

Unternehmensnetzwerke für kommunalen Klimaschutz

Das Beispiel KoBE e.V.

NIKO PAECH*

In kaum einem anderen Handlungsfeld schlummern derart hohe Energie- und CO₂-Einsparpotenziale wie in Wohngebäuden. In der norddeutschen Stadt Oldenburg, einem Oberzentrum mit knapp 160.000 Einwohnern, verursacht der Wohnbereich etwa 38 % der gesamten CO₂-Emissionen. Dennoch bleiben Maßnahmen zur Energieeinsparung – beispielsweise zur Optimierung der Gebäudehülle oder Haustechnik – weit hinter den vorhandenen Möglichkeiten zurück. Was sind die Gründe dafür und wie können Unternehmen dazu beitragen, den Klimaschutzgedanken im Bewusstsein von Hausbesitzern zu verankern? Dieser Herausforderung stellt sich seit acht Jahren das kommunale Netzwerk KoBE e.V. (Kompetenzzentrum Bauen und Energie), welches auf Initiative von Oldenburger Unternehmen aus Architektur, Haustechnik, Energieberatung, Baustoffhandel sowie anderen gebäudenahen Dienstleistungsbereichen entstanden ist. KoBE hat den Status eines gemeinnützigen Vereins, der eine breite Kommunikations- und Vernetzungsplattform für Anbieter entlang der gesamten Wertschöpfungskette des nachhaltigen, insbesondere Klima schonenden Bauens, Sanierens und Wohnens bietet. Inzwischen ist es gelungen, weitere Akteure wie die Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, die Fachhochschule Oldenburg/Ostfriesland/Wilhelmshaven, das Forschungsinstitut OFFIS, die IG Bau (Bezirksverband Nord-West), die Stadt Oldenburg sowie andere Institutionen und Personen als Mitglieder zu gewinnen. Neben den derzeit etwa 80 Mitgliedern stützt sich KoBE auf Kooperationen mit Medienpartnern, Banken und anderen Multiplikatoren. Auf diese Weise hat sich eine breite und Interessen übergreifende Koalition gebildet, die für die Belange des gebäudebezogenen Klimaschutzes eintritt.

Als Praxispartner des von der Universität Oldenburg geleiteten Forschungsprojektes GEKKO (Gebäude, Klimaschutz und Kommunikation) erprobt KoBE verschiedene Instrumente der Informations-, Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit, um die Verbreitung von Klimaschutzlösungen zu fördern. GEKKO analysiert drei Typen von Hemmnissen, die der Diffusion von Energieeinsparmaßnahmen in Gebäuden entgegenstehen. Die erste Kategorie umfasst Fragen der Motivation sowie Fragen der Ausrichtung informaler Normen (sog. „Barrieren des Wollens und Sollens“). Außerdem relevant sind sog. „Barrieren des Wissens“. Sie können sowohl auf Informationsdefiziten, als auch einer kaum zu verarbeitenden Flut an heterogenen, zuweilen widersprüchlichen oder kaum vertrauenswürdig erscheinenden Informationen beruhen. Schließlich können sog. „Barrieren des Könnens und Dürfens“ von Bedeutung sein,

* PD Dr. Niko Paech, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Fakultät II, D-26111 Oldenburg, Tel.: +49-(0)441-7984-264, Fax: +49-(0)441-7984-193, E-Mail: niko.paech@uni-oldenburg.de, For-schungsschwerpunkte: Umweltökonomie, Nachhaltigkeitsforschung, Konsumforschung, Diffusionsforschung, Klimaschutz.

die sich in Form „harter Fakten“ äußern. Dazu zählen z. B. restriktive Gesetze, mangelnde Kompetenzen in der Bauausführung, Ressourcenengpässe und vor allem Finanzierungsprobleme. Eine Gemeinsamkeit dieser Hindernisse besteht darin, dass ihre Bewältigung geeignete Maßnahmen der Kommunikation und Vernetzung nahe legt. Eingedenk der Erfahrung, dass die Kommunalverwaltung und -politik als alleinige Zuständigkeit mit derlei Aufgaben zumeist überfordert ist – in Oldenburg trifft dies schon wegen der chronisch prekären Haushaltsslage zu –, kommt dem Netzwerk KoBE eine zentrale Rolle zu. Ganz im Sinne der Vereinsziele und mit Unterstützung des Forschungsprojektes GEKKO wird eine Kommunikationsstrategie entwickelt und vor Ort praktiziert, die später auch auf andere Städte oder Regionen übertragen werden kann.

