

REDUZIEREN, KOMPENSIEREN, ENGAGIEREN

Report über wirkungsvollen
zivilgesellschaftlichen Klimaschutz



EDITORIAL

Hungersnöte. Dürrewellen. Ganze Inseln, die im Meer versinken. Angesichts der überwältigenden globalen Bedrohung, die mit der Erderwärmung einhergeht, fühlt man sich als Einzelperson oftmals wie das Kaninchen vor der Schlange – völlig gelähmt. Was kann einer alleine schon ausrichten? Zu groß ist der Ausstoß von Treibhausgasen durch die Industrie, zu zurückhaltend verabschiedet die Politik notwendige Richtlinien.

Bei unserer Analyse haben wir Organisationen kennengelernt, die solche Gedanken nicht davon abhalten, sich für das Klima zu engagieren. Sie nähern sich dem Thema auf unterschiedlichste Weise: Einige Organisationen beraten sozial schwache Haushalte und landwirtschaftliche Betriebe, andere sensibilisieren Kinder und Jugendliche für klimafreundliches Verhalten oder kooperieren mit Wirtschaftsunternehmen. Wir trafen auf ein sehr breites Engagementfeld, in dem sowohl „alte Tanker“ als auch Start-ups arbeiten und in dem Klimaschutz oftmals in Kombination mit anderen Themen auftritt. Mal ist er an Bildungsprojekte angedockt, mal an Angebote im Bereich Ernährung oder Mobilität. Die Krux: Aufgrund dieser Diversität erkennt man Klimaschutzprojekte nicht immer auf den ersten Blick. Es zeigt aber auch, wie vielseitig die Herangehensweisen an die

Herausforderung Klimawandel sein können und auch sein müssen.

Mit diesem Report möchten wir die Akteure vorstellen, die sich den Herausforderungen des Klimaschutzes stellen, und wir möchten darlegen, wie gemeinnützige Arbeit das Klima wirkungsvoll schützen kann. Wir zeigen auf, wie Soziale Investoren die gemeinnützige Projektarbeit unterstützen können und was sie dabei beachten sollten. Und wir empfehlen elf Projekte, die herausragende Arbeit für den Klimaschutz leisten. Natürlich kann nicht ein Projekt allein die Lösung darstellen. Klimaschutz ist eine so große Aufgabe, dass Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gemeinsam an einer Lösung arbeiten müssen, denn: Klimaschutz geht uns alle an.

Kerstin Albrecht

Zoë Felder

Jonathan Przybylski



Kerstin Albrecht



Zoë Felder



Jonathan Przybylski

Wir drei sind verantwortlich für den Themenreport Klimaschutz und die Analyse der gemeinnützigen Organisationen im Engagementfeld. Die Soziologin Kerstin Albrecht ist seit 2012 bei PHINEO und arbeitet schwerpunktmäßig zu wirkungsorientierter Steuerung von Non-Profit-Organisationen. Zoë Felder hat Politikwissenschaft studiert und ist seit 2012 im PHINEO-Team. Ihr Schwerpunkt liegt auf dem Thema Transparenz im Dritten Sektor. Der Politologe Jonathan Przybylski ist seit der Gründung 2010 bei PHINEO. Er arbeitet unter anderem zu Corporate-Citizenship-Themen.

FÖRDERPARTNER DES REPORTS

STIFTUNG MERCATOR

Die Stiftung Mercator ist eine der großen privaten Stiftungen in Deutschland. Sie verfolgt klar definierte reformerische Ziele in ihren Themenclustern Integration, Klimawandel und Kulturelle Bildung, die sie mit einer Kombination aus gesellschaftspolitischer Themenanwaltschaft im Sinne von „advocacy“ und praktischer Arbeit erreichen will. In ihren Kompetenzzentren Wissenschaft, Bildung und Internationale Verständigung ist die Stiftung Mercator sowohl operativ als auch fördernd tätig. Eine unternehmerische, professionelle und internationale Haltung bestimmt dabei ihre Arbeit.
www.stiftung-mercator.de



Stiftung Mercator

EUROPEAN CLIMATE FOUNDATION

Die European Climate Foundation wurde 2008 von mehreren Stiftungen aus Europa und den USA gegründet. Das gemeinsame Ziel ist es, den Klimaschutz in Europa effektiv voranzubringen. Die European Climate Foundation konzentriert ihre Förderung auf die Bereiche Energieeffizienz, Verkehr, Stromsektor sowie europäische und internationale Klimapolitik. Als größtem EU-Mitgliedsstaat und einem der klimapolitisch fortschrittlichsten Länder kommt Deutschland dabei eine besondere Rolle zu. In Deutschland arbeitet die ECF schwerpunktmäßig zum Thema Umbau des Energiesystems – ein ambitioniertes, aber erreichbares Vorhaben, wenn alle Akteure an einem Strang ziehen. Die Förderung des PHINEO-Themenreports dient der Stärkung der Zivilgesellschaft als notwendige Ergänzung zu staatlichen und wirtschaftlichen Klimaschutz-Ansätzen.
www.europeanclimate.org



INHALT

WISSEN, WORUM ES GEHT

S. 4 – 9

Zukunft braucht nachhaltigen Klimaschutz

WISSEN, WER WAS MACHT

S. 10 – 21

Staat und Politik | Markt und Wirtschaft | Die Zivilgesellschaft |
Wirkungsvolle Handlungsansätze | Landkarte empfohlener Projekte

WISSEN, WAS WIRKT

S. 22 – 29

Was zeichnet wirkungsvolle Projektarbeit aus? Sechs Gelingenskriterien |
So können Soziale Investoren das Engagementfeld stärken

Der Weg zu wirkungsvollem Engagement

S. 30 – 31

Die PHINEO-Methode: Analyse mit Herz und Verstand

S. 32 – 33

Herzlichen Dank!

S. 34

Impressum

S. 35

Literaturverzeichnis

S. 36

Projektporträts

S. 37

WISSEN, WORUM ES GEHT

Ein gesundes Klima ist Grundvoraussetzung für eine lebenswerte Zukunft. Der menschengemachte Klimawandel gefährdet jedoch diese natürliche Lebensgrundlage und damit auch die Lebensqualität jedes Einzelnen. Als einer der größten Industrienationen der Welt kommt Deutschland eine entsprechend große Verantwortung dabei zu, das Klima zu schützen. Für einen sinnvollen Klimaschutz sind dabei politische Entscheidungen und Zielvorgaben ebenso wichtig wie der nachhaltige Konsum jedes Einzelnen und die entsprechenden technischen Entwicklungen. Der notwendige Wandel hin zu einem klimaschonenden Leben kann nur im Zusammenspiel aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gelingen.



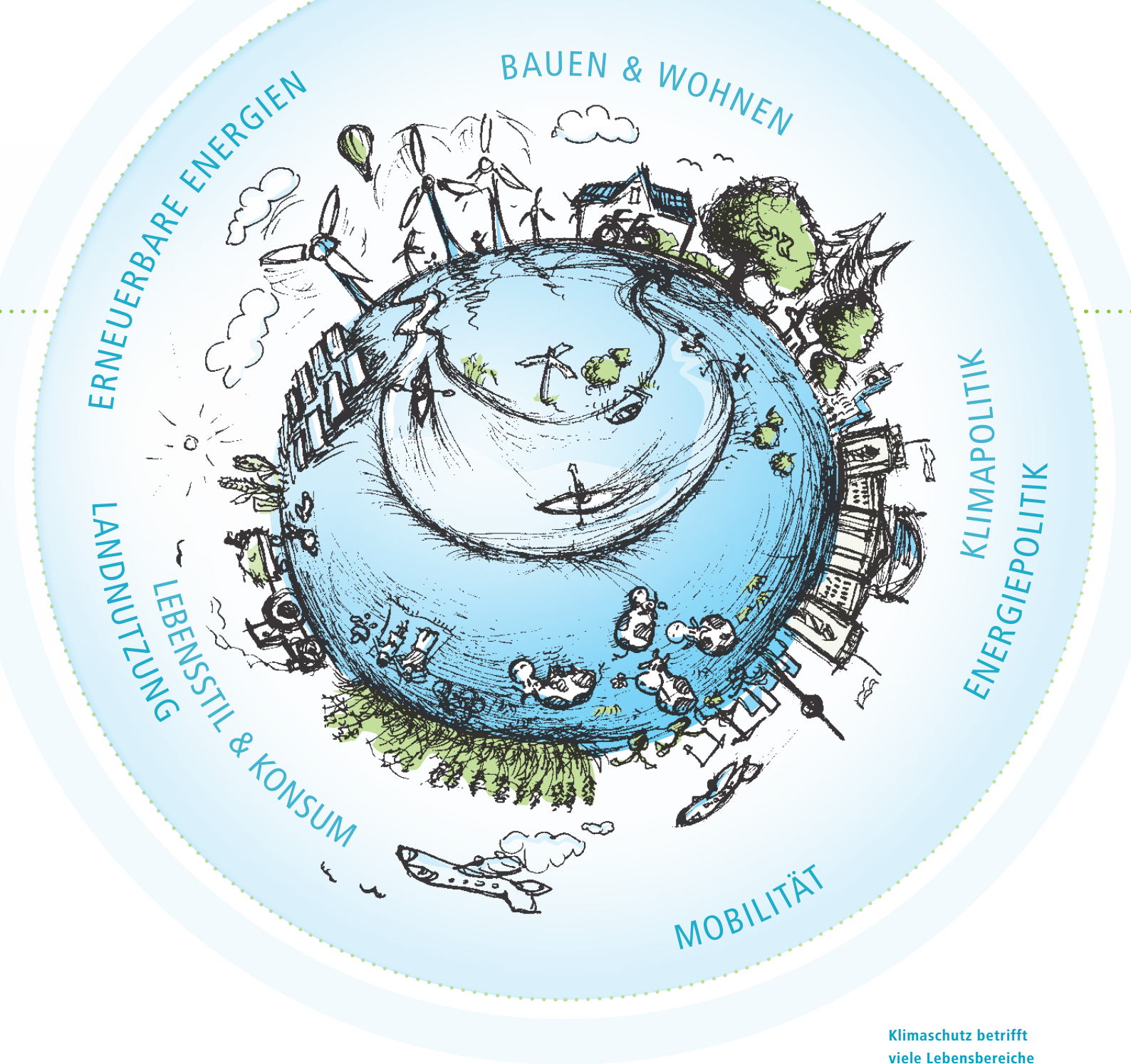
ZUKUNFT BRAUCHT NACHHALTIGEN KLIMASCHUTZ

Klimaschutz? Gar kein Problem! Man müsste künftig, als klimafreundliche Alternative zu fossilen Brennstoffen, einfach ausschließlich Atomkraftwerke betreiben. Man könnte alle Autos abschaffen, das Internet abschalten und das Heizen im Winter verbieten. So ließe sich eine beträchtliche Menge CO₂ einsparen. Doch derartige Maßnahmen erscheinen trotzdem nicht erstrebenswert, denn nicht alles, was den Ausstoß von Treibhausgasen reduziert, ist ethisch vertretbar oder ökonomisch machbar. Aber wie lässt sich das Klima sinnvoll schützen?

Klimaschutz muss ganzheitlich gedacht werden und geht Hand in Hand mit der Gestaltung einer lebenswerten Zukunft. Zu dieser Zukunft gehört ein gesundes Klima genauso wie eine funktionierende Wirtschaft und Gesellschaft. Die Verpflichtung, die natürliche Lebensgrundlage zu schützen und für nachfolgende Generationen zu erhalten, findet sich schon im Grundgesetz wieder. Und das Konzept einer Nachhaltigen Entwicklung ist seit der „Konferenz der Vereinten Nationen über Umwelt und Entwicklung“ in Rio de Janeiro 1992 ein wichtiges Prinzip der internationalen Umwelt- und Entwicklungspolitik: Es definiert den Wert einer gerechten, lebenswerten und lebensfähigen Welt für alle. Ein gesundes Klima ist essenzieller Teil dieser Welt.


