
Energiesparberatung im Kiez

Evaluation des Projektes clevererKIEZ e.V.

Sandra Schaller
Dr. Michael Kopatz

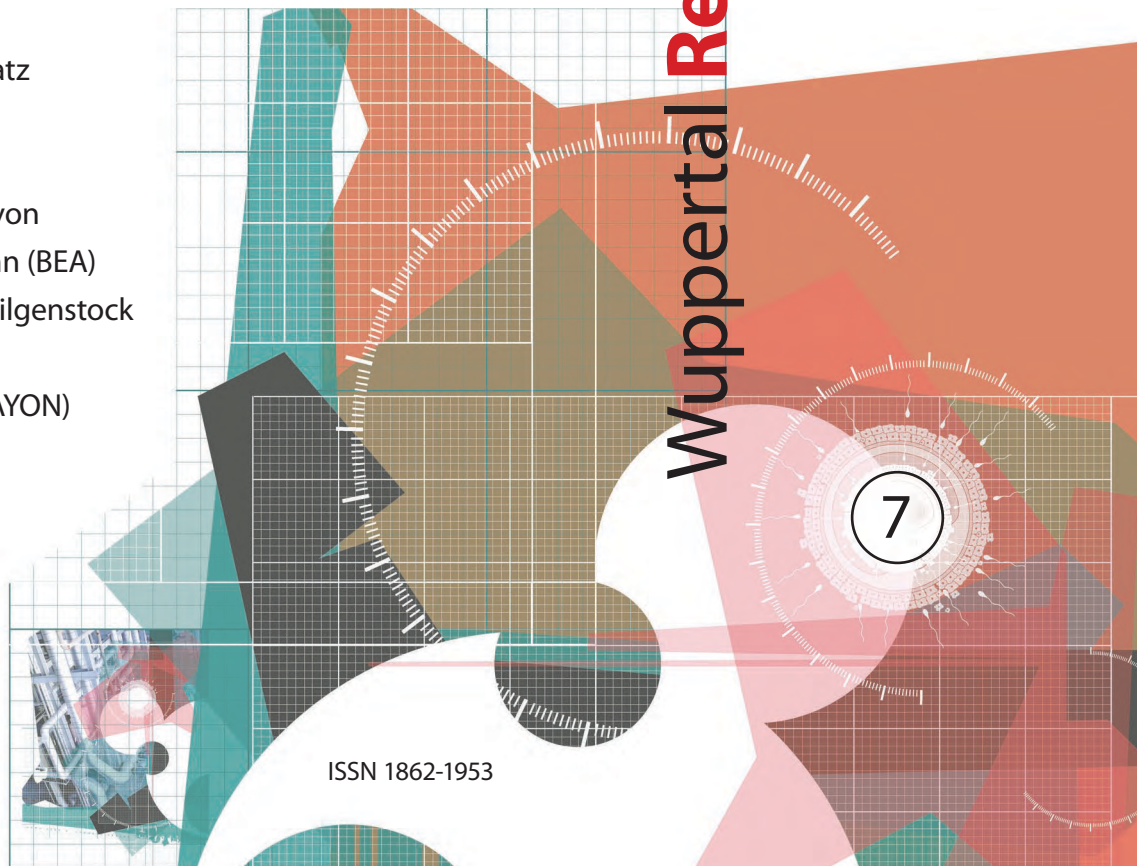
unter Mitarbeit von
Laurenz Hermann (BEA)
Dr.-Ing. Marita Hilgenstock
(RWE)
Silke Redmer (LAYON)

Februar 2014

ISSN 1862-1953

Wuppertal Report

7



**Wuppertal Institut
für Klima, Umwelt, Energie GmbH**
Döppersberg 19
42103 Wuppertal

wupperinst.org

Ansprechpartner: Dr. Michael Kopatz
Forschungsgruppe 2
„Energie-, Verkehrs- und Klimapolitik“
Tel.: +49 202 2492 - 148
Fax: +49 202 2492 - 250
E-Mail: michael.kopatz@wupperinst.org

Das diesem Bericht zugrunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln von RWE gefördert.
Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

VORWEG GEHEN
BME

„**Wuppertal Reports**“ sind Abschlussberichte aus Projekten, die vom Auftraggeber zur Veröffentlichung freigegeben wurden. Sie sollen Interessenten mit den Projektergebnissen aus der Arbeit des Instituts vertraut machen und zur kritischen Diskussion einladen. Das Wuppertal Institut achtet auf ihre wissenschaftliche Qualität. Für den Inhalt sind die Autoren verantwortlich.

Dieses Werk steht unter der Creative Commons *Namensnennung – nicht-kommerziell – keine Bearbeitung* Lizenz 3.0 Germany | <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de>



Inhalt

Inhalt.....	3
1 Einführung.....	7
2 Das Projekt clevererKIEZ	8
2.1 Energiesparberater	9
2.2 Hintergrund und Motivation	10
2.3 Räumlichkeiten	11
2.4 Die Beratung	13
2.5 Öffentliche Darstellung des Projektes	14
3 Evaluation des Projektes clevererKIEZ	17
3.1 Methodischer Hintergrund.....	17
3.1.1 Quantitative Methoden.....	17
3.1.2 Qualitative Methoden.....	18
3.1.3 Datengrundlage	18
3.1.4 Repräsentativität	19
3.2 Empirische Ergebnisse.....	19
3.2.1 Soziodemographische Merkmale der Haushalte.....	19
3.2.2 Energieeinsparungen.....	23
3.2.3 Zufriedenheit & subjektive Energiesparererfolge.....	29
3.2.4 Die Sicht Energiesparberater	31
3.2.5 Öffentlichkeitsarbeit	33
4 Auf den Punkt gebracht (Zusammenfassung)	37
Referenzen.....	38

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Energiesparberater – Vorbereitung durch die Schulung.....	10
Abbildung 2: Energiesparberater – Grundinteresse an der Projektmitarbeit	10
Abbildung 3: Energiesparberater – Berufliche Vorkenntnisse	11
Abbildung 4: Sparlampen im Vergleich	11
Abbildung 5: Gestaltung der Büroräume	11
Abbildung 6: Lager für Energiesparartikel	12
Abbildung 7: Ideenschmiede	12
Abbildung 8: Besprechungsraum.....	12
Abbildung 9: Öffentlichkeitsarbeit – Informationsstand	14
Abbildung 10: Öffentlichkeitsarbeit – Webauftritt des Projektes »clevererKIEZ«.....	15
Abbildung 11: Wie haben Sie vom Projekt erfahren?	16
Abbildung 12: Energiesparerfolge	18
Abbildung 13: Nutzeranalyse – Altersstruktur	20
Abbildung 14: Nutzeranalyse – Haushaltsgröße.....	20
Abbildung 15: Nutzeranalyse – Ortsteile & Bezirke Berlin. Die Beratungen konzentrierten sich wie beabsichtigt auf Marzahn.	21
Abbildung 16: Nutzeranalyse - Finanzielle Situation.....	21
Abbildung 17: Nutzeranalyse – Haushaltseinkommen.....	22
Abbildung 18: Energieträger.....	23
Abbildung 19: Einsparpotentiale	24
Abbildung 20: Durchschnittlicher Stromverbrauch im Vergleich.....	25
Abbildung 21: Stromverbrauch und Einsparpotentiale nach Finanzstatus.	26
Abbildung 22: Kosten und Nutzen von Soforthilfen	29
Abbildung 23: Auseinandersetzung mit Bericht der Energiesparberater.....	29
Abbildung 24: Energiesparberater – Persönliche Fähigkeiten.....	32
Abbildung 25: Energiesparberater – Erwartungen.....	32
Abbildung 26: Energiesparberater – Berufsaussichten.....	32

Fotos von: Michael Kopatz ; Silke Redmer (Abbildung 10).

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Energiesparberater – Schwerpunkte der Schulungsmaßnahme	9
Tabelle 2: Nutzeranalyse – Motive für Energiesparberatung	23
Tabelle 3: Stromverbrauch und Einsparpotentiale nach Haushaltsgröße	25
Tabelle 4: Stromverbrauch nach finanziellem Status und Haushaltsgröße.....	27
Tabelle 5: Stromeinsparungen nach Haushaltsgröße (% und kWh). In den meisten Fällen ließen sich Einsparungen über zehn Prozent realisieren.....	28
Tabelle 6: Komponenten der Energiesparberatung.....	30
Tabelle 7: Wirkungen der Energiesparberatungen.....	31

Abkürzungsverzeichnis

BDEW.....	Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft
BEA.....	Berliner Energieagentur
BMU.....	Bundesumweltministerium
eWWB.....	elektrische Warmwasserbereitung
GVS.....	Gesellschaft für Verbraucher- und Sozialberatung mbH, Berlin
HEA.....	Fachgemeinschaft für effiziente Energieanwendung e.V
kWh.....	Kilowattstunde
SOEP.....	Sozio-oekonomisches Panel
WI.....	Wuppertal Institut
WWB.....	Warmwasserbereitung

Statistische Symbole und Kürzel

n Anzahl der Fälle (=Haushalte)

1 Einführung

Heutzutage stellen stark ansteigende Energiekosten insbesondere für Sozialleistungsbezieher und Geringverdiener eine zunehmende Belastung dar.¹ Die effiziente Nutzung von Energie ist deshalb neben ökologischen, auch aus ökonomischen Gründen zu einem gesellschaftlichen Thema geworden. Vor diesem Hintergrund hat die RWE AG in Berlin im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements in Zusammenarbeit mit der FORTUNA Wohnungsunternehmen eG in Berlin-Marzahn im Jahr 2009 den gemeinnützigen Verein clevererKIEZ e.V. gegründet.² Ziel des Vereins war es, Menschen im Berliner Bezirk Marzahn³ sowie im gesamten Stadtgebiet Berlin zu unterstützen, Strom, Wärme und Wasser effizient einzusetzen. Als Projektträger wollte RWE mit dem Projekt »clevererKIEZ« Menschen dazu befähigen, Energie effizient einzusetzen und zur Schonung endlicher Ressourcen sowie der Umwelt durch achtsamen Umgang mit Energie beizutragen. Ein weiteres Ziel war es, Energiekosten zu senken und somit insbesondere einkommensschwache Haushalte, gleichzeitig aber auch Sozialbehörden und Wohlfahrtsverbände zu entlasten.

Das Projekt clevererKIEZ basierte auf einem integrativen Konzept, welches arbeitsmarkt- sowie sozial- und umweltpolitische Ziele miteinander verknüpft. Die Förderung war zunächst auf drei Jahre angelegt. Im Rahmen einer intensiven Schulungsmaßnahme durch die Berliner Energieagentur qualifizierten sich Langzeitarbeitslose zu Energieberatern. Im Laufe des Projekts hat sich der Wirkungskreis erweitert und die Energiesparberatungen wurden in sämtlichen Bezirken Berlins durchgeführt. Während der gesamten Projektlaufzeit begleitete ein interdisziplinäres Team das Projekt wissenschaftlich und evaluierte dessen Akzeptanz und Wirkung. Im Zeitraum vom 01.01.2010 bis zum 06.05.2013 nahmen insgesamt 1015 Haushalte am Projekt teil.

Im Folgenden wird zunächst das Projekt clevererKIEZ vorgestellt. Anschließend erläutert der Bericht die Ergebnisse der summativen Evaluation des Projektes. Im Mittelpunkt stehen diese Schwerpunktbereiche: 1. Nutzeranalyse der am Projekt teilnehmenden Haushalte, 2. Analyse des Energieverbrauches sowie der Einsparerfolge, 3. Feedback der eingesetzten Energiesparberater und 4. Auswertung der Öffentlichkeitsarbeit.

¹ Kopatz, Michael u.a. (2013): Energiewende. Aber fair! München

² Homepage des Projektes: <http://www.clevererkiez.de/>.

³ Der Berliner Bezirk Marzahn hat etwa 250 000 Einwohner (Quelle: <http://www.berlin.de/berlin-im-ueberblick/politik/bezirke.de.html> ; abgerufen am 07.04.2013).

2 Das Projekt clevererKIEZ

Als Projektträger hat sich RWE mit dem Projekt clevererKIEZ zum Ziel gesetzt, Menschen in Berlin zu befähigen, Energie effizient einzusetzen und zur Schonung von vorhandenen Ressourcen sowie der Umwelt durch sinnvollen Umgang mit Energie beizutragen.

Das FORTUNA Wohnungsunternehmen eG war seit 2010 in das Projekt involviert und Partner der ersten Stunde. Die Wohngebiete der FORTUNA eG erstrecken sich über die Ortsteile Marzahn, Hohenschönhausen und Biesdorf. Die FORTUNA eG informierte über ihre Vertreter und die Mieterzeitung über das Projekt und hierdurch konnten die acht eingestellten Energiesparberater aus der Mieterschaft der FORTUNA eG rekrutiert werden. Darüber hinaus stellte die FORTUNA eG die Räumlichkeiten für die Geschäftsstelle dem clevererKIEZ e.V. über die gesamte Laufzeit kostenfrei zur Verfügung und informierte mit Informationsschreiben, der Mieterzeitung und dem Internetauftritt ihre Mieter über dieses neue Angebot zur kostenlosen Energiesparberatung. Gleichmaßen war sie Vorreiter und Türöffner, um die Skepsis der Menschen zu überwinden und weitere Wohnungsunternehmen und Partner für Kooperationen zu gewinnen.

Das Wuppertal Institut (WI) sowie die Berliner Energieagentur (BEA) führten die wissenschaftliche Begleitung des Projekts clevererKIEZ durch und waren für die Qualitätssicherung und Wirkungsevaluierung verantwortlich. Zu dokumentieren war, inwiefern durch das Projekt der Energieverbrauch der beratenen Haushalte in absoluten Größen verringert werden konnte und in welcher Weise Schwellenhaushalte von der Beratung profitieren.

2.1 Energiesparberater

Eine zentrale Rolle beim Projekt clevererKIEZ spielten die eingesetzten Energiesparberater. Der clevererKIEZ e.V. hat zum 01.01.2010 acht arbeitssuchende Personen eingestellt und zu Energiesparberatern geschult. Die Schulungsmaßnahme erfolgte durch die Berliner Energieagentur. Die Energiesparberater erhielten einen auf drei Jahre befristeten Arbeitsvertrag und wurden damit in den ersten Arbeitsmarkt integriert.

Die Schulung der Energiesparberater des Projekts clevererKIEZ fand in der Zeit vom 4. Januar 2010 bis zum 5. Februar 2010 statt. Schulungsgrundlage war das Schulungskonzept des bundesweiten Projekts »Stromspar-Check« für einkommensschwache Haushalte, das von der Energieagentur Regio Freiburg und der Berliner Energieagentur in Zusammenarbeit mit dem Caritasverband Frankfurt erarbeitet wurde. Als Schulungsunterlagen wurde den Teilnehmern das Handbuch des Stromspar-Checks in angepasster Form übergeben, so dass die Teilnehmer während der Schulung jederzeit die Möglichkeit hatten, die durchgenommenen Themen nachzulesen. Die folgende Tabelle zeigt die Schwerpunktthemen der Schulungsmaßnahme:

Tabelle 1: Energiesparberater – Schwerpunkte der Schulungsmaßnahme

Strom	Beleuchtung (Einsatz von Energiesparlampen), Leerlaufverluste (Stand-by bei Geräten mit Fernbedienung und Scheinaus), Kühlgeräte und weitere Großgeräte, wie E-Herde, Waschmaschinen usw. (Gerätetausch und effiziente Nutzung).
Wasser	Wasserverbrauch inkl. Beratung zur Reduzierung von Heizenergie, da ca. 33 Prozent Energieverbrauch für Erwärmung des Wassers benötigt werden.
Heizung	Heizen und Lüften, Überblick über mögliche Heizungssysteme inkl. der Wärmeerzeugung, Umgang mit Wärme, Schimmelvermeidung.

