

Abschlussbericht  
Konzeptionsphase  
MWIKE-Projekt

# Inhaltsverzeichnis

1. Anlass und Hintergrund	
1.1 Anlass des Projekts	3
1.2 Vorstellung & Zielsetzung MWIKE Projekt	3
2. Erste Überlegungen und Findungsphase	
2.1 Herausarbeiten relevanter Zielgruppen	5
2.2 Spezifizierung von Zielgruppen	5
3. Projektentwicklung	
3.1 Klimabotschafter:innen in der Stadtverwaltung	13
3.2 EcoDorm – Klimaschutz durch Energiesparmaßnahmen und Ökostrom, in Aachener Studierenden-Wohnheimen	15
3.3 ZukunftsRaum. Aktivierung von Wohnraumreserven durch Wohnsuffizienz im Alter	17
4. Fazit und Ausblick	23
5. Projektanträge	24
„Klimabotschafter:innen in der Stadtverwaltung Aachen“	
„EcoDorm – Klimaschutz durch Energiesparmaßnahmen und Ökostrom, in Aachener Studierenden-Wohnheimen“	
„ZukunftsRaum. Aktivierung von Wohnraumreserven durch Wohnsuffizienz im Alter“	

# **1. Anlass und Hintergrund**

## **1.1 Anlass des Projekts**

Die Stadt Aachen ist seit den frühen 90er Jahren im Bereich Klimaschutz aktiv. Sie trat 1992 dem Europäischen Klima- Bündnis bei und ist Mitglied im Konvent der Bürgermeister. Im Juli 2019 wurde in Aachen der Klimanotstand ausgerufen, wodurch die Politik eine Neu-Orientierung und Beschleunigung des städtischen Klimaschutzengagements forcierte. Ein integriertes Klimaschutzkonzept (IKSK) inklusive 70 Maßnahmen (bis 2025) wurde im August 2020 verabschiedet.

2022 wurde der Klimaentscheid (Bürgerbegehren) vom Rat der Stadt mit Zustimmung aller Fraktionen angenommen. Zur Umsetzung waren im Haushaltsplan 2022 nur für das Jahr 2022 über 13,5 Mio. Euro eingestellt und in der Finanzplanung bis 2025 weitere 70,3 Mio. Euro vorgesehen, sodass für den Zeitraum 2022 bis 2025 insgesamt 83,9 Mio. Euro bereitstehen. Binnen 3 Jahren wurden 25 neue Stellen in der Verwaltung im Bereich Klimaschutz geschaffen. Die Klimaschutzstrategie fokussiert vor allem die CO<sub>2</sub>- Reduktionspotenziale in den Bereichen Gebäude, Mobilität und Energieversorgung.

Das vom Rat der Stadt Aachen beschlossenen Ziel ist es bis 2030 Klimaneutral zu werden. Mit diesem Beschluss hat sich die Stadt erfolgreich bei der EU-Mission 100 Klimaneutrale und Smarte Städte 2030 beworben. Als ersten großen Meilenstein wurde 2023 der „Klimastadtvertrag“ erarbeiten und bis März 2023 versammelten sich rund 140 Akteur:innen hinter diesem Ziel, welche eigene Maßnahmen beschließen und umzusetzen wollen. Für den Bereich der Stadtverwaltung soll im Rahmen des Klimastadtvertrages u.A. das IKSK fortgeschrieben werden, mit dem Ziel Klimaneutralität durch geeignete Maßnahmen zu unterstützen.

## **1.2 Vorstellung & Zielsetzungen MWIKE Projekt**

Ein bedeutender Baustein für die Erreichung dieser ambitionierten Ziele ist eine Einbeziehung breiter Gruppen der gesamten Stadtgesellschaft in die Aktivitäten und deren Motivation im individuellen Verhalten CO<sub>2</sub> einzusparen. Mit der Zielsetzung eine breite Öffentlichkeit für die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu begeistern, hatten sich im Herbst 2022 Vertreter:innen der Bürgerstiftung Lebensraum Aachen und der Stadtverwaltung Aachen gemeinsam an das MWIKE gewandt. Nach diversen Gesprächen, einem Workshop mit zivilgesellschaftlichen Akteur:innen in Aachen und einem halbtägigen Workshop beim MWIKE in Düsseldorf, konnte man die Zusammenarbeit dahingehend konkretisieren, dass – im Rahmen einer halbjährigen Konzeptionsphase – drei Projektkonzepte mit zielgruppengerechter Ansprache entwickelt werden sollten. Neben direkten Maßnahmen um CO<sub>2</sub> einzusparen, sollten auch das Konsum- und Gemeinwohlverhalten adressiert werden. Es sollen möglichst messbare Ergebnisse erarbeitet werden, die anschließend auf andere Städte oder vergleichbare Sektoren und Bereiche der Stadt Aachen übertragen werden können.

Dieses Ziel sollte mit Unterstützung weitere Partner wie Altbau Plus e.V. und einem breiten Bündnis aus der Aachener Zivilgesellschaft erreicht werden. Aufgrund einer internen Neuaufstellung und zu geringer personellen Kapazitäten, zog sich die Bürgerstiftung Lebensraum Aachen im Sommer 2023 aus der Konzeptionsphase zurück, das neue Vorstandsteam möchte sich jedoch spätestens bei der Umsetzung der Projekte wieder aktiv beteiligen.

In der in diesem Projektbericht beschriebenen und von Altbau Plus e.V. ausgeführten Konzeptionsphase wurden sehr konkrete, mess- und skalierbare Umsetzungspiloten systematisch vorbereitet. Diese Phase diente ebenfalls zur Gewinnung und Aktivierung der benötigten Partner und Stakeholdern, um so in der fortführenden zweiten Phase die konkret erarbeiteten Ideen direkt umsetzen zu können. Altbau Plus e.V. konnte hierbei auf ein breites Netzwerk von Akteuren im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit zugreifen. Die konzipierten Umsetzungspiloten sollten eng und sinnvoll mit bestehenden Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit verwoben werden und Menschen aktivieren ihr individuelles Verhalten möglichst dauerhaft zu verändern oder, wo notwendig, auch zu größeren Investitionen, z.B. in eine nachhaltigere Energieversorgung, motivieren. Hierbei wurden Rahmenbedingungen gesucht, die individuelles und zeitnahes Handeln fördern.

Im Folgenden soll nun der konkrete Prozess der Konzeptionsphase beschrieben werden, der mit dem Bescheid vom 24.08.2023, am 1. September 2023 startete und ursprünglich bis zum 29. Februar 2024 projektiert war. Aus Kapazitätsgründen wurde im Februar eine Verlängerung bis zum 30. April 2024 beantragt und bewilligt. Im hier vorliegenden Abschlussbericht wird die Entwicklung von der Herausarbeitung und Spezifizierung der relevanten Zielgruppen, über Ansätzen zu ersten konkreten und handlungsorientierten Konzept und der Kontaktaufnahme mit den Zielgruppen sowie potentiellen Partnern, hin zu den drei fertigen Projektentwürfen erläutert.

## 2. Erste Überlegungen und Findungsphase

### 2.1 Herausarbeiten relevanter Zielgruppen

In einem ersten internen Workshop im Januar 2023, an dem diverse Stakeholder und Multiplikator:innen aus der Aachener Nachhaltigkeit Community teilnahmen, wurden zahlreiche potenzielle Zielgruppen und einige konkrete Ideen erarbeitet, die zu Projektbeginn als erste Hilfestellung und Anhaltspunkt dienen konnten. Zu Beginn der Konzeptionsphase wurde auf diese Zielgruppenauswahl und die gesammelten Aktionsideen zurückgegriffen und durch eigene Themen ergänzt. Diese wurden dann im weiteren Verlauf sowohl als eigenständige Themen, als auch durch Verknüpfungen untereinander weiter betrachtet. Aus einem zunächst größeren Pool an möglichen Zielgruppen und Ideen, wurden dann die Zielgruppen Sportvereine, Kirchen und Religionsgemeinschaften, Verwaltung, Jugendliche und junge Erwachsene sowie Senioren als relevantesten Zielgruppen herausgearbeitet.

### 2.2 Spezifizierung von Zielgruppen

Zu diesen fünf Zielgruppen wurden dann im weiteren Verlauf vertiefende Recherchen angestellt und versucht konkrete Projektideen zu entwickeln.

#### A. Zielgruppe: Sportvereine

Nach dem im November 2022 unter dem Thema „Nachhaltigkeit im Sportverein“ veranstalteten Öcher Brunch, an dem Stakeholder der Aachener Stadtsportverbände und -vereine teilnahmen und großes Interesse am Thema Nachhaltigkeit erklärten, erfolgte im März 2023 eine Einladung des Stadtsportbundes Aachen e.V. zum Thema „Sozial, fair, nachhaltig – Sportvereine übernehmen Verantwortung“. Die Veranstaltung im Tivoli, an der dreizehn Sportvereine teilnahmen, diente dazu erste Anregungen und Umsetzungspotenziale von Vereinsalltag und Sportveranstaltungen zu diskutieren und sich über bereits bestehendes Engagement im Bereich der SDGs (Sustainable Development Goals) auszutauschen. Am 21.06.2023 folgte ein weiterer, digitaler Austausch der städtischen Sportvereine zum Thema Nachhaltigkeit entlang der SDGs. Das vorhandene Engagement bestätigte uns hinsichtlich des großen Potenzials der Zielgruppe „Sportvereine“ für das MWIKE Projekt.

Erste Projektideen wurden daraufhin in Verbindung mit Ernährung, sowie Textil und Upcycling entwickelt. Nach Gesprächen mit dem Aachener Stadtsportverbund zeigte sich jedoch, dass vor allem durch die Corona-Pandemie starke Engpässe im Bereich Ehrenamt bestehen und nicht ausreichend Kapazitäten für ein umfassendes Kooperationsprojekt zur Verfügung gestellt werden können.

Vom 16. Oktober bis 20. November 2023 veranstaltete der Aachener Sportbund – gemeinsam mit den ihm angeschlossenen Aachener Vereinen – „Inklusive Sportwochen“ und setzten damit zunächst den Schwerpunkt auf SDG 10 „Weniger

Ungleichheiten“. Gleichzeitig werden Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Sport in Aachen weiter gefördert, wie beispielsweise durch das Projekt RENN.West „Ziele brauchen Taten“, bei dem Sportler, Vereine, Verbände und Fans für Nachhaltigkeit im Sport begeistert werden sollen.

### B. Zielgruppe: Kirchen und Glaubensgemeinschaften

In der Bevölkerung sind Kirchen und Religionsgemeinschaften etablierte „Wertevermittler“, die wichtige Impulse an ihre Gemeinden weitergeben können. Darüber hinaus stellt diese Zielgruppe hinsichtlich der sozialen und politischen Herkunft ihrer „Mitglieder“ eine sehr heterogene Gruppe dar, die gleichzeitig über ein sehr ähnliches Wertekonzept miteinander verbunden ist. Als christliche Werte werden vor allem Glaube, (Nächsten)Liebe, Hoffnung, Gerechtigkeit und Barmherzigkeit definiert und damit die Ehrfurcht vor dem Leben, Respekt und Toleranz gegenüber anderen und die Fähigkeit zum guten Handeln. Werte an die sich im Sinne eines verantwortungsvollen, nachhaltigen Lebensstils sehr gut anknüpfen lässt.

Doch auch die Institution Kirche und andere monotheistische Glaubensgemeinschaften erleben derzeit eine hoch-transformative Zeit. Immer mehr Menschen kehren ihnen den Rücken. Während Kirche noch vor wenigen Jahrzehnten grundlegend werteprägend auf unsere Gesellschaft wirkte, verliert sie hinsichtlich der Mitprägung gesellschaftlicher Werte immer mehr an Relevanz. Gleichzeitig verspüren immer mehr Menschen eine tiefe Sehnsucht nach Halt, Rückverbindung und wertvollen Kraftquellen. Denn Alltagsstress und Leistungsdruck lassen viele wie ferngesteuert im Alltag rollieren und erlauben wenig Zeit und Raum zum Auftanken, zur Einkehr hinsichtlich der eigenen Werte und zum Erkennen echter Bedürfnisse hinter Konsumzwang, Status und Trends.

In Aachen gibt es bereits ein vielversprechendes Netzwerk an Multiplikator:innen und potenziellen Kooperationspartnern, die wir hinsichtlich der Projektentwicklung kontaktiert und einbezogen haben, u.a. die „Zeitfenster-Gemeinde“ (St. Folian), die Initiative Grüne Moschee, den Aachener Dialog der Religionen und die Christians for Future.

In den Gesprächen mit Multiplikator:innen aus der Zielgruppe wurden Informationen zu bestehenden Projekten und Projektideen ausgetauscht. So wurde z.B. seitens des Caritas Verbandes Aachen von einem Projekt berichtet, dass darauf abzielt, Photovoltaikanlagen auf sämtlichen Gebäuden der Caritas (Kitas, Beratungsstellen, Sozialdiensten etc.) zu installieren, um (a) Strom selber zu erzeugen und tagsüber zu nutzen, sowie (b) überschüssige Energie als „nachhaltiger Energieversorger“ ins Netz einzuspeisen. Der Caritas-Verband Aachen hatte dazu bereits eine Machbarkeitsstudie mit dem Schwerpunkt der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung durchführen lassen. Im Rahmen der MWIKE Förderung entstand die Idee parallel zur Installation der Anlagen auf den Dächern, in den einzelnen Einrichtungen Aktivitäten, Kurse und Aktionen anzubieten, die zusätzlich zur Energieversorgung vom eigenen Dach, Mitarbeiter:innen

und Bewohner:innen für Energiesparmaßnahmen und Klimaschutz zu begeistern. Jedoch hat sich dieses Vorhaben als nicht praktikabel erwiesen. Der Caritas-Verband dient in diesem Projekt nur als Dach, er verfügt über keine eigenen Einrichtungen. Im Rahmen des Projektes wäre es notwendig gewesen, die Aktivitäten und Maßnahmen mit den vielen verschiedenen Trägern der Einrichtungen einzeln zu entwickeln, ein Unterfangen das im Rahmen dieses Projektes zu aufwendig und komplex geworden wäre.

