

# S C H R I F T E N

zur Stadtentwicklung

## Klimaschutz in Heidelberg

### Heidelberg - Studie 2012

Ergebnisse einer Umfrage in Heidelberg,  
durchgeführt vom Sinus-Institut  
Heidelberg im Sommer 2012





# S C H R I F T E N

zur Stadtentwicklung

# Klimaschutz in Heidelberg

## Heidelberg - Studie 2012

Ergebnisse einer Umfrage in Heidelberg,  
durchgeführt vom Sinus-Institut  
Heidelberg im Sommer 2012



### Auftragnehmer:

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg

### Herausgeber:

Der Oberbürgermeister der Stadt Heidelberg  
Amt für Stadtentwicklung und Statistik  
Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie  
Heidelberg, November 2012



## INHALT

<b>1 Einleitung</b> .....	<b>3</b>
1.1 Hintergrund der Studie .....	3
1.2 Schwerpunkt Klimaschutz .....	3
1.3 Gesellschaftliche Differenzierung nach den Sinus-Milieus® .....	5
1.4 Die Milieustruktur in Heidelberg.....	9
<b>2 Leben in Heidelberg im Wandel der Zeit</b> .....	<b>12</b>
2.1 Lebensqualität .....	12
2.2 Verbundenheit mit der Stadt.....	15
2.3 Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister.....	16
2.4 Herausforderungen der Stadt.....	17
2.5 Mobilität .....	21
<b>3 Sensibilisierung für den Klimaschutz</b> .....	<b>28</b>
3.1 Priorität Klimaschutz.....	28
3.3 Klimaschutz und Energieversorgung.....	31
3.5 Verantwortung für den Klimaschutz.....	33
<b>4 Klimaschutz in Heidelberg</b> .....	<b>35</b>
4.1 Heidelberg: Vorreiter im Klimaschutz? .....	35
4.2 Verantwortung für den Klimaschutz vor Ort.....	37
4.3 Bekanntheit und Bewertung lokaler Klimaschutzmaßnahmen .....	40
<b>5 Persönliches Engagement für den Klimaschutz</b> .....	<b>46</b>
5.1 Gründe und Hindernisse klimafreundlichen Verhaltens .....	46
5.2 Ausübung klimafreundlicher Verhaltensweisen.....	50
<b>6 Zusammenfassung</b> .....	<b>56</b>
<b>7 Anhang</b> .....	<b>59</b>
7.1 Literaturverzeichnis .....	59
7.2 Grundauszählung .....	60



# 1 Einleitung

## 1.1 Hintergrund der Studie

Die Heidelberg-Studie 2012 ist die siebte Repräsentativbefragung der Stadt Heidelberg, in der untersucht wird, wie zufrieden die Heidelberger Bevölkerung ist, welche Wünsche und Verbesserungsvorschläge sie hat und welche Herausforderungen sie für die Zukunft sieht. Seit 1994 wird die Heidelberg-Studie im Drei-Jahres-Rhythmus durchgeführt. Grundgesamtheit bildet die deutschsprachige Bevölkerung ab 18 Jahren, die in Heidelberg mit Erst- oder Zweitwohnsitz gemeldet ist.

Die Daten der aktuellen Studie wurden im Zeitraum vom 10. Mai bis 13. Juni 2012 erhoben und basieren auf Telefoninterviews mit 1.044 Personen (ungewichtet: 1.045). Konzipiert und durchgeführt wurde die Befragung vom Sinus-Institut für Markt- und Sozialforschung (Heidelberg/Berlin) in Begleitung des Amtes für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie sowie des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik der Stadt Heidelberg. Die Datenerhebung erfolgte in Kooperation mit der teleResearch GmbH in Mannheim.

Die aktuelle Studie 2012 sowie die Veröffentlichungen seit dem Jahr 1994 können auf der Internet-Seite der Stadt Heidelberg (<http://www.heidelberg.de>) eingesehen und heruntergeladen werden.

Die Studie beinhaltet einerseits ein Korpus an wiederholten Fragestellungen, mit denen sich im Zeitvergleich Trends bezüglich wichtiger Fragestellungen analysieren lassen. Andererseits werden mit jeder Studie aktuell relevante Schwerpunkte gesetzt. Standen in der Studie 2009 die Kommunalpolitik und die Nichtwähler im Fokus, ist es 2012 der Klimaschutz.

## 1.2 Schwerpunkt Klimaschutz

Bereits 1992 wurden in Heidelberg mit dem Klimaschutzkonzept und der Energiekonzeption grundlegende Strategien politisch beschlossen, eine Organisationseinheit in der Verwaltung aufgebaut und der Klimaschutz als Querschnittsaufgabe eingeführt. Seitdem wurden die Maßnahmen des Klimaschutzkonzeptes systematisch bearbeitet und weiterentwickelt, Netzwerke aufgebaut, zahlreiche innovative Projekte im kommunalen Liegenschaftsbestand und mit Partnern aus Universität, Wirtschaft und Gesellschaft realisiert und regelmäßig Bilanz gezogen. Bei den kommunalen Liegenschaften wurden die CO<sub>2</sub>-Minderungsziele mit 50 % weit übererfüllt, während die gesamtstädtischen Ergebnisse (-20% CO<sub>2</sub> bis 2015) bis heute noch nicht erreicht sind.

Gerade deshalb liegt es im umweltpolitischen Interesse Heidelbergs, die bisherige Klimaschutzstrategie kritisch zu analysieren.

Neben bewährten Konzepten und Strukturen ist die Analyse bestehender Defizite eine Chance und zugleich Herausforderung, die richtigen Fragen zu stellen und zielgerichtet neue Konzepte und Lösungen zu finden. Um die große Lücke zwischen der bisherigen Entwicklung und einer neuen Vision der Klimaneutralität zu schließen, wird in Heidelberg seit Mai 2012 ein Masterplan

100% Klimaschutz entwickelt, der den bisherigen Ansatz einer schrittweisen Vorschau der Entwicklungspotenziale, durch ein Rückwärtsdenken des Weges von einer Vision her verändert – einer Vision bis 2050 die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 95% und den Endenergiebedarf um 50% zu reduzieren.

Mit dieser Weiterentwicklung hat sich die Stadt Heidelberg auch die noch stärkere und wirksamere Partizipation der Bürgerinnen und Bürger, der Wirtschaftsunternehmen und gesellschaftlichen Gruppen als zentrale Aufgabe gesetzt. Heidelberg sieht darin die Chance für einen Paradigmenwechsel in Gesellschaft und Wirtschaft. Dass Heidelberg eine prosperierende Stadt mit Bevölkerungszuwachs, positiver Wirtschaftsentwicklung und innovativer Forschung ist, stellt zudem eine besondere Herausforderung für die Klimaschutzarbeit dar.

Akteure aus Wirtschaft und Gesellschaft müssen noch mehr als bisher eine aktive, koordinierende und eigenverantwortlich handelnde Rolle im Klimaschutz erhalten. Denn bisher geht die Stadtverwaltung Heidelberg im Klimaschutz als Vorbild voran und tritt als Motivator auf – das Engagement vieler anderer lokaler Akteure muss jedoch deutlich stärker werden. In allen Sektoren und Lebensbereichen müssen Energieeffizienz und Klimaschutz zu integralen Bestandteilen privater und beruflicher Entscheidungen und Arbeitsprozesse werden – ein Vorhaben, das einen langen Atem verlangt.

Klimaneutralität ist ein langfristiges Ziel. Die Weichen dafür werden heute in den Kommunen gestellt. Eine Kommune kann aber nicht die alleinige Verantwortung für diesen Prozess übernehmen. Heidelberg braucht die Unterstützung der Stadtgesellschaft.

Die Veränderung von Handlungsweisen setzt immer Bewusstseinsbildung und Erkenntnisgewinn voraus. Ein Klimaschutzbewusstsein in allen Gesellschaftsbereichen ist die Basis, auf der weitere Schritte mit breiter Akzeptanz in der Stadtgesellschaft erfolgen können.

Es ist unbestritten belegt, dass der Schutz unserer Umwelt und auch des Klimas vom überwiegenden Teil der Bevölkerung als eine der wichtigsten politischen Aufgaben angesehen wird. Dem steht jedoch eine eher geringe Bereitschaft gegenüber, aus den erkannten Problemen auch selbst die praktischen Konsequenzen zu ziehen.

Die Bildung eines Klimaschutzbewusstseins braucht also Zeit. Es kann durch kontinuierliche Information, prozessbegleitende Kommunikation mit den verschiedenen Gesellschaftsgruppen und Einbindung von Schulen sowie anderen Bildungsträgern gefördert werden. Die erfolgreiche Umsetzung kommunaler Ziele und Projekte hängt wesentlich von einer gelungenen Einbeziehung und Kooperation der verschiedenen Akteure ab.

Die vorliegende Bürgerumfrage, die im dreijährigen Rhythmus stattfindet und sich aktuellen Fragestellungen widmet, steht 2012 ganz im Zeichen des Klimaschutzes. Sie verfolgt das Ziel, das Klimaschutzbewusstsein der Heidelberger Stadtgesellschaft zu analysieren und zeigt, welche Aktivitäten von welchen Gesellschaftsbereichen wahrgenommen werden und wer von der Stadtgesellschaft überhaupt als Akteur und als Treiber des Klimaschutzes Anerkennung findet.

Mit den Ergebnissen der Bürgerumfrage wird die Stadt Heidelberg ihre Arbeit im Klimaschutz zukünftig zielgruppenspezifischer ausrichten und die Kommunikationsstrategie im Klimaschutz wei-

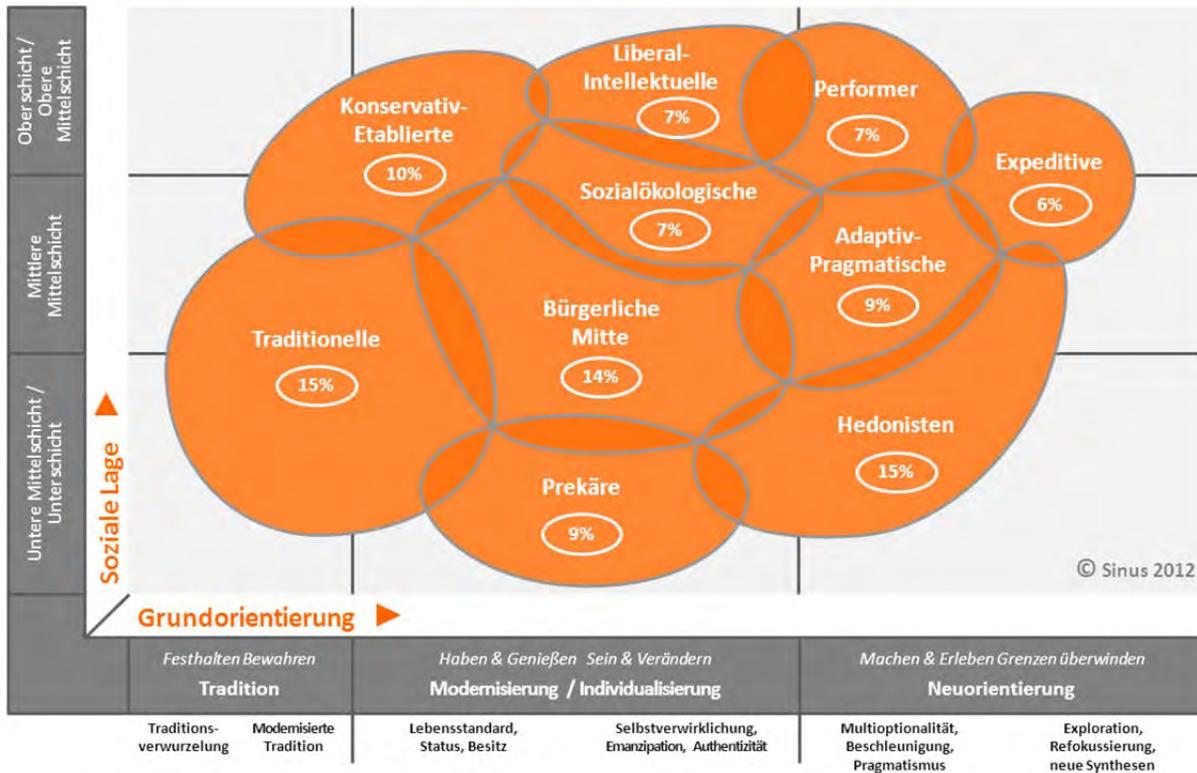
terentwickeln. Dabei wurde die Heidelberg Bürgerumfrage erstmalig nach sozialen Milieus differenziert; ein sozialwissenschaftliches Modell, das in der heutigen Kommunalstatistik als besonders innovativ gilt.

### 1.3 Gesellschaftliche Differenzierung nach den Sinus-Milieus®

2012 wurden die Sinus-Milieus® das erste Mal in die Heidelberg-Studie integriert, um eine differenziertere Analyse der verschiedenen Lebenswelten zu ermöglichen. Der Lebensstil ist nicht etwas individuell Subjektives, das vollkommen in der Autonomie einzelner Personen liegt, vielmehr gibt es soziokulturelle Muster von Lebensstilen, die relativ stabil sind und in den sozialen Kreisen, in denen sich die Person aufhält, reproduziert werden. In unserer individualisierten westlichen Gesellschaft erhält man keine befriedigenden Erklärungen mehr, wenn man versucht, das Verhalten (von Einzelnen oder von Gruppen) allein auf die soziale Lage zurückzuführen. Die Wirklichkeit ist komplexer. Menschen gleicher objektiver sozialer Lage (objektive Dimension) zeigen aufgrund unterschiedlicher subjektiver Wertorientierungen, Interessen, Maximen (subjektive Dimensionen) ein je anderes Verhalten. Insofern ist die alltägliche Lebenswelt der Menschen durch mindestens drei gleichermaßen wichtige konstitutive Bausteine bestimmt: soziale Lage, Werte, Lebensstile. Diese stehen in einem wechselseitigen Bedingungs-, Stabilisierungs- und Reproduktionszusammenhang. Diese drei Hauptdimensionen konstituieren soziale Milieus. Soziale Milieus sind Gruppen von Menschen, die sich – salopp formuliert – in ihrer Lebensauffassung und Lebensweise ähneln. Grundlegende Wertorientierungen gehen dabei ebenso in die Analyse ein wie Alltagseinstellungen zur Arbeit, zur Familie, zur Freizeit, zu Geld und Konsum. Sie rücken also den Menschen und das gesamte Bezugssystem seiner Lebenswelt ganzheitlich ins Blickfeld. „Klimabewusstsein“ ist dabei gewissermaßen eines der Elementarteilchen zur Beschreibung eines Milieus.

Vor diesem Hintergrund lassen sich in Deutschland aktuell zehn Milieus unterscheiden, die in der Abbildung 1 im Rahmen eines ganzheitlichen Gesellschaftsmodells positioniert sind. Je höher ein Milieu angesiedelt ist, umso gehobener ist die soziale Lage (Bildung, Einkommen, Berufsprestige); je weiter rechts es gelagert ist, umso moderner bzw. postmoderner ist die Wertorientierung des jeweiligen Milieus. Was die Grafik auch zeigt: Die Grenzen zwischen den Milieus sind fließend: Lebenswelten sind nicht so (scheinbar) exakt eingrenzbar wie soziale Schichten. Sinus nennt das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“. Wäre das nicht der Fall, könnte man schwerlich von einem lebensechten Modell sprechen. Berührungspunkte und Übergänge zwischen den Milieus sind deshalb ein grundlegender Bestandteil des Milieukonzepts. Das Sinus-Milieumodell ist nicht das Ergebnis einer einzelnen Studie, sondern das Ergebnis von über drei Jahrzehnten sozialwissenschaftlicher Forschung. Die Sinus-Milieus® werden regelmäßig aktualisiert, um sie an den soziokulturellen Wandel anzupassen. Im Folgenden werden die aktuellen Sinus-Milieus® anhand ihrer Grundorientierungen charakterisiert. Dabei wird Bezug zu den Sinus-Milieus® vor dem letzten Milieu-Update von 2010 genommen, da dieses Milieu-Modell bereits in der Stadtverwaltung Heidelberg verwendet wurde.

Abbildung 1: Soziale Lage und Grundorientierung in Deutschland



**Das Konservativ-etablierte Milieu**

Das Konservativ-etablierte Milieu grenzt sich durch ausgeprägte Qualitäts- und Exklusivitätsanforderungen bewusst von anderen Milieus ab. Es pflegt einen Anspruch auf gesellschaftliche Meinungsführerschaft, auch wenn es diese – aufgrund des raschen technologischen und wirtschaftlichen Wandels – als bedroht sieht.

Entsprechend selbstbewusst intonieren Konservativ-Etablierte ihre Position, wenn auch zumeist im Kreis von Gleichgesinnten. Konservativ-Etablierte denken in (langfristigen) Erfolgsmaximen und beobachten beunruhigt eine zunehmende Tendenz der kurzfristigen, „kopflösen“ Entscheidungen in Wirtschaft und Politik. Postmoderne Beliebigkeit und hedonistische Erlebnisorientierung lehnen sie dezidiert ab, jedoch sind sie kulturellen Neuerungen nicht per se gegenüber abgeneigt (z.B. technologischen Innovationen). Sie fordern vielmehr verantwortungsvolles, umsichtiges Handeln, das mögliche Implikationen von vornherein mitdenkt.

**Das Liberal-intellektuelle Milieu**

Das Liberal-intellektuelle Milieu ist die aufgeklärte, bestens situierte Bildungselite, die sich durch Weltoffenheit und Postmaterialismus auszeichnet. Sie wurzeln im Postmateriellen Milieu – dem Kernmilieu des Umwelt- und Klimaschutzes, vor dem Milieu-Update von 2010. Dort konnten in den vergangenen Jahren interessante Veränderungen beobachtet werden: Während ein Teil – das heutige Liberal-intellektuelle Milieu – von ideologischen Weltanschauungen Abstand genommen und sich den Prinzipien der Leistungsgesellschaft geöffnet hat, etablierte und verfestigte

te sich in einem anderen Teil dieser lebensweltlichen Orientierung – im Milieu der Sozialökologischen – die Gesellschafts- und Kapitalismuskritik.

Bei den Liberal-Intellektuellen führen Selbstbewusstsein und Wissen um das eigene Können zu einem souveränen Umgang mit beruflichen und familiären Herausforderungen. Vertreter dieses Milieus zeigen keine klassische Karriereorientierung. Doch materieller Erfolg ist wichtig, um den angestrebten, ganzheitlichen Lebensentwurf zu verfolgen: Durchhaltevermögen und Leistungsbereitschaft gehen mit ausgeprägtem Individualismus und dem Wunsch nach Authentizität einher. Liberal-Intellektuelle versuchen, in ihrem Leben Freiräume zu schaffen, um sich subtilen Genüssen, Bildung, Ästhetik und Kultur zu widmen. Zeitsouveränität spielt dabei eine ebenso große Rolle wie Entschleunigung des eigenen Alltags.

### **Das Milieu der Performer**

Die Performer sind inzwischen älter geworden, haben sich etabliert und befinden sich teilweise in der Familienphase – nach wie vor verbindet sie global-ökonomisches Denken, Leistungs- und Effizienzorientierung. Strategisch richten sie ihren Lebenslauf auf Beruf und Karriere aus. Neben dem Streben nach materiellem Erfolg ist ihnen ein intensives Leben wichtig.

Dieses von Erfolg geprägte Milieu kann als die neue multi-optionale Leistungselite mit hoher IT- und Multimedia-Kompetenz gesehen werden (Social Media als virtuelle Heimat). Mit ihrer neoliberalen Grundüberzeugung begrüßen sie die zunehmende Globalisierung und weisen einen strategischen Opportunismus als Grundhaltung auf. Dabei verfolgen sie den Anspruch, Avantgarde hinsichtlich Stilpräferenzen und Lebensart zu sein und weisen eine ausgeprägte Tendenz zu Distinktion und der Suche nach exklusiven Kreisen auf.

### **Das Expeditive Milieu**

Das Milieu der Expeditiven ist ein sehr junges Milieu, welches sich als hyperindividuelle postmoderne Avantgarde versteht. Sie vereinen das Leistungsstreben der Performer und die unkonventionelle Lebensweise der Experimentalisten vor dem Milieu-Update von 2010.

Die Expeditiven zeichnen sich durch Offenheit gegenüber Neuem und Fremdem aus und legen dabei ein hohes Maß an Flexibilität und Mobilität an den Tag. Sie sind ständig auf der Suche nach Grenzerfahrungen und versuchen ihr Netzwerk – online wie offline – zu erweitern. Erfolg ist ihnen wichtig – doch diesen messen sie weniger an den konventionellen denn an ihren eigenen Maßstäben. Sie gestalten und modellieren Lebensentwürfe jenseits geltender Regeln und suchen innovative Wege für neue Business- und Kommunikationsoptionen.

### **Die Bürgerliche Mitte**

Das Milieu der Bürgerlichen Mitte ist der bodenständige Mainstream der Gesellschaft. Doch große Teile dieses Milieus sind inzwischen gealtert und legen gewisse Rückzugstendenzen an den Tag. Die Bürgerliche Mitte strebt nach Harmonie und gesicherten Lebensumständen. Ein solider Beruf ist ihnen wichtig, ebenso wie die Bildung ihrer Kinder, denn geordnete Verhältnisse, Balance und Harmonie sind für sie Schlüssel für privates Glück. Auflehnung gegen bzw. Ablehnung

von gängigen Konventionen und gesellschaftlichen Normen sind ihnen fremd. Dieses Milieu möchte vor allem „normal“ sein und lehnt Extreme jeder Art ab. Die Familie steht im Vordergrund, obwohl ihre Kinder mittlerweile häufig schon älter sind oder das Haus bereits verlassen haben. Das ehemals aufstiegsorientierte Milieu konzentriert sich nun vor allem auf den Stuserhalt, da es davon ausgeht, dass die Zeit der „automatischen“ Wohlstandsgewinne vorbei ist und die Kinder es nicht mehr unbedingt besser haben werden als man selbst – auch wenn hierfür alle Kräfte mobilisiert werden.

### **Das Adaptiv-pragmatische Milieu**

Das Adaptiv-pragmatische Milieu ist die neue, junge Mitte der Gesellschaft. Sie vereint und kombiniert verschiedene Facetten: Zum einen teilt sie mit der Bürgerlichen Mitte das Bedürfnis nach Sicherheit, Verankerung und Zugehörigkeit, zum anderen strebt sie – wie die Performer – nach Erfolg bzw. zumindest nach beruflicher Etablierung und Absicherung. Flexibel und pragmatisch passen sie sich den Anforderungen der Arbeitswelt an und zeigen eine klare Identifikation mit der Leistungs- und Wettbewerbsgesellschaft. Basierend auf einem ausgeprägten Nutzenkalkül sind sie dabei zielstrebig und kompromissbereit. Dabei genießen Adaptiv-Pragmatische jedoch auch gerne das Leben und zeigen vielfältige jugendkulturelle Interessen.

### **Das Sozialökologische Milieu**

Im Sozialökologischen Milieu sind Wachstums- und Globalisierungsskepsis fest verankert. Basierend auf ihrer postmateriellen Grundhaltung sind sie offen gegenüber fremden Kulturen und Bannerträger von Political Correctness und Diversity. Sie betonen die Wichtigkeit von Prinzipien und fordern in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen ein konsequentes Umdenken als notwendige Vorbereitung für kommende globale Herausforderungen.

Vertreter dieses Milieus haben ein ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen: Man verfolgt einen nachhaltigen Lebensstil und hat eine klare Vorstellung vom „richtigen Leben“. Dazu gehören auch der Wunsch nach Downsizing und Entschleunigung sowie das Streben nach Ganzheitlichkeit und Selbstverwirklichung. Neoliberale Einstellungsmuster und die zunehmende Technologisierung des Alltags werden abgelehnt.

### **Das Traditionelle Milieu**

Das Traditionelle Milieu ist die Kriegs- bzw. Nachkriegsgeneration und damit das älteste Milieu. Hier sind in der letzten Dekade kaum Veränderungen zu beobachten gewesen. Die Lebenswelt der Traditionellen zeichnet sich durch Kleinbürgertum und eine traditionelle Arbeiterkultur aus.

Sie sehnen sich nach einer geordneten, sicheren Welt und zeigen eine Distanz zu modernen gesellschaftlichen Entwicklungen. Die Konsumorientierung ist in diesem Milieu gering ausgeprägt, man vertritt eher die Maxime des Verzichts sowie der Sparsam- und Genügsamkeit.

### **Das Prekäre Milieu**

Das Prekäre Milieu ist die teilhabe- und orientierungssuchende Unterschicht. Vertreter dieses Milieus sind tendenziell mit einer Perspektive der Ausweglosigkeit konfrontiert, nicht selten vereinen

sie eine Kumulation von Herausforderungen (Arbeitslosigkeit, Ausbildungsplatzsuche, schwierige Familienverhältnisse, gesundheitliche Probleme). Die Erfahrung von Benachteiligung und Ausgeschlossenheit führen hier zu einer Verbitterung – doch gleichzeitig ist nur eine geringe Protestbereitschaft vorhanden. Stattdessen herrscht ein starker Wunsch nach Problemfreiheit, Identität und Zugehörigkeit. Um das Gefühl des Abgehängtseins zu kompensieren, wird daher versucht, am Konsumstandard der breiten Masse mitzuhalten. Dabei zeigen sie eine ausgeprägte „Schnäppchenmentalität“ und ein hohes Maß an Robustheit „irgendwie durchzukommen“, auch gegen Widerstände jeglicher Art.

### **Das Hedonistische Milieu**

Das Hedonistische Milieu ist zahlenmäßig gewachsen. Es zeichnet sich durch eine starke Spaß- und Erlebnisorientierung aus. Freiheit und Unabhängigkeit sind den Hedonisten wichtiger als die Konventionen der Leistungsgesellschaft, denen man sich meist verweigert.

Sie möchten aus dem bürgerlichen Mainstream ausbrechen, wollen sich nicht auf eine konventionelle Lebensweise einlassen und sind immer auf der Suche nach Extremen. Sie wollen nicht verzichten und auf „später“ warten, sondern ihrer Gegenwartsorientierung Ausdruck verleihen und in spontanem Konsum, Action und Entertainment münden lassen.

### **1.4 Die Milieustruktur in Heidelberg**

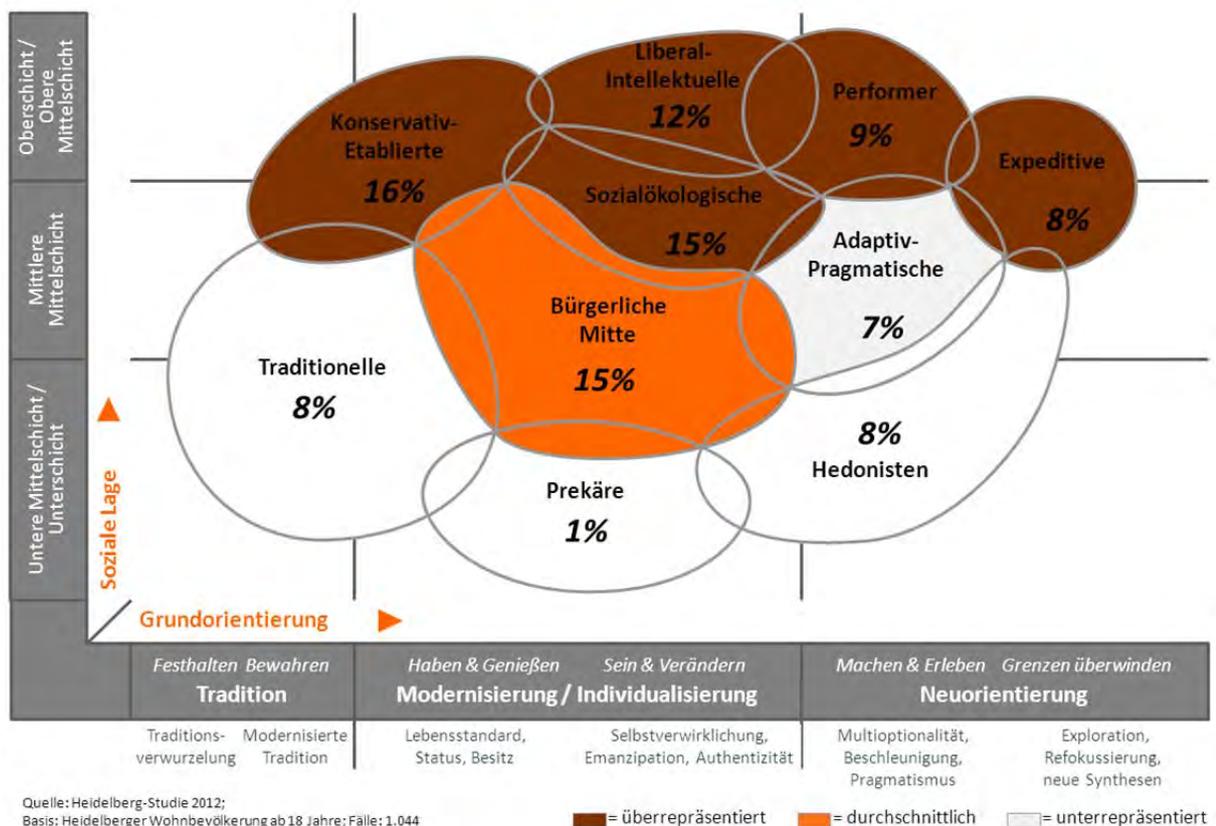
In Heidelberg lässt sich eine spezifische Milieustruktur vorfinden, die klare Schwerpunkte offenbart. Als Akademiker-Stadt sind Milieus in gehobener sozialer Lage stärker vertreten als im Bundesdurchschnitt, Milieus in einfacher sozialer Lage finden sich hingegen seltener als in der Gesamtbevölkerung. Stark überrepräsentiert sind das Milieu der Konservativ-Etablierten (16 % anstatt bundesweit 10 %), das Milieu der Sozialökologischen (15 % anstatt 7 %), das Milieu der Performer (9 % vs. 7 %), das Milieu der Liberal-Intellektuellen (12 % vs. 7 %) und das Milieu der Expeditiven (8 % vs. 6 %) – wie der Tabelle 1 sowie der Abbildung 2 zu entnehmen ist.

