



Gut beraten sanieren

Leitfaden für den Aufbau regionaler Netzwerke





© 2012, NABU-Bundesverband

Naturschutzbund Deutschland (NABU) e.V.
www.NABU.de

Charitéstraße 3, 10117 Berlin
Tel. 030.28 49 84-0
Fax 030.28 49 84-20 00
NABU@NABU.de

Text: Tina Mieritz, Carsten Wachholz, Ulf Sieberg
Redaktion: Melanie Ossenkop
Lektorat: Christian Jerger, Berlin
Gestaltung: süßes + saures, Berlin

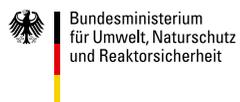
Druck: Druckerei Javitz GmbH, Berlin, www.javitz.com, zertifiziert nach EMAS, gedruckt auf 100 % Recyclingpapier, zertifiziert mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“, 1. Auflage 10/2012

Bezug: Die Broschüre erhalten Sie beim NABU Natur Shop, Gutenbergstraße 12, 30966 Hemmingen. Tel. 05 11.89 81 38-0, Fax 05 11.1 89 81 38-60, Info@NABU-Natur-Shop.de oder unter www.NABU.de/shop. Versandkosten werden Ihnen in Rechnung gestellt.

Art.-Nr. 5310

Bildnachweise: Titel: Fotolia/ArTo; S. 2: NABU/S. Szcsepanski (o.), adpic/E. Wodicka (u.); S. 4: Klimaschutzagentur; S. 5: NABU/Hoffotografen; S. 7: Fotolia/G. Sanders (o.), A. Matern (u.); S. 9: eza!/rupp; S. 11: NABU/M. Delpho (o. r.), Fotolia/Onidji (o. l.); S. 12: eza!; S. 13: NABU/C. Kuchem (l.), NABU/M. Muszeika (r.), Arco Images/NPL/K. Taylor (u.); S. 14 u. 15: eza!; S. 17: Fotolia/JjSIGN (l.), NABU/H. May (r.); S. 19: Fotolia/Woodapple (o.), Fotolia/rtrrob (u.); S. 20: P. Granzow; S. 21: NABU/K. Karkow; S. 23: Fotolia/mankale (l.), NABU/G. Rottmann (r.); S. 25: dbu/haus sanieren – profitieren; S. 27: eza!; U4: Fotolia/ArTo

Das Projekt wurde gefördert vom Umweltbundesamt aus Mitteln des Bundesumweltministeriums. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.



Gemeinsam für die Natur

Machen Sie mit! Werden Sie NABU-Mitglied, spenden Sie für unsere Naturschutzprojekte. www.NABU.de

Vorwort	5
Beratungs- und Sanierungsnetzwerke wozu?	
Was leisten Beratungsnetzwerke?	6
Sanierungsfahrplan Deutschland	7
Orientierung im Info- und Beratungsdschungel	8
Hemmnisse bei der Sanierungsberatung abbauen	9
Angebote für spezifische Zielgruppen	10
Exkurs: Artenschutz an Gebäuden	12
Der Weg zum Netzwerk	
Projektgruppe gründen	14
Lokale Potenziale nutzen	16
Zusammenarbeit organisieren	18
Kostendeckende Finanzierung	19
Begleitende Kommunikation	
Professionell nach innen und außen	20
Gespräche	20
Planungsworkshop	22
Gründungsveranstaltung	23
Externe Öffentlichkeitsarbeit	24
Maßgeschneidert zum Erfolg	24
Qualitätssicherung	
Standards setzen	26
Evaluation	27
Verbessern, vertiefen, erweitern	29
Tipps zum Surfen und Weiterlesen	30
NABU vor Ort	31



Klima- und Ressourcenschutz gemeinsam voranbringen

Deutschland will bis zum Jahr 2050 seine CO₂-Emissionen um mindestens 80 Prozent mindern. Bei diesem ambitionierten Ziel führt kein Weg am Gebäudebestand vorbei. Seine energetische Sanierung birgt große Potenziale für den Klimaschutz. Mit dem im September 2010 verabschiedeten Energiekonzept und den Beschlüssen zur Energiewende vom Juni 2011 hat die Bundesregierung erste Schritte in die richtige Richtung getan. 2050 soll der Gebäudebestand klimaneutral sein. Das Vorhaben der Bundesregierung erfordert intelligente und langfristige Sanierungsstrategien. Bis 2050 verbleiben bei jedem Gebäude nur wenige Gelegenheiten, dessen energetische Qualität auf einen hohen Standard zu verbessern. Die optimale Beratung der Hauseigentümer ist somit entscheidend für die Umsetzung der Klimaziele. Bewährt haben sich hierfür Vernetzungen zwischen regionalen Akteuren, die gewerkeübergreifende Sanierungen auf hohem Niveau anstoßen, begleiten und evaluieren.

Damit Hauseigentümer eine bessere Unterstützung bei Sanierungsentschei-

dungen erhalten, hat der NABU das zweijährige Projekt „Klima- und Verbraucherschutz durch hochwertige energetische Gebäudesanierung“ gestartet, das vom Umweltbundesamt mit Mitteln des Bundesumweltministeriums gefördert wird. Ziele des Projekts sind der Aufbau und die Weiterentwicklung von regionalen Beratungsnetzwerken.

Der NABU möchte mit dem vorliegenden Leitfaden alle Interessierten zur Zusammenarbeit motivieren und Wege aufzeigen, regionale Netzwerke zu initiieren und weiterzuentwickeln. Die folgenden Seiten enthalten Empfehlungen und praktische Tipps für die Planung und Umsetzung, mit denen sich gute Fortschritte bei der Sanierungsberatung erzielen und ihre Qualität sichern lassen.

Ich wünsche Ihnen eine interessante und anregende Lektüre.

Olaf Tschimpke
NABU-Präsident





Beratungs- und Sanierungsnetzwerke wozu?



Was leisten Beratungsnetzwerke?

Beratungs- und Sanierungsnetzwerke bieten die Möglichkeit, in einer bestimmten Region die hochwertige energetische Modernisierung des Wohnungsbestandes voranzubringen. Wichtige regionale Partner sind Energieberater, Vertreter der Kommunen, Planer, Architekten, Handwerker, Ingenieure, Verbraucherschutzorganisationen, Energieversorgungsunternehmen, Anbieter von Energieeffizienztechniken und -dienstleistungen, Energieagenturen sowie Banken und Bausparkassen. Im Netzwerk bieten sie eine unabhängige, kompetente, gewerkeübergreifende und vertrauenswürdige Anlaufstelle zu allen Fragen der Gebäudesanierung.

„Wir müssen Bürgerinnen und Bürger abholen und auf dem Weg der Sanierung begleiten.“
Bürgermeister
Frank Schneider, Langenfeld

Die Hauptaufgabe des Netzwerks besteht zunächst in der Bündelung und Koordination von Informationen, die Verbraucher zur energetischen Gebäudesanierung erhalten sollen. Etablierte Beratungs- und Sanierungsnetzwerke oder „Experten-netzwerke“ zeichnet die interdisziplinäre Vernetzung der verschiedenen Fachleute

aus, ferner Maßnahmen zur Qualitätssicherung, gemeinsame Weiterbildungen und eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus entwickeln sie eigene Instrumente und Dienstleistungsangebote, mit denen Hauseigentümer gezielt angesprochen und dabei unterstützt werden, die energetische Qualität eines Gebäudes zu bewerten und zu vergleichen. Jedes Netzwerk lebt vom Engagement der einzelnen Akteure und dem offenen Austausch untereinander und nach außen. Damit lassen sich je nach Entwicklungsstufe des Netzwerks ...

- ... die öffentliche Aufmerksamkeit für den Sanierungsbedarf erhöhen,
- ... abgestimmte Beratungen anbieten, die für Gebäudeeigentümer übersichtlich sind und die Akzeptanz erhöhen,
- ... die Planung und Entscheidung für die benötigten Investitionen vorbereiten bzw. erleichtern,
- ... individuell geeignete und qualitätsgesicherte Lösungen für die energetische Modernisierung von Gebäuden sowie passgenaue Finanzierungswege entwickeln sowie deren Umsetzung fachlich begleiten.

