

Erfolgsfaktoren zur Etablierung & Verbreitung von Nachhaltigkeitsinitiativen

Wie können sich Nachhaltigkeitsinitiativen und -projekte aus der Zivilgesellschaft erfolgreich etablieren und weiter verbreiten? Dazu liefern einige aktuelle Studien wertvolle Anhaltspunkte. Grundlage der folgenden Ausführungen ist besonders die Studie „Die Energiewende als Bottom-Up-Innovation – Wie Pionierprojekte das Energiesystem verändern“ von Martin David und Sophia Schönborn. Anhand von drei Fallstudien zu Pionierprojekten werden dort 10 Erfolgsfaktoren für den Wandel herausgearbeitet und in drei große Kategorien eingeteilt (Personengebundene, innovationsspezifische und externe Faktoren). Anschließend finden sich Erfahrungen aus Baden-Württemberg.

Personenbezogene Faktoren und „Change Agents“

1. Kommunikative Persönlichkeiten überzeugen andere und scharen feste Kernteam um sich.
2. Man genießt Vertrauen nach innen/ außen und ist glaubwürdig auch als „vorgelebtes Beispiel“.
3. Man besitzt eine ausgeprägte Beharrlichkeit und Optimismus, auch bei Rückschlägen „bleibt man dran“. Dazu gehört auch sich auf andere einzustellen, zuzuhören und Kompromisse einzugehen.

Auf die Rolle(n) dieser „Change Agents“ als treibender Kraft des Wandels geht Kora Kristof in „Wege zum Wandel – Wie wir gesellschaftliche Veränderungen erfolgreicher gestalten können“ ein: „die Change Agents müssen wissen, wo sie warum hin wollen, sie müssen Spaß am Verändern haben, den Kontakt mit anderen Menschen gut und gerne gestalten, Wirkung entfalten können und das notwendige Fach- und Prozesswissen mitbringen“ (S.111).

Innovationsbezogene Faktoren

4. Besonders wichtig sind Vorzeigeprojekte und gute Beispiele des Gelingens, die die Praktikabilität und den Nutzen veranschaulichen.
5. Das Erlernen von Fachkenntnissen führt zur Professionalisierung. Diese ist Mittel zum Zweck und bedeutet nicht Kommerzialisierung.
6. Netzwerkverbindungen tragen intensiv zur Verbreitung von Projekten bei. „Die Basis der Initiativen bildeten zunächst die meist freundschaftlich entstandenen Pioniernetzwerke (...), für die Initiativen hatte die Netzwerkbildung vorerst das Ziel, externe Kompetenzen einzuholen sowie eine wichtige Multiplikatorenfunktion. (...) Kontakte knüpften sich insbesondere auf öffentlichen Veranstaltungen der Initiativen.“ (David/Schönborn, S.89).
7. Beteiligungsmöglichkeiten und Offenheit sind zentrale Erfolgsfaktoren und wichtige Voraussetzungen für neue Netzwerke und Kooperationen.

Externe Faktoren

8. Fördernde gesetzliche und politische Rahmenbedingungen sind nur eine hinreichende Bedingung, wichtig ist der soziale Kontext durch ein geändertes gesellschaftliches Bewusstsein. Klaus Fichter und Jens Clausen weisen in „Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen“ auf nachfrageorientierte Instrumente wie z.B. eine nachhaltige öffentliche Beschaffung hin. Sie kann zum „Leitkunden werden und eine wichtige Pionierfunktion im Markt übernehmen. Diese Rolle sollte gezielt zur Durchsetzung und Verbreitung von Nachhaltigkeitsinnovationen genutzt werden“ (S. 327). Einrichtungen mit hoher Sichtbarkeit z.B. Schulen haben dabei eine hohe Signalwirkung.
9. Politische Entscheidungsträger bilden in der Untersuchung von David/Schönborn zwei Seiten einer Medaille. Sie sind zunächst Hindernis und später Erfolgsfaktor: „In vielen Situationen spielen für die Initiativen letztlich weniger Strukturen und Anreize, sondern „Köpfe“, also Einzelpersonen eine bedeutende Rolle. Politische Akteure sind Fürsprecher für das Projekt (z.B. vor einem Gemeinderat) fungieren teilweise als Kooperationspartner und sind als Meinungsführer wichtige Motoren“(S.104).