Die Bürgerliche Mitte ist durchschnittlich vertreten. Seltener als in der Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik sind in Heidelberg die Adaptiv-Pragmatischen (7 % vs. 9 %), die Traditionellen und die Hedonisten (jeweils 7 % vs. 9 %) vorzufinden. Zudem war das Prekäre Milieu in dieser Befragung sehr stark unterrepräsentiert: Lässt sich bundesweit fast jeder Zehnte dieser in vielfacher Hinsicht sozial benachteiligten Lebenswelt zuordnen, konnte in Heidelberg lediglich 1 % dieser Personengruppe vorgefunden werden. Aufgrund der geringen Fallzahl (N= 6) wurden die Angaben dieses Milieus nicht mit ausgewertet.

Tabelle 1: Sinus-Milieus® in Deutschland und in Heidelberg 2012

Milieu	Heidelberg	Deutschland <sup>1</sup>	Abweichung Heidelberg von Deutschland
	in Prozent		in Prozentpunkten
Konservativ-Etablierte	16	10	+ 6
Liberal-Intellektuelle	12	7	+ 5
Performer	9	7	+ 2
Expeditive	8	6	+ 2
Adaptiv-Pragmatische	7	9	- 2
Bürgerliche Mitte	15	14	+ 1
Sozialökologische	15	7	+ 8
Traditionelle	8	15	- 7
Prekäre	1	9	- 8
Hedonisten	8	15	- 7
Nicht zuzuordnen	1	-	-

Abbildung 2: Milieustruktur in Heidelberg 2012



<sup>1</sup> TdW 2012 (N=20.167 Fälle, Basis: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, Erhebungsmethode: Face-to-Face).

## Vergleich der Milieustruktur der Telefonbefragung 2012 mit der Schätzung via microm Geo Milieus von 2009

Die Stadt Heidelberg hat 2009 für den Bericht zur sozialen Lage in Heidelberg (Stadt Heidelberg 2010) bereits unter Verwendung der microm Geo Milieus® die Milieustruktur in Heidelberg schätzen lassen. Möchte man die erhobenen und die geschätzten Milieustrukturen miteinander vergleichen, muss dabei berücksichtigt werden, dass das Sinus-Milieumodell Veränderungen unterzogen wurde.

Entsprechend ist die Milieustruktur von 2012 nicht direkt mit der Milieustruktur von 2009 verglichen werden. Das Sinus-Milieumodell wurde Mitte 2010 einem Update unterzogen, um es den soziokulturellen Entwicklungsprozessen anzupassen.<sup>2</sup> Beim Vergleich der beiden Modelle zeigen sich folgende Verschiebungsprozesse: Während bei einigen Milieus weniger Veränderungen vorzufinden sind (so etwa im Traditionellen Milieu), haben sich andere Lebenswelten aufgespalten (Postmaterielle in Liberal-Intellektuelle und Sozialökologische), neue Synthesen gebildet (Konservative und Etablierte zu den Konservativ-Etablierten), sind in benachbarten Milieus aufgegangen (Experimentalisten vor allem im Milieu der Hedonisten, DDR-Nostalgische vor allem im Milieu der Prekären), oder sind auch gänzlich neu entstanden (Expeditiv, Adaptiv-Pragmatische).

Zudem ist beim Vergleich der beiden Studien methodisch zu berücksichtigen, dass hier zwei vom Ansatz her sehr unterschiedliche Vorgehensweisen miteinander verglichen werden. Die Heidelberg-Umfrage 2012 wurde als Telefonumfrage durchgeführt, wobei die Erreichbarkeit und die Responsequote von den methodischen Effekten eingeschränkt wird (Vorhandensein eines Festnetzanschlusses, Einfluss des Themas Umwelt- und Klimaschutz auf die Teilnahmebereitschaft, offizielle Meldung als Erst- oder Zweitwohnsitz, Beherrschung der deutschen Sprache). Bei den microm Geo Milieus® werden hingegen mit einem statistischen Verfahren Wahrscheinlichkeiten berechnet, welchem Milieu ein Haushalt zuzuordnen ist. Basis bilden hier also die Haushalte und nicht Einzelpersonen, wie in der Heidelberg-Studie 2012. Als Indizien für die Berechnung der Milieuwahrscheinlichkeit wird bei den microm Geo Milieus auf verschiedene Datenbestände zurückgegriffen. Vergleicht man die Heidelberger Milieustruktur auf Basis der Telefonbefragung 2012 mit der Schätzung auf Basis der microm Geo Milieus von 2009, zeigen sich bei den meisten Milieus übereinstimmende Tendenzen im Sinne von Über- und Unterrepräsentanzen im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt.

---

<sup>2</sup> Unsere Gesellschaft befindet sich im ständigen Wandel. Gerade in der letzten Dekade haben vielfältige Entwicklungsprozesse den Menschen in seiner Lebenswelt beeinflusst: Flexibilisierung von Arbeit und Privatleben, Prekarisierung von Beschäftigungsverhältnissen, Entstandardisierung von Lebensläufen, Erosion klassischer Familienstrukturen, Digitalisierung des Alltags, wachsende Wohlstandspolarisierung und Zunahme von Sicherheitsstreben sowie Statusfatalismus und Distinktionsdruck. In diesem Zuge kommt es zu einer Entideologisierung (Abnahme von weltanschaulich geprägten Positionen) und der Zunahme von pragmatischen Haltungen sowie zur weiteren „Postmodernisierung von Werten“: Scheinbar Widersprüchliches wird kombiniert, „alte“ Werte (Sicherheit, Ordnung, Pflichtbewusstsein) werden zeitgemäß interpretiert und mit hedonistischen und individualistischen Werten (Selbstverwirklichung, Erlebnisorientierung) verknüpft. Aus diesen Veränderungsprozessen resultiert eine nachhaltig veränderte Milieulandschaft, denen das aktualisierte Sinus-Modell Rechnung trägt.

## 2 Leben in Heidelberg im Wandel der Zeit

Heidelberg ist eine vielfältige Stadt, deren historisches und kulturelles Erbe sie ebenso prägt, wie die modernen Entwicklungen in Wissenschaft und Wirtschaft. Tradition und Moderne schließen einander hier nicht aus, sie gehen vielmehr Hand in Hand und beeinflussen das Bild der Stadt. Nun stellt sich die Frage, ob dieses positive (Selbst-)Bild Heidelbergs auch der Wahrnehmung ihrer Bürgerinnen und Bürger entspricht. Wie nehmen die Einwohnerinnen und Einwohner ihr Leben in der Stadt wahr? Welche Trends lassen sich diesbezüglich im Zeitvergleich erkennen? In diesem Kapitel werden die Lebensqualität in Heidelberg, die Verbundenheit mit der Stadt, die Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister, die Herausforderungen Heidelbergs sowie das Thema Mobilität beleuchtet.

### 2.1 Lebensqualität

Die Lebensqualität einer Stadt umfasst die allgemeine Zufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger und bezieht sich somit unter anderem auf die generelle Atmosphäre in der Stadt, die gegebene Infrastruktur, die Politik, den Arbeits- und Wohnungsmarkt, Einkaufsmöglichkeiten, Angebote für Freizeitgestaltung und Erholung, sowie die Perspektiven, die sie den Bewohnern bietet.

#### Hohe Lebensqualität in Heidelberg

Die Lebensqualität in Heidelberg ist sehr hoch: Zwei von drei (67 %) der Heidelberger Bürgerinnen und Bürger geben an, sich sehr wohl in ihrer Stadt zu fühlen (vgl. Abbildung 3). Weitere 29 % fühlen sich eher wohl und lediglich ein Prozent – also ein zu vernachlässigender Anteil – fühlt sich überhaupt nicht wohl in Heidelberg. Ältere Personen beurteilen die Lebensqualität tendenziell etwas besser als jüngere Personen. Und umso länger man bereits in Heidelberg wohnt, desto wohler fühlt man sich in der Stadt.<sup>3</sup> Auch der Vergleich mit anderen Städten verdeutlicht die überdurchschnittliche Zufriedenheit der Bürgerinnen und Bürger Heidelbergs.<sup>4</sup>

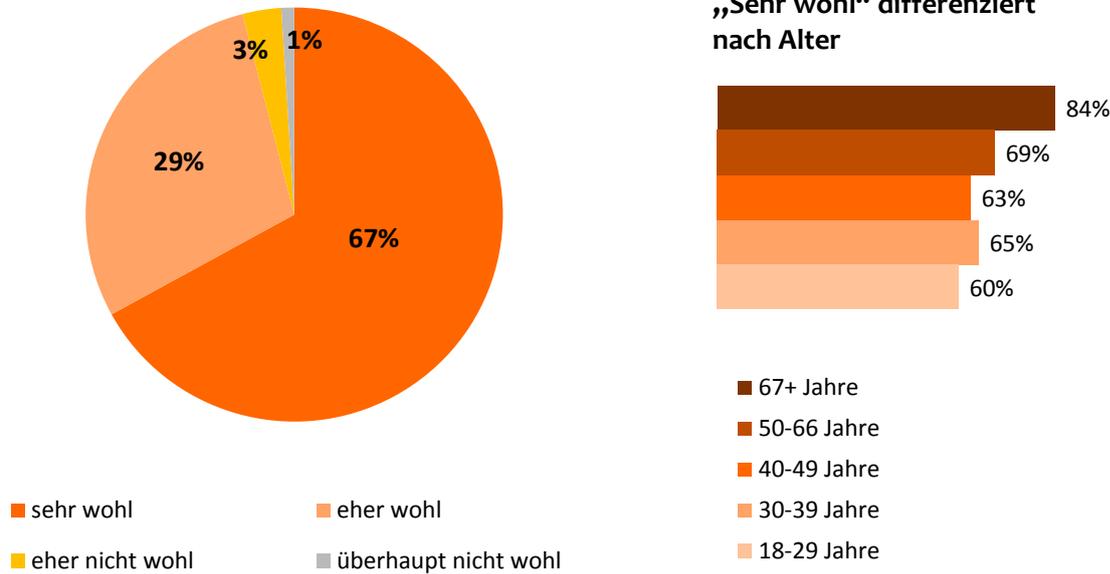
---

<sup>3</sup> Fühle mich in Heidelberg sehr wohl (Beispiele): Wohnhaft seit 5 Jahren: 60 %, wohnhaft seit 11-20 Jahren: 66 %, wohnhaft seit 31-40 Jahren: 73 %, wohnhaft seit mindestens 50 Jahren: 81 %.

<sup>4</sup> Im Vergleich dazu fühlen sich sechs von zehn (59 %) der Bürgerinnen und Bürger der Stadt Wiesbaden sehr wohl in ihrer Stadt; knapp ein Drittel (34 %) fühlt sich eher wohl. Nicht wohl fühlen sich 7 % der Bevölkerung Wiesbadens. Dies ergab eine aktuelle Umfrage von 500 Einwohnerinnen und Einwohner einlässlich des Tags der Marktforschung am 16. Juni 2012, die im Auftrag der Initiative Markt- und Sozialforschung vom IFAK Institut aus Taunusstein durchgeführt wurde (IFAK 2012). Ein deutlicher Unterschied zur Lebensqualität zeigt sich im Vergleich zur Stadt Leipzig. Laut einer Bürgerumfrage 2011 der Stadt Leipzig gaben lediglich 9 % an „sehr zufrieden“ und 60 % „zufrieden“ mit dem Leben in Leipzig zu sein. Befragt wurden dabei 3.947 Personen (Stadt Leipzig 2011).

**Abbildung 3: Zufriedenheit mit Heidelberg**

Frage: Fühlen Sie sich in Heidelberg ... sehr wohl, eher wohl oder überhaupt nicht wohl?



Auch im Verlauf der Zeit hält sich dieser positive Eindruck: Die Zufriedenheit mit der Stadt Heidelberg ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Fühlten sich 1997 bei der Heidelberg-Umfrage von 56 % der Einwohnerinnen und Einwohner sehr wohl, waren es 2009 bereits 60 %. Mit 67 % stellt der aktuelle Umfragewert diesbezüglich das beste Ergebnis dar, welches in Heidelberg bisher erzielt wurde (vgl. Tabelle 2).

**Tabelle 2: Lebensqualität in Heidelberg 1997, 2009 und 2012**

Alle Angaben in Prozent	1997	2009	2012
<b>Sehr wohl</b>	57	60	67
<b>Eher wohl</b>	40	36	29
<b>Eher nicht wohl</b>	3	4	3
<b>Überhaupt nicht wohl</b>	0	0	1

Wer im Osten der Stadt wohnt (75 %), fühlt sich wohler, als wer in der Mitte (62 %) oder im Süden (64 %) wohnt. Besonders wohl fühlen sich in Heidelberg Konservativ-Etablierte (78 %) und Traditionelle (78 %). Diese beiden Milieus leben besonders gerne in einer Stadt, deren kulturelles Erbe sie bis heute prägt. Sie sind stolz auf die Traditionen und die Geschichte, auf die die Stadt zurückblicken kann, schätzen aber gleichzeitig die durch zukunftsweisende Wissenschaft und entwicklungsstarke Wirtschaft geschaffene Modernität der Stadt. Die jungen Adaptiv-Pragmatischen (56 %) und die gesellschaftskritischen Sozialökologischen (58 %) fühlen sich hingegen weniger wohl in Heidelberg.

### Optimismus hinsichtlich der Entwicklung der Lebensqualität

Im Rückblick der letzten zehn Jahre hat sich die Lebensqualität in Heidelberg verbessert, wie über die Hälfte (58 %) der Heidelbergerinnen und Heidelberger, die seit mindestens diesem Zeitraum in der Stadt wohnen, angeben (vgl. Abbildung 4). Lediglich ein Viertel (29 %) vertritt die Ansicht, dass sich die Lebensqualität eher verschlechtert hat. 13 % bleiben bei dieser Frage unentschieden bzw. verweigern die Antwort.

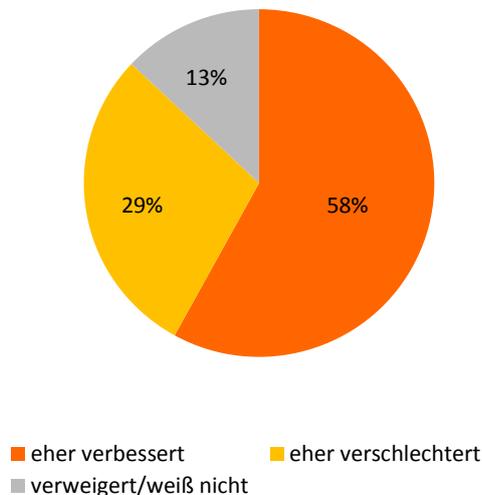
Vor allem Konservativ-Etablierte (67 %) und Performer (70 %) sehen eine Verbesserung der Lebensqualität, während Sozialökologische (40 %) sich diesbezüglich deutlich kritischer zeigen.

Die Bewohner der Stadt Heidelberg blicken optimistisch in die Zukunft: Sechs von zehn gehen davon aus, dass sich die Lebensqualität in ihrer Stadt in der nächsten Dekade verbessern wird.

#### Abbildung 4: Entwicklung der Lebensqualität in Heidelberg

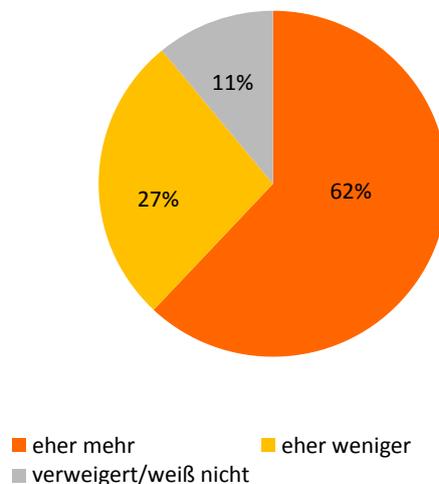
Wie hat sich die Lebensqualität in Heidelberg in den letzten zehn Jahren entwickelt?  
Fälle: 756 Personen, die seit über zehn Jahren in Heidelberg wohnen

##### Entwicklung: vor zehn Jahren und jetzt



Wie wird sich die Lebensqualität in Heidelberg in den nächsten zehn Jahren entwickeln?  
Fälle: 1.044

##### Erwartung, wie sich die Lebensqualität in zehn Jahren entwickeln wird



Vor allem jüngere Heidelbergerinnen und Heidelberger erwarten, dass die Lebensqualität zunehmen wird (18 – 29 Jahre: 71 %, 30 – 39 Jahre: 74 %). Demgegenüber geht nur jede/r zweite ältere Einwohnerin und Einwohner davon aus, dass die Lebensqualität sich noch verbessern wird (50 – 66 Jahre: 51 %, über 67 Jahre: 55 %). Entsprechend erwarten auch vor allem die jüngeren, moderneren Milieus, sich zukünftig noch wohler zu fühlen: Expeditiv (75 %) und Adaptiv-Pragmatische (73 %) sind sich ihrer Aufstiegschancen bewusst und blicken deswegen freudig in die Zukunft. Das Milieu der Traditionellen ist diesbezüglich etwas skeptischer (52 %). Für diese Vertreterinnen und Vertreter geht es vielmehr darum, den Lebensstandard zu wahren, als neue Potenziale zu erschließen. Auch die Sozialökologischen (55 %) sehen seltener optimistisch in die Zukunft, wenn es um die Steigerung der Lebensqualität in Heidelberg geht.

## 2.2 Verbundenheit mit der Stadt

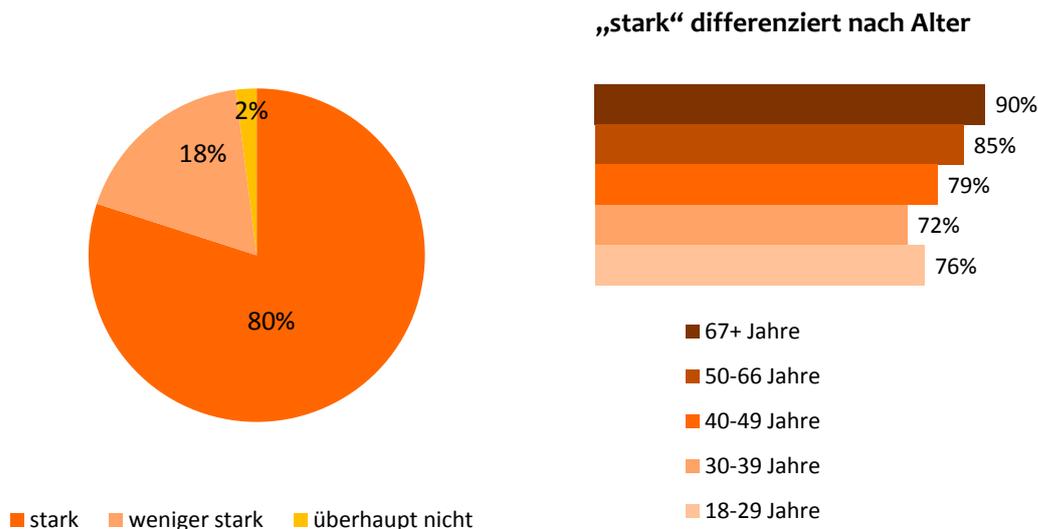
Die Verbundenheit mit einer Stadt hängt neben der Zufriedenheit (inklusive dem Lebensstandard und den wahrgenommenen Perspektiven) auch mit der Zeit zusammen, die man bisher dort gelebt hat. Ebenso sind feste soziale Interaktionen ein wichtiger Aspekt, wodurch die Verbundenheit gestärkt wird. Fühlt man sich in einer Stadt „heimisch“, ist auch die Bereitschaft höher, sich für diese einzusetzen, z.B. in Form von sozialem Engagement.

### Die Verbundenheit mit Heidelberg ist stark ausgeprägt

Acht von zehn Heidelbergerinnen und Heidelberger fühlen sich mit ihrer Stadt sehr verbunden, darunter finden sich vor allem Mitglieder des Konservativ-etablierten Milieus (87 %). Lediglich 18 % fühlen sich eher weniger verbunden und nur 2 % – und damit wieder ein zu vernachlässigender Anteil – fühlt sich Heidelberg überhaupt nicht verbunden.

#### Abbildung 5: Verbundenheit mit Heidelberg

Frage: Fühlen Sie sich Heidelberg ... stark, weniger stark oder überhaupt nicht verbunden?



Inwieweit man sich Heidelberg stark verbunden fühlt, ist eine Frage des Alters. Am geringsten verbunden fühlen sich die 30- bis 39-Jährigen. Umso länger man in Heidelberg wohnt und je stärker man beruflich, familiär und sozial gefestigt ist, desto stärker fühlt man sich der Stadt verbunden.<sup>5</sup> Personen, die vergleichsweise wenig verdienen (70 %), fühlen sich der Stadt weniger verbunden als Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 1.500 Euro (80 – 82 % fühlen sich verbunden). Auch fühlen sich Eltern mit minderjährigen Kindern im Haushalt ein wenig stärker mit der Stadt verbunden als Singles – dieser Unterschied ist jedoch nicht signifikant (mit Kind: 83 %, ohne Kind: 79 %).

<sup>5</sup> Fühle mich Heidelberg stark verbunden (Beispiele): Wohnhaft seit 5 Jahren: 65 %, wohnhaft seit 11-20 Jahren: 82 %, wohnhaft seit mindestens 50 Jahren: 89 %.

Neben der Zufriedenheit mit Heidelberg hat auch die Verbundenheit mit der Stadt zugenommen. Fühlten sich 1997 zwei von drei Personen der Stadt stark verbunden, sind es 2009 sieben von zehn (71 %) und aktuell sogar acht von zehn Personen (vgl. Tabelle 3).

**Tabelle 3: Verbundenheit mit Heidelberg**

Alle Angaben in Prozent	1997	2009	2012
<b>Stark</b>	66	71	80
<b>Weniger stark</b>	29	25	18
<b>Überhaupt nicht</b>	4	3	2

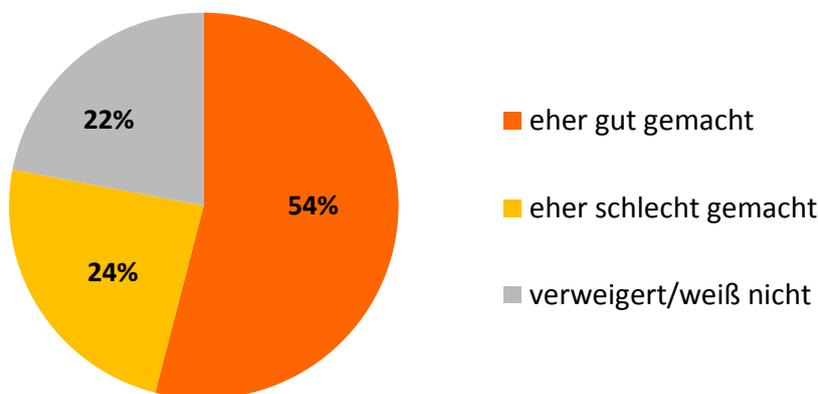
### 2.3 Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister

Regelmäßig wird in der Heidelberg-Umfrage auch die Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister erhoben. Dr. Eckart Würzner ist seit 2006 Oberbürgermeister der Stadt. Gut die Hälfte (54 %) beurteilt die Arbeit von Dr. Eckart Würzner eher gut. Knapp ein Viertel betrachtet sein Wirken eher kritisch, während ein weiteres knappes Viertel diese Frage nicht beantworten kann/möchte.

Die Traditionellen zeigen sich besonders zufrieden mit der Arbeit von Dr. Eckart Würzner (68 %). Sicherheit, Ordnung und Verlässlichkeit sind diesem Milieu sehr wichtig. Die ohnehin sehr kritischen Sozialökologischen zeigen sich etwas weniger zufrieden mit seinen Amtshandlungen (nur 44 % sind zufrieden). Auch das moderne, eher anti-bürgerlich eingestellte Milieu der Hedonisten ist seltener zufrieden (45 %) mit dem Wirken des aktuellen Oberbürgermeisters, wie der Abbildung 6 zu entnehmen ist. Dieses Milieu zeichnet eine allgemeine Distanz zu politischen Themen aus, so sind es mit 31 % besonders viele, die keine Meinung zu der Arbeit des Oberbürgermeisters äußern.

**Abbildung 6: Zufriedenheit mit Oberbürgermeister Dr. Eckart Würzner**

Frage: Eckart Würzner ist seit 2006 Oberbürgermeister in Heidelberg. Wie hat er seine Sache gemacht?

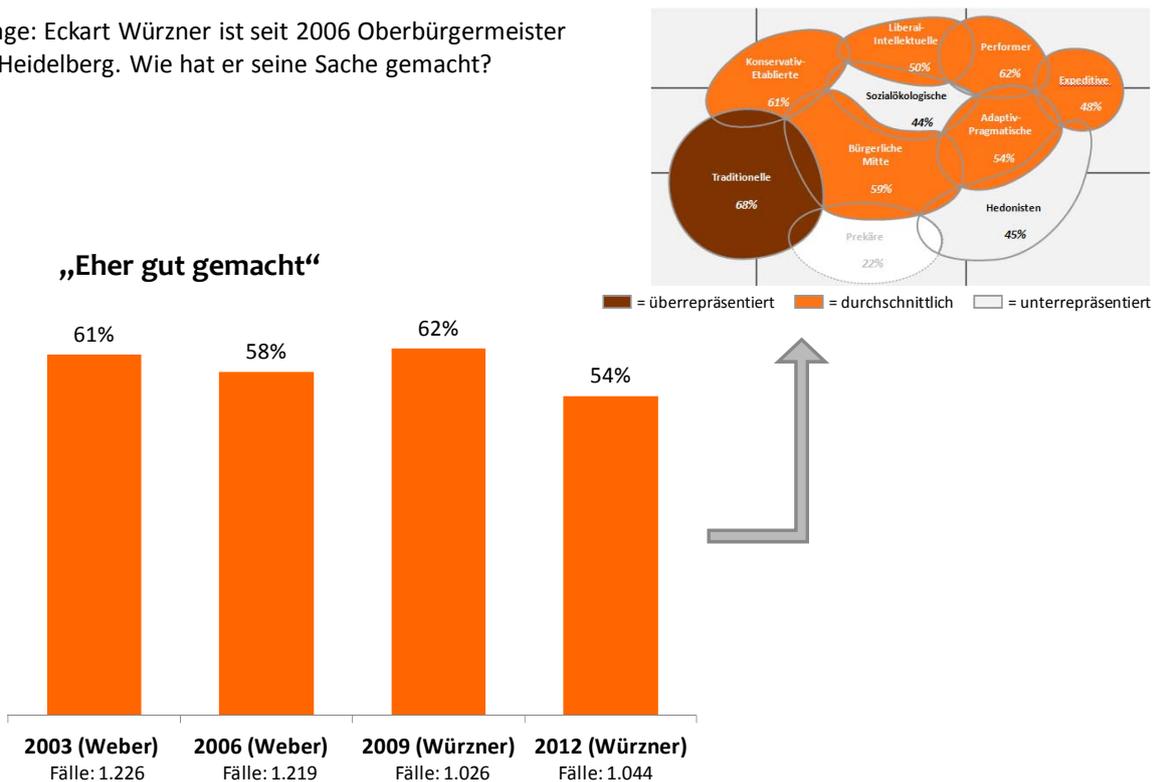


**Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister bewegt sich auf hohem Niveau**

Wirft man einen Blick zurück, wird ersichtlich, dass sich die Zufriedenheit mit den Oberbürgermeistern in Heidelberg auf einem hohen Niveau bewegt: Stets zeigen sich mehr als die Hälfte der Heidelbergerinnen und Heidelberger mit der Arbeit des Oberbürgermeisters zufrieden. Innerhalb der letzten drei Jahre hat die Zufriedenheit mit Dr. Eckart Würzner etwas abgenommen.

**Abbildung 7: Zeitvergleich - Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister**

Frage: Eckart Würzner ist seit 2006 Oberbürgermeister in Heidelberg. Wie hat er seine Sache gemacht?