Gleichzeitig konnten wir mit der Zeitfenster Gemeinde und weiteren Akteur:innen den Grundstein für ein kleines Projekt legen, das sehr stimmig in ein anderes, bestehendes Projektkonzept integriert werden konnte. Das Format „Kraftinseln“ setzt dabei auf eine multidimensionale Herangehensweise, die pädagogischen Input, Naturerlebnis, kreative Aktivitäten und spirituelle/rituelle Ansätze kombiniert. Auf diese Weise soll der Zugang zur (innerstädtischen) Natur geschaffen und über die Schärfung von Achtsamkeit und Bewusstsein zu einem bewussteren und nachhaltigeren Umgang mit der Mitwelt angeregt werden. Die erfahrungsbezogenen, proaktiven "Kraftinseln" sollen die Teilnehmer:innen auf emotionaler Ebene mit sich, mit anderen und mit dem Leben in Verbindung bringen und auf diese Weise die intrinsische Motivation zu einem nachhaltigen Lebensstil fördern.

### C. Zielgruppe: Verwaltung

Mit mehr als 6.300 Mitarbeiter:innen ist die Stadtverwaltung Aachen die zweitgrößte Arbeitgeberin der Region. Durch ein potenzielles Projekt in der Stadtverwaltung, kann diese eine Vorbildfunktion übernehmen und durch ihr authentisches Wirken auch in anderen Unternehmen und Betrieben Anregungen schaffen. Gleichzeitig hat sie die Möglichkeit über Vergabeprozesse, Förderprogramme, Vernetzung, Regularien etc. aktiv bis auf zu 50% der Emissionen, die im Stadtgebiet entstehen, einzuwirken.

Zunächst wurden bereits erfolgreiche Projekte in Verwaltungen anderer Kommunen im Bundesgebiet recherchiert, wie zum Beispiel der Flurfunk der Klimaschutzagentur Mannheim oder das Projekt Verwaltung 2.030 in Detmold. Zudem wurden Kontakte geknüpft zu wichtigen Personen in der Verwaltung. Schließlich konnte man sich durch einen internen Workshop auf eine erste konkrete Projektidee festgelegt. Vorgehensweise des Workshops war zunächst ein Brainstorming bei dem frei und ohne Werte Orte gesammelt wurden, an denen sich die Zielgruppe häufig aufhält. In einem zweiten Schritt wurden mögliche Ideen für Anknüpfungspunkte, Aktionen und Maßnahmen gesammelt. Über ein Voting konnten die Teilnehmer:innen mit drei Punkten (max. zwei Punkte für eine Aktion) ihren Favoriten für das weitere Vorgehen wählen. Bei der Zielgruppe Verwaltung setzte sich die Idee durch Auszubildende als Klimabotschafter einzusetzen. Im weiteren Verlauf wurde für diese Aktion eine erste Konzeptskizze entwickelt, auf Basis dessen Kontakt mit möglichen Kooperations-partner aufgenommen wurde.

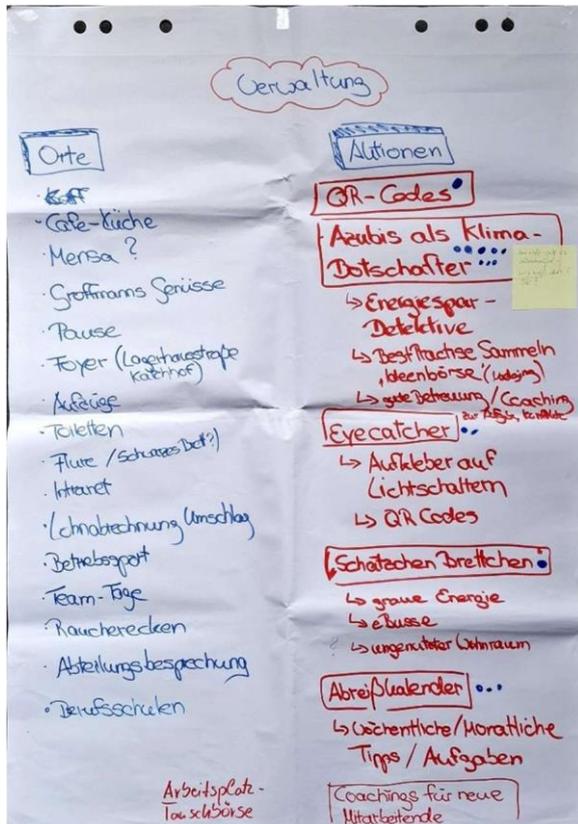


Abb. 1: Fotoprotokoll Zielgruppe Verwaltung

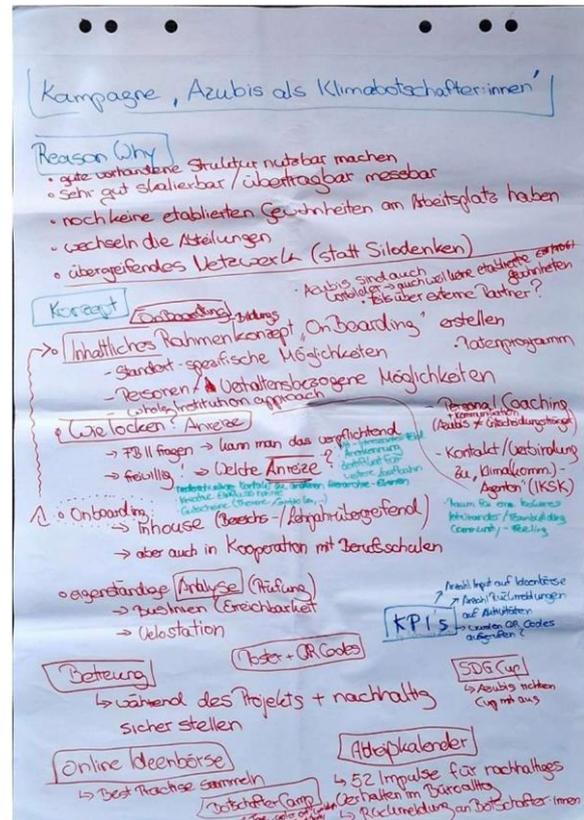


Abb. 2: „Azubis als Klimabotschafter:innen“

## D. Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene

Besonders Jugendliche und junge Erwachsene zeigen sehr hohes Engagement im Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz, da sie selber aktuell und zukünftig vom Klimawandel betroffen sein werden. Sie können durch ihre hohe Medienkompetenz als Multiplikatoren dienen, die zudem auch die älteren Generationen noch ansprechen und Gehör finden können (z.B. Großeltern). Als ein wichtiger Multiplikator:innen und Ansprechpartner wurden dabei die OTs (Offene Treffs in Jugendzentren), Schulen und Berufsschulen in Aachen definiert.

Wie zuvor bei der Zielgruppe Verwaltung wurde auch für die Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene ein interner Workshop veranstaltet bei dem sich auf eine erste ganz konkrete Projektidee geeinigt werden sollte.

Analog zum Vorgehen im ersten Workshop (Verwaltung) wurden in einem Brainstorming zunächst Orte gesammelt an denen sich die Zielgruppe aufhält und in einem zweiten Schritt mögliche Ideen für Kampagnen, Aktionen und Maßnahmen gesammelt. Mittels des gleichen Wahlverfahrens entschieden sich die Teilnehmer:innen für das Thema Projektkonzept „Klimaschutz Wettbewerb“. Auch für diese Aktion wurde eine erste Konzeptskizze erstellt, die als Basis für weitere Gespräche mit möglichen Kooperationspartnern diente.

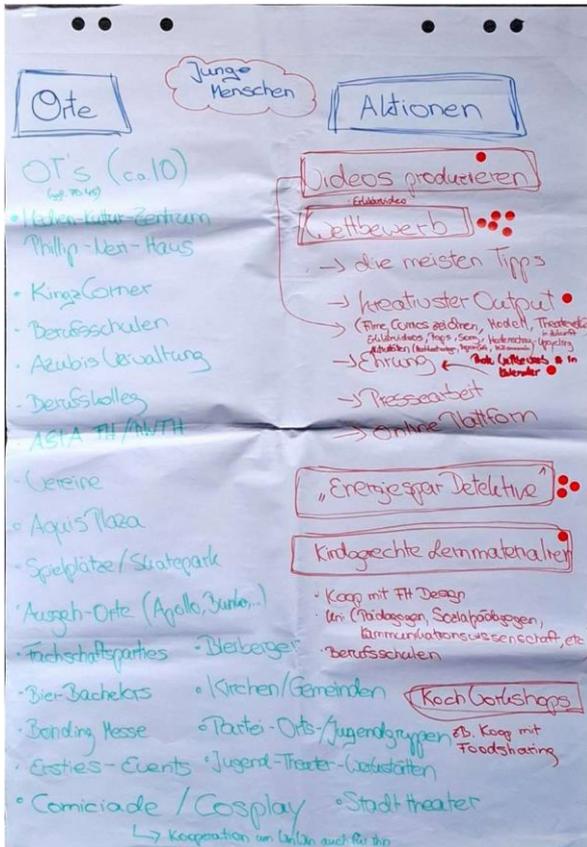


Abb. 3: Fotoprotokoll Zielgruppe Ots



Abb. 4: Projektidee „Klimaschutz-Wettbewerb“

Für den Klimaschutz Wettbewerb wurde gezielt der Kontakt zu Aachener OTs gesucht. An die OT Driescher Hof wurde eine konkrete Anfrage gestellt, jedoch musste festgestellt werden, dass den OTs für ein solches Projekt die Kapazitäten fehlen. Der Kontakt der OTs zu Altbau Plus besteht weiterhin. Es ist geplant in einem anderen, kommenden Projekt die Idee wieder aufzugreifen und mit den Aachener OTs zu kooperieren.

Damit verbunden wurde die Zielgruppe für das MWIKE Projekt verworfen und ab Februar 2024 der Fokus stärker auf junge Erwachsene und Studierende verschoben.

### E. Zielgruppe: Studierende in Studierendenwohnheimen

Studierende als eigene Schicht innerhalb der Zielgruppe „junge Erwachsene“ machen mit rund 60.000 Student:innen etwa 24% der Gesamtbevölkerung der Stadt Aachen aus. Ein Großteil dieser ist in rund 50 Wohnheimen im Stadtgebiet untergebracht.

2022 hatten Constanze Liepold und Paul Fabianek, vom E.on Research Institut an der RWTH Aachen, bereits erfolgreich einen Klimaschutz- und Energie-Workshop mit einem Studierendenwohnheim in der Stadt durchgeführt und waren auf sehr viel positive Resonanz gestoßen. Einerseits zeigte sich die Zielgruppe generell sehr interessiert an diesen Themen, gleichzeitig sind viele Studierende sehr gut für Sparmaßnahmen zu gewinnen, weil ihnen oft nicht allzu viele finanzielle Mittel zur Verfügung stehen.

Gemeinsam mit Constanze Liepold und Paul Fabianek entwickelten wir das was sich aus dem Workshop 2022 ergeben hatte weiter und verfassten ein stimmiges Gesamtkonzept.

#### F. Zielgruppe Senior:innen

Die Zielgruppe Senioren hat als gerichtete Ziel ältere Menschen, die in selbstgenutzten Wohnimmobilien leben und über ein gewisses Barvermögen verfügen. Diese Zielgruppe steht vor zwei zentralen Herausforderungen: a) Der Wert ihrer Rücklagen schwindet, insbesondere bedingt durch die Inflation, und b) der Wert ihrer Immobilien nimmt ab, da diese nicht an aktuelle Klimaschutz- und Energiesparmaßnahmen angepasst sind. Dadurch lassen sich die Immobilien – im Bedarfsfall – immer schwerer veräußern oder beleihen. Hinzu kommt, dass die Zielgruppe einen vergleichsweise hohen CO<sub>2</sub>-Ausstoß aufweist, unter anderem bedingt durch das Alleinleben in oft überdimensionalen Häusern, etwa aufgrund von Witwenschaft oder der Abwesenheit von erwachsenen Kindern. Da Altbau Plus sich seit Jahren mit der Sanierungsberatung für Bürger:innen befasst, existieren dort bereits einige Kontakte zu u. A. Omas for Future, in den Seniorenbeirat oder in die Seniorenräte (bspw. Beverau, Burtscheid und Haaren).

Für die Zielgruppe „Senioren“ wurde im Rahmen des „Bunten Nachhaltigkeitsevents“ im Dezember 2023 ein Workshop veranstaltet, bei dem in einer Runde von etwa 15 Teilnehmern aus diversen Aachener Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen sowie Vertreter:innen der Stadtverwaltung Aachen, erste Ideen für entwickelt wurde. Dabei wurde dieselbe Methode genutzt, wie bei o.g. Workshops. Zunächst wurden Orte gesammelt, an denen sich die Zielgruppe vermehrt aufhält und danach mögliche Aktionsideen gefunden. Durch das bereits beschriebene Wahlverfahren wurden die zwei meistgewählten Themen ermittelt: „Kaffee-Fahrten“ und „Alternative Wohnformen“ zu denen im Projekt Multiplikator:innen ausgebildet werden sollen. Für beide Aktionen wurden anschließend im Plenum erste Konzeptskizzen erstellt. Diese Skizzen dienten im weiteren Verlauf dem Projektteam bei der Schärfung und Konkretisierung des finalen Projektantrages. Auch hierbei wurden immer wieder relevante Multiplikator:innen in den Planungsprozess mit einbezogen – u.a. der Vorstand der Sparkasse Aachen.



