

KlimaAlltag

Kölner Haushalte erproben nachhaltigen Konsum

Sonja Pannenbecker
Verbraucherzentrale NRW

Pullach 24. April 2013



Gliederung

- Forschungsprojekt „KlimaAlltag“
- Feldversuch in Köln
 - Rekrutierung von KlimaHaushalte
 - Inhalte und Ablauf der Beratung
 - Ausgewählte Ergebnisse mit dem Fokus auf Mobilität
- Ausblick
- Gemeinsame Erarbeitung von Beratungsmöglichkeiten in Bayern



Das Forschungsprojekt

Klimawandel und Alltagshandeln: Potenziale, Strategien und Instrumente für CO₂-arme Lebensstile in der Null-Emissions-Stadt (KlimaAlltag)

- gefördert vom: Bundesforschungsministerium (BMBF)
im Programm „Sozial-ökologische Forschung“
- im Rahmen der Ausschreibung:
„Soziale Dimensionen von Klimaschutz und Klimawandel“
- Laufzeit: 1. November 2010 bis 31. Oktober 2013

Partner im Projekt

Projektpartner

- Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE), Frankfurt/Main
- Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), Heidelberg
- Institut für Soziologie, Karl-Franzens-Universität Graz
- Verbraucherzentrale NRW, Düsseldorf

Praxispartner

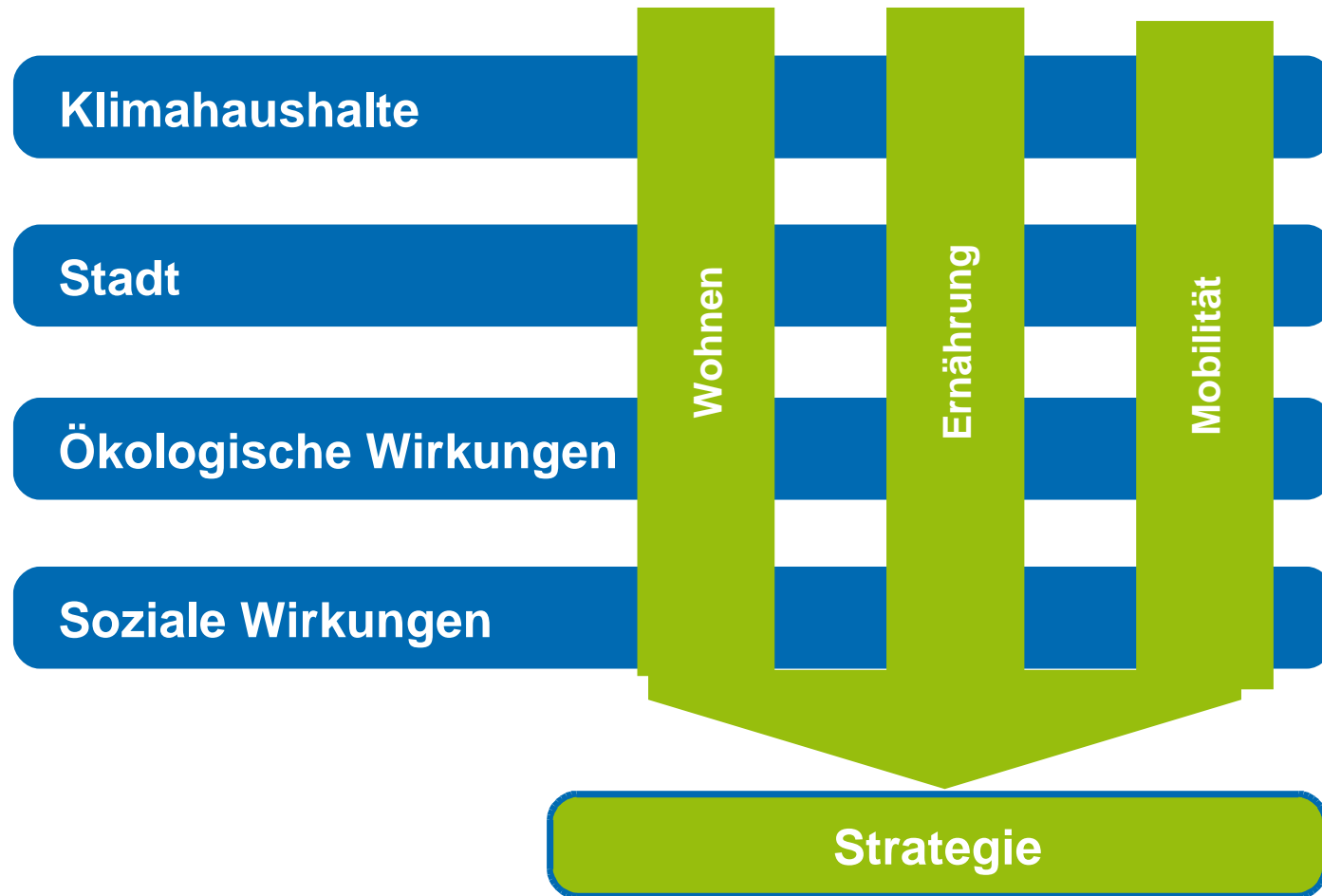
- Stadt Frankfurt am Main, Energiereferat
- Stadt München, Planungsdezernat



Die wichtigsten Forschungsfragen

- Wie können alltägliche **Routinen und Handlungsweisen** klimafreundlicher gestaltet werden?
- Welche Ansätze gibt es für die Reduzierung von CO₂-Emissionen von Alltagspraktiken unterschiedlicher **Lebensstile und sozialer Lagen**?
- Welche **Instrumente, Maßnahmen und Angebote** können die Verbreitung CO₂-armer Alltagspraktiken **in Kommunen** fördern?
- Welche **sozialen Folgen** ergeben sich aus Maßnahmen des kommunalen Klimaschutzes und angepasster Versorgungssysteme?

Die fünf Module des Vorhabens



Feldversuch

Rekrutierung der KlimaHaushalte



Werden Sie ein
Kölner KlimaHaushalt!