Netzwerke richten sich in ihren Aktivitäten generell an Netzwerkpartner, Gebäudeeigentümer und Multiplikatoren. Durch das Kennenlernen und die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Akteure werden darüber hinaus Reibungsverluste, die sich zwangsläufig aus der Wettbewerbssituation ergeben, reduziert.

Sanierungsfahrplan Deutschland

Der größte Teil der Energie, die wir heute zum Heizen und Kühlen, zur Warmwasserbereitung und zur Klimatisierung von Gebäuden einsetzen, lässt sich einsparen. Effektiv sind Maßnahmen zur Wärmedämmung von Dach, Wänden und Kellerdecke, der Einbau von wärmeisolierenden Fenstern, die Umstellung auf energieeffiziente Heizungs- und Lüftungssysteme oder die Nutzung von erneuerbaren Energien. Die Politik muss im Rahmen eines langfristig angelegten Sanierungsfahrplans für einen klimaneutralen Gebäudebestand verlässliche Vorgaben machen, ihre Umsetzung kontrollieren und die Qualität sichern. Zugleich benötigen die Hauseigentümer finanzielle Unterstützung bei der Sanierung ihrer Gebäude, zusätzliche Investitionsanreize sowie verbraucherfreundliche Beratungsangebote. Information und Beratung werden

häufig als „weiche Instrumente“ bezeichnet und in ihrer tatsächlichen Bedeutung für die Planung und Umsetzung von Sanierungsmaßnahmen unterschätzt. Für den NABU sind Beratungs- und Sanierungsnetzwerke auf regionaler Ebene ein zentraler Baustein für das Erreichen der Klimaschutzziele im Gebäudebereich. Sie ermöglichen passgenaue Lösungen für konkrete Gebäude oder Quartiere und können ordnungsrechtliche Vorgaben, Fördermöglichkeiten, wirtschaftliche Lösungen, technische Innovationen und das soziale Umfeld zusammendenken.





Beratungs- und Sanierungsnetzwerke wozu?



Orientierung im Info- und Beratungsdschungel

Sanierungsberatungen unterscheiden sich in ihrer Nachvollziehbarkeit, Attraktivität und dem Kosten-Nutzen-Aufwand. Beratungsangebote finden Interessierte zumeist über Internetauftritte oder Mundpropaganda. Die Inhalte sind unterschiedlich und reichen von der Erstsprache mit allgemeinen Basisinformationen zur Sensibilisierung für das Thema über Gebäudechecks und Initialberatungen zu baulichem Wärmeschutz und Anlagentechnik bis hin zur konzeptorientierten Beratung (siehe Grafik). Letztere

beschreibt den Istzustand des Gebäudes, das erforderliche Zielniveau und macht verschiedene Vorschläge, wie das Ziel unter Berücksichtigung der Kosten erreicht werden kann. Gleichzeitig beinhaltet sie Informationen zu möglichen Förderungen. Der Kunde erhält anschließend einen umfassenden Beratungsbericht. Auf dieser Basis kann mit der Planung und Ausführung zur energetischen Gebäudesanierung begonnen werden. Ein Netzwerk kann diese begleiten und die Evaluation und Dokumentation der Sanierungsergebnisse übernehmen.

Die Beratungskette



Hemmnisse bei der Sanierungsberatung abbauen

Sanierungsberatungen werden überwiegend von Gebäudeeigentümern in Anspruch genommen, die sich bereits für eine energetische Sanierung entschieden haben. Etwa 30 Prozent der Sanierer entscheiden sich nur für eine persönliche Sanierungsberatung, während Fachzeitschriften oder Auskünfte von Architekten oder Herstellern deutlich öfter zurate gezogen werden (Stieß et al. 2010). Viele Hauseigentümer entwickeln erst gar keine Modernisierungspläne, weil sie die Potenziale und den Sanierungsbedarf ihres Gebäudes nicht kennen. Auch das Alter kann eine Hürde sein. Jüngere Hausbesitzer entscheiden sich generell eher für eine Sanierung als ältere. Letztlich hängt eine Sanierung immer von den finanziellen Möglichkeiten ab bzw. dem Willen der Banken, hierfür Kredite zu vergeben. Eigentümer finanzieren Maßnahmen am Gebäude gern aus dem Ersparten in einem für sie überschaubaren Zeitraum.

Nach einer Initialberatung fühlen sich viele Kunden bereits so gut informiert, dass nur ein kleiner Teil weiterführende, gebäudebezogene Beratungen in Anspruch nimmt. Aber nur eine konzept-

orientierte Beratung führt auch zu einem maßgeschneiderten Sanierungskonzept, das das Gebäude auf den langfristig zu erreichenden Energiestandard hebt. Das persönliche Gespräch in Kombination mit einem Vor-Ort-Termin ist daher die wichtigste Form der Beratung für eine anstehende Baumaßnahme. Sie kann auch mit teilstandardisierten Informations- und Bewertungstools im Internet kombiniert werden.

Das persönliche Gespräch in Kombination mit einer Vor-Ort-Beratung ist die wichtigste Form der Beratung für eine anstehende Baumaßnahme.

Für Verbraucher ist es schwer, bei den vielfältigen Angeboten und Anbietern die Übersicht zu behalten. Auch haben Energieberatungen mitunter einen schlechten Ruf, weil Berater nicht ausreichend qualifiziert sind oder transparente, gebäude-spezifische Informationen fehlen. Automatisch erzeugte Beratungsberichte, die für Laien wenig Aussagekraft haben, verstärken den Unmut. Erfahrungen haben gezeigt, dass die Hälfte aller Kunden mit einer persönlichen Beratung jedoch sehr zufrieden ist.

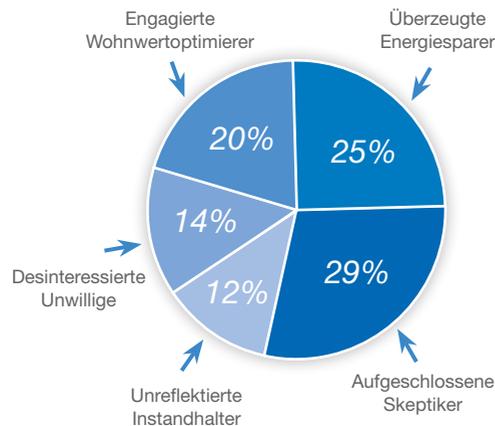


Beratungs- und Sanierungsnetzwerke wozu?



Angebote für spezifische Zielgruppen

Sanierungsberatungen müssen auf die unterschiedlichen Typen von Hauseigentümern zugeschnitten werden. In einem Sanierungsnetzwerk können die Akteure Synergien nutzen und eine gemeinsame, abgestimmte Ansprache für die jeweiligen Zielgruppen entwickeln.



(nach Stieß et al. 2010)

Das Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) schlägt hierfür ein Modell mit fünf Zielgruppen vor, die sich in ihrer Motivation und ihren Anforderungen an Beratungsangebote voneinander abgrenzen.

Überzeugte Energiesparer:

Sie haben eine hohe Eigenmotivation und sind daher geneigt, Sanierungsmaßnahmen durchzuführen. Die Beratung muss in vollem Umfang bis hin zur Detailberatung angeboten werden und ihnen die Möglichkeit bieten, sich intensiv mit energetischen Sanierungsmaßnahmen auseinanderzusetzen. Überzeugte Energiesparer können sehr wertvolle Multiplikatoren im eigenen Umfeld sein.

Engagierte Wohnwertoptimierer:

Sie bewohnen neuere Häuser in vergleichsweise gutem energetischem Zustand, sehen aber keinen akuten Handlungsbedarf. Die Gruppe hat eine starke emotionale Bindung an das Haus, daher sind Optik und Ästhetik entscheidend. Sie besitzt Interesse an neuen Anstrichen, Erweiterung der Wohnfläche oder Dachausbau. Die Beratung kann hier für energetische Maßnahmen im Zuge von Um- und Ausbaumaßnahmen sensibilisieren. Als Kommunikationswege eignen sich der Bau- und Fachhandel, Handwerker oder Architekten, die Nachbarschaft und soziale Netzwerke.