Abb. 3: Workshop zur Projektentwicklung am 17.12.2023

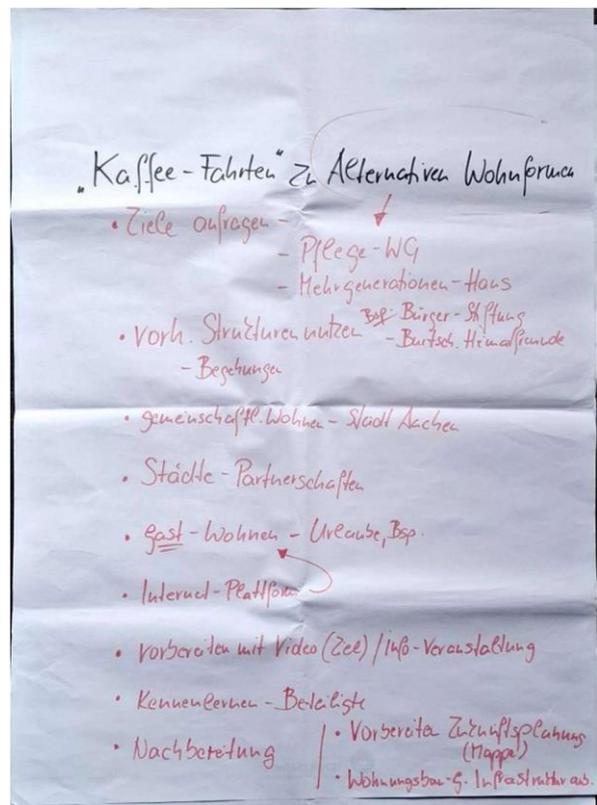
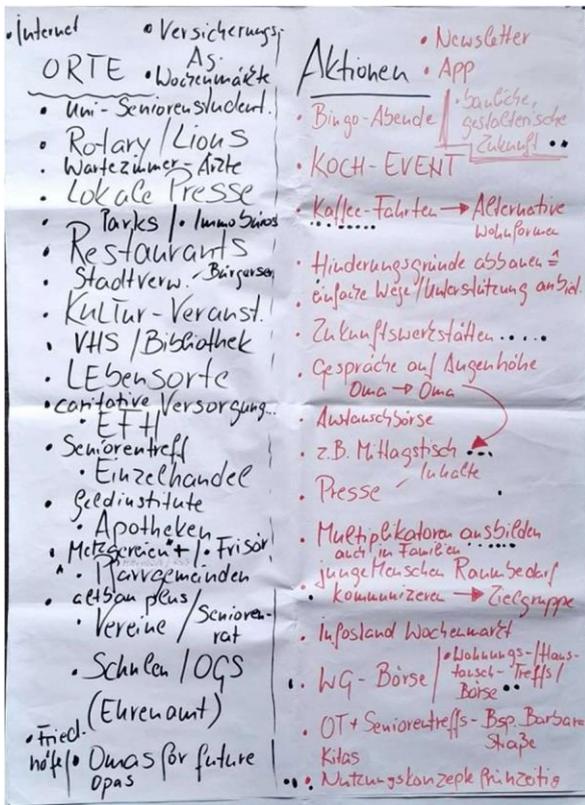


Abb. 4 und 5: Fotoprotokolle vom 17.12.2023

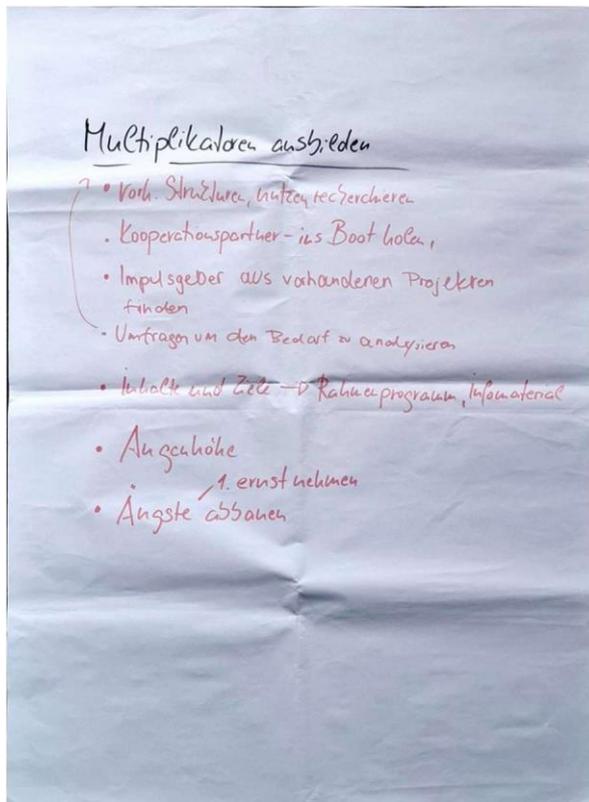


Abb. 6 : Fotoprotokolle vom 17.12.2023



Abb 7: Werbeplakat für den Event am 17.12.

### **3. Projektentwicklung**

Im weiteren Verlauf wurden drei Projektideen entwickelt und geschärft, die sich vor allem durch ihr deutliches (und messbares) Wirkungspotenzial abzeichneten, sowie durch die vielseitigen Kooperationspotenziale.

#### **3.1 Projekt „Klimabotschafter:innen in der Stadtverwaltung Aachen“**

Für das Konzept „Azubis als Klimabotschafter“ wurden zunächst Gespräche mit Klimadezernenten Heiko Thomas, sowie mit dem 1. Vorsitzenden des Personalrates der allgemeinen Verwaltung (Stephan Baurmann) geführt, um diesen das Projekt vorzustellen und Umsetzungspotenziale sowie das weitere Vorgehen zu diskutieren. Dabei wurde besonders in den Fokus genommen, welche Ausbildungsbereiche sich besonders eignen und in welchem Umfang man die Auszubildenden am besten anspricht. Insgesamt äußerte sich der Personalvorstand positiv für das Projekt und versprach jedwede Unterstützung. Darüber hinaus stellte er weitere Kontakte zu wichtigen Anlaufstellen für das Projekt her.

Im Gespräch mit dem Vorsitz der Jugend-Auszubildenden-Vertretung (JAV) der Stadt Aachen, Laura Deckers und Mylene Straeten, konnten zunächst offene Fragen geklärt werden, im Anschluss erarbeite man gemeinsam, wie die Ansprache der Auszubildenden möglichst attraktiv und interessant gestaltet werden kann. Auch die JAV zeigte sich dem Projekt gegenüber positiv und sagte Unterstützung zu.

In weiteren Gesprächen (u.A. mit dem Center for Circular Economy an der RWTH Aachen; der Energie Effizienz Agentur (EFA), der Agentur EinsFünf, die seit vielen Jahren Klimaschutzmanagement für Unternehmen und Bildungseinrichtungen anbietet und in Aachen das Projekt Ökoprofit durchführt; Wupertal Institut; uvm.) wurde das mögliche Curriculum für die angehenden Klimabotschafter:innen entworfen (inkl. Module, Basis- und Vertiefungsmodule, Projektmanagement, Soft Skills, Hausaufgaben, Portal).

#### **Projektidee**

Die Stadtverwaltung Aachen bildet in 40 Ausbildungsberufen junge Menschen aus. Die 387 Azubis (Stand 02/2024) sind in den verschiedensten Fachbereichen tätig, u.A. Bau- und Ingenieurwesen, IT, Kultur & Veranstaltungen, Soziales, Gesundheit, Verwaltung, Recht, Finanzen, Handwerk & Technik, Natur & Umwelt, Service & Dienstleistungen.

In einem einjährigen modularen On-Boarding- und Coachingprogramm sollen diese zu Nachhaltigkeits-Botschafter:innen ausgebildet und bei der Realisierung eigener ganz konkreter Projekte begleitet und unterstützt werden. Diese sollen sowohl nach innen (inside-in), auf die Mitarbeitenden und die Strukturen wirken und hinsichtlich CO2 Emissionen sowie weiterer Aspekte grüner Transformation, messbare, positive Veränderungen herbeiführen, die sich nachhaltig implementieren und verstetigen lassen. Darüber hinaus ist das Projektkonzept so aufgebaut, dass gleichzeitig eine Wirkung in die Gesellschaft hinein (inside-out) erzielt werden soll.

Azubis als Klimabotschafter:innen zu nutzen hat die Vorteile, dass diese noch keine etablierten Gewohnheiten am Arbeitsplatz entwickelt haben und damit keine unbewussten, festen Routinen. Sie können daher mit mehr Flexibilität über den Tellerrand des Alltags blicken. Darüber hinaus wechseln sie immer wieder die Abteilungen und können so erlebte Erfolgsgeschichten und Best Practise gut in neue Arbeitsbereiche mit hineinnehmen. In vielen Unternehmen – so auch in der Verwaltung – ist Silodenken eine große Herausforderung für ein interdisziplinäres Thema wie Nachhaltigkeit & Klimaschutz. Durch den Einsatz der Azubis als Klimabotschafter:innen werden die Fachbereiche in Sachen Klimaschutz deutlich besser vernetzt, es entsteht ein verwaltungsübergreifendes Netzwerk an Klimabotschafter:innen.

Im Rahmen unseres On-Boarding Programms werden zunächst inhaltliche Kompetenzen aufgebaut. Nach drei Vertiefungsmodulen folgen diverse Angebote im Bereich Kompetenztraining und Persönlichkeitsentwicklung. Auch werden die Teilnehmenden über den gesamten Zeitraum hinweg durch Unterstützer:innen begleitet. Neben der Sensibilisierung für Verbraucherbewusstsein und der Entwicklung von Verbraucherkompetenzen, möchten wir vor allem dabei unterstützen, dass die Botschafter:innen eigene Handlungsspielräume erkennen und in eigenen kleinen und großen internen Projekten Handlungskompetenz erwerben und erfahren. Das Programm soll die jungen Menschen auch darüber hinaus, im zukünftigen Berufsleben, dazu befähigen, verantwortungsvolle, nachhaltige und gemeinwohlorientierte Entscheidungen zu treffen.

### **Nachhaltigkeit & Verstetigung**

Die Durchführung des Programms erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Personalrat der Stadt Aachen, dem Fachbereich Personal und der Jugend-Auszubildenden-Vertretung (JAV). Nach dem ersten Durchlauf erfolgen entsprechende Anpassungen um die Wirksamkeit der Aktivität zu stärken und zu schärfen. Im zweiten Projektjahr erfolgt die Übergabe an den Fachbereich Personal. Ziel ist es, dass Programm so aufzusetzen und zu verstetigen, dass es auch nach dem Förderzeitraum bestehen bleibt.

Pro Programm halten wir eine Gruppengröße von max. 35 Azubis für angemessen. Im zweiten Jahr wären so bereits 70 Personen als Klimabotschafter:innen unterwegs, das entspräche 34% der Gesamtzahl der Azubis. Durch die verschiedenen angebotenen Formate sowie die interne Öffentlichkeitsarbeit, wirkt die Strahlkraft des Projekts, auch in die Fachbereiche hinein. Ein Patenprogramm sorgt dafür, dass Teilnehmende auch nach dem Programm vernetzt und in Kontakt bleiben und ein fachbereichsübergreifendes Netz zum Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz innerhalb der Verwaltung entsteht und gepflegt wird. Auch soll zukünftig externen Unternehmen und Institutionen die Möglichkeit eröffnet werden ihre Azubis am Programm teilnehmen zu lassen.

## **Wirkungsmessung**

Die enge Zusammenarbeit mit dem Gebäudemanagement ermöglicht es uns, unmittelbar eine positive Veränderung von Zählerständen einzusehen und in CO2 Einsparung umzurechnen. Auch der Austausch mit dem Bereich „Beschaffung“ soll entsprechende Einsparungen sichtbar machen. Die Sammlung von Best Practise Beispielen und Erfolgsgeschichten auf der Intranet Subpage soll über die Klimabotschafter:innen hinaus dazu anregen, im Arbeitsalltag Potenziale nutzbar zu machen. Eine Kooperation mit der Hochschule für Polizei und öffentliche Verwaltung Nordrhein-Westfalen (HSPV) soll in einer 9-wöchigen Projektarbeit dazu dienen, die Wirksamkeit des Programms wissenschaftlich zu analysieren und entsprechende Potenziale zur Anpassung der gewählten Formate sichtbar und nutzbar zu machen.

## **3.2 EcoDorm – Klimaschutz durch Energiesparmaßnahmen und Ökostrom, in Aachner Studierenden-Wohnheimen**

In enger Zusammenarbeit mit Constanze Liepold und Paul Fabianek, vom EON Research Institut der RWTH Aachen wurde in diversen Meetings das Projektkonzept konkretisiert. Zielsetzung war Energiesparmaßnahmen für Studentenwohnheime zu entwickeln und zu schauen in welchem Rahmen diese Maßnahmen umgesetzt werden können. Auch wurde besprochen, wie potenzielle Multiplikator:innen sowie vorhandenes Wissen in diesem Bereich optimal eingebunden und nutzbar gemacht werden können.

### **Projektidee**

Mit diesem Projekt wollen wir eine weitgehende Dekarbonisierung von Studierendenwohnheimen erreichen, indem der End- und Primärenergieverbrauch sowie die CO2-Emissionen reduziert werden. Dafür wollen wir die Bewohner:innen dazu sensibilisieren und aktivieren, mit uns gemeinsam Energiesparmaßnahmen zu erarbeiten und zielgruppengerecht umzusetzen. Durch die Förderung eines nachhaltigen Energieverbrauchverhaltens der Bewohner:innen, die Umsetzung von Energiesparmaßnahmen und die lokale Erzeugung von Grünstrom, sollen messbare Verbesserungen erzielt werden, wobei die aktive Beteiligung und das Engagement der Bewohner:innen im Mittelpunkt stehen. Dabei soll mit folgenden Partner und Stakeholdern kooperiert werden: Wohnheimverwaltungen, Studierendenwerk Aachen, Energieberater:innen, studentische Bewohner:innen, Umwelt- und Klimaschutzverbände sowie lokalen Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen.

### **Projektstruktur**

Das Projekt wird in sechs Phasen unterteilt (optional sieben bei längerer Projektlaufzeit). In der Analysephase startet das Projekt mit einem Kickoff mit relevanten Stakeholdern und einer Identifizierung und Kontaktaufnahme der Aachener Wohnheime. Zunächst soll der aktuelle Energieverbrauch und die daraus resultierenden CO2-Emissionen ermittelt werden. Danach starten erste Workshops in denen mit den Wohnheimsbewohner:innen und Wohnheimsträger:innen der Status Quo ihres Wohnheims ermittelt wird.

In der Konzeptionsphase werden erste Entscheidungssysteme für Energiespar- und Stromerzeugungsmaßnahmen aufbauend auf ersten Workshops entwickelt und zudem konkrete Maßnahmen zur Umsetzung in den Wohnheimen ausgewählt. In der anschließenden detaillierten Planungsphase geht es um die technische und finanzielle Planung der Maßnahmen, sowie der Einholung von Angeboten und einer eventuellen Beantragung von Fördermitteln. Daraufhin folgt die Implementierungsphase, in der die Energiespar- und Stromerzeugungsmaßnahmen, teils durch DIY Workshops, umgesetzt werden sollen. Zudem sollen interaktive Bildungs- und Informationsveranstaltungen für Bewohner:innen und die Wohnheimsverwaltung konzipiert und durchgeführt werden. Dabei soll verschiedenes Lehrmaterial hergestellt werden. Anschließend werden die umgesetzten Maßnahmen hinsichtlich des vorherigen und aktuellen Energieverbrauchs überwacht, unterstützt und bewertet, sodass aussagekräftige Daten gesammelt werden können. In der abschließenden Evaluations- und Anpassungsphase werden dann alle gesammelten Daten analysiert, um den Projekterfolg hinsichtlich etwa eingesparter CO<sub>2</sub>-Emissionen oder Primär- und Endenergieeinsparungen zu bewerten. Optimierungspotenziale sollen erkannt und Anpassungsmaßnahmen geplant werden, sodass schlussendlich ein skalierbares Konzept für die nachhaltige Implementierung der umgesetzten Maßnahmen erstellt werden kann.