Quelle: Heidelberg Studie 2003-2012

**2.4 Herausforderungen der Stadt**

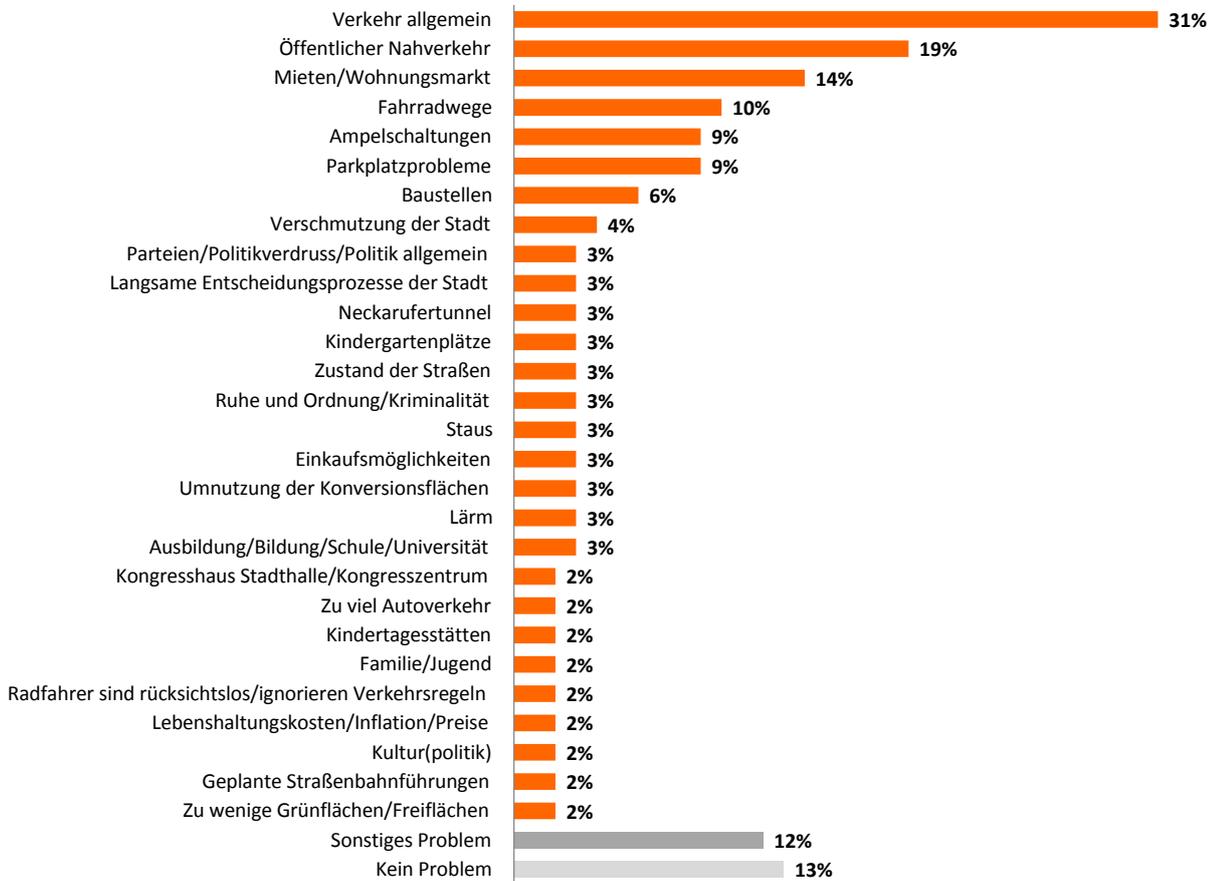
Jede Stadt hat spezifische Herausforderungen, welche den Einwohnerinnen und Einwohnern am Herzen liegen. In dieser Studie wurde sowohl offen (also ohne Antwortvorgaben) als auch geschlossen (mit Antwortvorgaben) gefragt, was die wichtigsten Probleme der Stadt sind.

**Ohne Antwortvorgabe wird der Verkehr als größte Herausforderung Heidelbergs benannt**

Fragt man, ohne Antworten vorzugeben, nach den Herausforderungen Heidelbergs, werden (beim Zusammenzählen aller Angaben, Mehrfachnennungen möglich) der Verkehr allgemein (31 %) sowie weitere Aspekte, die dem Thema Verkehr zuzuordnen sind, mit großem Abstand am häufigsten genannt. Dazu gehören auch der öffentliche Nahverkehr (19 %), die Fahrradwege (10 %), die Ampelschaltungen und fehlende Parkplätze (jeweils 9 %) sowie Baustellen (6 %). An Problemen, die nicht mit der Thematik Verkehr im Zusammenhang stehen, werden von 14 % die Mieten bzw. der Wohnungsmarkt und von 4 % die Verschmutzung der Stadt benannt.

**Abbildung 8: Wichtige Probleme in Heidelberg**

Frage: Was ist Ihrer Meinung nach zurzeit das wichtigste Problem hier in Heidelberg?



Für alle Milieus ist der Verkehr allgemein ein großes Problem in Heidelberg, allerdings in unterschiedlicher Gewichtung. Besonders den Konservativ-Etablierten ist der Verkehr ein Dorn im Auge (36 %), da er ihrem Bedürfnis nach Struktur und Ordnung widerspricht: Es fahren zu viele Autos, es gibt zu wenig Parkplätze und die Straßen sind zu eng gebaut. Expeditives stören sich deutlich seltener am Verkehr in Heidelberg (24 %), da sie als äußerst mobiles Milieu sehr viel auch außerhalb der eigenen Stadt unterwegs sind (vgl. Kapitel 2.5 zur Mobilität).

Der öffentliche Nahverkehr steht bei fast allen Milieus auf dem zweiten Platz auf der Prioritäten-skala der Herausforderungen Heidelbergs. Für die Sozialökologischen (19 %) und die Hedonisten (17 %) stellen allerdings die Mieten bzw. der Wohnungsmarkt das zweitwichtigste Problem Heidelbergs dar.

Bereits in den früheren Heidelberg-Studien kristallisierte sich heraus, dass bei einer offenen Frage stets der Verkehr als zentrale Herausforderung der Stadt am Neckar genannt wurde.

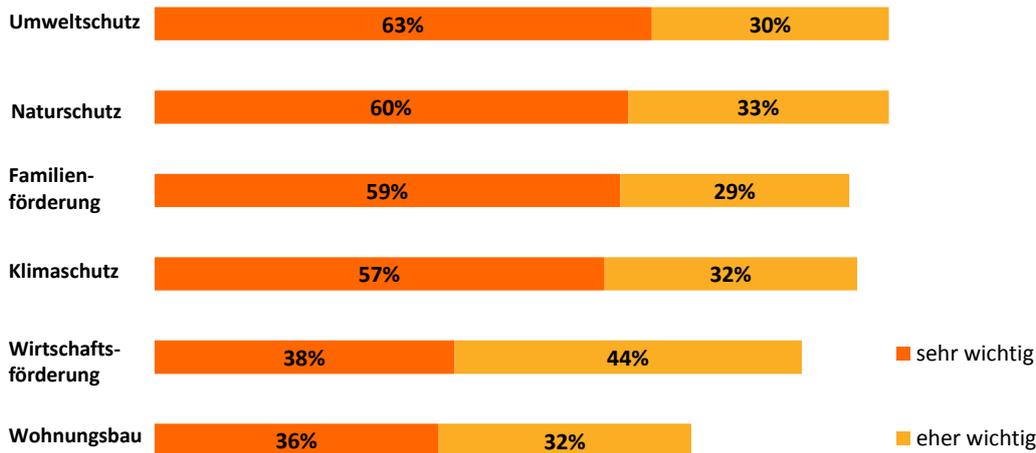
**Umweltschutz und Familienförderung werden als besonders wichtig eingeschätzt**

Werden vorgegebene, spezifische Aufgaben der Stadt Heidelberg bewertet, zeigen sich andere Schwerpunkte (vgl. Abbildung 9). Zur Beurteilung der Priorität der vorgelegten Aufgaben wird dann weniger die Alltagserfahrung als Bezugsmaßstab herangezogen, stattdessen wird eine um-

fassendere Perspektive eingenommen. Unter dieser Herangehensweise sind den Einwohnerinnen und Einwohnern der Stadt besonders Aufgaben im Kontext Umweltschutz wichtig (Umweltschutz: sehr wichtig: 63 % bzw. sehr wichtig + eher wichtig: 93 %; Naturschutz: 59 % bzw. 92 %, Klimaschutz: 57 % bzw. 89 %).

**Abbildung 9: Bedeutung der Aufgaben der Stadt Heidelberg**

Umwelt- Natur- und Klimaschutz sowie Familienförderung sind sehr wichtig

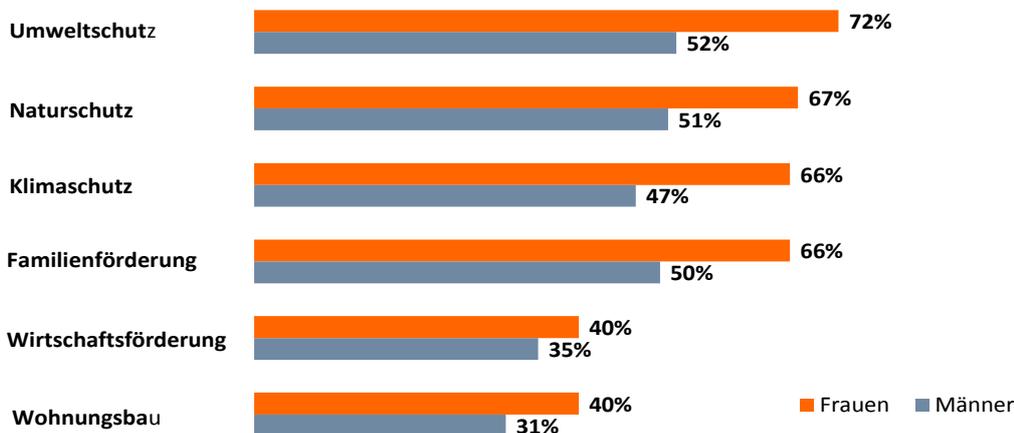


Auch die Förderung von Familien (59 % bzw. 88 %) ist von hoher Bedeutung. Wirtschaftsförderung (38 % bzw. 82 %) und Wohnungsbau (36 % bzw. 68 %) stehen im Vergleich dazu eher hinten an. Umweltschutzthemen haben in Heidelberg demnach einen sehr hohen Stellenwert – man kann davon ausgehen, dass dies in anderen Regionen Deutschlands weniger stark ausgeprägt ist (vgl. UBA/BMU 2010; BfN/BMU 2012).

Frauen sehen alle Aufgaben wichtiger an als Männer, wie der Abbildung 10 zu entnehmen ist. Bei Aspekten im Kontext Umweltschutz sowie der Familienförderung ist der Unterschied noch etwas stärker ausgeprägt, als bei den Themen Wirtschaftsförderung und Wohnungsbau.

**Abbildung 10: Bedeutung der Aufgaben der Stadt Heidelberg nach Geschlecht**

Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aufgaben für die Stadt Heidelberg?  
Antwort: „sehr wichtig“

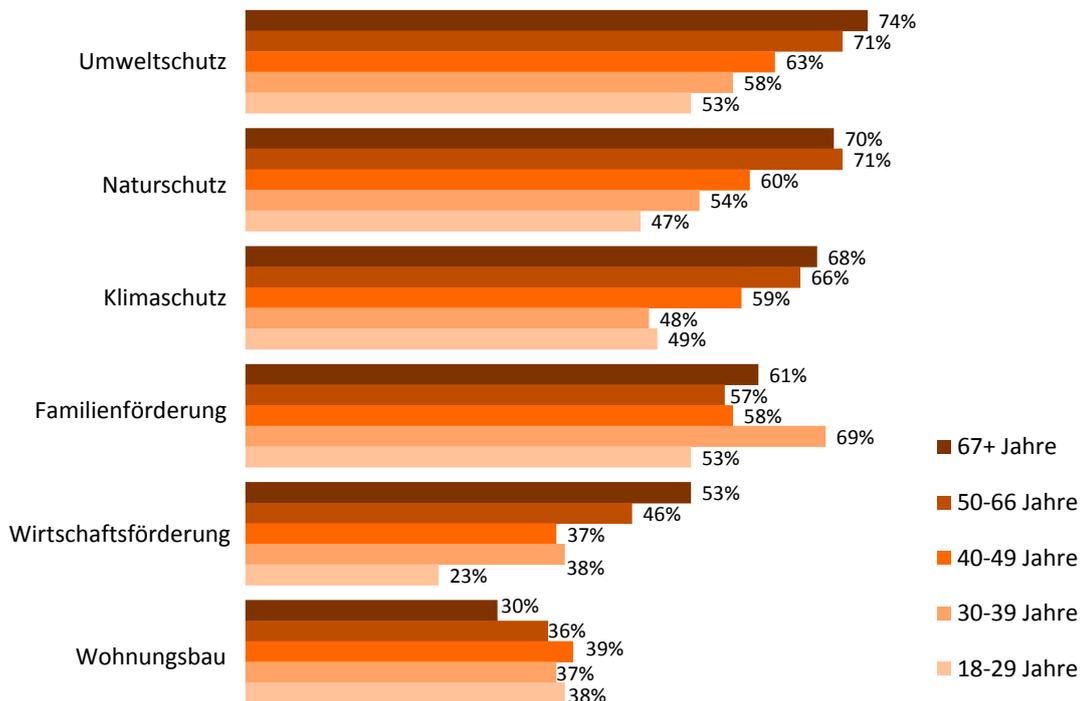


Je älter eine Person ist, desto höhere Priorität misst sie Umweltschutz, Naturschutz und Klimaschutz zu (vgl. Abbildung 11). Familienförderung finden besonders Personen zwischen 30 und 39 Jahren wichtig, da diese Altersgruppe häufig (kleinere) Kinder zu versorgen hat. Der Förderung der Wirtschaft messen ältere Personen eine höhere Bedeutung zu als jüngere. Der Wohnungsbau wird von Personen über 67 Jahren etwas seltener als sehr wichtige Aufgabe der Stadt gesehen.

**Abbildung 11: Bedeutung der Aufgaben der Stadt Heidelberg nach Alter**

Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aufgaben für die Stadt Heidelberg?

Antwort: „sehr wichtig“

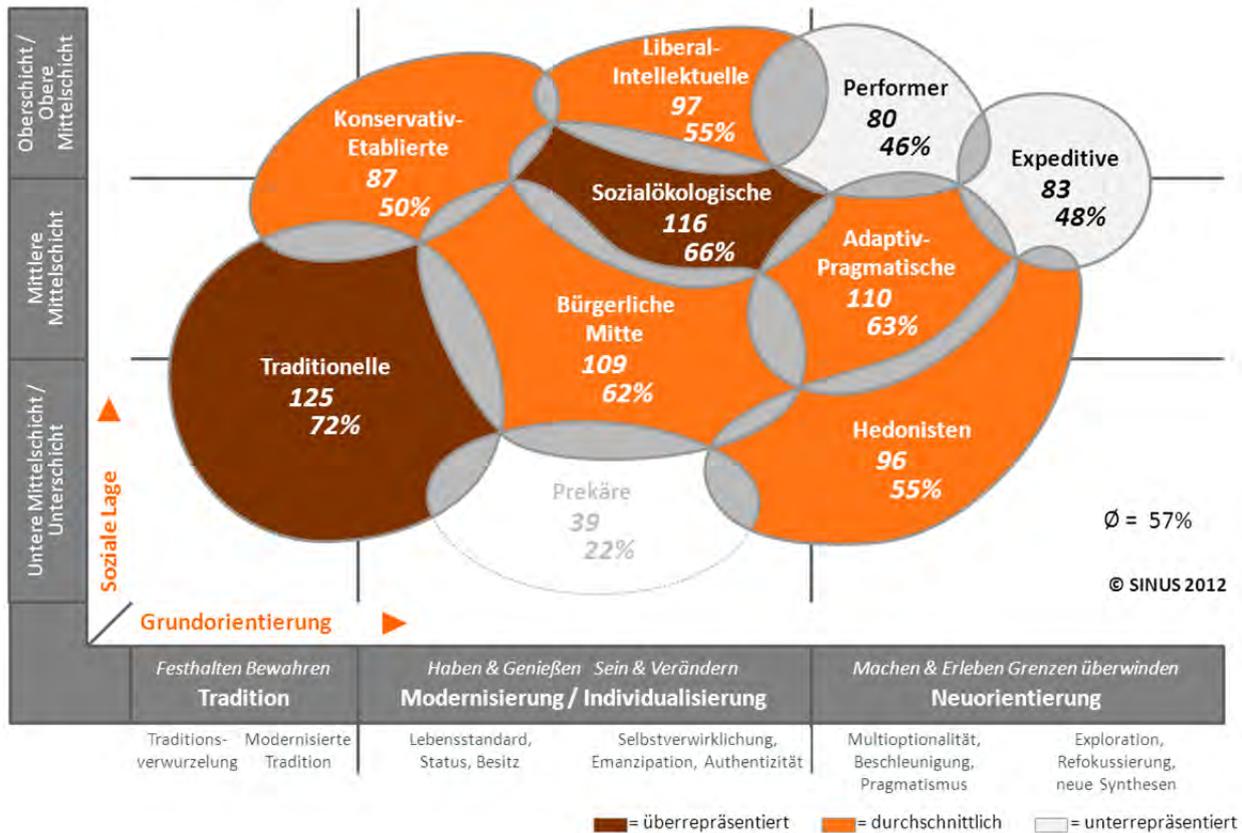


Der Klimaschutz ist vor allem dem Sozialökologischen Milieu wichtig (66 %), was auf ihre generelle, stark ausgeprägte Sensibilisierung für Umweltthemen zurückzuführen ist (vgl. Abbildung 12). Auch die Traditionellen messen dem Schutz des Klimas eine hohe Priorität zu; motiviert ist dieses Milieu aus seinem starken Sicherheitsbedürfnis heraus – denn den Klimawandel sehen sie als (potenzielle) Bedrohung von Haus und Hof (z.B. durch Umweltkatastrophen).<sup>6</sup>

<sup>6</sup> In der Milieugrafik Abbildung 12 sind für jedes Milieu neben den Prozentwerten auch der Index ausgewiesen. Der Index ist eine Kennzahl, die eine Über- oder Unterproportionalität im Vergleich zum Durchschnittswert (in der Regel der Bevölkerungsdurchschnitt) signalisiert. Er wird errechnet aus dem prozentualen Anteil einer Merkmalsausprägung innerhalb einer Gruppe geteilt durch den prozentualen Anteil der Merkmalsausprägung der Grundgesamtheit multipliziert mit dem Faktor 100. Ein Index von 115 und höher weist darauf, dass eine Merkmalsausprägung in der Teilgruppe signifikant häufiger auf als im Bevölkerungsdurchschnitt auftritt. Ein Index von 85 und weniger signalisiert die Unterrepräsentanz.

Abbildung 12: Bedeutung der Aufgaben der Stadt: Klimaschutz (nach Sinus-Milieus)

Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aufgaben für die Stadt Heidelberg?  
Antwort: „sehr wichtig“



## 2.5 Mobilität

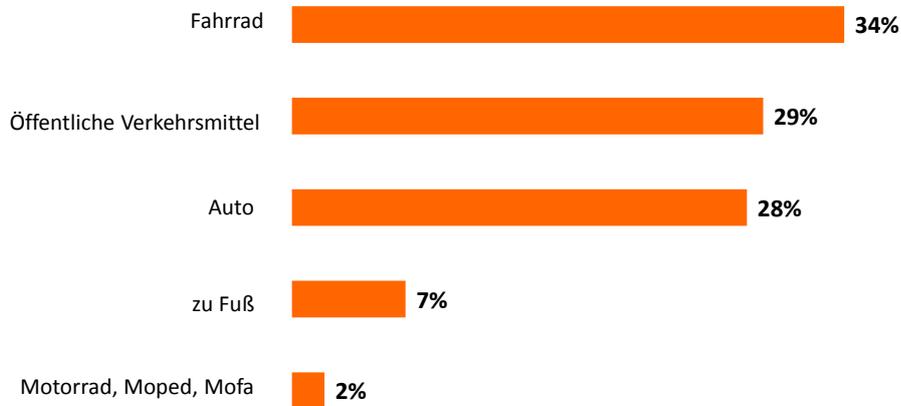
Da der Verkehr den Bürgerinnen und Bürgern zufolge eine besondere Herausforderung Heidelbergs darstellt, widmet sich das folgende Unterkapitel ausschließlich diesem Themenkomplex. Bei der Umgestaltung des Verkehrs nach den Bedürfnissen der Heidelbergerinnen und Heidelberger, sollten auch die Auswirkungen auf das Klima mit bedacht werden. Zunächst werden hier die verwendeten Verkehrsmittel quantifiziert, anschließend Erwartungen an den Ausbau des Verkehrsnetzes sowie das Interesse an Car-Sharing beleuchtet.

### Das Fahrrad wird am häufigsten verwendet

Mit einem Drittel (34 %) nutzt das Gros der Heidelbergerinnen und Heidelberger am häufigsten das Fahrrad, wenn sie in ihrer Stadt unterwegs sind. Dies bietet sich auch an, da die Wege überschaubar sind und das Stadtgebiet – abgesehen von einigen Randbezirken – weitestgehend flach ist. Fast drei von zehn Personen nutzen vor allem die öffentlichen Verkehrsmittel (29 %) oder das Auto (28 %). Fast jeder Zehnte (7 %) kann seine alltäglichen Wege hauptsächlich zu Fuß erledigen. Motorrad, Moped oder Mofa wird lediglich von 2 % der Bevölkerung überwiegend verwendet (vgl. Abbildung 13).

**Abbildung 13: Hauptsächlich verwendetes Verkehrsmittel in Heidelberg**

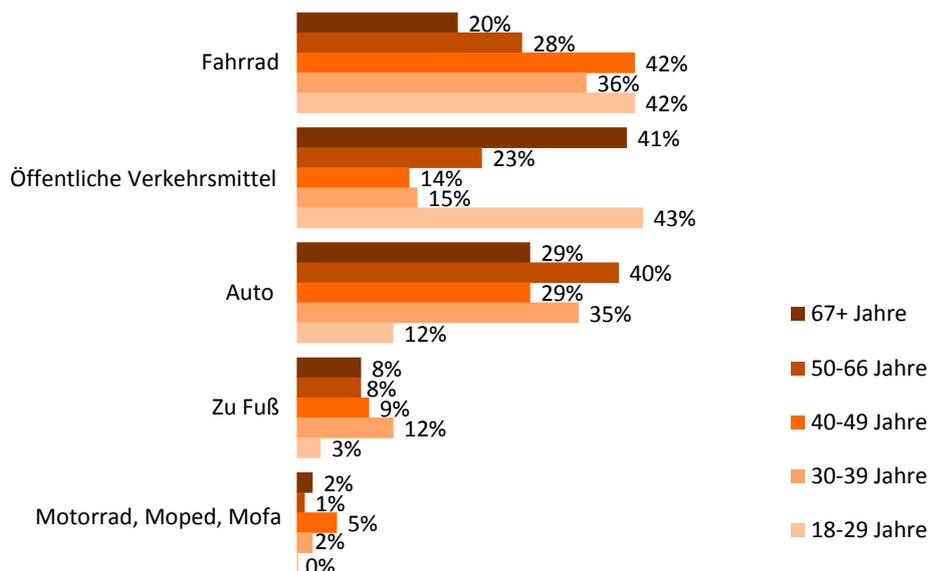
Frage: Wenn Sie hier in Heidelberg unterwegs sind, benutzen Sie da hauptsächlich...



Ab einem Alter von 50 Jahren fahren die Bürgerinnen und Bürger in Heidelberg seltener Fahrrad (vgl. Abbildung 14). Bus, S-Bahn und Straßenbahn werden wesentlich häufiger von den unter 30-Jährigen und von den über 67-Jährigen verwendet, als von den mittleren Altersgruppen. Das Auto stellt für Personen zwischen 30-39 sowie 50-66 Jahren ein bevorzugtes Verkehrsmittel innerhalb der Stadt dar. Heidelbergerinnen und Heidelberger zwischen 30-39 Jahren laufen etwas häufiger zu Fuß als die anderen Altersgruppen.

**Abbildung 14: Hauptsächlich verwendetes Verkehrsmittel nach Alter**

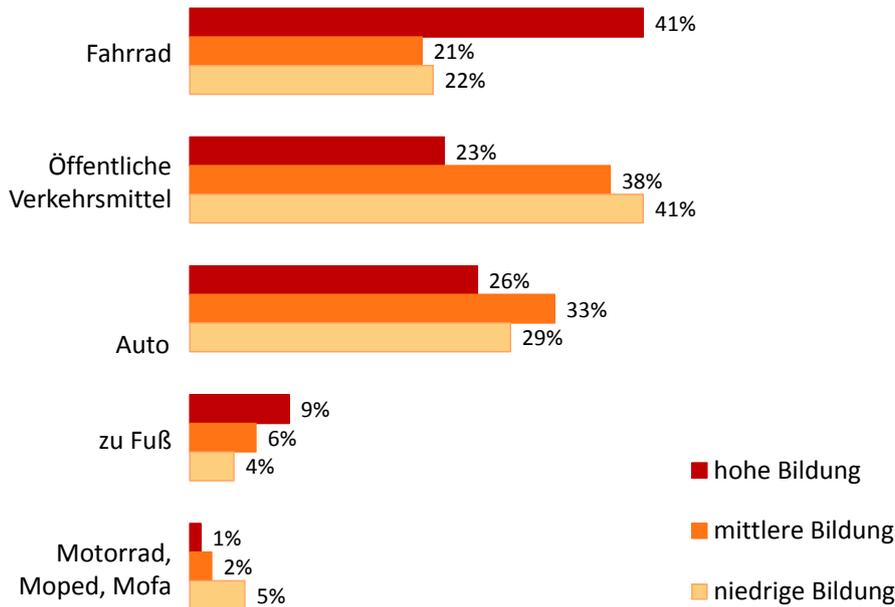
Frage: Wenn Sie hier in Heidelberg unterwegs sind, benutzen Sie da hauptsächlich...



Personen mit einer hohen Formalbildung (mindestens Abitur) verwenden deutlich häufiger das Fahrrad als Personen mit einfachem (Hauptschule o.ä.) oder mittlerem (Realschule o.ä.) formalem Bildungsniveau (vgl. Abbildung 15). Bus, Bahn und Straßenbahn werden vor allem von Personen mit mittlerer und einfacher formaler Bildung genutzt. Das Auto ist besonders bei Personen

**Abbildung 15: Hauptsächlich verwendetes Verkehrsmittel nach Bildung**

Frage: Wenn Sie hier in Heidelberg unterwegs sind, benutzen Sie da hauptsächlich...



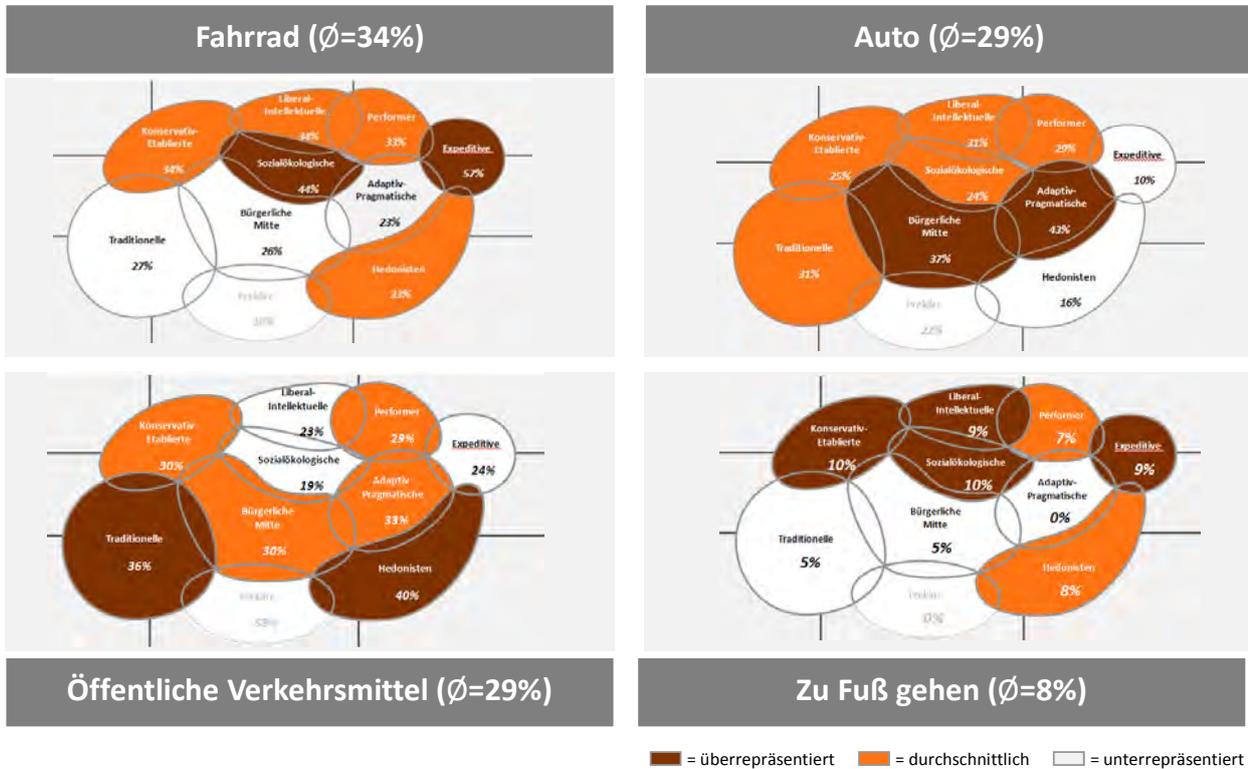
mit mittlerer Formalbildung das Verkehrsmittel der Wahl. Umso höher das Bildungsniveau, desto häufiger läuft man zu Fuß.

Fahrrad fahren besonders häufig die Milieus der Exeditiven (57 %) und Sozialökologischen (44 %). Während bei den Sozialökologischen die Wahl des Verkehrsmittels auch Ausdruck ihrer starken Umweltsensibilisierung ist, schätzen Exeditive vor allem die praktischen Vorteile dieses Fortbewegungsmittels: Denn das Fahrrad bedarf weniger Pflege als ein Auto und man ist unabhängig von den Fahrplänen der öffentlichen Verkehrsmittel. Da zu diesem Milieu auch viele Studenten gehören, stellt der Kostenfaktor einen weiteren Aspekt dar, denn Exeditive besitzen häufig (noch) keinen eigenen Pkw. Öffentliche Verkehrsmittel werden häufiger von Milieus in einfacher sozialer Lage verwendet (Hedonisten: 40 %, Traditionelle: 36 %). Das Auto ist vor allem für die junge, moderne Mitte der Adaptiv-Pragmatischen (43 %) sowie der Bürgerlichen Mitte (37 %) das am häufigsten verwendete Verkehrsmittel. Diese familienorientierten Milieus schätzen vor allem die Möglichkeit, große Einkäufe mit dem Pkw bequem erledigen zu können (vgl. Abbildung 16).

Zu Fuß gehen eher Milieus in einer gehobenen sozialen Lage, wie die Konservativ-Etablierten (10 %), die Liberal-Intellektuellen und die Exeditiven (jeweils mit 9 %). Diese Milieus können sich häufiger eine Wohnung in der Innenstadt leisten. Auch die Sozialökologischen (10 %) laufen etwas öfter.