Aufgeschlossene Skeptiker:

Die Gruppe zeigt Offenheit gegenüber energetischen Sanierungen, die den Wert eines Gebäudes erhalten, Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind für sie dagegen eher sekundär. Zugleich bestehen Unsicherheit über den wirtschaftlichen Nutzen von Sanierungen und ein Gefühl von Überforderung bei der Planung und Durchführung. Generell haben aufgeschlossene Skeptiker aber ein Interesse an Einzelmaßnahmen und Maßnahmenpaketen. Eine unabhängige Initialberatung kann hier Unsicherheiten abbauen und Impulse geben.

Unreflektierte Instandhalter:

Sie handeln wenig vorausschauend, sondern reagieren überwiegend spontan auf akute Probleme. Dabei werden nur die nötigsten Maßnahmen umgesetzt. Zur energetischen Sanierung haben sie kaum Bezug, aber auch wenige Vorbehalte dagegen. Hauptinteresse ist die Kostenreduktion. Der Ansatz für die Kommunikation ist daher die direkte Ansprache in einer Initialberatung. Auch Handwerker können die Hinweise für eine langfristige Sanierungsplanung geben.

Desinteressierte Unwillige:

Sie haben starke Vorbehalte gegenüber energetischen Sanierungen, weil ihnen der Nutzen unklar ist. Die Gruppe besitzt eine negative Erwartungshaltung in Bezug auf Unannehmlichkeiten und Kosten und ein geringes Vertrauen in die professionelle Beratung. Baumaßnahmen setzt sie überwiegend in Eigenleistung um. Eine Beratung über den Baumarkt oder Fachhandel kann hier Vorbehalte abbauen. Berater müssen ihre Angebote auf die verschiedenen Interessengruppen zuschneiden. Insbesondere für weiterführende, konzeptorientierte Beratungen ist ein Verständnis für den Kunden und seine Bedürfnisse besonders wichtig. Dieser muss sich wirklich beraten und nicht abgefertigt fühlen. Der Berater übernimmt somit eine Vordenkerrolle. In einem Netzwerk können diese Ansprüche leichter erfüllt und maßgeschneiderte Dienstleistungen aufeinander abgestimmt und überzeugender angeboten werden als durch Einzelpersonen. Auch für den Verbraucher steigt der Nutzen, wenn ihm ein spezialisierter Berater Dienstleistungen anbietet, die seinen Vorstellungen entsprechen. Erfahrungen zeigen, dass Berater, die in Netzwerken aktiv sind, erfolgreicher arbeiten als andere.



Beratungs- und Sanierungsnetzwerke wozu?



Aus der Praxis:

eza! energie- & umweltzentrum allgäu

Das eza! wurde 1998 mit dem Ziel gegründet, den Einsatz umweltfreundlicher, ressourcenschonender Techniken zu verbreiten sowie Verbraucher über rationelle Energieverwendung und die Nutzung regenerativer Energien aufzuklären und zu informieren. Mit dem Betrieb von regionalen Beratungs- und Sanierungsnetzwerken erfüllt eza! seine Lotsenfunktion, indem es die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren – von Fachleuten bis hin zu Unternehmen – koordiniert. Für Hauseigentümer bietet es an über 50 Standorten im Allgäu Initialberatungen sowie Qualitätssicherung für Vor-Ort-Beratungen an. Gebäudeeigentümer, die sich für Sanierungsmaßnahmen entscheiden, finden im *Netzwerk eza!-Partner* Experten aus der Baubranche, die fachlich immer auf dem neusten Stand sind.



Exkurs: Artenschutz an Gebäuden

Lebensräume für Vögel und Fledermäuse in und unter Dächern, hinter Fassadenverkleidungen, Fallrohren oder in Fassadennischen können ersatzlos verloren gehen, wenn Handwerker mit Bau- und Modernisierungsmaßnahmen an Gebäuden beginnen. Vogelarten wie Mauersegler, Haussperling und Dohle oder seltene Fledermausarten wie Zwerg- und Breitflügelfledermaus sind im städtischen Raum auf vielfältige Gebäudestrukturen angewiesen, die sie als Schlaf- und Brutquartiere nutzen. Sie sind über § 44 im Bundesnaturschutzgesetz rechtlich geschützt und dürfen nicht zerstört werden. Der Vorhabenträger der Sanierung ist gegenüber der für den Artenschutz zuständigen Behörde verpflichtet, eine frühzeitige Überprüfung durch Fachleute vornehmen zu lassen, damit erkannt wird, ob Handlungsbedarf besteht. Nist- und Lebensstätten müssen bei Gebäudesanierungen erhalten, wiederhergestellt oder ersetzt werden, um den geschützten Tieren langfristig einen Lebensraum zu bieten. Fachleute können Artenschutzmaßnahmen empfehlen oder bei Bedarf geeignete Ersatzquartiere vorschlagen. Bei Modernisierungen und Neubauten ist die Einplanung von Quartieren für die

Tiere sinnvoll, um der „Wohnungsnot“ entgegenzuwirken. Viele Lösungsmöglichkeiten können mit wenig Aufwand, geringen Kosten und ohne erhebliche zeitliche Verzögerungen umgesetzt werden.

Klima- und Artenschutz können bei der energetischen Gebäudesanierung gut miteinander verknüpft werden. Die Sa-

nierungsarbeiten sollten mit der Brutzeit bzw. dem Vorkommen des Gebäudes bewohnenden Vogel- oder Fledermausart abgestimmt werden. Durch den Einbezug entsprechender Partner in regionale Beratungsnetzwerke kann ein wesentlicher Beitrag zur besseren Vereinbarkeit von Sanierungsmaßnahmen und Artenschutz am Gebäude erreicht werden.

Fazit – Netzwerke zur energetischen Gebäudesanierung

- sind sinnvoll, weil alle nachgefragten Dienstleistungen nicht von einem Berater allein erbracht werden können.
- sind als gemeinschaftliche Initiativen erfolgreicher, weil sie mit verschiedenen Instrumenten für die Thematik sensibilisieren und zielgruppenspezifische Angebote für eine Sanierung entwickeln können.
- helfen Gebäudeeigentümern, eine Strategie zur Sanierung ihrer Gebäude zu entwickeln, und geben Auskunft, wer zur Durchführung der jeweiligen Maßnahmen in der Lage ist.
- helfen die hohe Qualität der Netzwerkpartner in der Beratung und Sanierungspraxis zu halten und weiterzuentwickeln.
- stellen neben unabhängigen Beratungsleistungen auch schnell und unbürokratisch Informationen zu Angeboten in der Region sowie zu Fördermöglichkeiten zur Verfügung.
- kooperieren bei Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Kundenbetreuung.





Der Weg zum Netzwerk

Projektgruppe gründen

Die Vorbereitungen für ein Beratungs- und Sanierungsnetzwerk fangen bereits lange vor der Gründung an. Meist kommen die Idee und Motivation hierzu von einzelnen Akteuren, die sich mit anderen Engagierten zunächst informell zu einer Projektgruppe zusammenfinden und erste Entwicklungsschritte und Aktionen auf den Weg bringen. Die Gruppe sollte frühzeitig einen Hauptverantwortlichen

benennen, der die Entwicklungsschritte koordiniert und bei Interessenkonflikten zwischen den Akteuren vermitteln kann. Beim Forum EnergieEffizienz in Langenfeld, das derzeit im Aufbau ist, übernimmt beispielsweise der Klimaschutz-Koordinator der Stadt die Netzwerkkoordination.