10. Externe Ereignisse, z.B. Katastrophen wie in Fukushima können Initiativimpuls oder starker Diffusionsfaktor sein, sind aber auch in Untersuchungen aufgrund ihrer Seltenheit kaum vergleichend erfassbar.

Mögliche Verbreitung durch RENN.süd und Erfahrungen aus Baden-Württemberg

RENN.süd kann drei zentrale Erfolgsfaktoren unterstützen: das Verbreiten guter Beispiele, den Aufbau von Netzwerkverbindungen und die Förderung einer nachhaltigen kommunalen Beschaffung sowie anderer Unterstützung durch die Kommune, die David/Schönborn so nicht erwähnen, allerdings dafür in einem eigenen Kapitel „Die Kraft lokaler Kulturen“ hervorheben.

Zur Unterstützung von Nachhaltigkeits-Initiativen liegen aus Baden-Württemberg Erfahrungen vor:

- Alle 12 (kleineren!) Kommunen in Baden-Württemberg und Bayern förderten in einer Untersuchung Bürgerarbeitskreise durch Bereitstellung von Räumlichkeiten und Gemeinmedien. Drei Viertel stellten öffentliche Dächer für Bürgersolaranlagen bereit und gaben finanzielle Unterstützung. In jede zweiten nahmen Fachleute der Verwaltung an den Arbeitskreisen teil. Bei einer Untersuchung von 120 ehrenamtlichen Energieinitiativen gab es bei 68% einen Ansprechpartner in der Verwaltung, bei 58% stellte die Kommune kostenlose Räumlichkeiten bereit, 53% erhielten Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit durch Gemeindeblatt /-homepage und 52% bekamen öffentliche Dächer für Bürgerenergieanlagen.
- Aus einzelnen Pionieren wie dem Agenda-Kaffee „Friederico“ wurden in den letzten 15 Jahren landesweit inzwischen über 100 ökofaire Städte,- Partnerschafts- und Agenda-Kaffees als oft gemeinsame und „eigene“ kommunale Produkte von Weltläden und Kommunen. Zentrale Mittel auf Landesebene waren Veranstaltungen, Leitfäden und Kooperationen, z.B. vom Dachverband Entwicklungspolitik DEAB und Landes-Agenda-Büro.
- Auch Bürgerenergiegenossenschaften wuchsen rasant an: aus einigen Pionieren waren 10 Jahre später über 150 geworden. Landes-Agenda-Büro, Umweltministerium und Genossenschaftsverband luden die ersten Pioniere zum intensiven Erfahrungsaustausch in einem gut vor- und nachbereiteten „Expertenworkshop“. Die dortigen Erkenntnisse wurden durch Beratung, regionale Workshops und Leitfäden (mit guten Beispielen!) gemeinsam weitervermittelt. Es entstand das Landesnetzwerk Ehrenamtlicher Energie-Initiativen – LEE. Aus einem ersten LEE-Workshop 2009 mit einer Erhebung zu Initiativen und Schwerpunkten, zu dem einige Pioniere, Verbände und das Landes-Agenda-Büro einluden, ist inzwischen ein festes halbjährliches Treffen zum Erfahrungsaustausch geworden, das 2017 zum 17. Mal stattfand.

Diese Mittel zur Verbreitung wie gemeinsame Workshops, Leitfäden und Netzwerkbildungen können auch in anderen Themen durch RENN.süd mit den Initiativen entsprechend eingesetzt werden.

Erwähnte und verwendete Studien

- Martin David, Sophia Schönborn: „Die Energiewende als Bottom-Up-Innovation – Wie Pionierprojekte das Energiesystem verändern“, München 2016 (ökom-Verlag)
- Kora Kristof: „Wege zum Wandel – Wie wir gesellschaftliche Veränderungen erfolgreicher gestalten können“. München 2010 (ökom-Verlag)
- Klaus Fichter, Jens Clausen: „Erfolg und Scheitern „grüner“ Innovationen – Warum einige Nachhaltigkeitsinnovationen am Markt erfolgreich sind und andere nicht. Marburg 2013 (Metropolis-Verlag)
- UBA Texte 86/2015: „Von der Nische in den Mainstream – Wie gute Beispiele nachhaltigen Handelns in einer breiten gesellschaftlichen Kontext verankert werden können“ (Download: <http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/von-der-nische-in-den-mainstream>)