Der menschengemachte Klimawandel jedoch bedroht die Lebensqualität jedes Einzelnen und gefährdet die nachhaltige Entwicklung der gesamten Menschheit. Die Zeit, etwas dagegen unternehmen zu können, wird knapp. Der Kohlendioxidgehalt der Luft im Jahr 2005 übertraf jeden Wert aus den vergangenen 650.000 Jahren. 78 Prozent der Erhöhung gehen auf die Nutzung fossiler Energieträger zurück, also Braun- und Steinkohle sowie Erdöl und Erdgas. Aber auch die Freisetzung fluorierter Brennstoffe, eine industrialisierte Landwirtschaft, Änderungen in der Landnutzung und die Abholzung der Wälder tragen in hohem Maße zum Klimawandel bei. Die Folgen sind verheerend. Die schneebedeckte Fläche der Erde ist zwischen 1980 und 2005 um fünf Prozent zurückgegangen (IPCC-Bericht, 2007). Weltweit schrumpfen die Gletscher, und die Meeresspiegel steigen. Selbst bei einem sofortigen Stopp aller Emissionen würde sich durch die Trägheit des Klimasystems und die Langlebigkeit einiger Treibhausgase der Erderwärmungstrend zunächst weiter fortsetzen.

Insbesondere die Entwicklungsländer sind bereits jetzt stark von den Auswirkungen des Klimawandels betroffen. Doch die Menschen dort sind nicht für die immer häufiger auftretenden Dürren, Überschwemmungen und Hurrikans gewappnet. Sie können die Schä-



den kaum abfangen und sind auch nicht in der Lage, die notwendigen Anpassungen an sich verändernde Klimabedingungen vorzunehmen. Der Klimawandel trifft sie doppelt so hart. Dabei ist ihr eigener Beitrag zum Klimawandel relativ gering. Hauptverursacher sind die Industrieländer. Zwei Drittel der

durch die Energiewirtschaft produzierten CO₂-Emissionen werden dort verursacht (Informationen zur politischen Bildung, 2008). Die gute Nachricht ist: Man kann etwas gegen den Klimawandel tun. Da er zum Großteil von Menschen verursacht wird, liegt es umgekehrt auch in der Hand der Menschen, das Klima zu schützen.

A light blue background featuring a stylized world map. The map is composed of white landmasses and light blue ocean areas, with a larger, semi-transparent light blue circle overlaid on the left side.

Deutschland kommt als einer der größten Industrienationen der Welt eine entsprechend große Verantwortung im Kampf gegen den Klimawandel zu. Die Bundesrepublik kann dabei in ihrer Rolle als Vorreiter bei der Nutzung erneuerbarer Energien viel bewirken. Doch Klimaschutz ist ein globales Thema und kann schon allein deshalb nicht ausschließlich auf nationaler Ebene verhandelt werden. Viele wichtige politische Entscheidungen werden auf EU-Ebene getroffen und in internationalen Abkommen festgehalten. Mit ambitionierten nationalen Zielen kann Deutschland hier Zeichen setzen. Doch obwohl das deutsche 40-Prozent-Reduktionsziel bisher in dieser Form einzigartig und die Energiewende in Deutschland beschlossene Sache ist, dürfen diese ersten Erfolge nicht darüber hinwegtäuschen, dass noch erheblicher Handlungsbedarf besteht. Nur wenn am Ende so viel CO₂ reduziert worden sein wird, dass eine Erderwärmung langfristig verhindert werden kann, wird Klimaschutz erfolgreich gewesen sein. Von diesem Ziel ist die Welt jedoch noch weit entfernt. Anknüpfungspunkte gibt es sowohl in der internationalen Klimapolitik als auch in der Übersetzung übergeordneter Ziele in die Praxis. So ist zum Beispiel der Verkehrsbereich für knapp ein Fünftel des deutschen CO₂-Ausstoßes verantwortlich. Praktikable Lösungsansätze dafür, wie man diesen Ausstoß reduzieren könnte, gibt es bislang jedoch kaum. Auch im Bereich Landwirtschaft besteht struktureller Reformbedarf. Und die Infrastruktur der Stromnetze stößt ebenfalls an ihre Grenzen.

Wer das Klima schützen will, darf es nicht isoliert vom Lebensalltag der Menschen betrachten. So, wie sich das ganz persönliche Wohlbefinden nicht durch Kalorienzählen oder eine Hungerkur allein verwirklichen lässt, benötigt eben auch der Klimaschutz mehr als eine reine CO₂-Diät. In beiden Fällen braucht es einen Wandel: hin zu einem gesunden Lebensstil und hin zu einem Alltag, der den Klimaschutz automatisch mitdenkt.

Nur im Zusammenspiel aus Politik, Industrie und Gesellschaft kann der dafür notwendige gesamtgesellschaftliche Transformationsprozess hin zu einer nachhaltigen und das Klimaschonenden Gesellschaft gelingen. Politische Entscheidungen und Zielvorgaben sind dafür ebenso wichtig wie das nachhaltige Konsumverhalten jedes Einzelnen sowie entsprechende technische Entwicklungen. Bislang dominieren technische Lösungen, während der kulturelle Wandel vor allem auf lokaler Ebene voranschreitet – zum Beispiel mit neuen, nachhaltigen Wirtschaftsformen und selbstorganisierten urbanen Gemeinschaften. Die Zivilgesellschaft kann diese Ansätze in die Breite tragen. Sie hat im Gegensatz zu Staat und Wirtschaft den nötigen Spielraum, Neues auszuprobieren und klimaschonende Lebens- und Alltagsentwürfe auf ihre gesellschaftliche Tragfähigkeit hin zu überprüfen: Lassen sich die Ideen ausweiten und bundesweit umsetzen, ohne dass sie vom Großteil der Bevölkerung als Verzicht wahrgenommen und abgelehnt werden?

11 t_{gesamt}

(klimaverträglich
wären 2,5 t)

Einzelne isolierte Maßnahmen reichen nicht aus. Klimaschutz braucht einen Lösungsmix. Er braucht politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Wandel. Und er muss sich durch die gesamte Wertschöpfungskette ziehen, denn punktuelle Maßnahmen allein reichen nicht mehr aus. Effizienz, Konsistenz und Suffizienz sind die Stichworte: Wer sich drei Mobiltelefone zulegt oder mit dem Auto zum Bäcker um die Ecke fährt, weil es „nicht mehr so schädlich“ ist, hebt die Wirksamkeit der ursprünglichen CO₂-Reduzierung wieder auf. Diese Aspekte lassen sich nicht über gesetzliche Vorgaben regulieren. Hier muss der Bürger aktiv für den Klimaschutz sensibilisiert werden. Ein gesundes Klima braucht eine entsprechende politische Steuerung, es braucht die ressourceneffiziente Produktion von Gütern sowie einen bewussten Umgang mit diesen Gütern von der Herstellung bis zur Entsorgung, und es braucht mehr Bedarfs- als Gewinnorientierung.

Konsum	3,75 t	33,8 %
Ernährung	1,35 t	12,2 %
Strom	0,76 t	6,8 %
Heizung	1,17 t	15,4 %
Flugverkehr	0,95 t	8,6 %
Öffentlicher Verkehr	0,12 t	1,1 %
Privatfahrzeuge	1,36 t	12,3 %
Öffentliche Emissionen	1,1 t	10 %

Die Treibhausgasbilanz eines Durchschnittsdeutschen

Zahlen = CO₂-Äquivalente in t/Jahr

Quelle: CO₂-Rechner von KlimAktiv



WISSEN, WER WAS MACHT

Klimawandel ist gleichzeitig ein globales und ein persönliches Thema, denn er wirkt sich auf alle Bereiche des Lebens aus. Die Verantwortung dafür, das Klima zu schützen, liegt dementsprechend auch auf allen Ebenen. Der Staat verhandelt internationale Beschlüsse aus und kann auf nationaler Ebene Ziele vorgeben, Standards festsetzen und Marktanreize für klimaverträgliches Wirtschaften schaffen. Die Industrie muss den Ausstoß von Treibhausgasen reduzieren und dort, wo Vermeiden und Vermindern nicht weiter möglich sind, ihren CO₂-Ausstoß kompensieren. Wirtschaftsunternehmen können aber auch mit klimafreundlichen Innovationen einen neuen Markt erobern. Den entscheidenden Anstoß für einen kulturellen Wandel kann jedoch vor allem die Zivilgesellschaft geben. Sie kann kleine, lokale Ideen anschieben und den notwendigen Rahmen für eine bundesweite Verbreitung geben. Sie kann aber auch als Sprachrohr für das Klima eintreten und so Klimaschutzmaßnahmen auf allen Ebenen vorantreiben. Und sie kann dem Einzelnen zeigen: Auch dein Engagement für ein gesundes Klima zählt.



STAAT UND POLITIK

Der Europäische Emissionshandel

Emissionshandelssysteme sind Instrumente der Umweltpolitik, die den Gesamtausstoß von Treibhausgasen beschränken. Jedes in den Europäischen Emissionshandel einbezogene Unternehmen erhält eine bestimmte Zahl an Verschmutzungsrechten in Form von Emissionszertifikaten. Ein Zertifikat entspricht dabei dem Recht zur Emission von einer Tonne Kohlendioxid. Verursacht ein Unternehmen mehr Treibhausgase als zulässig, muss es zusätzliche Zertifikate kaufen. Die Gesamtzahl der Rechte wird nach und nach verringert und ihr Preis dadurch gesteigert. Die Kosten für Unternehmen mit hohen Emissionen nehmen damit zu. Der Emissionshandel zwingt Unternehmen also, entweder teure Rechte zuzukaufen oder ihre Emissionen zu senken. Kritiker monieren allerdings, dass die Anzahl der Rechte derzeit zu hoch sei. Für die Unternehmen gäbe es so kaum einen Anreiz für klimafreundliches Verhalten.

Der Klimawandel betrifft globale Entscheidungen und Entwicklungen ebenso wie das Alltagsleben jedes Einzelnen. Der Staat bewegt sich zwischen diesen Polen und fungiert als eine Art Vermittler. Er kann zum Beispiel auf Klimakonferenzen internationale Beschlüsse ausverhandeln und gemeinsam mit Partnerländern Maßnahmen wie den Emissionshandel planen. Doch so vielfältig wie die Politik und Gesellschaft ist auch das Verständnis von Klimaschutz in den einzelnen Ländern. Und obwohl ein globaler Ordnungsrahmen für den Klimaschutz sehr wichtig wäre, einigen sich die Staaten oftmals erst nach langwierigen Diskussionen auf den kleinsten gemeinsamen Nenner – und der ist meist eher schwacher Kompromiss als starke Lösung.

Die internationalen Absprachen übersetzt der Staat in nationale Klimaschütz Ziele. Dabei nutzt er die Option, die globalen Kompromisslösungen für Deutschland zu erweitern und sich selbst höhere Ziele zu stecken. Er nimmt dabei vor allem eine Steuerfunktion wahr, indem er zum Beispiel Klimaschütz Zielvorgaben wie das Integrierte Energie- und Klimaprogramm formuliert. Mit diesen Regulierungskompetenzen kann der Staat den Handlungsspielraum anderer Akteure, zum Beispiel von Unternehmen, festlegen und damit die Rahmenbedingungen für Nachhal-

tigkeit in Deutschland steuern. Das ist eine essenzielle Aufgabe, ihre Umsetzung gestaltet sich mitunter jedoch recht zäh. Ein explizites Klimaministerium gibt es nicht. Das Thema ist meist an andere Ressorts angedockt und da Klimaschutz sehr viele Lebensbereiche betrifft, diskutieren entsprechend viele Akteure aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft mit. So entstehen Konflikte, die oftmals zu Gunsten der großen Wirtschaftslobbyisten entschieden werden. Eine weitere Hürde ist die Übertragung von Zielvorgaben in praktische Maßnahmen, die in den Bundesländern, Regionen und Kommunen realisiert werden.

Nur der Staat kann Ziele vorgeben, Mindeststandards festsetzen und Marktanreize für klimaverträgliches Wirtschaften schaffen – und so, wie zum Beispiel durch die EU-Verordnung zur Verminderung der Luftschadstoffemissionen von Fahrzeugen, die Industrie zu umfassenden CO₂-Einsparungen bewegen. Und nur die Politik kann die notwendigen und richtungsweisenden Weichen für den Klimaschutz stellen, wie beispielsweise bei der Energiewende. Doch Klimaschutz braucht die Unterstützung jedes Einzelnen, damit die Instrumente mit Leben gefüllt werden können. Diese Kultur der Nachhaltigkeit lässt sich nicht verordnen, sie muss wachsen und braucht die Beteiligung aller Akteure.

