

Priorität		Kosten (Euro) Ansätze vorläufig			
Gesamturteil	Begründung (bei hoher Priorität)	Kosten Andere (Investition)	Einmalige Kosten Stadt	Jährliche Kosten Stadt bzw. Budget-Ansatz	Laufzeit
		Andere	Stadt 1x	Stadt/a	
B	Gutes Instrument bei Ansprache Bürger	(-)	3.000	2.000	5
A+	Zentrales Element, Übergreifende Wirkung	290.000	(-)	(-)	L
A	Wichtige Unterstützung Bau- und Sanierungsinitiative	(-)	(-)	60.000	5
A	Wichtige Unterstützung Bau- und Sanierungsinitiative	(-)	(-)	15.000	5
B	Gutes Instrument für Aktionen	(-)	(-)	n.b.	3
A	Breitenwirkung, Mitmacheffekte	(-)	(-)	5.000	L
B	Netzwerk in Ansätzen bereits vorhanden	n.b.	(-)	(-)	L
B	Zusätzliches Instrument für spezielle Zielgruppe	n.b.	(-)	(-)	5
A	Wichtiger Ansatzpunkt für Öffentlichkeitsarbeit	500.000	(-)	(-)	3 Stk.
B	Hohe Invest. erforderlich, hohes Potenzial	30.000.000	(-)	90.000	15
A	Praktikable Aktion, gutes Verhältnis Aufwand/Nutzen	800.000	(-)	(-)	3
B		6.000	(-)	2.000	3
B		30.000	(-)	(-)	3
B		n.b.	(-)	5.000	1
A	laufende Aktion kann übernommen werden	40.000	(-)	30.000	1
A	hohe strategische Bedeutung, Grundlage für 3.2/3.3	(-)	50.000	(-)	1
A+	hohe strategische Bedeutung, relativ gut umsetzbar	5.000.000	(-)	5.000	L
A	hohe strategische Bedeutung, hohes Potential	n.b.	(-)	5.000	L
A	Potenziale sollten möglichst bald erschlossen werden	14.000.000	(-)	2.500	L
A	wichtiger Baustein der Energiewende hin zu Erneuerbaren	(-)	(-)	5.500	L
A	wichtiger Baustein der Energiewende hin zu Erneuerbaren	(-)	(-)	5.500	L
A	wichtig wegen nun geänderter Rahmenbedingungen im Land	n.b.	n.b.	(-)	1
A	wichtiger Baustein der Energiewende hin zu Erneuerbaren	(-)	(-)	(-)	L
A+	im Zusammenhang mit 3.2/3.3 zu sehen	(-)	(-)	5.000	L
A	verbesserte Akzeptanz und Einbindung von REG-Projekten	n.b.	(-)	(-)	L
A+	wichtiger Hebel für Veränderungen im Mobilitätsverhalten	(-)	vgl. 8.1	(-)	1
A	sehr gut gemachte und bewährte Kampagne	(-)	(-)	30.000	L
B		(-)	5.000	(-)	1
A	Komponente v. Modellstadt E-Mobilität	(-)	n.b.	100.000	L
B		n.b.	2.000	(-)	1
B		(-)	n.b.	(-)	3
A	Info/Beratung wichtig für Änderungen im Mobi.-Verhalten	(-)	1)	n.b.	10
A	Info/Beratung wichtig für Änderungen im Mobi.-Verhalten	(-)	(-)	5.000	5
A	Info/Beratung wichtig für Änderungen im Mobi.-Verhalten	10.000	(-)	5.000	1
A	strategisch wichtig für weitere Steigerung des Radanteils	(-)	(-)	n.b.	L
A	strategisch wichtig für weitere Steigerung des ÖV-Anteils	(-)	(-)	(-)	L
A	wichtige Komponente zur Verlagerung MIV/ÖV	n.b.	(-)	n.b.	L
A	zentrale strategische Bedeutung, langfristig	(-)	(-)	n.b.	L
B		(-)	(-)	8.000	1
A	wichtiger Beitrag im Hinblick auf Vorbildfunktion der Stadt	(-)	5.000	(-)	L
B		(-)	5.000	(-)	1
B		(-)	3.000	(-)	1
B		(-)	(-)	n.b.	L
A	in diesem Sektor hohe wirtschaftliche Einsparpotentiale	n.b.	(-)	2.000	L
A+	bei kleinen Betrieben besteht Nachholbedarf	(-)	(-)	10.000	5