Machen Sie mit beim Feldversuch
der Verbraucherzentrale NRW



Benefits / Motivation für die KlimaHaushalte

■ **Finanziell**

- KlimaHaushalte erhalten eine Aufwandsentschädigung (100 €)
- Klima-Maßnahmen können zu Kosteneinsparungen führen

■ **Aktiv**

Beratung und Aktionen für die Klimahaushalte

■ **Ideell**

Die KlimaHaushalte sind innovativ und zeigen als Vorreiter wie man auch im privaten Rahmen das Klima schützen kann

Teilnehmer – Auswahl

Kriterien für den Quotenplan

- Einkommen und Bildungsabschluss
- Lebensphase und Alter
- Haushaltsstruktur

- Gender: Ansprechpartner 2/3 Frauen
- Haushalte in prekären Lebenslagen
- Haushalte mit Migrationshintergrund (ca. 16)
- 1/3 Engagierte und 2/3 weniger Engagierte Haushalte



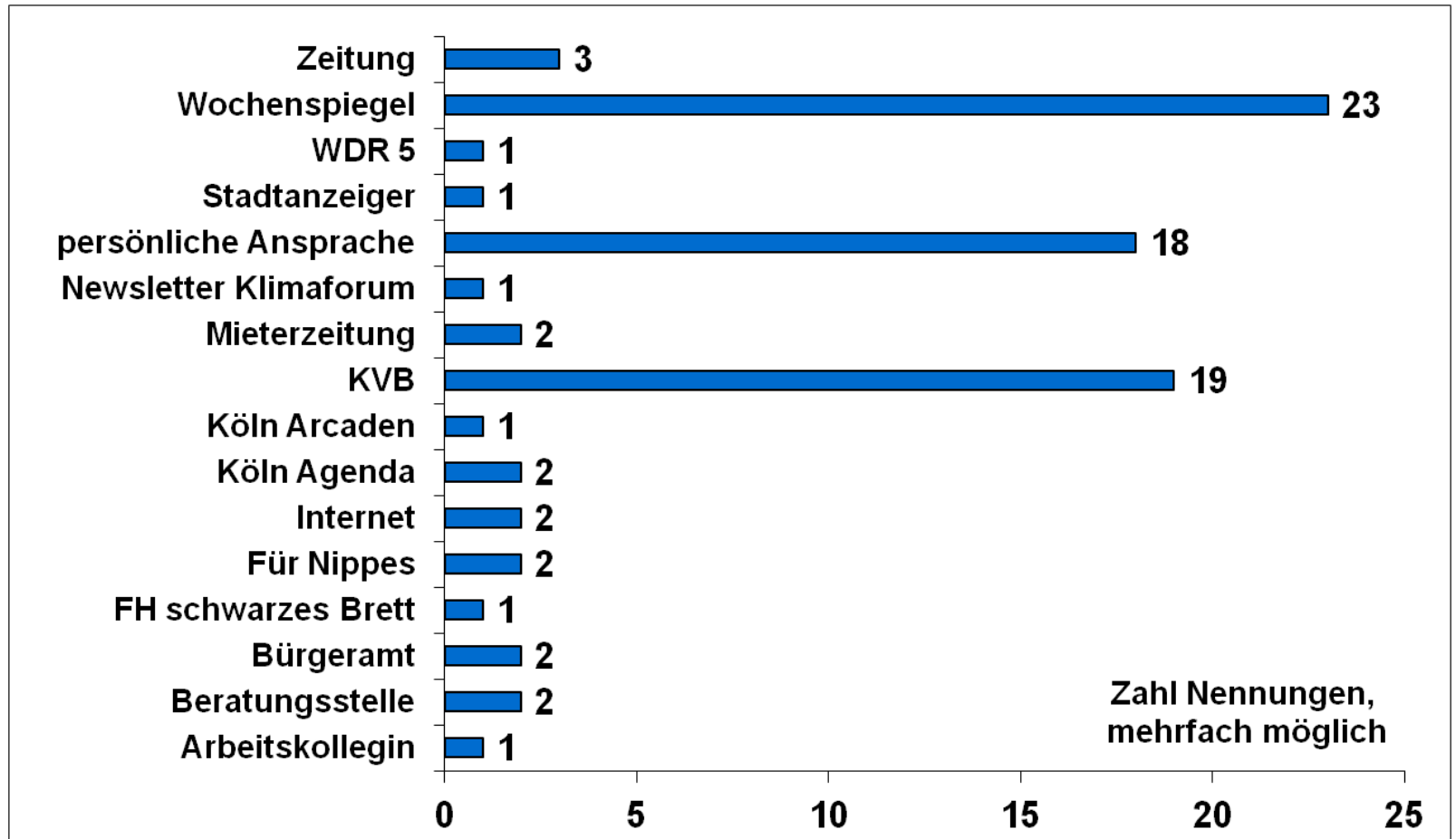
Rekrutierung von Haushalten

Bewerbungszeitraum: 16. Mai bis 17. Juni 2011

- Über 240 Haushalte haben sich beworben
- 197 Haushalte wurden per Telefon gescreent (HH-Profil)
- 107 Haushalten abgesagt

- Mit 90 KlimaHaushalten in den Feldversuch gestartet
- 12 Haushalte sind über die Laufzeit ausgeschieden