Mögliche Akteure

- *Kommunen und Kreise können in der Anfangsphase die wichtige Federführung übernehmen und die Erstansprache von Gebäudeeigentümern und potenziellen Modernisierern begleiten.*
- *Energieberater können wichtige Erfahrungen zur Information und Motivation privater Eigentümer einbringen.*
- *Handwerker verschiedener Gewerke bringen wertvolles Wissen zur Sanierungs- und Baupraxis mit.*
- *Handwerkskammern unterstützen durch Beratung und Bildung die handwerklichen Anbieter.*
- *Planer und Architekten sind stark in das Sanierungsgeschehen vor Ort involviert.*
- *Vertreter der Bauverwaltung, Umweltverwaltung oder Wirtschaftsförderung überblicken die Sanierungssituation.*
- *Kommunalpolitiker, Bürgermeister und Landräte können das Thema „Energetische Gebäudemodernisierung“ zum Markenzeichen ihrer Region machen und als integralen Bestandteil ihrer Klimaschutzpolitik und der wirtschaftlichen Förderung des Mittelstands vorantreiben.*
- *Verbraucherschutzorganisationen bringen Erfahrungen zur Bürgeransprache und der Gestaltung landes- und bundesfinanzierter Energieberatungsangebote mit.*
- *Partner aus regionalen Medien und Agenturen können über das Thema Sanierungsberatung berichten oder helfen, eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit zu organisieren.*
- *Wissenschaftsvertreter können technische Innovationen und methodisches Know-how einbringen.*
- *Interessierte Bürgerinnen und Bürger, die sich in Agenda-21-Arbeitskreisen oder anderen Fachforen zur energetischen Gebäudemodernisierung engagieren, helfen, das Netzwerk regional zu verankern.*
- *Sparkassen und Banken bieten wichtige Finanzierungsdienstleistungen für das Baugeschehen an.*
- *Unternehmen können mit Spezialangeboten für Gebäudeeigentümer Investitionen anregen.*
- *Immobilienverbände treten als Multiplikatoren und Unterstützer der Hauseigentümer auf.*



Der Weg zum Netzwerk

Lokale Potenziale nutzen

Aufgabe der Projektgruppe ist es, die Initiative durch persönliche Kontakte sowie mit Informationen und Materialien zu unterstützen und bereits vorhandene und neue Beratungsaktivitäten in der Region zu vernetzen und weiterzuentwickeln. Die Gruppe sollte hierzu gezielt weitere Akteure und Partner für die Mitarbeit gewinnen (vgl. S. 15). Auf diesem Weg können während der Aufbauphase weitere Interessengruppen im Bereich Gebäudesanierung zum Netzwerk hinzukommen und dieses bereichern.

Damit das Beratungsnetzwerk später effektiv arbeiten kann, muss sich die Projektgruppe zunächst einen Überblick über die Lage vor Ort verschaffen. Die Analyse des Status quo sollte einen Überblick über die Entwicklung des Gebäudebestands und der Sanierungstätigkeiten sowie über die Kommunikations- und Organisationsstrukturen geben. Auch die Leistungsfähigkeit und Nachfrage im regionalen Bauhandwerk sollten untersucht werden sowie Gründe, aus denen Eigentümer Sanierungsmaßnahmen durchführen. Zudem ist die bestehende Beratungssituation zu bewerten: Welche Beratungsstrukturen gibt es? Welche Ver-

besserungsvorschläge haben die ansässigen Berater? Worin liegt der Mehrwert eines Beratungsnetzwerks?

Für die Beurteilung der Ausgangslage reicht es, die Chancen und Risiken für den Aufbau eines erfolgreichen Sanierungsnetzwerks zunächst grob zu umschreiben. Auf Basis der Status-quo-Analyse verständigt sich die Projektgruppe über gemeinsame Ziele und Qualitätsstandards, um anschließend das weitere Vorgehen planen zu können (vgl. S. 26 ff.). In bilateralen Gesprächen und Planungsworkshops lassen sich zudem weitere Personen für die Mitarbeit gewinnen (vgl. S. 20).

Die Informationen können anhand von Checklisten erhoben werden. Bei den Bewertungen der „Entwicklungen im Gebäudebestand“ sollten konkrete Daten zur Siedlungsentwicklung sowie Daten zum Sanierungsstand ermittelt werden. Es empfiehlt sich außerdem, frühzeitig zu prüfen, welche Kommunikations- und Organisationsstrukturen vor Ort bereits vorhanden sind, die für die weitere Arbeit genutzt werden können.



Mögliche Fragen für die Status-quo-Analyse

Bewertung von Chancen und Risiken für den Erfolg des Beratungsnetzwerks zur energetischen Gebäudesanierung

Analyse der Entwicklungen im Gebäudebestand

Altersstruktur der Bevölkerung	<ul style="list-style-type: none"> Nimmt die Altersgruppe der Haushaltsgründer zwischen 18 und 25 Jahren zu oder ab? Wie stark ist die Überalterung (insbesondere 80+)? Wie ist der Bevölkerungstrend?
Wirtschaftsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> Wie sieht die Wirtschaftsstruktur aus? (z. B. stabil, vielfältig, einseitig auf ... ausgelegt)
Bau- und Siedlungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> Wie hoch ist der Anteil sanierungsbedürftiger Gebäude? Wie ist der Trend?
Sanierungsrate und -effizienz	<ul style="list-style-type: none"> Wie hoch ist der Anteil der jährlich sanierten Gebäude? Welche Einsparungen wurden mit den durchgeführten Sanierungen erzielt?
Schwerpunkte bei Sanierung und Modernisierung	<ul style="list-style-type: none"> Werden eher Teil- oder Komplettsanierungen durchgeführt? Sind Sanierungsmaßnahmen langfristig angelegt und aufeinander abgestimmt oder nur punktuell?

Analyse der Kommunikations- und Organisationsstruktur

Bestehende Beratungssituation	<ul style="list-style-type: none"> Welche Beratungsstrukturen gibt es? Welche Probleme haben die ansässigen Berater?
Bestehende Netzwerkstrukturen	<ul style="list-style-type: none"> Gibt es bereits Initiativen? Welche Beteiligten sind/waren dafür entscheidend? Wurden Initiativen aufgegeben? Warum? Wie ist die Zusammenarbeit mit örtlichen Banken, Baufinanzierern, Kirchen ...?
Akteure aus Politik und Verwaltung	<ul style="list-style-type: none"> Vertreten kommunale Politiker „die Sache“ mit Engagement? Haben Verwaltungsmitarbeiter Ressourcen, um zum Thema zu arbeiten? Ist die energetische Gebäudesanierung in der Region von Belang?
Externe Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> Hat sich bereits ein externer Kommunikationsdienstleister bewährt? Sind externe Dienstleister zu aufwendig/teuer?
Bürgerschaft	<ul style="list-style-type: none"> Gibt es aktive Bürgerforen, gab es Agenda-21-Prozesse? Wenn ja, wie rege war die Beteiligung der Bürgerschaft? Gibt es ein aktives Vereinsleben? Wie gut sind die Einwohner zu motivieren?
Intra- und interkommunale Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> Welche Formen der Abstimmung und Zusammenarbeit sind bereits etabliert? Gibt es Konkurrenz zu benachbarten Regionen?



Der Weg zum Netzwerk



Zusammenarbeit organisieren

Eine motivierte Projektgruppe kann sich zunächst gut selbst organisieren. Je intensiver die Akteure zusammenarbeiten, desto wichtiger werden neben einem gemeinsamen Selbstverständnis und einer gemeinsamen Zielsetzung auch verbindliche Qualitätsmaßstäbe für die Zusammenarbeit im Netzwerk. Je nach Verlauf und den Vorstellungen der Akteure gibt es verschiedene Möglichkeiten für die Organisation und formale Abläufe. Ansprechpartner, Verantwortlichkeiten und Regeln für die interne und externe Kommunikation können in einer Geschäftsordnung festgelegt werden.

Der Träger übernimmt als unabhängige Anlaufstelle eine besondere Funktion im Netzwerk, denn er vermittelt zwischen unterschiedlichen Interessen der Akteure.