MARKT UND WIRTSCHAFT

Vermeiden, vermindern, kompensieren. Als Hauptverursacher von Treibhausgasen heißt Klimaschutz für die Wirtschaft vor allem: den Ausstoß von Treibhausgasen reduzieren. Das beginnt mit ganz einfachen Dingen wie der Benutzung von Recyclingpapier zum Drucken oder klassischen Energiesparmaßnahmen und reicht bis hin zur Umstellung ganzer Produktionsprozesse und Lieferketten. Und: Die Industrie muss jene Geschäftsmodelle überwinden, die auf dem Verbrennen fossiler Energieträger beruhen. Wo Vermeiden und Vermindern nicht möglich sind, können die Unternehmen ihren CO₂-Ausstoß kompensieren.

Doch Klimaschutz ist auch eine große Chance für die Industrie, denn er öffnet einen neuen Markt. Ob Passivhaus, Elektroauto, Solaranlage oder grüne Geldanlage – klimafreundliche Produkte und Technologien können die Wirtschaft antreiben. Wer hier mitmischt und auf Innovationen setzt, ist Vorreiter für den Markt der Zukunft. Und wo ein neuer Markt ist, entstehen auch neue Berufe, zum Beispiel der des Energieberaters. Die Wirtschaft kann hier Antwortoptionen und praktische Maßnahmen entwickeln, wie die eher abstrakten Zielvorgaben aus der Politik erreicht werden können. Und Unternehmen können die

Infrastruktur für den gesellschaftlichen Wandel bereitstellen, indem sie klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen für den Endverbraucher anbieten. Dafür müssen auch neue Geschäftsmodelle entwickelt werden, die stärker auf den tatsächlichen Bedarf als auf übersteigerten Konsum hin ausgerichtet sind und so der Nachfrage einer klimafreundlichen Gesellschaft gerecht werden können. Klimaschutz braucht hier Unternehmen, die den Mut aufbringen, Ideen auszuprobieren.

Damit ist die Wirtschaft ein wichtiger Teil der Lösung. Ohne sie ist Klimaschutz unmöglich. Die Wirtschaft stößt aber durch ihre von Wachstum bestimmte Logik auch immer wieder an ihre Grenzen, denn nicht alles, was nachhaltig wäre, erbringt auch Gewinne für ein Unternehmen. Klimaschutz braucht deshalb auch Akteure, die sich für jene Aspekte des Klimaschutzes engagieren, die wirtschaftlich betrachtet bislang wenig profitabel sind. Wirtschaftsunternehmen können diese Akteure unterstützen und damit gleichzeitig die Märkte von morgen mitgestalten.



DIE ZIVILGESELLSCHAFT

Technische Neuerungen allein reichen nicht aus für einen wirksamen Klimaschutz. Ein achtsamer Umgang mit den Ressourcen und ein klimafreundlicher Lebensstil müssen in der Gesellschaft, bei jedem Einzelnen ankommen. Das geschieht nicht automatisch und auch nicht über Nacht. Ein gesellschaftlicher Wandel kann aber auch nicht erzwungen und in Regeln und Gesetze gegossen werden. Er muss aus sich selbst heraus entstehen – und benötigt dabei mitunter jemanden, der den entscheidenden Anstoß gibt, der unterstützt und die Richtung weist.

Klimaschutz braucht dabei auch Aktivitäten, die frei von wirtschaftlichen Zwängen und politischem Legitimationsdruck sind. Diese Freiheiten besitzt nur die Zivilgesellschaft. Sie kann wie kein anderer informieren, Zusammenhänge aufzeigen sowie Interessen bündeln und an die Politik kommunizieren. Sie ist die Interessenvertretung für das Klima und kann Staat und Wirtschaft zum Beispiel über große Kampagnen zum Handeln bewegen. Das zeigen auch die Erfolge der Vergangenheit. So hat sie es zum Beispiel bei der Energiewende geschafft, aus einer kleinen, wissenschaftlichen Bewegung heraus einen gesellschaftlichen Konsens zu erzeugen, der dann als politisch gesetzte Zielmarke verankert worden ist.

Aktuell befindet sich die Zivilgesellschaft im Bereich Klimaschutz jedoch im Umbruch.

Die Anti-Atomkraft-Bewegung ist im Nachgang der Nuklearkatastrophe von Fukushima an einem Wendepunkt; nun muss sich die Zivilgesellschaft neu orientieren und Klimaschutz weiterdenken. Dieser Umbruch spiegelt sich auch in der heterogenen Struktur der Zivilgesellschaft wider. Eine einheitliche Klimaschutzbewegung gibt es nicht. Auf der einen Seite stehen etablierte Umwelt-, Naturschutz- und kirchliche Organisationen mit einer langen Tradition und langjähriger Erfahrung im Engagement für Klimathemen. Auf der anderen Seite entstehen zurzeit viele junge, kreative, kleinere gemeinnützige Organisationen, die oftmals sehr gezielt Nischenthemen bedienen, wirtschaftsnah denken und sehr fachspezifisch arbeiten.

Klimaschutz ist auch in der Zivilgesellschaft ein Querschnittsthema, spezifische Klimaschutzprojekte gibt es bisher nur wenige. Klimaschutz ist meist als Teilaspekt mit anderen Themen und Bereichen verknüpft, zum Beispiel Ernährung, Bildung, Mobilität oder Landwirtschaft. Was das Projekt konkret für den Klimaschutz bewirken kann, zeigt sich dabei aber oftmals erst in der Ausgestaltung der Maßnahmen. Um sein Ziel erreichen zu können, nutzt Klimaschutz in den meisten Fällen ein thematisches Vehikel, das ihn mitnimmt. Ein Grund dafür: Für Klimaschutzprojekte gibt es kaum Fördergelder. Die gemeinnützigen Organi-

Die Zivilgesellschaft

umfasst gemeinwohlorientierte, nicht staatliche Organisationen wie Vereine, Stiftungen, gAGs oder gGmbHs, aber auch engagierte Einzelpersonen. Sie ist Toleranz, Demokratie und Menschenrechten verpflichtet und hat den Anspruch, die Gesellschaft in ihrem jeweiligen Sinne mitzugestalten.

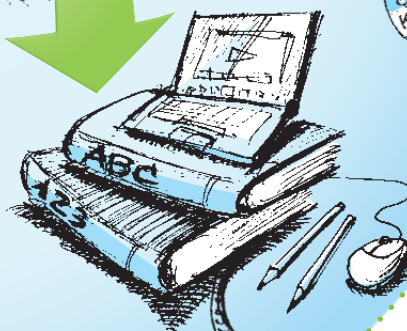
FÖRDERTOPF

ERNÄHRUNGS- PROJEKTE

UMWELT- PROJEKTE

LANDWIRTSCHAFTS- PROJEKTE

BILDUNGS- PROJEKTE



sationen müssen auf andere Fördertöpfe zugreifen, eben aus Bereichen wie Ernährung oder Bildung, weshalb die Projekte auch entsprechend angelegt sein müssen.

Doch viele dieser Fördergelder fließen nur für die Umsetzung des Projekts. Für die fachliche Qualifizierung der Mitarbeiter, für die gerade beim Klimaschutz essenzielle Vernetzung oder für die Entwicklung und Umsetzung von Ideen und Maßnahmen fehlen oftmals die Ressourcen. Die allgemeine Ernüchterung und Enttäuschung im Zuge der UN-Klimakonferenz in Kopenhagen 2009 erschwert das Fundraising für Projekte und starke Organisationsstrukturen zusätzlich.

Damit das Engagement für ein gesundes Klima einen Ausweg aus der Orientierungslosigkeit finden kann und nicht nur isolierte Einzelziele verfolgt, müssen alle Akteure lernen, an einem Strang zu ziehen. Wenn sie sich über einen gemeinsamen Weg verständigen und auf diesem kontinuierlich Erfahrungen und Wissen austauschen, kann sich die Wirksamkeit der einzelnen Maßnahmen um ein Vielfaches erhöhen. Das ist gerade deshalb besonders wichtig, weil Klimaschutz noch in den Kinderschuhen steckt und als Ziel sehr abstrakt und bislang unerreicht ist. Es gibt keine Best-Practice-Beispiele und keine Vorbilder – sondern nur Pioniere.

Für explizite Klimaschutzprojekte gibt es nur selten Fördergeld.

Die Organisationen müssen häufig auf Fördertöpfe jener Bereiche zugreifen, an die Klimaschutz thematisch angehängt ist.

WIRKUNGSVOLLE HANDLUNGSANSÄTZE

Die PHINEO-Analyse

Im Fokus der PHINEO-Analyse standen gemeinnützige Organisationen, die sich mit ihrer Arbeit für den Klimaschutz einsetzen. Ob individuelle Energiesparberatung für Privatpersonen und Unternehmen, Sensibilisierung von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen oder politische Lobbyarbeit – die Bandbreite der Angebote im Klimaschutz ist groß. Die Organisationen wurden in einer offenen Ausschreibung zur PHINEO-Analyse eingeladen. Die Teilnahme am Verfahren ist freiwillig. Das Ergebnis der PHINEO-Analyse stellt somit keine repräsentative Auswahl dar. Von 22 analysierten Organisationen wurden elf Projekte mit dem Wirkt-Siegel, der PHINEO-Qualitätsempfehlung für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement, ausgezeichnet.

DIREKTE CO₂-REDUKTION

Die Wirkungslogik dieser Projekte ist einfach: Hier werden Maßnahmen umgesetzt, die mit sofortiger Wirkung CO₂ reduzieren. Das kann sowohl über Einsparmaßnahmen geschehen, indem zum Beispiel ein Energieberater zum Termin in einem Privathaushalt einen energiesparenden Kühlschrank oder schaltbare Steckerleisten mitbringt und diese sofort installiert. Das kann aber auch via Biomasse geschehen, indem beispielsweise Wälder aufgeforstet werden, die wiederum CO₂ in den Bäumen binden.

PHINEO-Einschätzung: Wer Treibhausgase reduzieren will, muss sich im

Ergebnis an konkreten Zahlen messen lassen: Wie viel CO₂ spart diese Maßnahme ein? Die Organisation muss diese Zahlen sauber berechnen und dauerhaft garantieren können. Das heißt, das Projekt muss so angelegt sein, dass zum Beispiel der gepflanzte Baum auch in 30 Jahren noch steht und im Sinne des Klimaschutzes „arbeitet“. So muss beispielsweise auch der Erwerb nachhaltiger Grundstücke für Baumpflanzungen essenzieller Teil eines solchen Projekts sein. Ebenfalls wichtig: Die Idee muss groß genug sein oder zumindest das Potenzial dafür haben, um relevante Mengen CO₂ zu reduzieren. Ein einzelner gepflanzter Baum reicht dabei nicht aus.

MOBILISIERUNG, DRUCK VON UNTEN, POLITIK UND LOBBYARBEIT

Klimaschutz benötigt Akteure und Aktivitäten auf allen Ebenen – und die Beteiligung aller an einem gemeinsamen Weg. Hier wird jemand gebraucht, der zwischen den Gruppen vermittelt; der die Interessen und Meinungen bündelt und daraus politische Forderungen entwickelt und artikuliert – und so den Bürgern und dem Klimaschutz eine Stimme

gibt. Gemeinnützige Projekte mit dem Ziel, Gesetze, Rahmenbedingungen und Entwicklungen im Sinne des Klimaschutzes zu verändern, sind der größte Hebel, um indirekt deutliche CO₂-Einsparungen auf den Weg zu bringen.

PHINEO-Einschätzung: Die Politik darf nicht aus ihrer Pflicht entlassen werden, wirkungsvollen Klimaschutz zu betreiben. Ohne entsprechende gesetzliche Regelungen und Rahmenbedingungen sind die persönlichen Klimaschutzmaßnahmen des Einzelnen in seinem

Lebensumfeld nichts wert. Wo die Politik ihre eigene Perspektive in die Entscheidungsprozesse einbringt und die Industrie über aufwändige Lobbyarbeit Einfluss auf die Ausgestaltung dieser

Regelungen und Rahmenbedingungen hat, muss sich die Zivilgesellschaft für die Interessen des Klimas und der Bürger starkmachen. Gerade auf EU-Ebene können diese Projekte viel bewirken.