Infoquellen der Bewerber



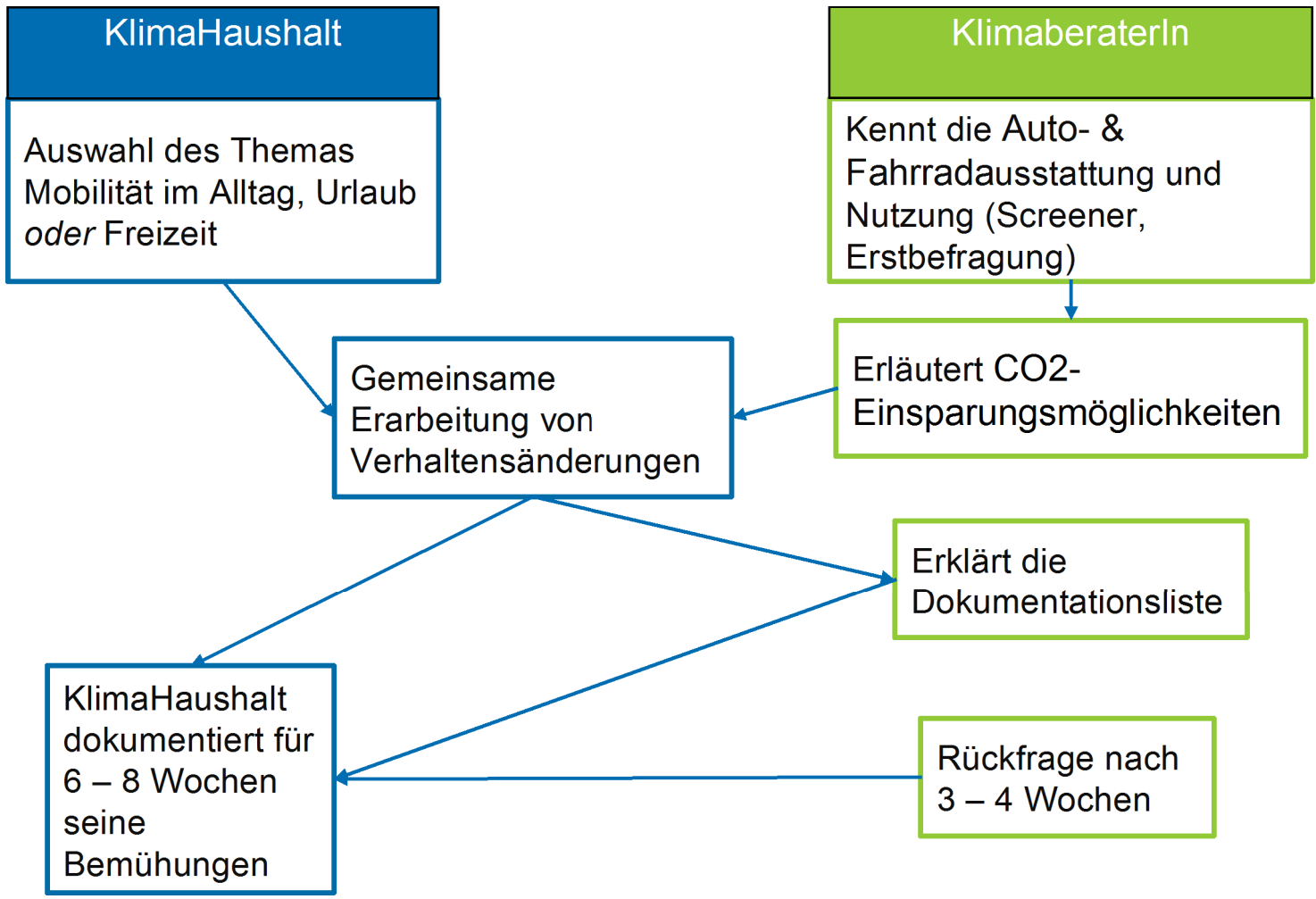
Klimaschutz-Maßnahmen

Handlungs- bereiche	Klimaschutzmaßnahmen		
Ernährung	Einkauf und Konsum von weniger tierischen Lebensmitteln	Einkauf und Konsum von Regionaler-saisonaler und Bio-Lebensmittel	Konsum von Leitungswasser statt Mineral- und Tafelwasser
Mobilität	Mobilität im Alltag	Mobilität im Urlaub	Mobilität in der Freizeit
Wohnen/ Energie- nutzung	Energiesparen in Wohnzimmer, Bad und Keller	Energiesparen in der Küche und bei der Beleuchtung	Energiesparen beim Heizen und Lüften 3. Beratung

→ Zusätzliche Maßnahme ab der zweiten Beratung:
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung



Ablauf am Beispiel Mobilitätsberatung





Klimaschutz-Aktionen


- Die Klimaschutz-Aktionen bieten neben den „Bring-Informationen“ der Vor-Ort-Beratung in den Haushalten **zusätzliche „Hol-Informationen“**.
- Die Aktionen umfassen eine **intensivere Unterstützung** der Haushalte. Die kostenlose Teilnahme an den Aktionen erfolgte durch Gutscheine.
- Die Teilnehmer mussten **selbst aktiv** werden:
Terminvereinbarung und Teilnahme erfolgt in **Eigeninitiative**.

Klimaschutz-Aktionen

Klimaschutz-Aktionen	Inhalte und Benefits für Haushalte
Check der Energierechnung & Ausleihe Strommessgerät	<u>Beratung in der VB Köln</u> Rechnung analysieren Stromverschwender erkennen Kosteneinsparung thematisieren
Anschaffung von Haushaltsgeräten	<u>Beratung in den Haushalten</u> Tests auswerten Kauf- und Praxistipps
Ökostrom buchen & nutzen	<u>Beratung in der VB Köln</u> Ökostrom-Label erläutern Ökostromtarifrechner nutzen
Spritspar-Training (Eco-Driving)	<u>Fahrtraining in Köln</u> Theorie und Praxis mit dem eigenen Auto Benzineinsparung 10 – 25 %

