbstverpflichtung der Handwerker
 - Handwerker sind zur Zeit voll ausgelastet und haben keine Zeit und sehen keinen Bedarf

Öffentlichkeitsarbeit und Information:

- **Öffentlichkeitsarbeit verstärken**
- **Motivation der Bürger und Betriebe**
- **Werbung für Nachhaltigkeit**
- **Man muss das Bewusstsein und damit das Verhalten der Bürger verändern.** Probleme und Lösungsmöglichkeiten müssen begreifbar gemacht werden.
- Wie kann man die Bürger erreichen? Wer liest das noch?
 - Feste Kolumne in Zeitung
 - Erfolge darstellen
 - Aktionen für Öffentlichkeitsarbeit nutzen (Wettbewerbe z.B. Ältester Kühlschrank)
 - Positive Projekte als Aufhänger für Berichte
- **Kampagnen durchführen (z. B. Heizungspumpentauschaktion)**

Energieeffiziente Geräte A⁺⁺⁺

- Information zu Gesamtbilanz der Geräte; ab welchem Alter lohnt sich ein Austausch?
- Messgeräte bereitstellen
- Tauschprämie und Wettbewerb durchführen

Heizen und Lüften (in Wohngebäuden, Schulen, Kirchen und Verwaltungen):

- Energieberatung
 - Erstellung von Sanierungsfahrplänen (Berücksichtigung der Lebenssituation der Eigentümer)
 - Darstellung der sonstigen Vorteile energetisch sanierter Gebäude (Wohnkomfort und Werterhalt)
 - Förderung der Energieberatung
 - Beratung vor Ort
- Städtische Fördergelder für
 - Baubegleitung
 - EnEV Überwachung
 - Blower-Door Test, Thermografie
- Sanierungsleitfaden erstellen und in Anlaufstellen auslegen
- Training von Schülern und Lehrern
- Weiterbildung für Handwerker, und Architekten(siehe auch Netzwerke)
- **Vorbildrolle der Stadt (Tag der offenen Tür für Mustergebäude)**
- Einzelraumregelung fördern; Aktionen zusammen mit Heizungsbauern

Weitere Bereiche:

- EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) an Schulen durchführen
- Abfall vermeiden und Recycling verbessern

Es ist nicht notwendig alle Maßnahmen und Themen auf einmal anzugehen.

Zielgruppen und Akteure

Zielgruppen

Kinder, Jugendliche

Vorbilder

Haushalte

Gemeinderat

Betriebe

Alle Nürtinger

Akteure

Klimaschutzteam Nürtingen

Stadt

Verkehrsbetriebe

Architekten

Handwerker

Lehrer

Gruppen/Personen mit größter Hebelwirkung
(Vorbilder)