Durch den Kampagnen-Charakter dieser Maßnahmen sind die Projekte meist eng getaktet und zeitlich begrenzt, sie finanzieren sich in erster Linie über Spenden.

QUALITÄT DES KLIMA-SCHUTZDISKURSES SICHERN

Ein gemeinsames Vorgehen für den Klimaschutz erfordert auch ein gemeinsames Verständnis des Themas. Doch die Vielfältigkeit im Bereich bedeutet, dass die Akteure unterschiedliche Fokuspunkte in den Klimaschutzdiskurs einbringen. Häufig stehen Streitigkeiten über wissenschaftliche Details einer gemeinsamen Zielverfolgung im Weg. Die sich permanent verändernde und

wachsende Wissensbasis erschwert den Diskurs zusätzlich und verhindert oftmals, dass Personen ohne Fachwissen diesem folgen, geschweige denn ihn mitgestalten können. Organisationen, die dies erkannt haben, wollen mit ihren Angeboten eine Wissensbasis schaffen, die alle Akteure auf einen gemeinsamen Stand bringt. Sie bereiten zum Beispiel komplexe Inhalte verständlich auf und verbreiten sie über einheitliche Tools und Methoden, erstellen Materialien für den Schulunterricht oder starten Informationskampagnen.

PHINEO-Einschätzung: Hier sind sowohl Fachwissen als auch intensive Netzwerkarbeit gefragt. Die Organisationen können so auch eher unattraktive Themen ansprechen und in den Fokus rücken – und insgesamt die Diskussionen zurück auf Kurs Richtung Klimaschutz lenken. Nur wenn die Akteure diese Hürden überwinden und ein gemeinsames Verständnis von ihrer Aufgabe und ihrem Ziel entwickeln, lässt sich ein sinnvoller und wirksamer Klimaschutz realisieren.

AKZEPTANZ FÜR VERÄNDERUNGEN SCHAFFEN

Der notwendige Wandel hin zu einer klimafreundlichen Gesellschaft ist nicht ohne spürbare Veränderungen im Leben der Menschen möglich. Nicht alles, was theoretisch einen Konsens erzielt, bleibt in der Praxis widerstandsfrei. Windräder: ja. Das Windrad hinter dem eigenen Haus: nein. Auch die Biogasanlage ist gern gesehen, solange sie nur der eigenen Energieversorgung dient. Klimaschutz verlangt aber die Bereitschaft, für ein gesundes Klima auch ein Stück weit Unannehmlichkeiten oder gewisse Nebeneffekte in Kauf zu neh-

men. Maßnahmen, die die Akzeptanz aller involvierten Personen voraussetzen, lassen sich nur umsetzen, wenn diese über die Vorteile, den Nutzen und die Hintergründe zu den möglichen Einschränkungen informiert werden. Gemeinnützige Organisationen, die sich in diesem Bereich engagieren, bringen die entsprechenden Akteure zusammen und ermöglichen einen Informationsaustausch über geplante Aktivitäten und deren Auswirkungen. Sie schaffen Partizipation und Mitbestimmungsmöglichkeiten und geben allen Beteiligten das Gefühl, nicht übergangen zu werden.

PHINEO-Einschätzung: Für viele gemeinnützige Organisationen ist diese Aufgabe fester Bestandteil eines jeden Projekts – allein schon aus der Notwendigkeit heraus, Akzeptanz für das Projekt zu schaffen. Einige Organisationen legen aber auch ihren Projektschwerpunkt auf diesen Aspekt und vermitteln dort, wo die Fronten aufeinanderstoßen. Wichtig ist dabei die neutrale Rolle des Vermittelnden, aber auch die Wahl eines neutralen Ortes für die Diskussionen sowie eine große Portion Respekt gegenüber allen Beteiligten. Ein solcher Diskurs muss allen Teilnehmern das Gefühl vermitteln, angehört und ernst genommen zu werden.

SELBSTWIRKSAMKEIT ERFAHRBAR MACHEN

Einzelpersonen fühlen sich angesichts der globalen und unlösbar erscheinenden Aufgabe Klimaschutz oftmals ohnmächtig und überfordert – und schieben die Verantwortung dafür von sich. Sie benötigen Mitmachangebote, die sie darin bestärken, dass jeder Mensch ei-

nen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann. Gemeinnützige Organisationen bieten etwa Bildungsprojekte für Schulen und Unternehmen an und setzen niedrigschwellige Maßnahmen auf, bei denen die Teilnehmer beispielsweise Bäume pflanzen, mit dem Rad zur Arbeit fahren oder klimaneutral kochen.

PHINEO-Einschätzung: Es ist immens wichtig, die Probleme und Ängste der Menschen ernst zu nehmen und ihnen zu vermitteln: Jeder Einzelne zählt – und gemeinsam können wir wirklich etwas bewegen. Die Projekte machen Einzelpersonen handlungsfähig und geben ihnen Werkzeuge an die Hand, die ihnen dabei helfen, vom Wissen zum Handeln zu kommen.

BÜNDNISSE HERSTELLEN

Klimaschutz braucht starke Akteure – und starke Bündnisse. Hier bringen die gemeinnützigen Organisationen zivilgesellschaftliche und wirtschaftliche Akteure zusammen und unterstützen sie dabei, gemeinsame Strategien zu entwickeln, statt getrennt voneinander Einzelziele zu verfolgen.

PHINEO-Einschätzung: Wer etablierte Akteure und junge Pioniere an einen Tisch bringt, trägt entscheidend dazu bei, dass beide Seiten von den Erfahrungen des anderen lernen und die Expertise für eine gemeinsame Strategie nutzen können. So wird die Wirksamkeit der Aktivitäten vieler Einzelakteure gebündelt und potenziert. Kooperationen sind zwar ohnehin essenzieller

Bestandteil guter Projektarbeit, es braucht aber gerade im Bereich Klima jemanden, der darüber hinaus für weitere Kooperationen eintritt und die Ressourcen für das Management dieser Bündnisse mitbringt.

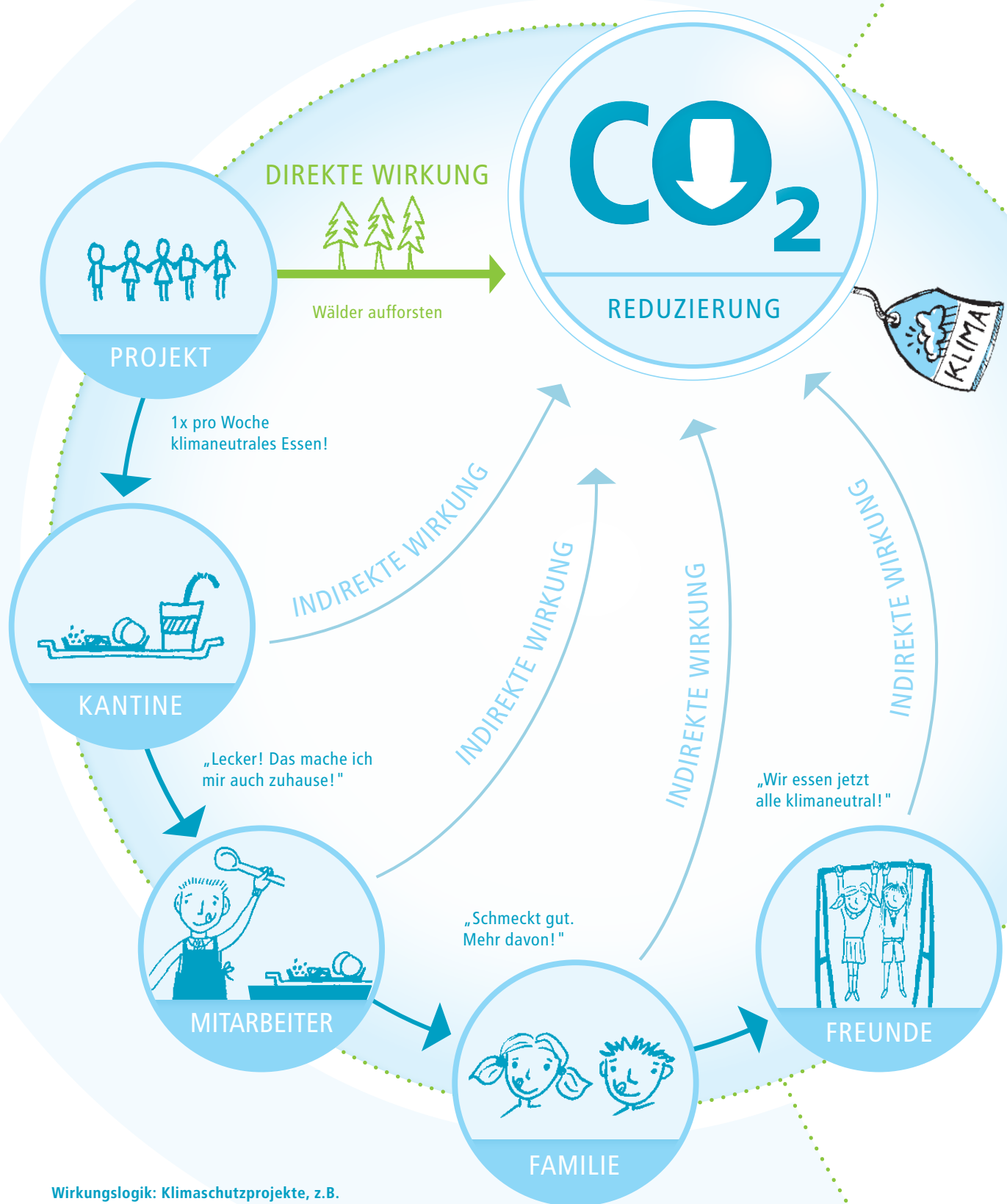
ALTERNATIVEN SCHAFFEN UND NEUE WEGE GEHEN

Technische und soziale Innovationen sind essenziell für den Klimaschutz. Die Zivilgesellschaft hat stärker als jeder andere Akteur die Möglichkeit, neue Ideen und Methoden auszuprobieren

oder Maßnahmen und Strategien aus einer anderen Perspektive zu betrachten. In diesem Bereich sind auch viele gemeinnützige Forschungsinstitute aktiv.

PHINEO-Einschätzung: Das Klima ist auf Kreativität angewiesen – und auf Menschen, die mutig sind und ihre Ideen in die Tat umsetzen. Diese Projekte brauchen in einem ersten Schritt vor

allem eine Anschubfinanzierung und die langfristige Unterstützung von Investoren, die an ihre Idee glauben. Soziale Investoren können hier Maßnahmen auf den Weg bringen, die in ihrem eigenen Unternehmen nicht möglich wären, aber ein hohes Wirkungspotenzial für den Klimaschutz besitzen.



Wirkungslogik: Klimaschutzprojekte, z.B. im Bereich Ernährung, können auf direktem oder auf indirektem Weg zur Reduzierung des Treibhausgasgehalts in der Luft beitragen.