Ein weiterer Schulungskomplex war die Vorbereitung auf die Hausbesuche der Energiesparberater bei den am Projekt teilnehmenden Haushalten (»Vor-Ort Besuche«). Hierzu gehörte der Ablaufplan »Vor-Ort«, die Bearbeitung und Auswertung der aufgenommenen Daten sowie der zweite Hausbesuch mit Erläuterung der vorgeschlagenen Energie- und Wassersparmaßnahmen. Schwerpunkte waren das Lesen von Heizkostenabrechnungen sowie anderer Energierechnungen und der Umgang mit einem Computerprogramm/ der Projektdatenbank. In Vorbereitung auf die Hausbesuche wurde zudem eine Unterweisung über den Umgang mit elektrischen Geräten und Anlagen sowie den Umgang mit Elektroenergie durchgeführt. Als Grundlage diente ein von der Caritas Frankfurt vorliegender Vortrag. Das Training der Hausbesuche fand in den Wohnungen der Teilnehmer selbst statt, so dass jeder hierin praktische Erfahrungen sammeln konnte. Weiterhin wurden im Rahmen der Schulung zwei Exkursionen durchgeführt (Technikmuseum, Baumarkt). Zur Überprüfung der Lernziele wurde ein abschließender Test durchgeführt. Insgesamt fühlten sich vier von acht Schulungsteilnehmern gut bis sehr gut durch die Schulungsmaßnahme auf ihren Einsatz als Energiesparberater vorbereitet (vgl. Abb. 1):

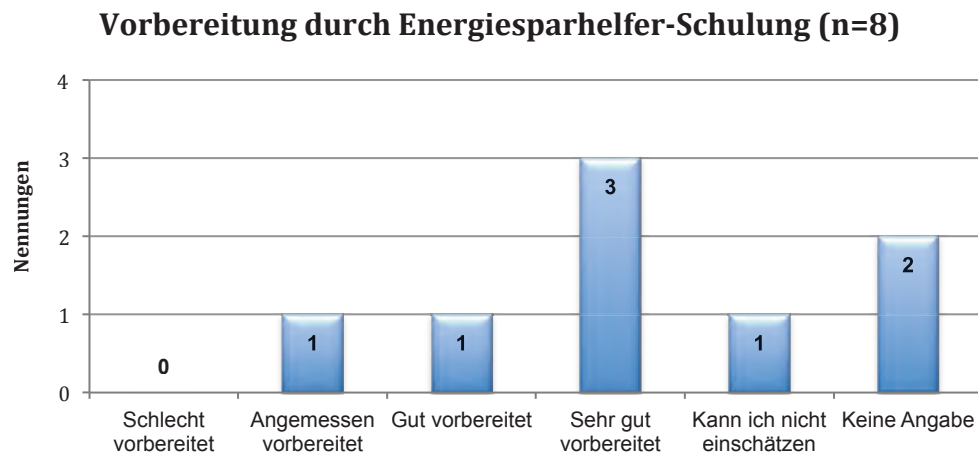
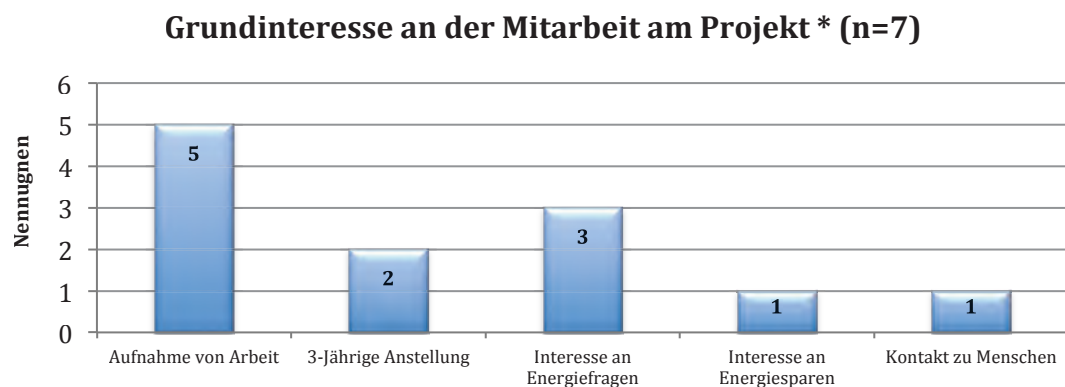


Abbildung 1: Energiesparberater – Vorbereitung durch die Schulung

2.2 Hintergrund und Motivation

Alle Energiesparberater waren vor ihrer Anstellung im Projekt mehrere Jahre arbeitslos. Es liegt nahe, dass das Grundinteresse für die Teilnahme am Projekt clevererKIEZ an erster Stelle darin liegt, in ein Beschäftigungsverhältnis zu gelangen. Zudem spielten persönliche Interessen, wie Interesse an Energiefragen allgemein sowie das Interesse am Energiesparen und der Kontakt zu Menschen eine Rolle.



* Mehrfachantworten möglich

Abbildung 2: Energiesparberater – Grundinteresse an der Projektmitarbeit

Einige der Energiesparberater brachten bereits Kenntnisse und praktische Erfahrungen im Bereich Energie / Sanitär mit. Eine Person verfügte über Kompetenzen im Bereich Büromanagement. Drei der eingestellten Energiesparberater (33 Prozent) konnten zum Zeitpunkt der Teilnahme am Projekt keine energietechnischen Vorkenntnisse aufweisen (vgl. Abb. 3).

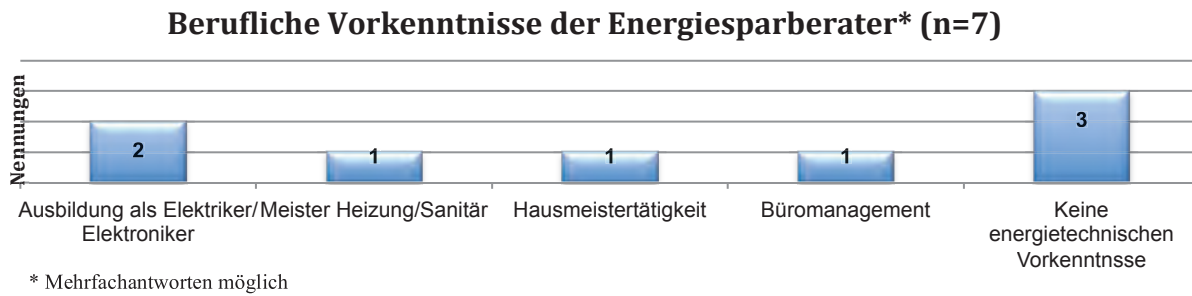


Abbildung 3: Energiesparberater – Berufliche Vorkenntnisse

Hinweise zur Mitwirkung am Projekt erhielten sieben der acht Energiesparberater vom Mieterbeirat oder dem Hausmeister der FORTUNA Wohnungsunternehmen e.G.

2.3 Räumlichkeiten

Das Büro der Energiesparberater liegt im Berliner Bezirk Marzahn in einer vom Wohnungsunternehmen FORTUNA eG kostenfrei zur Verfügung gestellten Wohnung. Der Projektträger RWE finanziert die Einrichtung. Die nachfolgenden Abbildungen 4-9 veranschaulichen das eingerichtete Büro des Projektes.

Berater und Interessierte können im Büro die verschiedenen Leuchteigenschaften von Sparlampen betrachten und analysieren (vgl. Abb. 4). Je nach Bedarf sind unterschiedliche Größen, Leuchtstärken und Farbtöne zu wählen. Im Büro oder auch vor Ort können durch die Vorführung zahlreiche Vorurteile gegen Sparlampen – etwa in Bezug auf die Farbtemperatur – ausgeräumt werden.

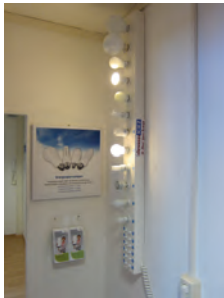


Abbildung 4: Sparlampen im Vergleich



Abbildung 5: Gestaltung der Büroräume



Abbildung 6: Lager für Energiesparartikel

Im Flur und den Büros wurden die Wände mit Motiven des Projektes clevererKIEZ dekoriert. Das macht die Räumlichkeiten behaglicher und stärkt die Identifizierung der Berater mit den Projektzielen (vgl. Abb. 5).

In den gut ausgestatteten Arbeitszimmern (vgl. Abb. 6) übertragen die Berater ihre Erfassungsbögen in das EDV-System. Bei der Beratung werden sogleich Sparlampen, Steckdosenleisten, Thermometer etc. installiert. Die Geschäftsstelle ist auch für spontan steigende Beratungsnachfragen vorbereitet (vgl. Abb. 7).

Im Besprechungsraum der Geschäftsstelle konnten die Berater ihre Erfahrungen austauschen und Gäste empfangen (vgl. Abb. 8). In der »Ideenschmiede« sammeln die Berater ihre Verbesserungsvorschläge (vgl. Abb. 9). Schon im ersten Halbjahr wurden zahlreiche Optimierungen für den Beratungsprozess realisiert. Auch die Evaluationsbögen wurden in enger Abstimmung mit den Beratern weiterentwickelt.



Abbildung 7: Ideenschmiede



Abbildung 8: Besprechungsraum

2.4 Die Beratung

Mit dem Angebot der kostenlosen Energiesparberatung richtete sich das Projekt an *alle privaten Haushalte in Berlin*. Zielgruppe waren dabei jedoch insbesondere einkommensschwache Haushalte. Kern des Beratungskonzeptes war die »Vor-Ort Beratung« der Haushalte. Die Beratungstätigkeit erfordert dabei sowohl technische als auch soziale Kompetenzen. Zu Letzteren zählt ein sensibles Auftreten der Energiesparberater, denn ein Hausbesuch bedeutet nicht zuletzt das Eindringen in die Privatsphäre der teilnehmenden Haushalte. Das Beratungskonzept setzte sich aus drei Phasen zusammen:

1) Terminvereinbarung

Beraten wurden private Haushalte in Berlin. Die Terminvereinbarung richtete sich nach den zeitlichen Möglichkeiten der Haushalte und erfolgt per Telefon, über die Internetseite und per E-Mail sowie direkt über die Geschäftsstelle oder auf Informationsveranstaltungen. Die Beratung selbst umfasst dabei zwei Termine: Für den ersten Termin sind – je nach Größe des Haushaltes – ca. eine bis anderthalb Stunden einzuplanen. Zum Ende des ersten Termins wurde gemeinsam der zweite Termin, zur Auswertung und Übergabe der kostenfreien Soforthilfen, vereinbart.

2) Erstberatung

Die Energiesparberater erschienen zum vereinbarten Ersttermin zu zweit und wiesen sich stets aus. Im Vorfeld wurden die teilnehmenden Haushalte gebeten, zum Erstberatungstermin ihre letzte Strom- und Betriebskostenabrechnung bereitzuhalten. Diese können neben den Vor-Ort ermittelten Verbrauchswerten die Preise für Strom und Wasser erklären, was für die spätere Berechnung des Einsparpotentials entscheidend ist.

Gemeinsam mit den Haushalten nehmen die Berater in einem Erfassungsbogen den Bestand an Strom und Wasser verbrauchenden Geräten im Haushalt auf. Dabei wird die Kühlschranktemperatur geprüft und der Stromverbrauch der verschiedenen Elektrogeräte gemessen, um etwaige Stromverschwender im Haushalt zu identifizieren. Ebenso werden die Leuchtmittel und die Wasser verbrauchenden Geräte geprüft.

Bereits an dieser Stelle konnten die Berater erste Tipps geben, wie die Haushalte mit einfachen Maßnahmen zukünftig Energie sparen können. Auch wurde erklärt, worauf beim Kauf neuer Geräte zu achten ist. Bevor die Berater mit den aufgenommenen Informationen zum aktuellen Verbrauch die Erstberatung abschlossen, wurde ein zweiter Termin vereinbart, zu dem das Einsparpotential errechnet und in einem Auswertungsbericht für jeden Haushalt zusammengefasst wird. Zudem bestand für die Haushalte die Möglichkeit ein Strommessgerät auszuleihen; damit lassen sich Langzeitmessungen durchführen, um den Verbrauch detailliert zu erfassen.

3) Zweitberatung

Zur Vorbereitung auf den Zweitberatungstermin errechneten die Berater auf Basis der letzten Strom- und Betriebskostenabrechnung und dem gemessenen Strom- und Wasserverbrauch das Einsparpotential der jeweiligen Haushalte. Das Ergebnis wurde in einem Auswertungsbericht zusammengefasst. Gemeinsam erörterten die Berater Möglichkeiten zur Einsparung von Strom und Wasser während des zweiten Termins. Der Auswertungsbericht verblieb im Haushalt, so dass jederzeit die Möglichkeit bestand, die Ergebnisse der Beratung nachzulesen und umzusetzen.

Um unmittelbar mit dem Energiesparen beginnen zu können, wurden dem Haushalt zu diesem Termin erste passende »Soforthilfen« wie Energiesparlampen, LEDs, schaltbare Steckerleisten, Wasserstrahlregler oder Zeitschaltuhren ausgegeben. Die Sparhilfen waren kostenlos und wurden in der Regel gleich eingebaut.

2.5 Öffentliche Darstellung des Projektes

Das Projekt setzte auf eine breite Öffentlichkeitsarbeit. Hierzu gehörte im ersten Schritt die Ausstattung der Berater mit einheitlichen Ausweisen, Taschen und Hemden zur klaren Erkennbarkeit. Gleichzeitig wurde auf das Projekt durch die Verteilung von Flyern über regionale Einrichtungen, Unternehmen und Vereine, die Schaltung von Anzeigen und Beiträgen in regionalen Printmedien, die Beteiligung an berlinweiten Veranstaltungen und die Entwicklung von Give-aways für den täglichen Gebrauch zur Verteilung auf Infoveranstaltungen und Festen, aufmerksam gemacht.

Veranstaltungen und Homepage/Webauftritt

Das Projekt war kontinuierlich bei Mieterfesten, Umweltfesten und ähnlichen Veranstaltungen vertreten, um für die Energiesparberatung zu werben (vgl. Abb. 10).



Abbildung 9: Öffentlichkeitsarbeit – Informationsstand

Im Mittelpunkt der Öffentlichkeitsarbeit stand der Internetauftritt, der stetig über die Aktionen, Veranstaltungstermine und aktuellen Einsparerfolge informiert (vgl. Abb. 11). Des Weiteren bot die Webseite Energiespartipps, Meinungen teilnehmender Haushalte sowie viele Serviceangebote und Verlinkungen. Ebenfalls wurde der Internetauftritt um die Sprachen Russisch und Türkisch erweitert. Im Lauf der Zeit war das Projekt sehr gut mit Unternehmen, Vereinen, Institutionen und Plattformen vernetzt.