KlimaHaushalte

Ausgewählte Strukturdaten

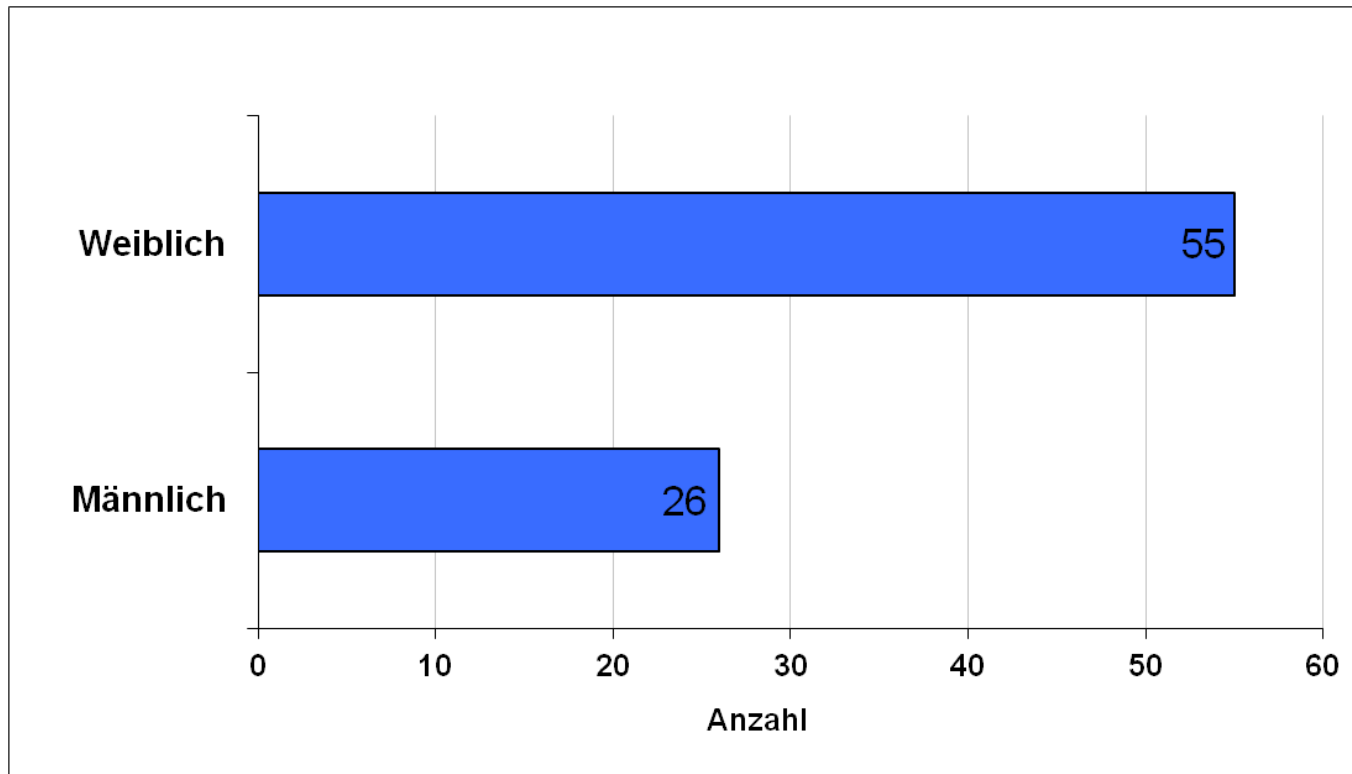


Haushaltsnummer: MitarbeiterIn: SP Datum: .5.

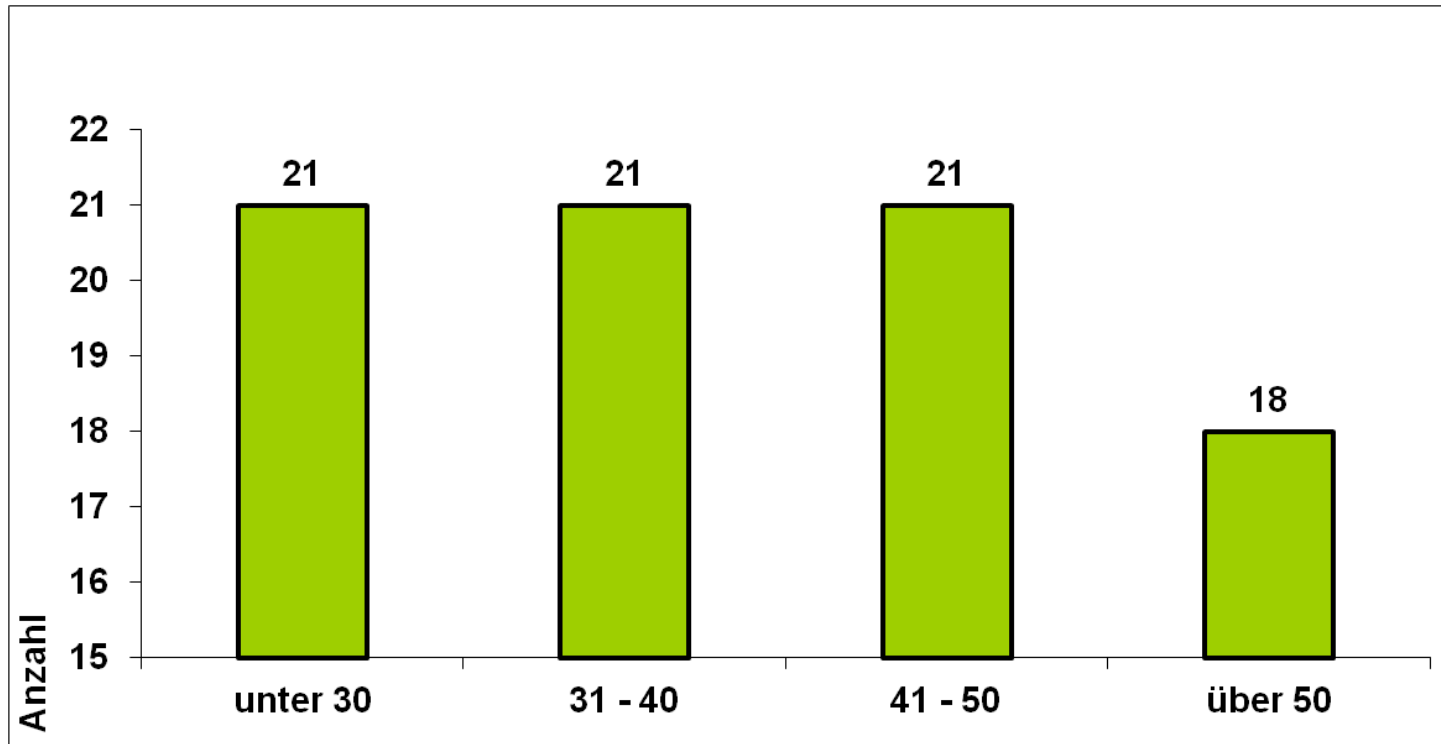
Screening-Fragebogen

SC1	Geschlecht	Männlich Weiblich	1() 2()
SC2	Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?	_____ Personen	Zahl eintragen
SC3	Wie viele davon sind Kinder unter 18 Jahren?	_____ Kinder	Zahl eintragen
SC4	Wie alt sind die Kinder?		Zahlen eintragen
SC4a	Kind 1:	_____ Jahre	
SC4b	Kind 2:	_____ Jahre	