LANDKARTE EMPFOHLENER PROJEKTE

- 1** **A. AgriClimateChange – mehr Klimaschutz in der Landwirtschaft**

B. Bodensee-Stiftung

C. Radolfzell

D. Direkte CO₂-Reduktion

E. Landwirte und Landwirtschaftsverwaltungen

F. Landwirtschaft produziert 13 Prozent der Treibhausgasemissionen in Deutschland. Die Bodensee-Stiftung hilft den Betrieben, ihre Produkte so klimaschonend wie möglich zu produzieren.
- 2** **A. Berliner Energiecheck**

B. BUND Landesverband Berlin e. V.

C. Berlin

D. Direkte CO₂-Reduktion

E. Sozial schwache Haushalte

F. Duschen, Kochen, Fernsehen – Alltag kostet Geld. Der „Berliner Energiecheck“ zeigt Menschen mit niedrigem Einkommen, wie sie Energie sparen und Geldbeutel und Klima schonen können.
- 3** **A. Stromspar-Check**

B. Caritasverband Mannheim e. V.

C. Mannheim

D. Direkte CO₂-Reduktion

E. Sozial schwache Haushalte, Langzeitarbeitslose

F. Der Caritasverband Mannheim macht Langzeitarbeitslose zu Stromspar-Helfern für sozial schwache Haushalte, denn ein hoher Energieverbrauch schadet dem Klima und dem Portemonnaie.
- 4** **A. Cleaner Car Contracts**

B. Verkehrsclub Deutschland e. V.

C. Berlin

D. Mobilisierung, Druck von unten, Politik und Lobbyarbeit

E. Leasingfirmen und Flottenbetreiber, politisch Verantwortliche

F. Der Verkehrsclub Deutschland setzt auf umweltfreundliche Mobilität. Mit Cleaner Car Contracts verpflichten sich Leasingunternehmen und Flottenbetreiber zu geringeren CO₂-Emissionen.
- 5** **A. Bewusstseinsbildung von Privatpersonen und Institutionen zum klimafreundlichen Verhalten**

B. KlimAktiv gGmbH

C. Tübingen

D. Qualität des Klimaschutzdiskurses sichern

E. Bürger und Verbraucher, Unternehmen und andere Institutionen

F. Einheitliche Berechnungsmethoden und vergleichbare Zahlen: KlimAktiv hat einen Standard-CO₂-Rechner für Deutschland etabliert und sichert so die Qualität in der Klimaschutzdebatte.
- 6** **A. TheCompensators***

B. TheCompensators* e. V.

C. Berlin

D. Qualität des Klimaschutzdiskurses sichern

E. Für Klimaschutzthemen aufgeschlossene Bürger und Unternehmen

F. Mit TheCompensators* kann jeder Verschmutzungsrechte aus dem Emissionshandel kaufen. Jedes gelöschte Zertifikat hilft dem Klima und sagt: Klimaschutz braucht schärfere Regelungen.
- 7** **A. Mutbürger für die Energiewende!**

B. Die Umwelt-Akademie e. V.

C. München

D. Akzeptanz für Veränderungen schaffen

E. Politisch Verantwortliche, Investoren/Leitende der Wirtschaft, Umweltorganisationen, Bürgerinitiativen, interessierte Bürger

F. Nicht gegeneinander wettern, sondern miteinander reden. „Mutbürger für Energiewende!“ ermöglicht einen sachlichen Austausch über alle Aspekte der Energiewende auf neutralem Boden.
- 8** **A. Aktion Klima!**

B. BildungsCent e. V.

C. Berlin

D. Selbstwirksamkeit erfahrbar machen

E. Schüler und Lehrer

F. BildungsCent bringt den Klimaschutz in die Schulen. Mit den Tipps und Tools aus der KlimaKiste können die Schüler eigene Klimaschutzprojekte in ihrer Kommune planen und umsetzen.
- 9** **A. Bergwaldprojekt-Einsatzwochen**

B. Bergwaldprojekt e. V.

C. Würzburg

D. Selbstwirksamkeit erfahrbar machen

E. Einzelpersonen/ Familien, Schulklassen, Unternehmen

F. Wald ist essenziell für den Klimaschutz – er hält dem Klimawandel jedoch nicht stand. Beim Bergwaldprojekt kann jeder Hand anlegen und bei der Aufforstung von Schutzgebieten helfen.
- 10** **A. Plant-for-the-Planet Akademie**

B. Plant-for-the-Planet Foundation

C. Tutzing

D. Selbstwirksamkeit erfahrbar machen

E. Kinder und Jugendliche weltweit

F. Kinder und Jugendliche wollen die Welt bewegen und die Zukunft mitgestalten. Dazu gehört ein gesundes Klima. Bei Plant-for-the-Planet werden sie „Botschafter für Klimagerechtigkeit“.
- 11** **A. Heiße Zeiten - Nimm die Zukunft in die Hand!**

B. Eine Welt Netz NRW e. V.

C. Düsseldorf

D. Bündnisse herstellen

E. Kinder und Jugendliche

F. Klimabewusst in die Zukunft: „Heiße Zeiten“ sensibilisiert junge Menschen für den verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt und stärkt ihre politische Teilhabe.

Legende

- Handlungsansätze:  Akzeptanz für Veränderungen schaffen  Selbstwirksamkeit erfahrbar machen  Bündnisse herstellen
-  Direkte CO₂-Reduktion  Mobilisierung, Druck von unten, Politik und Lobbyarbeit  Qualität des Klimaschutzdiskurses sichern

A. Projektname | B. Organisationsname | C. Sitz der Organisation | D. Handlungsansatz | E. Zielgruppe | F. Beschreibung



Alle mit dem Wirkt-Siegel ausgezeichneten Projekte finden Sie unter www.phineo.org/empfohlene-projekte/ oder in der Wirkt-App.

WISSEN, WAS WIRKT

Ob mit langfristiger Förderung oder kleiner Spende – Soziale Investoren können mit ihrem strategischen Engagement wichtige Weichen für den Klimaschutz stellen. Die entscheidende Frage, die jeder Soziale Investor im Vorfeld stellen sollte, ist: Wirkt? Nicht immer lässt sich die Wirksamkeit einer Maßnahme auf den ersten Blick anhand von konkreten Zahlen zur CO₂-Reduktion ablesen. Wer sich jedoch die Projektkonzepte anschaut und wichtige Fragen zur Projektarbeit mit der Organisation bespricht, entwickelt ein gutes Gespür für das Wirkungspotenzial eines Projekts.

Soziale Investoren können zum Beispiel die Infrastruktur der Organisationen fördern, Evaluationen finanzieren, Netzwerkstrukturen etablieren oder die Projekte ausweiten und Breitenwirkung erzielen. Aus vielen verschiedenen kleinen und großen Initiativen wird so eine starke Bewegung für den Klimaschutz weltweit.



WAS ZEICHNET WIRKUNGSVOLLE PROJEKTARBEIT AUS?

SECHS GELINGENSKRITERIEN

Wirkungsorientiert fördern

Welches Projekt leistet gute Arbeit? Wo erreicht mein Geld die größte Wirkung? Wer leistungsstarke Organisationen und vorbildliche Projekte unterstützen möchte, sollte immer die Frage nach der Wirksamkeit stellen. Mit den sechs Gelingenskriterien für wirkungsvolle Projektarbeit können Soziale Investoren prüfen, ob die Grundlagen dafür gegeben sind. Einige Aspekte lassen sich im Web recherchieren, andere können am besten persönlich mit einem Projektverantwortlichen geklärt werden. In jedem Fall sollte die Organisation über die Themen transparent kommunizieren und zu den einzelnen Fragen auskunftsfähig sein. Mehr über Transparenz erfahren Sie unter www.phineo.org/phineo/transparenz

Guter Wille allein reicht nicht aus. Wer das Klima nachhaltig schützen möchte, muss bei seiner Arbeit eine Vielzahl von Aspekten beachten. Auch wenn es naheliegend ist – ob ein Projekt wirkt, erkennen Soziale Investoren nicht immer auf den ersten Blick an einer mit Zahlen belegten Auflistung darüber, wie viele Kilogramm oder Tonnen CO₂ durch die Maßnahmen eingespart werden. Gerade bei Projekten mit einer indirekten Wirkung auf die Treibhausgasreduktion lässt sich meist die ganz konkrete Einsparung nicht eindeutig bemessen. Mit den folgenden sechs Fragen können Soziale Investoren dennoch das Wirkungspotenzial eines Projekts gut einschätzen.

1 HAT DIE ORGANISATION LANGFRISTIGE, ÜBERGEORDNETE WIRKUNGSZIELE FORMULIERT?

Nur wer sein Ziel kennt, kann auch dort ankommen: Die Organisation muss eindeutig formulieren, was sie mit ihrem Projekt und den dazugehörigen Maßnahmen erreichen will – gerade für das Klima. Da Klimaschutz eine Zukunftsaufgabe ist und immens viele Facetten hat, ist die Festlegung konkreter Ziele eine große Herausforderung. Die Diversität des Themas bietet vielfältige Anknüpfungspunkte für die Projektarbeit, weswegen Klimaschutz nicht zwingend das Hauptziel eines Angebots sein muss, aber mitgedacht

werden sollte. Da die Organisationen in unterschiedlichen Themenfeldern arbeiten, haben sie auch unterschiedliche themenspezifische Ziele. Wer sich beispielsweise im Bereich Ernährung engagiert, hat eventuell das Hauptziel, gesünderes Essen in Schulkantinen einzuführen. Wichtig dabei ist, dass die Organisation darüber hinaus auch explizite Klimaziele formuliert hat, die im Rahmen des Projektes ebenfalls verfolgt werden. Es muss deutlich werden, dass das Projekt direkt oder indirekt zur CO₂-Reduzierung beiträgt.

2 FOLGT DAS PROJEKT EINER NACHVOLLZIEHBAREN, DURCHGÄNGIGEN WIRKUNGSLOGIK?

Der Ausstoß von Treibhausgasen lässt sich auf verschiedene Arten und über ganz unterschiedliche Wege reduzieren – in einigen Fällen direkt, in anderen indirekt, wenn es zum Beispiel um Aspekte des gesellschaftlichen Wandels geht. Man muss dabei in jedem Fall nachvollziehen können, wie das Projekt schlussendlich zu der Reduktion von Treibhausgasen beiträgt. Die Organisation sollte die einzelnen Schritte ihrer Wirkungskette hin zur CO₂-Reduzierung aufschlüsseln und so eine stringente Wirkungslogik vorlegen können.

3 HAT DAS PROJEKT AUSREICHEND REALITÄTSBEZUG?

Wer das Klima schützen will, arbeitet zwangsläufig vorrangig mit Hypothesen, Annahmen und Berechnungen. Klimaschutz muss langfristig gedacht werden, weshalb sich heute noch nicht sagen lässt, welche Ansätze und Konzepte am erfolgreichsten sein werden. Umso wichtiger ist es, dass die Organisation eine fundierte, allgemein anerkannte wissenschaftliche Theorie heranzieht oder auf andere Projekte verweist, die bereits relevante Erfahrungen im Bereich Klimaschutz gemacht haben. Die Projekte müssen so entworfen und angelegt sein, dass ihre Umsetzung realistisch ist. Die Organisation sollte im Vorfeld eine Umfeld- und Bedarfsanalyse gemacht haben, sie sollte ihren Handlungsspielraum und ihre Zielgruppen gut kennen und die Angebote entsprechend ausgestalten.

4 BETREIBT DIE ORGANISATION EINE STETIGE WIRKUNGSANALYSE?

Klimaschutzprojekte basieren zu einem Großteil auf hypothetischen Annahmen darüber, wie Klimaschutz gelingen kann. Deshalb ist es für die Organisationen besonders wichtig, die eigene Arbeit und Strategie immer wieder zu hinterfragen: Sind wir noch auf dem richtigen Weg? Was haben wir bisher erreicht, welche Maßnahmen funktionieren

gut und welche gar nicht? Sind unsere Aktivitäten auch auf lange Sicht zielführend? Ob eine Organisation die Qualitätsentwicklung und die Wirksamkeit ihrer Arbeit fest im Blick hat, erkennen Soziale Investoren neben regelmäßigen Evaluationen vor allem an einem transparenten Berichtswesen. Hat die Organisation eventuell Zwischenziele formuliert, und überprüft sie diese? Gibt es vielleicht organisationsinterne Reflexionsrunden, Auswertungsgespräche mit den Teilnehmern oder Feedbackrunden mit den Stakeholdern?

5 WIRD DAS PROJEKT VON EINER LEISTUNGS- FÄHIGEN ORGANI- SATION GETRAGEN?

Der Klimaschutzdiskurs ist geprägt von theoretisch-fachlichen Auseinandersetzungen und ist eine Frage technischer Details. Die Zusammenhänge sind kompliziert, der wirksamste Weg zum Ziel ist ungewiss. Kurz: Klimaschutz ist ein Thema für Experten – darf aber den Nicht-Experten nicht ausschließen. Die Organisationen benötigen deshalb sowohl entsprechendes Fachpersonal als auch die Ressourcen für Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen, um die Umsetzung ihrer Klimaschutzprojekte langfristig gewährleisten zu können.

Klimaschutz ist aber auch ein sehr wirtschaftsnahes Thema, denn der notwendige gesellschaftliche Wandel kann mithilfe von

Innovationen entscheidend vorangetrieben werden: Produkte, Verfahren und Dienstleistungen müssen klimaschutztauglich werden. Hier gibt es einen neuen, großen Markt.

