

8 Umsetzung des Konzepts

8.1 Aktivierungskonzept

Für den nachhaltigen Erfolg des integrierten energetischen Quartierskonzeptes ist vor allem das „Abholen“ und „Mitnehmen“ der Bevölkerung von besonderer Bedeutung. Basierend auf der Bestandsanalyse werden relevante Ansatzpunkte abgeleitet, wie die entsprechenden Zielgruppen für das Energieberatungsangebot aktiviert und letztendlich zur Umsetzung von Modernisierungsmaßnahmen sowie Energieeffizienzmaßnahmen motiviert werden können.

Es werden verschiedene Aktivierungsformate und -strategien vorgeschlagen und erläutert, die der Einwohnerstruktur Sossenheims und der Zielsetzung des Quartierskonzeptes Rechnung tragen.

8.1.1 Aktivierungsformen

Bei der Umsetzung des Quartierskonzepts für Sossenheim-West sollen verschiedene Aktivierungsmaßnahmen angewandt werden. Die Auswahl dieser Bausteine erfolgte anhand ihrer logischen Eignung sowie der bereits gemachten Erfahrungen der ICM.

Die jeweiligen Aktivierungsformate werden zielgruppenspezifisch mit den entwickelten Maßnahmen zusammengeführt und fließen so in die maßnahmenbezogene Umsetzungskonzeption mit ein. Ziel ist es, in der Umsetzungsphase die Arbeit des Sanierungsmanagements zu vereinfachen.

Aufgrund der Größe und Bewohnerstruktur sowie der bisherigen Erfahrungen vor Ort werden für Sossenheim 18 Aktivierungsformate in fünf Aktivierungsstrategien vorgeschlagen (vgl. Abbildung 58).

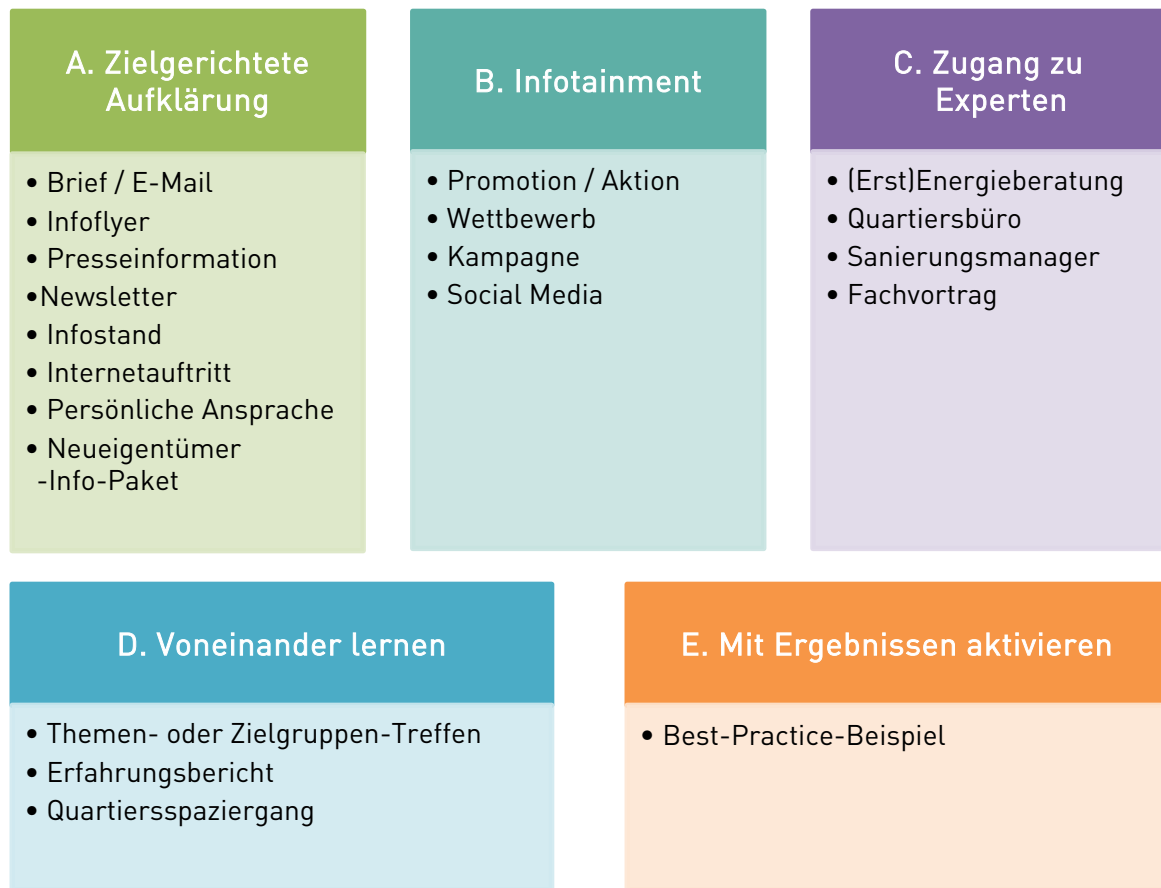


Abbildung 54: Verschneidung Aktivierungsformate / Aktivierungsstrategien

8.1.2 Aktivierungsstrategien

Die Einteilung in verschiedene Strategien dient dazu, die einzelnen Aktivierungsformate mit einer bestimmten Zielsetzung zu verbinden. Für das Quartier Sossenheim-West wird zwischen den Strategien „Zielgerichtete Aufklärung (A)“, „Infotainment (B)“, „Zugang zu Experten (C)“, „Voneinander lernen (D)“ und „Mit Ergebnissen aktivieren (E)“ unterschieden. Im Folgenden werden die einzelnen Strategien (A-E) ausführlich im Sinne einer Arbeitshilfe für das Sanierungsmanagement beschrieben.

8.1.3 Zielgerichtete Aufklärung (A)

Neben allgemeinen Informationen zum Gesamtvorhaben müssen Bewohnern teilweise individuell aktiviert werden. Darüber hinaus sollen sie über Energiespar- und Klimaschutzpotenziale in der eigenen Wohnung und dem Wohngebäude informiert werden. Dies ist ein möglicher erster Schritt zur Änderung alltäglicher

Verhaltensmuster und/oder zur Investitionsentscheidung für eine Klimaschutzmaßnahme an und in Gebäuden.

Es wird empfohlen, zum Umsetzungsauftritt diese Privateigentümern postalisch anzuschreiben, idealerweise mit einem vom Oberbürgermeister unterzeichneten Anschreiben, das auf den Start des Sanierungsmanagements, mit der Möglichkeit der kostenlosen Energieberatung hinweist. Zusätzlich sollte auf die Projektwebseite (vgl. Kapitel 7.5.3) verwiesen werden, welche wiederum Informationen zu aktuellen Veranstaltungen, Projekten und Kampagnen bereitstellt. Ergänzend sollten dem Anschreiben Info-Flyer zum Beratungsangebot beigelegt werden. Ebenso sollte bei Start der Umsetzung ein Newsletter aufgesetzt werden, in dem in regelmäßigen Abständen Informationen zu anstehenden und stattgefundenen Veranstaltungen sowie über Best Practice-Beispiele und Beratungsangebote berichtet wird.

Auch die Einladung zu Informationsveranstaltungen (u. a. Themenabenden, Gesprächsrunden, Bürgerforen, etc.) kann neben der Online-Kommunikation zusätzlich durch einen Brief und Infoflyer durch das Sanierungsmanagement erfolgen. Sofern während des Projektverlaufs spezielle Kampagnen stattfinden, sollten Eigentümern vor Ort neben einer Presseinformation ebenfalls durch einen Infoflyer informiert werden. Eigentümern, die außerhalb des Quartiers wohnen, werden per Post oder, sofern möglich, über digitale Kanäle (Soziale Medien, E-Mail, etc.) informiert. Die persönliche Ansprache von „Haus-zu-Haus“ bietet sich insbesondere bei den Eigentümern an, die aktuell noch eine Ölheizung betreiben. Zusätzlich zur persönlichen Ansprache der privaten Gebäudeeigentümern sind auch weitere Maßnahmen möglich. So können z. B. alle Vereine zu energetischen Themen, wie z. B. Umstellung auf LED-Beleuchtung oder Photovoltaik, umfassend informiert werden.