Die Klimaschutzagentur „energiekonsens“ in Bremen hat Energieberater, Handwerker und Planer in dem Netzwerk Energie-Experten organisiert. Die Energie-Experten verpflichten sich auf einen „Energie-Kodex“ und erfüllen formale Aufnahmekriterien, die je nach Gewerk und Beruf variieren. Begleitet wird

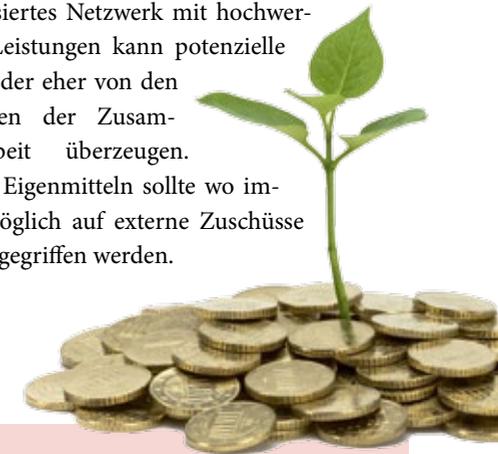
das Netzwerk von einem Beirat, dessen Zusammensetzung und Aufgaben in einer Satzung geregelt werden. „energiekonsens“ stellt eine Netzwerkmanagerin, die Ansprechpartnerin für die Expertenbetriebe ist und Termine wie Beiratssitzungen, Weiterbildungen, Expertentage und Veranstaltungen organisiert. Als weitere Organisationsformen bieten sich Energiegenossenschaften oder Vereine an.

Von den vielen Akteuren, die in die Vorbereitung, Planung, Ausführung und Finanzierung von Bau- oder Sanierungsmaßnahmen eingebunden sind, sollten einige als Träger und Multiplikatoren gewonnen werden. Der Träger übernimmt als unabhängige Anlaufstelle eine besondere Funktion im Netzwerk, denn er vermittelt zwischen den unterschiedlichen Interessen der Akteure. Besonders eignen sich öffentliche Träger, etwa Kommunen oder Landkreise. Das Zusammenspiel von Energieberatern, Planern und Architekten mit Handwerkern, Energieversorgern und Banken führt mitunter zu Konflikten, zumal Letztere häufig an der Finanzierung der Netzwerke beteiligt sind.

Kostendeckende Finanzierung

Die Herausforderung für Beratungs- und Sanierungsnetzwerke besteht darin, dass sie sich selbst tragen und die Kosten für ihre Leistungen, die Qualitätssicherung und die Öffentlichkeitsarbeit decken können. Die Anschubfinanzierung kann über zahlungskräftige Partner wie Kommunen, Energieversorger oder Banken sichergestellt werden, sollte die Unabhängigkeit des Netzwerks aber nicht gefährden. Bei Handwerkskammern und Kommunen, die sich auch mit Personalstellen am Netzwerk beteiligen können, ist die Mittelakquise sehr aufwendig.

Viele Netzwerke erhalten keine institutionelle Finanzierung, sondern finanzieren sich über Beratungshonorare, Mitgliedsbeiträge und Spenden. Ein professionell organisiertes Netzwerk mit hochwertigen Leistungen kann potenzielle Mitglieder eher von den Vorteilen der Zusammenarbeit überzeugen. Neben Eigenmitteln sollte wo immer möglich auf externe Zuschüsse zurückgegriffen werden.



Fazit – zentrale Schritte zum Aufbau eines Netzwerks

- Bildung einer Projektgruppe aus Akteuren unterschiedlicher Interessengruppen
- Auswertung von vorhandenen Informationen, Ansprache potenzieller Partner und Multiplikatoren sowie konzeptionelle Weiterentwicklung
- Bestandsaufnahme der Sanierungs- und Beratungssituation und Bewertung der Chancen und Risiken für das neue Netzwerk als Grundlage für die weitere Planung
- Bilaterale Gespräche und gemeinsame Planungsworkshops zur Klärung von Inhalten und Organisationsfragen
- Klärung von Trägerschaft und Finanzierungsmodell



Begleitende Kommunikation

Professionell nach innen und außen

Die Kommunikation des Netzwerks nach innen und nach außen spielt eine zentrale Rolle für den Erfolg der Beratungsarbeit. Für die internen Abläufe sollte beispielsweise geregelt werden, wie die verschiedenen Akteure im Netzwerk sich entlang der Beratungskette gegenseitig informieren müssen. Während der Aufbauphase des Netzwerks haben sich vor allem bilaterale Gespräche und Planungsworkshops bewährt. Gemeinsame Aktivitäten und öffentliche Aktionen können gerade in der Aufbauphase die verschiedenen Netzwerkakteure motivieren und den Zusammenhalt stärken.

Gespräche

Bevor die Projektgruppe einen Planungsworkshop organisiert, sollte sie im Vorfeld weitere Akteure aus der Region ansprechen. Vorhandene Kontakte sind hier von Vorteil. In Einzelgesprächen kann dann geklärt werden, ob und aus welcher Motivation heraus die Gesprächspartner am Aufbau, an der Gründung und der laufenden Arbeit eines Netzwerks mitwirken wollen. In diesen Gesprächen sollte auch geklärt werden, welche Funktion die Akteure im Netzwerk übernehmen wollen.

Aus der Praxis: Gemeinsamkeit schaffen durch Aktionen

Mit einem ungewöhnlichen Straßenumzug wirbt die Energiekarawane in Viernheim für ihr Netzwerk zur Gebäudesanierung. Dabei laufen Vertreter der Stadt gemeinsam mit Experten von Haus zu Haus, um den Eigentümern eine Energieberatung zu vermitteln. Zwei Kamele und ein Ölschleich machen als auffällige Begleiter auf das Thema und auf die Abhängigkeit von den fossilen Energieträgern aufmerksam. „Die Mehrheit der Eigentümer erreicht man nur durch persönliche Ansprache“, sagt Philip Granzow, Nachhaltigkeitsbeauftragter der Stadt Viernheim.

Informationen zur Energiekarawane unter www.viernheim.de/Energiekarawane.energiekarawane.0.html



Fragen für Einzelgespräche

- In welchem Zusammenhang (persönlich/beruflich) beschäftigen Sie sich mit Fragen der energetischen Gebäudesanierung?
- Über welche Informationen zu Sanierungs- und Beratungsnetzwerken allgemein sowie zum geplanten Vorhaben in unserer Region verfügen Sie bereits? Wozu fehlen Ihnen bisher Informationen?
- Welche Chancen und Risiken sind aus Ihrer Sicht mit dem Vorhaben verbunden? Welche Personen und Institutionen sind Nutznießer? Wem könnten wodurch Nachteile entstehen?
- Wer spielt für den weiteren Prozess eine wichtige Rolle? Wen sollten wir unbedingt in die Projektgruppe/für den Planungsworkshop/als potenziellen Partner oder Träger des Netzwerks einbinden? Wer wird sich nicht aktiv beteiligen, sollte aber informiert werden bzw. kann eine wichtige unterstützende Funktion übernehmen?
- Welche Themen sollten im Vorfeld geklärt werden? Wie beurteilen Sie die Chancen auf eine Verständigung auch bei kritischen Punkten? Wo sehen Sie Gestaltungsspielräume?
- Was können Sie an Unterstützung anbieten? Wie sehen Sie Ihre Rolle bei den weiteren Vorbereitungen zum Aufbau des Netzwerks bzw. in der laufenden Arbeit? Wer könnte im Netzwerk Ihre Interessen mit vertreten? Wie stellen Sie sich das weitere Verfahren vor und welche Ergebnisse wünschen Sie sich?



Begleitende Kommunikation



Planungsworkshop

Ein professionell vorbereiteter und moderierter Planungsworkshop bietet sich als erste gemeinsame, motivierende Aktion der Projektgruppe an, um gemeinsame Entscheidungen herbeizuführen. Informationsdefizite der Beteiligten können dabei im persönlichen Dialog ausgeräumt werden. Planungsworkshops bieten sich besonders im Vorfeld einer offiziellen öffentlichen Auftakt- bzw. Gründungsveranstaltung an, um ...