Viele der Innovationen entstehen nicht nur in profitorientierten Unternehmen, sondern auch in der Zivilgesellschaft. Doch gemeinnützigen Organisationen stehen meist nicht die gleichen Strukturen und Prozesse zur Verfügung wie Unternehmen. Vergleichbares Fach- und Managementwissen ist – obwohl benötigt – damit nicht selbstverständlich vorhanden. Anhand einer transparenten Darstellung der Organisation lassen sich aber gute Indizien dafür finden: Veröffentlicht sie zum Beispiel Finanzdaten und Informationen zu den Governance-Strukturen auf ihrer Website? Ist sie Unterzeichner der Initiative Transparente Zivilgesellschaft?

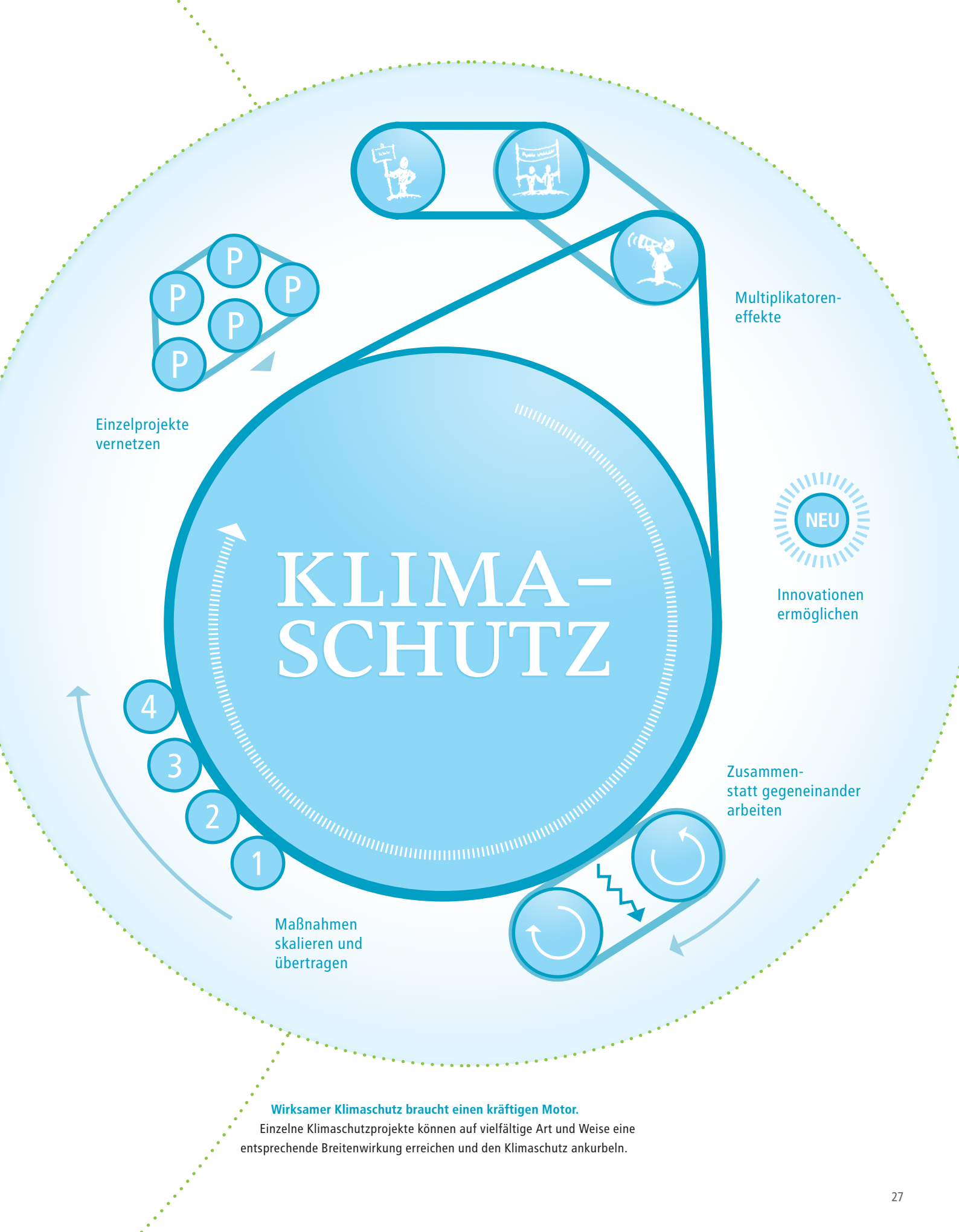
6 KANN DAS PROJEKT BREITENWIRKUNG ERZIELEN?

Klimaschutz funktioniert nicht im Kleinen. Ein einzelner gepflanzter Baum erzielt nicht genug Wirkung, um einen entscheidenden Unterschied für das Klima zu erzielen. Statt isolierter Einzelmaßnahmen müssen die Projekte auf Wachstum ausgelegt sein, sie müssen ineinander greifen und gemeinsam Breitenwirkung erzielen. Nur so kann Klimaschutz gelingen. Das Wachstum des Projekts und der Organisation kann beispielsweise bereits im Businessplan verankert sein. Wenn ein Projekt als Social Franchise angelegt worden ist, ist die Übertragung auf einen anderen Standort und damit die bundesweite Verbrei-

tung des Angebots sehr einfach. Aber auch eine gute Aufbereitung der Projektmaterialien und Tools kann dazu beitragen, dass andere die Idee leicht aufnehmen und für sich nutzen können und auf dieser Basis ein eigenes Projekt aufbauen. Das kann das gesamte Angebot umfassen oder einzelne Aspekte wie den methodischen Ansatz. Dem Projekt kommt so eine wichtige Vorbildfunktion zu.

Ebenso essenziell ist es, dass die Organisationen das Prinzip der Zusammenarbeit als festen Bestandteil in ihr Projekt integrieren. In Kooperationen mit Akteuren, die das eigene Angebot sinnvoll ergänzen, entstehen wichtige Synergien, die die Wirksamkeit einer Maßnahme potenzieren. Auch der Austausch mit anderen Klimaschützern ist bei einem derartig fachspezifischen Thema unerlässlich.

Für Soziale Investoren heißt das: Gibt es gemeinsame Ziele, die in einer Kooperationsvereinbarung festgehalten wurden? Hat die Organisation Ethikrichtlinien für Kooperationen festgelegt? Sucht sie aktiv nach Partnern und bindet sie diese entsprechend ihren Kompetenzen sinnvoll in die Projektarbeit ein? Breitenwirkung lässt sich darüber hinaus auch durch die Auswahl und Ansprache der Zielgruppen erzielen. Hier sollten die Organisationen Multiplikatoreffekte von Anfang an mitdenken und in ihre Wirkungslogik einbeziehen. Kann die direkte Zielgruppe das Thema an weitere gesellschaftliche Gruppen herantragen und so zum Beispiel Freunde, die Familie und Kollegen ebenfalls zu Klimaschützern machen?



Wirksamer Klimaschutz braucht einen kräftigen Motor.

Einzelne Klimaschutzprojekte können auf vielfältige Art und Weise eine entsprechende Breitenwirkung erreichen und den Klimaschutz ankurbeln.

SO KÖNNEN SOZIALE INVESTOREN DAS ENGAGEMENTFELD STÄRKEN

Eine Investition in wirkungsvolle Projekte, die sich für ein gesundes Klima engagieren, lohnt sich immer. Wer zielgerichtet Projekte dort fördern möchte, wo der Unterstützungsbedarf besonders groß ist, kann an unterschiedlichen Punkten ansetzen.

INFRASTRUKTUR FÖRDERN

.....

Diskussionen um den Klimawandel und Klimaschutz finden teilweise auf einer sehr fachlichen Ebene statt. Für die Arbeit der gemeinnützigen Organisationen, die sich für ein gesundes Klima engagieren, ist Fachwissen deshalb essenziell. Das heißt: Der Bedarf an hauptamtlichen Fachkräften ist hier besonders groß. Soziale Investoren können diese Personalstellen finanzieren, sie können aber auch die entsprechende Qualifizierung sowie Weiterbildungsmaßnahmen für die Mitarbeiter ermöglichen und so das Fachwissen in die Organisationen bringen. Da ein Großteil der bisherigen Förderungen in erster Linie projektbezogen ist, benötigen viele Organisationen vor allem Unterstützung auf Organisationsebene – und das langfristig. Klimaschutzprojekte sind in den meisten Fällen auf einen längeren Zeitraum angelegt, denn ihre Ziele sind in der Regel nicht binnen zwei oder drei Jahren erreichbar. Die Organisationen benötigen dafür eine entsprechend konstante Förderung. Nur so können sie ihre Aktivitäten kontinuierlich umsetzen, die Qualität ihres Angebots dauerhaft garantieren sowie das Know-how und Erfahrungswissen der Mitarbeiter langfristig in der Organisation halten.

BERATUNG ERMÖGLICHEN

.....

Viele Mitarbeiter in Klimaschutzorganisationen haben einen wissenschaftlichen oder betriebswirtschaftlichen Hintergrund. Teilweise fehlt den Organisationen jedoch ein spezifisches Wissen über Non-Profit-Management. Soziale Investoren können an dieser Stelle Beratungen durch erfahrene Praktiker und Experten finanzieren, Raum für einen Austausch schaffen oder Weiterbildungen ermöglichen. Auf diese Art können sie das notwendige Know-how zum Beispiel über das Gemeinnützigkeitsrecht, angemessene Aufsichtsstrukturen und erfolgreiches Fundraising sowie über die Theorie und Praxis gesellschaftlichen Wandels und über effektive politische Kommunikation in den Organisationen aufbauen. Insbesondere jungen gemeinnützigen Organisationen fehlt oftmals auch Wissen über strategische Organisationsentwicklung.

EVALUATIONEN FINANZIEREN

Viele Organisationen stehen bei der Evaluation ihres Klimaschutzprojekts vor einer besonderen Herausforderung: Nicht alle Erfolge und Wirkungen einer Maßnahme lassen sich in eingespartem CO₂ berechnen und darstellen. Viele Angebote haben nur einen indirekten Einfluss auf den Treibhausgasgehalt der Luft und folgen einer in viele Zwischenschritte unterteilten Wirkungslogik. In diesen Fällen sind Wirkungsanalysen meist sehr aufwändig und umfangreich. Den meisten Organisationen fehlen die Ressourcen und das methodische Wissen, um eine geeignete Methode zur Evaluation ihrer Maßnahmen zu entwickeln. Soziale Investoren können den Organisationen unter die Arme greifen und zum Beispiel regelmäßige Evaluationen finanzieren oder eine kontinuierliche Begleitung der Qualitätsentwicklung durch einen Coach ermöglichen. Das Wissen darüber, was gut funktioniert, kann außerdem anderen Akteuren im Feld helfen, Aktivitäten besser zu planen und anzupassen.

VERBREITUNG ODER SKALIERUNG UNTERSTÜTZEN

Klimaschutz braucht Maßnahmen mit Breitenwirkung – und diese ist ohne das Engagement Sozialer Investoren nicht möglich. Soziale Investoren können die gemeinnützigen Organisationen dabei unterstützen, ihr Projekt zu skalieren und an neuen Standorten aufzubauen. Sie können mit ihrer Förderung die Wachstumspläne einer Organisation in echtes Wachstum verwandeln. Und sie können die Organisationen dabei unterstützen, ihr Erfahrungswissen aus der Projektarbeit so aufzubereiten, dass andere Akteure diese gut und einfach nutzen und ähnliche Angebote an anderen Standorten zu realisieren. Mit einer Spende können sie zum Beispiel Handbücher und Projektleitfäden erstellen, ihre Medienarbeit verstärken oder Veranstaltungen durchführen. Soziale Investoren können zusätzlich zu einer finanziellen Unterstützung auch wichtige Kontakte zur Verfügung stellen und der Organisation Zugang zu relevanten Netzwerken ermöglichen.

NETZWERKSTRUKTUREN ETABLIEREN

Zusammenarbeit ist das A und O für einen wirksamen Klimaschutz. Bisher ist das Feld jedoch von heterogenen und schlecht vernetzten Strukturen geprägt. Klimaschutz ist ein Querschnittsthema, es wird oftmals an andere Themen angedockt und die Projekte bewegen sich in ihren spezifischen Fach-Nischen. Eine gemeinsame Klimaschutzbewegung aller Akteure gibt es nicht. Doch für wirkungsvollen Klimaschutz müssen Netzwerkstrukturen geschaffen werden, die ein gemeinsames strategisches Vorgehen ermöglichen. Soziale Investoren können diesen Gedanken aufgreifen und zum Beispiel eine auf Vernetzung spezialisierte Organisation unterstützen, Veranstaltungen und Austauschtreffen finanzieren, die Gründung von Plattformen vorantreiben oder Mediatorenprojekte fördern.