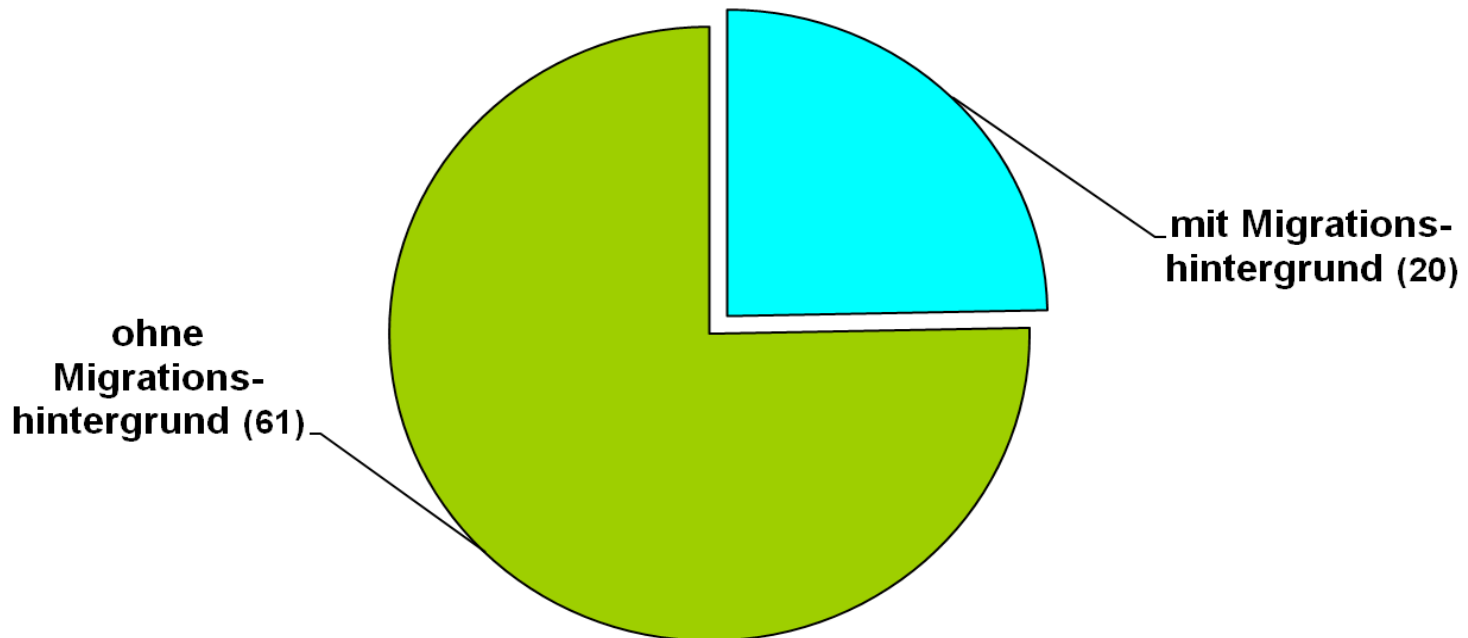
Ansprechpartner



Ansprechpartner: Alter

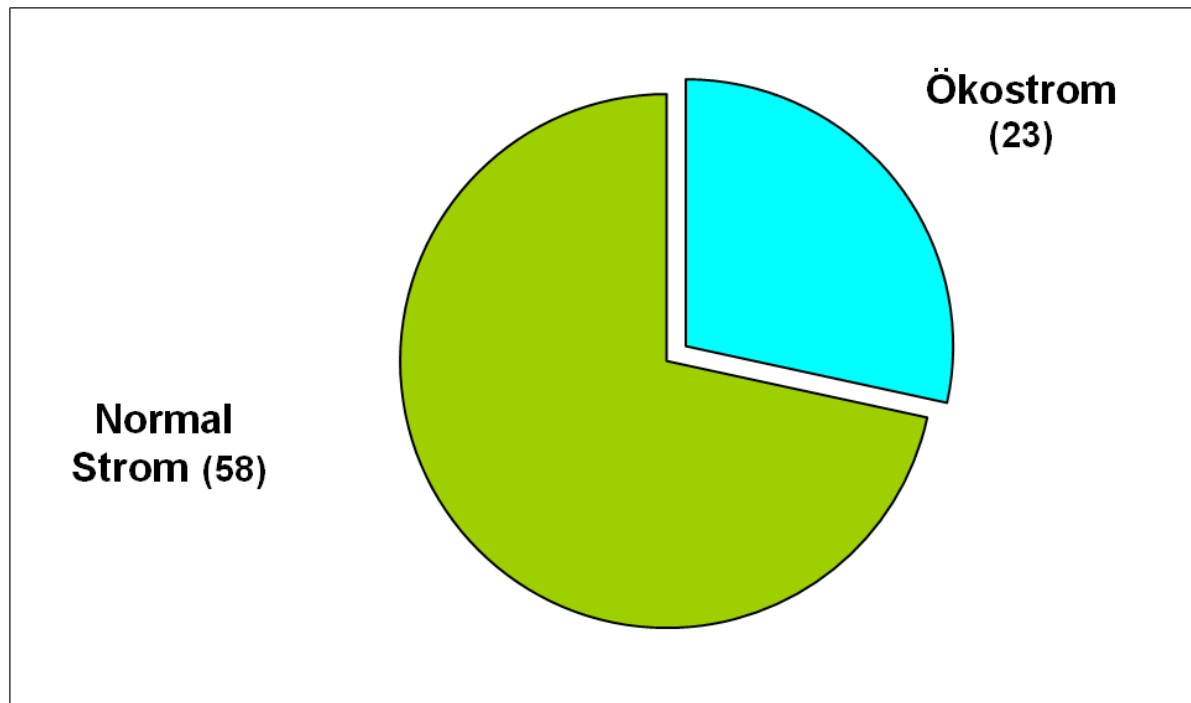


Ansprechpartner: Migrationshintergrund



KlimaHaushalte: Strombezug

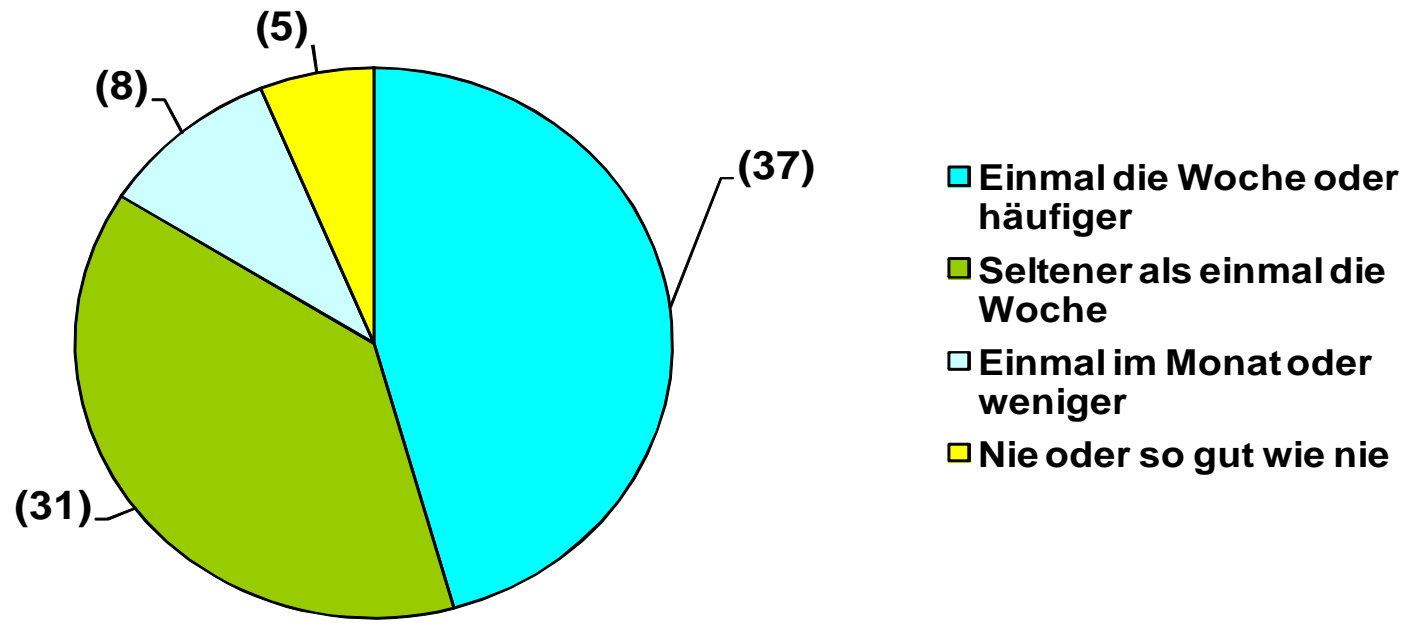
Filterfrage 1: Engagiert – Weniger Engagiert