Bei einer längeren Projektlaufzeit sollen die Energieverbrauchs- und Stromerzeugungsdaten über 1 Jahr mit dem Vorjahr verglichen werden. Die Erkenntnisse können wissenschaftlich aufgearbeitet werden, sodass ein Leitfaden für „Energiesparen in studentischen Wohnformen“ erstellt werden kann. Dies kann als Anstoßpunkt von Folgeprojekten in anderen Studierendenstädten dienen.

### **Maßnahmen und Methoden**

Neben den initialen Workshops werden im Laufe des Projekts weitere Workshops durchgeführt, um neue Energiesparideen und -techniken vorzustellen und zu diskutieren. Zudem sollen praktische Fähigkeiten im Bereich Energieeffizienz und nachhaltige Lebensweise vermittelt werden. Weitere Workshops dienen außerdem dazu die Fortschritte zu bewerten und Feedback von Stakeholdern einzuholen.

Umsetzungen von niederschweligen Energiesparmaßnahmen, die von den Bewohner:innen selbst durchgeführt werden können, sollen komplimentiert werden durch Beratungen von Energieexpert:innen zu größeren Investitionen. Optional kann es auch eine Projektierung und Baubegleitung von baulichen Maßnahmen geben.

Eine Bereitstellung von Informationsangeboten dient zur Förderung eines nachhaltigen Energieverbrauchs, der durch die Entwicklung eines Leitfadens zur Skalierbarkeit und Multiplikation des Projekts führt.

### **Wirkungsmessung**

Die Wirkungsmessung erfolgt anhand der erreichten Senkungen des End- und Primärenergieverbrauchs, sowie der CO<sub>2</sub>-Emissionen.

### **3.3 ZunftsRaum. Aktivierung von Wohnraumreserven durch Wohnsuffizienz im Alter**

Für die Zielgruppe Senior:innen wurde zunächst ein allgemeiner Kontakt zu den Seniorenräten in Beverau und in Burtscheid hergestellt. Zudem gab es Kontakt zur Zielgruppe über einen Infostand seitens Altbau Plus beim Haarener Weihnachtsmarkt und einen Impulsvortrag im Senioren Café des Oecher Labs, der bereits breites Interesse der Teilnehmenden am Energiesparen zeigte.

Nach Schärfung der Konzeptideen wurden in diversen Gesprächen mit der Sparkasse Aachen Kooperationspotenziale besprochen. Auch wurde im Fortgang vor allem darüber diskutiert, wie es möglich gemacht werden kann ältere Personen zu überzeugen ihre finanziellen Rücklagen in eine Sanierung und klimagerechte Modernisierung ihres Wohneigentums zu überzeugen, wie man Multiplikator:innen gewinnen könnte und vor allem das Thema ungenutzter Wohnraum inkludieren kann. Insbesondere Letzteres wurde im Rahmen der Projektentwicklung immer wieder von diversen Stakeholdern und potenziellen Projektpartnern aufgegriffen, weshalb sich der Schwerpunkt im finalen Projektantrag noch einmal in diese Richtung verlagerte. Nach weiteren Gesprächen mit dem MWIKE wurde die vorherige Dualität der Zielsetzung, einerseits der ungenutzte Wohnraum und andererseits das Sanieren und Modernisieren, aufgelöst. In einem neuen Projektentwurf legte man dann den Fokus auf die Aktivierung von Wohnraumreserven durch Wohnsuffizienz im Alter, da einerseits vor allem in diesem viel Potenzial gesehen wird und das MWIKE den Fokus auch als sehr innovativ empfindet. Zudem konnte so eine klare Abgrenzung zum Kerngeschäft von Altbau Plus gemacht werden und ein potenzieller Konflikt mit anderen Beratungsleistungen verhindert werden.

In weiteren Gesprächen wurden vor allem die Frage der Öffentlichkeitsarbeit bzw. der Zielgruppenansprache intensiv diskutiert. Man einigte sich darauf hier vor allen auf eine moderne, aber zielgruppengerechte Kommunikation via der sozialen Medien, da sich – insbesondere während der Pandemie – zeigte, dass sich Interessenten gut über digitale Medien akquirieren ließen.

Im Austausch mit der Verbraucherzentrale Aachen konnten weitere Ideen generiert und Best Practise Beispiele in die Projektskizze integriert werden. Auch wurde das Kollegium von Altbau Plus aktiv in die Projektplanung mit einbezogen, sodass bereits in der Planungsphase viele wertvolle Erfahrungen und Kompetenzen in die Projektplanung mit einfließen.

#### **Projektidee**

Unser Projekt zielt darauf ab, Senioren in selbstgenutztem Wohneigentum zu erreichen, fürs Thema zu sensibilisieren und im Sinne der Wohnflächeneffizienz dazu zu bewegen, in ihre Immobilie zu investieren und ungenutzte Räume fit für eine Untermiete zu machen. Zudem sollen sie dazu motiviert werden verschiedene Modelle von Untermiete fürs Einfamilienhaus in Erwägung zu ziehen oder ggf. in ein Objekt

umzuziehen, das ihrer aktuellen und zukünftigen Lebensrealität und ihren Wohnwünschen besser entspricht.

Zunächst möchten wir mehr über die Bedürfnisse und Hemmnisse dieser Zielgruppe erfahren, anschließend sollen entsprechende Multiplikator:innen aus der Zielgruppe aktiv in den Prozess der Planung und Umsetzung entsprechender Konzepte mit einbezogen werden.

## **Maßnahmen & Aktivitäten**

### **I. Kompetenzbündnis & Zielgruppenanalyse**

Zu allererst möchten wir erfahren, welche Bedürfnisse und Hemmnisse diese Zielgruppe hat. Im bedürfnisorientierten Dialog, möchten wir ihre Lebensrealitäten verstehen und damit verbundene Bedarfe und Hemmnisse im sozio-ökologischen Transformationsprozess. Was ist „gutes Leben“ für sie? Mit welchen Wünschen, Sorgen und Nöten blicken sie in die Zukunft? Auf welche Ansprachen und Themen reagieren sie? Was hindert sie daran ihre Wohnsituation an die Bedürfnisse im Alter anzupassen?

Lokal vorhandene Kompetenzen, Expert:innen, Netzwerke, Stakeholder, Multiplikator:innen und Vertreter:innen aus der Zielgruppe, werden in einem Wohnwende-Bündnis vernetzt und gebündelt. Dieses Bündnis soll dazu beitragen, die Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels im Bereich Wohnen ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken, vielfältige Potenziale und Möglichkeiten aufzeigen und ansprechbar sein. Dieses Bündnis lokaler Kompetenzen und Expert:innen sowie Multiplikator:innen aus der Zielgruppe und potenziellen Mietern, soll u.a. Vertreter:innen aus Verwaltung (Stadt Aachen & StädteRegion Aachen), Kompetenzzentren (altbauPlus e.V., Verbraucherzentrale Aachen, Sparkasse Aachen, Haus&Grund e.V., etc.), Institutionen (Seniorenrat der Stadt Aachen; Senioren im Stadtquartier; „Engagiert älter werden“ (ev. Kirche Aachen); etc.), Vereine und Bürger:innen-Initiativen (Regionale Resilienz Aachen e.V.; Bürgerstiftung Lebensraum Aachen, Omas for Future, Architects for Future; Kneipp Verein Aachen,; recht auf Stadt; Öcher Frönnde, etc.); und – als Hochschulstandort – Vertreter:innen der Wissenschaft (Kooperation mit dem AStA der RWTH und FH Aachen; dem Arbeitskreis „Wonen für Hilfe“ des Aachner Studierendenwerks; dem CCE – Center for Circular Economy; etc.) umfassen, die den Aufbau des Bündnisses aus verschiedenen fachlichen Perspektiven initiieren und begleiten.

Es gibt bereits gute Beispiele im Bundesgebiet und in Europa, wie ungenutzter Wohnraum wieder dem Wohnungsmarkt zugeführt werden kann. Diese Best Practise Beispiele werden recherchiert, Potenziale im Steuerungskreis besprochen und für Aachen aufgearbeitet. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen im weiteren Verlauf in die unten aufgeführten Formate mit einfließen. Dabei sollen Multiplikator:innen aus der Zielgruppe aktiv in den Prozess der Planung und Umsetzung entsprechender Formate mit einbezogen werden. In vorherigen Projekten haben wir mit diesem Ansatz sehr positive Erfahrung machen können, denn Zielgruppen derart aktiv in Analyse und Umsetzung einzubeziehen, gibt nicht nur Aufschluss über deren Bedarfe und

Hemmnisse, es knüpft darüber hinaus wertvolle Kontakte, schafft nachhaltig Verbindung und Vertrauen durch vorbehaltloses Zuhören und öffnet so wertvolle Kooperationspotenziale für den weiteren Projektverlauf.

## **II. Kreative Veranstaltungsformate**

In pfiffigen, geselligen, niederschweligen Veranstaltungsformaten möchten wir die Zielgruppe informieren und ein Bewusstsein für nachhaltiges Wohnen und Wohnalternativen der Zukunft schaffen. Dabei wird es wichtig sein in der Kommunikation weniger den Klimaschutz und die Gebäude in den Vordergrund zu stellen, sondern viel mehr den Menschen und seine Bedürfnisse, um Potenziale und Mehrwerte für das eigene Leben unmittelbar nachvollziehbar zu machen. Im Rahmen der Entwicklungen rund um die individuelle Wohnsituation sollen daher eine verbesserte Lebensqualität, mehr Nähe und soziales Miteinander im Vordergrund stehen.

In Kooperation mit Bündnis-Partnern und verschiedenen relevanten Akteur:innen, möchten wir verschiedene Informationsveranstaltungen anbieten. Im World Cafe möchten wir analog zur bewährten World-Cafe-Methode, verschiedene Stationen anbieten, an denen jeweils eine alternative Wohnform vorgestellt und besprochen wird, Erfahrungen ausgetauscht und Fragen beantwortet werden. In schmackhafter, geselliger Runde, bei kleinen (süßen) Köstlichkeiten, rollieren die Teilnehmer:innen von Tisch zu Tisch um niederschwellig verschiedene Optionen kennenzulernen und bei Interesse erste relevante Kontakte zu knüpfen. Ein weiteres Angebot sollen Workshops mit dem Thema „ZukunftsRaum – Alleinbleiben im Einfamilienhaus?“ bieten. In diesem interaktiven Format soll vor allem ein Bewusstsein für die Veränderung der Wohnbedürfnisse im Lebenszyklus geschaffen werden. Eine aktive Auseinandersetzung mit den eigenen Ängsten, Sorgen und Vorbehalten hinsichtlich einer potenziellen Wohnraumentwicklung werden unterstützt und gefördert. Auch lernen die Teilnehmer:innen niederschwellig verschiedene Wohnmodelle kennen, die ihren (sich verändernden) Bedürfnissen und Wünschen (besser) entsprechen. Ergänzend dazu sollen informative Kurz- und Fachvorträge mit dem Thema „ZukunftsRaum – Wohnbedürfnisse im Lebenszyklus“ in Kooperation mit diversen Partnern wie Erwachsenenbildungseinrichtungen (VHS Aachen, Evangelische Erwachsenenbildung (EEB); Bischöfliche Akademie des Bistums Aachen (BAK)); Vereinen (Aachener Kneipp, altbauPlus, Haus&Grund, Omas for Future, etc.); und Organisationen und Institutionen (Seniorenrat, „Engagiert älter werden“; „Leitstelle Älter werden“, Seniorencafes, etc.) gehalten werden.

Der Solarenergie Förderverein Aachen bietet seit vielen Jahren erfolgreich „Solar-Parties“ an. Menschen, die eine Solaranlage auf dem Dach haben, laden Freunde und Nachbarn zu sich nach Hause ein, eine unabhängige Expertin hält einen Kurzvortrag, anschließend berichtet die Besitzerin über ihre Erfahrungen mit der neuen PV-Anlage.

In der Besuchsreihe „Jemand daheim?!“ möchten wir Best Practise Beispiele von einst „halbleeren“ Einfamilienhäusern zeigen, die sinnvoll umgebaut / umgenutzt wurden. Nach einer kurzen Begehung berichtet der Hausbesitzer über seine Erfahrungen bei der Umgestaltung des Einfamilienhauses zum Mehrfamilienhaus. Was wurde gemacht? Wie aufwendig war die Maßnahme (Zeit, Kosten, Dreck)? Welche Stellen haben unterstützt? Welche Möglichkeiten gibt es angenehme und zuverlässige Mieter zu finden? Wie hat sich seither die Lebensqualität verbessert? Eine unabhängige Expertin aus dem Wohnwende-Bündnis begleitet den Abend und kann einen Überblick über die vielfältigen Chancen und Potenziale im EFH geben. Abschließend können die Teilnehmer:innen in geselliger Runde, bei Snacks und Getränken, im niederschweligen Austausch Fragen stellen.

Die Veranstaltungsreihe bietet Interessent:innen die Möglichkeit lokale Best Practise Beispiele kennenzulernen, von den Erfahrungen anderer zu profitieren und sich in einfachen Schritten mit den Möglichkeiten ihrer persönlichen Wohnraumwende auseinander zu setzen.

Konnten wir im Projekt Hausbesitzer:innen erreichen, die bereit sind entsprechende Maßnahmen zu unternehmen und Mieter:innen im eigenen Haus aufzunehmen, möchten wir im weiteren Verlauf „Speed-Dating“ Formate in den Stadtquartieren anbieten. In lockerer Atmosphäre, bei Getränken und Häppchen, kommen die zukünftigen Vermieter mit möglichen Mietern zusammen und können sich unverbindlich kennenlernen und beschnuppern.

