

	Entwurf 11.01.2012 Vorschlag der KEA	Verursacher / Zielgruppe			hoch mittel gering			Einsparpotenzial (t CO ₂ pro Jahr)	CO ₂ Minderungskosten (Euro/t)
		Stadt Offenburg	Gewerbe, Industrie	Private / Vermieter / Wohnungsbau	Klimaschutzbeitrag	Umsetzbarkeit	Kosten/Nutzen		
	Maßnahmenbereiche/Handlungsoptionen						im Jahr 2030	Erläuterung siehe unten	
1	Sanierung Wohngebäude (Kap. 4.1.)								
1.1	Beratungsmappe für Hauseigentümer						n.b.	n.b.	
1.2	Bau- und Sanierungsinitiative						12.500	n.b.	
1.3	Förderprogramm Niedrigstenergie-Sanierung						200	50	
1.4	Blower-Door-Test / Leckage-Ortung						n.b.	30	
1.5	Musterhausbesichtigungen						n.b.	n.b.	
1.6	"Grüne Hausnummer"						n.b.	n.b.	
1.7	Netzwerk Wohnungsbaugesellschaften						n.b.	n.b.	
1.8	Mieterberatung zu Energieeffizienz						n.b.	n.b.	
1.9	Leuchtturmprojekt Mustersanierung						n.b.	150	
2	Energiesparen im Haushalt (Kap. 4.2.)								
2.1	Umstellung von Nachtstromspeicherheizungen						2.500	40	
2.2	Heizungspumpentauschaktion						600	+	
2.3	Kühlschranktauschaktion						24	25	
2.4	Klimaschutzpaket des E-Werks Mittelbaden						400	+	
2.5	Klimaschutzinseln im Fachhandel						n.b.	n.b.	
2.6	Stromspar-Check für einkommensschwache Haushalte						110	16	
3	Fernwärme und Kraft-Wärme-Kopplung (Kap. 4.3.)						21.750		
3.1	Erstellung eines Wärmeatlas						n.b.	n.b.	
3.2	Aufbau von Wärmeinseln						1.250	+	
3.3	Aufbau von Wärmenetzen						14.500	+	
3.4	Ausbau KWK / Mini-BHKW in der Objektversorgung						6.000	+	
4	Erneuerbare Energien (Kap. 4.4.)						45.500		
4.1	Unterstützung des Zubaus von PV-Anlagen						8.700	n.b.	
4.2	Unterstützung beim Einsatz erneuerbarer Energien im Wärmebereich						13.400	n.b.	
4.3	Ausweisung und Nutzung von Windkraftstandorten						n.b.	n.b.	
4.4	Beteiligung des E-Werks Mittelbaden an Windparks						15.000	+	
4.5	Nutzung von Biomasse in Wärmenetzen						8.500	+	
4.6	Bürger-Fonds des E-Werk Mittelbaden						300	+	
5	Mobilität (Kap. 4.5.)						11.000		
5.1	Konzept Mobilitätsmarketing						n.b.	n.b.	
5.2	Übernahme der Kampagne "Kopf an: Motor aus"						n.b.	n.b.	
5.3	Kinospot zum Radverkehr						n.b.	n.b.	
5.4	E-Mobilität						n.b.	n.b.	
5.5	Fahrradverlosung						n.b.	n.b.	
5.6	Aktion Kilometerzähler						n.b.	n.b.	
5.7	Mobilitätszentrale						n.b.	+	
5.8	Mobilitätsberatung in Schulen und Kindergärten						n.b.	+	
5.9	Mobilitätsberatung in Betrieben						n.b.	+	
5.10	Ausbau Radwegenetz						5.300	n.b.	
5.11	Attraktivitätssteigerung des ÖV-Angebots						1.700	n.b.	
5.12	Verbreitung des Jobtickets						n.b.	+	
5.13	Nahmobilität stärken: "Stadt der kurzen Wege"						n.b.	n.b.	
5.14	Fahrertraining						n.b.	+	
5.15	Mobilitätsleitfaden für städtische Mitarbeiter						n.b.	n.b.	
5.16	Klimaschutzinseln an Tankstellen						n.b.	n.b.	
5.17	Car-Sharing Schnupperwochen						n.b.	n.b.	
5.18	Gut sichtbare Stellplätze für Car-Sharing						n.b.	n.b.	
6	Betriebliche Energieeffizienz (Kap. 4.6.)						25.000		
6.1	Energieeffizienz-Netzwerk der großen Betriebe						3.000	+	
6.2	Energieeffizienz in kleinen Betrieben						500	+	

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