Abbildung 10: Öffentlichkeitsarbeit – Webauftritt des Projektes »clevererKIEZ«⁴

Quelle: www.clevererkiez.de (2013)

Kooperationen

Der clevererKIEZ hat gleich zu Beginn auf die Kooperation mit Wohnungsunternehmen gesetzt. Insbesondere mit der FORTUNA eG konnten viele Haushalte erreicht und erste Erfahrungen gesammelt werden. Zunächst nahmen die Anwohner das kostenlose Angebot skeptisch auf. Sie befürchteten, dass letztlich doch finanzielle Verpflichtungen oder Forderungen entstehen könnten. Diese Bedenken konnte die FORTUNA eG mit Empfehlungen an ihre Mieter ausräumen. Zugleich wirkte sich das wohlwollende Angebot für die Mieter positiv auf ihr Image aus. Aus dieser Erkenntnis heraus hat der clevererKIEZ mit vielen Berliner Wohnungsunternehmen Kooperationen vereinbart und konnte so in Mieterzeitungen, in Internetauftritten der Unternehmen sowie mit Aushängen und Flyern in den Geschäftsstellen, für die Energiesparberatung werben. Darüber hinaus ist der clevererKIEZ auf Mieterfesten präsent sowie auf Infoveranstaltungen von diversen Vereinen und Einrichtungen. Versuche, die kostenlose Energiesparberatung auch an öffentlichen Einrichtungen wie z.B. dem Arbeitsamt anzubieten, konnten nicht realisiert werden. Hier wäre mehr Kooperation begrüßenswert.

Im Laufe der Zeit konnten gleichwohl mit acht weiteren Wohnungsunternehmen Kooperationen geschlossen und weitere Partner gewonnen werden. Dazu zählt u.a. auch die Gesellschaft für Verbraucher- und Sozialberatung mbH (GVS), die seit Mitte 2011 für und mit ihren Klienten Termine für eine Energiesparberatung beim clevererKIEZ e.V. vereinbart hat. Die Auswertungsberichte konnten zur Argumentation gegenüber Energieanbietern genutzt werden und zeigen, dass Maßnahmen ergriffen wurden, um Energie zu sparen und Energieschulden abzubauen und zu vermeiden. Regelmäßige Informationsveranstaltungen fanden auch bei der Context WAE statt, die arbeitssuchende Menschen bei der Integration in den Arbeitsmarkt unterstützt.

Durch die Kooperation mit Schulen sollte über die Schüler das Projekt bekannt gemacht werden. Vorstellbar ist, dass nach einer Projektpräsentation in Schulklassen, die Schüler zu Hause über das Projekt berichten und damit die Nachfrage befördern.

Bei einer möglichen Fortführung des Projektes clevererKIEZ kann und sollte die Kooperation mit Schulen verstärkt in Angriff genommen werden, um das Bewusstsein für den sorgsamen

⁴ (bis 3/2013)

Umgang mit Energie bereits bei der jungen Generation zu fördern und diese für die Zukunft zu rüsten.

Informationsquellen

Die Abb. 12 veranschaulicht jene Informationsquellen, durch die die teilnehmenden Haushalte auf das Projekt clevererKIEZ aufmerksam wurden. Mit 50 Prozent stehen persönliche Empfehlungen an erster Stelle, gefolgt von Zeitungsartikeln (16 Prozent) sowie Infoständen bzw. Infoveranstaltungen. Vermietern folgen mit 13 Prozent, Flyer mit drei Prozent und das Internet wird mit zwei Prozent am wenigsten wahrgenommen.

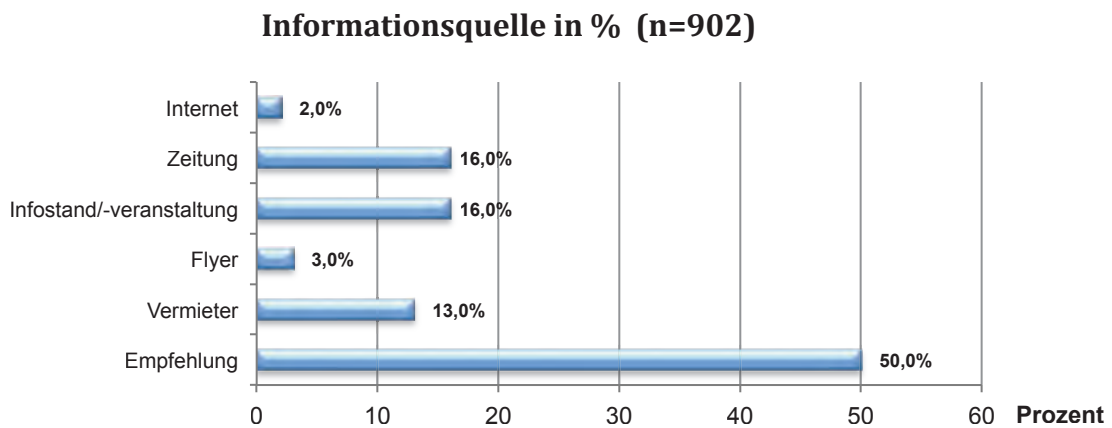


Abbildung 11: Wie haben Sie vom Projekt erfahren?

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Eine detaillierte Analyse der Öffentlichkeitsarbeit des Projektes ist in Kapitel 3.2.5 dargestellt.

3 Evaluation des Projektes clevererKIEZ

Die Evaluation des Projektes clevererKIEZ beruht auf vier Säulen: 1) Nutzeranalyse der am Projekt teilnehmenden Haushalte; 2) Analyse des Energieverbrauches sowie der Einsparerfolge; 3) Feedback der eingesetzten Energiesparberater und 4) Auswertung der Öffentlichkeitsarbeit. Im Folgenden werden zunächst Methoden und die Datengrundlage erläutert, bevor empirische Ergebnisse präsentiert werden.

3.1 Methodischer Hintergrund

Für die Datengewinnung wurden sowohl quantitative als auch qualitative Methoden zum Einsatz gebracht. Adressiert wurden dabei die am Projekt teilnehmenden Haushalte sowie die Energiesparberater.

3.1.1 Quantitative Methoden

Als quantitative Methoden kamen schriftliche Befragungen zum Einsatz. Im Rahmen der Vor-Ort Beratung durch die Energiesparberater wurde auf die Methode des Face-to-Face Interviews zurückgegriffen (Erfassungsbögen). Des Weiteren konnten anhand des auf der Webseite integrierten Zählers Energiesparerfolge berechnet werden. Die Auswertung der Öffentlichkeitsarbeit greift ebenfalls auf quantitative Daten zurück.

Ersterfassungsbogen

Der Ersterfassungsbogen erstreckt sich über fünf Seiten und teilt sich in einen allgemeinen Teil zu Energieangelegenheiten sowie einen soziodemographischen Teil. Der Erhebungsbogen wurde im ersten Jahr, nicht zuletzt durch die Erfahrungen der Berater, verfeinert und verbessert, um so den Haushalten mit den Auswertungsberichten präzise die Möglichkeiten für das Einsparpotential zu übergeben und zugleich im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung und Auswertung belastbares Zahlenmaterial zu sichern. Für die Analyse der Nutzerstruktur des Projektes wurden die Daten des kompletten soziodemographischen Teils verwendet. Aus dem allgemeinen Teil des Fragebogens wurden folgende relevante Variablen zur Analyse des individuellen Verbraucherverhaltens ausgewählt: Art der Wärme- und Wasserzufuhr, individueller Energieverbrauch sowie Angaben zum Stromsparpotential und zum Einsatz von Soforthilfen.

Zweiterfassungsbogen

Der Zweiterfassungsbogen basiert auf dem Ersterfassungsbogen und zählt insgesamt zehn Seiten. Neben soziodemographischen Angaben; Wirkung und Zufriedenheit der Energiesparberatung sowie dem Zurechtkommen mit den Soforthilfen, wurde der Energieverbrauch erneut erfasst. Für die Analyse des individuellen Verbraucherverhaltens der teilnehmenden Haushalte des Projektes wurden folgende relevante Variablen aus dem Fragebogen für die Analyse ausgewählt: Soziodemographie, Zufriedenheit, Zurechtkommen mit Soforthilfen sowie der individuelle Energieverbrauch.

Webpräsenz

Auf der Internetseite des Projektes clevererKIEZ sind die Einsparungen, die in den Haushalten *allein* durch die kostenlos vergebenen Soforthilfen erzielt wurden, jederzeit aktuell einsehbar.

Bis Anfang März wurden rechnerisch insgesamt etwa 180 000 Kilowattstunden Strom eingespart.

EnergiesparErfolge

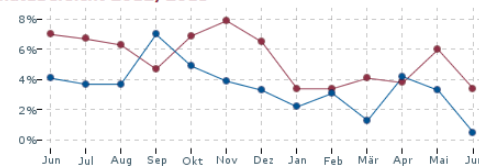
Seit Februar 2010 sind unsere **EnergiesparBerater** unterwegs und helfen privaten Haushalten mit einer umfassenden Beratung, vielen Tipps und ersten **Soforthilfen** zukünftig Energie - wie **Strom** und **Wasser** und Heizkosten zu sparen.

Was die durch uns beratenen Haushalte, allein durch den Einsatz unserer **Soforthilfen**, wie z.B. **Energiesparlampen**, **Steckerleisten**, **Perlatoren** oder **Kühlschrankthermometer**, an kWh Strom und m³ Wasser einsparen, zeigen die folgenden Übersichten.

Was die Haushalte in Euro dabei sparen ist beachtlich und gleichzeitig helfen wir damit gemeinsam CO₂ einzusparen und unsere Umwelt zu schonen.

Einsparung Euro	62.494 €
Einsparung Strom	179.620 kWh
Einsparung Wasser	5.106 m ³
Einsparung CO ₂	104.183 kg

Monatübersicht 2012/2013



Die Einsparungen im Verhältnis zum Gesamtverbrauch für **Strom** und **Wasser**, hier in Prozent, gehen auch genau so ins Portemonnaie - als Kosteneinsparung.

Abbildung 12: Energiesparerfolge

Quelle: www.clevererkiez.de (19.06.2013)

Auswertung der Öffentlichkeitsarbeit

Bei der Auswertung der Öffentlichkeitsaktivitäten für die Jahre 2010 bis 2012 handelt es sich um eine quantitative Analyse, wobei verschiedene Kommunikationsinstrumente betrachtet wurden, um Schlussfolgerungen auf die Wirksamkeit der Maßnahmen zu treffen. Über einen Vergleich der Anzahl an diversen Kommunikationsmaßnahmen sowie der Anzahl an durchgeführten Energiesparberatungen / Anmeldungen konnten Aussagen über die Wirkung der Öffentlichkeitsarbeit getroffen werden.

3.1.2 Qualitative Methoden

Neben der schriftlichen Befragung kamen für die Befragung der Energiesparberater qualitative, leitfadengestützte Einzelinterviews zum Einsatz.

Einzelinterviews

Die Berliner Energieagentur führte am 29. November 2012 sowie am 6. Dezember 2012 Einzelinterviews mit den Energiesparberatern des Projektes clevererKIEZ durch. Es nahmen insgesamt sieben der acht Energiesparberater an den Interviews teil.

3.1.3 Datengrundlage

Alle Erhebungen aus den Beratungsterminen in den Haushalten wurden und werden in einer Datenbank erfasst. Diese Erfassung ist sowohl für den Auswertungsbericht notwendig und ermöglicht darüber hinaus die wissenschaftliche Begleitung, Qualitätssicherung und Auswertung der anonymisierten Daten.

Datengrundlage der vorliegenden Arbeit bildet wie in Kapitel 3.1.1 geschildert, das Datenmaterial der Erfassungsbögen, welche von den Energiesparberatern zur Erstberatung sowie zur Zweitberatung eingesetzt wurden, das Feedback der Haushalte über die Webpräsenz sowie Einzelin-

interviews mit den acht Energiesparberatern. Im Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis einschließlich 6. Mai 2013 nahmen insgesamt 1015 Haushalte eine Erstberatung in Anspruch. Daraus ergibt sich der für die Analyse der Nutzerstruktur sowie Einsparerfolge relevante Datensatz. Die Anzahl der Fälle reduziert sich bei diversen Variablen aufgrund von Ausfällen (z.B. »Keine Angabe«, Fehlende Werte) in der Datenstruktur. Bei den Analysen in Kapitel 3.2 beziehen sich Prozentwerte stets auf die entsprechende Fallzahl (n), welche jeweils vermerkt wird.

3.1.4 Repräsentativität

Die Untersuchung erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität. Sie fokussiert sich auf den Ortsteil Berlin-Marzahn (35 Prozent der Projektteilnehmer; vgl. Abb. 18). Angeregt durch die öffentlichkeitswirksame Darstellung des Projektes sind die teilnehmenden Haushalte von sich aus auf die Mitarbeiter des Projektes zugegangen und haben ihr Interesse an einer Beratung angemeldet. Sie konnten im Zuge der Beratung entscheiden, ob sie sich für die Nacherfassung zur Verfügung stellen. In den ersten Monaten haben sich vorwiegend Personen angemeldet, die bereits über Grundkenntnisse beim Energiesparen verfügten. Häufig waren z.B. bereits Sparlampen installiert und es konnte ein insgesamt sparsamer Umgang mit Strom und Wärme festgestellt werden. Das änderte sich zum Ende des ersten Projektjahres. Insbesondere durch die Zusammenarbeit mit der Schuldnerberatung (GVS) in Lichtenberg und Kreuzberg-Neukölln trafen die Berater zunehmend auf Haushalte mit zum Teil extrem hohen Verbrauchswerten. Finanzielle Nöte und schwierige Lebenslagen waren offensichtlich. Im nachfolgenden Kapitel wird die soziodemographische Zusammensetzung der Projektteilnehmer ausführlich erläutert.

3.2 Empirische Ergebnisse

3.2.1 Soziodemographische Merkmale der Haushalte

Wie bereits erläutert, nahmen insgesamt 1015 Haushalte am Projekt clevererKIEZ teil, was einem Durchschnitt von 338 Haushalten pro Jahr entspricht. Von 314 Haushalten liegen Zweitbefragungen vor.⁵

Alter und Geschlecht

Von den am Projekt beteiligten Haushalten machten 30 Prozent⁶ (n=305) Angaben zu Ihrem Geschlecht. Davon sind 64 Prozent der Personen (Hauptansprechpartner im Haushalt), die eine Energiesparberatung des Projektes clevererKIEZ in Anspruch nahmen, weiblich und 36 Prozent männlich.

⁵ Insgesamt konnten 343 Haushalte (2010+2011) nicht erreicht werden oder haben einen Zweittermin abgelehnt; aus 2012 stehen noch 249 für einen Zweittermin aus.

⁶ Die restlichen 70 Prozent lassen sich durch fehlende Angaben („missing values“) sowie noch ausstehende Zweitbefragungen erklären.

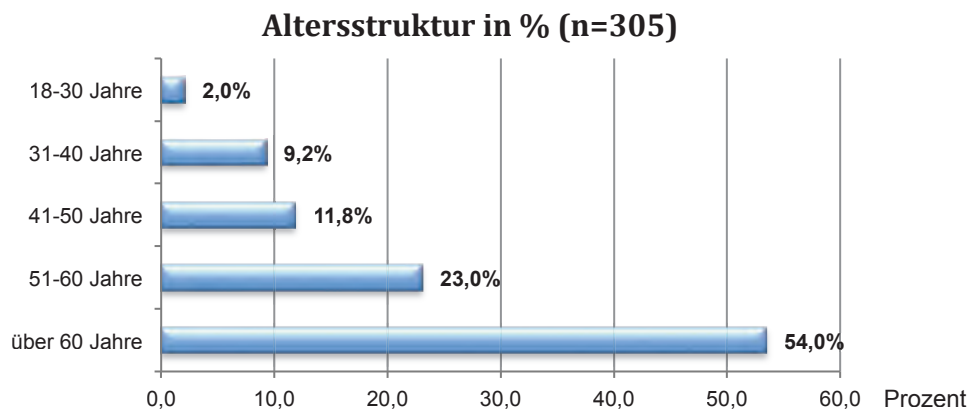


Abbildung 13: Nutzeranalyse – Altersstruktur

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Zum Alter liegen insgesamt für 30 Prozent der teilnehmenden Haushalte Angaben vor. Die Altersgruppe der über 60-Jährigen ist mit einem Anteil von 54 Prozent am stärksten vertreten. Knapp die Hälfte (44 Prozent) befinden sich im Alter zwischen 30 und 60 Jahren, wohingegen die Gruppe der unter 30-Jährigen mit einem Anteil von zwei Prozent kaum vertreten ist.