**Abbildung 16: Hauptsächlich verwendetes Verkehrsmittel (nach Sinus-Milieus)**

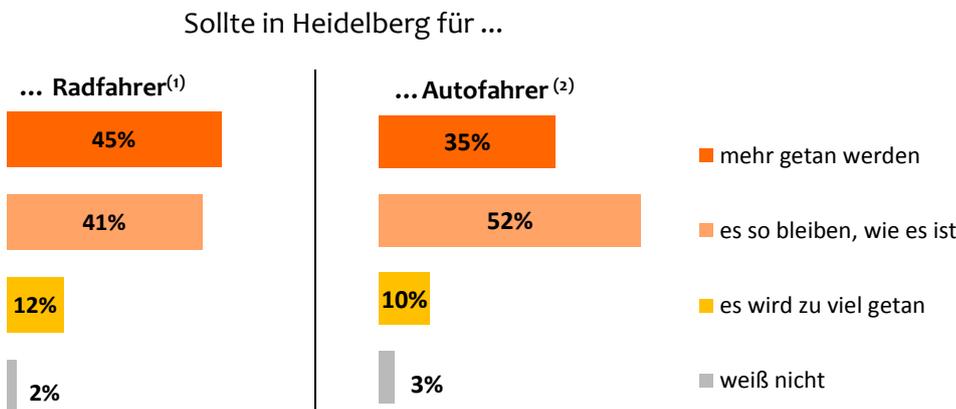
Frage: Wenn Sie hier in Heidelberg unterwegs sind, welches Verkehrsmittel benutzen Sie da hauptsächlich?



**Für Radfahrer sollte mehr getan werden**

Inwieweit für Fahrrad- und Autofahrer mehr getan werden sollte, wird durchaus unterschiedlich gesehen. Hinsichtlich der Infrastruktur für Radfahrer sehen 45 % noch Verbesserungsbedarf, während vier von zehn (41 %) mit der aktuellen Situation zufrieden sind (vgl. Abbildung 17). Dass bisher zu viel für Fahrradfahrer unternommen wurde, meinen 12 % und damit eher wenige der Bevölkerung. Ein Drittel der Heidelbergerinnen und Heidelberger (35 %) sind der Meinung, es solle mehr für die Autofahrer getan werden. Gut die Hälfte (52 %) ist mit dem Status-Quo zufrieden und - auch hier - ist nur jeder Zehnte der Meinung, dass bereits zu viel unternommen werde.

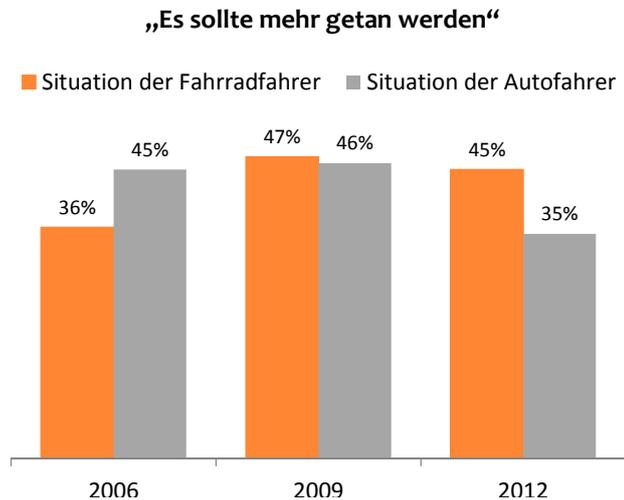
**Abbildung 17: Förderung von Fahrrad- und Autoverkehr**



Im Zeitvergleich (vgl. Abbildung 18) ist zu erkennen, dass seit 2006 die Befürwortung des Ausbaus der Fahrradwege gestiegen ist und seit 2009 auf hohem Niveau stagniert. Die Stimmen, die erwarten, dass für Autofahrer mehr getan werden sollte, haben hingegen seit 2009 deutlich abgenommen.

**Abbildung 18: Zeitvergleich - Zufriedenheit mit Verkehrsmitteln in Heidelberg**

Fragen: Sollte für Radfahrer in Heidelberg mehr getan werden, sollte es so bleiben oder wird für Radfahrer zu viel getan?  
Sollte für Autofahrer in Heidelberg mehr getan werden, sollte es so bleiben, oder wird für Autofahrer zu viel getan?



Dass für Fahrradfahrer mehr getan werden sollte, erwarten vor allem solche Milieus, die auch selbst viel Fahrrad fahren: die Expeditiven (56 %) und die Sozialökologischen (55 %). Die Bürgerliche Mitte (34 %) und die Performer (38 %) hingegen befürworten seltener den Ausbau der Fahrradwege.

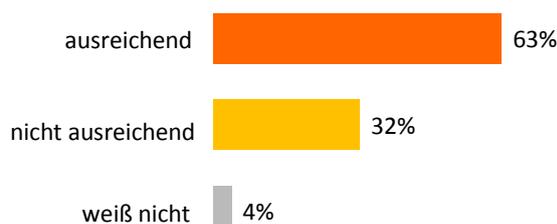
Den Ausbau bzw. die Umgestaltung der Verkehrswege für Autofahrer empfehlen vor allem die gut situierten Milieus der Performer (48 %) und der Liberal-Intellektuellen (41 %). Sozialökologische und Adaptiv-Pragmatische (jeweils 26 %) sehen hier weniger eine Notwendigkeit.

**Angebot des öffentlichen Nahverkehrs ist ausreichend**

Das Angebot von Bus, Bahn und Straßenbahn wird in Heidelberg von gut sechs von zehn der Einwohnerinnen und Einwohner als ausreichend beurteilt. Ein Drittel ist hingegen der Meinung, dass der öffentliche Personennahverkehr weiter ausgebaut werden sollte. 4 % haben keine Meinung dazu (vgl. Abbildung 19).

**Abbildung 19: Bewertung des Angebots des öffentlichen Nahverkehrs**

Frage: Und wie ist es mit dem Angebot im öffentlichen Nahverkehr? Das Angebot ist...



Die Zufriedenheit mit dem Angebot des öffentlichen Nahverkehrs hat sich seit 2006 kaum verändert, wie der Tabelle 4 zu entnehmen ist. Zwischen 2006 und 2012 beurteilten sechs von zehn der Heidelbergerinnen und Heidelberger das Angebot als ausreichend, drei von zehn halten es für nicht ausreichend und nur ein kleiner Teil der Befragten äußert sich nicht dazu.

**Tabelle 4: Zufriedenheit mit dem Angebot des öffentlichen Nahverkehrs**

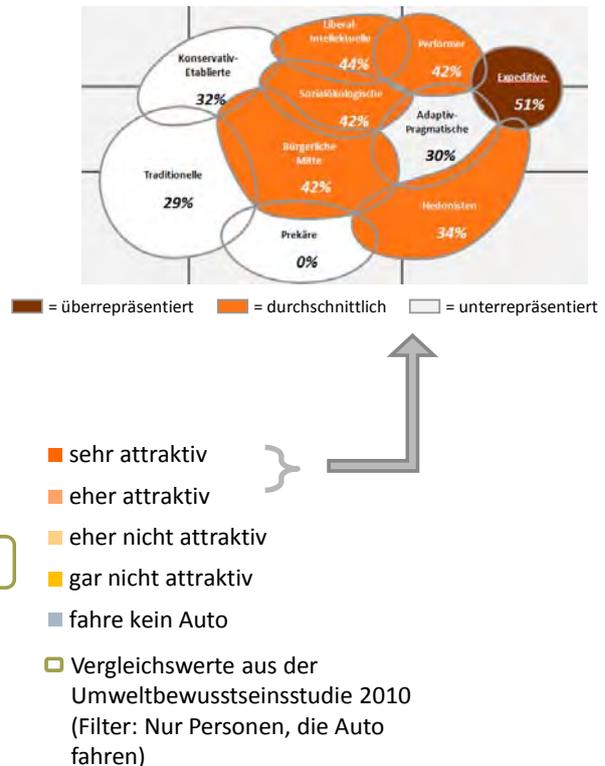
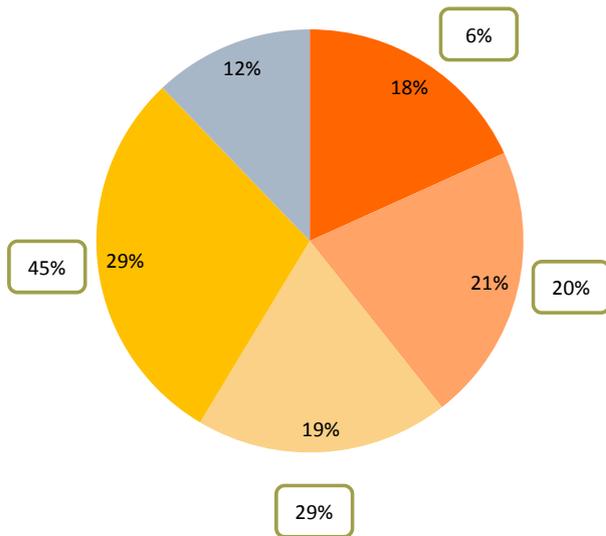
Alle Angaben in Prozent	2006	2009	2012
<b>Angebot ist ausreichend</b>	63	60	63
<b>Angebot ist nicht ausreichend</b>	29	32	33
<b>Weiß nicht</b>	7	7	4

**Car-Sharing ist attraktiv**

Car-Sharing meint das geplante, gemeinschaftliche Teilen eines Autos. In vielen Städten Deutschlands, wie auch in Heidelberg, haben sich Car-Sharing-Anbieter niedergelassen. Die ansässige Bevölkerung hat großes Interesse, Autos auszuleihen: Ein Fünftel findet solche Angebote sehr, ein weiteres Fünftel eher attraktiv (vgl. Abbildung 20).

**Abbildung 20: Car-Sharing**

Frage: Car-Sharing bezeichnet das geplante, gemeinschaftliche Teilen eines Autos. Wie attraktiv schätzen Sie solche Angebote für sich selber ein? Finden Sie diese...



Quelle: Heidelberg-Studie 2012; Basis: Heidelberger Wohnbevölkerung ab 18 Jahre; Fälle: 1.044

Damit ist das Interesse an Car-Sharing in Heidelberg deutlich stärker ausgeprägt, als in der Bundesrepublik. 2010 gaben hier nur 6 % an, Car-Sharing-Angebote sehr attraktiv zu finden bzw. 20 %, Car-Sharing eher attraktiv einzuschätzen.<sup>7</sup>

Das junge Milieu der Expeditiven hat besonders großes Interesse an Car-Sharing, da die Möglichkeit, spontan ein Auto ausleihen zu können, ihrem flexiblen Lebensstil entspricht.

---

<sup>7</sup> In der Umweltbewusstseinsstudie 2010 wurde der Frage, wie attraktiv man Car-Sharing Angebote wahrnimmt, ein Filter vorgeschaltet, so dass Personen, die generell nicht Auto fahren, die Car-Sharing-Frage nicht gestellt wurde. Entsprechend wird das gemeinschaftliche Teilen eines Autos in Heidelberg sogar noch attraktiver eingeschätzt, als es der direkte Vergleich der Werte offenbart (UBA/BMU 2010: 52 f.).

### 3 Sensibilisierung für den Klimaschutz

Der zweite Teil der Heidelberg-Studie 2012 widmet sich explizit der globalen Erwärmung und dem Klimaschutz. Zunächst werden generelle Einstellungen zur Notwendigkeit des Klimaschutzes, der Energieversorgung und den Verantwortlichkeiten beim Klimaschutz aufgezeigt, das anschließende Kapitel fokussiert den Klimaschutz in Heidelberg vor Ort, bevor im Kapitel 5 das Engagement der Einwohnerinnen und Einwohner betrachtet wird.

#### 3.1 Priorität Klimaschutz

Der Klimawandel ist ein globales Phänomen – sowohl hinsichtlich der Verursachung, als auch bezüglich der Folgen, die mit der globalen Erwärmung einhergehen. Dass sich die Verantwortung für die CO<sub>2</sub>-Emissionen (wer verursacht wie viel?) sowie die Auswirkungen mitunter sehr stark regional unterscheiden (man denke nur an die sich ausbreitenden Wüsten in Afrika oder die abschmelzenden Eismassen in der Arktis), verkompliziert die Herausforderung des Klimaschutzes.

#### Der Klimawandel wird als wichtiges Problem erkannt

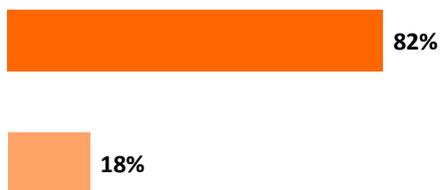
In Heidelberg wird der Klimawandel vom Gros der Bevölkerung – sogar von 82 % – als wichtiges Problem für Deutschland eingeschätzt. Lediglich jeder Fünfte negiert die Bedeutung des Klimawandels für die Bundesrepublik.

44 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger erwarten, dass wir die Folgen des Klimawandels in Deutschland eher nicht bewältigen können. Gut die Hälfte hingegen vertraut auf die Anpassungsfähigkeit der Industrienation. Hier sind es nur 2 %, die sich einer Beurteilung enthalten.

#### Abbildung 21: Klimawandel in Deutschland ...

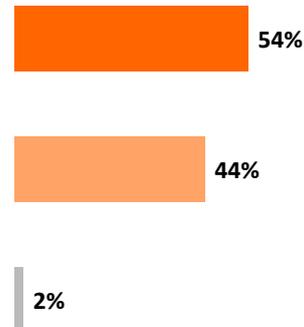
Frage: Ist der Klimawandel Ihrer Ansicht nach ein wichtiges Problem für Deutschland?

##### ... ist ein wichtiges Problem



Frage: Können wir in Deutschland die Probleme, die durch den Klimawandel verursacht werden, bewältigen?

##### ... verursacht Probleme, die Deutschland bewältigen kann



■ eher ja    ■ eher nein    ■ weiß nicht

Frauen nehmen die Gefahren durch den Klimawandel deutlich ernster als Männer. Unter ihnen sind es sogar neun von zehn (89 %), die den Klimawandel eher als wichtiges Problem einschätzen (Männer: 73 %). Auch hinsichtlich der Anpassungsfähigkeit Deutschlands sind sie skeptischer: Nur knapp die Hälfte (52 %) erwartet, dass Deutschland die Probleme durch die globale Erwärmung bewältigen kann. Unter den Männern sind es mit 57 % etwas mehr, die in das technische Knowhow und die verfügbaren Ressourcen der Bundesrepublik vertrauen.

Dass der Klimawandel ein wichtiges Problem ist, wird gleichermaßen von allen Milieus postuliert. Etwas größeres Vertrauen in die Anpassungsfähigkeit Deutschlands empfinden vor allem die Konservativ-Etablierten (64 %) und die Adaptiv-Pragmatischen (69 %). Beide Milieus zeichnet generell ein großes Systemvertrauen aus. Die sicherheitsbedachten Traditionellen sind mit 45 % hier weit weniger zuversichtlich, was auch Ausdruck ihrer generellen Neigung ist, sich Sorgen zu machen. Am Klimawandel fürchten sie vor allem die entfesselten Naturgewalten – also Stürme, Regenschauer und Dürren – von denen sie sich auch selbst betroffen sehen.

### **Das Ziel der Bundesregierung zur Treibhausgasreduktion ist schlicht unbekannt**

Seit dem 4. Sachstandsbericht des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) aus dem Jahre 2007 gilt als internationales Ziel, die globale Temperaturerhöhung im Vergleich zum vorindustriellen Zeitalter auf maximal zwei Grad Celsius zu beschränken. Andernfalls steigt die Wahrscheinlichkeit, dass gefährliche Kipp-Prozesse (z.B. Abschmelzen des Grönland-Eisschildes, Auftauen der Permafrostböden, Freisetzung von Methan unter dem Meeresboden) in Gang gesetzt werden, wodurch die Folgen der globalen Erwärmung zunehmend schwieriger handhabbar werden. Bleibt die globale Erwärmung unter zwei Grad Celsius, ist laut Wissenschaftlern davon auszugehen, dass sich die Menschheit noch relativ gut an die veränderten Umstände anpassen kann. Damit Deutschland seinen Teil zum Klimaschutz beiträgt – auch in Anbetracht der historischen Verantwortung, also den bereits in der Vergangenheit emittierten Treibhausgasen – hat die Bundesregierung beschlossen, dass die von Deutschland verursachten Treibhausgasemissionen bis zum Jahre 2050 im Vergleich zum Jahr 1990 um 95 % gesenkt werden sollen.

Wir wollten wissen, inwieweit den Heidelberger Bürgerinnen und Bürgern dieses Reduktionsziel von 95 % bekannt ist. Bei der Wissensabfrage wurden drei Antwortkategorien zur Auswahl gestellt: 30 %, 50 % und 95 %. Doch lediglich 6 % haben mit 95 % Reduktion die richtige Antwort gewählt (vgl. Abbildung 22). Darunter finden sich vor allem Adaptiv-Pragmatische, Traditionelle, Sozialökologische und Expositive (vgl. Abbildung 23).

Fast die Hälfte (46 %) hat vermutet, dass die Treibhausgasemissionen nur um bis zu 30 % gesenkt werden sollen, wie allen voran das Milieu der Performer. Dass die Treibhausgasemissionen um 50 % gesenkt werden sollen, haben 34 % angegeben. 14 % haben die Weiß-nicht-Kategorie gewählt und damit gezeigt, dass sie die Antwort nicht wissen bzw. abschätzen können.

Entsprechend ist das Ziel der Bundesregierung schlicht unbekannt – und diesbezüglich dringender Aufklärungsbedarf zu identifizieren, möchte man, dass die Bevölkerung die notwendige Quantität des Klimaschutzes richtig einschätzen kann. Vergleichszahlen zu der Bekanntheit dieses Reduktionszieles sind den Autoren dieser Studie nicht bekannt.

Abbildung 22: Bekanntheit des Energiekonzeptes der Bundesregierung

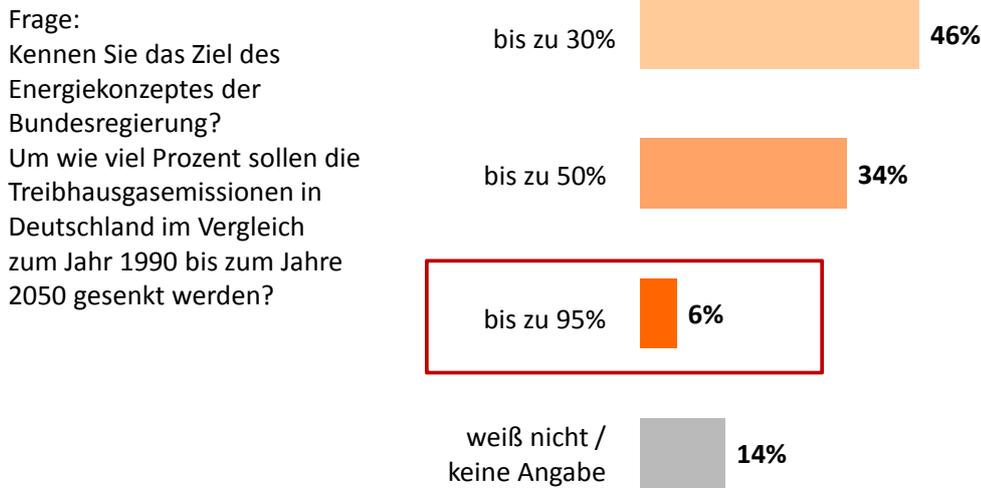
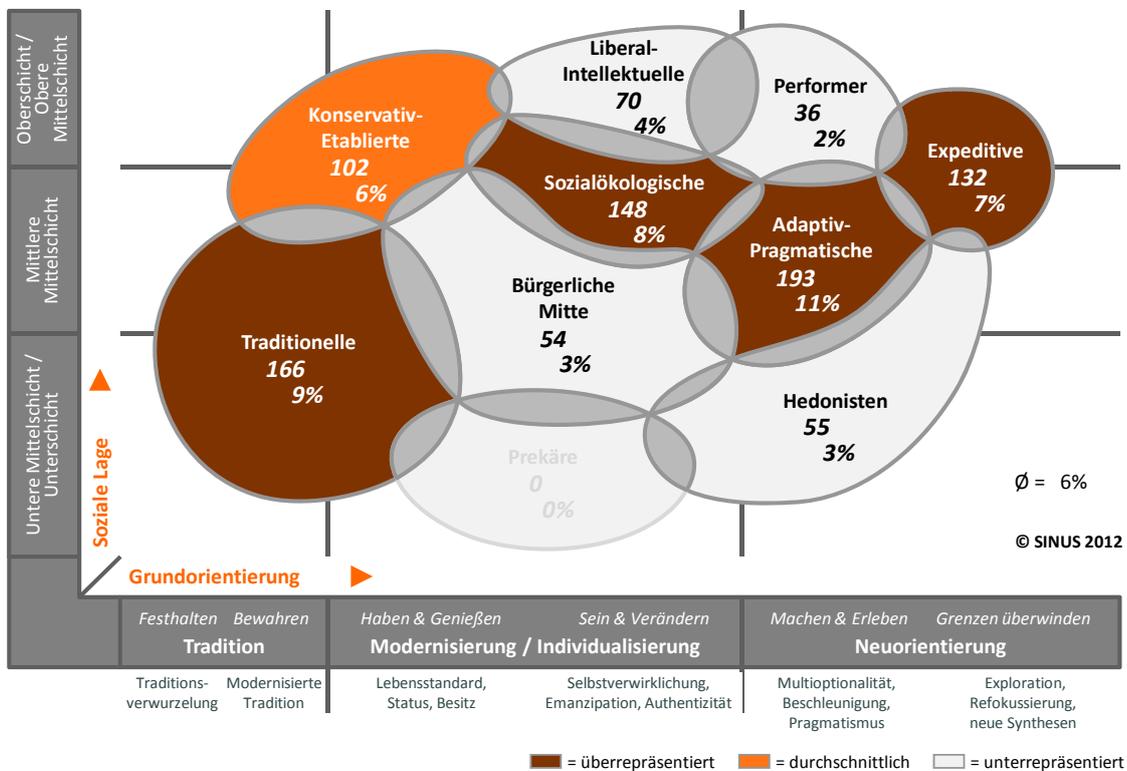


Abbildung 23: Bekanntheit des Energiekonzeptes der Bundesregierung: Reduktion bis zu 95% nach Sinus-Milieus

Frage: Kennen Sie das Ziel des Energiekonzeptes der Bundesregierung? Um wie viel Prozent sollen die Treibhausgasemissionen in Deutschland im Vergleich zum Jahr 1990 bis zum Jahre 2050 gesenkt werden?



### **Klimaschutz aus Verantwortung für kommende Generationen**

Dass Klimaschutz wichtig ist, wird von den Heidelbergerinnen und Heidelbergern vor allem aus Verantwortung den kommenden Generationen gegenüber gesehen. So stimmen 82 % dem Statement „Wir sollten das Klima schützen, weil wir für die Umstände verantwortlich sind, unter denen unsere Kinder und Kindeskinde leben müssen“ voll und ganz zu. Weitere 15 % stimmen eher zu.

### **Klimaschutz fördert das Wirtschaftswachstum**

Klimaschutzmaßnahmen befördern das Wirtschaftswachstum, wie 33 % sehr und weitere 44 % eher der Meinung sind. Zu denken ist hier neben dem Ausbau der erneuerbaren Energien auch an die Bauindustrie, da durch die notwendige Dämmung von Gebäuden Investitionen angekurbelt werden. Überzeugt davon, dass durch den Klimaschutz das Wirtschaftswachstum gefördert wird, ist vor allem das Sozialökologische Milieu (40 %).

### **3.3 Klimaschutz und Energieversorgung**

Da ein Großteil der Treibhausgasemissionen durch die Erzeugung von Energie verursacht wird, sind Fragen des Klimaschutzes auch eng damit verbunden, wie wir unsere Energie produzieren (wollen).

#### **Ein konsequenter Umstieg auf erneuerbare Energien wird befürwortet**

Energie aus Wind, Wasser und Sonne trifft bei den Einwohnerinnen und Einwohnern Heidelbergs auf Sympathie: Einen konsequenten Umstieg auf erneuerbare Energien befürworten 63 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger voll und ganz, weitere 27 % sprechen sich eher dafür aus. Damit sind die Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt deutlich stärker von der Energiewende überzeugt, als die Deutschen insgesamt. 2010 haben sich bei der gleichen Fragestellung bundesweit lediglich 38 % voll und ganz für den konsequenten Umstieg auf erneuerbare Energien und weitere 47 % eher dafür ausgesprochen.<sup>8</sup> Die Energiewende wird besonders stark vom Sozialökologischen Milieu befürwortet (79 %). Unter den Hedonisten spricht sich nur jeder Zweite (52 %) für den konsequenten Umstieg aus, da dieses Milieu prinzipiell dazu neigt, „konsequente Entscheidungen“ abzulehnen, um alle persönlichen Einschränkungen zu umgehen.

#### **Die Nutzung der Atomkraft wird entschieden abgelehnt**

In Heidelberg bestehen große Vorbehalte gegenüber der Nutzung von Atomkraft. Nicht einmal jede/r Zehnte (9 %) stimmt voll und ganz zu, dass wir Atomkraft weiterhin nutzen sollten, weniger als ein Sechstel (15 %) spricht sich eher dafür aus. Es lässt sich vermuten, dass die starke Ablehnung der Atomenergie auch darauf zurückzuführen ist, dass sich mehrere Atomkraftwerke im Umkreis von Heidelberg befinden. Zwar sind Biblis A und B (45 km entfernt vom Stadtzentrum Heidelbergs), Philippsburg 1 und Neckarwestheim 1 im Jahre 2011 vom Netz genommen wor-

---

<sup>8</sup> UBA/BMU 2010: 43.

den. Philippsburg 2 (28 km entfernt vom Stadtzentrum) und Neckarwestheim 2 (64 km entfernt vom Stadtzentrum) sind jedoch voraussichtlich noch bis 2019 bzw. 2022 in Betrieb.

„Pro Atomkraft“ sind etwas stärker die Konservativ-Etablierten (11 %), die Performer und die Hedonisten (jeweils 10 %). Adaptiv-Pragmatische (4 %) sowie Sozialökologische – beides Milieus, bei denen der Frauenanteil überwiegt – hegen deutliche Vorbehalte gegenüber der Kernenergie (vgl. Abbildung 24).

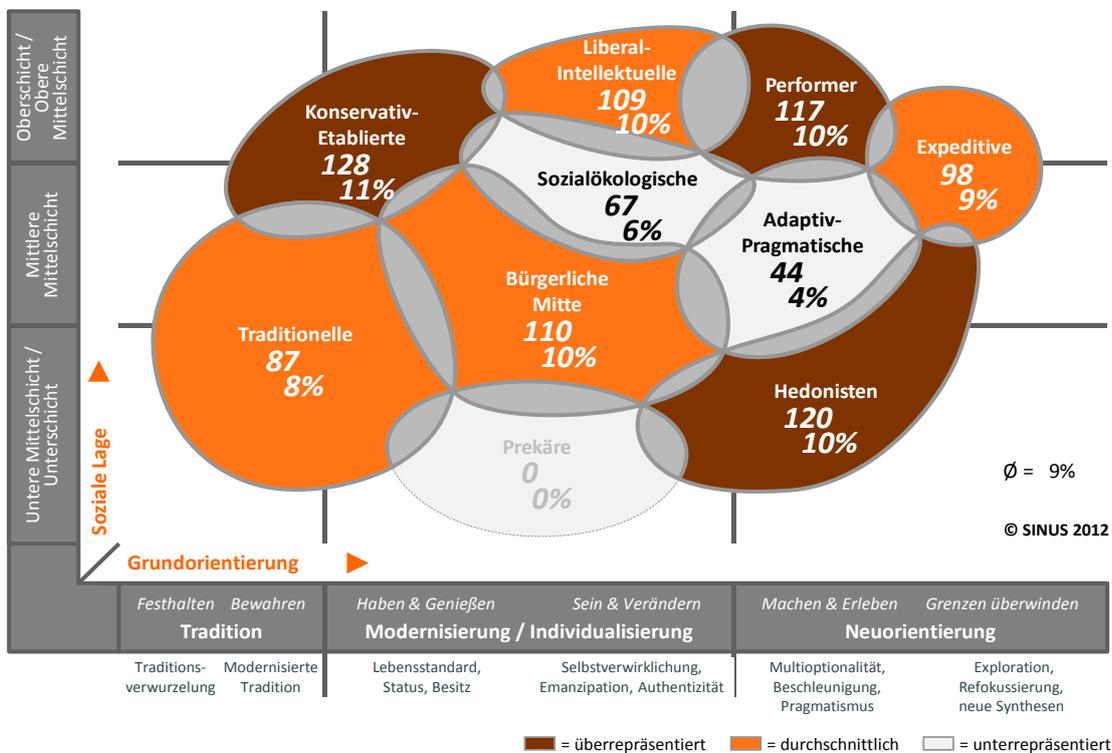
**Fossilen Energieträgern wird auch weiterhin eine Rolle zugesprochen**

Erneuerbare Energien machten in der ersten Jahreshälfte 2012 erstmals 25 % im Strommix Deutschlands aus. Wie schätzen die Heidelbergerinnen und Heidelberger die Rolle der fossilen Energieträger ein? Dem Statement „Kohle, Gas und Öl werden auch weiterhin eine wichtige Rolle bei der Energieversorgung spielen, da der Ausbau der erneuerbaren Energien viel Zeit benötigt“, stimmen 30 % Personen voll und ganz, sowie weitere 45 % eher zu.