8.1.4 Infotainment (B)

Infotainment beschreibt eine multimediale Kommunikationsform, bei der Information zusammen mit Unterhaltungselementen vermittelt werden. Ziel des Infotainments ist es, die Aufnahmebereitschaft und Merkfähigkeit des Menschen zu steigern. Hierbei reicht die Spannweite von der Interaktiven Gebäudegrafik auf der Projektwebseite, über die man durch Anklicken zu weiteren Informationen gelangt, über den PV-Spaziergang, der neben einem theoretischen Vortrag auch den Praxisbezug durch eine Hausbesichtigung beinhaltet, bis hin zu kleinen Erklärvideos, die im Rahmen von Social

Media eingesetzt werden. Um z. B. der jüngeren Zielgruppe den nachhaltigen Umgang mit der Natur näher zu bringen, hat sich in der Vergangenheit das Basteln von Insektenhotels als geeignetes Mittel herausgestellt. Gleichzeitig bieten Infotainment-Elemente große Potenziale, um Kontakte zu Neu-Kunden bzw. interessierten Gebäudeeigentümern zu gewinnen, z. B. durch die Integration von Wettbewerben wie „Wer hat die älteste Heizung im Keller stehen“ bis hin zu Gewinnspielen, wie der Thermotombola, bei der die Gewinner Thermographie-Aufnahmen von der eigenen Immobilie gewinnen können oder der Eisblockwette, bei der zwei äußerlich gleiche Modellhäuschen – eins optimal gedämmt, das andere ungedämmt – mit jeweils etwa 160 Kilogramm Eis gefüllt und z. B. vor dem Quartiersbüro aufgestellt werden. Die Teilnehmer können ihren Tipp darauf abgeben, wie viel Eis jeweils schmelzen wird und wie groß die Differenz ist. So lässt sich die Bedeutung von Dämmung sehr gut visualisieren (vgl. Abbildung 55)



Abbildung 55: Start der Eisblockwette in Osterfeld-Mitte/Vondern 2021

Die Teilnahme an Bürgerveranstaltungen, Quartiersfesten und Mitmachaktionen sollte ein fester Bestandteil des Sanierungsmanagements sein, um so auf einer niederschweligen Ebene Informationen zum Projekt und kostenloses Beratungsangebot auszutauschen.

Die Entwicklung von Kampagnen, wie z. B. der „Solaroffensive“ (vgl. Abbildung 56), oder Veranstaltungsreihen wie dem „Modernisierungsdienstag“ (vgl. Abbildung 57) ist ein weiterer wichtiger Baustein, um Anreize für die Gebäude- / Heizungsmodernisierung und Stromeinsparung zu schaffen.



Abbildung 56: Beispielhaftes Plakat der Solar-Offensive Osterfeld-Mitte/Vondern in Oberhausen 2021



Abbildung 57: Beispielhafter Innenteil des Informationsflyers „Modernisierungsdienstag“ mit der Veranstaltungsübersicht

Mit den oben genannten Formaten konnte in ähnlichen Quartieren bereits eine hohe Aufmerksamkeit in den Medien generiert und viele Quartiersbewohner aktiviert werden. Um Synergieeffekte zu nutzen, könnten Informationsveranstaltungen zu einem bestimmten Thema, die sogenannten Themenabende, auch quartiersübergreifend im Rahmen einer Online-Veranstaltung durchgeführt werden.

Da die Planung von Kampagnen, Veranstaltungsreihen und Wettbewerben sehr zeitaufwendig sind, wird empfohlen, maximal ein groß angelegtes Format im Quartal durchzuführen. Die Themen können dabei oftmals gut auf die Saison angepasst werden, z. B. die Thermotombola im Winter, die Eisblockwette in den Sommermonaten.

8.1.5 Zugang zu Experten (C)

Die Erfahrung im Sanierungsmanagement hat gezeigt, dass der Zugang zu fachkundigen Experten eine wichtige Rolle spielt. So fallen z. B. im Rahmen von Themenabenden oder bei der Energieberatung regelmäßig Aussagen von Teilnehmenden bzw. Ratsuchenden, wie

- „Ich habe von Bekannten gehört, dass ich das Haus auf keinen Fall dämmen sollte, da es sonst nicht mehr atmen könnte und schimmeln würde.“,
- „PV bringt nichts, da die Herstellung der PV-Module mehr CO₂ produziert, als dass sie das in ihrer Lebenszeit wieder reinholen könnte.“,
- „Wenn mir zu Hause kalt ist, drehe ich das Thermostat auf Stufe fünf, damit es schneller warm wird.“

Solche „Mythen“ verzögern oder verhindern sogar im ungünstigsten Fall Modernisierungsmaßnahmen. Daher ist der Zugang zu fachkundigen Experten wichtig, die genau solche Fehlinformationen klarstellen und ggf. auftretende individuelle Fragen zu anstehenden Maßnahmen beantworten können. Sie können zudem auch bereits getroffene Entscheidungen bestätigen, was den Umgang mit künftigen Modernisierungsentscheidungen einzelner Personen positiv beeinflussen kann. Die vorgenannten Aktivierungsstrategien aus A und B dienen dazu, für ein niederschwelliges Beratungsangebot im Quartier zu werben.

Ferner ist zu empfehlen, regelmäßig Vortragsreihen (auch online) zu Themen der energetischen Gebäudemodernisierung, Photovoltaik, Fördermöglichkeiten und Energiesparen anzubieten. Die Vorträge sollten sich sowohl an Gebäudeeigentümer (mögliches Thema: „Energetisch Sanierung – Vom Keller bis aufs Dach“) als auch an Mieter (mögliches Thema: „Richtig Heizen und Lüften“) richten. Ein Wohnungseigentümer (WEG)-Forum, idealerweise in Kooperation mit Haus und Grund, bietet sich für WEG an. Hier sollten Einladungen sowohl an die jeweiligen

Hausverwaltungen durch persönliche Ansprache (per Telefon und Anschreiben) aber auch die Eigentümer (per Anschreiben) ausgesprochen werden. Darüber hinaus bieten sich ergänzende Themenabende oder Beratungsabende im Rahmen von Eigentümerversammlungen (z. B. von WEG) an. Parallel dazu sollte geprüft werden, ob das Sanierungsmanagement im Rahmen von Mitgliederversammlungen der Vereine sein Angebot vorstellen sowie über laufende Projekte informieren darf.

8.1.6 Voneinander lernen (D)

Das Lernen voneinander ist ein nicht zu unterschätzender Aspekt bei der energetischen Modernisierung von Gebäuden und unter Umständen maßgeblich für eine positive Investitions- und Umsetzungsentscheidung. Da Informationen über Flyer oder durch Experten in der Regel einen relativ theoretischen und sachbezogenen Charakter haben, geht der Praxisbezug mitunter verloren.

- „Mit wie viel Arbeit ist eine bestimmte Maßnahme verbunden?“
- „Wie viel Dreck wird verursacht?“
- „Rentiert sich die Anschaffung einer PV-Anlage wirklich?“

Über den Erfahrungsaustausch mit Eigentümern von bereits sanierten Gebäuden, z. B. durch die Einrichtung eines „Erfahrungstammtischs“, können beispielweise emotionale Hemmschwellen abgebaut werden, die auf sachlicher Ebene nicht erreicht werden würden. Zudem haben entsprechende Formate eine hohe Glaubwürdigkeit, da die Informationen von Personen stammen, die nichts verkaufen wollen, sondern nur ihre persönlichen Erfahrungen wiedergeben. Ähnlich verhält es sich mit dem Quartiersspaziergang, im Zuge dessen vorbildlich sanierte Gebäude gemeinsam mit den Eigentümern besichtigt werden, die aus erster Hand von ihren Erfahrungen berichten können. Vor einem Spaziergang empfiehlt es sich, mittels eines Impulsvortrags eine theoretische Grundlage zum Thema zu schaffen.