- ... neben den Mitgliedern der Projektgruppe alle weiteren Beteiligten an einen Tisch zu bekommen,
- ... die Interessen der Akteure kennenzulernen und gemeinsame Ziele für die Zusammenarbeit im Netzwerk zu formulieren,
- ... persönliche Erfahrungen, Kompetenzen und Erwartungen an das Netzwerk auszutauschen,
- ... verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten für die Netzwerkarbeit vorzustellen und zu bewerten,
- ... Modelle für eine dauerhafte und leistungsfähige Trägerschaft zu entwickeln,
- ... Grundsätze für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu vereinbaren,

- ... die nächsten Planungsschritte zu identifizieren und eine Arbeitsteilung zwischen der Projektgruppe, einem möglichen Träger und den Partnern im Netzwerk aufzustellen sowie
- ... ein gemeinsames Verständnis für das weitere Vorgehen und das Erreichen erster Meilensteine bis zur Gründung und im Anschluss daran zu entwickeln.

Wichtige Workshopregeln

- *Trennung von inhaltlicher Verantwortung der Teilnehmer und professioneller Moderation für das Netzwerk*
- *Gemeinsame Sprache verwenden: bei unklaren Begriffen aktiv nachfragen*
- *Grad der Vertraulichkeit festlegen: Welche Informationen sollen nicht an Dritte weitergegeben werden?*
- *Vorbehaltloses Zuhören, auf Gemeinsamkeiten und Einigungschancen eingehen*
- *Andere Interessen verstehen und darauf eingehen*
- *Unlösbare Differenzen und gegensätzliche Auffassungen gelten lassen*
- *Verlauf und Ergebnisse der Gespräche visualisieren und in geeigneter Form dokumentieren*

Gründungsveranstaltung

Mit einer öffentlichen Auftaktveranstaltung kann das Netzwerk seine Leistungen und Angebote bekannt machen, sich politische Unterstützung sichern und um weitere Partner werben. Die Gründungsveranstaltung ist, ebenso wie die begleitende Pressearbeit oder Information anderer regionaler Multiplikatoren, Teil der externen Kommunikation. Bevor die Projektgruppe an die Öffentlichkeit geht, müssen die inhaltlichen Ziele und die Zuständigkeiten der einzelnen regionalen Partner im Netzwerk feststehen und die Arbeitsfähigkeit für die Startphase gewährleistet sein. Nach außen sollte kommuniziert werden, was die Akteure mit der Netzwerkgründung leisten und wie die dauerhafte Zusammenarbeit funktioniert. Bei der Organisation einer Gründungsveranstaltung helfen folgende Fragen:

- *Wie soll der Rahmen der Veranstaltung aussehen? Handelt es sich eher um einen Festakt oder eine Informationsveranstaltung?*
- *Wer sollte die Begrüßung, wer die Moderation übernehmen? Sollen externe Gäste eingeladen werden, z. B. Vertreter der Landesregierung*

oder Experten bestehender Sanierungsnetzwerke?

- *Welche Informationsmaterialien sollen bei der Veranstaltung verteilt werden, z. B. Informationen zum Netzwerk, zu Leistungen und Angeboten?*
- *Wer organisiert die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere ein gesondertes Briefing für die Presse?*
- *In welcher Form will sich die Initiative für ein neues Sanierungs- und Beratungsnetzwerk präsentieren? Mit einem Film, einem Vortrag oder einer Talkrunde?*
- *Wie wollen die am Netzwerk beteiligten Träger, Partner und Unterstützer in Erscheinung treten (z. B. Kurzinterviews, Infostände, Podiumsdiskussion)? Welche Rolle und Funktion übernehmen sie im Beratungsnetzwerk und sollen auf der Gründungsveranstaltung weitere Akteure zur Unterstützung angesprochen, gewonnen und verpflichtet werden?*
- *Wer übernimmt die fotografische, inhaltliche und organisatorische Dokumentation und Nachbereitung der Gründungsveranstaltung?*



Begleitende Kommunikation



Externe Öffentlichkeitsarbeit

Die netzwerkbegleitende Öffentlichkeitsarbeit hat zwei übergeordnete Ziele. Sie soll das Netzwerk in der Region als zentrale und kompetente Anlaufstelle für alle Fragen rund um die energetische Gebäudesanierung etablieren sowie die verschiedenen Beratungsangebote und Dienstleistungen bündeln und in der öffentlichen Wahrnehmung verankern. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit trägt entscheidend zum Erfolg des Netzwerks bei und sollte daher professionell organisiert und durchgeführt werden. Im Vorfeld ist eine differenzierte Zielgruppenanalyse erforderlich: Wohnen die Gebäudebesitzer im Einzugsgebiet eher städtisch oder ländlich? Wie sind ihre Altersstruktur und ihre wirtschaftliche Situation? Wie sehen die Eigentumsverhältnisse aus und wie ist der energetische Zustand der Gebäude? Zudem sollten die Eigentümer nach dem Grad ihrer Aufgeschlossenheit und nach ihrem Vorwissen gruppiert werden. Hinweise gibt die Status-quo-Analyse (vgl. S. 17 ff).

Auf der Basis dieser Analyse lassen sich anschließend Botschaften und Marketinginstrumente auf die verschiedenen Zielgruppen optimal abstimmen. Die

Botschaften an die Zielgruppe sollten die finanziellen Einsparmöglichkeiten, neue technische Entwicklungen und den höheren Wohnkomfort hervorheben. So wirbt die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) in der Kampagne „Haus sanieren – profitieren“ mit dem Slogan „Mehrwert statt Mehrkosten – Auch für Ihr Haus!“. Auch die konkreten Netzwerkziele und Dienstleistungen, darunter Qualitätskriterien für Sanierungsberatungen und die Maßnahmendurchführung, sollten kommuniziert werden. Im Anschluss muss die Projektgruppe geeignete Kommunikationswege und Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit identifizieren, über die sie Interessenten für die energetische Gebäudesanierung erreichen kann. Neben den Lokalmedien sollten auch Multiplikatoren wie Baumärkte, Baustoffhändler oder regional verankerte Banken eingebunden werden.

Maßgeschneidert zum Erfolg

Unterschiedliche Zielgruppen benötigen unterschiedliche Kommunikationsstrategien. Um das Thema Gebäudesanierung ins Gespräch zu bringen, ist es sinnvoll, sich zunächst auf die aufgeschlossenen Gebäudeeigentümer zu konzentrieren, die bereits Solaranlagen oder ökologische

Baustoffe nutzen. Wenn möglich, sollten sie in die Konzeptentwicklung einbezogen werden.

Die Informationen zur Arbeit des Beratungsnetzwerks müssen laufend aktualisiert werden. Für die Kommunikation nach außen eignen sich neben neuen Angeboten oder Beratungsfeldern vor allem Sanierungserfolge und persönliche Erfahrungsberichte von Hauseigentümern. In-

haltlich sollte auf eine realistische, nachvollziehbare Darstellung geachtet werden. Ein Internetauftritt, aber auch Broschüren und Faltblätter mit praktischen Sanierungstipps für Hauseigentümer sind wichtige Kommunikationsmittel. Um das Netzwerk in der öffentlichen Wahrnehmung zu stärken, kann auch eine eigene regionale Marke kreiert werden.