DER WEG ZU WIRKUNGSVOLLEM ENGAGEMENT

Sie wollen das Engagement für den Klimaschutz stärken und möchten wissen, an welchen Punkten Sie wie helfen können? Die folgende Übersicht zeigt, wie Sie das passende Engagementfeld auswählen und dort größtmögliche Wirkung erzielen können.

Tipps zum strategischen Spenden

Gerade bei größeren Förderungssummen rät PHINEO dazu, bei der Spendenentscheidung strategisch vorzugehen.

Mit den „10 Tipps zum strategischen Spenden“ unterstützt PHINEO Sie dabei, die richtigen Fragen zu stellen, um das philanthropische Engagement wirkungsvoll zu gestalten.

Die Tipps finden Sie auf:

www.phineo.org

WAS MÖCHTEN SIE TUN?

Die Hauptverursacher von CO₂-Emissionen zu einer dauerhaften und relevanten Reduzierung ihres Treibhausgasausstoßes bewegen.

Die Wirksamkeit und Qualität guter Projektarbeit maximieren.

Ein erfolgreiches Konzept ausweiten oder verbreiten und Breitenwirkung erzielen.

Den CO₂-Ausstoß direkt reduzieren oder kompensieren

Klimaschutz im Alltag der Bevölkerung verankern.

Klimaschutz ganzheitlich fördern.

HIER KÖNNEN SIE ANSETZEN:

Wer Klimaschutz in großem Maßstab mitgestalten will, muss auch an den großen Stellschrauben drehen und Akteure in Politik und Wirtschaft adressieren. Dafür braucht das Klima eine starke Stimme, die Positionen formuliert, Forderungen stellt und sich für ein gesundes Klima einsetzt. Das ist oft ein langwieriger Prozess – er verspricht aber auch die entscheidenden Veränderungen im Sinne des Klimaschutzes. Organisationen, die sich mit ihren Kampagnen und Projekten direkt an die Politik und die Unternehmen wenden, benötigen entsprechend engagierte Förderer, die ihre Vision teilen und sie langfristig begleiten.

Für wirkungsvollen Klimaschutz ist Fachwissen unerlässlich, denn das Thema ist sehr technisch und komplex. Geben Sie den Organisationen den Raum und die Möglichkeiten, die größtmögliche Wirkung aus ihrer Arbeit herauszuholen. Ermöglichen Sie zum Beispiel Evaluationen, indem Sie die Personalkosten für einen Berater übernehmen oder eine externe Evaluation finanzieren. Versetzen Sie die Organisation in die Lage, sich fachliche Expertise an Bord zu holen, und finanzieren Sie zum Beispiel eine entsprechende Stelle. Sie können die Qualifizierung und Weiterbildung der Mitarbeiter fördern und so die Zukunftsfähigkeit des Projekts garantieren. Und Sie können die Infrastruktur der Organisation ausbauen, etwa über die Finanzierung einer zusätzlichen Kraft für das Fundraising.

Klimaschutzmaßnahmen müssen in die Breite wirken. Ermöglichen Sie das Wachstum erfolgreicher Projekte und damit eine große Reichweite! Sie können zum Beispiel die Skalierung und Übertragung eines Angebots an einen anderen Standort fördern, indem Sie Personalkosten tragen, die Erstausrüstung des Standorts zahlen oder die Miete für Räumlichkeiten übernehmen. Sie können aber auch die Qualifizierung der neuen Mitarbeiter finanzieren oder die Erstellung von Handbüchern und Schulungsmaterialien unterstützen.

Wer seinen CO₂-Ausstoß nicht weiter reduzieren kann, kann ihn auf unterschiedliche Weise kompensieren: Einige Projekte sind zum Beispiel im Bereich Aufforstung und Moorbewirtschaftung aktiv, andere setzen auf Maßnahmen wie die Verbreitung von Solarkochern in Entwicklungsländern. In jedem Fall ist es wichtig, dass die Projekte die Kriterien einer nachhaltigen Entwicklung berücksichtigen und deren Einhaltung stetig überprüfen. Kompensationen können dauerhaft in die eigene Klimaschutzstrategie integriert werden, eignen sich aber auch als punktuelle Einzelmaßnahme.

Ein nachhaltiger Lebensstil lässt sich nicht per Gesetz verordnen. Auch wohlgemeinte Ratschläge reichen nicht aus, um einen gesellschaftlichen Wandel hin zu einem klimafreundlichen Lebensstil zu veranlassen. Klimaschutz muss greif- und erlebbar sein, er muss „cool“ werden, attraktiv sein. Er muss im Alltag jedes Einzelnen ankommen. Fördern Sie Projekte, die den Bürger einbeziehen, die Selbstwirksamkeit erfahrbar machen, aufklären und Austausch ermöglichen!

Unterstützen Sie nicht nur ein einzelnes, sondern mehrere Projekte und Aktivitäten – und werden Sie so der Vielseitigkeit des Klimaschutzes gerecht! Entwickeln Sie eine Förderstrategie, die zu Ihnen passt: Kombinieren Sie zum Beispiel direkte und indirekte Ansätze oder große und kleine Organisationen. Nehmen Sie auch vermeintlich unbequeme Projekte in Ihr Förderportfolio auf. Auf diese Art können Sie nicht nur die jeweiligen Akteure fördern, sondern diese auch miteinander vernetzen und so noch mehr Wirkung erreichen.

WAS DAS FÜR SIE BEDEUTET

Finanzieren Sie eine komplette Kampagne bis zum Ende durch. Dafür brauchen Sie einen langen Atem, Sie können aber auch eine sehr große Wirkung erzielen.

Unterstützen Sie die Organisation dort, wo sie am dringendsten Unterstützung benötigt. Wer an diesen Stellen investiert, stellt dabei aber auch die Wirksamkeit der Projektarbeit vor die eigene Sichtbarkeit.

Hier setzen Sie auf bewährte Ansätze, die wirken – und können diese Wirkung noch potenzieren.

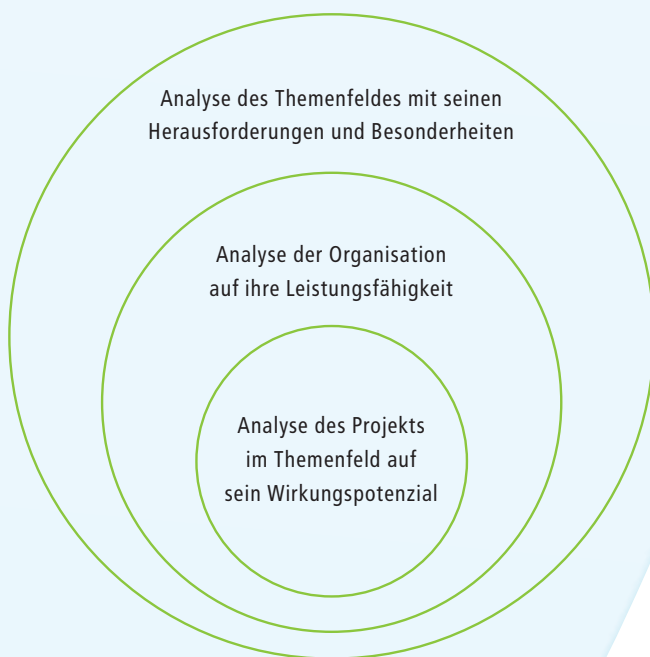
Achten Sie auf Breitenwirkung! Hier können Sie nur dann wirklich etwas bewegen, wenn CO₂ in großem Umfang reduziert beziehungsweise kompensiert wird.

Mit alltagsnahen, niedrigschwelligen Angeboten können Sie Klimaschutz „von unten“ anschieben. Signifikante CO₂-Einsparungen entstehen dabei meist erst langfristig.

Mit einem breitgefächerten Förderportfolio sind Sie ein wichtiger Motor für den Klimaschutz. Das ist jedoch nur mit einem entsprechenden Zeit- und Geldbudget möglich.

DIE PHINEO-METHODE: ANALYSE MIT HERZ UND VERSTAND

Integration, Umweltbildung, Demenz – so vielfältig die Bereiche gesellschaftlichen Engagements sind, so unterschiedlich sind die jeweiligen Rahmenbedingungen für die Arbeit zivilgesellschaftlicher Akteure. Um die Wirkung gemeinnütziger Arbeit angemessen einschätzen zu können, greift PHINEO spezifische gesellschaftspolitische Themenfelder auf und untersucht gemeinnützige Organisationen aller Art und Größe innerhalb dieses Themenfelds auf ihre Leistungsfähigkeit und ihr Wirkungspotenzial hin. Projekte, die in allen Punkten überzeugen können, zeichnet PHINEO mit dem Wirkt-Siegel aus. Die wichtigsten Analyseergebnisse werden in Projektporträts zusammengefasst und im Rahmen eines Themenreports zu dem jeweiligen Engagementfeld vorgestellt sowie auf www.phineo.org veröffentlicht. Die Teilnahme am Analyseverfahren ist für die gemeinnützigen Organisationen freiwillig und kostenfrei.



DIE ACHT KRITERIEN DER PHINEO-ANALYSE

Drei projektbezogene und fünf organisationsbezogene Kriterien bilden den Fahrplan für die Einschätzung einer gemeinnützigen Organisation und der Wirksamkeit ihrer Aktivitäten. Die Analyse der einzelnen Kategorien setzt sich aus der Bewertung zahlreicher Unterkategorien zusammen.

Die Einschätzung des Wirkungspotenzials des Projekts erfolgt über folgende drei Kriterien:

Ziele und Zielgruppen
Ansatz und Konzept
Qualitätsentwicklung

Die Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Organisation erfolgt über die folgenden fünf Kriterien:

Vision und Strategie
Leitung und Personalmanagement
Aufsicht
Finanzen und Controlling
Transparenz und Öffentlichkeitsarbeit

IN VIER SCHRITTEN ZUM WIRKT-SIEGEL

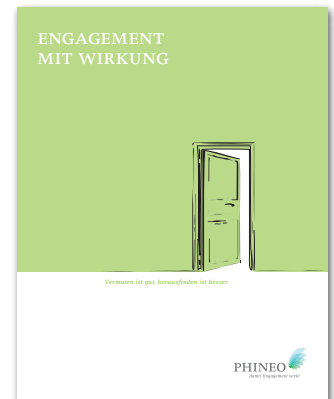
Die Auszeichnung mit dem Wirkt-Siegel von PHINEO setzt das erfolgreiche Durchlaufen aller vier Analysestufen voraus.

In einem ersten Schritt geben die Organisationen via Online-Fragebogen Auskunft über ihre Aktivitäten und Projekte sowie zu ihrer Gemeinnützigkeit. Erfüllt das Projekt die PHINEO-Anforderungen, sendet die Organisation im nächsten Schritt Informationsmaterialien an PHINEO, darunter die Satzung, Jahresberichte, Finanzinformationen und Berichte über ihre inhaltliche Arbeit. Diese werden vom Analystenteam ausgewertet und anhand der Kriterien beurteilt. Auf der nächsten Stufe machen sich die PHINEO-Analysten bei einem Besuch vor Ort ein Bild von der gemeinnützigen Organisation.

Ist das Team insgesamt von der Arbeit der Organisation überzeugt, schlägt es die Organisation der Empfehlungskommission vor. Die dort versammelten externen Experten entscheiden abschließend darüber, welche Organisationen und Projekte von PHINEO empfohlen werden und das Wirkt-Siegel erhalten.