8.1.7 Mit Ergebnissen aktivieren (E)

Ähnlich wie bei der vorherigen Aktivierungsstrategie geht es auch in diesem Fall darum, mit Ergebnissen oder Referenzen aus der Praxis die Wirksamkeit bzw. die Notwendigkeit von bestimmten Modernisierungs- und Klimaschutzmaßnahmen hervorzuheben. Hier bietet sich an, vorbildliche Gebäudesanierung am Beispiel von

einem Gebäudeeigentümer über verschiedene Kommunikationskanäle vorzustellen. Während die Strategie D aber eher auf einer emotionalen Ebene ansetzt, behandelt diese Strategie die sachliche, wirtschaftliche Ebene. Dabei stehen u. a. Aspekte wie Einsparmöglichkeiten (Energie, CO₂, monetäre Kosten), Amortisation und Komfortsteigerung im Fokus, die sich anhand konkreter Anwendungsbeispiele in der Praxis erläutern lassen.

8.1.7.1 Aktivierungsbeispiel Veranstaltungsreihe „Modernisierungstag“

Um quartiersübergreifend Anreize für die Gebäude-/ Heizungsmodernisierung und Stromeinsparung zu schaffen, bietet sich die Etablierung von wiederkehrenden Veranstaltungsreihen an. So wurde z. B. in verschiedenen Sanierungsmanagements der ICM der „Modernisierungstag“ geschaffen. Bei diesem Format gibt es mindestens einmal im Monat eine Veranstaltung, die ihren Fokus auf ein spezielles Thema lenkt, wie z. B. Moderne Heizungstechnik, Dämmung, Heizen, Lüften, Schimmelvermeidung oder Sanieren in einer Wohnungseigentümergeinschaft. Idealerweise beleuchten mehrere Referenten z. B. Energieberater, Architekten, Handwerker wie Solarteure und Dachdecker, Steuerberater und Rechtsexperten der Verbraucherzentrale, Haus & Grund oder Banken, in Fach- bzw. Impulsvorträgen ein Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Durch diese vielfältige Themenauswahl ist für jede Zielgruppe etwas dabei.

Um den Modernisierungstag zu kommunizieren, wird ein postalisches Anschreiben mit Infolyer an alle Quartiersbewohner aus dem Projektgebiet empfohlen. Zusätzlich werden die einzelnen Veranstaltungen über eine Pressemitteilung auf der Projektwebseite sowie den Social-Media Kanälen redaktionell „beworben“. Zusätzlich können einzelne Themen auch straßenzugweise ergänzend beflyert werden.

Darüber hinaus sollte geprüft werden, wo die Besitzer von vermietetem Eigentum wohnen. Sofern diese in einem anderen Frankfurter Stadtteil oder einer angrenzenden Stadt wohnen, sollten auch diese zum Modernisierungstag angeschrieben werden. Wohnt jedoch eine große Anzahl weiter weg, sollte geprüft werden, ob für diese spezielle Online-Veranstaltungen durchgeführt werden sollten, die dann, um Synergieeffekte zu nutzen, gemeinsam mit anderen Sanierungsmanagement-Quartieren durchgeführt werden.

8.1.7.2 Ergebnisse der Online-Befragung zu Aktivierungsthemen

Im Rahmen der durchgeführten Online-Befragung¹³ während der Konzepterstellung haben über die Hälfte der Teilnehmenden angegeben in Einfamilien-, Zweifamilien- oder Reihenhäusern zu wohnen. Da diese Zielgruppe im Vergleich zu Mietern und WEGs die größten Möglichkeiten haben, energetische Modernisierungsmaßnahmen an ihren Gebäuden umzusetzen, steht ihre Aktivierung besonders im Fokus. Im Folgenden werden daher die dafür relevanten Ergebnisse zu Wünschen, Hemmnissen und geplanten Maßnahmen dargestellt.

8.1.7.3 Geplante und durchgeführte Maßnahmen

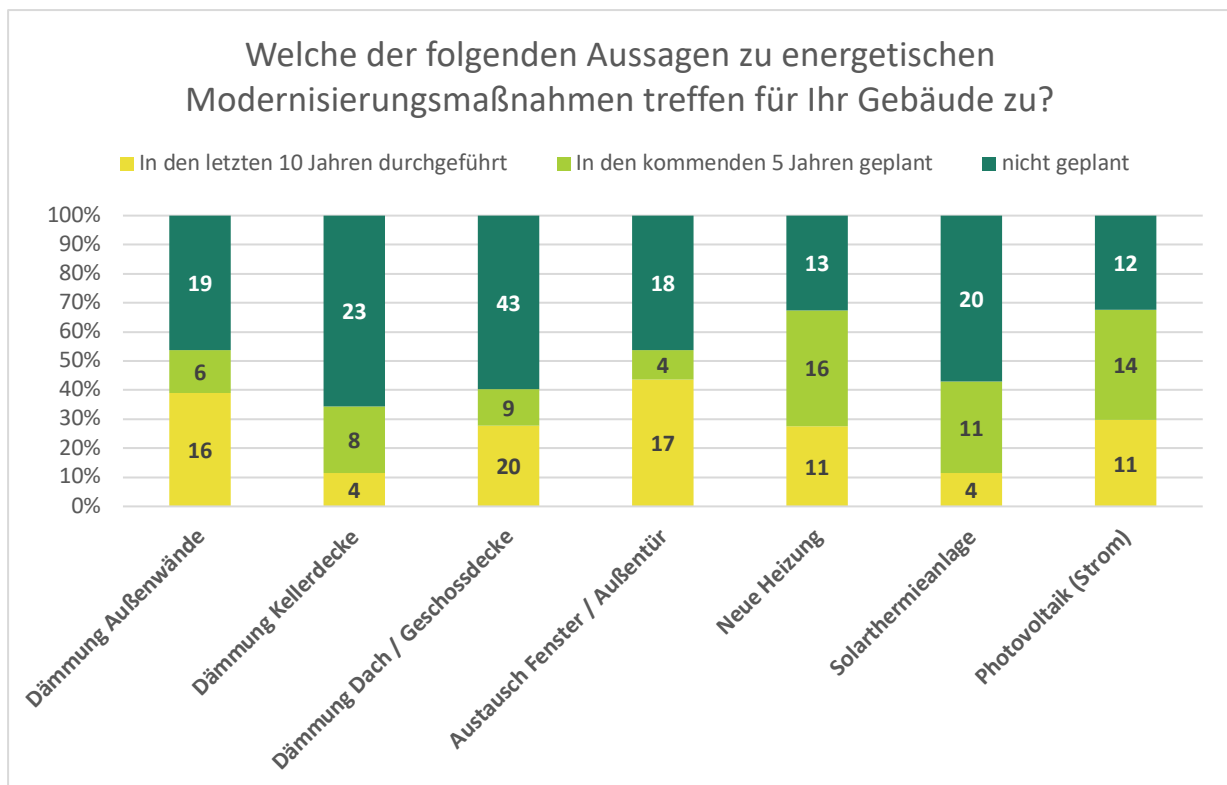


Abbildung 58: Befragungsergebnisse zur Frage „Welche der folgenden Aussagen zu energetischen Modernisierungsmaßnahmen treffen für Ihr Gebäude zu?“ (Quelle: eigene Darstellung)

¹³ Die Befragung wurde parallel in den Quartieren Sossenheim-Ost und Sossenheim-West durchgeführt. Aufgrund des Rücklaufs und der ähnlichen Ergebnisse werden beide Quartiere in der Auswertung gemeinsam betrachtet.