KlimaHaushalte: Kauf von Biolebensmittel

Filterfrage 2: Engagiert – Weniger Engagiert



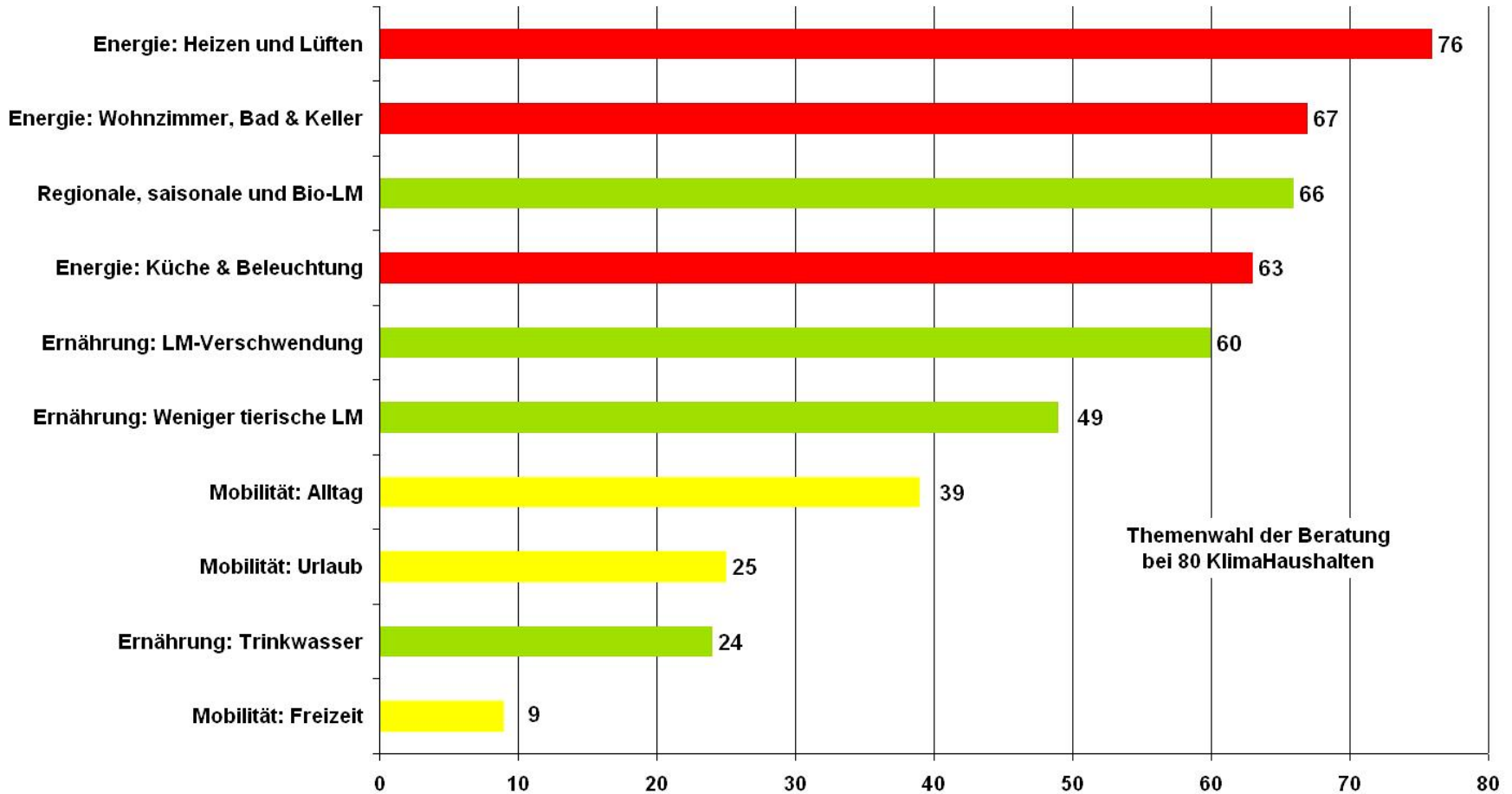
KlimaHaushalte

Erste Ergebnisse der Abschlussbefragung





Häufigkeit der gewählten Klimaschutz-Maßnahmen



Themenwahl der Beratung
bei 80 KlimaHaushalten

Gesamt: **Energie: 206**, **Ernährung: 199**, **Mobilität: 73**.



Nutzung von Klimaschutz-Aktionen

- Ausleihe Strommessgerät: 11 KlimaHaushalte
- Spritspar-Training: 4 KlimaHaushalte
(Voraussetzung: Verbrauchsanzeige des eigenen PKW)
- Termin mit Energieberater: 3 KlimaHaushalte
- Beratung zum Ökostromwechsel: 3 KlimaHaushalte
- Beratung Kauf eines HH-Gerätes: 3 KlimaHaushalte

Erste Ergebnisse (I)

- Hohe Resonanz: Breite soziale Streuung wurde erreicht
- Hohe Motivation: Wenig Abbrecher (13 %)
- Aufgeschlossenheit gegenüber Klimaschutz