Lebensform

Ein Anteil von 41 Prozent (n=421) aller Haushalte sind Einpersonenhaushalte (gesamtes Stadtgebiet Berlin: 54 Prozent)⁷. Zweipersonenhaushalte umfassen ebenfalls einen Anteil von 41 Prozent und sind damit überdurchschnittlich häufig am Projekt vertreten (vgl. gesamtes Stadtgebiet Berlin: 29 Prozent). Der Anteil der Dreipersonenhaushalte an den Projektteilnehmern beträgt zehn Prozent (sowie der Anteil der Mehrpersonenhaushalte (> vier Haushaltsmitglieder) acht Prozent. Abbildung 15 veranschaulicht die Verteilung nach Haushaltsgröße, aufgliedert nach Projektteilnehmern sowie der Verteilung aller Berliner Haushalte im Stadtgebiet Berlin:

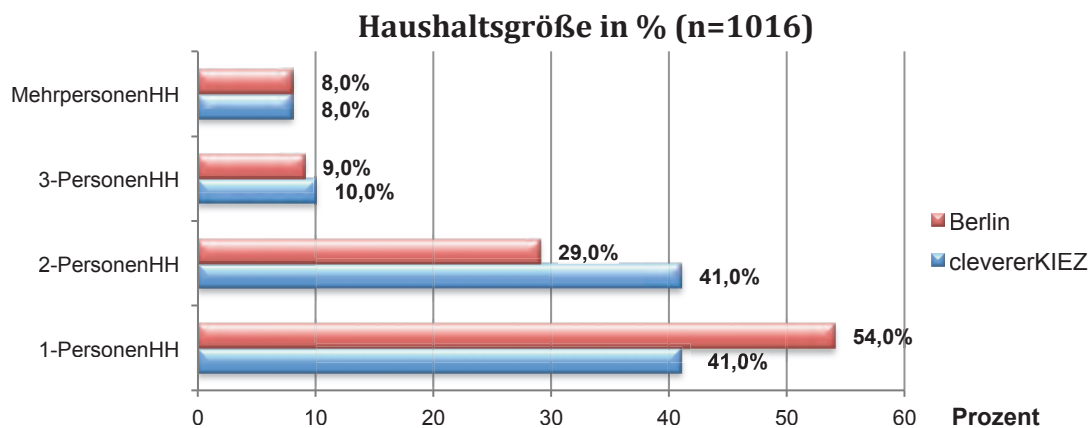


Abbildung 14: Nutzeranalyse – Haushaltsgröße

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2013; Datensatz clevererKIEZ 2013

Herkunft (Berlin)

Bei der Analyse der Herkunft der Projektteilnehmer in Bezug auf die Berliner Ortsteile zeigt sich, dass rund ein Drittel (35 Prozent) der Projektteilnehmer aus dem Ortsteil Marzahn stam-

7

Vgl. Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/basisZeitreiheGrafik/bas-Mikrozensus.asp?Ptyp=300&Sageb=12002&creg=bbb&anzwei=2), (30.05.2013)

(http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/basisZeitreiheGrafik/bas-

men. Dies lässt sich damit erklären, dass das Projekt clevererKIEZ im Berliner Ortsteil Marzahn ins Leben gerufen wurde, anschließend jedoch auch weitere, angrenzende Ortsteile einbezogen wurden.

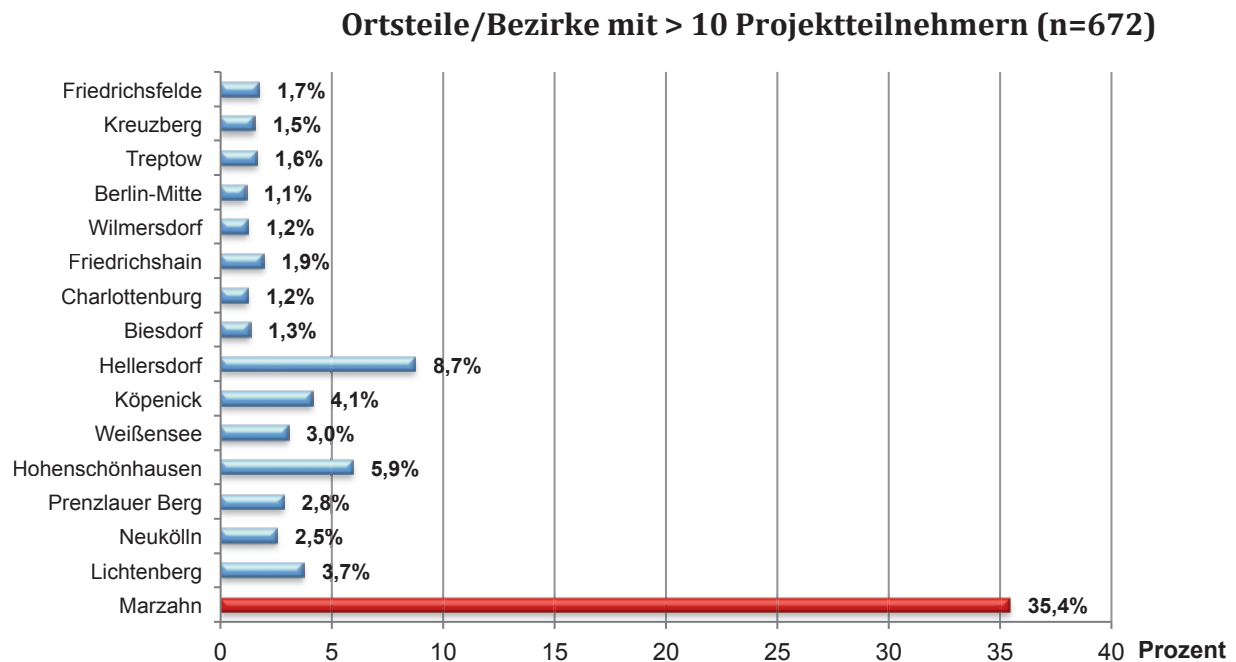


Abbildung 15: Nutzeranalyse – Ortsteile & Bezirke Berlin. Die Beratungen konzentrierten sich wie beabsichtigt auf Marzahn.

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Finanzieller Status

Von den am Projekt teilnehmenden Haushalte gaben 18 Prozent an, finanziell gut gestellt zu sein, wohingegen 38 Prozent über »Geldknappheit« klagten. Abb. 17 verdeutlicht die finanzielle Situation der beteiligten Haushalte:

Finanzielle Situation in % (n=562)

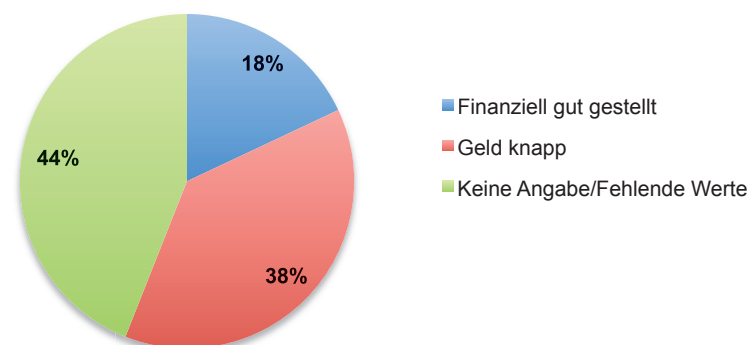


Abbildung 16: Nutzeranalyse – Finanzielle Situation

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Zum Bezug von Transferleistungen äußerten sich 19 Prozent (n=196): Arbeitslosengeld II-Bezug lag bei acht Prozent, Arbeitslosengeld I-Bezug bei 0,3 Prozent; Bezug von Sozialhilfe bei drei Prozent und Bezug von Wohngeld bei zwei Prozent vor. Sechs Prozent gaben keine Spezifikation bzgl. der Art der Transferleistung an. Diese Angaben stellen lediglich einen Trend dar, da über einen Anteil von 81 Prozent keine Aussagen vorliegen (Grund: Verweigerungen, fehlende Werte). Betrachtet man das durchschnittliche Haushaltseinkommen, so ergibt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 18):

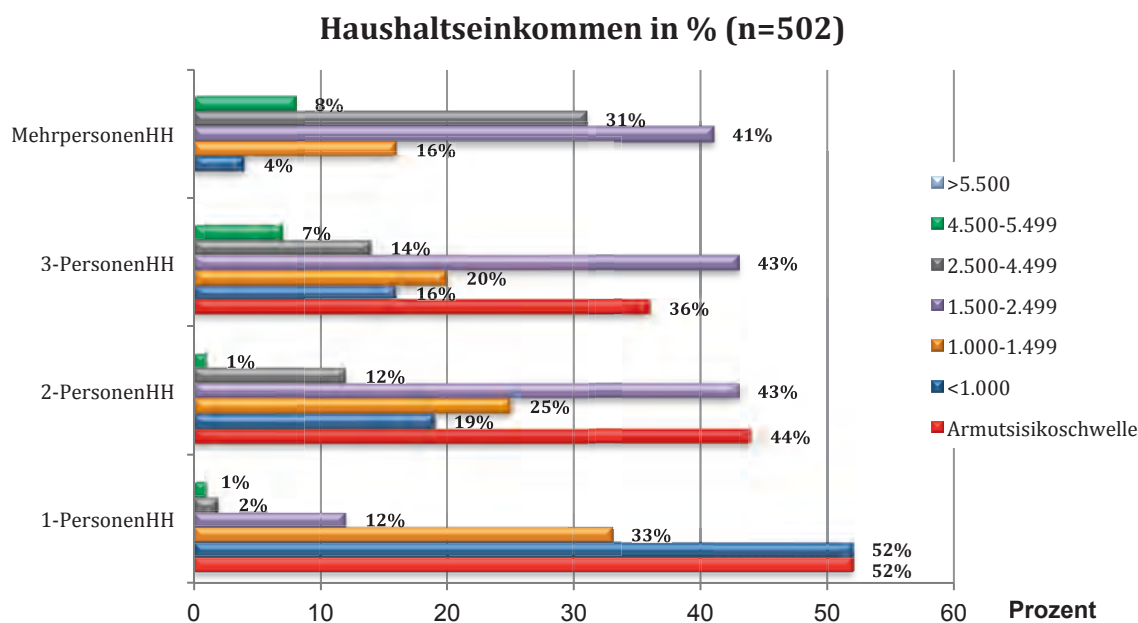


Abbildung 17: Nutzeranalyse – Haushaltseinkommen.

Viele der befragten Haushalte liegen mit ihrem Einkommen unter der Armutsrisikogrenze. Bei Singles liegt der Anteil über 50 Prozent.

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Vergleicht man diese Daten mit den Armutsrisikoschwellen (SOEP 2012), basierend auf der Definition nach der relativen Armutsrisikogrenze (Einkommensarmut), der nach Haushalte mit weniger als 60 Prozent des Medians der bedarfsgewichteten verfügbaren Haushaltseinkommens als »einkommensarm« gelten⁸, zeigt sich Folgendes: Insbesondere die Situation der Alleinlebenden (1-Personenhaushalte), bei welchen mehr als 50 Prozent über weniger als 1.000 €/Monat verfügen erweist sich als prekär (Armutsrisikoschwelle: 993 €/Monat⁷). Bei einem Zweipersonenhaushalt liegt die Schwelle bei 1.490 €/Monat, darunter fallen knapp die Hälfte (44 Prozent) der am Projekt teilnehmenden Haushalte. Anzumerken ist hierbei, dass Ein- sowie Zweipersonenhaushalte rund 80 Prozent aller Projektteilnehmer ausmachen. Zudem stellt sich die finanzielle Situation der Dreipersonenhaushalte ähnlich dar: 36 Prozent verfügen über weniger als 1.500 €/Monat (Armutsrisiko: 1.788 €⁷).

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass das Projekt sowohl Geringverdiener / Schwellenhaushalte, als auch Haushalte die finanziell gut gestellt sind, erreicht. *Es ist davon auszugehen, dass Empfehlungen sowie Kooperationen mit dem Wohnungsunternehmen FORTUNA eG und anderen Wohnungsgesellschaften sowie der Schuldnerberatung GVS eine erhebliche Wirkung auf die Zusammensetzung der Projektteilnehmer besitzen.* Erfahrungen der Energiesparberater zeigen, dass auch Haushalte, welche bereits Energieschulden haben bzw. denen Energiesperrungen drohen, am Projekt teilnehmen. Das Projekt kann in diesen Fällen dazu beitragen, diese abzuwenden bzw. in Zukunft zu vermeiden.

Bei Haushalten die aus anderen Motiven heraus am Projekt teilnehmen, kann clevererKIEZ dazu beitragen, Haushalte sowie Kommunen zu entlasten sowie einen erheblichen Beitrag zum Umweltbewusstsein zu leisten. Daraus lässt sich das breite Spektrum der Projektteilnehmer erahnen. Die Tabelle 2 verdeutlicht die unterschiedlichen Motive für die Teilnahme am Projekt:

⁸ DIW Berlin 2012.

Komponente	Prozent ¹ (n=303)	Rang
Stromkosten senken	96	1
Beratung zur Energieeinsparung erhalten	95	2
Beratung in der eigenen Wohnung erhalten	93	3
Persönlicher Kontakt	90	4
Wasserkosten senken	85	5
Beitrag zum Klima- und Umweltschutz leisten	80	6
Heizkosten senken	79	7
Kostenlose Soforthilfen erhalten	68	8
Hilfe bei technischen Problemen erhalten	52	9

Tabelle 2: Nutzeranalyse – Motive für Energiesparberatung

1) Zusammenfassung der Kategorien „trifft vollständig zu“ und „trifft zu“.

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Hierbei lassen sich insbesondere zwei Trends für die Hauptmotive zur Teilnahme am Projekt aufweisen: Haushalte die primär das Ziel vor Augen haben, Strom zu senken sowie Haushalte, denen es darum geht, eine Energiesparberatung vor Ort zu erhalten.

3.2.2 Energieeinsparungen

Die Wohnfläche der Projektteilnehmer beträgt im Durchschnitt 71 qm² (Median=68 qm²). Über 80 Prozent heizen mit Fernwärme. An zweiter Stelle steht Gas mit 13 Prozent (n=131), gefolgt von Öl mit vier Prozent. Ein Prozent sind beim Heizen auf Strom angewiesen:

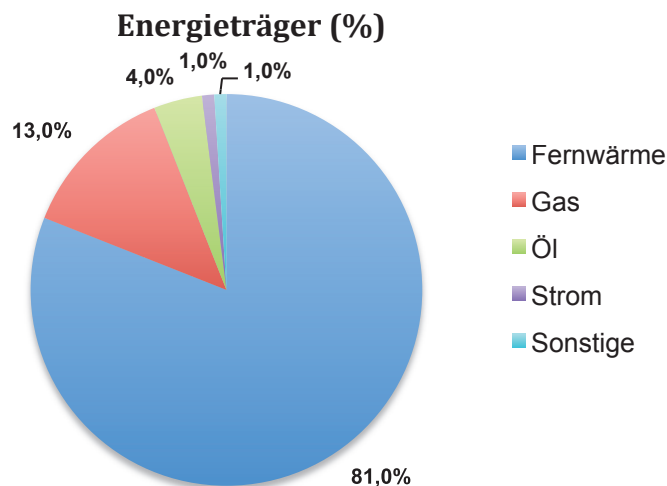


Abbildung 18: Energieträger

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Über eine elektrische Warmwasseraufbereitung verfügen insgesamt 124 Haushalte, dies entspricht zwölf Prozent aller Projektteilnehmer.