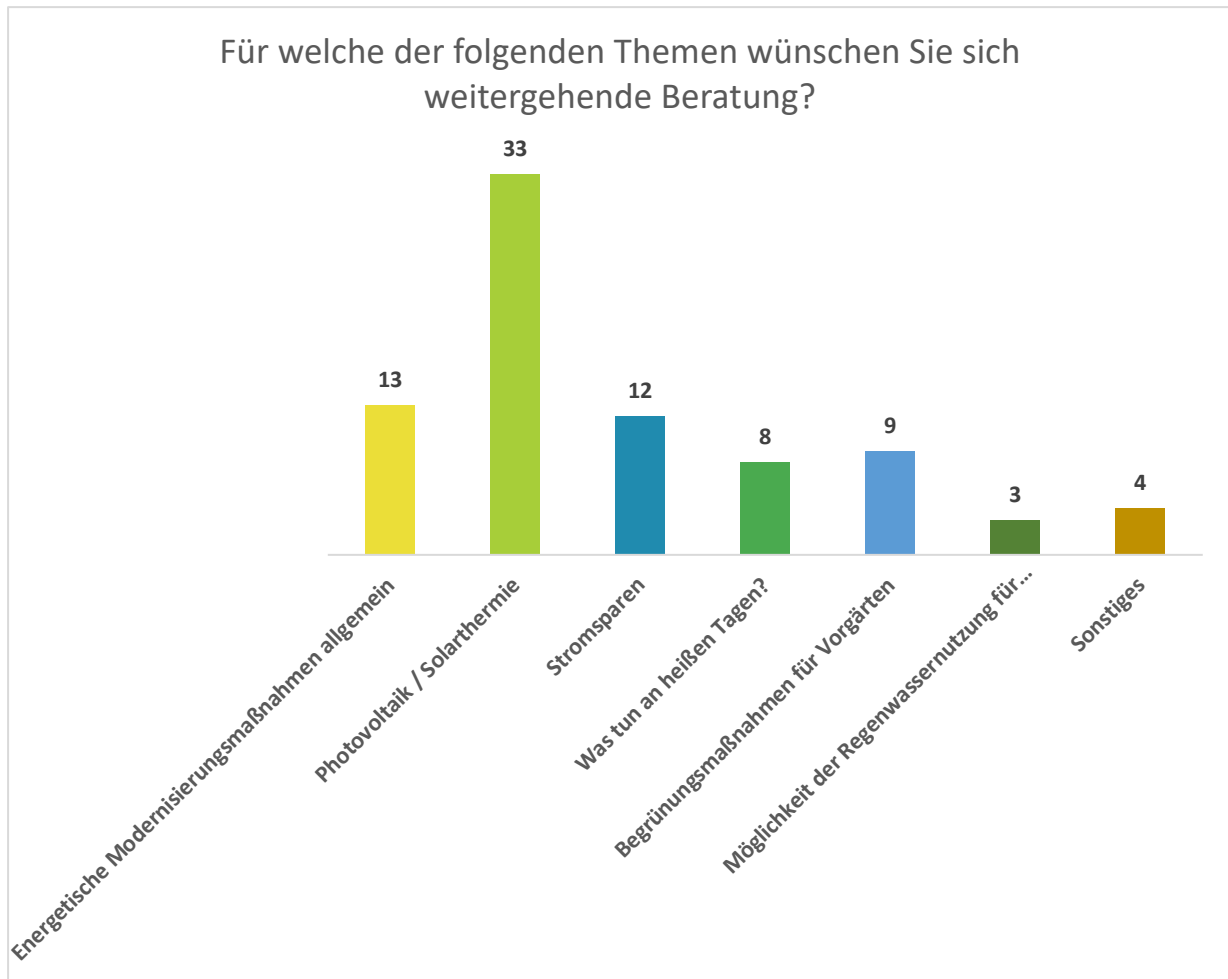


Abbildung 59: Befragungsergebnisse zur Frage „Für welche der folgenden Themen wünschen Sie sich weitergehende Beratung?“ (Quelle: eigene Darstellung)

Die Ergebnisse zur Frage zu bereits durchgeführten, geplanten und nicht geplanten Maßnahmen zeigen, dass verschiedene energetische Maßnahmen bereits häufig umgesetzt und andere für die kommenden Jahre in Angriff genommen werden sollen. So sind insbesondere der Austausch der Heizung und die Nutzung von Sonnenenergie Themen, die in den kommenden Jahren für Eigentümer interessant sind. Diese Ergebnisse werden zudem durch die Antworten auf die Frage nach Themen zur weiteren Beratung gestützt: Dabei wünschen sich rund 40 Prozent der Befragten weitere Informationen zum Thema Solarthermie und Photovoltaik. Hier sollte das Sanierungsmanagement konkrete Informationen anbieten, um Interessierte direkt bei ihren aktuellen Plänen abzuholen. Die Dämmung der obersten Geschossdecke sowie der Kellerdecke werden bislang verhältnismäßig wenig geplant. Da diese Maßnahmen jedoch in der Regel häufig deutlich günstiger sind als eine komplette Dämmung des Daches oder der Gebäudehülle, sollten hier ebenfalls Informationen über Veranstaltungen oder Printmaterialien angeboten werden.

8.1.7.4 Gründe für bzw. gegen energetische Modernisierungsmaßnahmen

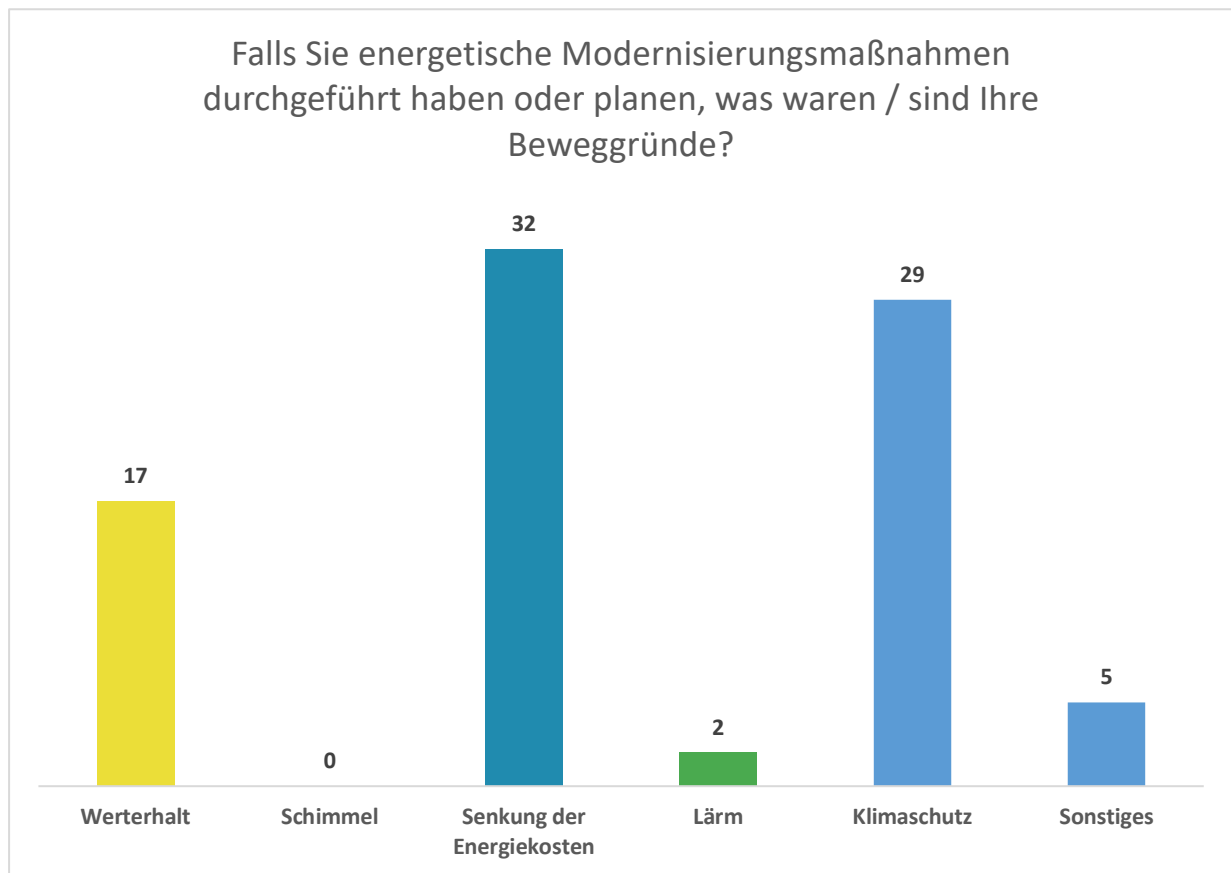


Abbildung 60: Befragungsergebnisse zur Frage „Falls Sie energetische Modernisierungsmaßnahmen durchgeführt haben oder planen, was waren / sind Ihre Beweggründe?“ (Quelle: eigene Darstellung)