7	Kommunale Liegenschaften u. interne Organisation (Kap. 4.7. und 4.8)							
7.1	Leitlinie energieeffiziente Stadtplanung							n.b. +
7.2	Konzepte für Quartiersanierung							n.b. n.b.
7.3	Erstellung und Abarbeitung Prioritätenliste für energetische Sanierung							n.b. +
7.4	Sanierung einer Schule als Modellprojekt							n.b. 50 - 100
7.5	Quote für erneuerbare Energien und Einsatz KWK							n.b. +
7.6	Intensivierung des kommunalen Energiemanagements							1.000 +
7.7	Einführung einer kommunalen Energieleitlinie							n.b. +
7.8	Programm zur Nutzersensibilisierung							n.b. +
7.9	Stand-by-Projekte in Schulen							n.b. +
7.10	Klimaschutzpreis für Schulen							n.b. +
7.11	Intensivierung der Erneuerung von Straßenbeleuchtungen							430 +
7.12	Schaffung der Stelle eines Klimaschutzmanagers							n.b. n.b.
7.13	Begleitung der Umsetzung durch Klimaschutzbeirat							n.b. n.b.
7.14	Exkursionen für Gemeinderäte							n.b. n.b.
7.15	Teilnahme am European Energy Award®							n.b. n.b.
7.16	Einführung einer Beschaffungsrichtlinie							n.b. n.b.
7.17	Überwachung EnEV und EWärmeGesetze							n.b. n.b.
8	Öffentlichkeitsarbeit und Information (Kap. 4.9.)							
8.1	Kommunikationskonzept und Aktionsplan Kommunikation							n.b. n.b.
8.2	Dachmarke "Offenburger Klimabündnis"							n.b. n.b.
8.3	Internetplattform zum Klimaschutz							n.b. n.b.
8.4	Klimaschutz-Stadtplan im Internet							n.b. n.b.
8.5	Auftaktveranstaltung							n.b. n.b.
8.6	Jährlicher Energietag							n.b. n.b.
8.7	Plakatierungskampagne							n.b. n.b.
8.8	Basistool Infomappe Klimaschutz							n.b. n.b.
8.9	Klimaschutz-Scheckheft							n.b. n.b.
8.10	Aktion "Offenburger verbessern ihre CO ₂ -Bilanz"							n.b. n.b.
8.11	Ernährungskampagne							n.b. n.b.

Erläuterungen:

- Die fett gedruckten Kosten in den grauen Zeilen entsprechen den jährlichen Budgets (Vorschlag KEA) für das Handlungsfeld in Anlehnung an den Budgetentwurf. Sie geben den Rahmen vor, in dem in dem Handlungsfeld investiert werden soll, sind aber je nach Jah
- Für den Klimaschutzmanager wurden die vollen Kosten angegeben. In den erste drei Jahren kann der Förderanteil abgezogen werden.
- 1) Wir schlagen vor, die Kosten für die Mobilitätszentrale nicht im Klimaschutzbudget zu verankern, ggf. nur einen Anteil
- Maßnahmen ohne Kostenangaben, insbesondere Aktionen der Information, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit werden hauptsächlich durch den Klimaschutzmanager durchgeführt. Hier fallen je nach Jahresaktionsplan Sachmittel an, die im Budget enthalten sind.
- Minderungskosten können in der jetzigen Phase nur für wenige Maßnahmen angegeben werden.
- +-Zeichen: Die Maßnahme ist wirtschaftlich. Die Erlöse aus den Energiekosteneinsparungen sind gleich groß oder höher als die Investitionen
- n.b.: die Minderungskosten sind nicht bezifferbar. Das trifft in der Regel für Beratung, Information und Kommunikation zu
- (-): Feld nicht belegt; trifft nicht zu
- L: Langfristig bzw. dauerhaft
- Die Angabe zur Priorität basiert auf einer gesamthaften Einschätzung aller wesentlichen Faktoren; sie ist nicht unmittelbar aus den bewerteten Einzelkriterien (Klimaschutzbeitrag, Umsetzbarkeit und Kosten/Nutzen) ableitbar.

A	hohe strategische Bedeutung	(-)	n.b.	n.b.	L
A+	hohe strategische Bedeutung, neues Förderprogramm des Bundes	(-)	(-)	20.000	L
A+	wichtige Grundlage für die vorbildliche Umsetzung	(-)	100.000	n.b.	L
A	Leuchtturmwirkung	(-)	n.b.	(-)	2
A	Vorbildwirkung durch Selbstverpflichtung der Stadt	(-)	n.b.	(-)	L
A+	zentrale Bedeutung, hoch wirtschaftlich	(-)	n.b.	(-)	L
A	wichtige Komponente zu 7.6.	(-)	n.b.	(-)	L
A	wichtige Komponente zu 7.6.	(-)	n.b.	5.000	3
A	bewusstseinsbildend, Landesförderung	(-)	(-)	n.b.	1
B		(-)	(-)	3.000	10
A	Handlungsbedarf wegen EU-RL	(-)	1.000.000	(-)	10
A+	zentrale Bedeutung für die Umsetzung des Konzeptes	(-)	(-)	60.000	3/L
A	wichtig für Akzeptanz und Legitimation der Umsetzung	(-)	(-)	n.b.	L
B		(-)	(-)	10.000	L
A+	wichtiges Instrument für Umsetzung + Controlling, Landesförderung	(-)	8.000	5.000	L
B		(-)	n.b.	(-)	1/L
B		(-)	(-)	10.000	L
A+	Rückgrat der gesamten ÖA zum Thema, zentrale Bedeutung	(-)	(-)	*	1/L
B		(-)	(-)	*	1/L
A+	Internet ist heute das wichtigste Medium	(-)	(-)	*	L
A	konkrete Projekte werden der Öffentlichkeit erschlossen	(-)	(-)	*	L
A	wichtig, um die breite Öffentlichkeit zu adressieren	(-)	(-)	*	1
A	s. 8.5, landesweit eingeführte Aktion	(-)	(-)	*	L
A	wichtiges "konventionelles" Element der ÖA	(-)	(-)	*	1
B		(-)	(-)	*	L
B		(-)	(-)	*	L
A	hoher Identifikationsgrad, hoher Grad an Aufmerksamkeit	(-)	(-)	*	1
A	auch nicht-energiebezogene Problemfelder sollen aufgezeigt werden	(-)	(-)	*	L

*) Aufteilung der Kosten nach verfügbarem Budget für Öff.arbeit