Individuelles Verbraucherverhalten und Einsparpotentiale

Die am Projekt teilnehmenden Haushalte verbrauchen im Schnitt jährlich 2286 kWh Strom sowie 71,7 m³ Wasser.⁹ Während der Erstberatung konnten jährliche Einsparpotentiale im Umfang von 299 kWh Strom (durch Soforthilfen: 169 kWh), 5 m³ Wasser (durch Soforthilfen 4,8 m³) sowie 172 kg CO₂ (durch Soforthilfen 97 kg) ermittelt werden (vgl. Abb. 21).

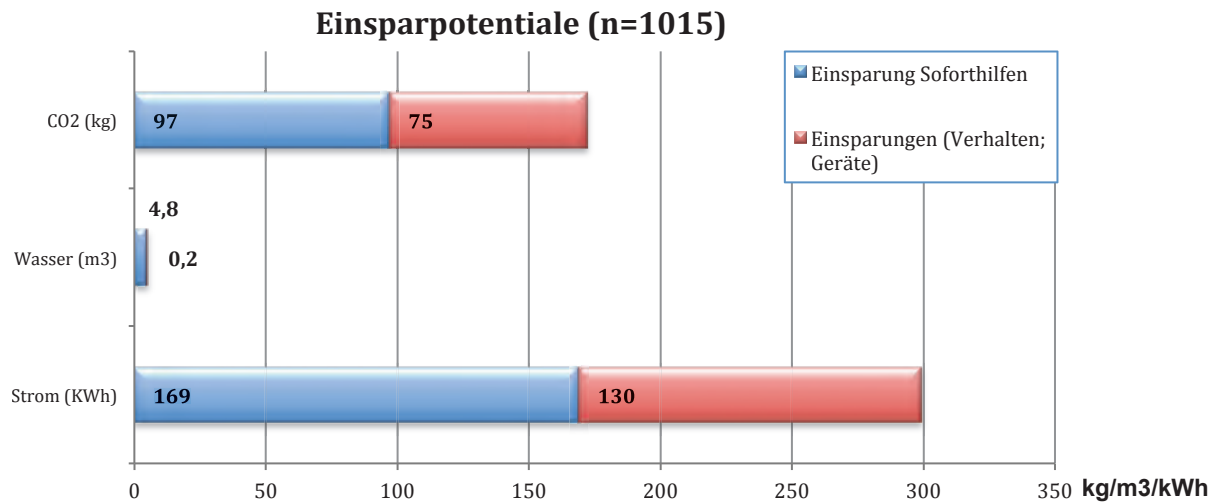


Abbildung 19: Einsparpotentiale

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013

Um das individuelle Strom-Verbraucherverhalten zu ermitteln, sind Haushaltsgröße sowie das Vorhandensein / nicht Vorhandensein einer elektrischen Warmwasserbereitung entscheidende Einflussgrößen. Aus diesen Gründen wird der Stromverbrauch im Folgenden detailliert – gesondert nach Haushaltsgröße sowie Art der Warmwasseraufbereitung – dargestellt.¹⁰

⁹ Durchschnittlicher Wasserverbrauch nach Haushaltsgröße:

1-PerHH (n=407): 46,7 Liter

2-PerHH (n=405): 71,9 Liter

3-PerHH: (n=103): 108,8 Liter

MehrpersonenHH: 155,4 Liter

¹⁰ Zum Zeitpunkt der Ersterfassung (Termin 1).

Tabelle 3: Stromverbrauch und Einsparpotentiale nach Haushaltsgröße

	Durchschnitt (kWh)	Elektrische Warmwasserbereitung (kWh)		Strom Einsparpotential (kWh)			
		mit	ohne	Allgemein (kWh)	Allgemein (Prozent)	durch Soforthilfen (kWh)	Davon durch Soforthilfen (Prozent)
1-PersonenHH	1554 (n=407)	2648 (n=51)	1397 (n=256)	248 287 (elektr. WWB)	16%	139 145 (elektr. WWB)	9% 50% (elektr. WWB)
2-PersonenHH	2419 (n=405)	3754 (n=46)	2248 (n=359)	291 372 (elektr. WWB)	12%	161 213 (elektr. WWB)	7% 57% (elektr. WWB)
3-PersonenHH	3285 (n=103)	5186 (n=17)	2909 (n=86)	340 426 (elektr. WWB)	10%	205 273 (elektr. WWB)	6% 64% (elektr. WWB)
MehrpersonenHH (ab 4 Personen)	4167 (n=75)	5604 (n=10)	3946 (n=65)	444 622 (elektr. WWB)	11%	258 350 (elektr. WWB)	6% 56% (elektr. WWB)

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013; eigene Berechnungen

Tabelle 3 veranschaulicht die durchschnittlichen Stromverbräuche nach Haushaltsgröße. Dabei wird der Unterschied zwischen den Haushalten mit bzw. ohne elektrische Warmwasserbereitung deutlich. Insgesamt ergeben sich errechnete Einsparpotentiale von elf Prozent bis zu 16 Prozent. Davon können rund die Hälfte durch Soforthilfen realisiert werden. Potentielle Einsparerfolge für die restlichen 50 Prozent lassen sich z.B. durch Verhaltensänderungen oder die Anschaffung von Neugeräten mit einer höheren Effizienzklasse verwirklichen.

Beim Vergleich der Werte mit einer Studie zum Stromverbrauch der privaten Haushalte in Deutschland (Oberascher 2013) zeigt sich deutlich, dass der durchschnittliche Stromverbrauch der Haushalte im Projekt clevererKIEZ – für alle Haushaltsgrößen – unter dem durchschnittlichen Stromverbrauch liegt.

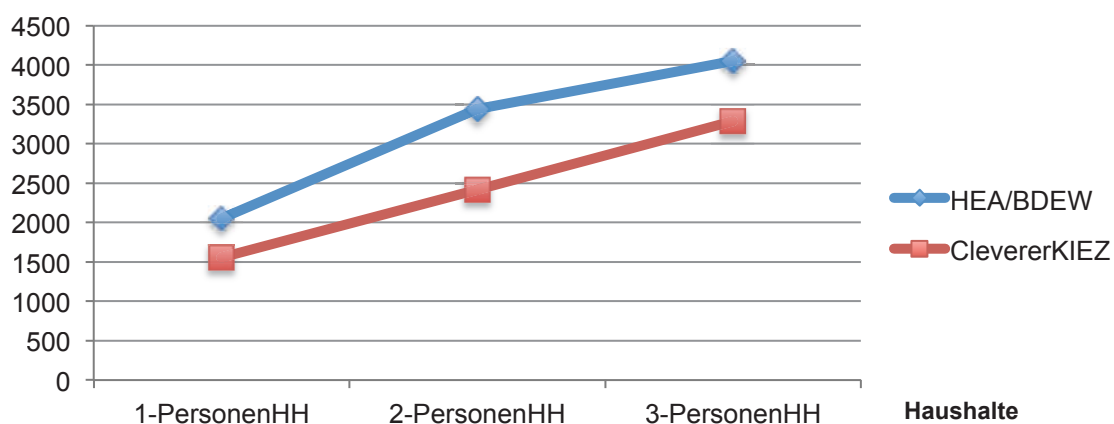


Abbildung 20: Durchschnittlicher Stromverbrauch im Vergleich

Quelle: Datensatz ClevererKIEZ 2013; Oberascher 2013

Vergleicht man den Stromverbrauch der Haushalte, die finanziell gut gestellt sind, mit jenen, welche über Geldknappheit klagen, so zeigt sich: Der vergleichsweise geringe Anteil an Haushalten mit elektrischer Warmwasserbereitung (eWWB), die finanziell schlechter gestellt sind, verbraucht durchschnittlich mehr Strom als finanziell gut gestellte Haushalte. Die Mehrzahl der Haushalte verfügt jedoch über keine eWWB und hier zeigt sich: Jene die finanziell schlechter gestellt sind, verbrauchen deutlich weniger Strom als finanziell gut gestellte Haushalte (vgl. Abb. 22). Das Vorurteil „Ärmste haben vergleichsweise hohen Stromverbrauch, weil sie kein Sparbewusstsein haben“ kann folglich anhand der vorliegenden Daten nicht bestätigt werden. Dass dies auch für die unterschiedlichen Haushaltsgrößen gilt, zeigt Tabelle 4 im Detail.

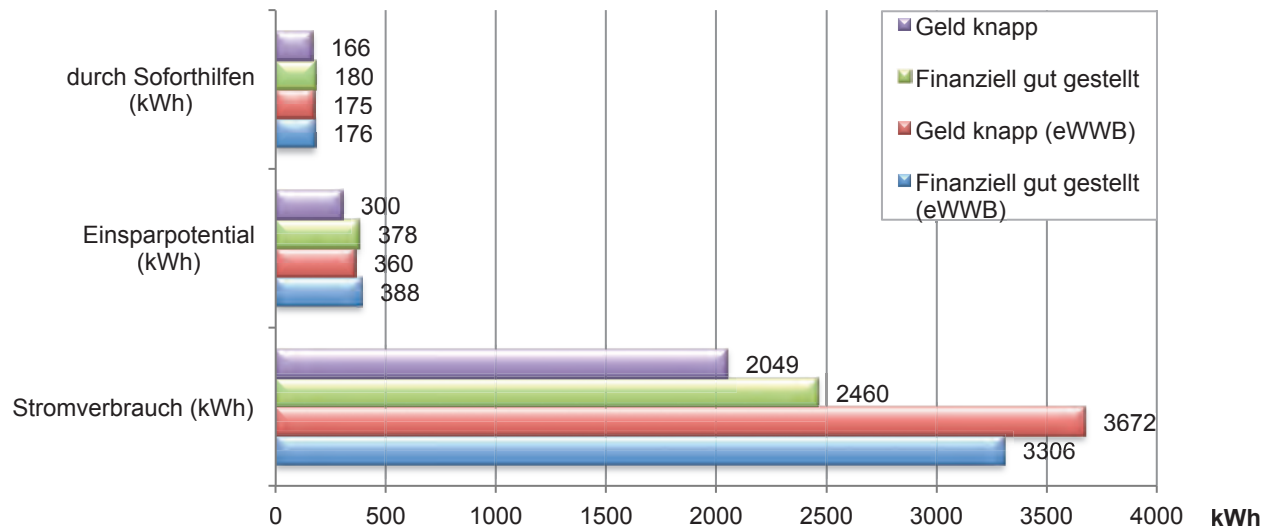


Abbildung 21: Stromverbrauch und Einsparpotentiale nach Finanzstatus.

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013 (n:544)

Tabelle 4: Stromverbrauch nach finanziellem Status und Haushaltsgröße

	Mit elektr. WWB		Ohne elektr. WWB	
	Finanziell gut gestellt	Geld knapp	Finanziell gut gestellt	Geld knapp
Durchschnitt (alle Haushalte, n=544)				
	(n=26)	(n=54)	(n=150)	(n=314)
<i>Stromverbrauch (kWh)</i>	3306	3672	2460	2049
<i>Einsparpotentiale (kWh)</i>	388	360	378	300
<i>Einsparpotentiale (%)</i>	12%	10%	7%	15%
<i>Durch Soforthilfen (kWh)</i>	176	175	180	166
<i>Durch Soforthilfen (%)</i>	5%	5%	7%	8%
1-Personenhaushalt (n=224)				
	(n=12)	(n=26)	(n=37)	(n=149)
<i>Stromverbrauch (kWh)</i>	2577	2738	1489	1462
<i>Einsparpotentiale (kWh)</i>	365	247	301	264
<i>Einsparpotentiale (%)</i>	14%	9%	20%	18%
<i>Durch Soforthilfen (kWh)</i>	153	129	150	138
<i>Durch Soforthilfen (%)</i>	6%	5%	10%	9%
2-Personenhaushalt (n=222)				
	(n=10)	(n=17)	(n=85)	(n=110)
<i>Stromverbrauch (kWh)</i>	3607	3934	2399	2147
<i>Einsparpotentiale (kWh)</i>	407	424	349	291
<i>Einsparpotentiale (%)</i>	11%	11%	15%	14%
<i>Durch Soforthilfen (kWh)</i>	209	211	164	163
<i>Durch Soforthilfen (%)</i>	6%	5%	7%	8%
3-Personenhaushalt (n=53)				
	(n=2)	(n=7)	(n=12)	(n=32)
<i>Stromverbrauch (kWh)</i>	5448	5548	3078	2842
<i>Einsparpotentiale (kWh)</i>	479	522	512	374
<i>Einsparpotentiale (%)</i>	9%	9%	17%	13%
<i>Durch Soforthilfen (kWh)</i>	157	264	312	209
<i>Durch Soforthilfen (%)</i>	3%	5%	10%	7%

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013; eigene Berechnungen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der tatsächlich realisierten Stromeinsparung dargestellt. Grundlage hierfür bilden die Verbrauchswerte zum Zeitpunkt der Zweitbefragung im Vergleich zu den Daten der Ersterhebung. Für die Analyse wurden ausschließlich Haushalte berücksichtigt, bei denen a) eine Zweiterhebung vorliegt sowie bei denen sich b) die Personenanzahl im Haushalt zwischen Erst- und Zweiterhebung nicht verändert hat (gleiche Haushaltsgröße). Insgesamt stehen somit 262 Haushalte für die finale Einsparanalyse zur Verfügung.

Tabelle 5 veranschaulicht die Stromeinsparungen nach Haushaltsgröße. Dabei wird deutlich, dass sich in den meisten Fällen Einsparungen über zehn Prozent realisieren lassen, was sich weitestgehend mit den errechneten Einsparpotentialen aus Tabelle 3 deckt. Die realisierten Stromeinsparungen implizieren zudem eine Reduzierung des CO₂-Ausstoßes (umweltpolitisches Projektziel).

Tabelle 5: Stromeinsparungen nach Haushaltsgröße (% und kWh).
In den meisten Fällen ließen sich Einsparungen über zehn Prozent realisieren.

	1- Personen HH	1- Personen HH mit eWWB*	2- Personen HH	2- Personen HH mit eWWB*	3- Personen HH	3- Personen HH mit eWWB*	4- Personen HH	4- Personen HH mit eWWB*
Anzahl (n)	99	9	114	13	20	1	1	5
Ermittelte Stromeinsparpotentiale GESAMT								
Mittelwert (%)	14%	11%	13%	10%	15%	8%	13%	11%
Ermittelte Stromeinsparpotentiale – davon durch Soforthilfen								
Mittelwert (%)	8%	7%	8%	5%	9%	5%	11%	7%
Realisierte Stromeinsparungen								
Mittelwert (kWh)	143,39	527,67	254,42	394,77	195,75	54	545,00	637,60
Mittelwert (%)	10%	20%	11%	11%	9%	2%	14%	11%

*eWWB = elektrische Warmwasserbereitung. Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013; eigene Berechnungen

Die realisierten Einsparungen sprechen für eine positive Wirkung der Energiesparberatungen im Projekt clevererKIEZ: Die errechneten Einsparpotentiale ließen sich zu einem Teil durch Soforthilfen erzielen. Im Zeitraum von 2010 bis 2012 wurden insgesamt 9985 Soforthilfen¹¹ im Wert von 59 087 Euro installiert. Pro Haushalt entspricht dies einem Durchschnittswert von 58 Euro. Betrachtet man die Installation, den Einsatz und die Kosten von Soforthilfen, im Vergleich zu ihrem Einsparpotential, so ergibt sich folgendes Bild (vgl. Abb. 23): Energiesparlampen wurden mit Abstand am häufigsten eingesetzt und lieferten die größten Einsparungen, gefolgt von schaltbaren Steckerleisten. An dritter Stelle sind Kühlschrankschalter zu nennen.