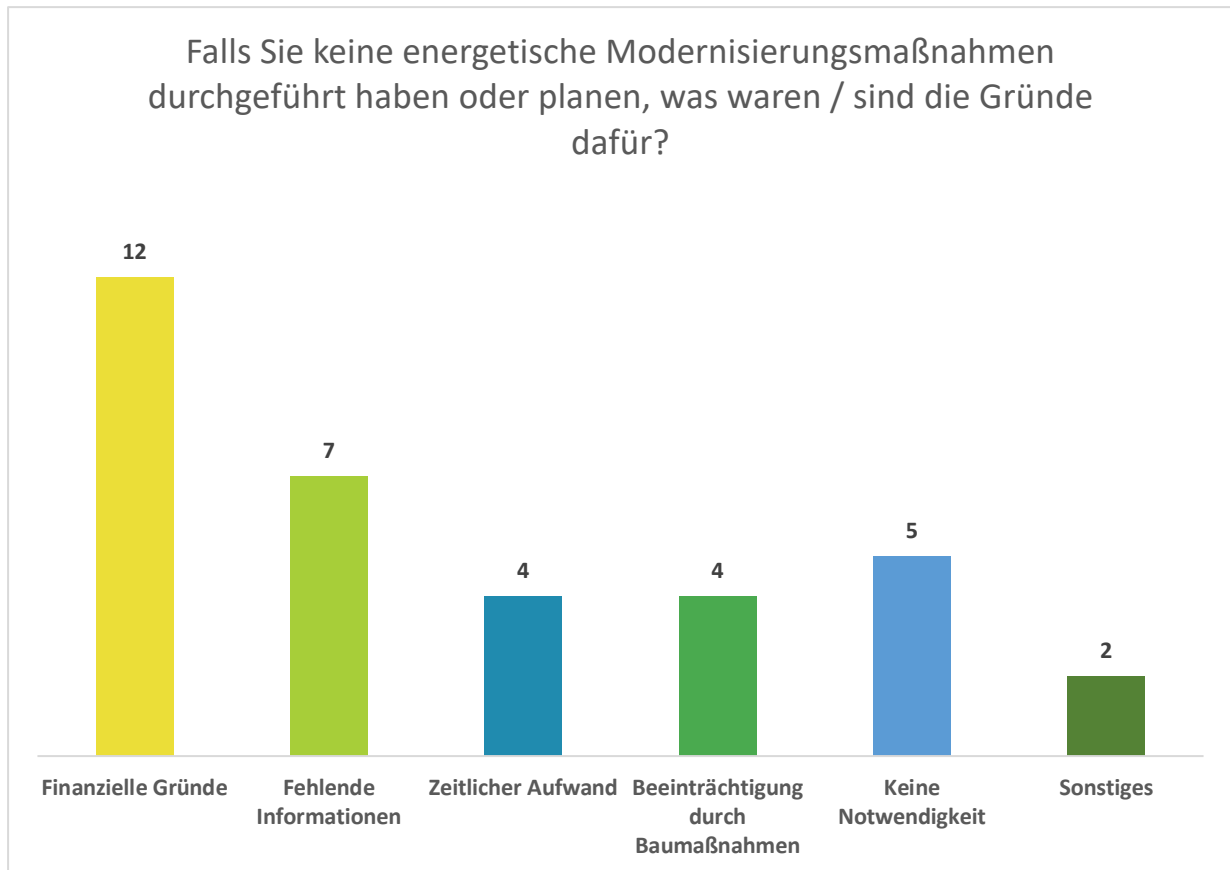


Abbildung 61: Befragungsergebnisse zur Frage „Falls Sie keine energetische Modernisierungsmaßnahmen durchgeführt haben oder planen, was waren / sind die Gründe dafür?“ (Quelle: eigene Darstellung)

Die Betrachtung der Gründe, die für die Umsetzung von energetischen Modernisierungsmaßnahmen sprechen zeigt, dass sowohl finanzielle als auch ideelle Gründe eine wichtige Rolle spielen. So kann langfristig nicht nur der Geldbeutel entlastet als auch das Klima bewahrt werden. Beide Aspekte sollten sich entsprechend in der Kommunikation wiederfinden.

Auch bei den Gründen gegen eine Modernisierung sind monetäre Gründe am häufigsten genannt. Hier zeigt sich ein Konflikt, in dem grundsätzlich die Notwendigkeit von Maßnahmen in der Regel gesehen wird, um Geld zu sparen, jedoch keine ausreichenden finanziellen Mittel vorhanden sind. Dabei lassen die Befragungsergebnisse darauf schließen, dass mögliche Fördermittel nicht bekannt oder nicht in Anspruch genommen werden. Hier sollte das Sanierungsmanagement ansetzen und Fördermöglichkeiten sowie ggf. günstige Darlehensoptionen aufzeigen.

8.1.7.5 Interesse an Beratungsangeboten

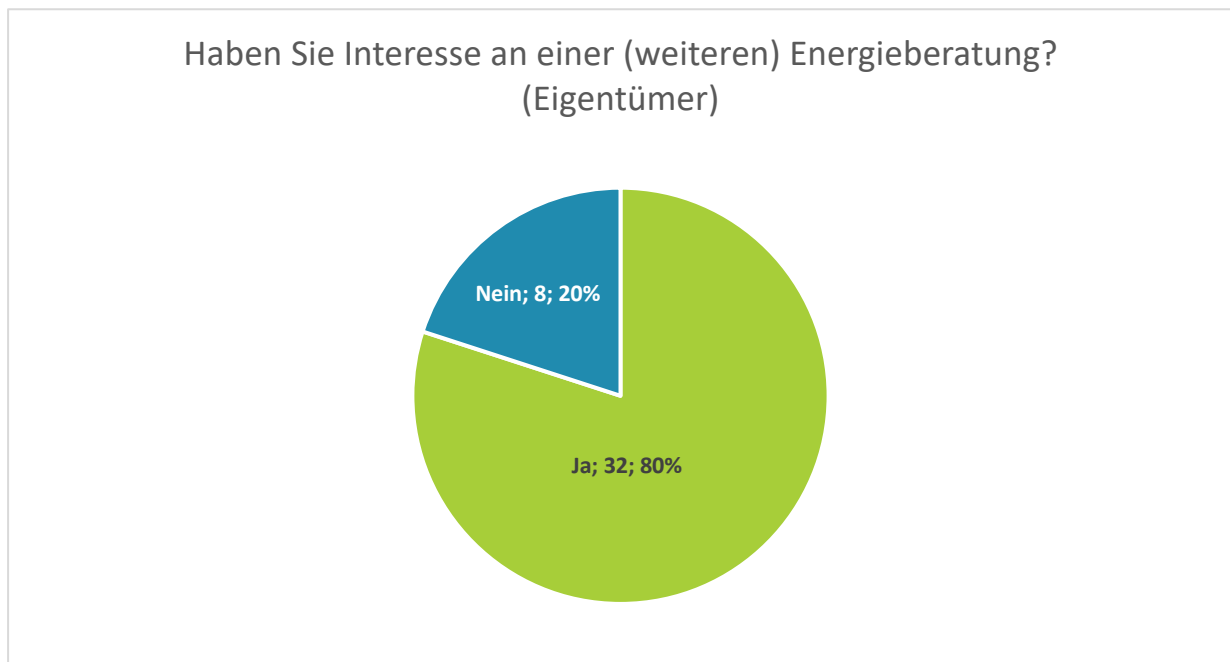


Abbildung 62: Befragungsergebnisse zur Frage „Haben Sie Interesse an einer (weiteren) Energieberatung?“
(Quelle: eigene Darstellung)