Dass fossile Brennstoffe auch weiterhin wichtig sind, meinen vor allem die Milieus im traditionellen Segment („voll und ganz“-Zustimmung: Traditionelle: 39 %, Konservativ-Etablierte: 35 %) und Adaptiv-Pragmatische (42 %). Die Sozialökologischen schätzen die Rolle von Kohle, Gas und Öl deutlich geringer ein (23 %), genauso wie die Bürgerliche Mitte und die Hedonisten (jeweils 24 %).

**Abbildung 24: Wir sollten die Atomkraft weiterhin nutzen nach Sinus-Milieus**

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



### 3.5 Verantwortung für den Klimaschutz

Die Gretchenfrage des Klimaschutzes lautet, wer in welchem Maße Verantwortung für die Reduktion der Treibhausgase übernehmen soll. Denn die Unternehmungen zum Klimaschutz eines Akteurs kommen allen gemeinsam zu Gute – während jedoch jeder Akteur selbst die „Kosten“ dafür tragen muss. Trittbrettfahrer profitieren von den Klimaschutzmaßnahmen der anderen, ohne selbst einen Teil dazu beizutragen.

In der Heidelberg-Studie 2012 wurde gefragt, wie auf verschiedenen Ebenen das Handeln für den Klimaschutz beurteilt wird. Insgesamt kristallisiert sich klar heraus, dass die bisherigen Unternehmungen der hier abgefragten Akteure bzw. Institutionen nicht als ausreichend wahrgenommen werden.

Besonders unzufrieden sind die Heidelbergerinnen und Heidelberger mit dem Handeln der EU. Lediglich 9 % bzw. weitere 19 % geben an, dass auf dieser Ebene bereits genug für den Klimaschutz unternommen werde (vgl. Abbildung 25). Inwieweit diese Skepsis gegenüber dem Einsatz der EU für den Klimaschutz von den Bürgerinnen und Bürgern Heidelbergs begründet werden könnte, bleibt für Spekulationen offen. Die Vermutung liegt nahe, dass die Einschätzung vor allem auf dem eher negativen Image der EU basiert.

Mit dem Handeln der Bundesregierung zeigen sich zwar etwas mehr zufrieden, doch mit 11 % („genug“) bzw. weiteren 28 % („eher genug“) wird auch das Handeln dieses Akteurs für den Klimaschutz vom Gros der Heidelbergerinnen und Heidelberger nicht als ausreichend bewertet. Mit dem Engagement der Städte und Gemeinden ist die lokale Bevölkerung stärker zufrieden. Hier ist es die Hälfte, die angibt, dass auf dieser Ebene bereits genug (12 %) oder eher genug (38 %) unternommen werde. Besondere Skepsis wird der Industrie und dem Gewerbe in Deutschland gegenübergebracht. Lediglich 8 % bzw. weitere 15 % sind davon überzeugt, dass sich die Unternehmen bereits genug für den Klimaschutz engagieren. Auch bei dem, was die Bürgerinnen und Bürger zum Klimaschutz beitragen können, wird noch großes Potenzial erkannt: Nur 9 % zeigen sich zufrieden sowie weitere 23 % eher zufrieden (vgl. Abbildung 25).

Ein ähnliches Bild bezüglich des Engagements der verschiedenen Akteure des Klimaschutzes zeigt sich auch bundesweit. Das Handeln der Bundesregierung (8 %) und der Städte und Gemeinden (9 %) werden von den Heidelberginnen und Heidelbergern etwas besser eingeschätzt. Demgegenüber schätzen sich die Bürgerinnen und Bürger Deutschlands selbst etwas weniger selbstkritisch ein, was ihren Beitrag für den Klimaschutz betrifft (11 % vs. 9 % geben „genug“ an). Die Skepsis gegenüber der Industrie (2 %) ist allerdings bundesweit noch stärker zu verzeichnen (vgl. Abbildung 25).<sup>9</sup>

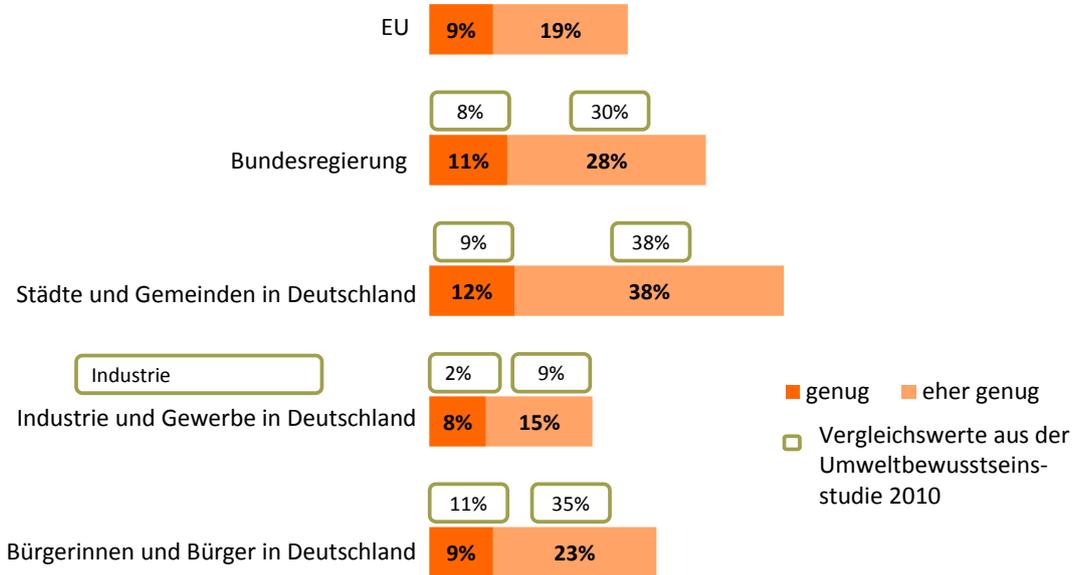
---

<sup>9</sup> Vgl. UBA/BMU 2010: 34. In der Umweltbewusstseinsstudie 2010 wurde „Industrie“ als einzelnes Item abgefragt, in der Heidelberg-Umfrage wurden „Industrie und Gewerbe“ miteinander kombiniert.

**Abbildung 25: Akteure des Klimaschutzes**

Frage: Wird von den folgenden Akteuren genug für den Klimaschutz getan?

Sie können jeweils antworten mit genug, eher genug, eher nicht genug oder nicht genug.



Frauen sind durchgehend kritischer, wenn es darum geht, das Handeln der Akteure in Sachen Klimaschutz zu bewerten.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Beispiele hierfür: Handeln für den Klimaschutz: EU (Durchschnitt: 9 %): Frauen: 7 %, Männer: 11 %; Bundesregierung (Durchschnitt 11 %): Frauen: 8 %, Männer: 14 %; Städte und Gemeinden in Deutschland (Durchschnitt 12 %): Frauen: 11 %, Männer: 12 %; Bürgerinnen und Bürger (Durchschnitt: 9 %): Frauen: 8 %, Männer: 11 %; Industrie und Gewerbe (Durchschnitt: 8 %): Frauen: 6 %, Männer: 9 %.

## 4 Klimaschutz in Heidelberg

Nachdem generelle Einstellungen der Heidelbergerinnen und Heidelberger zur globalen Erwärmung thematisiert wurden, wenden wir uns nun nach dem Motto „think global act local“ dem Klimaschutz vor Ort zu. Kommunen bzw. Städten kommt beim Klimaschutz eine wichtige Funktion zu: Einerseits sind auf dieser Ebene noch erhebliche Potenziale auszuschöpfen, wie Treibhausgase eingespart werden können – man denke nur an die Wärmedämmung öffentlicher Gebäude, das Verkehrsmanagement oder der (potenzielle) Einfluss auf die Umweltbildung der Schülerinnen und Schüler. Andererseits wird die Kommune bzw. die Stadt auch als Vorbild wahrgenommen, an deren Handeln sich die Bürgerinnen und Bürger sowie die lokalen Institutionen und Unternehmen orientieren (vgl. BMU 2011).

In diesem Kapitel wird beleuchtet, inwieweit Heidelberg aus Sicht der lokalen Bevölkerung eine Vorreiterrolle beim Klimaschutz einnimmt und einnehmen soll, welche Verantwortung den lokalen Akteuren für den Klimaschutz zugesprochen wird und wie bekannt Klimaschutzmaßnahmen sind, wie diese bewertet und genutzt werden.

### 4.1 Heidelberg: Vorreiter im Klimaschutz?

Geht eine Stadt beim Klimaschutz voran, trägt dies nicht nur zur wichtigen Minderung der Treibhausgase bei, sondern es zahlt sich auch für die Stadt in vielerlei Hinsicht direkt aus: Durch Investitionen in den Klimaschutz, z.B. in Gebäudedämmung und den Ausbau der erneuerbaren Energien, wird die lokale Wirtschaft gefördert, wodurch der Standort aufgewertet wird. Zudem wird durch die Implementierung regenerativer, dezentraler Energieproduktion die Wertschöpfung auf die einzelnen Haushalte verlagert. Auch wirkt sich nachhaltiger Klimaschutz auf das Image der Stadt und damit auf ein positives Selbstbild der Heidelbergerinnen und Heidelberger aus – wer kann sich schon eine moderne Stadt vorstellen, die den Klimaschutz vernachlässigt? Dass Heidelberg bereits sehr viel für den Klimaschutz unternimmt, ist dem Kapitel 1.2 zu entnehmen. Doch wird das von der Bevölkerung wahrgenommen? Welche Erwartungen haben die Bürgerinnen und Bürger an die Stadt Heidelberg beim Klimaschutz?

#### Heidelbergerinnen und Heidelberger sehen ihre Stadt im Mittelfeld beim Klimaschutz

Sechs von zehn der Bürgerinnen und Bürger meinen, dass sich Heidelberg im Vergleich zu anderen deutschen Städten beim Klimaschutz im Mittelfeld bewegt. Etwa ein Drittel ist von den Anstrengungen für den Klimaschutz überzeugt und sieht Heidelberg als Vorreiter in diesem Bereich. Dass die Stadt beim Klimaschutz hinterherhinkt, vermuten nur 4 %, während 5 % sich einer Stimme enthalten, wie der Abbildung 26 zu entnehmen ist. Entsprechend scheint das Engagement der Stadt, die Treibhausgasemissionen zu reduzieren, den Bürgerinnen und Bürgern (noch) nicht in seinem ganzen Ausmaß bewusst zu sein.

Dass Heidelberg beim Klimaschutz bereits vorangeht, wird vor allem von der Bürgerlichen Mitte gesehen. Dieses Milieu verfolgt die städtische Politik genau in der lokalen Presse. Die jungen und modernen Milieus der Expeditiven und Adaptiv-Pragmatischen sind hierbei deutlich skepti-

scher: Nur jeweils 26 % sehen, dass Heidelberg im Verhältnis zu anderen deutschen Städten vorgeht.

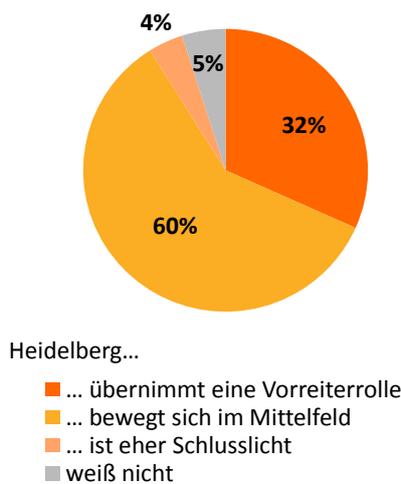
**Eine Vorreiterrolle Heidelbergs wird entschieden befürwortet**

Obwohl nur etwa ein Drittel Heidelberg als Vorreiter beim Klimaschutz sieht, wird eine ambitioniertes Engagement der Stadt für das Klima sehr stark befürwortet: 85 % erwarten diesbezüglich eine Vorreiterrolle Heidelbergs, verglichen mit anderen deutschen Städten (vgl. Abbildung 26). Entsprechend erwarten und befürworten die Heidelbergerinnen und Heidelberger mehr Engagement in diesem wichtigen Bereich der Stadtpolitik.

**Abbildung 26: Die Rolle Heidelbergs beim Klimaschutz**

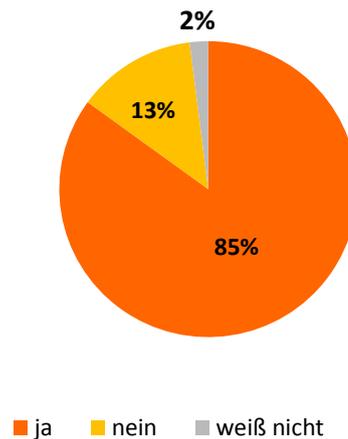
Frage 1: Wie schätzen Sie die Rolle von Heidelberg in Sachen Klimaschutz verglichen mit anderen Städten in Deutschland ein?

**Beurteilung der Rolle Heidelbergs beim Klimaschutz<sup>(1)</sup>**



Frage 2: Befürworten Sie, dass Heidelberg eine Vorreiterrolle in Sachen Klimaschutz übernimmt?

**Befürwortung, dass Heidelberg eine Vorreiterrolle übernimmt<sup>(2)</sup>**

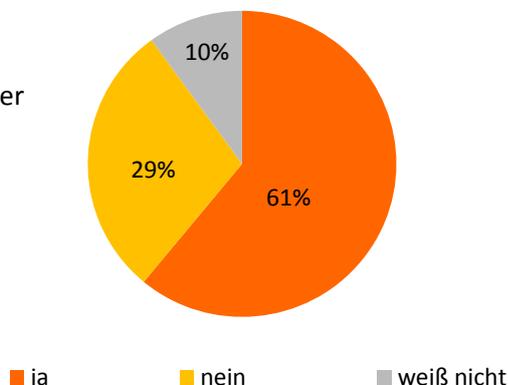


Dass 85 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger eine Vorreiterrolle ihrer Stadt beim Klimaschutz erwarten, stellt einen hohen Wert dar. In der Umweltbewusstseinsstudie 2010 wurden die Erwartungen der Bundesbürgerinnen und -bürger an Deutschland bezüglich dem Verhalten bei Klimaverhandlungen erhoben. 61 % stimmten dafür, dass Deutschland beim Klimaschutz vorgehen sollte, 29 % stimmten dagegen und 10 % enthielten sich einer Meinung (vgl. Abbildung 27, UBA/BMU 2010: 33 f.).

### Abbildung 27: Vergleichswert aus der Umweltbewusstseinsstudie 2010: Erwartungen an die Rolle Deutschlands bezüglich Klimaschutzpolitik

Frage:

Sollte Ihrer Meinung nach Deutschland zukünftig in der Klimaschutzpolitik vorangehen oder sich dem Tempo anderer Länder anpassen?



Quelle: UBA/BMU (2010): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010; Basis: 2008 Personen ab 18 Jahren

## 4.2 Verantwortung für den Klimaschutz vor Ort

Eine Vielzahl von Akteuren und Institutionen ist in Heidelberg für das Emittieren von Treibhausgasen verantwortlich, weswegen sie sich (potenziell) auch als Klimaschützer positionieren können. Wir wollten wissen, inwieweit den Einwohnerinnen und Einwohner Heidelbergs bekannt ist, was spezielle Akteure für den Klimaschutz unternehmen und wie ihr Engagement beurteilt wird.

### Klimaschutzbemühungen von den Stadtwerken und von den Umweltverbänden sind am bekanntesten

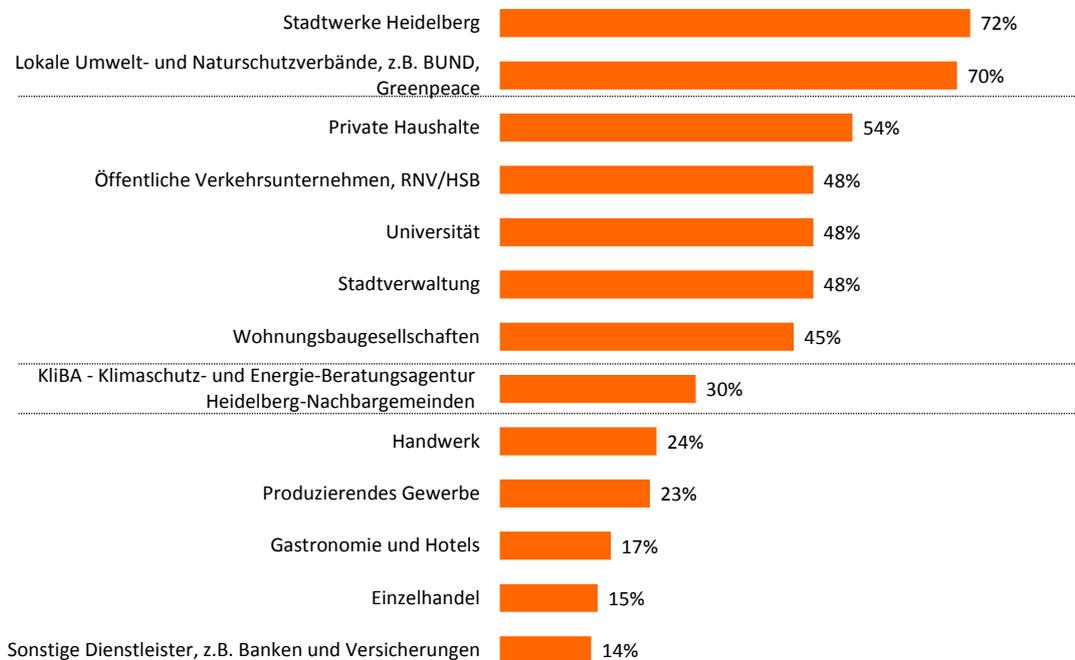
Am meisten bekannt ist das Engagement der Heidelberger Stadtwerke: 72 % geben an zu wissen, was der Energieanbieter unternimmt, um CO<sub>2</sub> einzusparen (vgl. Abbildung 28). Durch Plakate und Briefe an Stromkunden haben die Stadtwerke ihr Handeln für das Klima erfolgreich in die Öffentlichkeit getragen.

Auch ist sieben von zehn Personen bekannt, was die lokalen Umwelt- und Naturschutzverbände, wie BUND und Greenpeace in diesem Themenfeld unternehmen. Die Umweltschutzorganisationen sind durch Infostände im Stadtbild präsent. Auch lässt sich vermuten, dass Artikel in der regionalen Zeitung sowie die kostenfreie Umweltberatung des BUNDS zu dem hohen Bekanntheitsgrad einen Beitrag leistet.

Rund der Hälfte der Heidelbergerinnen und Heidelberger wissen, wie sich Privathaushalte, die öffentlichen Verkehrsunternehmen, die Universität, die Stadtverwaltung und die Wohnungsbau-gesellschaften für den Klimaschutz einsetzen (vgl. Abbildung 28). Hier ist noch ein Bedarf an Kommunikation zu identifizieren, wollen diese Akteure von der Öffentlichkeit auch als Klimaschutznehmer wahrgenommen werden.

**Abbildung 28: Bekannt, was die Akteure für den Klimaschutz unternehmen**

Frage: Ich nenne Ihnen einige Institutionen, die sich mit dem Klimaschutz in Heidelberg befassen. Bitte sagen Sie mir, ob Ihnen bekannt ist, was die Institutionen bzw. die Akteure für den Klimaschutz unternehmen.



Die Klimaschutz- und Energie-Beratungsagentur von Heidelberg und Nachbargemeinden (KliBA) ist drei von zehn Personen geläufig. Für eine städtische Beratungsagentur ist dieser Bekanntheitsgrad als relativ hoch zu beurteilen.

Das Engagement des Handwerks, des produzierenden Gewerbes, der Gastronomie und Hotels, des Einzelhandels und sonstiger Dienstleister sind der ansässigen Bevölkerung kaum bekannt.

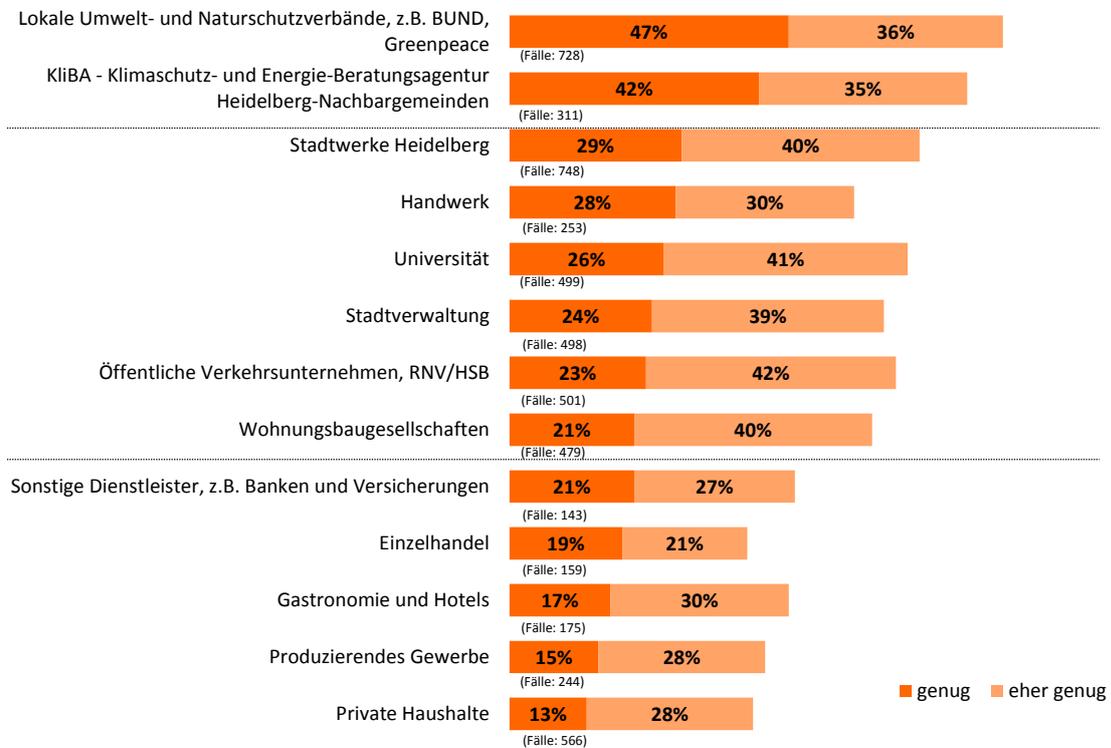
**Vor allem das Engagement der lokalen Umwelt- und Naturschutzverbände und der KliBA wird positiv bewertet**

Wie wird das Handeln der Akteure für den Klimaschutz eingeschätzt? Nur wer weiß, was ein Akteur für den Klimaschutz unternimmt, kann sein Engagement beurteilen. Deswegen wurden in einem nächsten Schritt nur solche Leute gefragt, die sich diesbezüglich auskannten.

Das Engagement der lokalen Umwelt- und Naturschutzverbände und der KliBA wird positiv bewertet: Jeweils geben mehr als drei Viertel der Heidelbergerinnen und Heidelberger an, dass sie sich bereits genug oder eher engagieren, wie der Abbildung 29 zu entnehmen ist.

**Abbildung 29: Bewertung des Einsatzes der Akteure für den Klimaschutz**

Frage: Wie bewerten Sie den Einsatz der Institution bzw. des Akteurs für den Klimaschutz in Heidelberg?



Bei den Stadtwerken Heidelberg, Handwerk, Universität, Stadtverwaltung, Öffentliche Verkehrsunternehmen, RNV/HSB und Wohnungsbaugesellschaften wird deutlich seltener das Engagement als genug (21 % bis 29 %) bzw. genug und eher genug (58 % bis 69 %) beurteilt. Der lokalen Bevölkerung zufolge ist bei diesen Akteuren noch Ausbaupotenzial in Sachen Klimaschutz zu erkennen. Offen bleibt, ob diese Akteure ihr Handeln für den Klimawandel auch ausreichend kommunizieren.

Der Einsatz sonstiger Dienstleister, des Einzelhandels, der Gastronomie und Hotels, des produzierenden Gewerbes wird kritisch gesehen. Hier ist es nicht einmal jede/r Vierte, der meint, dass sie sich bereits genug zum Schutz des Klimas engagieren bzw. es sind jeweils weniger als die Hälfte, die angeben, dass sie genug und eher genug unternehmen.

Auffällig ist, dass die privaten Haushalte den letzten Platz bei diesem Ranking einnehmen. Anscheinend sind die Heidelbergerinnen und Heidelberger hier sehr selbstkritisch: Bei sich selbst und in ihrem sozialen Umfeld sehen sie noch großes Potenzial, den Lebensstil klimaschonend umzugestalten.

### 4.3 Bekanntheit und Bewertung lokaler Klimaschutzmaßnahmen

Im Folgenden sollen konkrete Klimaschutzmaßnahmen in den Blick genommen werden. Zunächst wird beleuchtet, wie wichtig generelle Formen von Klimaschutzmaßnahmen den Heidelbergerinnen und Heidelbergern sind. Anschließend wird die Bekanntheit konkreter Maßnahmen aufgezeigt, welche nicht direkt von Bürgerinnen und Bürgern genutzt werden können. Es folgt die Darstellung weiterer konkreter Maßnahmen, die neben der Bekanntheit auch danach analysiert werden, wie häufig sie genutzt werden und wie ihre Wirkung eingeschätzt wird.

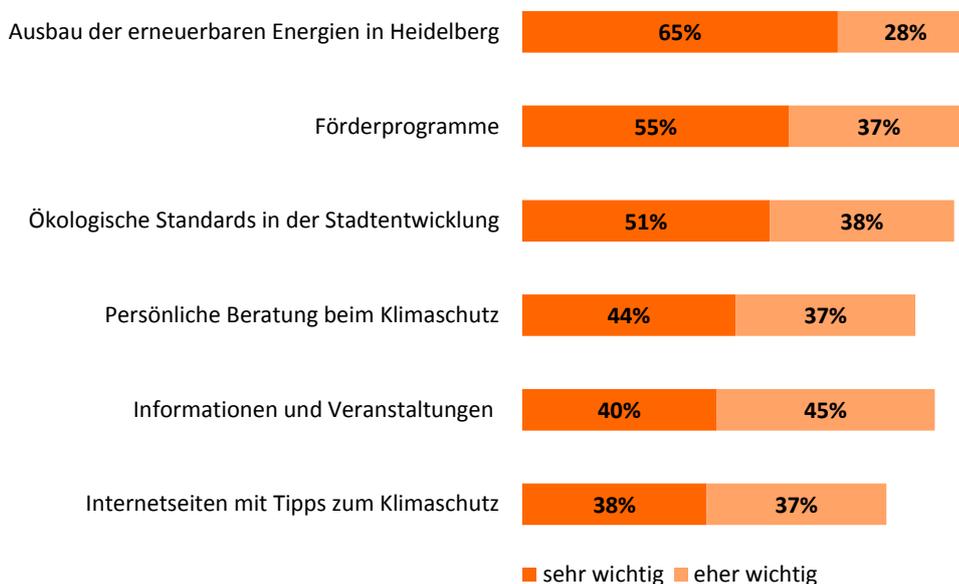
#### Der Ausbau der erneuerbaren Energien vor Ort wird als die wichtigste Klimaschutzmaßnahme gesehen

Es zeigt sich, dass sämtliche Maßnahmen von einem bis zwei Drittel der Heidelbergerinnen und Heidelbergern als sehr wichtig gesehen werden (vgl. Abbildung 30). Werden die Angaben für sehr wichtig und wichtig addiert, sind es sogar stets 75 % bis 93 %, was darauf schließen lässt, dass sämtliche hier abgefragten Formen von Klimaschutzmaßnahmen von der Bevölkerung befürwortet werden.

Die größte Relevanz hat für die Heidelbergerinnen und Heidelbergern der Ausbau der erneuerbaren Energien vor Ort: 65 % halten dies für sehr wichtig. Addiert man die beiden Top-Antworten, erhält man sogar 93 %, die den Ausbau der Erneuerbaren befürworten.

#### Abbildung 30: Bewertung von Maßnahmen für den Klimaschutz

Frage: Nun möchten wir Sie bitten, die folgenden Maßnahmen für den Klimaschutz zu bewerten. Schätzen Sie diese als sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig ein?



Neun von zehn (92 %) halten die finanzielle Unterstützung vom Staat für klimaschonende Investitionen für wichtig, gut die Hälfte (55 %) sogar für sehr wichtig. Förderprogrammen messen vor allem die Performer einen hohen Stellenwert zu, während Hedonisten diese Form von Maßnahmen für weniger wichtig ansehen (46 %).

Die Hälfte beurteilt ökologische Standards in der Stadtentwicklung als sehr wichtig, weitere 38 % als eher wichtig. Diese Klimaschutzmaßnahme wird besonders von den Sozialökologischen befürwortet (61 %). Dieses Milieu erkennt das große Potenzial, das in allgemein verbindlichen Gesetzen für den Klimaschutz vorhanden ist. Adaptiv-Pragmatische (42 %) finden ökologische Standards weniger wichtig, weil sie sich selbst auch von den Auswirkungen betroffen sehen: Sie befürchten, durch stärkere Umweltauflagen mit höheren Kosten konfrontiert zu werden, wenn sie sich selbst ein Haus bauen möchten. Dieses junge Milieu ist familienorientiert und häufig gehört das Eigenheim dabei zu ihren Wünschen ganz oben auf der Prioritätenliste.

Bei einer persönlichen Beratung kann man sich individuell Tipps zum Klimaschutz geben lassen, ohne sich selbst umständlich zu verschiedenen Themen durch „allgemeine Informationen“ zu kämpfen. 43 % befürworten solche Angebote als Klimaschutzmaßnahme sehr, weitere 37 % eher. Informationen und Veranstaltungen befürworten vor allem die Traditionellen (46 %) und die Performer (48 %). Hedonisten haben daran weniger Interesse (27 %).