Ferner lassen sich detaillierte Aussagen zu den spezifischen Kosten in Relation zu den Einsparpotentialen treffen. Bei der Unterstellung einer Nutzungsdauer der eingesetzten Soforthilfen von zehn Jahren, lassen sich folgende Ergebnisse ermitteln: Die elektrische Warmwasserbereitung (Durchflussregler) ermöglicht das größte Einsparpotential zu den geringsten Kosten (0,4 ct pro kWh). An zweiter Stelle befindet sich die schaltbare Steckerleiste mit 1,9 ct pro kWh, gefolgt von dem Kühlschrankschalter mit 2,9 ct pro kWh. Die Energiesparlampen hingegen sind mit 3,4 ct pro kWh relativ gesehen am teuersten, aber immer noch sehr wirtschaftlich. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich in Bezug auf den vermiedenen Strombezug jede Soforthilfe-Investition nach spätestens einem Jahr amortisiert.

Insgesamt betrachtet, sind in den Haushalten zum Zeitpunkt der Zweitbefragung jedoch mehr als die über den Einbau der Soforthilfen prognostizierten Einsparungen realisiert worden. Dies im-

¹⁰ Zu diesen zählen: Energiesparlampen, TV-Energy-Saver, Schaltbare Steckerleisten, Kühlschrankschalter, Zeitschaltuhr, Strahlregler, Wassersparduschkopf, durchflussreduzierer für Dusche, WC-Stoppgewicht.

pliziert, dass die am Projekt teilnehmenden Haushalte aktiv gespart haben (also auf Verhaltens-ebene) und die empfohlenen Energiespartipps der Energiesparhelfer umsetzen konnten.

Das Projekt zeigt folglich, dass sich erzielte Stromeinsparungen sowohl durch Soforthilfen als auch durch Änderungen des individuellen Verbraucherhaltens erzielen ließen.

Einsatz, Kosten und Nutzen von Soforthilfen

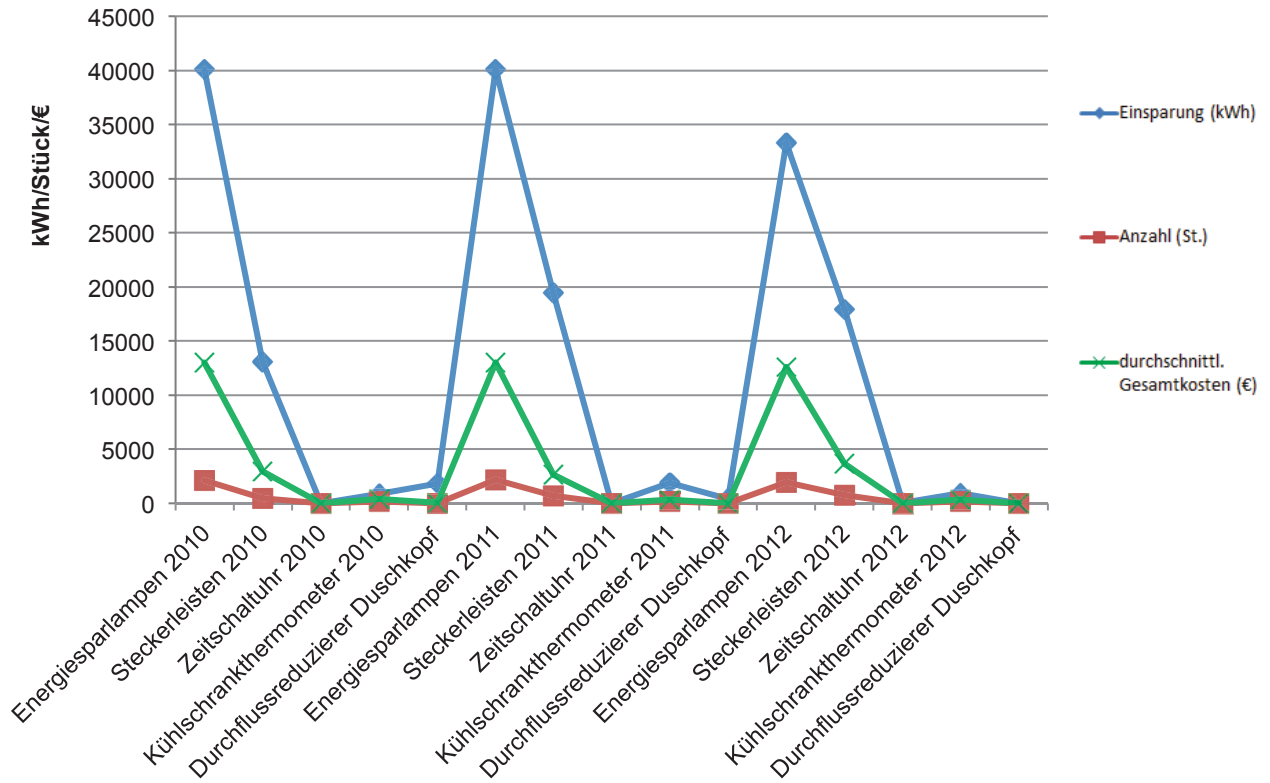


Abbildung 22: Kosten und Nutzen von Soforthilfen

3.2.3 Zufriedenheit & subjektive Energiesparererfolge

Zur Frage, ob sich die Haushalte auch nach der Beratung mit dem schriftlichen Auswertungsbericht auseinandergesetzt haben, äußerten sich insgesamt 304 Personen. Von diesen antworteten 86 Prozent mit „ja“ (n=260). Bei der Frage nach der Intensität der Auseinandersetzung mit dem Bericht, zeigt sich folgendes Bild:

Intensität der Auseinandersetzung mit dem Bericht (%)

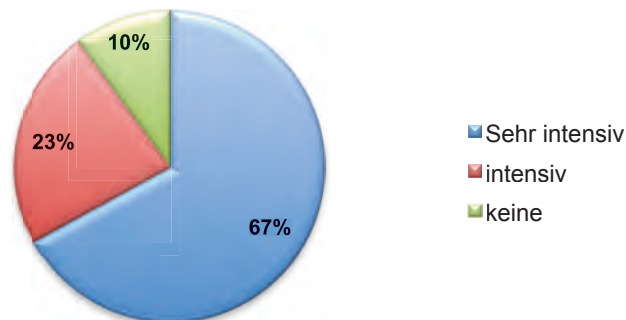


Abbildung 23: Auseinandersetzung mit Bericht der Energiesparberater.

Quelle: Datensatz clevererKIEZ 2013 (n=269)

Zwei Drittel der Haushalte gaben an, sich sehr intensiv mit dem Bericht der Energiesparberater auseinandergesetzt zu haben (67 Prozent), was als sehr positiv zu werten ist. Knapp ein Viertel gab an, sich intensiv mit dem Bericht beschäftigt zu haben. Zusammengenommen entspricht dies einem beachtlichen Anteil von 90 Prozent. Bei der Frage nach der Verständlichkeit gaben 29 Prozent an, dass sie den Bericht sehr gut verstehen würden, und ein erheblicher Anteil von 71 Prozent gab an, den Bericht gut zu verstehen.

Auf einer Skala von 1 (sehr zufrieden) bis 4 (vollkommen unzufrieden) konnten die Projektteilnehmer Angaben zur allgemeinen Zufriedenheit mit der Energiesparberatung machen. Bei jenen Personen, die Angaben machten (n=301 von 314 bestehenden Zweitbefragungen) verdeutlichen die Ergebnisse eine hohe Zufriedenheit mit der Beratung: 27 Prozent sind mit der Beratung zufrieden und nennenswerte 73 Prozent sehr zufrieden. Die Kategorien »eher unzufrieden« und »vollkommen unzufrieden« wurden nicht vergeben.

In einer weiteren Frage wurde erhoben, inwiefern verschiedene Komponenten der Energiesparberatung als hilfreich eingestuft wurden (n=305). Auf einer 4-er Skala von »Sehr hilfreich« bis »unbrauchbar« machten die Haushalte entsprechende Angaben. Beim Zusammenfassen der Kategorien »sehr hilfreich« und »hilfreich« zeigt sich, dass die Besprechungen des allgemeinen Verbrauchs an erster Stelle stehen (98 Prozent), gefolgt von der Erläuterung des Beratungsberichts durch den Energiesparberater (95 Prozent) sowie die Messung des Standby-Verbrauchs der Elektrogeräte (95 Prozent). Als sehr positiv zu werten ist weiterhin, dass der schriftliche Beratungsbericht, welcher dem Haushalt ausgehändigt wird, mit 91 Prozent eine hohe Stütze zur Umsetzung der Energiespartipps darstellt.

Tabelle 6: Komponenten der Energiesparberatung

Komponente	Prozent ¹ (n=305)	Rang
Besprechung des allgemeinen Verbrauchs während des ersten Gesprächs	98	1
Erläuterung des Beratungsberichts durch den Energiesparberater	95	2
Messung des Stand-by- bzw. Schein-Aus-Verbrauchs der Elektrogeräte	95	2
Energiespartipps des Beraters	94	3
Einbau der Soforthilfen beim zweiten Besuch	92	4
Der schriftliche Beratungsbericht	91	5
Messung des Wasserdurchlaufs	88	6
Abfrage der Nutzergewohnheiten	80	7
Tipps zur Anschaffung sparsamer Geräte	66	8
Liste der Energiespartipps	63	9
Messung Stromverbrauch des Kühlgeräts	50	10

1) Zusammenfassung der Kategorien »sehr hilfreich« und »hilfreich«.

Bei der Frage auf einer Skala von 1 »trifft vollständig zu« bis 4 »trifft überhaupt nicht zu«, ob sich die Energiekosten der Haushalte durch den Einbau der Soforthilfen verringert haben (n=305), antworteten 88 Prozent mit »trifft vollständig zu« oder »trifft eher zu«. Insgesamt waren 80 Prozent der Projektteilnehmer davon überzeugt, dass sich der Energieverbrauch aufgrund der Verhaltenstipps aus dem Beratungsgespräch reduzieren konnte (Antwortkategorien: 1+2 »trifft (vollständig) zu«). *Gesamt gesehen fühlten sich 71 Prozent durch die Beratung motiviert, sich mehr um den eigenen Energieverbrauch zu kümmern.*

Tabelle 7: Wirkungen der Energiesparberatungen

Komponente	Prozent ¹ (n=305)	Rang
Ich bin sicher, dass sich meine Energiekosten durch den Einbau der Soforthilfen verringert haben.	88	1
Ich habe Tipps und Empfehlungen zum Energiesparen an Freunde und Bekannte weitergegeben	87	2
Ich bin sicher, dass ich aufgrund der Verhaltenstipps aus dem Beratungsgespräch meinen Energieverbrauch reduzieren konnte.	80	3
Durch die Beratung wurde ich motiviert, mich mehr um meinen/unseren Energieverbrauch zu kümmern.	71	4
Ich habe kaum Neues erfahren, das meiste wusste ich bereits. ²	57	5
Ich habe zum ersten Mal verstanden, wie wichtig Energiesparen ist.	13	6

1) Zusammenfassung der Kategorien „trifft vollständig zu“ und „trifft zu“.

2) Zusammenfassung der Kategorien „trifft eher nicht zu“ und „trifft überhaupt nicht zu“.

Um den Einsatz der zur Verfügung gestellten Soforthilfen zu analysieren, wurden die Projektteilnehmer nach dem Zurechtkommen mit Ihren Soforthilfen gefragt. Im Folgenden werden die Ergebnisse für die am häufigsten eingesetzten Soforthilfen Energiesparlampen, schaltbare Steckerleisten sowie Strahlregler aufgezeigt: Insgesamt machten 297 Personen Angaben zum Einsatz von Energiesparlampen. Damit kamen 85 Prozent gut zurecht, zehn Prozent hatten anfangs Schwierigkeiten, kommen jetzt aber gut zurecht sowie fünf Prozent waren unzufrieden und bauten sie wieder aus. Bzgl. der schaltbaren Steckerleisten (n=240) zeigt sich, dass 29 Prozent die Steckerleisten abends regelmäßig abschalten, zwei Drittel hingegen (66 Prozent) schaltet die Steckerleisten sogar nach jeder Nutzung ab. Nur selten werden diese bei fünf Prozent abgeschaltet. Die Analyse der Strahlregler (n=235) ergibt, dass fast alle Haushalte (97 Prozent) gut mit diesen zurechtkommen, lediglich zwei Haushalte hatten anfangs Schwierigkeiten und fünf Haushalte waren unzufrieden.

Zusammenfassend zeigt sich insgesamt ein positives Bild hinsichtlich des tatsächlichen Einsatzes und Zurechtkommens mit den zur Verfügung gestellten Soforthilfen, was mit einer Umsetzung der ermittelten Einsparpotentiale durch die Soforthilfen einhergeht. Eine detaillierten Analyse der unzufriedenen Fälle könnte Optimierungsmöglichkeiten hervorbringen.

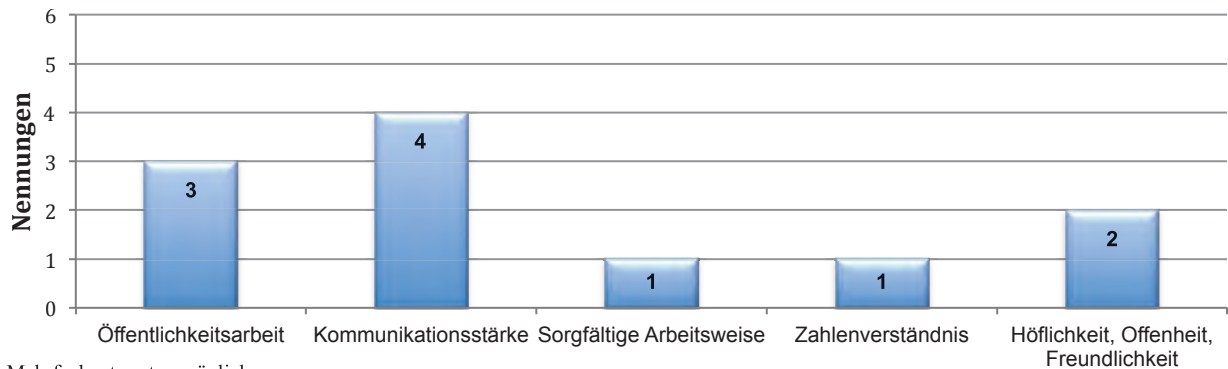
3.2.4 Die Sicht der Energiesparberater

In Einzelinterviews wurden die Energiesparberater zum Projekt sowie zur persönlichen Weiterentwicklung durch die Tätigkeit als Energiesparberater beim clevererKIEZ, befragt:

Einsatz und Weiterentwicklung persönlicher Fähigkeiten

Bei der Frage nach dem Einsatz der vorhandenen persönlichen Fähigkeiten standen weniger berufliche sondern vielmehr persönliche Fertigkeiten und Fähigkeiten im Vordergrund (vgl. Abbildung 24).