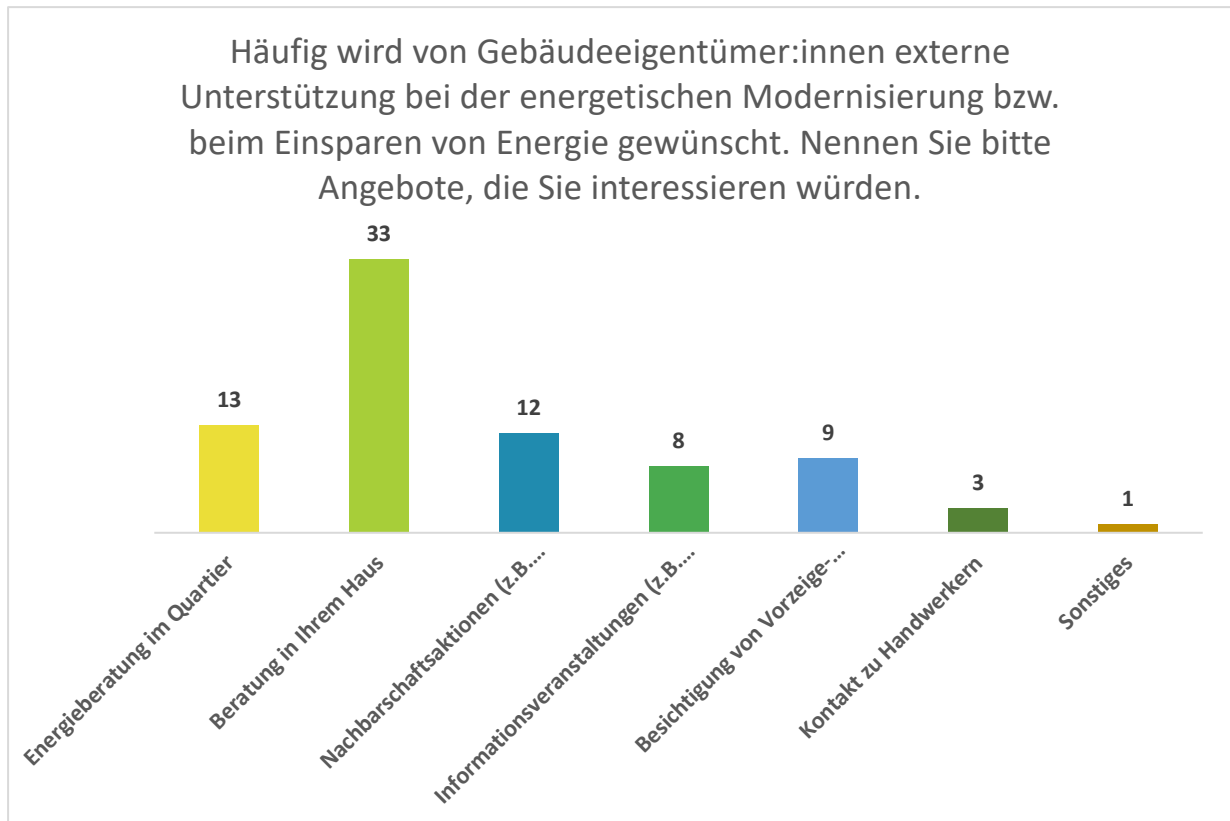


Abbildung 63: Befragungsergebnisse zur Frage „Häufig wird von Gebäudeeigentümer:innen externe Unterstützung bei der energetischen Modernisierung bzw. beim Einsparen von Energie gewünscht. Nennen Sie bitte Angebote, die Sie interessieren würden.“ (Quelle: eigene Darstellung)

Die Ergebnisse der Befragung zeigen deutlich, dass es bei den Immobilieneigentümern einen großen Beratungsbedarf gibt: Vier von fünf Befragten haben Interesse an einer Energieberatung. Diese wird sich vorrangig direkt am eigenen Haus gewünscht. Darüber hinaus gibt es auch ein relativ gleichmäßig verteiltes Interesse an weiteren Angeboten, wie z. B. Beratungen in einem Quartiersbüro, Nachbarschaftsaktionen, Info-Veranstaltungen sowie der Besichtigung von Best Practice-Beispielen. Diesen Wünschen sollte das Sanierungsmanagement Rechnung tragen und entsprechende Formate anbieten. Dabei ist es sinnvoll, verschiedene Ansätze auszuprobieren, da bestimmte Angebote regional unterschiedlich angenommen werden.

8.1.7.6 Aktivierungsfahrplan

Der Aktivierungsfahrplan ist ein wichtiges Handlungsinstrument des Sanierungsmanagements bei der Umsetzung der konzipierten Maßnahmen. Dieser setzt sich aus den folgenden Teilbereichen zusammen:

- Aktivierungsstrategie
- Aktivierungsformat
- Priorität
- Zielgruppe
- Zuständigkeit für das Projektmanagement
- Projektbeteiligte
- Vorschlag für einen Umsetzungszeitraum
- Mögliche Aufgaben im Rahmen des Aktivierungsformats
- Und die räumlichen Schwerpunkte für die Aktivierungsmaßnahmen im Quartier

Der Aktivierungsfahrplan dient als organisatorischer Leitfaden für die Umsetzung der Aktivierungsmaßnahmen im Quartier Sossenheim-West. Durch die Festlegung der Prioritäten in der Konzeptphase können zudem die Schwerpunkte identifiziert und schnellstmöglich räumlich bearbeitet werden. Der vollständige Aktivierungsfahrplan kann dem Anhang entnommen werden.