 - Keine grundsätzlichen Vorbehalte
 - HH mit geringem Einkommen befürchten finanzielle, zeitliche Überforderung
- Hohe Relevanz der Handlungsfelder Energie und Ernährung
 - Nur geringe Spielräume bei Mobilität im Alltag
- Neben Klimaschutz sind v. a. Kosten (Energie) und Gesundheit (Ernährung) die zentralen Motive

Erste Ergebnisse (II)

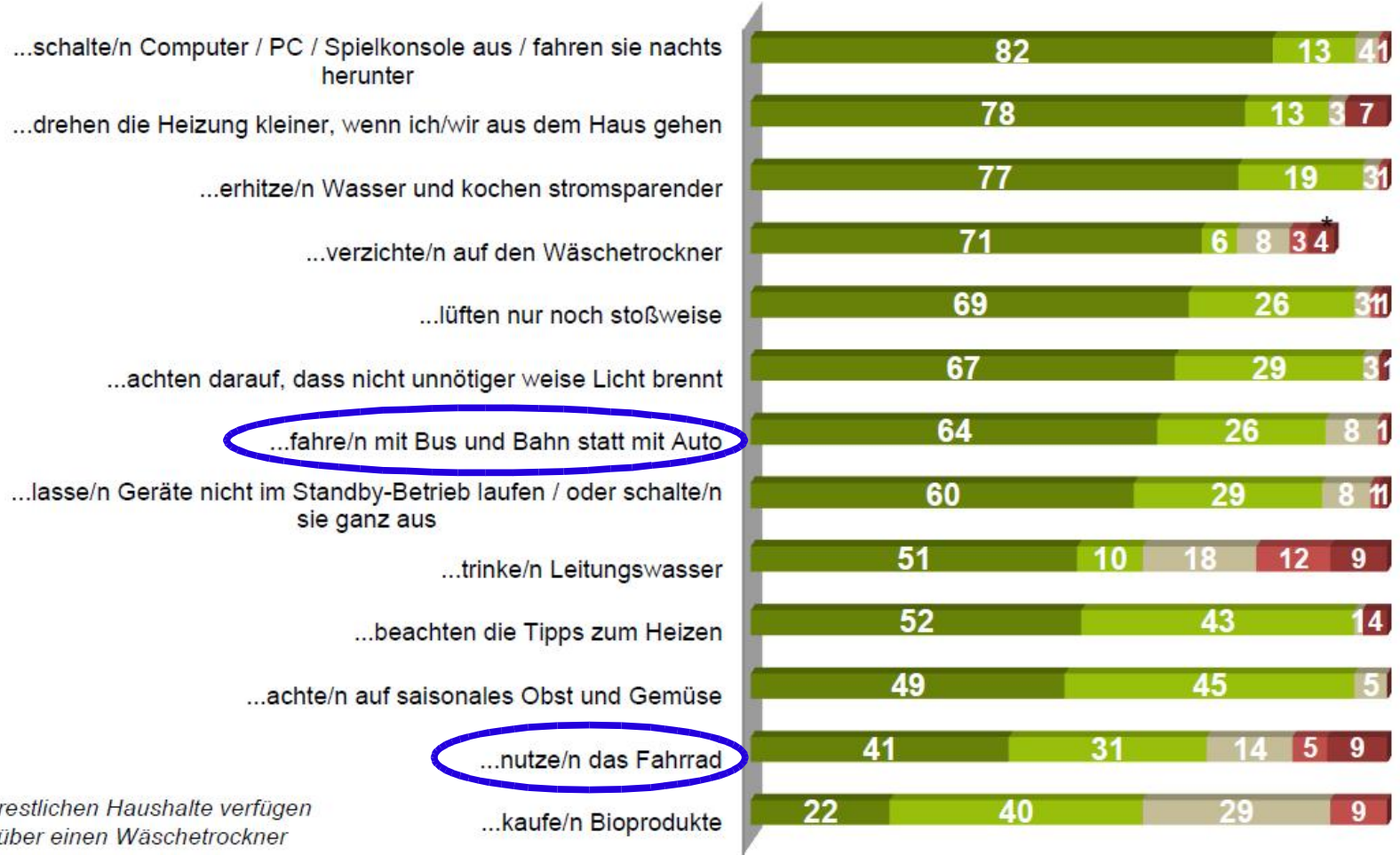
- Überwiegend gutes Vorwissen über klimafreundliches Handeln
 - Über „Klimaschutz und Ernährung“ ist nur wenig bekannt
- Wiederholte Beratung in den Haushalten
 - Gibt Anstoß, bereits Bekanntes zu erproben
 - Weist auf konkrete Handlungsmöglichkeiten im Alltag hin
 - Hilft dabei, sich über eigene Routinen bewusst zu werden
- Viele Teilnehmende berichten von „Aha-Erlebnissen“
- Viele sprechen über das Thema Klimaschutz im Alltag in ihrem sozialen Umfeld