Persönliche Fähigkeiten* (n=7)



* Mehrfachantworten möglich

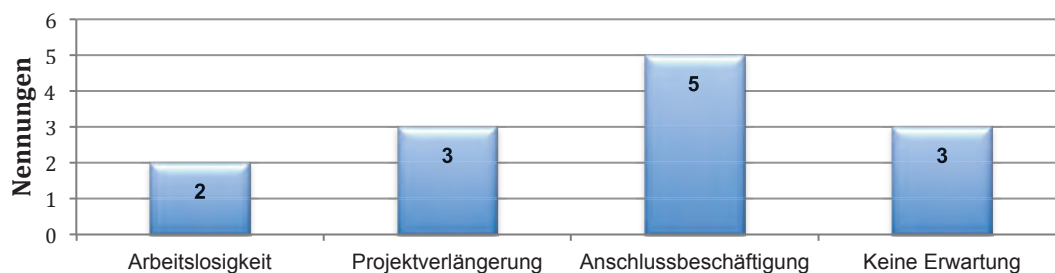
Abbildung 24: Energiesparberater – Persönliche Fähigkeiten

Quelle: Hermann (BEA) 2012

Erwartungen

Die Erwartungen waren und sind bei keinem der Berater so, dass sich durch die Erfahrung als Stromsparberater direkt eine Anschlussbeschäftigung finden werde. Im Verlauf des Projektes, insbesondere aufgrund der Ankündigung einer Energiesparberatungsinitiative für private Haushalte durch Bundesumweltminister Altmaier, wuchs bei den Beratern die Hoffnung auf eine Anschlussperspektive nach Ablauf der drei Jahre, entweder durch eine Verlängerung des Projekts clevererKIEZ oder durch Beschäftigung im Rahmen der angekündigten Initiative des BMU.

Erwartungen* (n=7)

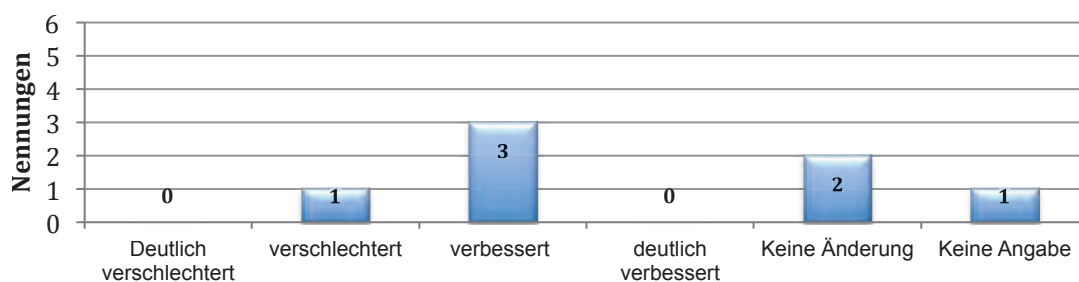


* Mehrfachantworten möglich

Abbildung 25: Energiesparberater – Erwartungen

Insgesamt drei der Energiesparberater sind der Ansicht, dass sich ihre Berufsaussichten aufgrund der Tätigkeit am Projekt clevererKIEZ verbessert haben (vgl. Abb. 27).

Berufsaussichten* (n=7)



* Mehrfachantworten möglich

Abbildung 26: Energiesparberater – Berufsaussichten

Quelle: Hermann (BEA) 2012

3.2.5 Öffentlichkeitsarbeit

Die Beratungsaktivitäten starteten zum 1. Januar 2010. Bei der Auswertung der Öffentlichkeitsaktivitäten für die Jahre 2010 bis 2012 handelt es sich um eine quantitative Analyse, wobei verschiedene Kommunikationsinstrumente betrachtet werden, um Schlussfolgerungen auf die Wirksamkeit der Maßnahmen treffen zu können.

Bei der Analyse der Daten ist zu berücksichtigen, dass zwischen einer Öffentlichkeitsmaßnahme und einer daraus resultierenden Beratung immer eine zeitliche Spanne liegt, die zwischen einigen Tagen und einigen Wochen schwanken kann. Dies ist dadurch bedingt, dass die Anmeldung zur Beratung nicht immer umgehend dann erfolgt, wenn der Kunde von dem Beratungsangebot liest oder hört. Weiter können zwischen Anmeldung und Beratungstermin nochmals einige Tage liegen, da nicht immer ein kurzfristiger Termin vereinbart werden kann.

Eine Korrelation zwischen Öffentlichkeitsmaßnahme und der Anzahl Beratungen wird deshalb dann angenommen, wenn im Folgemonat einer Maßnahme ein signifikanter Anstieg der Beratungen sichtbar wird.

2010

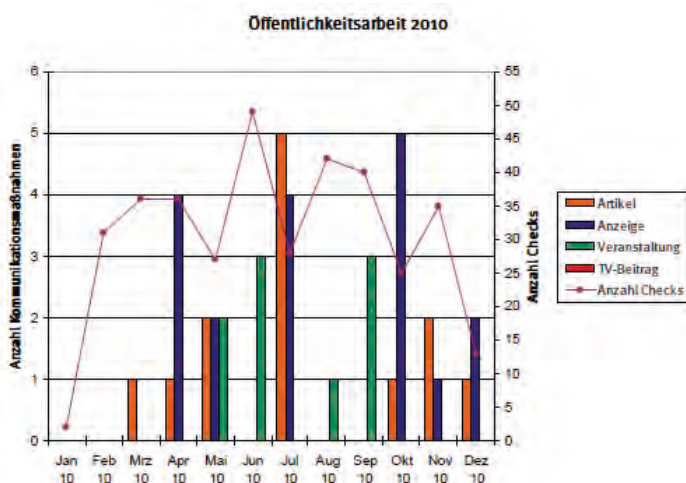


Abbildung 28: Öffentlichkeitsarbeit 2010

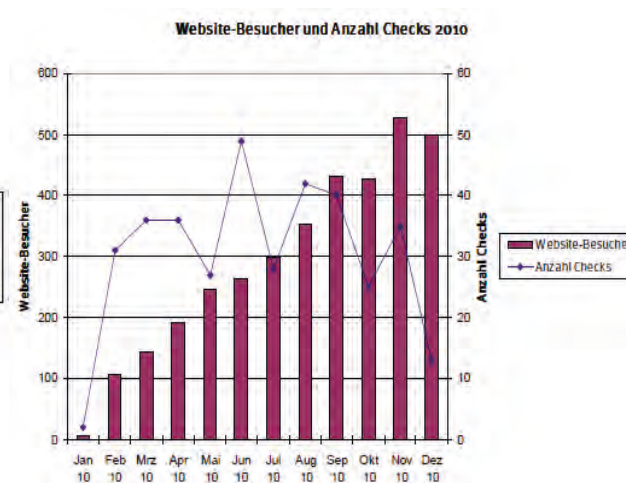


Abbildung 29: Webseitenbesucher 2010

Bei einer detaillierten Betrachtung der Abbildung 28 fällt auf, dass im Jahr 2010 Veröffentlichungen in wöchentlich erscheinenden (kostenlosen) Anzeigenblättern, wie der Berliner Woche (1,4 Mio. Leser/Ausgabe¹²) und dem Berliner Abendblatt, als vorrangiges Kommunikationsinstrument gewählt wurden. Im Berliner Abendblatt wurde vornehmlich in den Lokalausgaben Hellersdorf, Marzahn, Hohenschönhausen, Weißensee und Lichtenberg inseriert (insgesamt mit einer Auflage von 296 343 Exemplaren¹³). Darüber hinaus wurden Artikel und Anzeigen in Mieterzeitungen platziert, um somit die Zielgruppe bestmöglich zu erreichen.

Die Kommunikationsmaßnahmen im Printbereich wurden durch den Besuch ausgewählter Veranstaltungen ergänzt, auf denen über das Projekt berichtet wurde und mögliche Zielhaushalte angesprochen wurden. Spitzenwerte bei der Durchführung von Checks¹⁴ in Haushalten lassen sich für die Monate Juni, August und September 2010 identifizieren. Diese Zahlen lassen sich

¹² Mediadaten der Berliner Woche (2012).

¹³ Berliner Abendblatt (2013).

¹⁴ „Checks“ wird im Folgenden als Synonym für „Energiesparberatungen“ verwendet.

mit Öffentlichkeitsaktionen in den Vormonaten begründen. So wurden im Mai 2010 Artikel und Anzeigen veröffentlicht (s. Abb. 28). Gleichzeitig wurden Infoveranstaltungen in verschiedenen sozialen Einrichtungen (Seniorenclub, Kindertagesstätte) durchgeführt. Es wurden jedoch auch andere Formate eingesetzt, wie die Teilnahme mit einem Infostand auf Hof- und Stadtteilfesten sowie auf dem Berliner Umweltfest.

Bei der Auswertung der Online-Kommunikation (s. Abb. 29) für 2010 fällt die positive Entwicklung der Besucherzahlen der Website auf, die sich kontinuierlich im Laufe der kompletten Projektlaufzeit gesteigert haben und somit dem Projekt eine verstärkte öffentliche Wahrnehmung verschaffen konnten.

2011

Im Jahr 2011 wurden verstärkt Anzeigen auch in Tageszeitungen, wie der Berliner Zeitung (Verbreitung von 130 948 Exemplaren¹⁵), dem Berliner Kurier (Verbreitung von 97 478 Exemplaren¹⁶) und dem Tagesspiegel (Verbreitung von 115 981 Exemplaren¹⁷) geschaltet. Es wurden insgesamt weniger Kommunikationsmaßnahmen durchgeführt als noch im Jahr 2010 (2010: 57; 2011: 48). Die Anzahl an durchgeführten Checks schwankte monatlich sehr stark und lag insgesamt unter der Anzahl an durchgeführten Checks aus dem Jahr 2010 (2010: 364; 2011: 323). In den Monaten August, September und Oktober wurde eine hohe Anzahl an Informationsveranstaltungen durchgeführt, auf denen offensichtlich Haushalte für die Durchführung von Checks gewonnen werden konnten, was sich in den hohen Check-Zahlen im Oktober und November des Jahres widerspiegelt.

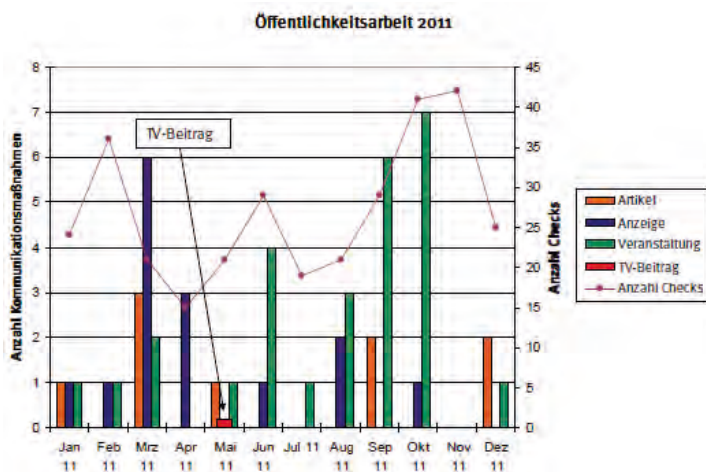


Abbildung 30: Öffentlichkeitsarbeit 2011

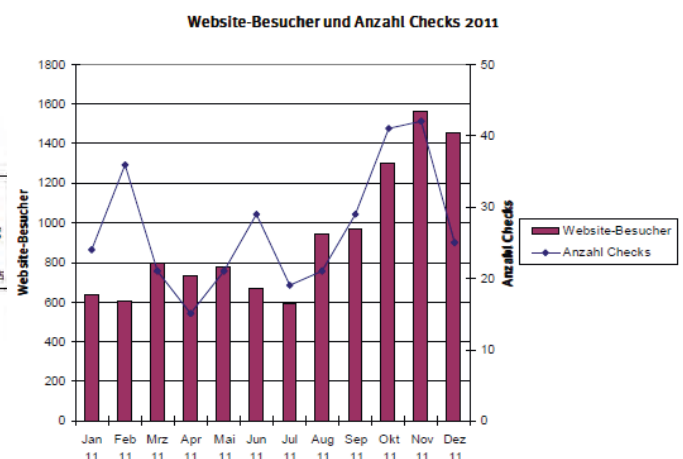


Abbildung 31: Webseitenbesucher 2011

Die Kommunikation im Jahr 2011 legte einen Schwerpunkt auf die Durchführung von Veranstaltungen, wobei vorwiegend erprobte Formate im Rahmen von Info-Veranstaltungen, z.B. in Seniorenwohnhäusern, gewählt wurden. Zusätzlich wurden Teilnahmen an diversen weiteren Events organisiert, wie z.B. dem Umweltfestival, dem Plattenfest, dem Friedensfestival auf dem Alexanderplatz oder auf Mieterfesten, die von Wohnungsgenossenschaften organisiert wurden. Ein Highlight stellt der TV-Beitrag vom Mai 2011 über das Projekt in der Abendschau des rbb Fernsehens dar. Die Ansprache einer breiten Öffentlichkeit über ein Lokalmedium zeigte signifikante Auswirkungen, indem die Anzahl der durchgeführten Checks von Mai auf Juni 2011 um 38,1 Prozent anstieg (s. Abb. 30).

¹⁵ Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (2012).

¹⁶ ebenda.

¹⁷ ebenda.

In Abbildung 31 wird ein positiver Zusammenhang zwischen erhöhten Besucherzahlen auf der Website und der Zunahme an durchgeführten Checks in Haushalten sichtbar. Dieser Anstieg spiegelt zumindest teilweise die erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit mit anderen Medien (z.B. Faltblättern) wider, in denen die Internetadresse kommuniziert wurde.

2012

Im Jahr 2012 wurde die Gesamtanzahl an Kommunikationsmaßnahmen reduziert (2010: 57; 2011: 48; 2012: 26). Grund hierfür war die Durchführung von zusätzlichen Zweiterhebungen im Rahmen des Projektes. Im Vergleich zum Vorjahr konnte die Anzahl der Checks, die in Haushalten durchgeführt wurde, jedoch auf einem konstant hohen Niveau gehalten werden (2011: 323; 2012: 329). Dieser Effekt lässt sich durch eine Konzentration in der Öffentlichkeitsarbeit erklären, indem das bewährte Format der Infoveranstaltung besonders stark eingesetzt wurde. Über die Hälfte der Kommunikationsmaßnahmen waren Infoveranstaltungen (insgesamt 17 im Jahr 2012) in Seniorenclubs und Kindertagesstätten, bei Aktionstagen und Wohnungsbaugesellschaften. Daraus lässt sich schließen, dass sich im Laufe des Projekts einerseits eine gewisse Routine in der Veranstaltungsorganisation eingestellt hatte und andererseits *das Format der Infoveranstaltungen als das wirksamste Instrument für die Zielerreichung des Projekts identifiziert wurde*. Hierbei bestand die Möglichkeit, die Zielgruppe direkt ansprechen zu können und möglicherweise auch Haushalte für Checks zu akquirieren. Begleitend dazu wurden auch 2012 vereinzelt Artikel und Anzeigen in Tageszeitungen, Anzeigenblättern und Mieterzeitungen veröffentlicht. Auffällig wird in Abbildung 32 jedoch auch, dass im Juli und August keine Kommunikationsmaßnahmen ergriffen wurden, was sich in stark sinkenden Check-Zahlen niederschlug.