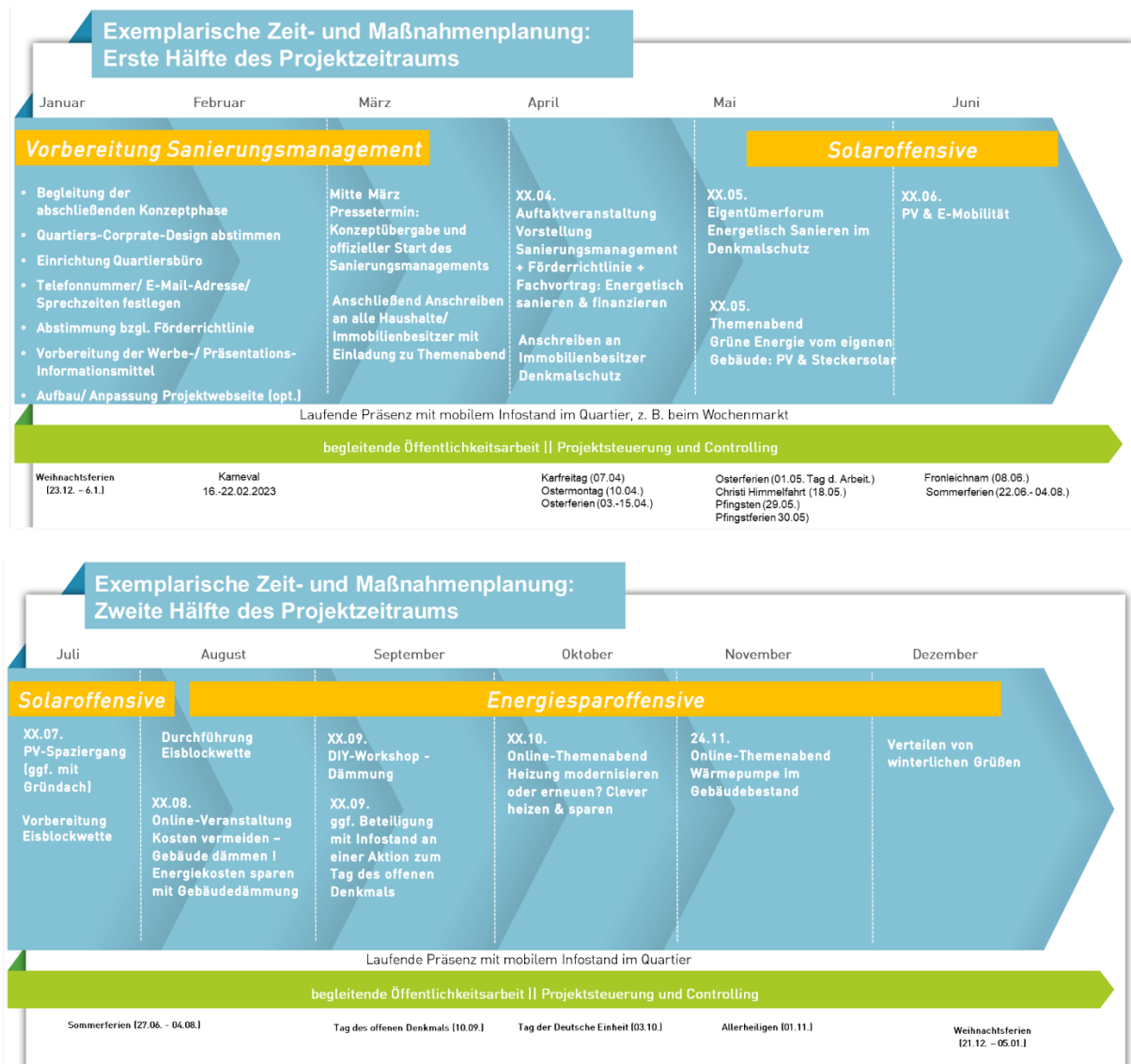


Abbildung 64: Exemplarische Maßnahmenplanung für das erste Jahr des Sanierungsmanagements

8.1.8 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

Die beschriebenen Aktivierungsstrategien sowie die einzelnen Aktivierungsformate bilden die Grundlage für die spätere Arbeit des Sanierungsmanagements in der Umsetzungsphase des Projekts. Auf Basis der ermittelten Datenlage wurden investive Maßnahmenpakete (vgl. Kapitel 7) abgeleitet, die für das Projektgebiet und die vorhandenen Zielgruppen am sinnvollsten erschienen. Flankiert werden diese investiven Maßnahmenpakete durch Pakete zu Information, Beratung und Öffentlichkeitsarbeit, wie z. B. der kostenlosen (Erst-)Energieberatung, der Haus-zu-Haus-Beratung, einem persönlichen Anschreiben (inkl. Flyer) oder dem Themenabend. Für die Aktivierung der Eigentümer lässt sich festhalten, dass sie im Rahmen der Umsetzungsphase durch ein Sanierungsmanagement idealerweise durch ein

persönliches Anschreiben (inkl. Flyer) informiert und im weiteren Verlauf persönlich von „Haus-zu-Haus“ angesprochen werden sollten. Insgesamt verfolgen alle Aktivierungsmaßnahmen den Ansatz einer allgemeinen Information und Sensibilisierung rund um das Thema energetische Modernisierung. Sie stellen somit einen wesentlichen Pfeiler der Aktivierung innerhalb der Umsetzungsphase dar.

8.2 (Energie-)Beratung

Zentraler Baustein zur Umsetzung des Maßnahmenkatalogs und damit der Steigerung der Modernisierungsrate in Sossenheim-West ist die Beratung und Aktivierung von Bewohner:innen und Eigentümer:innen im Quartier. Sie sind (Mit-)Gestalter energetischer Erneuerungen und Anpassungen an den Klimawandel und somit wichtige Potenzialträger und lokale Schlüsselakteure der Energie- und Klimawende. Ziele, Inhalte und zu beachtende Rahmenbedingungen werden in den folgenden Abschnitten näher beschrieben.

Ziel der Beratung

Primäres Ziel des Beratungsangebotes ist es, Haus- und Wohnungseigentümer:innen eine niederschwellige Anlaufstelle für Themen der energetischen Sanierung zu bieten und dabei zu helfen, die richtigen Entscheidungen in Bezug auf potenzielle Modernisierungsmaßnahmen zu treffen sowie im Hinblick auf die praktische Durchführung Unterstützung zu leisten. Ein mehrstufiger Aufbau ermöglicht die Adressierung von Gruppen mit unterschiedlichen Wissens- und Motivationsständen und damit unterschiedlichen Beratungsbedürfnissen. So soll die Beratung Anreiz und Motivation zur (energetischen) Modernisierung schaffen, einen ersten Berührungspunkt zur Thematik der energetischen Erneuerung kreieren und durch zielgerichtete Unterstützung bei konkreten Modernisierungsmaßnahmen Umsetzungshürden abbauen. Grundsätzlich ist eine solche Beratung auch im Hinblick auf Maßnahmen zur Anpassung an Klimafolgen sowie deren Fördermöglichkeiten ein geeignetes Mittel zur Steigerung der Umsetzungsrate. Ein Austausch mit dem bestehenden Förderprogramm „Frankfurt frischt auf“ ist anzuraten.

In diesem Sinne ist die Energieberatung das wirksamste Mittel zur Aktivierung mit dem Ziel der Umsetzung von Energieeinspar- und/oder Effizienzmaßnahmen. Die

Ratsuchenden sollen zielgerichtet und neutral informiert werden über die jeweiligen Modernisierungsoptionen sowie deren Fördermöglichkeiten. Die wesentlichen zu beantwortenden Fragen hierbei sind:

- Welche Investition ist unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten sinnvoll? (hoher Nutzen bei geringer Investition)
- Welche Fördermittel können in Anspruch genommen werden?

Ein wichtiger Aspekt der Erstberatung ist es, vor dem Hintergrund der persönlichen und finanziellen Verhältnisse und Bedürfnisse, Optionen zur energetischen und bei Bedarf klimafolgeanpassungsbezogenen Verbesserung der Immobilie aufzuzeigen. Da unter diesen Umständen nicht zwingend ein energetisch optimales Ergebnis erreicht werden kann, kommt es ggf. darauf an, vertretbare Kompromisse aufzuzeigen. Auch eine Modernisierung in Schritten kann in diesem Zusammenhang zielführend sein. Ergänzend zum Beratungsbericht des Sanierungsmanagement wird die Bereitstellung von diversen Informationsangeboten (Flyer, Broschüren, etc.) durch den Energieberater empfohlen, welche den Ratsuchenden die Möglichkeit bieten, sich auch im Anschluss an die Beratung mit dem Thema Gebäudemodernisierung auseinanderzusetzen und ggf. eigenständig weitere Informationen zu recherchieren.

Zielgruppen der Beratung

Für die Beratung im Quartier lassen sich, abgeleitet aus den Eigentumsverhältnissen (vgl. Kapitel 3.3) die Nutzergruppen zunächst in Mieter:innen und Eigentümer:innen und letztere weiter in Selbstnutzer:innen und Vermieter:innen unterteilen (vgl. Abbildung 65).