Es existiert bereits eine Vielzahl von Internetseiten mit Tipps zum Klimaschutz, wie beispielsweise [www.klima-sucht-schutz.de](http://www.klima-sucht-schutz.de) und Portale verschiedener NGOs<sup>11</sup>. Fast vier von zehn der Heidelbergerinnen und Heidelberger finden diese Klimaschutzmaßnahme sehr wichtig, auch weitere vier von zehn befürworten Klimatipps im Internet prinzipiell. Fraglich bleibt, wer auch aktiv im Internet nach diesen Informationen sucht – oder wie die Informationen näher an den Bürger herangebracht werden können, sodass der User auf die Informationen im Netz auch wirklich trifft. Erfolgsversprechend kann hier die Einbindung in soziale Netzwerke sein, da Facebook und Co. stark frequentiert sind. Besonders die junge, moderne Mitte der Adaptiv-Pragmatischen (55 %) spricht sich für Tipps zum Klimaschutz im Internet aus. Milieus in einer unteren sozialen Lage, sehen den Benefit solcher Angebote im Netz weniger (vgl. Abbildung 31).

Frauen schätzen sämtliche Maßnahmen wichtiger ein als Männer.<sup>12</sup> Dieses Verhalten ist auf ihre etwas stärkere Sensibilisierung für den Klimawandel zurückzuführen.

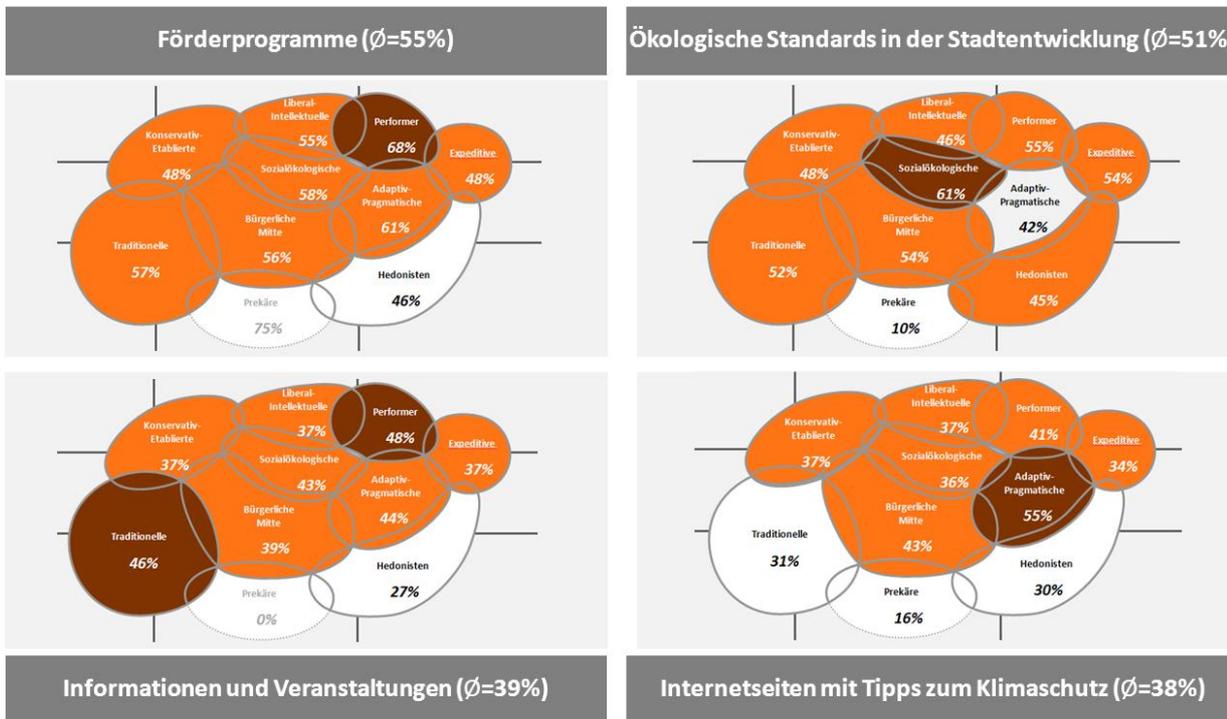
---

<sup>11</sup> NGOs (non-governmental organisations) sind Interessenverbände, die nicht von der Regierung, sondern von zivilgesellschaftlichen Akteuren initiiert sind.

<sup>12</sup> Antwortkategorie „sehr wichtig“: Ausbau der erneuerbaren Energien in Heidelberg: Frauen: 69 %, Männer: 60 %; Förderprogramme: Frauen: 57 %, Männer: 53 %; ökologische Standards in der Stadtentwicklung: Frauen: 57 %, Männer: 44 %; persönliche Beratung zum Klimaschutz: Frauen: 50 %, Männer: 37 %; Informationen und Veranstaltungen: Frauen: 44 %, Männer: 35 %; Internetseiten mit Tipps zum Klimaschutz: Frauen: 43 %, Männer: 41 %.

**Abbildung 31: Bewertung von Maßnahmen für den Klimaschutz**

Frage: Nun möchten wir Sie bitten, die folgenden Maßnahmen für den Klimaschutz zu bewerten.  
Antwort: sehr wichtig.



**Die Bahnstadt ist die bekannteste Heidelberger Klimaschutzmaßnahme**

Wenden wir uns den konkreten Klimaschutzmaßnahmen Heidelbergs zu und betrachten zunächst solche, die nicht von den Bürgerinnen und Bürgern direkt „genutzt“ werden können (vgl. Abbildung 32).

Die bekannteste Heidelberger Klimaschutzmaßnahme ist das **Energiekonzept der Bahnstadt** – sechs von zehn der Einwohnerinnen und Einwohner haben davon gehört. Hier wird der weltweit größte Häuser-Komplex auf Passiv-Haus-Standard entstehen.

Das **Heidelberger Klimaschutzkonzept** ist vier von zehn Personen (39 %) geläufig. Für ein städtisches Dokument, welches die Bevölkerung nicht direkt betrifft, ist dieser Wert erfreulich hoch.

Das Heidelberger **Energie-Berater-Netzwerk** wurde vom Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie der Stadt Heidelberg gegründet und ist eine Kooperation von verschiedenen Akteuren (z.B. Stadtwerke, KliBA, Handwerker, Architekten, Ingenieure und Energieberater). Mit dem Ziel, kompetente Beratung und umfassende Informationen zu Energie-Fragen bereitzustellen, ist es jeder/m dritten Heidelbergerin bzw. Heidelberger bekannt.

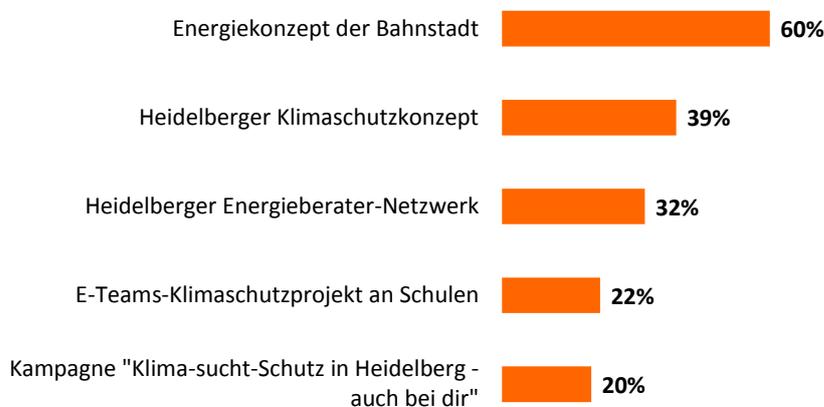
Im Rahmen des **Klimaschutzprojektes Energie-Team** (E-Team-Projekt) werden Kinder und Jugendliche an Schulen für das Thema Energie sensibilisiert. Zudem sollen dadurch auch die Treibhausgasemissionen der Schulen reduziert werden. Dieses Projekt ist jedem Fünften be-

kannt. Eltern mit Kindern bis 18 Jahren im Haushalt (24 %) ist das Projekt nicht signifikant geläufiger als Personen ohne Kinder im Haushalt (22 %).

Mit der Kampagne „**Klima-sucht-Schutz in Heidelberg – auch bei dir**“ möchte die Stadt Heidelberg die Bürgerinnen und Bürger dazu motivieren, durch eine klimafreundliche Alltagsgestaltung selbst einen Beitrag zur Verringerung der Treibhausgasemissionen beizutragen. Jede/er Fünfte kennt diese Kampagne.

### Abbildung 32: Bekanntheit von Heidelberger Klimaschutzmaßnahmen und Kampagnen (nicht direkt nutzbar)

Frage: Und haben Sie von den folgenden Maßnahmen bzw. Kampagnen in Heidelberg bereits gehört?  
Antwort: Ja.



Sämtliche in diesem Schritt abgefragten Klimaschutzmaßnahmen sind Frauen etwas bekannter als Männern (z.B. E-Teams: Frauen: 25 %, Männer: 19 %; Klima-sucht-Schutz-Kampagne: Frauen: 21 %, Männer: 18 %). Energie-Fragen, die im Bereich Haus liegen, sind häufiger für Männer von Bedeutung, da es meist in ihrem Aufgabenbereich liegt, sich um das Haus zu kümmern.

### Hohe Bekanntheit lokaler Maßnahmen bzw. Kampagnen

Wenden wir uns den Maßnahmen zu, die direkt genutzt werden können (vgl. Abbildungen 33 und 34). Mithilfe des **Heidelberger CO<sub>2</sub>-Spiegels** können die Bürgerinnen und Bürger ihre persönlichen Treibhausgasemissionen, für die sie innerhalb eines Jahres verantwortlich sind, berechnen. Vier von zehn geben an, davon bereits gehört zu haben. Personen zwischen 50 und 66 Jahren kennen den CO<sub>2</sub>-Spiegel häufiger (50 %) als andere Altersgruppen. Wem der CO<sub>2</sub>-Spiegel bekannt ist, findet ihn auch meistens wichtig (86 %). Ein Viertel der Personen, die ihn kennen, haben ihn bereits genutzt (23 %). Entsprechend hat etwa jede/r zehnte Heidelbergerin und Heidelberger seinen persönlichen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck über das Internetportal berechnet. Im Oktober 2012 haben 12.000 Personen die Internetseite aufgerufen. Die Anzahl der monatlichen Besucher nimmt stetig zu: Ein Jahr zuvor, im Oktober 2011, waren es lediglich gut 4.000 Personen, welche die Seite aufgerufen haben.

Dass **Erdgas- und Elektromobilität** von der Stadt Heidelberg gefördert wird, ist 37 % der Einwohnerinnen und Einwohnern bekannt. Diese Klimaschutzmaßnahme ist der Altersgruppe zwi-

schen 50 und 66 Jahren eher geläufig (43 %), während unter 30-Jährige deutlich seltener bisher davon gehört haben (28 %). Neun von zehn (89 %), die von der Förderung der alternativen Antriebe wissen, finden diese Maßnahme wichtig. Verwunderlich erscheint, dass 11 % der Personen, die von der städtischen Förderung wissen, angeben, diese Förderung auch zu nutzen. Die Stadt Heidelberg hat bis 2012 108 Erdgasautos, sechs Hybridfahrzeuge und ein Elektroauto gefördert (Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Heidelberg 2012).

Drei von zehn der Heidelbergerinnen und Heidelbergern hat von der **Energie-Beratungs-Hotline** gehört. Auch hier ist es die Altersgruppe der 50 bis 66-Jährigen, die von dieser Maßnahme am häufigsten gehört hat. Unter den bis 30-Jährigen kennt nur knapp jede/r Fünfte (17%) dieses Angebot zur persönlichen Energie-Beratung. Wer von dieser Maßnahme gehört hat, findet sie fast ausnahmslos wichtig (92 %), wobei jeder Fünfte (19 %) davon bereits bei der Hotline angerufen hat. Es haben sich also etwa 5 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger telefonisch Rat zu Energie-Fragen eingeholt.

Mit dem **Heidelberger Solardachkataster** können die Hausbesitzerinnen und Hausbesitzer herausfinden, ob es sich finanziell lohnt, eine Solaranlage (Solarthermie zur Warmwasseraufbereitung oder Photovoltaik zur Stromerzeugung) auf dem Haus zu installieren. Drei von zehn Personen haben davon bereits gehört, darunter sind vor allem Personen über 40 Jahren (40 –49 Jahre: 34 %, 50–66 Jahre: 42 %, ab 67 Jahre: 37 %). Neun von zehn (91 %), denen diese Klimaschutzmaßnahme bekannt ist, finden sie wichtig und einer von fünf (22 %) hat überprüft, ob sich eine Solaranlage auf seinem Dach auszahlt.

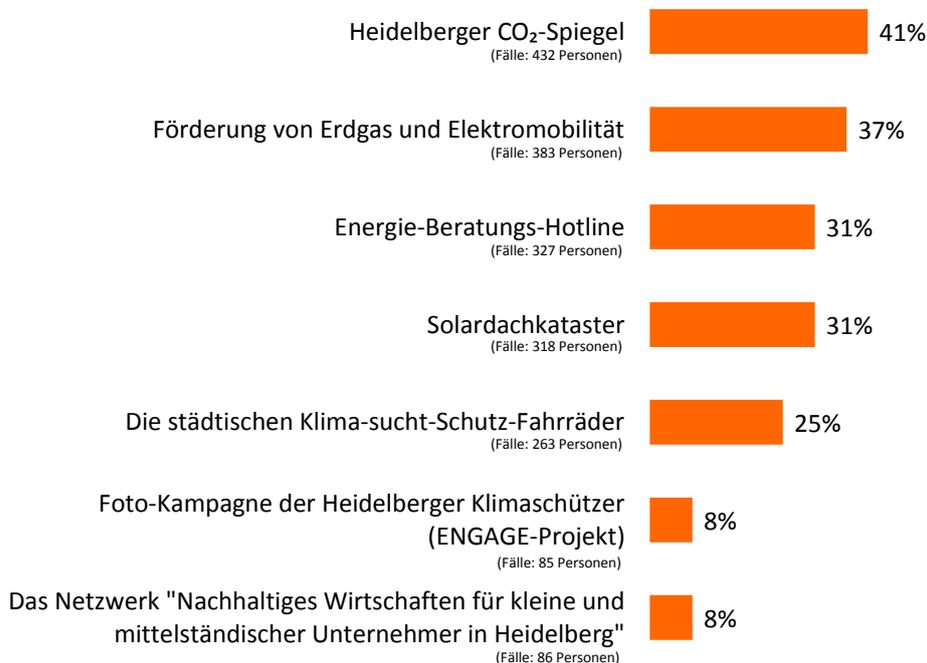
Die städtischen **Klima-sucht-Schutz-Fahrräder** kennt jeder/e vierte Heidelbergerin bzw. Heidelberger, wovon 82 % das Angebot wichtig finden und 7 % es bereits genutzt haben.

Bei der **ENGAGE Foto-Kampagne** der Heidelberger Klimaschützer können Bürgerinnen und Bürger sich fotografieren lassen und dazu schreiben, was sie persönlich für den Klimaschutz unternehmen. 8 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger haben davon bereits gehört. Wer die Kampagne kennt, spricht ihr mit 69 % etwas weniger Priorität zu als den anderen hier abgefragten Klimaschutzmaßnahmen. Dieser vergleichsweise niedrige Wert ist darauf zurückzuführen, dass die Wirkung vor allem auf das Image des Klimaschutzes abzielt, für die Bürgerin oder den Bürger der direkte Nutzen für den Klimaschutz jedoch weniger offensichtlich erscheint. Jeder Zehnte, der von der Kampagne gehört hat, hat sich bereits fotografieren lassen. Dies entspricht, dass jeder/r Hundertste Heidelberger/Heidelbergerin bereits mitgemacht hat. Vergleichszahlen bestätigen diesen Wert: Seit 2007 haben mehr als 1.200 Personen bei der Fotokampagne mitgemacht.

Das Netzwerk „**Nachhaltiges Wirtschaften für kleine und mittelständische Unternehmen in Heidelberg**“ ist knapp jeder/m Zehnten (8 %) bekannt.

**Abbildung 33: Bekanntheit von Heidelberger Klimaschutzmaßnahmen und Kampagnen (direkt nutzbar)**

Frage: Kennen Sie die folgenden Maßnahmen bzw. Kampagnen? Antwort: Ja.

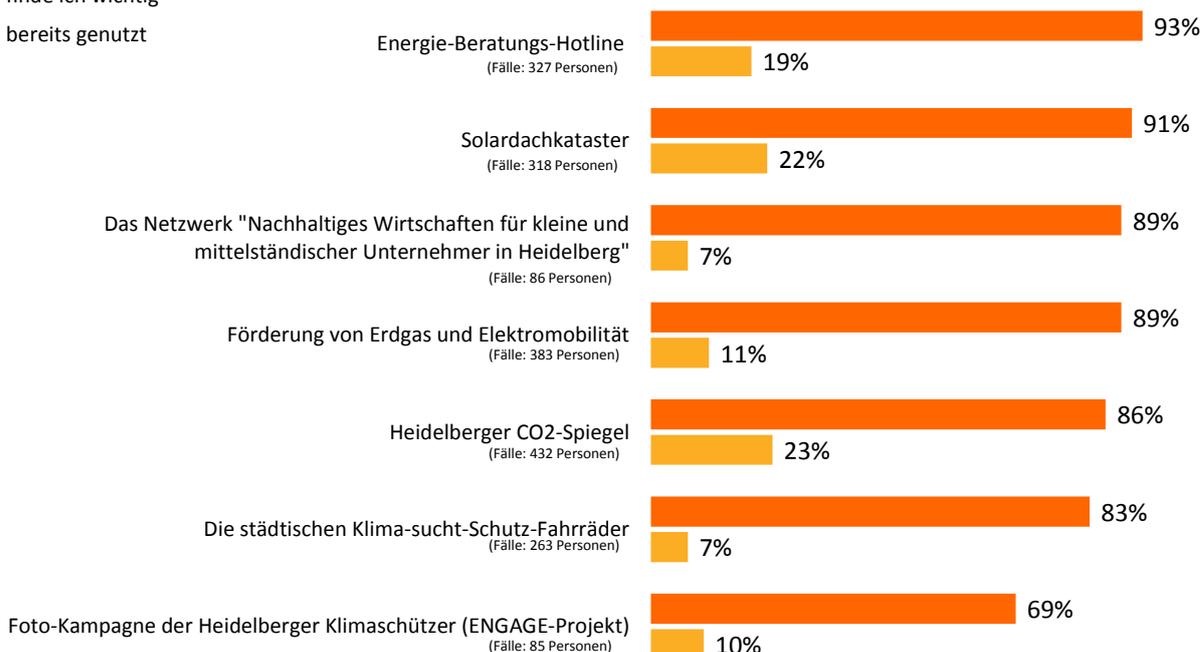


Fälle: siehe Item, Personen, die diese Maßnahme bzw. Kampagne kennen

**Abbildung 34: Bewertung von Heidelberger Klimaschutzmaßnahmen und Kampagnen**

Frage: Finden Sie diese wichtig? Antwort: Ja, finde ich wichtig.

- ja, finde ich wichtig
- ja, bereits genutzt



Fälle: siehe Item, Personen, die diese Maßnahme bzw. Kampagne kennen

## 5 Persönliches Engagement für den Klimaschutz

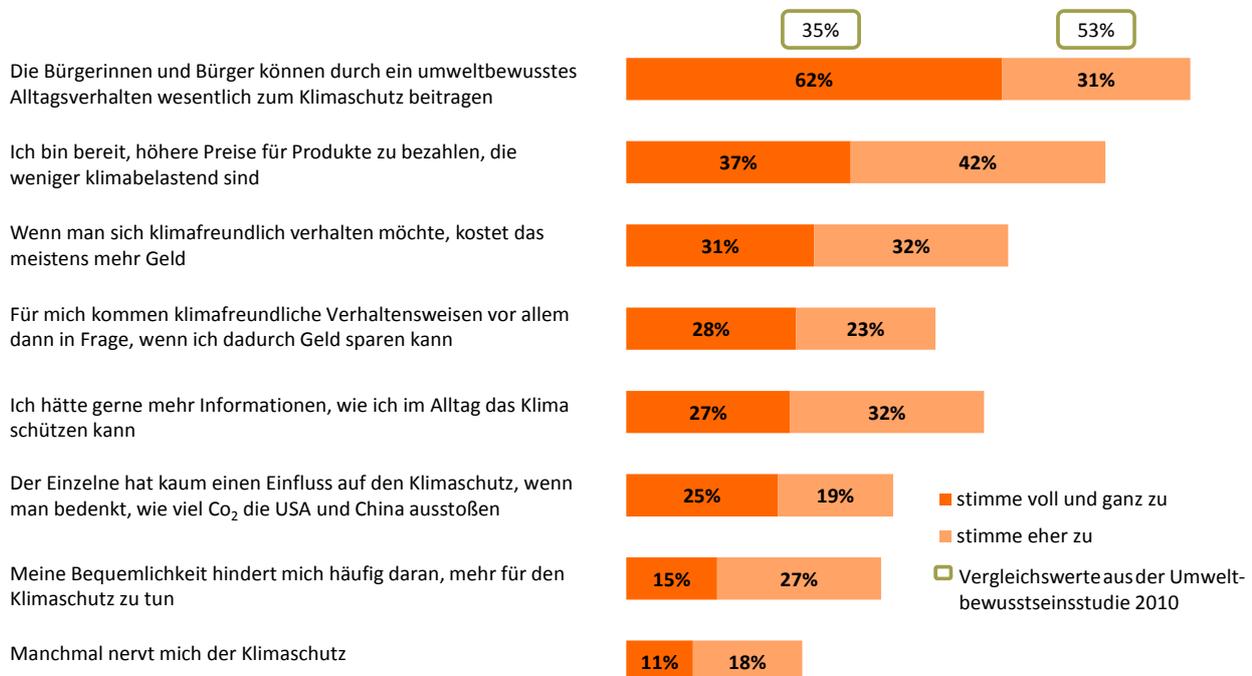
Auch auf der individuellen Ebene ist ein klimafreundliches Verhalten wichtig, wollen wir den voranschreitenden Klimawandel eindämmen. Die Klimabilanz eines Menschen wird von verschiedenen Aspekten beeinflusst. Dabei ist die Einstellung zu Umweltschutzthemen häufig nicht der entscheidende Faktor, mithilfe dessen die Klimawirkung eines Menschen erklärt werden kann. Entsprechend geht mit einer starken Sensibilisierung für den Umweltschutz nicht unbedingt eine klimaschonende Lebensweise einher. Stattdessen sind es überwiegend die (unbewusst) gewählten oder in Kauf genommenen Umstände, die unreflektierten Routinen und Verhaltensweisen, welche die individuelle Emissionsbilanz beeinflussen. Im Folgenden werden zentrale Motive und Hemmnisse einer klimafreundlichen Alltagsgestaltung beleuchtet. Anschließend wird die Ausübung konkreter klimafreundlicher Handlungsweisen thematisiert.

### 5.1 Gründe und Hindernisse klimafreundlichen Verhaltens

An Gründen und Hemmnissen, einen klimaschonenden Lebensstil zu führen, werden in diesem Abschnitt der Einfluss des Einzelnen, der Kostenfaktor, die Bequemlichkeit und der Informationsstand betrachtet (vgl. Abbildung 35).

#### Abbildung 35: Bereitschaft für den Klimaschutz

Frage: Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Alltagshandeln zusammengestellt. Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie ihr voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen.



### **Der Einfluss des Einzelnen auf den Klimaschutz wird gesehen**

In Anbetracht der zahlreichen involvierten Akteure, kann der einzelne Mensch beim Klimaschutz durch ein Gefühl der Ohnmacht entmutigt werden. Entsprechend ist ein häufiges Argument, sich nicht für den Klimaschutz zu engagieren, dass die individuell zu verantwortenden Emissionen praktisch kein Gewicht hätten, stelle man sie dem CO<sub>2</sub>-Ausstoß der USA und Chinas gegenüber. Überraschend ist, dass dies nur ein Viertel der Heidelberger Bürgerinnen und Bürger auch so sehen, weitere 19 % stimmen dem Statement eher zu.

Gleichzeitig stimmen der Aussage „Die Bürgerinnen und Bürger können durch ein umweltbewusstes Alltagsverhalten wesentlich zum Klimaschutz beitragen“ 62 % voll und ganz zu. Im Milieu der Hedonisten wird der Einfluss des Einzelnen geringer bemessen (48 %).

Weitere 31 % stimmen dem Statement eher zu. Dass dies sehr hohe Werte sind, zeigt ein Vergleich mit der Umweltbewusstseinsstudie 2010: Hier sind es mit 35 % nur halb so viele, die der Aussage voll und ganz zustimmen. Werden die ersten beiden Antwortkategorien addiert, relativiert sich der Abstand: Während in Heidelberg 93 % dem Statement voll und ganz oder eher zustimmen, sind es im Bundesvergleich auch 88 %.

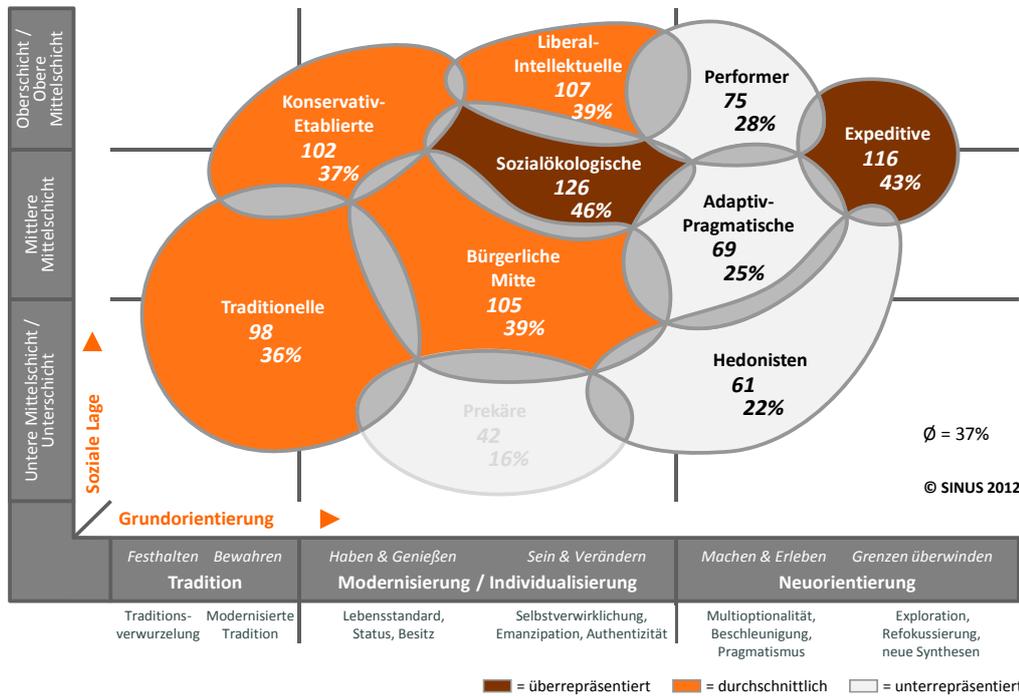
### **Große Zahlungsbereitschaft für den Klimaschutz**

Ob man durch eine klimaschonende Alltagsgestaltung Geld spart oder mit Mehrkosten rechnen muss, kommt darauf an, auf welche Verhaltensweisen man sich bezieht. Klimafreundliche Produkte sind bei der Anschaffung häufig teurer, wie beispielsweise effizientere Kühlschränke und Waschmaschinen. Dass es meistens mehr Geld kostet, wenn man sich klimafreundlich verhalten möchte, stimmen in Heidelberg 31 % voll und ganz bzw. weitere 32 % eher zu. Vor allem die Traditionellen und Performer sehen einen klimaschonenden Lebensstil als kostenintensiver an (jeweils 36 %).

Doch auch die Bereitschaft, Mehrkosten für klimafreundlichere Produkte in Kauf zu nehmen, findet mit 37 % voll und ganz bzw. mit weiteren 42 % eher Zustimmung. Bei den für den Klimawandel stark sensibilisierten Sozialökologischen aber auch bei den Exeditiven ist die Bereitschaft, für klimafreundliche Produkte höhere Preise zu bezahlen, besonders stark ausgeprägt. Bei Performern, Adaptiv-Pragmatischen und Hedonisten fällt die Zahlungsbereitschaft für klimaschonenden Konsum geringer aus (vgl. Abbildung 36).