Im weiteren Verlauf wird es immer wichtiger werden, die sensibilisierten und gewonnenen Senior:innen gut auf ihrem Weg zu begleiten, stimmige individuelle Lösungen mit den Senior:innen zu erarbeiten, Ängste, Sorgen und Vorbehalte abzubauen und das Match-Making mit potenziellen Mieter:innen zu unterstützen. Diese Begleitung muss im weiteren Verlauf professionalisiert werden, z.B. indem die Kommune eine entsprechende Stelle einrichtet. Über das Projekt, die Gründung des Wohnwende-Bündnisses und die Ansprache und Sensibilisierung der Zielgruppe, wollen wir den Grundstein für eine entsprechende Stelle legen und den damit verbundenen Prozess anstoßen und begleiten. Ziel ist es zum Ende der Förderperiode, den Staffelstab in einer öffentlichkeitswirksamen Auftaktveranstaltung, an ein entsprechendes Gründungsteam zu übergeben und so die Projektziele und -maßnahmen weiter zu verstetigen.

### **Öffentlichkeitsarbeit & Zielgruppenansprache**

Um die Zielgruppe zu erreichen, zu sensibilisieren und zu gewinnen, spielt die Öffentlichkeitsarbeit eine relevante Rolle in diesem Projekt. Ein zentraler Punkt in der Ansprache der Zielgruppe wird sein, diese bzw. entsprechende Multiplikator:innen aktiv in die Konzeption von Angeboten und der Kommunikationstrategie mit einzubinden (siehe I.), auch ist davon auszugehen, dass wir durch Mundpropaganda innerhalb der entsprechenden Netzwerke eine relevante Rolle bei der Zielgruppenan-

sprache spielen wird, insbesondere dann, wenn Menschen bereits an unseren Veranstaltungsformaten teilgenommen haben.

Darüber hinaus bietet es sich im Sinne klassischer Öffentlichkeitsarbeit an, unsere Angebote und Formate dort zu platzieren, wo die Zielgruppe niederschwellig in ihrem Alltag erreicht werden kann (auf Veranstaltungen, in Vereinen, Arztpraxen, bei Pflegediensten, kommunalen Wohnberatungsstellen, etc.). Hier möchten wir das Angebot mit Flyern und / oder einem RollUp kommunizieren. Auch werden die angebotenen Formate über diverse bestehende und neue Kommunikationskanäle und Netzwerke kommuniziert.

Unterstützt werden einzelne Veranstaltungen ebenso durch eine:n Vertreter:in der Sparkasse Aachen, der / die für Fachfragen zu Finanzierung und Förderprogrammen zur Verfügung steht. So profitiert die Veranstaltung von der ausgeprägten Markenbekanntheit (inkl. Vertrauensvorsprung) der Sparkasse innerhalb der Zielgruppe. Gleichzeitig wird auch die Sparkasse Aachen als Kooperationspartner bei der Bewerbung der Formate unterstützen und u.A. über ihren Privatkundennewsletter bewerben, sowie Plakate und Flyer in ihren Filialen aushängen / auslegen.

Im digitalen Bereich möchten wir das Projekt mit einer zielgruppengerechten Social Media Kampagne begleiten. Unter anderem sollen lokale Testimonials aus der Zielgruppe gewonnen werden, diese sprechen in kurzweiligen, ansprechenden 1-2minütigen Videos über ihre eigenen Erfahrungen, den Nutzen von umgesetzten Maßnahmen, Unterstützung & Hilfestellungen, etc. Die Deutsche Rheumaliga praktiziert auf ihrem Youtube Kanal eine sehr ansprechende Kampagne, die wir uns gerne zum Vorbild nehmen möchten.

### **Verstetigung & Nachhaltigkeit**

Durch den Aufbau des Zukunftsraum-Wohnwende-Bündnisses (siehe 3.1) und die Einbindung lokaler Ressourcen, soll das Projekt über die Förderperiode hinaus nachhaltig verstetigt werden. Wir sehen großes Potenzial, das Bündnis und unser Wirken im Rahmen des Projektes, im weiteren Verlauf zu professionalisieren und als Teil von altbauPlus, der derzeit entstehenden Klimaagentur oder einer öffentlich geförderten Anlaufstelle bei der Kommune weiterzuentwickeln.

Abhängig von den lokalen Bedürfnissen und zur Verfügung stehenden Förderkulissen, könnte dieser Geschäftsbereich u.a. die folgenden Aufgaben übernehmen bzw. Leistungen anbieten:

- Wohnwünsche-Beratung: Analog zur Energie- und Sanierungsberatung (oder in Kombination) von altbauPlus.
- Wohnwünsche-Vermittlung: Wohnungstauschvermittlung; Vermittlung und Betreuung von Wohnen für Hilfe; Vermittlung und Betreuung von Mieter:innen in abgetrenntem Wohnraum; Vermittlung von Interessierten in gemeinschaftliche (Mehrgenerationen)- Wohnprojekte; etc.
- Kompetenzzentrum: Begleitung und Unterstützung kommunaler Akteur:innen hinsichtlich innovativer Wohnkonzepte die durch hohe Flächeneffizienz und Nachhaltigkeit überzeugen.

- Anlaufstelle: Niederschwellige, sichtbare Anlaufstelle und Kompetenzzentrum in der Stadt
- Öffentlichkeitsarbeit: Die Wohnraumwende braucht einen Paradigmenwechsel in unserer Gesellschaft. Damit Menschen bereit sind neue Wohnformen und Konzepte zu akzeptieren muss ein entsprechendes Bewusstsein für nachhaltiges Wohnen entwickelt und für die Potenziale und Chancen sensibilisiert und geworben werden.
- Lobbyarbeit: Jeder Quadratmeter gewonnener unsichtbarer Wohnraum entlastet die Kommune, weil es viel günstiger, ökonomischer und klimafreundlicher ist als neu zu bauen. Damit diese Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden können, bedarf es politischer Unterstützung und geeigneter Rahmenbedingungen sowie Förderprogramme

### **Wirkungsmessung & Skalierbarkeit**

Der Erfolg des Projekts kann anhand verschiedener Kriterien gemessen werden, darunter die Anzahl der Senioren, die an den Veranstaltungen teilnehmen, die Anzahl der durchgeführten Beratungen, die Anzahl der umgesetzten Maßnahmen zu Umbau, Untermiete, Umzug; die Zufriedenheit und das Engagement mitwirkender Senioren während und nach dem Projektverlauf. Zudem kann ein Monitoring die erzielte CO<sub>2</sub>- und Energieeinsparung durch die umgesetzten Maßnahmen quantifizieren und damit Aufschluss über die langfristige Wirkung des Projekts geben.

Da behördliche Genehmigungen und bauliche Maßnahmen mitunter sehr zeitintensiv sind, ist es denkbar, dass Projekte zum Ende der Förderperiode nicht (vollständig) umgesetzt wurden. Ein Bericht über Projekte die in Planung sind, gibt Aufschluss über die zu erwartenden Maßnahmen und die damit verbundene CO<sub>2</sub>- und Energieeinsparung.

Auch ist das Projekt und die geplanten Formate gut auf andere Kommunen skalierbar.

#### **4. Fazit und Ausblick**

Zum Ende der Konzeptionsphase wurden nun drei Umsetzungspiloten für verschiedene Zielgruppen in der Gesamtgesellschaft herausgearbeitet, die die Menschen in Aachen aktivieren werden ihr individuelles Verhalten möglichst dauerhaft zu verändern und auch zu größeren Investitionen z.B. in eine nachhaltigere Energieversorgung oder eine klimagerechte Wohneigentumssanierung zu motivieren. Die Projekte fördern zudem individuelles und zeitnahes Handeln und sind mess- und skalierbar. Dabei wurden die für die Projekte benötigten Partner und Stakeholder aktiviert, sodass in der folgenden zweiten Phase die konkret erarbeiteten Ideen direkt umgesetzt werden können. Dabei sind die Projekte eng mit bereits in der Stadt Aachen begonnenen Aktivitäten im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit verwoben.

## Projektskizze „Klimabotschafter:innen in der Stadtverwaltung Aachen“

1. Antragsteller:in	
Name:	altbau plus e.V.
Anschrift:	AachenMünchener-Platz 5 52064 Aachen
Verantwortliche:r Vertreter:in	Herr Michael Stephan
Auskunft erteilt:	Herr Stephan: Tel.: 0241 / 413 888 20 <a href="mailto:michael.stephan@mail.aachen.de">michael.stephan@mail.aachen.de</a>  Frau Madeleine Genzsch Tel.: 0176/56724526 <a href="mailto:mg@1wf.de">mg@1wf.de</a>
Bankverbindung:	Sparkasse Aachen IBAN: DE5439 0500 0000 0904 5832 BIC: AACSD33XXX

2. Maßnahme	
Bezeichnung:	„Klimabotschafter:innen in der Stadtverwaltung Aachen“
Kurzbeschreibung:	Entwicklung & Durchführung eines modularen On-Boarding-Programms innerhalb der Stadtverwaltung Aachen, sowie begleitendes Coaching & Unterstützung bei der Realisierung eigener, kreativer Projektideen.
Durchführungszeitraum:	26 Monate / 113 Wochen 01.06.2024 – 31.07.2026

### Hintergrund

Mit mehr als 6.300 Mitarbeiter:innen ist die Stadtverwaltung Aachen die zweitgrößte Arbeitgeberin der Region. Sie ist organisiert in sieben Dezernaten, 23 Fachbereichen, sechs Bezirksämtern und sechs Eigenbetrieben. Zwar macht die Stadtverwaltung nur knapp 3% der Gesamtemissionen im Stadtgebiet Aachen aus, jedoch kann und möchte sie über das Projekt eine Vorbildfunktion übernehmen und durch ihr authentisches Wirken auch in andere Unternehmen und Betriebe, sowie über die Mitarbeiter:innen in deren Familien und Lebensrealitäten ausstrahlen. Gleichzeitig hat sie die Möglichkeit über Vergabeprozesse, Förderprogramme, Vernetzung, Regularien, etc. aktiv auf bis zu 50% der Emissionen, die im Stadtgebiet entstehen, einzuwirken.

### Projektidee

Die Stadtverwaltung Aachen bildet in 40 Ausbildungsberufen junge Menschen aus. Die 387 Azubis (Stand 02/2024) sind in den verschiedensten Fachbereichen tätig, u.A. Bau- und Ingenieurwesen, IT, Kultur & Veranstaltungen, Soziales, Gesundheit, Verwaltung, Recht, Finanzen, Handwerk & Technik, Natur & Umwelt, Service & Dienstleistungen.

In einem einjährigen modularen On-Boarding- und Coachingprogramm sollen diese zu Nachhaltigkeits-Botschafter:innen ausgebildet und bei der Realisierung eigener ganz konkreter Projekte begleitet und unterstützt werden. Diese sollen sowohl nach innen (inside-in), auf die Mitarbeitenden und die Strukturen wirken und hinsichtlich CO2-Emissionen sowie weiterer Aspekte grüner Transformation, messbare, positive Veränderungen herbeiführen, die sich nachhaltig implementieren und verstetigen lassen. Darüber hinaus ist das Projektkonzept so aufgebaut, dass gleichzeitig eine Wirkung in die Gesellschaft hinein (inside-out) erzielt werden soll.

Azubis als Klimabotschafter:innen zu nutzen hat die Vorteile, dass diese noch keine etablierten Gewohnheiten am Arbeitsplatz entwickelt haben und damit keine unbewussten, festen Routinen. Sie können daher mit mehr Flexibilität über den Tellerrand des Alltags blicken. Darüber hinaus wechseln sie immer wieder die Abteilungen und können so erlebte Erfolgsgeschichten und Best Practise gut in neue Arbeitsbereiche mit hinein nehmen. In vielen Unternehmen – so auch in der Verwaltung – ist Silodenken eine große Herausforderung für ein interdisziplinäres Thema wie Nachhaltigkeit & Klimaschutz. Durch den Einsatz der Azubis als Klimabotschafter:innen werden die Fachbereiche in Sachen Klimaschutz deutlich besser vernetzt, es entsteht ein verwaltungsübergreifendes Netzwerk an Klimabotschafter:innen.

Im Rahmen unseres On-Boarding Programms werden zunächst inhaltliche Kompetenzen aufgebaut. Nach drei Vertiefungsmodulen folgen diverse Angebote im Bereich Kompetenztraining und Persönlichkeitsentwicklung. Auch werden die Teilnehmenden über den gesamten Zeitraum hinweg durch Unterstützer:innen begleitet. Neben der Sensibilisierung für Verbraucherbewusstsein und der Entwicklung von Verbraucherkompetenzen, möchten wir vor allem dabei unterstützen, dass die Botschafter:innen eigene Handlungsspielräume erkennen und in eigenen kleinen und großen internen Projekten Handlungskompetenz erwerben und erfahren. Das Programm soll die jungen Menschen auch darüber hinaus, im zukünftigen Berufsleben, dazu befähigen, verantwortungsvolle, nachhaltige und gemeinwohlorientierte Entscheidungen zu treffen.

### **Übersicht Maßnahmen & Aktivitäten**

- 3 Workshops mit Azubis & Stakeholdern um Programm für die Zielgruppe attraktiv zu gestalten (Naming, Inhalte, Design, sonstige Bedarfe & Wünsche)
- 2 x 1jähriges modulares On-Boarding- und Coaching Programm
  - Nachhaltigkeit & Klimaschutz (Basiswissen)
  - Vertiefungsmodule „Erziehung & Bildung“; „klassische Verwaltung“ und „nachhaltiges Wirtschaften“
  - Exkursionen in verschiedene Fachbereiche & Potenzialanalyse
  - Kompetenztraining (Umweltpsychologie, Projektmanagement Skills, Kommunikation, Konfliktmanagement etc.)
  - Klimabotschafter:innen Camp (Wochenende extern, mit vertiefenden Inhalten, individueller Projektsupervision, Treffen und Austausch mit Azubis anderer Einrichtungen / Unternehmen z.B. GLS Bank)
  - „Halbzeit“ -Veranstaltung mit Präsentation des StatusQuo vor Fachbereichsleiter:innen
  - Abschlussveranstaltung inkl. Ergebnispräsentation & Zertifikatsübergabe durch die Oberbürgermeisterin

- Patenprogramm
  - 2x Treffen und Austausch im 2. Durchgang zur besseren Vernetzung und nachhaltiger Stärkung der Community
  
- Öffentlichkeitsarbeit
  - Kooperation mit der Jugend-Auszubildenden-Vertretung (JAV) und regelmäßige Kommunikation in die Community
  - Infostand beim „Welcome Day“ für neue Mitarbeiter:innen
  - Infostand beim „Job Day“ der Stadt Aachen
  - Infoslot während der „Einführungswochen für Azubis“ (1.8. + 1.9.)
  - Posterwalk als Ergebnisausstellung auf dem „Mitarbeiter & Familien Tag“
  - Bewerbung auf dem Newsfeed im Intranet
  - eigene Intranet-SubPage für Erfolgsgeschichten und BestPractise
  - Kooperation mit der Social Media Abteilung der Stadt Aachen um Aktivitäten auch nach außen sichtbar zu machen
  - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit der Presse- und Social Media Stelle der Stadt Aachen
  - uvm.