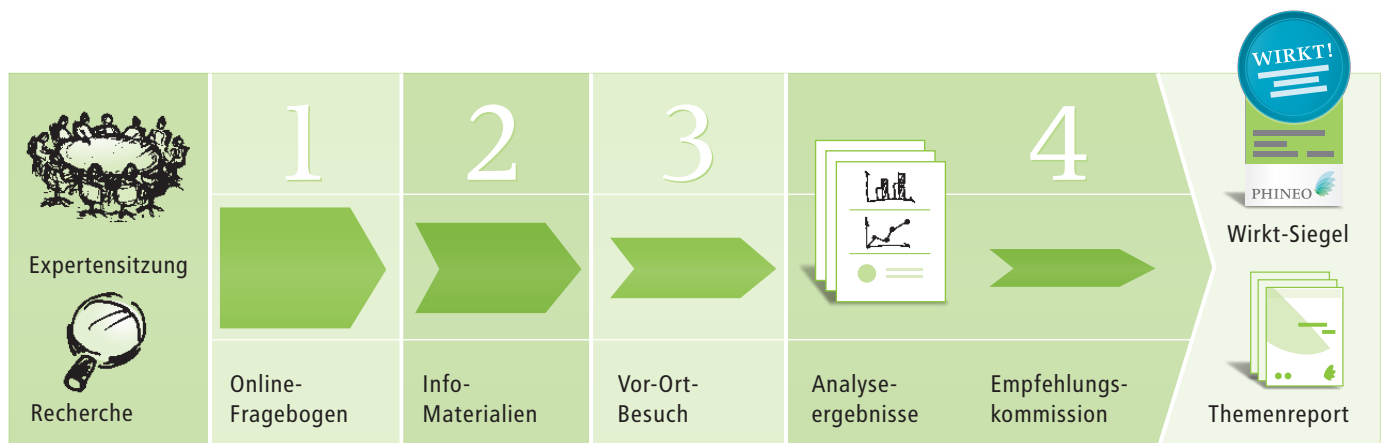
THEMENREPORTS ALS ORIENTIERUNG

Die Analyseergebnisse werden in Themenreports aufbereitet. Welche Potenziale hat gemeinnütziges Engagement in einem bestimmten Themenfeld? Woran erkenne ich als Förderer Projekte, die wirkungsorientiert arbeiten? Und wie kann ich die Arbeit gemeinnütziger Organisationen ganz konkret unterstützen? In den PHINEO-Themenreports stellen wir neben den empfohlenen Projekten das gesamte Themenfeld vor, wir identifizieren erfolgversprechende Handlungsansätze, decken Förderlücken auf und erläutern die Rolle gemeinnützigen Engagements im Themenfeld. Für die Themenreports arbeitet PHINEO immer auch mit Experten aus den jeweiligen Themenfeldern zusammen.



Eine ausführliche Darstellung der Methode finden Sie in dem 52 Seiten umfassenden Handbuch „Engagement mit Wirkung“ auf: www.phineo.org

Das PHINEO-Analyseverfahren



HERZLICHEN DANK!

.....

Die PHINEO gAG bedankt sich herzlich bei allen Beteiligten, die an der Erarbeitung des Themenreports Klimaschutz mitgewirkt haben. Dieser Themenreport und die dazugehörigen Porträts wären ohne die kontinuierliche und kompetente Begleitung durch eine Vielzahl von renommierten Wissenschaftlern und erfahrenen Praktikern im Bereich Klimaschutz sowie Kennern des gemeinnützigen Sektors nicht möglich gewesen.

Für einen intensiven Austausch über das Themenfeld Klimaschutz im Vorfeld der Reporterstellung danken wir herzlich:

Prof. Dr. Claudia Kemfert Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V. , Berlin

Sebastian Metzger co2online gGmbH, Berlin

Für die Erstellung eines inhaltlichen Papiers zum Themenfeld Klimaschutz, für die Teilnahme an der Empfehlungskommission sowie die Teilnahme an einem ganztägigen Workshop zur thematischen Vorbereitung des Reports danken wir herzlich:

Matthias Duwe Ecologic Institute, Berlin

Timon Wehnert Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH - Büro Berlin

Ein ebenso herzlicher Dank gilt den Experten, die uns bei der thematischen Vorbereitung dieses Reports in einem ganztägigen Workshop unterstützt haben:

Michael Dittrich Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Osnabrück

Samuel Höller Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH - Büro Berlin

Dr. Holger Krimmer Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Essen

Katharina Reuter Klima-Allianz, Düsseldorf

Martin Rocholl European Climate Foundation, Berlin

Tilmann Santarius Germanwatch e. V., Bonn

Dr. Sybil Steuwer Rat für nachhaltige Entwicklung, Berlin

Auch bei den Mitgliedern der Empfehlungskommission bedanken wir uns herzlich:

Weert Diekmann DekaBank Deutsche Girozentrale, Frankfurt am Main

Dr. Stehn Ehlern Ferguson Partners Family Office Ltd., Zürich

Dr. Christian Meyn Auridis gGmbH, Neuss

Dr. Dirk Scheffler e-fect dialog evaluation consulting eG, Trier

Mirjam Schwink Baden-Württembergische Bank, Stuttgart

Dr. Heinrich Weninger Kathrein Privatbank Aktiengesellschaft, Wien

Hans-Günter Zeger Rotary Club, Berlin

IMPRESSUM

1. Auflage, April 2013
© PHINEO gAG, Berlin

Für inhaltliche Fragen zu diesem Themenreport steht Ihnen gern zur Verfügung:

Kerstin Albrecht

Kerstin.Albrecht@phineo.org

Zoë Felder

Zoe.Felder@phineo.org

Jonathan Przybylski

Jonathan.Przybylski@phineo.org

Hauptverantwortung: Dr. Philipp Hoelscher

Analyse: Kerstin Albrecht, Zoë Felder, Jonathan Przybylski (Verantwortliche Analysten), Doreen Kubek, Bettina Kurz, Benjamin von der Ahe (Zusatzanalysten)

Redaktion: Annett Zühlke

Gestaltung: Stefan Schultze

Illustrationen: Annett Zühlke, Stefan Schultze

Druck: Klimaneutraler Druck auf Recyclingpapier durch DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Bildnachweise

Titel: © iStockphoto.com / evirgen

S. 1: © PHINEO gAG

S. 4/5: © iStockphoto.com / Scott Cressman

S. 10/11: © Bergwaldprojekt e.V.

S. 22/23: © iStockphoto.com / Stephan Kerkhofs

Kontakt

PHINEO gAG

Anna-Louisa-Karsch-Str. 2

10178 Berlin

Tel. +49 . 30 . 52 00 65 - 400

Fax +49 . 30 . 52 00 65 - 403

info@phineo.org

www.phineo.org



klimateutral^o

Diesem Themenreport liegen in der gedruckten Fassung Projektporträts der von PHINEO empfohlenen Organisationen und Projekte bei. Die Informationen zu den Organisationen basieren auf deren eigenen Angaben. Eine vollständige Überprüfung dieser Angaben ist trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrollen durch PHINEO nicht möglich. PHINEO übernimmt daher keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Informationen. Gleiches gilt für die zukünftige Entwicklung von Projekten und Organisationen. Finanzielle Investitionen erfolgen in jedem Fall auf eigenes Risiko. Eine rechtliche Verpflichtung von PHINEO aufgrund der Bereitstellung der Informationen besteht nicht. Ansprüche gegen PHINEO, die auf die Nutzung der veröffentlichten Inhalte und besonders die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen zurückgeführt werden, sind ausgeschlossen.

Schutzgebühr Druckausgabe:
EUR 19,90

PHINEO Downloads



Die PHINEO-Themenreports und -Ratgeber sind darüber hinaus für Sie kostenlos als PDF auf www.phineo.org/publikationen zum Download erhältlich.

LITERATURVERZEICHNIS

.....

Weitere Literaturtipps sowie interessante Links zum Thema finden Sie unter:
www.phineo.org

Allianz Umweltstiftung, Informationen zum Thema „Klimaschutz“: Erkenntnisse, Lösungsansätze und Strategien, München 2009

Bandt, Den Mutbürger bei der Energiewende beteiligen – die Zivilgesellschaft stärken. eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft 10/2012, Bonn 2012

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hrsg.), Investitionen für den Klimaschutz. Die projektbasierten Mechanismen CDM und JI, Berlin 2010

California Environmental Associates, Design to Win. Philanthropy's Role in the Fight against Global Warming, San Francisco 2007

Dunker, Warum ist Bürgerbeteiligung an der Energiewende erforderlich und wie kann die Beteiligung gestaltet werden? eNewsletter Wegweiser Bürgergesellschaft 10/2012, Bonn 2012

Ethik-Kommission Sichere Energieversorgung, Deutschlands Energiewende – Ein Gemeinschaftswerk für die Zukunft, Berlin 2011

GEO (Hrsg.), Klimawandel: Der letzte Zweifel schmilzt, Hamburg 2007

Germanwatch e. V. (Hrsg.), Deutschland auf dem Weg in eine „Green and Fair Economy“? Eine NGO-Perspektive als Beitrag zu Rio 20+, Berlin 2012

IPCC (Hrsg.), Fourth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change, Genf 2007

Kemfert, Die andere Klima Zukunft. Innovation statt Depression. Murmann Verlag, Hamburg 2008

Kemfert, Kosten des Klimawandels ungleich verteilt: Wirtschaftsschwache Bundesländer trifft es am härtesten. In: Wochenbericht des DIW Berlin, Heft 12–13/2008, Berlin 2008, S.137-142

Kuckartz, Klimabewusstsein in Europa: Liegt Deutschland vorne? In: Jahrbuch Ökologie 2011, Die Klima-Manipulateure. Rettet uns Politik oder Geo-Engineering?, Stuttgart 2011

Lemken/Helfert/Kuhndt/Lange/Merten (Hrsg.), Strategische Allianzen für nachhaltige Entwicklung. Innovationen in Unternehmen durch Kooperationen mit NPOs, Wuppertal 2010

Lorentz, Beweise, bitte! In: Die Zeit, Heft 9/2012, Hamburg 2012

Ludewig/Küchler/Meyer, Energiewende finanzieren durch Abbau umweltschädlicher Subventionen. Gutachten des Forums Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft im Auftrag von Greenpeace, Berlin 2011

Matthes, Klimawandel und Klimaschutz. In: Bundeszentrale für politische Bildung, Informationen zur politischen Bildung, Heft 287: Umweltpolitik, Bonn 2008

New Philanthropy Capital (Hrsg.), Green philanthropy. Funding charity solutions to environment problems. A guide for donors and funders, London 2007

Santarius, Klimawandel und globale Gerechtigkeit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), Heft B24/2007, Bonn 2007, S.18-24

Wissenschaftlicher Beirat beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Wege zu einer wirksamen Klimapolitik, Berlin 2012

Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderung (WBGU), Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation. Zusammenfassung für Entscheidungsträger, Berlin 2011

WIRKT App jetzt*



Die Projektporträts aller Themen-
reports finden Sie im Internet unter:
www.phineo.org/projektportraits



- * Unsere kostenfreie Wirkt-App mit allen Projektporträts bekommen Sie für Apple iPad und iPhone unter <https://itunes.apple.com/de/app/id533415414?mt=8>



Die Version für Geräte unter Google Android bekommen Sie hier:
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.blauberries.phineowirkt>



PHINEO ist ein unabhängiges Analyse- und Beratungshaus für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement. Ein breites Bündnis aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft hat 2010 die gemeinnützige Aktiengesellschaft PHINEO ins Leben gerufen, um den gemeinnützigen Sektor zu stärken. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt PHINEO bei allen an, die nicht nur Gutes tun, sondern auch Gutes bewirken wollen. PHINEO empfiehlt auf Basis der mehrstufigen

PHINEO-Analyse gemeinnützige Projekte, die besonderes Potenzial haben, die Gesellschaft nachhaltig zu gestalten. Mit Porträts dieser empfehlenswerten Organisationen, Reports zu ausgewählten Themenfeldern, Ratgebern zum Wie des Gebens sowie individueller Beratung bietet PHINEO Orientierung für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement.

www.phineo.org

PHINEO IST EIN BÜNDNIS STARKER PARTNER

Hauptgesellschafter



DEUTSCHE BÖRSE
GROUP

| BertelsmannStiftung

Gesellschafter



Stiftung
Mercator



Ideelle Gesellschafter



Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft



Strategische Partner

• CSI – Centrum für soziale
Investitionen und Innovationen

• Deutscher Spendenrat
• Stiftung Charité

Förderer

• Freshfields Bruckhaus Deringer LLP
• MLP Finanzdienstleistungen AG

• Warth & Klein Grant Thornton AG