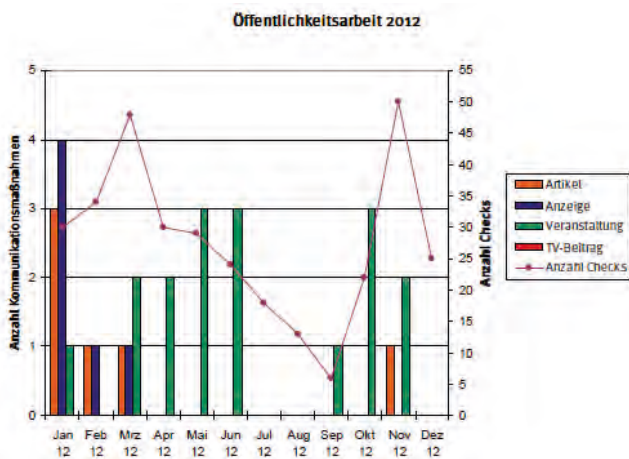


Abbildung 32: Öffentlichkeitsarbeit 2012

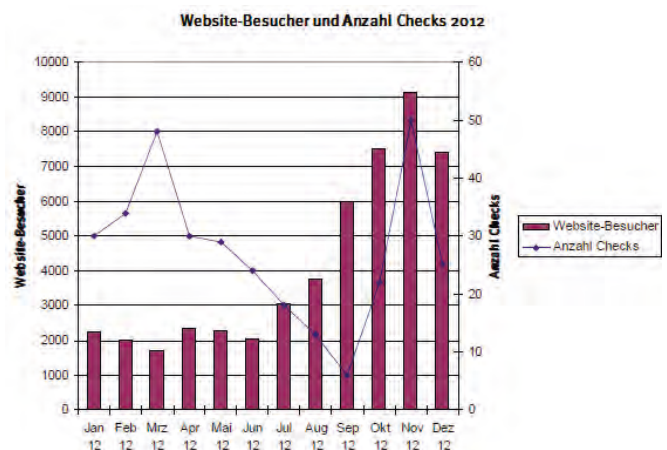


Abbildung 33: Webseitenbesucher 2012

Bei der Betrachtung der statistischen Auswertung der Projektwebsite 2012 (vgl. Abb. 33) wird deutlich, dass sich die Zahl der Besucher pro Monat in der ersten Jahreshälfte auf einem sehr soliden Niveau stabilisiert hatte (durchschnittlich 2000 Besucher auf Website je Monat). Gleichzeitig ist die Anzahl der durchgeführten Checks nach einem anfänglichen Höchststand im März 2012 stark rückläufig bis zum Jahrestiefpunkt im September 2012. Da ab August 2012 die Besucherzahlen auf der Website noch einmal im erheblichen Maße zunehmen und im November mit 9119 Besuchern pro Monat ihren Höchststand erreichen, kann wieder eine erhöhte Anzahl an Checks registriert werden. Diese starke Zunahme der Internetzugriffe lässt sich nicht allein mit der Öffentlichkeitsarbeit des Projekts erklären. Es ist vielmehr anzunehmen, dass im Herbst 2012 das Thema Strompreissteigerung und Energiesparberatung für Privathaushalte sehr stark in den Medien präsent war. Zahlreiche Verbraucher, die im Internet Rat zu dem Thema suchten, fanden den Weg zu der Internetseite des clevererKIEZ, was vermutlich auch einen Beitrag zu den dann wieder ansteigenden Checkzahlen leistete.

Fazit

Im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt clevererKIEZ wurde eine breite Palette an Kommunikationsmaßnahmen eingesetzt. Die grundsätzliche Eignung der eingesetzten Instrumente spiegelt sich in den sehr soliden Werten an durchgeführten Checks wieder (insgesamt 1016 Checks in drei Jahren). Folgende Formate wurden bevorzugt genutzt: Die Durchführung von Informationsveranstaltungen sowie die Platzierung von Anzeigen und Artikeln in wöchentlich erscheinenden Anzeigenblättern, Tages- und Mieterzeitungen. Die Werbemaßnahmen über die Verteilung von Flugblättern und Plakataushängen können in Verbindung mit der positiven Website-Entwicklung rückwirkend als wirksames Instrument eingestuft werden. Ein Highlight der Kommunikationstätigkeiten ist ein TV-Beitrag in der Abendschau des rbb Fernsehens (im Mai 2011), der eine breite Öffentlichkeit erreichte und zur positiven Reputation des Projekts beitrug. Zugleich stellten sich Lerneffekte im Laufe des Projektes ein, indem vermehrt auf das Format der Infoveranstaltungen gesetzt wurde. Diese erwiesen sich als äußerst wirksames Instrument, um das Projekt und seine Ziele einer interessierten Öffentlichkeit näher zu bringen und Haushalte für die Durchführung von Checks zu gewinnen. Die Wirkung der verschiedenen Öffentlichkeitsmaßnahmen lässt sich zudem an der sehr positiven Entwicklung der Besucherzahlen auf der Projektwebsite erkennen. Wobei sichtbar wird, in welchem Maße externe Faktoren wie die intensive öffentliche Diskussion zum Thema Energiepreise im Herbst 2012 die Aufmerksamkeit für das Projekt erhöhen können. Die Tatsache, dass der clevererKIEZ im Kontext dieser Diskussion so stark von Internetnutzern aufgesucht wurde, verdeutlicht aber auch, dass sich das Beratungsangebot gut im Internet platziert hat und – was noch stärker wiegt – es mit seiner Thematik und Ausrichtung am Puls der Zeit lag. Die Analyse der Öffentlichkeitsarbeit bzgl. der Effizienz (Kosten – Nutzen) lässt sich abschließend wie folgt darstellen:

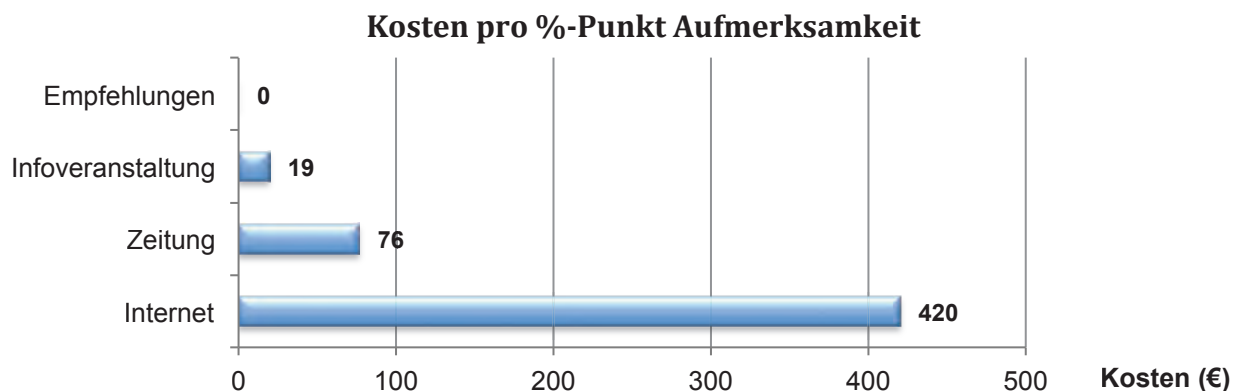


Abbildung 34: Kosten / Aufmerksamkeit

Aus der Abb. 34 wird deutlich, dass neben den Empfehlungen (in der Regel kostenlos), die Infoveranstaltungen die höchste Effizienz bzgl. der Projektwahrnehmung und in Relation zum Kostenaufwand darstellen (19 Euro pro %-punkt Aufmerksamkeit). Es folgen Zeitungsinserate mit 76 Euro. Die Nutzung des Internets weist hingegen eine vergleichsweise hohe Kostenstruktur auf (420 Euro pro Prozentpunkt Aufmerksamkeit).

4 Auf den Punkt gebracht (Zusammenfassung)

Das Projekt clevererKIEZ basiert auf einem integrativen Konzept, welches sozial- und umweltpolitische Ziele miteinander verknüpft. Dies konnte durch die Evaluationsergebnisse bestätigt werden. Im Rahmen des Projektes werden Langzeitarbeitslose im Rahmen einer intensiven Schulung durch die Berliner Energieagentur zu Energiesparberatern geschult und für die Energiesparberatungen vor Ort eingesetzt. Während der gesamten Projektlaufzeit wurde das Projekt von einem interdisziplinären Team wissenschaftlich begleitet und hinsichtlich seiner Akzeptanz und Wirkung evaluiert. Im Zeitraum vom 1. Januar 2010 bis zum 6. Mai 2013 nahmen insgesamt 1015 Haushalte am Projekt teil.

Die Ergebnisse belegen, dass mit dem Projekt clevererKIEZ eine in dieser Form bislang nicht vorhandene, attraktive Möglichkeit für Berliner Privathaushalte ins Leben gerufen werden konnte, Energiesparberatungen vor Ort in Anspruch zu nehmen. Inzwischen hat sich der Wirkungskreis u.a. durch eine strukturierte Öffentlichkeitsarbeit sowie die Gewinnung von Kooperationspartnern erweitert und die Energiesparberatungen werden in sämtlichen Bezirken Berlins durchgeführt. Zentrale Ergebnisse belegen, dass die Hauptzielgruppe der einkommensschwachen Haushalte erreicht wird. Beraten werden auch Haushalte, die nicht auf staatliche Unterstützung angewiesen sind. Der durchschnittliche Stromverbrauch der teilnehmenden Haushalte liegt unter dem Bundesdurchschnitt. Das schließt gleichwohl nicht aus, dass dennoch Energie eingespart werden kann, bzw. Einsparungen notwendig sind. Hauptmotive für die Teilnahme sind die Senkung von Stromkosten sowie das Angebot einer Energiesparberatung vor Ort.

Die Projektevaluation bestätigt, dass die von den Energiesparberatern ermittelten Einsparpotentiale von elf bis zu 16 Prozent sowohl durch den Einsatz von Soforthilfen als auch durch Verhaltensänderungen der Haushalte erzielt werden konnten. Insofern werden die Ziele hinsichtlich der Information und Aktivierung von Energiesparmaßnahmen in hohem Maße erreicht und Kosteneinsparungen sowohl für Haushalte als auch für Kommunen realisiert. Die im Projekt eingesetzten Energiesparberater konnten durch das Projekt in den Arbeitsmarkt integriert werden und ihre Kompetenzen im Bereich »Energiesparberatung« erweitern. Optimierungen im Bereich der Kooperation und Vernetzung mit anderen Institutionen (z.B. Arbeitsagenturen, Schulen) sind empfehlenswert, u.a. auch, um jüngere Projektteilnehmer sowie fokussierte Zielgruppen zu erreichen. Eine engere Zusammenarbeit mit Vermietern könnte z.B. durch den Einsatz von Empfehlungsschreibern realisiert werden.

Die hohe Inanspruchnahme der Beratungen des Projektes clevererKIEZ, sowohl im Berliner Bezirk Marzahn als auch im gesamten Stadtgebiet, ist ein Indiz für den vorherrschenden Bedarf; sie verdeutlicht gleichermaßen die hohe Akzeptanz der Energiesparberatungen. In seinem Modellcharakter mit der Verknüpfung sozialer, beschäftigungspolitischer und klimapolitischer Ziele ist das Projekt vorbildlich, gleichwohl und bedingt durch die starke Nachfrage, ausbaufähig.

Die Evaluationsergebnisse bestätigen, dass das Projekt clevererKIEZ einen erfolgreichen Beitrag dazu leistet, Bürger aus dem Stadtgebiet Berlin zu unterstützen, Strom, Wärme und Wasser effizient einzusetzen und somit die Umwelt, wie auch den eigenen und kommunalen „Geldbeutel“ zu entlasten.

Referenzen

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg:** Bevölkerung – Mikrozensus – Basisdaten; abrufbar unter: <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de/basisZeitreiheGrafik/bas-Mikrozensus.asp?Ptyp=300&Sageb=12002&creg=bbb&anzwer=2>; (abgerufen am 10.06.2013)
- Berger, Thomas,** 2011: Energiearmut: Eine Studie über Situation, Ursachen, Betroffene, AkteurInnen und Handlungsoptionen. Wien: Spectro- gemeinnützige Gesellschaft für wissenschaftliche Forschung.
- Berliner Abendblatt,** 2012: <http://www.abendblatt-berlin.de/> .
- Berliner Woche,** 2012: Mediendaten, <http://www.berliner-woche.de/verlag/> .
- Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf von Berlin,** 2013: Basisdaten Marzahn-Hellersdorf; abrufbar unter: <http://www.berlin.de/ba-marzahn-hellersdorf/derbezirk/zahlenfakten/index.html> (abgerufen am 13.06.2013).
- Boardman, Brenda,** 1991: Fuel Poverty: From Cold Homes to Affordable Warmth. London: John Wiley, Sons Ltd.
- Boardman, Brenda,** 2010: Fixing Fuel Poverty. Challenges and Solutions. London: Sterling.
- Brunner, Karl-Michael; Christanell, Anaj; Spitzer, Markus,** 2010: Energiekonsum, Armut, Nachhaltigkeit. Wien: Institut für Soziologie und empirische Sozialforschung, Wirtschaftsuniversität Wien.
- Brunner, Karl-Michael; Christanell, Anaj; Spitzer, Markus,** 2011: Energiekonsum und Armut. S. 319–348 in: Sozioökonomie. Die Rückkehr der Wirtschaft in die Gesellschaft, Metropolis Verlag Marburg: Gertraud Mikl-Horke.
- clevererKIEZ e.V.** (2013): <http://www.clevererkiez.de/> (aufgerufen am 23.05.2013)
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V . (DIW) Berlin,** 2012: Einkommensentwicklung und Armutsrisiko; DIW Wochenbericht 43, 2012, Berlin.
- Diekmann, Andreas,** 2005: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Hamburg: Burghard König.
- Duscha, Markus; Dünnhoff, Elke,** 2007: Leitfaden: Mindeststandards für die Evaluation von Stromsparprogrammen und die Ermittlung von Kosten-Nutzen-Effekten. Heidelberg: Ifeu-Institut für Energie- und Umweltforschung.
- Friedl, Christina,** 2011: Energiearmut in privaten Haushalten. Ausgewählte Maßnahmen im nationalen und europäischen Vergleich. Technischer Bericht, Energieinstitut an der Johannes Kepler Universität Linz, Linz.
- Hermann, Laurenz (BEA),** 2012a: Auswertung der Mitarbeiterbefragung clevererKIEZ e.V.; Berliner Energieagentur; Berlin, 29.11/6.12.2012.
- Hermann, Laurenz (BEA),** 2012b: Auswertung der Öffentlichkeitsarbeit clevererKIEZ e.V.; Berliner Energieagentur.
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V.,** 2012: <http://www.ivw.eu/>
- Kopatz, Michael,** 2013: „Energiewende. Aber fair! Wie sich die Energiezukunft sozial tragfähig gestalten lässt“, oekom verlag München, 2013
- Kopatz, Michael,** 2011: „Energiearmut“: ein Problem in Deutschland... S. 47–49 in: Alternative Kommunalpolitik, Band 32, Bielefeld.
- Kopatz, Michael; Spitzer, Markus; Christanell, Anja,** 2010: Energiearmut. Stand der Forschung, nationale Programme und regionale Modellprojekte in Deutschland, Österreich und Großbritannien. Wuppertal: Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH.
- Oberascher, Claudia,** 2013: Stromverbrauch und Stromverwendung der privaten Haushalte in Deutschland. Ergebnisse einer Studie im Auftrag von HEA, BDEW und EnergieAgentur.NRW, 2012; abrufbar unter: http://www.hea.de/akademie/downloads/1301_Energieverbrauch_und_Energieverwendung_im_Haushalt.pdf (abgerufen am 10.06.2013).
- Schaller, Sandra,** 2011: Nutzerstruktur des Projektes EnergieSchuldenPrävention (ESP) in Nürnberg; Diplomarbeit, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.
- Schnell, Rainer; Hill, Paul; Esser, Elke,** 2008: Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenbourg Verlag, 2008.