### **Nachhaltigkeit & Verstetigung**

Die Durchführung des Programms erfolgt in enger Zusammenarbeit mit dem Personalrat der Stadt Aachen, dem Fachbereich Personal und der Jugend-Auszubildenden-Vertretung (JAV). Nach dem ersten Durchlauf erfolgen entsprechende Anpassungen um die Wirksamkeit der Aktivität zu stärken und zu schärfen. Im Fortgang des 2. Programms erfolgt die Übergabe an den Fachbereich Personal. Ziel ist es, dass Programm so aufzusetzen und zu verstetigen, dass es auch nach dem Förderzeitraum bestehen bleibt.

Pro Programm halten wir eine Gruppengröße von max. 35 Azubis für angemessen. Im zweiten Jahr wären so bereits 70 Personen als Klimabotschafter:innen unterwegs, das entspräche 34% der Gesamtzahl der Azubis. Durch die verschiedenen angebotenen Formate sowie die interne Öffentlichkeitsarbeit, wirkt die Strahlkraft des Projekts, auch in die Fachbereiche hinein. Ein Patenprogramm sorgt dafür, dass Teilnehmende auch nach dem Programm vernetzt und in Kontakt bleiben und ein fachbereichsübergreifendes Netz zum Thema Nachhaltigkeit und Klimaschutz innerhalb der Verwaltung entsteht und gepflegt wird.

### **Wirkungsmessung**

Die enge Zusammenarbeit mit dem Gebäudemanagement ermöglicht es uns, unmittelbar eine positive Veränderung von Zählerständen einzusehen und in CO2 Einsparung umzurechnen. Auch der Austausch mit dem Bereich „Beschaffung“ soll entsprechende Einsparungen sichtbar machen. Die Sammlung von Best Practise Beispielen und Erfolgsgeschichten auf der Intranet Subpage soll über die Klimabotschafter:innen hinaus dazu anregen, im Arbeitsalltag Potenziale nutzbar zu machen.

Eine Kooperation mit der Hochschule für Polizei und öffentliche Verwaltung Nordrhein-Westfalen (HSPV) soll in einer 9wöchigen Projektarbeit dazu dienen, die Wirksamkeit des Programms wissenschaftlich zu analysieren und entsprechende Potenziale zur Anpassung der gewählten Formate sichtbar und nutzbar zu machen.

<b>3. Gesamtausgaben</b>			
Übersicht der Gesamtausgaben:	Personalkosten: (60%)		118.200,00 €
	Sachkosten: (30%)		67.100,00 €
	<i>SUMME</i>		<i>185.300,00 €</i>
	VW-Pauschale (10%)		20.588,89 €
	<b>SUMME</b>		<b>205.888,89 €</b>
<b>Personalkosten</b>			
	<b>Jun – Dez 24</b>	<b>Jan – Dez 25</b>	<b>Jan – Jul 26</b>
Projektleitung	10.272,00 €	17.519,00 €	10.177,00 €
Projektmanagerin	13.757,00 €	23.463,00 €	13.631,00 €
Hilfskraft	3.668,00 €	6.257,00 €	3.635,00 €
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	4.280,00 €	7.300,00 €	4.241,00 €
<b>Personalkosten (TOTAL)</b>	<b>31.977,00 €</b>	<b>54.539,00 €</b>	<b>31.684,00 €</b>
<b>Aufschlüsselung Personalausgaben</b>			
<b>Rolle</b>	<b>Abschluss</b>	<b>Stundensatz</b>	<b>Zeitaufwand</b>
Projektleitung	Studium (Master oder promoviert)	42,00 €	8h / Woche
Projektmanagerin	Studium und/oder angemessene Berufserfahrung	30,00 €	15h / Woche
Hilfskraft	Studierende	24,00 €	5h / Woche
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	angemessene Berufserfahrung	28,00 €	5h / Woche
<b>Sachkosten</b>			
Bewertungskosten			15.600,00 €
Reisekosten			1.500,00 €
Honorarkosten			16.300,00 €
Materialkosten			10.000,00 €
Camp			15.000,00 €
Raummiete			6.700,00 €
Öffentlichkeitsarbeit			2.000,00 €
<b>Sachkosten (TOTAL)</b>			<b>67.100,00 €</b>

#### 4. Anlagen

Letter of Intend (LOI)

Die im Text aufgeführten internen Stakeholder, Multiplikator:innen und Fachbereiche haben bereits die Zusammenarbeit und ihre Unterstützung zugesagt. Auf Wunsch stellen wir Ihnen gerne entsprechende LOIs zur Verfügung:

- Heiko Thomas – Beigeordneter Dezernat 7 „Klima und Umwelt, Stadtbetrieb und Gebäude“
- Stephan Baurmann – 1. Vorsitzender des Personalrates der allgemeinen Verwaltung
- Mylene Straeten & Isabel Drenckberg, Vorsitzende der Jugend-Auszubildenden-Vertretung (JAV) der Stadt Aachen

**Projektskizze**  
**„EcoDorm – Klimaschutz durch Energiesparmaßnahmen und Ökostrom, in Aachener Studierenden-Wohnheimen“**

1. Antragsteller:in	
Name:	altbau plus e.V.
Anschrift:	AachenMünchener-Platz 5 52064 Aachen
Verantwortliche:r Vertreter:in	Herr Michael Stephan
Auskunft erteilt:	Herr Stephan: Tel.: 0241 / 413 888 20 <a href="mailto:michael.stephan@mail.aachen.de">michael.stephan@mail.aachen.de</a>  Frau Madeleine Genzsch Tel.: 0176/56724526 <a href="mailto:mg@1wf.de">mg@1wf.de</a>
Bankverbindung:	Sparkasse Aachen IBAN: DE5439 0500 0000 0904 5832 BIC: AACSD33XXX

2. Maßnahme	
Bezeichnung:	„EcoDorm - Klimaschutz durch Energiesparmaßnahmen und Ökostrom, in Studierenden-Wohnheimen“
Kurzbeschreibung:	Das Projekt zielt darauf ab, durch Förderung eines nachhaltigen Energieverbrauchs, Implementierung von Energiesparmaßnahmen und lokaler Grünstromerzeugung, in Aachener Studierendenwohnheimen die CO2-Emissionen zu reduzieren und eine weitgehende Dekarbonisierung zu erreichen. Dabei liegt der Schwerpunkt vor allem auf der aktiven Beteiligung und dem Engagement der Bewohner:innen.
Durchführungszeitraum:	24 Monate 01.05.2024 – 30.04.2026  <i>optional:</i> 32 Monate 01.05.2024 – 31.12.2026

## **Hintergrund & Zielsetzung**

In Aachen gibt es rund 60.000 Studierende. Damit macht diese junge Zielgruppe etwa 24% der Gesamtbevölkerung der Stadt Aachen aus. Ein Großteil der Studierenden ist in rund 50 Wohnheimen im Stadtgebiet untergebracht. Mit diesem Projekt wollen wir eine weitgehende Dekarbonisierung von Studierendenwohnheimen erreichen, indem der End- und Primärenergieverbrauch sowie die CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert werden. Dafür wollen wir die Bewohner:innen dazu sensibilisieren und aktivieren, mit uns gemeinsam Energiesparmaßnahmen zu erarbeiten und zielgruppengerecht umzusetzen. Durch die Förderung eines nachhaltigen Energieverbraucherverhaltens der Bewohner:innen, die Umsetzung von Energiesparmaßnahmen und die lokale Erzeugung von Grünstrom, sollen messbare Verbesserungen erzielt werden, wobei die aktive Beteiligung und das Engagement der Bewohner:innen im Mittelpunkt stehen.

## **Partner & Stakeholder:**

- Wohnheimverwaltungen
- Studierendenwerk
- Energieberater:innen
- Studentische Bewohner:innen
- Umwelt- und Klimaschutzverbände
- lokale Nachhaltigkeits- und Klimaschutzinitiativen

## **Projektstruktur und Zeitplan (24 Monate)**

### **1. Analysephase (Monate 1-3):**

- Erstellung von Infomaterial für Öffentlichkeitsarbeit
- Konzeption und Durchführung eines Projekt-Kickoffs mit relevanten Stakeholdern
- Identifikation der Aachener Wohnheime und Kontaktaufnahme
- Ermittlung des aktuellen Energieverbrauchs und der resultierenden CO<sub>2</sub>-Emissionen der Wohnheime
- Konzeption und Durchführung erster Workshops mit WohnheimsbewohnerInnen und Wohnheimsträger zur Ermittlung des Status Quo (Dämmung, Heizungstechnik, Wohnstruktur, Abrechnungsmodalitäten, Verbrauchsverhalten, Bedürfnisse/Hemmnisse) sowie der Partizipationspräferenzen

### **2. Konzeptionsphase (Monate 4-6):**

- Entwicklung eines Entscheidungssystems für Energiespar- und Stromerzeugungsmaßnahmen aufbauend auf ersten Workshops
- Auswahl konkreter Maßnahmen zur Umsetzung in Wohnheimen

### **3. Detaillierte Planungsphase (Monate 7-9):**

- Technische und finanzielle Planung der ausgewählten Maßnahmen
- Einholung von Angeboten und ggf. Beantragung von Fördermitteln

### **4. Implementierungsphase (Monate 10-18):**

- partizipatorische Umsetzung von Energiespar- und Stromerzeugungsmaßnahmen, inkl. DIY Workshops
- Konzeption und Durchführung interaktiver Bildungs- und Informationsveranstaltungen für BewohnerInnen und Wohnheimverwaltungen
- Erstellung von Lehrmaterial (Videos, Handreichungen, Flyer)

### 5. Monitoringphase (Monate 19-21):

- Überwachung, Unterstützung und Bewertung der umgesetzten Maßnahmen vor Ort
- Sammlung von Daten zum Energieverbrauch und zu CO<sub>2</sub>-Emissionen (vor und nach Umsetzung der Maßnahmen)

### 6. Evaluations- und Anpassungsphase (Monate 22-24):

- Analyse der gesammelten Daten und Bewertung des Projekterfolgs u.a. eingesparte CO<sub>2</sub>-Emissionen, Primär- und Endenergieeinsparungen
- Identifizierung von Optimierungspotenzialen und Planung von Anpassungsmaßnahmen
- Erstellung eines skalierbaren Konzeptes für die nachhaltige Implementierung der umgesetzten Maßnahmen

### 7. *Optional: Längere Datensammlungs- und Analysezeit + Berichterstattung und Multiplikation (Monate 24-30):*

- *Sammeln der Energieverbrauchs-/Stromerzeugungsdaten über 1 Jahr und Vergleich mit Vorjahren*
- *Wissenschaftliche Aufarbeitung + (englischsprachigen) Fachartikel*
- *Schreiben von Leitfaden/Bericht „Energiesparen in studentischen Wohnformen“*
- *Anstoßen von Folgeprojekten in anderen Studierendenstädten*

### Maßnahmen und Methoden:

- **Workshops:** Neben den initialen Workshops werden im Laufe des Projekts weitere Workshops durchgeführt, um:
  - Neue Energiesparideen und -techniken vorzustellen und zu diskutieren
  - Praktische Fähigkeiten im Bereich Energieeffizienz und nachhaltige Lebensweise zu vermitteln
  - Die Fortschritte zu bewerten und Feedback der Stakeholder einzuholen
- **Umsetzung von niederschweligen Energiesparmaßnahmen**, die von BewohnerInnen selbst durchgeführt werden können
- **Beratung durch EnergieexpertInnen** zu größeren Investitionen
- **Projektierung und Baubegleitung (optional)** von baulichen Maßnahmen
- **Bereitstellung von Informationsangeboten** zur Förderung eines nachhaltigen Energieverbrauchs
- **Entwicklung eines Leitfadens** zur Skalierbarkeit/Multiplikation des Projektes

### Wirkungsmessung & Erfolgskriterien

- **Senkung des End- und Primärenergieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen**
- Übereinstimmung der umgesetzten Maßnahmen mit dem erarbeiteten Präferenzzielsystem der Studierenden

<b>3. Gesamtausgaben (24 Monate Laufzeit)</b>			
Übersicht der Gesamtausgaben:	Personalkosten: (60%)		151.840,00 €
	Sachkosten: (30%)		36.200,00 €
	<i>SUMME</i>		<i>188.040,00 €</i>
	VW-Pauschale (10%)		20.893,33 €
	<b>SUMME</b>		<b>208.933,33 €</b>
<b>Personalkosten</b>			
	<b>Mai – Dez 24</b>	<b>Jan – Dez 25</b>	<b>Jan – Apr 26</b>
Projektleitung	14.700,00 €	21.840,00 €	7.140,00 €
Projektmanagerin	31.500,00 €	46.800,00 €	15.300,00 €
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	4.900,00 €	7.280,00 €	2.380,00 €
<b>Personalkosten (TOTAL)</b>	<b>51.100,00 €</b>	<b>75.920,00 €</b>	<b>24.820,00 €</b>
<b>Bitte beachten Sie:</b>			
<b>Die Personalausgaben sollen überwiegend in Honorarzahlungen ausgezahlt werden.</b>			
<b>Aufschlüsselung Personalausgaben</b>			
<b>Rolle</b>	<b>Abschluss</b>	<b>Stundensatz</b>	<b>Zeitaufwand</b>
Projektleitung	Studium (Master oder promoviert)	42,00 €	10h / Woche
Projektmanagerin	Studium und/oder angemessene Berufserfahrung	30,00 €	30h / Woche
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	angemessene Berufserfahrung	28,00 €	5h / Woche
<b>Sachkosten</b>			
Bewirtungskosten			5.900,00 €
Reisekosten			1.000,00 €
Materialkosten			26.550,00 €
Software-Lizenzen			2.200,00 €
Öffentlichkeitsarbeit			550,00 €
<b>Sachkosten (TOTAL)</b>			<b>36.200,00 €</b>