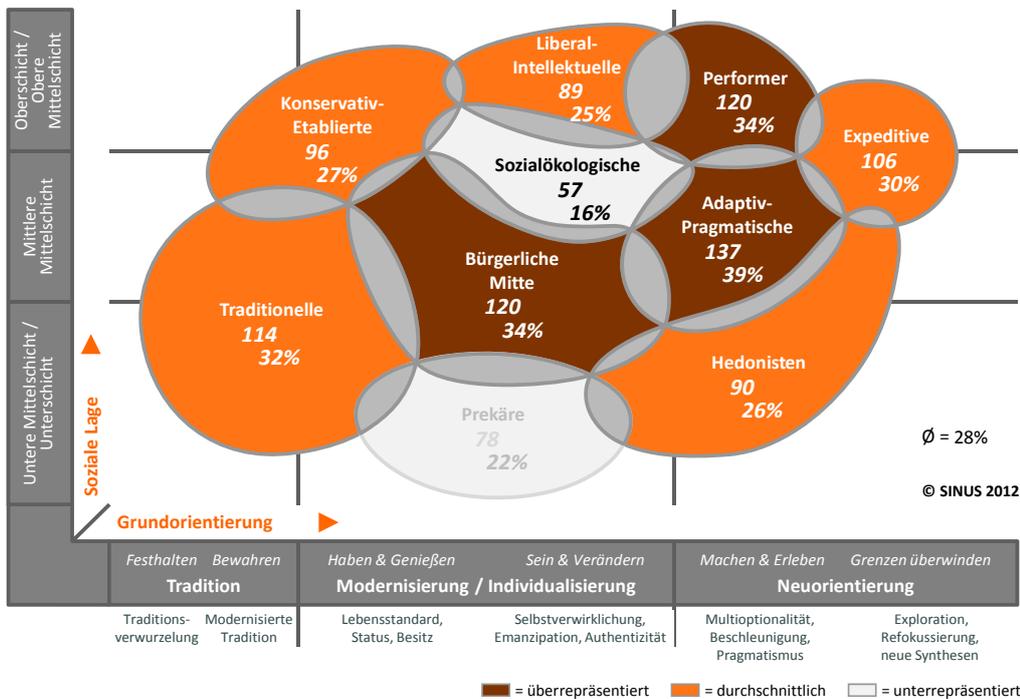
**Abbildung 36: Preisbereitschaft für klimafreundliche Produkte nach Sinus-Milieus**

Frage: Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zum Alltagshandeln zu? Ich bin bereit, höhere Preise für Produkte zu bezahlen, die weniger klimabelastend sind. Antwort: stimme voll und ganz zu



**Abbildung 37: Kosten sparen als Grund für klimafreundliche Verhaltensweisen nach Sinus-Milieus**

Frage: Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zum Alltagshandeln zu? Für mich kommen klimafreundliche Verhaltensweisen vor allem dann in Frage, wenn ich dadurch Geld sparen. Antwort: stimme voll und ganz zu



Durch klimafreundliche Verhaltensweisen kann man aber auch seine finanziellen Ausgaben reduzieren. Beispiele hierfür sind effiziente Elektrogeräte, der sparsame Umgang mit Energie, die Einschränkung der Mobilität oder Konsumverzicht. Für 28 % bzw. weitere 23 % kommt Klimaschutz auf der persönlichen Ebene vor allem dann in Frage, wenn sich dadurch Kosten einsparen lassen. Frauen zeigen sich hier deutlich preissensibler (31 %) als Männer (25 %). Insbesondere für die Adaptiv-Pragmatischen und Performer sowie die kostenbedachte Bürgerliche Mitte kommen klimafreundliche Verhaltensweisen vor allem dann in Frage, wenn sie dadurch sparen können.

### **Bequemlichkeit ist nur selten Hindernis**

Auch das Bedürfnis nach Bequemlichkeit kann eine klimafreundliche Umstellung des Lebenswandels beeinträchtigen, wie beispielsweise der Umstieg vom Auto aufs Fahrrad. Mit 15 % bzw. weiteren 27 % Zustimmung ist dieser Grund nur für eher wenige Heidelbergerinnen und Heidelberger ausschlaggebendes Hindernis, selbst beim Klimaschutz aktiv zu werden. Wirft man einen Blick durch die Milieubrille, erkennt man, dass für die Sozialökologischen (10 %) und die Adaptiv-Pragmatischen (9 %) die Bequemlichkeit nur selten ein Hindernisgrund für eine klimafreundliche Lebensweise darstellt. Liberal-Intellektuelle (24 %) und Expeditiv (19 %) hingegen geben die eigene Bequemlichkeit häufiger als Hindernis an.

### **Bedarf an Informationen zum klimafreundlichen Verhalten vorhanden – das Thema „nervt“ wenige**

Wenn man sich klimafreundlich verhalten möchte, erfordert dies auch Wissen darüber. Vielfach sind Informationen aber auch widersprüchlich. Ist der konventionelle Apfel aus der Region klimafreundlicher als der importierte Bio-Apfel aus Übersee? Die Heidelbergerinnen und Heidelberger erkennen hier ihr eigenes Informationsdefizit und äußern ihren Bedarf nach Klimaschutz-Tipps: Drei von zehn haben sehr großes, weitere drei von zehn großes Interesse an Informationen, wie wir das Klima besser schützen können. Mangelndes Interesse an Tipps zum Klimaschutz kann dabei sowohl auf die fehlende Bereitschaft, seinen Lebensstil klimafreundlicher umzugestalten, zurückgeführt werden, als auch auf einen bereits ausreichenden Wissensstand zu diesem Themenkomplex. Hilfreich kann hier auch sein, nicht nur Tipps zum klimaschonenden Verhalten bereit zu stellen, sondern ebenso die Klimawirkungen zu quantifizieren („wie viel CO<sub>2</sub> kann ich dadurch einsparen?“), vorzugsweise durch einfach zu merkende Vergleiche (z.B.: „durch einen Hin- und Rückflug nach Neuseeland werden so viele Treibhausgase emittiert, wie ein durchschnittlicher Deutscher in einem Jahr zu verantworten hat“<sup>13</sup>).

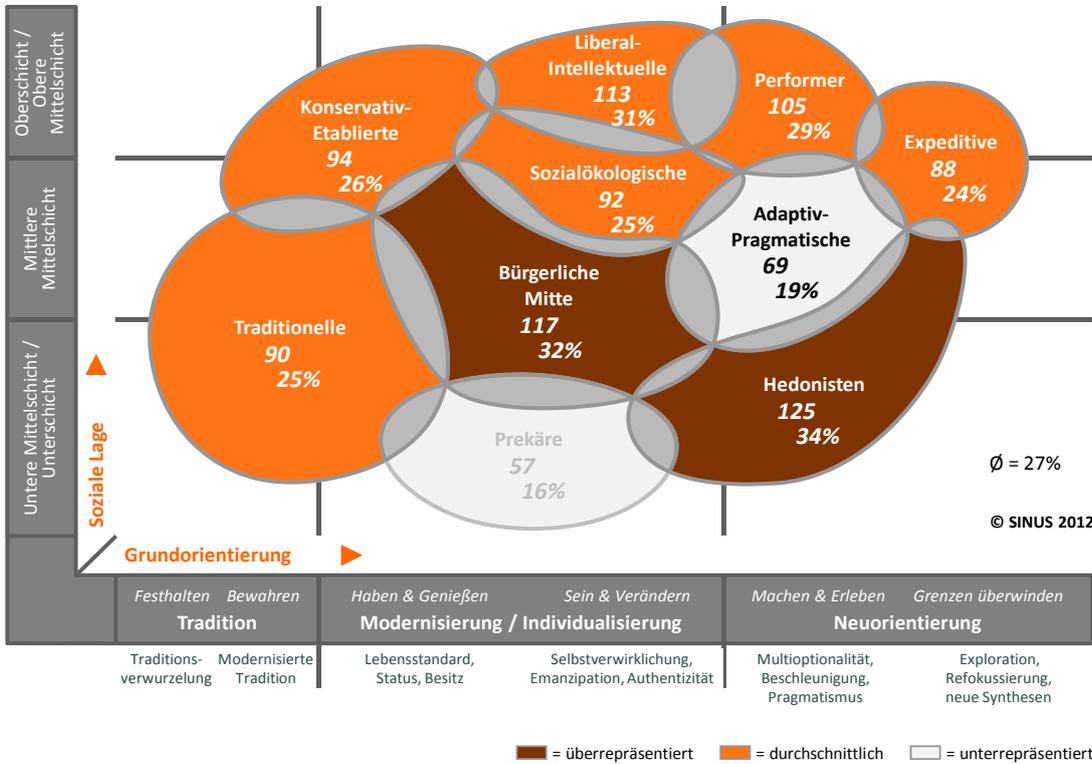
Vor allem die Bürgerliche Mitte und die Hedonisten interessieren sich für Informationen, wie man im Alltag das Klima schützen kann. Adaptiv-Pragmatische finden solche Tipps weniger spannend (vgl. Abbildung 38).

---

<sup>13</sup> Vgl. CO<sub>2</sub>-Recher des Umweltbundesamtes (UBA 2012).

**Abbildung 38: Informationsbedarf, wie man im Alltag das Klima schützen kann**

Frage: Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zum Alltagshandeln zu? Ich hätte gerne mehr Informationen, wie ich im Alltag das Klima schützen kann. Antwort: stimme voll und ganz zu



Die Notwendigkeit, dass wir das Klima schützen müssen, ist phasenweise stark in der Öffentlichkeit präsent. Dann kann es dazu kommen, dass das Thema Klimaschutz sowie Tipps für eine klimafreundliche Lebensweise auch mal einfach „nerven“. Dies geben allerdings nur wenige Einwohnerinnen und Einwohner Heidelbergs an: 11 % stimmen dem voll und ganz, sowie weitere 18 % eher zu. Männer fühlen sich doppelt so häufig (15 %) vom Klimaschutz genervt als Frauen (8 %).

Die Hedonisten fühlen sich besonders häufig vom Klimaschutz genervt: Hier ist es jede/r Fünfte (19 %). Dieses spaßorientierte Milieu lehnt auf Angst basierende Argumentationen prinzipiell ab – es möchte sich nicht mit Weltuntergangsszenarien konfrontieren. Die Mitte der Gesellschaft (Adaptiv-Pragmatische: 3 %, Sozialökologische: 7 %, Bürgerliche Mitte: 9 %) sowie die Traditionellen (6 %) fühlen sich nur selten durch dem Thema genervt.

### 5.2 Ausübung klimafreundlicher Verhaltensweisen

Ein Deutscher emittiert durchschnittlich 11,1 Tonnen (t) CO<sub>2</sub> bzw. CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Dies verteilt sich auf die Bereiche Wohnen bzw. Heizung und Strom (2,47 t), Ernährung (1,35 t) Mobilität

(2,43 t), Konsum (3,75 t) sowie die öffentlichen Emissionen (1,1 t).<sup>14</sup> In diesem Unterkapitel werden die einzelnen Bereiche beleuchtet. Bei der Einordnung der Ergebnisse sollte berücksichtigt werden, dass der Effekt der sozialen Erwünschtheit teilweise relativ stark ausgefallen ist, weswegen – wenn möglich – auch Vergleichsquellen herangezogen wurden.

### **Wohnen: Bewusster Umgang mit Energie ist weit verbreitet**

Fast durchgängig (93 %) geben die Heidelbergerinnen und Heidelberger an, im Winter bewusst zu heizen und zu lüften. Auch der Kauf energieeffizienter Geräte ist stark verbreitet: 77 % achten darauf bei Neuanschaffungen – und somit deutlich mehr, als in der Bundesrepublik insgesamt (65 % vgl. UBA/BMU 2010: 37)

Sehr auffällig ist die Angabe von 37 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger, Ökostrom zu beziehen. Weitere 7 % planen, zu einem Ökostromtarif zu wechseln und jeder Dritte könnte sich dies vorstellen. Es ist zu vermuten, dass diese Werte nicht der Realität entsprechen: 2012 wurden lediglich 6.313 private Haushalte in Heidelberg (von insgesamt 75.700 privaten Stromkunden, Stand 31. Dezember 2011) von den Stadtwerken mit Ökostrom beliefert. Selbstverständlich ist mit zu berücksichtigen, dass Heidelbergerinnen und Heidelberger auch Ökostrom anderer Anbieter beziehen, wie z.B. von Lichtblick, Naturstrom, Greenpeace Energie oder auch den Elektrizitätswerken Schönau. Auch bundesweit gaben 2010 lediglich 8 % an, Ökostrom zu beziehen (vgl. Abbildung 39). In Heidelberg bezieht der Selbstaussage nach mehr als die Hälfte der Sozialökologischen (54 %) Ökostrom. Unter den Traditionellen sind es sogar auch 43 %. Moderne Milieus beziehen seltener Strom aus Sonne, Wind und Wasserkraft (Adaptiv-Pragmatische und Expeditiv: jeweils 23 %, Performer: 28 %).

Die Dämmung der eigenen vier Wände wirkt sich nicht nur auf das Klima aus, sondern auch langfristig auf die dadurch sinkenden Heizkosten. Ein Viertel der Heidelbergerinnen und Heidelberger hat das eigene Haus besser gedämmt als es den gesetzlichen Vorschriften entspricht. Bei der Interpretation dieses Wertes muss berücksichtigt werden, dass sich knapp die Hälfte der Befragten von dieser Thematik nicht betroffen fühlt, vermutlich, da sie in Mietwohnungen leben und die Gebäudedämmung nicht beeinflussen können. Entsprechend hat etwa die Hälfte der Hauseigentümer die gesetzlichen Vorschriften bei der Dämmung mehr als erfüllt, was einen sehr guten Wert darstellt. Vor allem Konservativ-Etablierte (34 %) achten auf eine effektive Dämmung. Das langfristig denkende Milieu sieht diese Investition als lohnende Geldanlage.

---

<sup>14</sup> Vgl. Ebda. Die öffentlichen Emissionen stellen die Summe der Treibhausgase dar, welche durch öffentlich bereitgestellte Infrastruktur und Dienstleistungen entstehen, wie z.B. Straßenbau, Organisation des Sozialwesens und Bildung. Sie werden durch die Anzahl der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger dividiert und pro Kopf den direkt zu verantwortenden Emissionen pauschal addiert.

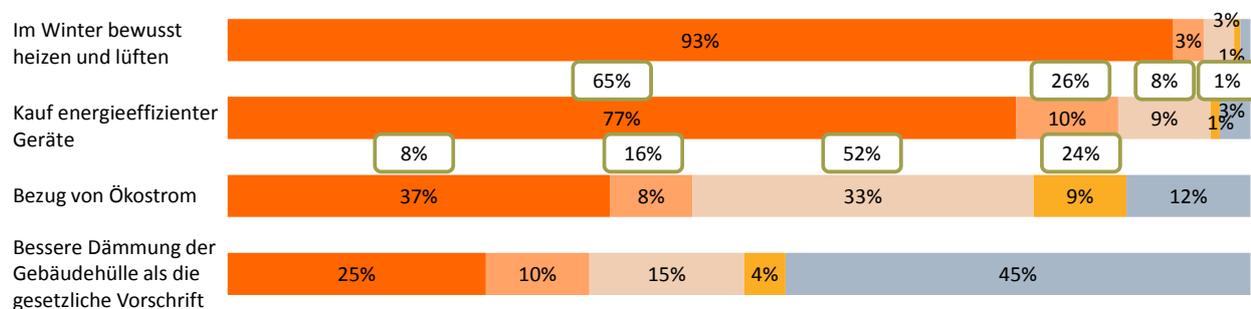
### Ernährung: Klimafreundliche Lebensmittel werden häufig konsumiert

Die Heidelbergerinnen und Heidelberger ernähren sich klimafreundlich (vgl. Abbildung 39): 74 % geben an, regional produzierte und biologisch angebaute Lebensmittel zu konsumieren. Bei dieser Fragestellung bleibt jedoch unklar, welchen Anteil die biologische und regionale Kost an dem gesamten Lebensmittelkonsum ausmacht. Auch ist hier davon auszugehen, dass Gründe wie die eigene Gesundheit, eine kalorienbewusste Ernährungsweise, Kosten für Fleischprodukte sowie Tierliebe hier die ausschlaggebenden Motivatoren – vor dem Klimaschutz – sind.

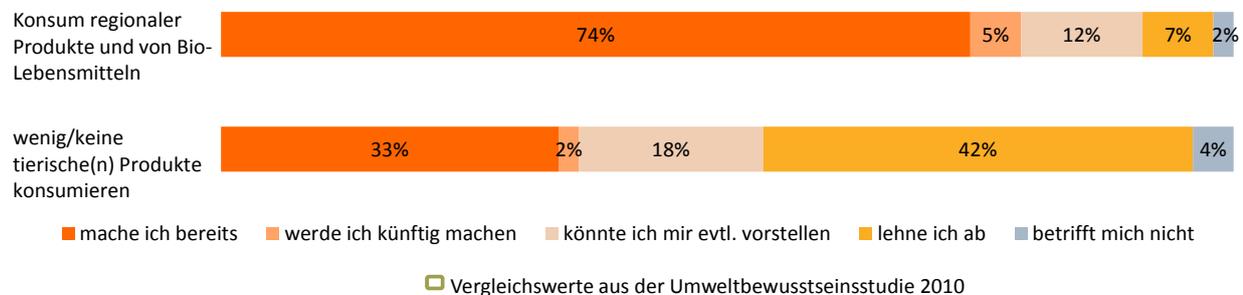
### Abbildung 39: Maßnahmen zum Klimaschutz im Haushalt

Frage: Es werden viele Maßnahmen zum Klimaschutz im Haushalt diskutiert. Bitte sagen Sie mir für jede Maßnahme an, ob Sie sie bereits machen / haben, künftig machen / anschaffen werden, sich evtl. vorstellen könnten oder nicht vorstellen können.

#### Wohnen



#### Ernährung



Wichtiger für die Klimabilanz, ob Produkte biologisch oder regional sind, ist, ob diese vom Tier stammen. Denn durch die Haltung von Tieren werden deutlich mehr Treibhausgasemissionen freigesetzt, als durch die Produktion von Getreide, Obst und Gemüse entstehen. Jede/r dritte Heidelbergerin bzw. Heidelberger gibt an, wenig oder keine tierischen Produkte zu essen – was als sehr hoher Wert betrachtet werden kann. Beachtet werden sollte jedoch auch, dass 42 % den Verzicht von tierischen Lebensmitteln dezidiert ablehnen.

Frauen ernähren sich klimafreundlicher als Männer: 76 % konsumieren biologische und regionale Produkte, unter den Männern sind es nur 72 %. Zudem essen 40 % der Frauen, jedoch nur 23 % der Männer, wenig oder keine tierischen Produkte.

Vor allem die Sozialökologischen und die Liberal-Intellektuellen sind beim Konsum regionaler Produkte und Bio-Lebensmitteln überrepräsentiert. Diese Milieus sind insgesamt sensibilisiert für Bio-Produkte und fairen Handel, da sie durch deren Konsum einerseits für ihre Gesundheit sorgen und andererseits Verantwortung für die Gesellschaft wahrnehmen können. Für Adaptiv-Pragmatische und Hedonisten spielt dies eine geringere Rolle, sie sind in diesem Bereich eher unterrepräsentiert.

Ein ähnliches Bild ergibt sich auch im Bezug auf den Fleischverzicht. Besonders Sozialökologische sind häufig Vegetarier bzw. achten darauf, wenig tierische Produkte zu essen – hier ist es sogar jede/r Zweite (49 %). Auch vier von zehn (39 %) der Expeditiven essen wenig Fleisch, Fisch, Eier und Milchprodukte. Für Adaptiv-Pragmatische (11 %) und Performer (18 %) kommt diese Ernährung seltener in Frage.

### **Mobilität: Große Bereitschaft, das Auto stehen zu lassen**

Auch im Bereich Verkehr zeigt sich die Heidelberger Bevölkerung klimafreundlich (vgl. Abbildung 40). Sieben von zehn geben an, das Auto auch mal stehen zu lassen und auf öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad umzusteigen. Dieses Verhalten ist vermutlich eher der Verkehrssituation in Heidelberg geschuldet, anstatt auf eine ausgeprägte Motivation, das Klima zu schützen (vgl. Kapitel 2.4 Herausforderungen der Stadt). Im Kapitel 2.5 zum Thema Mobilität wurde dargestellt, dass Heidelbergerinnen und Heidelberger innerhalb ihrer Stadt häufiger Fahrrad fahren, als den Pkw zu benutzen. Nicht erhoben und damit nicht zu vergleichen ist jedoch, inwieweit die Heidelberger Bürgerinnen und Bürger auch bei Fahrten außerhalb ihrer Stadt auf den Personennahverkehr oder das Fahrrad zurückgreifen.

Die Hälfte der Heidelbergerinnen und Heidelberger fliegt nicht bzw. wenig. Was hierbei von den Befragten unter „wenig“ verstanden wurde – ob „wenig“ *nur* alle sechs Monate oder *nur* alle sechs Jahre meint – bleibt offen für Spekulationen. Offensichtlich ist zudem, dass diesbezüglich häufig andere Motive als der Klimaschutz ausschlaggebend sind, wenig oder gar nicht zu fliegen, wie beispielsweise verfügbare Zeit, Urlaubsziele im Nahumfeld, Bequemlichkeit und Kosten. Dennoch sind die Werte als sehr hoch einzuordnen.

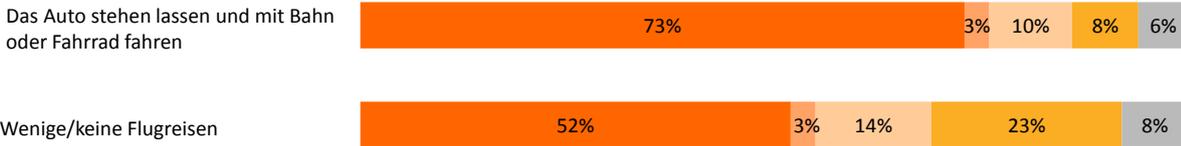
### **Verhaltensweisen, die Klimaschutz als Motivation voraussetzen, werden seltener ausgeübt**

Mit dem Klimaschutz kann man auch Geld verdienen, indem man beispielsweise in erneuerbare Energien investiert. Jede/r zehnte Heidelbergerin und Heidelberger fördert auf diese Weise den Ausbau von Sonne-, Wind- und Wasserkraft (vgl. Abbildung 40). In der Bundesrepublik sind es mit 4 % lediglich die Hälfte, die ihr Geld auf diese Weise klimafreundlich anlegen (vgl. UBA/BMU 2010: 37). Grund hierfür mag neben der starken Sensibilisierung für den Klimaschutz auch die gute Finanzlage der Bewohnerinnen und Bewohner Heidelbergs sein.

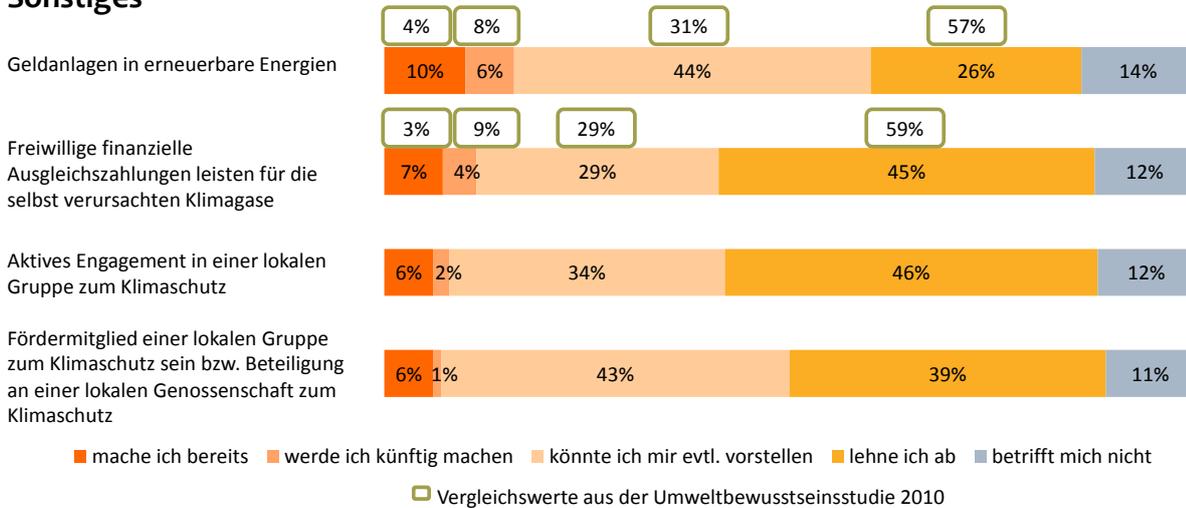
**Abbildung 40: Maßnahmen zum Klimaschutz im Haushalt**

Frage: Es werden viele Maßnahmen zum Klimaschutz im Haushalt diskutiert. Bitte sagen Sie mir für jede Maßnahme an, ob Sie sie bereits machen / haben, künftig machen / anschaffen werden, sich evtl. vorstellen könnten oder nicht vorstellen können.

**Mobilität**



**Sonstiges**



Handlungen, die primär aus der Motivation heraus getätigt werden, das Klima zu schützen, werden insgesamt seltener durchgeführt als solche, bei denen verschiedene Verhaltensgründe zusammentreffen. Dennoch sind die Werte, die in Heidelberg bei solchen Fragestellungen erzielt werden, als überdurchschnittlich hoch zu betrachten. Beispielsweise werden Klimagase deutlich häufiger kompensiert, als im Bevölkerungsdurchschnitt: In Heidelberg nutzen 7 %, anstatt bundesweit 3 %, die Möglichkeit, die eigene Emissionsbilanz zu verbessern, indem Aufforstungsprojekte, Solarkocher in Afrika und Co. finanziell unterstützt werden.

Jeweils 6 % geben an, in einer lokalen Gruppe zum Klimaschutz aktiv zu sein oder eine lokale Gruppe bzw. Genossenschaft zum Klimaschutz finanziell zu unterstützen. Vor allem das aktive Engagement mag hier wohl etwas höher sein, als es der Realität entspricht. Zwar liegen keine offiziellen Zahlen vor, doch es ist davon auszugehen, dass die lokalen Gruppen zum Klimaschutz (u.a. Ökostadt, Heidelberger Energie-Genossenschaft, der Energie-Arbeitskreis des BUND, die Energie und Klima-Gruppe von Greenpeace Mannheim-Heidelberg, die Klimaschutzgruppe des NABU sowie die Klima-Aktions-Gruppe der Universität Heidelberg) wohl kaum von 6 % der Einwohnerinnen und Einwohner aktiv unterstützt werden.

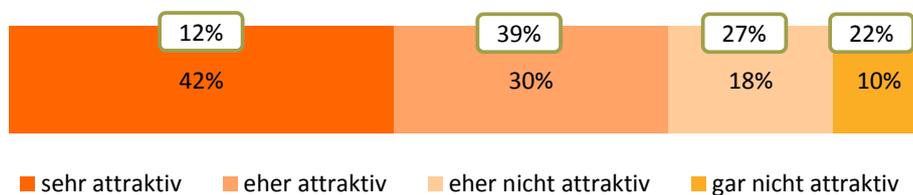
### Großes Interesse, Gegenstände auszuleihen anstatt zu besitzen

Da durch Herstellung und Entsorgung von Gebrauchsgütern Treibhausgase emittiert werden, ist es klimafreundlich, wenn Gegenstände des nicht alltäglichen Bedarfs gemeinschaftlich geteilt werden, anstatt, dass jeder sich die Produkte selbst anschafft. Es wurde gefragt, inwieweit solche Angebote attraktiv gefunden werden, bei denen man sich Gegenstände im Nahumfeld gegen eine Gebühr ausleihen kann, anstatt sie selbst zu erwerben. Praktisch kann dies beispielsweise bei elektrischen Haushaltsgeräten, Gartengeräten oder Renovierungsentensilien sein. Vier von zehn Heidelbergerinnen und Heidelberger finden solche Angebote sehr attraktiv, weitere 30 % eher attraktiv (vgl. Abbildung 41). Dass die Bereitschaft am Nutzen anstatt Besitzen sehr stark ausgeprägt ist, zeigt ein Vergleich mit der Umweltbewusstseinsstudie 2010 (UBA/BMU 2010: 51). Bundesweit sind es nur 12 % bzw. 39 %, welche hier Interesse signalisieren.

Frauen (50 %) finden es deutlich attraktiver als Männer (33 %), Gegenstände nur zu nutzen, anstatt sie zu besitzen. Wirft man einen Blick durch die Milieu-Brille, ist zu erkennen, dass das für Umweltthemen sehr sensibilisierte Milieu der Sozialökologischen (51 %) besonders stark daran interessiert ist, sich Gegenstände auszuleihen. Auch die Expeditiven schätzen solche Angebote, da diese ihnen ermöglichen, flexibel und spontan Dinge zu verwenden, ohne sich mit ihnen belasten zu müssen, beispielsweise durch Aufbewahrung und Wartung.

#### Abbildung 41: Nutzen statt besitzen

Frage: Wie attraktiv fänden Sie es, solche Gegenstände zu leihen oder gemeinschaftlich zu nutzen, statt diese zu kaufen oder selbst zu besitzen?



□ Vergleichswerte aus der Umweltbewusstseinsstudie 2010

## 6 Zusammenfassung

### Hohe Lebensqualität in Heidelberg

Zwei Drittel (67 %) der Heidelberger Bürgerinnen und Bürger fühlen sich in ihrer Stadt „sehr wohl“. Damit wird die Lebensqualität in Heidelberg 2012 besser beurteilt als in den Jahren zuvor (1997: 57 %; 2009: 60 %). Ältere Personen fühlen sich in Heidelberg tendenziell besser als jüngere Personen. Blicken die Heidelbergerinnen und Heidelberger eine Dekade zurück, sehen mehr als die Hälfte (58 %), dass sich die Lebensqualität im Vergleich zu damals in Heidelberg verbessert hat. Gleichzeitig wird optimistisch in die Zukunft geschaut: 62 Prozent gehen davon aus, dass sich die Lebensqualität in der nächsten Dekade verbessern wird.

### Verbundenheit mit Heidelberg ist stark ausgeprägt

Acht von zehn Heidelbergerinnen und Heidelberger fühlen sich mit ihrer Stadt sehr verbunden. Die Verbundenheit hat in den letzten Jahren stark zugenommen (1997: 66 %; 2009: 71 %).

### Zufriedenheit mit dem Oberbürgermeister bewegt sich auf hohem Niveau

Mehr als die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger beurteilt die Arbeit des Oberbürgermeisters Dr. Eckart Würzner eher gut. Wirft man einen Blick zurück, wird ersichtlich, dass sich die Zufriedenheit mit den Oberbürgermeistern in Heidelberg auf einem hohen Niveau bewegt: Stets zeigt sich mehr als jede/r Zweite/r mit der Arbeit des Oberbürgermeisters zufrieden.

### Verkehr wird spontan als größte Herausforderung Heidelbergs gesehen; mit der Vorgabe von Antworten werden Umweltschutz und Familienförderung als besonders wichtig erkannt

Fragt man offen, also ohne Antworten vorzugeben, nach den Herausforderungen Heidelbergs, werden mit großem Abstand am häufigsten der Verkehr allgemein (31 %) sowie weitere mit dem Thema Verkehr verbundene Aspekte genannt. Werden Antworten vorgegeben, sind den Einwohnerinnen und Einwohnern der Stadt besonders die Aufgaben Umweltschutz (63 %), Naturschutz (59 %), die Förderung von Familien (59 %) und Klimaschutz (57 %) wichtig.