Umsetzung der Maßnahmen im Haushalt nach Ende des Feldversuch

N=78 Angaben in Prozent

■ fast immer ■ häufig ■ ab und zu ■ selten ■ nie



* Die restlichen Haushalte verfügen nicht über einen Wäschetrockner



Handlungsbereich Mobilität

- Fast 50 % ohne Auto (Innenstadtlage!)
- Klimafreundliches Handeln in der Mobilität ist weitgehend bekannt, wird aber wenig gelebt
- Für Einzelne gab Beratung den Anstoß Car-Sharing zu nutzen
- Mobilität im Urlaub wurde selten als Schwerpunktthema gewählt → geringe Handlungsbereitschaft
- Ohne Auto wird das Optimierungspotential in der Alltags- und Freizeitaktivität als eher gering eingeschätzt



Handlungsbereich Ernährung

- Selbst für „Öko-affine“ war ein Wissenszuwachs möglich
- Der Zusammenhang von **saisona**lem Obst / Gemüse und Klimaschutz war Vielen unbekannt - **regionale** Lebensmittel sind ein interessanter Ansatz
- Motivallianz: Reduzierung **Fleischkonsum** und Tierschutz. Es treffen ethisch/moralische Bedenken und Gewohnheiten aufeinander
- **Vorlieben** (Fleischkonsum) und **Routinen** (LM wegwerfen) sind nur schwer zu verändern
- Viele Haushalte unterschätzen ihre **Lebensmittelabfälle** und werfen unreflektiert weg.



Handlungsbereich Energie

- Insbesondere öko-affine Haushalte, haben vorher schon viele Energiespartipps umgesetzt
 - Andere waren besonders interessiert an alltagsrelevanten Tipps um auch im Kleinen Geld zu sparen
 - Junge und türkische Haushalte erhofften sich v.a. Hilfestellungen beim sparsamen Heizen
- Kosten sparen ist immer ein wichtiges Motiv!
- VZ-Beratung gab zusätzlichen Anstoß, um auf Ökostrom umzusteigen (Fukushima!)



Beurteilung der KlimaBeratung zu Hause

- Wird größtenteils positiv wahrgenommen
 - Teilweise falsche Erwartungen der KlimaHaushalte (Energieberatung zur Investitionsplanung, Sanierung des Hauses)
- Sehr **individuelle Beratung** nötig bedingt durch den unterschiedlichen Wissensstand, Ausstattung, Handlungsspielräume
- Transferleistungsempfänger war der „**respektvolle Umgang**“ sehr wichtig
- Eine Beratung vor Ort bedarf einer **sehr guten Planung** und ein **hohes Engagement** von den KlimaBeratern
- **Weitergabe von Links** wurde gegenüber Broschüren **präferiert**



KlimaHaushalte

Fallbeispiele aus den KlimaHaushalten

Fallbeispiele Mobilität

Einer der Haushalte hat auch aufgrund der Beratung das Auto verkauft – der Ehemann fährt nun mit der Bahn zur Arbeit, ist viel entspannter und einmal in der Woche nutzen sie Carsharing.

Sonja Pannenbecker, Klimaberaterin

Fallbeispiele Mobilität

Er braucht sein Auto, um seine Tochter zum Kindergarten zu fahren. Ein Fahrrad müsste auf dem Bürgersteig geparkt werden, was ziemlich wahrscheinlich geklaut würde.

Andrea Schwahn, Klimaberaterin

Fallbeispiele Ernährung

Eine Mutter hat bei der Abschlussfeier der Tochter fleischlose Würstchen gekauft und wurde dafür belächelt und stellt fest: Ich versuche auf Fleisch zu verzichten, aber es ist ganz schön schwierig.

Andrea Schwahn, Klimaberaterin

Fallbeispiele Ernährung

Türkische Haushalte trinken fast nur Flaschenwasser, weil sie das aus der Türkei gewohnt sind.

Aber in einem türkischem Haushalt achtet die Mutter extrem darauf, was die Kinder essen, es gibt nur Sojamilch und Leitungswasser.

Handan Anapa, türkische Klimaberaterin



Fallbeispiele Energie

Eine Reihe von Haushalten war schon vorher engagiert, weil sie Geld sparen wollten.

Andrea Schwahn, Klimaberaterin



Forschungsvorhaben

Wie geht es weiter?



Ausblick

- Aktuell: Auswertung der repräsentativen Befragung in München und Frankfurt am Main
- Interpretation der Forschungsergebnisse und Entwicklung von Empfehlungen für Kommunen, Politik und Beratungspraxis zum kommunalen Klimaschutz
- Wissenschaftliche Veröffentlichungen und Endbericht
- Abschlusstagung im Herbst 2013 (voraussichtlich Frankfurt)

Kontaktdaten

Sonja Pannenbecker
Verbraucherzentrale NRW
M. Sc. Ernährungswissenschaften
Tel: 0211 3809-121
Sonja.Pannenbecker@vz-nrw.de

www.klima-alltag.de