3. Gesamtausgaben (32 Monate Laufzeit)			
Übersicht der Gesamtausgaben:	Personalkosten: (60%)		202.940,00 €
	Sachkosten: (30%)		36.500,00 €
	SUMME		239.440,00 €
	VW-Pauschale (10%)		26.604,44 €
	SUMME		266.044,44 €
<b>Personalkosten</b>			
	<b>Mai – Dez 24</b>	<b>Jan – Dez 25</b>	<b>Jan – Dez 26</b>
Projektleitung	14.700,00 €	21.840,00 €	21.840,00 €
Projektmanagerin	31.500,00 €	46.800,00 €	46.800,00 €
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	4.900,00 €	7.280,00 €	7.280,00 €
<b>Personalkosten (TOTAL)</b>	<b>51.100,00 €</b>	<b>75.920,00 €</b>	<b>75.920,00 €</b>
<b>Bitte beachten Sie:</b>			
<b>Die Personalausgaben sollen überwiegend in Honorarzahlungen ausgezahlt werden.</b>			
<b>Aufschlüsselung Personalausgaben</b>			
<b>Rolle</b>	<b>Abschluss</b>	<b>Stundensatz</b>	<b>Zeitaufwand</b>
Projektleitung	Studium (Master oder promoviert)	42,00 €	10h / Woche
Projektmanagerin	Studium und/oder angemessene Berufserfahrung	30,00 €	30h / Woche
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	angemessene Berufserfahrung	28,00 €	5h / Woche
<b>Sachkosten</b>			
Bewirtungskosten			5.900,00 €
Reisekosten			1.000,00 €
Materialkosten			26.550,00 €
Software-Lizenzen			2.200,00 €
Öffentlichkeitsarbeit			850,00 €
<b>Sachkosten (TOTAL)</b>			<b>36.500,00 €</b>

## Projektskizze „ZukunftsRaum. Aktivierung von Wohnraumreserven durch Wohnsuffizienz im Alter“

1. Antragsteller:in	
Name:	altbau plus e.V.
Anschrift:	AachenMünchener-Platz 5 52064 Aachen
Verantwortliche:r Vertreter:in	Herr Michael Stephan
Auskunft erteilt:	Herr Stephan: Tel.: 0241 / 413 888 20 <a href="mailto:michael.stephan@mail.aachen.de">michael.stephan@mail.aachen.de</a>  Frau Madeleine Genzsch Tel.: 0176/56724526 <a href="mailto:mg@1wf.de">mg@1wf.de</a>
Bankverbindung:	Sparkasse Aachen IBAN: DE5439 0500 0000 0904 5832 BIC: AACSD33XXX

2. Maßnahme	
Bezeichnung:	<b>ZukunftsRaum – Aktivierung von Wohnraumreserven durch Wohnsuffizienz im Alter</b>
Kurzbeschreibung:	Mit unkonventionellen Veranstaltungsformaten und einer zielgruppengerechten Social Media Kampagne, sollen Senior:innen (60+) die in selbstgenutzten Wohnimmobilien leben, für die Anpassung ihrer Wohnverhältnisse an ihre Lebensphase und Wohnwünsche sensibilisiert und ungenutzter Wohnraum nutzbar gemacht werden.
Projektszeitraum:	20 Monate 01.08.2024 – 28.02.2026

## 1. Hintergrund

Wohnen ist ein existenzielles Recht. Hinsichtlich steigender Mieten und fehlender Wohnungen fordert Politik vielerorts eine "Wohnbauoffensive" um das Problem zu lösen. Doch es ist wichtig lokal alternative Möglichkeiten ins Auge fassen, insbesondere weil der Wohnungsneubau hinsichtlich Nachhaltigkeit und Klimaschutz hochgradig destruktiv wirkt.

Das im Koalitionsvertrag der Ampelkoalition verankerte Klimaschutzgesetz sieht vor, dass auf dem Weg zur Klimaneutralität, im Bereich „Gebäude & Wohnen“ jedes Jahr **5mio** Tonnen weniger CO<sub>2</sub> verursacht werden. Auf lokaler Ebene setzen sich Vereine wie altbauPlus dafür ein, dass in den 42mio privaten Bestandswohngebäuden und -wohnungen Energie und CO<sub>2</sub> durch ein breites Spektrum an Energieeffizienz-, Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen gesenkt wird. Gleichzeitig ist im Koalitionsvertrag verankert, dass jährlich 400.000 zusätzliche Wohnungen neu gebaut werden sollen – 100.000 mehr als bisher. Allein der Neubau dieser zusätzlichen 100.000 Wohnungen verursacht Emissionen von mindestens **5mio** Tonnen CO<sub>2</sub> / Jahr – genau das Gegenteil von den im Klimagesetz fixierten Zielen. Darüber hinaus würde der Neubau dieser 100.000 zusätzlichen Wohnungen **26mio** Tonnen CO<sub>2</sub> (für Bau, Betrieb, Infrastruktur, etc.) verursachen. Gelingt es tatsächlich die im Koalitionsvertrag fixierten 400.000 neuen Wohnungen jährlich zu bauen, würde dieses Vorhaben rund **99mio** Tonnen an zusätzlichem CO<sub>2</sub> verursachen, sowie zusätzlich Flächenversiegelung, Rohstoffaufwand, etc.<sup>1</sup> Angesichts dieses massiv diametral wirkenden Dilemmas, zwischen Klimagesetz (**5mio**) und Neubauoffensive (**99mio**) stellt sich die dringende Frage, wie wir unseren Bedarf an Wohnraum nachhaltig decken können, ohne weiterhin in großem Stil neu bauen zu müssen.

Als viel klimaschonender zeigt sich, mehr Wohnraum in Altbaubestand entstehen zu lassen oder ungenutzten Wohnraum wieder nutzbar zu machen. Dieser Ansatz ist ökologisch sinnvoll, für die Kommunen deutlich wirtschaftlicher als der Neubau und würde gleichzeitig zu einer sozial verträglichen Lösung der Wohnraumproblematik beitragen.

Auch der Aachener Wohnungsmarkt ist geprägt von einem anhaltenden Bevölkerungswachstum. Das Wohnraumangebot wächst, kann jedoch bei Ausschöpfung der im Flächennutzungsplan enthaltenen Reserven die gestiegene Nachfrage durch Neubau nicht bedienen. Gleichzeitig leben in Aachen und der Region zahlreiche ältere Menschen in selbstgenutzten Wohnimmobilien. Viele dieser Häuser sind großzügig für Familien ausgerichtet, doch wenn die Kinder aus dem Haus sind und / oder der /die Partner:in verstorben ist, steht freier Raum zur Verfügung, der instandgehalten, geputzt und gelüftet werden muss, damit dieser nicht verkommt (z.B. durch Schädlinge oder Schimmel). Damit verbunden bewohnt die Altersgruppe der sogenannten „Babyboomer Generation“ (und älter) häufig überdurchschnittlich viel Wohnfläche. Die Wohnflächeninanspruchnahme pro Kopf steigt seit Jahrzehnten, besonders das Verbleiben im Einfamilienhaus fördert diese klimaschädliche Entwicklung.

Darüber hinaus zählen diese Gebäude meist zu den „Worst-Performance-Buildings“, da seit ihrer Erbauung in den 60er bis 80er Jahren, oft keine energetischen Sanierungen stattgefunden haben. Gleichzeitig steigt im Alter oft der Bedarf nach Wärme im Raum, da die Mobilität älterer Menschen oft statischer wird. Die Verbraucherzentrale hat ermittelt, dass jedes Grad Heiztemperatur, was nicht verbraucht wird, etwa 6% an Energiekosten einspart.

---

<sup>1</sup> Quelle: „Der unsichtbare Wohnraum: Wohnsuffizienz als Antwort auf Wohnraumangel, Klimakrise und Einsamkeit“ (Daniel Fuhrhop, 2023).

Zusammenfassend kommen in dieser Zielgruppe die folgenden klimaschädlichen Zustände zusammen:

1. erhöhter Flächenbedarf pro Kopf (ggf. ungenutzter Wohnraum)
2. höherer Energieverbrauch als in jüngeren Jahren, weil der Wärmebedarf steigt
3. schlechte Energieperformance der Gebäude durch Sanierungsstau

Solange die Bewohnenden in diesen Häusern leben und sie in der Lage sind die steigenden Nebenkosten zu zahlen, entsteht ohne Aufklärung und Sensibilisierung keine Aktion die schlechte Energie- und Flächenbilanz zu verbessern. Hier möchten wir mit unserem Projekt ansetzen und gemeinsam mit der Zielgruppe Ideen für das halbleere Einfamilienhaus (EFH) entwickeln und umsetzen.

## 2. Projektidee

Wir haben keine Wohnungsknappheit, sondern ein Verteilungsproblem. Unser Projekt zielt darauf ab die Zielgruppe der Senioren (+60) in selbstgenutzten Wohnimmobilien zu erreichen, für o.g. Problematik zu sensibilisieren und sie im Sinne der Wohnflächeneffizienz, dazu zu bewegen:

1. rechtzeitig in ihre Immobilien zu investieren und eine Wohneinheit durch Umbau abzutrennen und ungenutzte Räume fit für eine Untermiete zu machen (z.B. durch Dachausbau, Aufstockung, Abtrennung einer Etage oder einzelner Räume);
2. verschiedene Modelle von Untermiete (Vermietung von separiertem Wohnraum; Homesharing; (Alters-)WG; Wohnen für Hilfe, Co-Housing, sowie diverse Mischformen) fürs Einfamilienhaus in Erwägung zu ziehen und sie dazu zu motivieren den Ein-Personen-Haushalt zum Mehrfamilienhaus umzugestalten.
3. ggf. in ein Objekt (Haus, Wohnung, Wohnprojekt, Mehrgenerationenhaus, Senioren-Wohnanlage) umzuziehen, das ihrer aktuellen und zukünftigen Lebensrealität und ihren Wohnwünschen besser entspricht.

Ungenutzten Wohnraum fit für Mieter:innen zu machen, hat neben den klimatechnischen Fragen diverse Vorteile: Mit zunehmendem Alter wird es immer schwieriger Haus und Garten allein instand zu halten und zu bewirtschaften, damit dieser nicht verkommt. Auch werden die Nebenkosten immer teurer, insbesondere in Low Performance Häusern und hinsichtlich steigender Energiepreise, bei gleichzeitig rückläufiger Rentenentwicklung.

Mit Mieter:innen ließen sich eigene Ausgaben deutlich minimieren und ein zusätzliches Einkommen generieren. Mieter:innen im Haus können Vereinsamung mindern, Ansprache, Unterstützung und Hilfe im akuten Notfall wären unmittelbar im Haus. Auch die Kommune würde eine solche Lösung deutlich entlasten, denn neuen Wohnraum zu schaffen, um dem gefühlten Bedarf an Wohnraum gerecht zu werden, ist mit erheblichen Baukosten, zusätzlicher Flächenversiegelung, Rohstoffaufwand und einem eklatanten CO<sub>2</sub>-Ausstoß verbunden.

### 3. Maßnahmen & Aktivitäten:

#### 3.1 Kompetenzbündelung & Zielgruppenanalyse

##### (a) Analyse

Zunächst möchten wir mehr über die Bedürfnisse und Hemmnisse dieser Zielgruppe erfahren. Im bedürfnisorientierten Dialog, möchten wir ihre Lebensrealitäten verstehen und damit verbundene Bedarfe und Hemmnisse im sozio-ökologischen Transformationsprozess. Was ist „gutes Leben“ für sie? Mit welchen Wünschen, Sorgen und Nöten blicken sie in die Zukunft? Auf welche Ansprachen und Themen reagieren sie? Was hindert sie daran ihre Wohnsituation an die Bedürfnisse im Alter anzupassen?

##### (b) ZukunftsRaum Wohnwünsche-Bündnis

Lokal vorhandene Kompetenzen, Expert:innen, Netzwerke, Stakeholder, Multiplikator:innen und Vertreter:innen aus der Zielgruppe, werden in einem Wohnwende-Bündnis vernetzt und gebündelt. Dieses Bündnis soll dazu beitragen, die Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels im Bereich Wohnen ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken, vielfältige Potenziale und Möglichkeiten aufzeigen und ansprechbar sein. Interesse wurde in Vorgesprächen u.a. bereits durch folgende Stellen bekundet:

- Stadtverwaltung Aachen & StädteRegion Aachen (FB Klima- und Umwelt; Leitstelle älter werden; FB Stadtentwicklung; FB Wohnen & Soziales; FB Wohnraumförderung, etc.)
- Kompetenzzentren (altbauPlus e.V., Verbraucherzentrale Aachen, Sparkasse Aachen, Haus&Grund e.V., etc.)
- Institutionen (Seniorenrat der Stadt Aachen; Senioren im Stadtquartier; „Engagiert älter werden“ (ev. Kirche Aachen; etc.)
- Vereine & Bürger:innen-Initiativen (Regionale Resilienz Aachen e.V.; Bürgerstiftung Lebensraum Aachen; Omas for Future; Architects for Future; Kneipp Verein Aachen; Recht auf Stadt; Öcher Frönnde, etc.)
- Hochschulen & Hochschulinitiativen (Kooperation mit dem AStA der RWTH und FH Aachen; dem Arbeitskreis „Wohnen für Hilfe“ des Aachener Studierendenwerks; dem CCE – Center for Circular Economy; etc.)

##### (c) Recherche

Es gibt bereits gute Beispiele im Bundesgebiet und in Europa, wie ungenutzter Wohnraum wieder dem Wohnungsmarkt zugeführt werden kann. Diese Best Practise Beispiele werden recherchiert, Potenziale im Steuerungskreis besprochen und für Aachen aufgearbeitet. Die gewonnenen Erkenntnisse sollen im weiteren Verlauf in die unten aufgeführten Formate mit einfließen. Dabei sollen Multiplikator:innen aus der Zielgruppe aktiv in den Prozess der Planung und Umsetzung entsprechender Formate mit einbezogen werden. In vorherigen Projekten haben wir mit diesem Ansatz sehr positive Erfahrung machen können, denn Zielgruppen derart aktiv in Analyse und Umsetzung einzubeziehen, gibt nicht nur Aufschluss über deren Bedarfe und Hemmnisse, es knüpft darüber hinaus wertvolle Kontakte, schafft nachhaltig Verbindung und Vertrauen durch vorbehaltloses Zuhören und öffnet so wertvolle Kooperationspotenziale für den weiteren Projektverlauf.