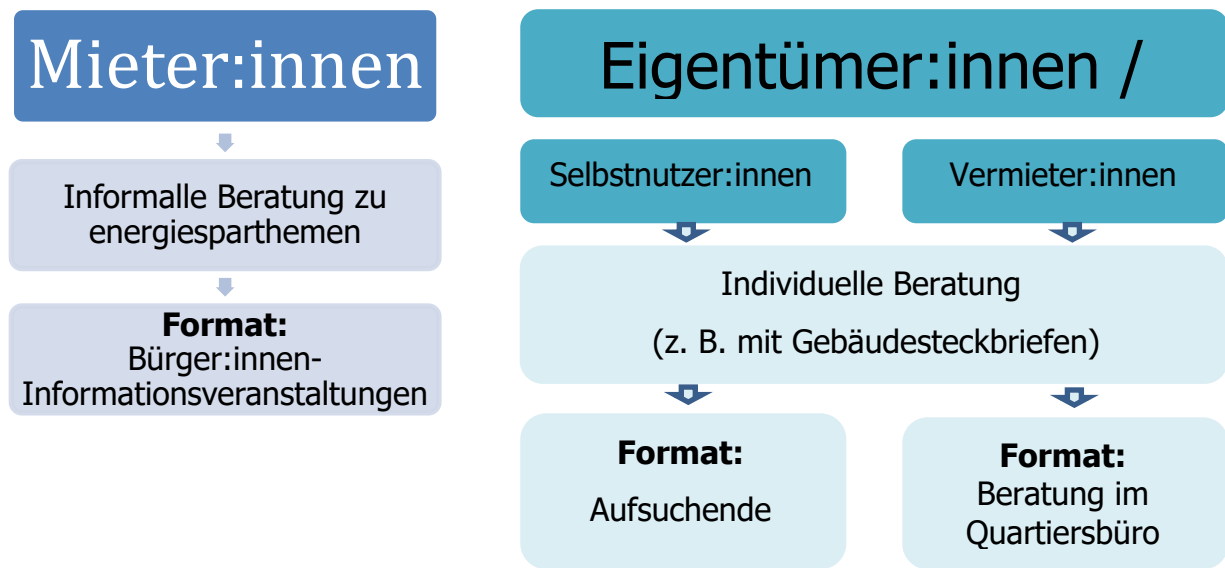


Abbildung 65: Zielgruppen der Energieberatung

Die Unterscheidung wird vorgenommen, da sich die Motivation, eine Investition vorzunehmen, je nach Zielgruppe, häufig maßgeblich unterscheidet. Während für Einzeleigentümer:innen oder WEG, welche die Immobilie selbst bewohnen oder bewohnen werden, auch erhöhter Wohnkomfort und Energieeinsparung eine große Rolle spielen, steht für den / die Vermieter:in häufig vor allem der Werterhalt der Immobilie und Vermietbarkeit im Vordergrund. Für beide Eigentümergruppen ist jedoch die Wirtschaftlichkeit einer Modernisierungsmaßnahme von großer Bedeutung. Daher sollte diese Frage von dem Beratenden dargelegt werden können. Am wirtschaftlichen ist es, wenn „sowieso“ anstehende Maßnahmen mit energetischen Sanierungsmaßnahmen kombiniert werden. Die Wirtschaftlichkeit ist am höchsten, wenn bereits anstehende Maßnahmen mit energetischen Sanierungsmaßnahmen kombiniert werden.

Aufgrund des hohen Anteils an vermietetem Gebäudebestand im Quartier werden zudem Mieter:innen betrachtet. An diese richtet sich vorwiegend die informelle Beratung zu Energiesparthemen, wie z. B. Themenabende. Zudem dienen die Mieter:innen als geeignete Informationsquelle für notwendige Modernisierungsmaßnahmen am Gebäude, um in einem nächsten Schritt auf die Gebäudeeigentümer:innen zuzugehen.

Inhalt des Beratungsgesprächs

Die maßbegliche Prämisse der Beratung fußt darauf, dass diese in allen Stufen für die Ratsuchenden möglichst kostenlos, unabhängig und (hersteller-)neutral sind und sich an den persönlichen Bedürfnissen der Ratsuchenden orientieren soll. Bei Bedarf kann jedoch auch eine Weiterleitung an Externe (direkt über einen Handwerker, Vertrieb, etc.) erfolgen, sofern es die Komplexität des Anliegens des Ratsuchenden erfordert oder beispielsweise der spezifische Wunsch nach einer bestimmten Dienstleistung besteht. Grundsätzlich ist es ratsam einen „Berater-Pool“ für das Gebiet aufzubauen und zu pflegen, um Anfragen für eine energetische Planung und Baubegleitung weiterleiten zu können.

Im Rahmen einer Energie-Erstberatung wird eine allgemeine energetische Bestandsaufnahme des Gebäudes durchgeführt und diskutiert. Als Grundlage für die Wohngebäude dienen Gebäudesteckbriefe (vgl. Kapitel 7.1). In diesem etwa ein- bis eineinhalbstündigen Gespräch gibt der / die Sanierungsmanager:in einen Überblick über mögliche Modernisierungsmaßnahmen. Die Energieberater können dabei ggf. auf lokal verfügbare Geodienste der Stadt Frankfurt (z. B. Solar-Kataster Hessen) zugreifen und zu verschiedenen Fördermöglichkeiten beraten. Neben der Gebäudemodernisierung kann ebenfalls die Thematisierung der Energieversorgung zielführend sein, um niedrigschwellig und unmittelbar die Umsetzung deiner differenzierten Versorgungsstrategie realisierbar zu machen.

Ort und Prozess der Beratung

Als zentrale Anlaufstelle für Belange des Sanierungsmanagements dient das Quartiersbüro. Die Einrichtung des Quartiersbüros wird aufgrund der vorhandenen inhaltlichen Überschneidungen sowie zur Realisierung des integrierten Konzeptansatzes in geteilter Form gemeinsam mit dem Stadtteilbüro für das Programm „Sozialer Zusammenhalt“ empfohlen. Es ist aufgrund seiner zentralen Lage für die Quartiersbewohner:innen gut erreichbar und erzeugt eine Sichtbarkeit bestehender Aktivitäten im Quartier. Dies ist von Bedeutung, da es als zentrale Anlaufstelle für ratsuchende Bürger:innen fungieren soll. Um Effekte der Imagebildung und Multiplikatoreffekte nutzbar machen so können, sollte auf eine ansprechende und gut wahrnehmbare Gestaltung des Büros geachtet werden, welche über Sprechzeiten sowie Hinweise zu Kontaktmöglichkeiten und Möglichkeiten für weiterführende

Informationen (z. B. via QR-Code) verfügt. Die gemeinsame Nutzung bietet zudem die Grundlage für einen stetigen Austausch zwischen den handelnden Akteuren im Quartier und trägt so zur Förderung des integrativen Entwicklungsansatzes bei.

Das Sanierungsmanagement dient als Erstanlaufstelle für die Vereinbarung von Terminen für eine Energie(-Erst)beratung. Der Termin kann auf Wunsch in einem Quartiersbüro wahrgenommen werden aber auch direkt an der Immobilie.

Für interessierte Bürger besteht ebenfalls die Möglichkeit, spontan in die Sprechstunde zu kommen. Bei den Erstberatungen werden erste Informationen und Einschätzungen zu geplanten oder möglichen Modernisierungsvorhaben durch den / die Sanierungsmanager:in vermittelt. Bei Bedarf werden zutreffende Fördermöglichkeiten vorgestellt. Während der Erstberatung dokumentiert der / die Sanierungsmanager:in mittels eines Aufnahmebogens die wichtigsten Themen der Beratung sowie Daten des Gebäudes. Da ein solches Erstgespräch keine energetische Fachberatung ersetzen kann, wird ausdrücklich empfohlen, sich im weiteren Verlauf durch weitere Experten (z. B. externe Dienstleister) an der eigenen Immobilie beraten zu lassen. Mit ihrer fachlichen Kompetenz können die Energieberater:innen des Projekts dann gezielt auf die individuellen Bedürfnisse und Fragestellungen des Ratsuchenden eingehen. Die Sanierungsmanager:innen vermitteln die Ratsuchenden an die zuständigen Energieberater:innen (Berater-Pool) weiter.

Neben der Beratung im Quartiersbüro sind aufsuchende Einstiegsberatungsaktionen, differenziert nach Zielgruppen, wie zum Beispiel ein Heizungs- und Energiesparcheck, ein empfehlenswertes Mittel, um für die energetische Sanierung eines Gebäudes sowie die angestrebte Beauftragung eines externen Energieberatungsbüros zur Durchführung eines individuellen Sanierungsfahrplans (iSFP) zu motivieren. Im Rahmen der Vor-Ort-Beratungen besteht die Möglichkeit, gezielt auf die Spezifika des jeweiligen Gebäudes einzugehen und somit die Maßnahmen an der Gebäudehülle oder der Heizungstechnik detailliert zu planen. Nach der Analyse des Ist-Zustandes werden den Ratsuchenden individuelle Sanierungsempfehlungen zur energetischen Ertüchtigung aufgezeigt. WEG sollten zudem über das Beratungsangebot des Klimareferats und des Vereins Energiepunkt RheinMain informiert werden. Bei der Beratung von Mieter:innen sollte die Sensibilisierung zum Energiesparen im Vordergrund stehen.