Fazit – Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit

- Einheitliches Layout und eigene Marke (Label) für das Beratungsnetzwerk entwickeln
- Klare Verantwortlichkeiten, hohe Professionalität und Weiterqualifizierung sicherstellen
- Großen Kreis an Multiplikatoren auf regionaler Ebene gewinnen, persönliche Ansprache besonders wichtig
- Internet als zentrales Portal für die Vermittlung von Kontakten und Hintergrundinformationen nutzen
- Permanente Präsenz in der Öffentlichkeit über Kampagnen, Ausstellungen, regionale Medien und Veranstaltungen sicherstellen
- Positive Kommunikation ohne abschreckendes Fachchinesisch: Empfehlungen in alltagstaugliche Sprache übersetzen
- Begleitende Evaluation und fortlaufende Optimierung auf den Weg bringen



Qualitätssicherung



Standards setzen

Eine Beratung muss unabhängig sein und sich an ökologischen und ökonomischen Erkenntnissen orientieren. Ziele der angebotenen Dienstleistungen müssen die Energieeinsparung, die Umweltentlastung und die Ressourcenschonung sein, wobei sich die Informationsweitergabe am Stand der Technik unter Einbeziehung von aktuellen Forschungsergebnissen orientiert. Ein Beratungsnetzwerk, das die Gründungsphase erfolgreich durchlaufen hat, bekannt ist und sich als erste Anlaufstelle zum Thema Gebäudesanierung in der Region etabliert hat, hat eine große Hürde genommen. Um die Qualität auch dauerhaft zu sichern, sollten hierzu bereits in der Entwicklungsphase Kriterien aufgestellt werden. Dazu zählen Mindestanforderungen an die Qualifikation der Netzwerkteiligen, die im laufenden Prozess erhöht werden. Partner, die die Qualitätsstandards auf Dauer nicht erfüllen, sollten ausgeschlossen werden können. Die Kundenbetreuung und Vertretung des Netzwerks in der Öffentlichkeit sollten qualifizierte Partner übernehmen.

Bei den Bremer Energie-Experten müssen neue Partner Qualitätsnachweise er-

bringen. Das hohe Niveau der Beratungen wird mit Fortbildungen sowie freiwilligen und verpflichtenden Informations- und Diskussionsveranstaltungen aufrechterhalten. Gemeinsame Veranstaltungen ermöglichen Kompetenzbildung und Informationsaustausch im Netzwerk und stehen mitunter auch Kunden und Interessierten offen.

Aus der Praxis: Qualitätssicherung bei eza!

Kunden, die sich für Sanierungsmaßnahmen entscheiden, können beim *Netzwerk eza!-Partner* geeignete Akteure aus der Baubranche finden, deren Leistungen unter dem eza!-Label erfasst und qualitätsgesichert werden. Die Qualität wird über Kundenbewertungen im Internet, eine kostenlose Telefonnummer sowie durch regelmäßige Weiterbildungen und Referenzprojekte sichergestellt. Mit diesem Feedbacksystem kann frühzeitig auf Unzufriedenheiten reagiert werden. Für die Betreuung von Kunden und Netzwerkpartnern hat sich kommunikationsstarkes Personal bewährt. Die Netzwerkteilnehmer werden zudem auf sogenannten Partnertagen regelmäßig qualifiziert und ihre Vernetzung untereinander gestärkt.

Evaluation

Sanierungsmaßnahmen und Kommunikationsstrategien lassen sich anhand von definierten, überprüfbaren Zielen und Erfolgskriterien bewerten. Um die Wirksamkeit der Netzwerkarbeit zu erfassen, sollten Stimmungsbilder und Bewertungen von Einzelmaßnahmen im laufenden Prozess gesammelt, analysiert und für Korrekturen der Netzwerkarbeit oder eine Neuausrichtung genutzt werden.

Bisher ist nicht empirisch belegt, wie oft eine Initialberatung zu einer konzeptorientierten Beratung und im letzten Schritt zu Sanierungsmaßnahmen führt. Die Zufriedenheit des Kunden sollte jedoch an erster Stelle stehen. Netzwerke sollten in jedem Fall ihre Arbeit dokumentieren und später auswerten. Die folgenden Fragen können bei der Auswertung helfen:



Maßnahmen	Auswertung
Netzwerk	<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch ist der Bekanntheitsgrad? • Ist das Anliegen des Netzwerks bekannt? • Ist der Eindruck positiv?
Eigentümeransprache	<ul style="list-style-type: none"> • Wie ist der Rücklauf bzw. das Interesse bei den unterschiedlichen Maßnahmen zur Kontaktaufnahme? • Besteht ein gutes Zeit-Kosten-Ergebnis-Verhältnis?
Beratungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch ist die Nachfrage? • Wie war die Resonanz bzw. wie oft werden weiterführende Beratungen in Anspruch genommen?
Beratungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • War die Beratung zufriedenstellend? • Sind infolge der Beratung Sanierungsmaßnahmen geplant? • Welche Verbesserungsvorschläge wurden gemacht?
Aktionen/Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch waren die Beteiligung und Aufmerksamkeit? • Wie war die Resonanz? • War die Veranstaltung kostendeckend?
Informationsmaterial (Broschüren, Faltblätter, Postkarten)	<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch ist die Nachfrage? • Wie fallen die Druckkosten im Vergleich zum Absatz aus? • Ließ sich die Zielgruppe erreichen?



Qualitätssicherung

Weiterentwicklung des Netzwerks

Maßnahmen	Auswertung
Medieneinbindung (Print, Fernsehen, Radio)	<ul style="list-style-type: none"> • Gibt es gute Kontakte zur örtlichen Presse? • Wie ist das Interesse der regionalen Medien/Lokalredaktion? • Wie ist die Resonanz in kostenlosen Wochenzeitungen? • Werden Sanierungserfolge in der Fachpresse erwähnt? • Werden Pressemitteilungen aufgegriffen?
Internet	<ul style="list-style-type: none"> • Ist das Informationsangebot logisch aufbereitet und einfach (intuitiv) auffindbar? • Gibt es Verlinkungen von Externen auf die Webseiten? • Wie hoch sind die Klickraten und wie lange ist die Verweildauer? • Werden die Potenziale der energetischen Gebäudesanierung verständlich aufbereitet? • Ist Internetkompetenz vorhanden?
Aktionen/Veranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • Wie hoch waren die Beteiligung und Aufmerksamkeit? • Wie war die Resonanz? • War die Veranstaltung kostendeckend?

Fazit Qualitätssicherung

- Die Formulierung und Umsetzung von Mindestanforderungen an die Qualifikation der Netzwerkmitglieder sind wichtige Bestandteile der Qualitätssicherung.
- Über Fortbildungen sowie teils verpflichtende Informations- und Diskussionsveranstaltungen kann die fortlaufende Qualifikation der Mitglieder gesichert oder verbessert werden.
- Die Netzwerkarbeit wird über vorab definierte Ziele und Erfolgskriterien sowie Stimmungsbilder bewertet.
- Für die Kundenbetreuung ist qualifiziertes Personal notwendig, das die Qualitätssicherung auch über Telefonate, bei denen nach den Eindrücken der Kunden gefragt wird, unterstützen kann.

Verbessern, vertiefen, erweitern

Ein Netzwerk zur energetischen Gebäudesanierung wird mehrere Entwicklungsstufen durchlaufen. Dabei sind die Handlungsfelder je nach vorhandenen Ressourcen, Kompetenzen und regionalem Bedarf erweiterbar.

Aus einem Zusammenschluss interessierter Akteure, die Hauseigentümer für Sanierungsbelange sensibilisieren können, soll im weiteren Verlauf ein „Expertenetzwerk“ werden. Bei diesem Entwicklungsschritt werden auch ausführende Unternehmen und Banken einbezogen, damit das Netzwerk empfohlene Maßnahmen direkt umsetzen und die Sanierungsrate und -effizienz steigern kann. Für das Baugewerbe liegt der Mehrwert vor allem im Informationsaustausch und in der Weiterbildung. Sparkassen und Banken können Finanzierungsdienstleistungen für das Baugeschehen anbieten.

Beratungsangebote sollten dem Bedarf entsprechend erweitert werden. Der NABU empfiehlt als zusätzliche Schwerpunkte Beratungen zur Baubiologie, zu ökologischen Bau- und Dämmmaterialien, zum Artenschutz und zur Ressourceneffizienz.

Für das Baugewerbe liegt der Mehrwert vor allem im Informationsaustausch und in der Weiterbildung.