### Vergleichsweise hoher Anteil von Fahrradfahrern

Mit einem Drittel (34 %) nutzt das Gros der Heidelbergerinnen und Heidelberger am häufigsten das Fahrrad, wenn sie in ihrer Stadt unterwegs sind. Jeweils fast drei von zehn Personen nutzen vor allem die öffentlichen Verkehrsmittel (29 %) oder das Auto (28 %). 7 Prozent können ihre alltäglichen Wege hauptsächlich zu Fuß erledigen.

Dass mehr für die Fahrradfahrer getan werden sollte, sehen 45 Prozent. Das Angebot von Bus, Bahn und Straßenbahn wird von einem Drittel (33 %) als unzureichend beurteilt. Auch ca. ein Drittel (35 %) der Heidelbergerinnen und Heidelberger ist der Meinung, es solle mehr für die Autofahrer getan werden.

Die ansässige Bevölkerung hat zudem großes Interesse daran, Autos auszuleihen anstatt selbst zu besitzen: Ein Fünftel findet Car-Sharing sehr attraktiv, ein weiteres Fünftel eher attraktiv.

### **Der Klimawandel wird als wichtiges Problem erkannt**

In Heidelberg wird der Klimawandel vom Gros der Bevölkerung (82 %) als wichtiges Problem für Deutschland eingeschätzt. Hauptargument für den Klimaschutz ist für die Einwohnerinnen und Einwohner die Sorge um die nächsten Generationen („stimme voll und ganz zu“: 82%, stimme eher zu: 15 %)

### **Ein konsequenter Umstieg auf erneuerbare Energien wird befürwortet**

Einen konsequenten Umstieg auf erneuerbare Energien befürworteten 63 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger voll und ganz. 30 Prozent sprechen den fossilen Energieträgern auch weiterhin eine wichtige Rolle bei der Energieversorgung zu, da der Ausbau der erneuerbaren Energien noch viel Zeit benötige. Gegenüber der Atomkraft bestehen sehr große Vorbehalte: Nicht einmal jede/r Zehnte befürwortet voll und ganz, dass Atomkraft weiterhin genutzt werden sollte.

### **Heidelberg soll Vorreiter im Klimaschutz sein – wird bisher jedoch nur im Mittelfeld wahrgenommen**

Nur ein Drittel der Bevölkerung sieht Heidelberg als Vorreiter in Sachen Klimaschutz. Die Erwartungen der lokalen Bevölkerung an ihre Stadt sind hingegen groß: 85 Prozent erwarten eine solche Vorreiterrolle Heidelbergs.

### **Klimaschutzbemühungen der Umweltverbände und der KliBA werden positiv bewertet**

Jeweils mehr als drei Viertel der Heidelbergerinnen und Heidelberger geben an, dass die lokalen Umwelt- und Naturschutzverbände und die KliBA sich bereits genug oder eher genug für den Klimaschutz engagieren. Mangelnden Einsatz attestieren hingegen über die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger den Dienstleistungsunternehmen wie Banken und Versicherungen, dem Einzelhandel, den Gastronomie- und Hotelbetrieben, dem produzierenden Gewerbe und den privaten Haushalten.

### **Klimaschutzmaßnahmen werden als sehr wichtig angesehen**

Sämtliche in dieser Studie abgefragten generellen Klimaschutzmaßnahmen (der Ausbau der erneuerbaren Energien in Heidelberg, Förderprogramme, ökologische Standards in der Stadtentwicklung, persönliche Beratung beim Klimaschutz, Informationen und Veranstaltungen, Internetseiten mit Tipps zum Klimaschutz) werden von mindestens 75 Prozent befürwortet. Die größte Relevanz hat für die Bevölkerung der Ausbau der erneuerbaren Energien: 93 Prozent finden diese Maßnahme (sehr) wichtig.

### **Hohe Bekanntheit lokaler Klimaschutzmaßnahmen bzw. Kampagnen**

Die Bahnstadt ist die bekannteste Heidelberger Klimaschutzmaßnahme: Sechs von zehn der Einwohnerinnen und Einwohner haben von dem Areal in Passivhausstandard gehört. Das Heidelberger Klimaschutzkonzept ist vier von zehn Personen (39 %) geläufig. Die klimapolitischen Ziele im Energiekonzept der Bundesregierung sind dagegen nur 6 Prozent der Heidelberger Bürgerinnen und Bürgern bekannt.

Das Heidelberger Energie-Berater-Netzwerk ist jeder/m dritten Heidelbergerin bzw. Heidelberger bekannt.

Vier von zehn der Bürgerinnen und Bürgern geben an, bereits vom Heidelberger CO<sub>2</sub>-Spiegel gehört zu haben. Dass Erdgas- und Elektromobilität von der Stadt Heidelberg gefördert wird, ist 37 % der Einwohnerinnen und Einwohnern bekannt. Drei von zehn Bürgerinnen und Bürgern haben von der Energie-Beratungs-Hotline gehört, ebenfalls drei von zehn kennen das Heidelberger Solardachkataster. Von den städtischen Klima-sucht-Schutz-Fahrrädern hat jede/r Vierte in Heidelberg bereits gehört, wovon 82 Prozent das Angebot wichtig finden und 7 Prozent es bereits genutzt haben. 8 % der Heidelbergerinnen und Heidelberger wissen über die ENGAGE Klimaschutz-Foto-Kampagne ([www.citiesengage.eu](http://www.citiesengage.eu)) Bescheid und ebenso viele kennen das Netzwerk „Nachhaltiges Wirtschaften für kleine und mittelständische Unternehmen in Heidelberg“.

### **Der Einfluss des Einzelnen auf den Klimaschutz wird gesehen; große Zahlungsbereitschaft des Einzelnen für den Klimaschutz**

Fast alle Bürgerinnen und Bürger Heidelbergs (93 %) sind der Meinung, dass der Einzelne durch ein umweltbewusstes Alltagsverhalten wesentlich zum Klimaschutz beitragen kann. Acht von zehn (79%) geben an, bereit zu sein, Mehrkosten für klimafreundliche Produkte in Kauf zu nehmen. 59 Prozent hätten gerne mehr Informationen, wie sie im Alltag das Klima besser schützen können. Allerdings kommen für 51 Prozent klimaschonende Verhaltensweisen vor allem dann in Frage, wenn man dadurch Geld sparen kann. 42 Prozent geben zudem an, dass sie ihre Bequemlichkeit manchmal daran hindert, sich klimafreundlich zu verhalten.

### **Bewusster Umgang mit Energie ist weit verbreitet**

Vor allem der sparsame Umgang mit Energie, wie z. B. im Winter bewusst zu heizen und zu lüften (93 %) sowie energieeffiziente Geräte zu kaufen (77 %) ist in Heidelberg weit verbreitet. 37 Prozent geben sogar an, Ökostrom zu beziehen. Die Heidelbergerinnen und Heidelberger ernähren sich klimafreundlich: 74 % konsumieren zumindest hin- und wieder regional produzierte und biologisch angebaute Lebensmittel, ein Drittel wenig bzw. kein Fleisch. Sieben von zehn der Bürgerinnen und Bürger geben an, das Auto auch mal stehen zu lassen und auf öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad umzusteigen. 42 % Heidelbergerinnen und Heidelberger finden Angebote, bei denen man sich Gegenstände im Nahumfeld gegen eine Gebühr ausleihen kann, anstatt sie selbst zu erwerben, sehr attraktiv, weitere 30 Prozent eher attraktiv.

## 7 Anhang

### 7.1 Literaturverzeichnis

Bundesamt für Naturschutz (BfN)/ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (2012): Nuturbewusstsein in Deutschland 2011/12. Bonn.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (2011): Kommunalen Klimaschutz. Möglichkeiten für die Kommunen. Berlin.

IFAK Institut (2012): Umfrage einlässlich des Tags der Marktforschung am 16. Juni 2012, im Auftrag der Initiative Markt- und Sozialforschung.

Online: [www.ifak.com/news/aktuelles/artikel/details/wohlfoehlen-in-wiesbaden/](http://www.ifak.com/news/aktuelles/artikel/details/wohlfoehlen-in-wiesbaden/) (Zugriff: 15.08.2012).

IPCC (2007): Climate Change 2007: Synthesis Report, Contribution of Working Groups I, II and III to the Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, Genf.

Stadt Leipzig, Amt für Statistik und Wahlen (2011): Kommunale Bürgerumfrage 2011.

Stadt Heidelberg (2012): Konversion in Heidelberg – den Wandel gestalten, Homepage.

Online:

[www.heidelberg.de/servlet/PB/menu/1210225\\_11/index.html?QUERYSTRING=konversion](http://www.heidelberg.de/servlet/PB/menu/1210225_11/index.html?QUERYSTRING=konversion) (Zugriff: 15.08.2012).

Umweltbundesamt (UBA)/Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)(2010): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Dessau.

Umweltbundesamt (UBA) (2012): CO<sub>2</sub>-Recher,

Online: [http://www.uba.klimaktiv-co2-rechner.de/de\\_DE/popup](http://www.uba.klimaktiv-co2-rechner.de/de_DE/popup) (Zugriff: 15.08.2012).

**7.2 Grundauszählung**

Alle Angaben sind in Prozent (zum Teil wurde auf 100 auf- bzw. abgerundet).

**A) Wohnort Heidelberg**

1. Haben Sie in Heidelberg Ihren Wohnsitz

1 Ja	97
2 Nein	3

Filter: Falls nein:

2. Haben Sie in Heidelberg Ihren Zweitwohnsitz?

1 Ja	100
2 Nein	0

Basis: 26 Fälle (Filter beendet)

3. In welchem Stadtteil von Heidelberg wohnen Sie?

1 Altstadt	6
2 Bahnstadt	0
3 Bergheim	4
4 Boxberg	3
5 Emmertsgrund	4
6 Handschuhsheim	14
7 Kirchheim	13
8 Neuenheim	9
9 Pfaffengrund	7
10 Rohrbach	13
11 Schlierbach	2
12 Südstadt	4
13 Weststadt	7
14 Wieblingen	6
15 Ziegelhausen	8
16 Weiß nicht	0

## 4. Seit wann wohnen Sie in Heidelberg?

1	Bis 10 Jahre	32
2	11 bis 20 Jahre	19
3	21 bis 30 Jahre	15
4	31 bis 50 Jahre	20
5	Über 50 Jahre	14
6	Keine Angabe	0

**B) Heidelberg: Politische Aufgaben und Lebensqualität**5. Was ist Ihrer Meinung nach zurzeit das wichtigste Problem hier in Heidelberg?  
(Offene Abfrage; Mehrfachnennung möglich)

1	Verkehr allgemein	31
2	Öffentlicher Nahverkehr	19
3	Mieten/Wohnungsmarkt	14
4	kein Problem	13
5	Sonstiges Problem	12
6	Fahrradwege	10
7	Ampelschaltungen	9
8	Parkplatzprobleme	9
9	Baustellen	6
10	Verschmutzung der Stadt	4
11	Kindergartenplätze	3
12	Ausbildung/Bildung/Schule/Universität	3
13	Neckarufertunnel	3
14	Staus	3
15	Einkaufsmöglichkeiten	3
16	Ruhe und Ordnung/Kriminalität	3
17	Lärm	3
18	Parteien/Politikverdruss/Politik allgemein	3
19	Langsame Entscheidungsprozesse der Stadt	3
20	Zustand der Straßen	3
21	Umnutzung der Konversionsflächen	3
22	Lebenshaltungskosten/Inflation/Preise	2
23	Kindertagesstätten	2
24	Familie/Jugend	2
25	Geschäftsstruktur/Rückgang Einzelhandel	2
26	Kultur(-politik)	2
27	Kongresshaus Stadthalle/Kongresszentrum	2
28	Zu viel Autoverkehr	2
29	Radfahrer sind rücksichtslos/ignorieren Verkehrsregeln	2
30	Geplante Straßenbahnführung	2

31 Zu wenige Grünflächen/Freiflächen	2
32 Arbeitslosigkeit/Arbeitsplätze, Ausbildungsplätze	1
33 Kürzungen von Sozialleistungen	1
34 verweigert/keine Angabe	1
35 Ausländer	1
36 Müll	1
37 Umweltschutz allgemein/Kernenergie	1
38 Verschuldung/Finanzlage Heidelbergs	1
39 Wirtschaftsaufschwung/-lage	1
40 Tourismus	1
41 Bahnstadt	1
42 Stadt/Straßen zu eng gebaut	1
43 Innenstadtverschönerung/-sanierung	1
44 Öffentliche Verkehrsmittel sind zu teuer	1
45 Stadtentwicklung/Stadteilerweiterung	1
46 Wenige Freizeitangebote für Jugendliche/kein Jugendzentrum	1
47 Polizeireform/Verlust der Polizeidirektion	1
48 Behindertenunfreundlicher Städtebau	1
49 Bürger haben zu wenig Mitspracherecht	1

6. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aufgaben für die Stadt Heidelberg?  
Sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Weniger wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht/keine Angabe
1 Klimaschutz	57	32	9	2	0
2 Familienförderung	59	29	9	2	1
3 Wirtschaftsförderung	38	44	16	1	1
4 Umweltschutz	63	30	6	1	0
5 Naturschutz	59	33	7	1	0
6 Wohnungsbau	36	32	26	5	1

7. Eckart Würzner ist seit 2006 Oberbürgermeister in Heidelberg.  
Hat er Ihrer Meinung nach seine Sache...

1 Eher gut gemacht?	54
2 Eher schlecht gemacht?	24
3 Weiß nicht/keine Angabe	22

## 8. Fühlen Sie sich Heidelberg ...

1 Stark verbunden?	80
2 Weniger stark verbunden?	18
3 Überhaupt nicht verbunden?	2
4 Weiß nicht/keine Angabe	0

## 9. Fühlen Sie sich in Heidelberg...

1 Sehr wohl?	67
2 Eher Wohl?	29
3 Eher nicht wohl?	3
4 Überhaupt nicht wohl?	1
5 Weiß nicht/keine Angabe	0

Filter: Falls Person länger als 10 Jahre in Heidelberg wohnt (Frage 4 = < 2002):

10. Wie, denken Sie, hat sich Heidelberg in den letzten zehn Jahren entwickelt?  
Hat sich die Lebensqualität in Heidelberg im Vergleich zu vor zehn Jahren ...

1 Eher verbessert?	58
2 Eher verschlechtert?	29
3 Weiß nicht/keine Angabe	13

Basis: 756 Fälle (Filter beendet)

11. Wie, denken Sie, wird sich Heidelberg in den nächsten zehn Jahren entwickeln?  
Wird Heidelberg dann im Vergleich zu heute...

1 Eher mehr Lebensqualität bieten?	62
2 Eher weniger Lebensqualität bieten?	27
3 Weiß nicht/keine Angabe	11

**C) Mobilität**

## 12. Wenn Sie hier in Heidelberg unterwegs sind, benutzen Sie da hauptsächlich ...

1 Das Auto?	28
2 Das Fahrrad?	34
3 Die öffentlichen Verkehrsmittel?	29
4 Motorrad, Moped, Mofa?	2
5 Gehen Sie hauptsächlich zu Fuß?	7
6 Weiß nicht/keine Angabe	0

## 13. Sollte für Radfahrer in Heidelberg...

1	Mehr getan werden?	45
2	Sollte es so bleiben, wie es ist?	41
3	Wird für Radfahrer zu viel getan?	12
4	Weiß nicht	2
5	Keine Angabe	0

## 14. Sollte für Autofahrer in Heidelberg...

1	Mehr getan werden?	35
2	Sollte es so bleiben, wie es ist?	52
3	Wird für Autofahrer zu viel getan?	10
4	Weiß nicht	3
5	Keine Angabe	0

## 15. Und wie ist es mit dem Angebot im öffentlichen Nahverkehr?

Ist das Angebot...

1	Ausreichend?	63
2	Nicht Ausreichend?	33
3	Weiß nicht	4

## 16. Car-Sharing bezeichnet das geplante, gemeinschaftliche Teilen eines Autos. Wie attraktiv schätzen Sie solche Angebote für sich selber ein? Finden Sie diese...

1	Sehr attraktiv?	18
2	Eher attraktiv?	21
3	Eher nicht attraktiv?	19
4	Gar nicht attraktiv?	29
5	Fahre kein Auto	12
6	Weiß nicht/keine Angabe	1

**D) Einstellungen zum Klimaschutz**

## 17. Kennen Sie das Ziel des Energiekonzeptes der Bundesregierung? Um wie viel Prozent sollen die Treibhausgasemissionen in Deutschland im Vergleich zum Jahr 1990 bis zum Jahre 2050 gesenkt werden?

1	Bis zu 30 %	46
2	Bis zu 50 %	34
3	Bis zu 95 %	6
4	Weiß nicht/keine Angabe	14

## 18. a) Ist der Klimawandel Ihrer Ansicht nach ein wichtiges Problem für Deutschland?

1 Eher ja	82
2 Eher nein	18
3 Weiß nicht/keine Angabe	0

b) Können wir in Deutschland die Probleme, die durch den Klimawandel verursacht werden, bewältigen?

1 Eher ja	54
2 Eher nein	44
3 Weiß nicht/keine Angabe	2

19. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie ihr voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen.

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht/keine Angabe
1 Wir brauchen einen konsequenten Umstieg auf erneuerbare Energien	63	27	9	1	0
2 Wir sollten das Klima schützen, weil wir für die Umstände verantwortlich sind, unter denen unsere Kinder und Kindeskindern leben müssen	82	15	2	1	0
3 Klimaschutz fördert das Wirtschaftswachstum	33	44	17	3	3
4 Wir sollten die Atomkraft weiterhin nutzen	9	15	32	43	1
5 Kohle, Gas und Öl werden auch weiterhin eine wichtige Rolle bei der Energieversorgung spielen, da der Ausbau der erneuerbaren Energien viel Zeit benötigt	30	45	19	5	1

**E) Akteure des Klimaschutzes**

20. Wird von den folgenden Akteuren genug für den Klimaschutz getan? Sie können jeweils antworten mit genug, eher genug, eher nicht genug oder nicht genug.

	Genug	Eher genug	Eher nicht genug	Nicht genug	Weiß nicht/ keine Angabe
1 EU	9	19	47	20	5
2 Bundesregierung	11	28	42	17	2
3 Städte und Gemeinden in Deutschland	12	38	37	10	3
4 Bürgerinnen und Bürger in Deutschland	9	23	50	17	1
5 Industrie und Gewerbe in Deutschland	8	15	46	29	2

21. Wie schätzen Sie die Rolle von Heidelberg in Sachen Klimaschutz verglichen mit anderen Städten in Deutschland ein? Heidelberg...

1 Übernimmt eine Vorreiterrolle	32
2 Bewegt sich im Mittelfeld	59
3 Ist eher Schlusslicht	4
4 Weiß nicht/keine Angabe	5

22. Befürworten Sie, dass Heidelberg eine Vorreiterrolle in Sachen Klimaschutz übernimmt?

1 Ja	85
2 Nein	13
3 Weiß nicht/keine Angabe	2

23. Im Folgenden geht es um den Klimaschutz in Heidelberg. Ich nenne Ihnen einige Institutionen, die sich mit dem Klimaschutz in Heidelberg befassen.

a) Bitte sagen Sie mir, ob Ihnen bekannt ist, was die Institution bzw. der Akteur für den Klimaschutz unternimmt.

	Ja, bekannt	Nein, nicht bekannt	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Stadtverwaltung	48	51	1
2 Stadtwerke Heidelberg	72	27	1
3 KliBA - Klimaschutz- und Energie- Beratungsagentur Heidelberg-Nachbargemeinden	30	67	3
4 Lokale Umwelt- und Naturschutzverbände, z.B. BUND, Greenpeace	70	28	2
5 Universität	48	50	2
6 Wohnungsbaugesellschaften	46	52	2
7 Handwerk	24	73	3
8 Einzelhandel	15	83	2
9 Produzierendes Gewerbe	23	73	4
10 Öffentliche Verkehrsunternehmen, RNV/HSB	48	50	2
11 Gastronomie und Hotels	17	80	3
12 Private Haushalte	54	44	2
13 Sonstige Dienstleister, z.B. Banken und Versicherungen	14	84	3

Falls jeweilige Institution bekannt:

- b) Wie bewerten Sie den Einsatz der Institution bzw. des Akteurs für den Klimaschutz in Heidelberg? Macht sie bzw. er genug, eher genug, eher nicht genug oder nicht genug?

	Genug	Eher genug	Eher nicht genug	Nicht genug	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Stadtverwaltung (N=498 Fälle)	24	39	26	4	7
2 Stadtwerke Heidelberg (N=748 Fälle)	29	40	24	4	3
3 KliBA - Klimaschutz- und Energie-Beratungsagentur Heidelberg-Nachbargemeinden (N=311 Fälle)	42	35	12	5	6
4 Lokale Umwelt- und Naturschutzverbände, z.B. BUND, Greenpeace (N=728 Fälle)	47	36	12	2	3
5 Universität (N=499 Fälle)	26	41	22	5	6
6 Wohnungsbaugesellschaften (N=479 Fälle)	21	39	29	6	5
7 Handwerk (N=253 Fälle)	28	30	34	4	4
8 Einzelhandel (N=159 Fälle)	20	21	40	11	8
9 Produzierendes Gewerbe (N=244 Fälle)	15	28	40	11	6
10 Öffentliche Verkehrsunternehmen, RNV/HSB (N=501 Fälle)	23	41	26	5	5
11 Gastronomie und Hotels (N=175 Fälle)	17	30	38	10	5
12 Private Haushalte (N=566 Fälle)	13	28	47	10	2
13 Sonstige Dienstleister, z.B. Banken und Versicherungen (N=143 Fälle)	21	27	36	9	7

24. Nun möchten wir Sie bitten, die folgenden Maßnahmen für den Klimaschutz zu bewerten. Schätzen Sie diese als sehr wichtig, eher wichtig, weniger wichtig oder überhaupt nicht wichtig ein?

	Sehr wichtig	Eher wichtig	Weniger wichtig	Überhaupt nicht wichtig	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Informationen und Veranstaltungen	39	45	13	2	1
2 Förderprogramme	55	37	6	1	1
3 Ökologische Standards in der Stadtentwicklung	51	38	8	1	2
4 Ausbau der erneuerbaren Energien in Heidelberg	65	28	4	2	1
5 Persönliche Beratung beim Klimaschutz	43	37	15	4	1
6 Internetseiten mit Tipps zum Klimaschutz	38	37	18	5	2

25. Und haben Sie von den folgenden Maßnahmen bzw. Kampagnen in Heidelberg bereits gehört?

	Ja, schon gehört	Nein	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Kampagne „Klima-sucht-Schutz in Heidelberg - auch bei dir“	20	80	0
2 Heidelberger Energieberater-Netzwerk	32	68	0
3 Heidelberger Klimaschutzkonzept	39	61	0
4 Energiekonzept der Bahnstadt	60	40	0
5 E-Teams - Klimaschutzprojekt an Schulen	22	78	0

26. a) Kennen Sie die folgenden Maßnahmen bzw. Kampagnen?

	Ja, kenne ich	Nein	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Energie-Beratungs-Hotline	31	69	0
2 Die städtischen Klima-sucht-Schutz-Fahrräder	25	75	0
3 Heidelberger CO <sub>2</sub> -Spiegel	42	58	0
4 Förderung von Erdgas und Elektromobilität	37	63	0
5 Foto-Kampagne der Heidelberger Klimaschutz (ENGAGE-Projekt)	8	92	0
6 Das Netzwerk „Nachhaltiges Wirtschaften für kleine und mittel-ständische Unternehmen in Heidelberg“	8	92	0
7 Solardachkataster	31	69	0

Falls jeweiliges Item bekannt:

b) Finden Sie diese wichtig?

	Ja, finde ich wichtig	Nein	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Energie-Beratungs-Hotline (N=327 Fälle)	92	7	1
2 Die städtischen Klima-sucht-Schutz-Fahrräder (N=263 Fälle)	82	17	1
3 Heidelberger CO <sub>2</sub> -Spiegel (N= 432 Fälle)	86	13	1
4 Förderung von Erdgas und Elektromobilität (N=383 Fälle)	89	10	1
5 Foto-Kampagne der Heidelberger Klimaschutz (ENGAGE-Projekt) (N=85 Fälle)	69	27	4
6 Das Netzwerk „Nachhaltiges Wirtschaften für kleine und mittel-ständische Unternehmen in Heidelberg“ (N=86 Fälle)	89	6	5
7 Solardachkataster (N=318 Fälle)	91	7	2

Falls jeweiliges Item bekannt:

c) Und Haben Sie diese bereits genutzt oder haben Sie da mitgemacht?

	Ja, bereits genutzt/ mitgemacht	Nein	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Energie-Beratungs-Hotline (N=327 Fälle)	19	81	0
2 Die städtischen Klima-sucht-Schutz-Fahrräder (N=263 Fälle)	7	93	0
3 Heidelberger CO <sub>2</sub> -Spiegel (N= 432 Fälle)	23	77	0
4 Förderung von Erdgas und Elektromobilität (N=383 Fälle)	11	89	0
5 Foto-Kampagne der Heidelberger Klimaschutzler (ENGAGE-Projekt) (N=85 Fälle)	9	90	1
6 Das Netzwerk „Nachhaltiges Wirtschaften für kleine und mittel-ständische Unternehmen in Heidelberg“ (N=86 Fälle)	7	93	0
7 Solardachkataster (N=318 Fälle)	22	78	0

## F) Engagement

27. Im Folgenden haben wir einige Aussagen zum Alltagshandeln zusammengestellt. Bitte sagen Sie für jede dieser Aussagen, ob Sie ihr voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen.

	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Weiß nicht/ keine Angabe
1 Ich hätte gerne mehr Informationen, wie ich im Alltag das Klima schützen kann	27	32	27	14	0
2 Ich bin bereit, höhere Preise für Produkte zu bezahlen, die weniger klimabelastend sind	37	42	16	5	0
3 Wenn man sich klimafreundlich verhalten möchte, kostet das meistens mehr Geld	31	32	26	11	0
4 Für mich kommen klimafreundliche Verhaltensweisen vor allem dann in Frage, wenn ich dadurch Geld sparen kann	28	23	29	19	1
5 Manchmal nervt mich der Klimaschutz	11	18	27	44	0
6 Meine Bequemlichkeit hindert mich häufig daran, mehr für den Klimaschutz zu tun	15	27	34	24	0

7	Die Bürgerinnen und Bürger können durch ein umweltbewusstes Alltagsverhalten wesentlich zum Klimaschutz beitragen	62	31	5	2	0
8	Der Einzelne hat kaum einen Einfluss auf den Klimaschutz, wenn man bedenkt, wie viel CO <sub>2</sub> die USA und China ausstoßen	25	19	26	29	1

28. Es werden viele Maßnahmen zum Klimaschutz im Haushalt diskutiert. Bitte sagen Sie mir für jede der folgenden Maßnahmen, (a) ob Sie sie bereits machen, oder (b) künftig machen werden, oder (c) ob Sie sich das evtl. vorstellen könnten, oder (d) ob Sie das ablehnen, oder (e) ob es Sie nicht betrifft bzw. ob Sie darauf keinen Einfluss haben.

	Mache ich bereits	Werde ich künftig machen	Könnte ich mir evtl. vorstellen	Lehne ich ab	Betrifft mich nicht	Weiß nicht/keine Angabe	
<b>Wohnen</b>							
1	Kauf energieeffizienter Geräte	77	10	9	1	3	0
2	Bessere Dämmung der der Gebäudehülle als die gesetzliche Vorschrift	25	10	15	4	45	1
3	Im Winter bewusst heizen und lüften	93	3	3	1	0	0
4	Bezug von Ökostrom	37	7	33	9	12	2
<b>Ernährung</b>							
5	Wenig/keine tierische(n) Produkte konsumieren (Fleisch, Käse etc.)	33	2	18	42	4	1
6	Konsum regionaler Produkte und von Bio-Lebensmitteln	74	5	12	7	2	0
<b>Mobilität</b>							
7	Das Auto stehen lassen und mit Bahn oder Fahrrad fahren	73	3	9	8	6	1
8	Wenige/keine Flugreisen	52	3	13	23	8	1
<b>Sonstiges</b>							
9	Freiwillige finanzielle Ausgleichszahlungen leisten für die selbst verursachten Klimagase, z. B. im Verkehr	7	4	29	45	12	3

10 Geldanlagen in erneuerbaren Energien, z.B. Anteile an Anlagen, Fonds	10	6	43	26	14	1
11 Fördermitglied einer lokalen Gruppe zum Klimaschutz sein bzw. Beteiligung an einer lokalen Genossenschaft zum Klimaschutz, z.B. ADFC, Ökostadt Rhein-Neckar e.V., Heidelberger Energiegenossenschaft	6	1	43	39	10	1
12 Aktives Engagement in einer lokalen Gruppe zum Klimaschutz, z.B. BUND, Klima-Aktions-Gruppe Heidelberg, Greenpeace	6	2	34	46	12	0

29. Angenommen in Ihrem näheren Wohnumfeld gäbe es die Möglichkeit, Gegenstände, die Sie in Ihrem Alltag nicht ständig brauchen, z.B. elektrische Haushaltsgeräte, Gartengeräte oder Renovierungstools, gegen Gebühr zu leihen. Wie attraktiv fänden Sie es, solche Gegenstände zu leihen oder gemeinschaftlich zu nutzen, statt diese zu kaufen oder selbst zu besitzen?

1 Sehr attraktiv	42
2 Eher attraktiv	30
3 Eher nicht attraktiv	18
4 Gar nicht attraktiv	10
5 Weiß nicht/keine Angabe	0





*... auch bei dir!*



The sole responsibility for the content of this publication lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union. Neither the EACI nor the European Commission are responsible for any use that may be made of the information contained therein.