### 3.2 Kreative Veranstaltungsformate

In pfiffigen, geselligen, niederschweligen Veranstaltungsformaten möchten wir die Zielgruppe informieren und ein Bewusstsein für nachhaltiges Wohnen und Wohnalternativen der Zukunft schaffen. Dabei wird es wichtig sein in der Kommunikation weniger den Klimaschutz und die Gebäude in den Vordergrund zu stellen, sondern viel mehr den Menschen und seine Bedürfnisse, um Potenziale und Mehrwerte für das eigene Leben unmittelbar nachvollziehbar zu machen. Im Rahmen der Entwicklungen rund um die individuelle Wohnsituation sollen daher eine verbesserte Lebensqualität, mehr Nähe und soziales Miteinander im Vordergrund stehen.

#### (a) Informationsveranstaltungen

In Kooperation mit Bündnis-Partnern und verschiedenen relevanten Akteur:innen, möchten wir verschiedene Informationsveranstaltungen anbieten:

##### World Cafe ... und Kuchen

Analog zur bewährten World-Cafe-Methode, möchten wir verschiedene Stationen anbieten, an denen jeweils eine alternative Wohnform vorgestellt und besprochen wird, Erfahrungen ausgetauscht und Fragen beantwortet werden. In schmackhafter, geselliger Runde, bei kleinen (süßen) Köstlichkeiten, rollieren die Teilnehmer:innen von Tisch zu Tisch um niederschwellig verschiedene Optionen kennenzulernen und bei Interesse erste relevante Kontakte zu knüpfen.

##### Workshops „ZukunftsRaum – Alleinbleiben im Einfamilienhaus?“

In diesem interaktiven Format soll vor allem ein Bewusstsein für die Veränderung der Wohnbedürfnisse im Lebenszyklus geschaffen werden. Eine aktive Auseinandersetzung mit den eigenen Ängsten, Sorgen und Vorbehalten hinsichtlich einer potenziellen Wohnraumentwicklung werden unterstützt und gefördert. Auch lernen die Teilnehmer:innen niederschwellig verschiedene Wohnmodelle kennen, die ihren (sich verändernden) Bedürfnisse und Wünschen (besser) entsprechen.

##### Kurz- und Fachvorträge „ZukunftsRaum – Wohnbedürfnisse im Lebenszyklus“

Informative Kurz- und Fachvorträge in Kooperation mit diversen Partnern: Erwachsenenbildungseinrichtungen (VHS Aachen, Evangelische Erwachsenenbildung (EEB); Bischöfliche Akademie des Bistums Aachen (BAK)); Vereinen (Aachener Kneipp, altbauPlus, Haus&Grund, Omas for Future, etc.); Organisationen und Institutionen (Seniorenrat, „Engagiert älter werden“; „Leitstelle Älter werden“, Seniorencafes, etc.).

#### (b) ZukunftsRaum Parties: Besuchsreihe „Jemand daheim?!“

Der Solarenergie Förderverein Aachen bietet seit vielen Jahren erfolgreich „Solar-Parties“ an. Menschen, die eine Solaranlage auf dem Dach haben, laden Freunde und Nachbarn zu sich nach Hause ein, eine unabhängige Expertin hält einen Kurzvortrag, anschließend berichtet die Besitzerin über ihre Erfahrungen mit der neuen PV-Anlage.

In der Besuchsreihe „Jemand daheim?!“ möchten wir Best Practise Beispiele von einst „halbleeren“ Einfamilienhäusern zeigen, die sinnvoll umgebaut / umgenutzt wurden. Nach einer kurzen Begehung berichtet der Hausbesitzer über seine Erfahrungen bei der Umgestaltung des Einfamilienhauses zum Mehrfamilienhaus. Was wurde gemacht? Wie aufwendig war die Maßnahme (Zeit, Kosten, Dreck)? Welche Stellen haben unterstützt? Welche Möglichkeiten gibt es angenehme und zuverlässige Mieter zu finden? Wie hat sich seither die Lebensqualität

verbessert? Eine unabhängige Expertin aus dem Wohnwende-Bündnis begleitet den Abend und kann einen Überblick über die vielfältigen Chancen und Potenziale im EFH geben. Abschließend können die Teilnehmer:innen in geselliger Runde, bei Snacks und Getränken, im niederschweligen Austausch Fragen stellen.

Die Veranstaltungsreihe bietet Interessent:innen die Möglichkeit lokale Best Practise Beispiele kennenzulernen, von den Erfahrungen anderer zu profitieren und sich in einfachen Schritten mit den Möglichkeiten ihrer persönlichen Wohnraumwende auseinander zu setzen.

### **(c) SpeedDating**

Konnten wir im Projekt Hausbesitzer:innen erreichen, die bereit sind entsprechende Maßnahmen zu unternehmen und Mieter:innen im eigenen Haus aufzunehmen, möchten wir im weiteren Verlauf „Speed-Dating“ Formate in den Stadtquartieren anbieten. In lockerer Atmosphäre, bei Getränken und Häppchen, kommen die zukünftigen Vermieter mit möglichen Mietern zusammen und können sich unverbindlich kennenlernen und beschnuppern.

### **(d) Abschluss-/ Auftaktveranstaltung**

Im weiteren Verlauf wird es immer wichtiger werden, die sensibilisierten und gewonnenen Senior:innen gut auf ihrem Weg zu begleiten, stimmige individuelle Lösungen mit den Senior:innen zu erarbeiten, Ängste, Sorgen und Vorbehalte abzubauen und das Match-Making mit potenziellen Mieter:innen zu unterstützen. Diese Begleitung muss im weiteren Verlauf professionalisiert werden, z.B. indem die Kommune eine entsprechende Stelle einrichtet. Über das Projekt, die Gründung des Wohnwende-Bündnisses und die Ansprache und Sensibilisierung der Zielgruppe, wollen wir den Grundstein für eine entsprechende Stelle legen und den damit verbundenen Prozess anstoßen und begleiten.

Ziel ist es zum Ende der Förderperiode, den Staffeln in einer öffentlichkeitswirksamen Auftaktveranstaltung, an ein entsprechendes Gründungsteam zu übergeben und so die Projektziele und -maßnahmen weiter zu verstetigen.

## **4. Öffentlichkeitsarbeit & Zielgruppenansprache**

### **4.1 Analoge Öffentlichkeitsarbeit**

Um die Zielgruppe zu erreichen, zu sensibilisieren und zu gewinnen, spielt die Öffentlichkeitsarbeit eine relevante Rolle in diesem Projekt. Ein zentraler Punkt in der Ansprache der Zielgruppe wird sein, diese bzw. entsprechende Multiplikator:innen aktiv in die Konzeption von Angeboten und der Kommunikationstrategie mit einzubinden (siehe 3.1), auch ist davon auszugehen, dass wir durch Mundpropaganda innerhalb der entsprechenden Netzwerke eine relevante Rolle bei der Zielgruppenansprache spielen wird, insbesondere dann, wenn Menschen bereits an unseren Veranstaltungsformaten teilgenommen haben.

Darüber hinaus bietet es sich im Sinne klassischer Öffentlichkeitsarbeit an, unsere Angebote und Formate dort zu platzieren, wo die Zielgruppe niederschwellig in ihrem Alltag erreicht werden kann (auf Veranstaltungen, in Vereinen, Arztpraxen, bei Pflegediensten, kommunalen Wohnberatungsstellen, etc.). Hier möchten wir das Angebot mit Flyern und / oder einem RollUp kommunizieren. Auch werden die angebotenen Formate über diverse bestehende und neue Kommunikationskanäle und Netzwerke kommuniziert.

Unterstützt werden einzelne Veranstaltungen ebenso durch eine:n Vertreter:in der Sparkasse Aachen, der / die für Fachfragen zu Finanzierung und Förderprogrammen zur Verfügung steht. So profitiert die Veranstaltung von der ausgeprägten Markenbekanntheit (inkl. Vertrauensvorsprung) der Sparkasse innerhalb der Zielgruppe. Gleichzeitig wird auch die Sparkasse Aachen als Kooperationspartner bei der Bewerbung der Formate unterstützen und u.A. über ihren Privatkundennewsletter bewerben, sowie Plakate und Flyer in ihren Filialen aushängen / auslegen.

#### 4.2 Digitale Öffentlichkeitsarbeit

Im digitalen Bereich möchten wir das Projekt mit einer zielgruppengerechten Social Media Kampagne begleiten. Unter anderem sollen lokale Testimonials aus der Zielgruppe gewonnen werden, diese sprechen in kurzweiligen, ansprechenden 1-2minütigen Videos über ihre eigenen Erfahrungen, den Nutzen von umgesetzten Maßnahmen, Unterstützung & Hilfestellungen, etc. Die Deutsche Rheumaliga praktiziert auf ihrem Youtube Kanal eine sehr ansprechende Kampagne, die wir uns gerne zum Vorbild nehmen möchten.

#### 5. Verstetigung & Nachhaltigkeit

Durch den Aufbau des Zukunftsraum-Wohnwende-Bündnisses (siehe 3.1) und die Einbindung lokaler Ressourcen, soll das Projekt über die Förderperiode hinaus nachhaltig verstetigt werden. Wir sehen großes Potenzial, das Bündnis und unser Wirken im Rahmen des Projektes, im weiteren Verlauf zu professionalisieren und als Teil von altbauPlus, der derzeit entstehenden Klimaagentur oder einer öffentlich geförderten Anlaufstelle bei der Kommune weiterzuentwickeln.

Abhängig von den lokalen Bedürfnissen und zur Verfügung stehenden Förderkulissen, könnte dieser Geschäftsbereich u.a. die folgenden Aufgaben übernehmen bzw. Leistungen anbieten:

- *Wohnwünsche-Beratung*: Analog zur Energie- und Sanierungsberatung (oder in Kombination) von altbauPlus.
- *Wohnwünsche-Vermittlung*: Wohnungstauschvermittlung; Vermittlung und Betreuung von Wohnen für Hilfe; Vermittlung und Betreuung von Mieter:innen in abgetrenntem Wohnraum; Vermittlung von Interessierten in gemeinschaftliche (Mehrgenerationen)-Wohnprojekte; etc.
- *Kompetenzzentrum*: Begleitung und Unterstützung kommunaler Akteur:innen hinsichtlich innovativer Wohnkonzepte die durch hohe Flächeneffizienz und Nachhaltigkeit überzeugen.
- *Anlaufstelle*: Niederschwellige, sichtbare Anlaufstelle und Kompetenzzentrum in der Stadt
- *Öffentlichkeitsarbeit*: Die Wohnraumwende braucht einen Paradigmenwechsel in unserer Gesellschaft. Damit Menschen bereit sind neue Wohnformen und Konzepte zu akzeptieren muss ein entsprechendes Bewusstsein für nachhaltiges Wohnen entwickelt und für die Potenziale und Chancen sensibilisiert und geworben werden.
- *Lobbyarbeit*: Jeder Quadratmeter gewonnener unsichtbarer Wohnraum entlastet die Kommune, weil es viel günstiger, ökonomischer und klimafreundlicher ist als neu zu bauen. Damit diese Maßnahmen erfolgreich umgesetzt werden können, bedarf es politischer Unterstützung und geeigneter Rahmenbedingungen sowie Förderprogramme.

## 6. Wirkungsmessung & Skalierbarkeit

Der Erfolg des Projekts kann anhand verschiedener Kriterien gemessen werden, darunter die Anzahl der Senioren, die an den Veranstaltungen teilnehmen, die Anzahl der durchgeführten Beratungen, die Anzahl der umgesetzten Maßnahmen zu Umbau, Untermiete, Umzug; die Zufriedenheit und das Engagement mitwirkender Senioren während und nach dem Projektverlauf. Zudem kann ein Monitoring die erzielte CO<sub>2</sub>- und Energieeinsparung durch die umgesetzten Maßnahmen quantifizieren und damit Aufschluss über die langfristige Wirkung des Projekts geben.

Da behördliche Genehmigungen und bauliche Maßnahmen mitunter sehr zeitintensiv sind, ist es denkbar, dass Projekte zum Ende der Förderperiode nicht (vollständig) umgesetzt wurden. Ein Bericht über Projekte die in Planung sind, gibt Aufschluss über die zu erwartenden Maßnahmen und die damit verbundene CO<sub>2</sub>- und Energieeinsparung.

Auch ist das Projekt und die geplanten Formate gut auf andere Kommunen skalierbar.

<b>7. Gesamtausgaben</b>			
Übersicht der Gesamtausgaben:	Personalkosten: (69%)		112.230,00 €
	Sachkosten: (21%)		34.158,00 €
	<i>SUMME</i>		<i>146.388,00 €</i>
	VW-Pauschale (10%)		16.265,33 €
	<b>SUMME</b>		<b>162.653,33 €</b>
<b>Personalkosten</b>			
	<b>Aug – Dez 24</b>	<b>Jan – Dez 25</b>	<b>Jan – Feb 26</b>
Projektleitung	9.198,00 €	21.924,00 €	5.418,00 €
Projektmanagerin	9.855,00 €	23.490,00 €	5.805,00 €
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	9.198,00 €	21.924,00 €	5.418,00 €
<b>Personalkosten (TOTAL)</b>	<b>28.251,00 €</b>	<b>67.338,00 €</b>	<b>16.641,00 €</b>
<b>Aufschlüsselung Personalausgaben</b>			
<b>Rolle</b>	<b>Abschluss</b>	<b>Stundensatz</b>	<b>Zeitaufwand</b>
Projektleitung	Studium (Master oder promoviert)	42,00 €	8h / Woche
Projektmanagerin	Studium und/oder angemessene Berufserfahrung	30,00 €	15h / Woche
Referentin für PR & Öffentlichkeitsarbeit	angemessene Berufserfahrung	28,00 €	15h / Woche
<b>Sachkosten</b>			
Bewirtungskosten			7.258,00 €
Reisekosten			1.450,00 €
Honorarkosten			9.250,00 €
Raummiete			3.750,00 €
Öffentlichkeitsarbeit			12.200,00 €
Materialkosten			250,00 €
<b>Sachkosten (TOTAL)</b>			<b>34.158,00 €</b>