Momentan setzt KoBE unter anderem folgende Maßnahmen um:

- (1) Durch eine Kooperation mit dem Lokalsender „oldenburg eins“ ist es gelungen, ein eigenes TV-Magazin zu konzipieren, das einmal monatlich zur besten Sendezeit (freitags um 20.15 Uhr mit Wiederholungen am jeweils darauf folgenden Samstag und Sonntag) live ausgestrahlt wird. KoBE-TV, so der Name des Magazins, richtet sich an Endnutzer und greift stets ein praxisrelevantes Schwerpunktthema zum nachhaltigen Bauen, Sanieren und Wohnen auf. Nach einem Filmbeitrag, der in das Thema einführt, ist während der 60- bis 75-minütigen Sendezeit ein Expertenteam im Studio anwesend, das nicht nur die Fragen des Moderators beantwortet, sondern per Hotline von den Zuschauern angerufen werden kann. Das Schwerpunktthema wird jeweils zuvor auf der KoBE- und GEKKO-Homepage angekündigt, so dass Gebäudebesitzer auch vorab schon Fragen per E-Mail an das Redaktionsteam senden können, die dann vom Moderator aufgegriffen werden. Weiterhin werden in der Sendung Termine und Neuigkeiten zum Klimaschutz angekündigt, interessante Beispiele vorgestellt sowie diesbezügliche Interviews geführt.
- (2) Vom Herbst 2007 bis zum Frühjahr 2008 wurde ein äußerst erfolgreicher Klimaschutzwettbewerb durchgeführt. Getreu dem Motto „Oldenburg sucht die klimafreundlichsten Häuser“ wurden beispielhafte Neubauten und Sanierungen einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Auf diese Weise gelang es, Best Practices als Kommunikationsinstrument einzusetzen, um Gebäudebesitzer auf anschauliche Weise für die Belange des Klimaschutzes zu sensibilisieren.
- (3) Da energetische Sanierungen eine professionelle Gebäudeanalyse voraussetzen, haben KoBE und GEKKO eine medienwirksame Beratungskampagne ins Leben gerufen. So werden insgesamt 20 kostenlose Vor-Ort-Energieeinsparberatungen ausgelobt. Die Inanspruchnahme dieses Angebots ist daran gekoppelt, sich als „Testhaushalt“ für die Begleitforschung zur Verfügung zu stellen. Inbegriffen ist die Ausstellung eines Gebäudepasses. Aus den Bewerbungen werden solche Objekte ausgewählt, die besonders repräsentativ für den Oldenburger Gebäudebestand sind. Auf diese Weise soll die Wahrscheinlichkeit maximiert werden, dass sich möglichst viele Besitzer eines ähnlichen Gebäudes angesprochen fühlen, wenn die Beratungsergebnisse im Rahmen von KoBE-TV oder durch Informationsveranstaltungen vorgestellt werden.

- (4) Ein weiteres Modul der Kommunikationsstrategie besteht in der Veranstaltungsreihe KoBE-Dialog, die sich ebenfalls an eine breite Öffentlichkeit richtet. Hier werden durch Experten und Praktiker einzelne Klimaschutzlösungen nicht nur auf Basis typischer Fachvorträge, sondern mit Hilfe von Exponaten erläutert. Die Informationsveranstaltungen und Workshops, welche sich stets hoher Resonanz erfreuen, sind bewusst interaktiv gestaltet, um auf einzelne Fragen und Problemschilderungen aus dem Publikum detailliert eingehen zu können. Nebenbei werden am Rande der KoBE-Dialog-Veranstaltungen Endnutzerbefragungen für die wissenschaftliche Begleitforschung des Projektes GEKKO durchgeführt.
- (5) Als nächste Maßnahme ist die Einrichtung einer „gläsernen Baustelle“ geplant. Dabei soll eine energetische Gebäudesanierung in Oldenburg zugänglich gemacht werden, um die verschiedenen Aspekte der Umsetzung anschaulich zu dokumentieren und medienwirksam zu kommunizieren. Die verschiedenen Stufen der Umsetzung werden von Experten im Rahmen öffentlicher Begehungen der Baustelle verständlich dargestellt. Ein Kamerateam wird die Sanierung zudem für die Berichterstattung im Lokalfernsehen aufbereiten.

Neben diesen nur beispielhaft aufgeführten Aktivitäten wird KoBE zusehends als Expertenpool angefragt, wo immer Informationen, Beratungen oder andere Unterstützungen für die Realisierung gebäudebezogenen Klimaschutzes vonnöten sind. Weiterhin berät der Verein die kommunale Verwaltung und Politik, fungiert diesen gegenüber aber auch durchaus als kritischer Begleiter, wenn größere bauliche Vorhaben ohne hinreichende Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsbelangen geplant werden.

Bei allen Maßnahmen wird äußerst streng auf Neutralität und Unabhängigkeit geachtet, d. h. keinem der beteiligten Unternehmen ist es gestattet, in irgendeiner Form Werbung in eigener Sache zu betreiben. Umso auffallender ist das hohe ehrenamtliche Engagement, mit dem sich die bei KoBE aktiven Unternehmen dem Klimaschutz und damit der vielleicht wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderung stellen. Das vom BMBF geförderte Projekt GEKKO kann für die oben aufgeführten Module nur ein bescheidenes Budget zur Verfügung stellen. Deshalb ist die erfolgreiche Umsetzung der Praxismaßnahmen davon abhängig, dass die KoBE-Mitglieder eigene Ressourcen im Sinne von Corporate Volunteering oder Giving einbringen. Auch wenn unter den Mitgliedern des Netzwerks selten explizit von Corporate Social Responsibility (CSR) oder der Bedeutung einer Unternehmensethik die Rede ist, liefert KoBE ein interessantes Paradebeispiel für beides.¹

¹ Für weitere Informationen siehe www.kobe-oldenburg.de sowie www.gekko-oldenburg.de.