Auch die räumliche Ausdehnung eines Netzwerks ist denkbar. Die Reichweite der Beratungsaktivitäten und die Anzahl der zu betreuenden Kunden sollten sich an den örtlichen Gegebenheiten und den Kapazitäten der Netzwerkpartner orientieren, können sich aber auch über Ein- und Austritte der Partner- oder gar Trägerorganisationen und deren Mitgliedsbeiträge regulieren. Bei Interesse können etablierte Netzwerke die eigenen Angebote auch auf Nachbarkommunen ausdehnen oder über die Unterstützung vorhandener Initiativen das Einzugsgebiet für die Sanierungsberatung vergrößern. Mit einer zunehmenden Zahl an regionalen Ansprechpartnern verkürzen sich die Wege. Damit fallen die Hürden für die Zusammenarbeit und die Inanspruchnahme einer Vor-Ort-Beratung. Solche Entwicklungen sollten durch eine eigens dafür eingerichtete Projektgruppe analog zur Initiierungsphase des Netzwerkaufbaus gesteuert werden.



Surfen

Bundesverband der Energie- und Klimaschutzagenturen Deutschlands e. V.
www.energieagenturen.de

Energieberatung der Verbraucherzentralen
www.verbraucherzentrale-energieberatung.de

Energieinstitut Vorarlberg
www.energieinstitut.at

Energiesparnetzwerk Ludwigshafen
www.energiesparnetzwerk.de

NABU
www.NABU.de/gebaeude

Netzwerk für gute Baulösungen
www.bau-architekten.de

Lesen

Freie und Hansestadt Hamburg – Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt (2012):
Energetische Sanierung – Fortschritt für Klimaschutz und Artenschutz. Hamburg.

NABU (2009):
Kommunikationsratgeber zum Ausbau erneuerbarer Energien. Berlin.

NABU (2011):
Anforderungen an einen Sanierungsfahrplan – Auf dem Weg zu einem klimaneutralen Gebäudebestand bis 2050. Berlin. Im Internet:
www.NABU.de/downloads/sanierungsfahrplan.pdf

NABU (2012):
Die Flächensparer. Berlin.

Schüle R., Bierwirth A., Madry T. (2011):
Zukunft der Energieberatung in Deutschland. Wüstenrot Stiftung. Ludwigsburg.

Stieß I., van der Land V., Birzle-Harder B., Deffner J. (2010):
Handlungsmotive, -hemmnisse und Zielgruppen für eine energetische Gebäudesanierung – Ergebnisse einer standardisierten Befragung von Eigenheimsanierern. Frankfurt am Main.

Umweltbundesamt (2011):
Kommunen gehen voran – gehen Sie mit! Ein argumentativer Kompass für kommunale Nachhaltigkeit. Dessau.

Weiß J., Vogelpohl T. (2010):
Politische Instrumente zur Erhöhung der energetischen Sanierungsquote bei Eigenheimen. Institut für ökologische Wirtschaftsforschung. Berlin.

Ansprechpartner

zum Aufbau eines Beratungs- und Sanierungsnetzwerks:
Deutsche Bundesstiftung Umwelt
www.dbu.de
www.sanieren-profitieren.de
Tel. 05 41.96 33-925, a.skrypietz@dbu.de

NABU
www.NABU.de
Tel. 0 30.28 49 84-15 21/-16 11
ulf.sieberg@NABU.de, tina.mieritz@NABU.de

zu bestehenden Expertennetzwerken:
eza! energie- & umweltzentrum allgäu
www.eza-allgaeu.de
Tel. 08 31.96 02 86-0, info@eza-allgaeu.de

Klimaschutzagentur energiekonsens Bremen
www.energiekonsens.de
Tel. 04 21.37 66 71-0, info@energiekonsens.de

NABU-Bundesverband
Charitéstraße 3, 10117 Berlin
Tel. 0 30.28 49 84-0
Fax 0 30.28 49 84-20 00
NABU@NABU.de
www.NABU.de

NABU Baden-Württemberg
Tübinger Straße 15, 70178 Stuttgart
Tel. 07 11.9 66 72-0
Fax 07 11.9 66 72-33
NABU@NABU-BW.de
www.NABU-BW.de

NABU-Partner Bayern – Landesbund für Vogelschutz (LBV)
Eisvogelweg 1, 91161 Hilpoltstein
Tel. 0 91 74.47 75-0
Fax 0 91 74.47 75-75
Info@LBV.de
www.LBV.de

NABU Berlin
Wollankstraße 4, 13187 Berlin
Tel. 0 30.9 86 41 07 oder
9 86 08 37-0
Fax 0 30.9 86 70 51
LvBerlin@NABU-Berlin.de
www.NABU-Berlin.de

NABU Brandenburg
Lindenstraße 34, 14467 Potsdam
Tel. 03 31.2 01 55-70
Fax 03 31.2 01 55-77
Info@NABU-Brandenburg.de
www.NABU-Brandenburg.de

NABU Bremen
Contrescarpe 8, 28203 Bremen
Tel. 04 21.3 39 87 72
Fax 04 21.33 65 99 12
Info@NABU-Bremen.de
www.NABU-Bremen.de

NABU Hamburg
Osterstraße 58, 20259 Hamburg
Tel. 0 40.69 70 89-0
Fax 0 40.69 70 89-19
NABU@NABU-Hamburg.de
www.NABU-Hamburg.de

NABU Hessen
Friedenstraße 26, 35578 Wetzlar
Tel. 0 64 41.6 79 04-0
Fax 0 64 41.6 79 04-29
Info@NABU-Hessen.de
www.NABU-Hessen.de

NABU Mecklenburg-Vorpommern
Arsenalstraße 2, 19053 Schwerin
Tel. 03 85.7 58 94 81
Fax 03 85.7 58 94 98
LGS@NABU-MV.de
www.NABU-MV.de

NABU Niedersachsen
Alleestraße 36, 30167 Hannover
Tel. 05 11.91 10 5-0
Fax 05 11.9 11 05-40
Info@NABU-Niedersachsen.de
www.NABU-Niedersachsen.de

NABU Nordrhein-Westfalen
Merowingerstraße 88,
40225 Düsseldorf
Tel. 02 11.15 92 51-0
Fax 02 11.15 92 51-15
Info@NABU-NRW.de
www.NABU-NRW.de

NABU Rheinland-Pfalz
Frauenlobstraße 15–19,
55118 Mainz
Tel. 0 61 31.1 40 39-0
Fax 0 61 31.1 40 39-28
Kontakt@NABU-RLP.de
www.NABU-RLP.de

NABU Saarland
Antoniusstraße 18, 66822 Lebach
Tel. 0 68 81.93 61 9-0
Fax 0 68 81.93 61 9-11
LGS@NABU-Saar.de
www.NABU-Saar.de

NABU Sachsen
Löbauer Straße 68, 04347 Leipzig
Tel. 03 41.23 33 13-0
Fax 03 41.23 33 13-3
Landesverband@NABU-Sachsen.de
www.NABU-Sachsen.de

NABU Sachsen-Anhalt
Schleiufer 18a, 39104 Magdeburg
Tel. 03 91.5 61 93-50
Fax 03 91.5 61 93-49
Mail@NABU-LSA.de
www.NABU-LSA.de

NABU Schleswig-Holstein
Färberstraße 51, 24534 Neumünster
Tel. 0 43 21.5 37 34
Fax 0 43 21.59 81
Info@NABU-SH.de
www.NABU-SH.de

NABU Thüringen
Leutra 15, 07751 Jena
Tel. 0 36 41.60 57 04
Fax 0 36 41.21 54 11
LGS@NABU-Thueringen.de
www.NABU-Thueringen.de



Deutschland will bis zum Jahr 2050 seine CO₂-Emissionen um mindestens 80 Prozent mindern. Bei diesem ambitionierten Ziel führt kein Weg am Gebäudebestand vorbei. Neben einer integrierten Gesamtstrategie aus wirtschaftlichen Anreizen und Fördermitteln sind die Information und Beratung der Gebäudeeigentümer von entscheidender Bedeutung. Der Aufbau und die Weiterentwicklung von regionalen Beratungs- und Sanierungsnetzwerken sind daher wichtige Bausteine für hochwertige energetische Gebäudesanierungen.

