



# Energie-Wende-Wege für Nutzerinnen und Nutzer

## Einstieg in unsere Überlegungen

### Delivering a New Deal for Energy Consumers\*

The Energy Union Framework Strategy sets out the vision of an Energy Union "with citizens at its core, where citizens take ownership of the energy transition, benefit from new technologies to reduce their bills, participate actively in the market, and where vulnerable consumers are protected".

A THREE-PILLAR STRATEGY TO DELIVER A NEW DEAL FOR ENERGY CONSUMERS - **consumer empowerment**; smart homes and networks; data management and protection

- Saving money and energy through better information
- Giving consumers a wide choice of action
- Maintaining full protection for consumers

\* Brussels, **15.7.2015** COM(2015) 339 final COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS





## Unsere Beobachtungen dazu

Das Konzept *power to consumers* muss über materielle und marktorientierte Ansätze hinausgehen, wir wollen die Menschen als **Nutzerinnen und Nutzer** ansprechen, und nicht als **Konsumentinnen und Konsumenten**! In der Bewertung wird sehr gerne alles dem Profit oder besser der Gewinnspanne untergeordnet.

Die Menschen (Nutzerinnen und Nutzer) haben in den ursprünglichen Konzepten zum Klimaschutz, der Energiewende (smart city, etc.) **keinen ‚Platz‘ gehabt.**

FPÖ-gängige Aussage: ‚Es gibt keinen Klimawandel!‘ (obwohl der Klimawandel durch Eiskernbohrungen eindeutig belegt ist). Fachliche Argumente helfen nicht in der öffentlichen Meinungsbildung – müssen wir auch lügen und Angst schüren?

Themenbearbeitung zum Klimaschutz ist noch immer vom jeweiligen Ministerium, Abteilung etc. abhängig; wir sehen keine umfassende kooperative Auseinandersetzung, ganz besonders, wenn es um den Klimaschutz in Zusammenhang mit Konsum und Gesundheit geht.

## Unser Fokus 1

### **Klimaschutz und Energiewende gehen Hand in Hand mit Werten für Nutzerinnen und Nutzer abseits marktorientierter Botschaften**

*Sicher ist jedoch, dass Umdenken Teil jedes solchen Weges sein muss, dass Werte hinterfragt und Tabus gebrochen werden müssen. Es muss ein Umdenken in Richtung neuer Werte stattfinden, und wir müssen mit unseren Ressourcen sparsamer umgehen. Bedarfssenkung, Effizienzsteigerung, Maßnahmen im Nicht-Energiebereich setzen (biologische Landwirtschaft, Reduzierung des Fleischkonsums) und auf erneuerbare Energien umsteigen lautet das Gebot der Stunde. (Prof<sup>in</sup> H. Kromp-Kolb)*

### **Welche Werte sind für uns persönlich wichtig? Welche aus der Erfahrung und Kommunikation mit Nutzerinnen und Nutzer?**

- Respekt gegenüber Natur und Mensch
- Verantwortung für mein heutiges Tun in Hinblick auf die nächsten Generationen
- Langfristiges Denken und Planen
- Ressourceneinsatz



- Denken in Konsequenzen
- Recht auf Arbeit (Recht auf Grundeinkommen)
- Recht auf Privatsphäre
- Recht auf Ruhe und Stille
- Gesunde Böden
- Artgerechte Haltung
- Recht auf Diversität
- Teilen und Besitzen
- Systemumstellung contra Wachstum
- Lebendigkeit, Lebensfreude

## Unser Fokus 2

### Die Energiewende braucht eine Veränderung unserer Gewohnheiten, ganz besonders im Alltag.

*„Umdenken muss kein Verzicht sein, sondern sollte als Chance auf größere globale Gerechtigkeit und ein erfüllteres Leben für den Einzelnen verstanden werden“.*

*(Prof<sup>n</sup> H. Kromp-Kolb)*

*„Das Problem der Umweltaufklärung besteht in ihrer Weltuntergangsrhetorik. Die ist aber nicht geeignet, Handeln zu verändern. Wir handeln nicht aufgrund von Wissen, sondern weil wir nach sozialer Anerkennung, Bequemlichkeit und geringstmöglichem Aufwand suchen. ... Wir brauchen Leute, die vorleben, dass es schick ist, mit weniger Krempel zu leben, und das ohne Askese oder Verzicht.“ (H. Welzer, Kulturwissenschaftler, online Zeit)*

**Was bringt uns dazu, unsere Gewohnheiten um/in Frage zu stellen? Sind wir es nicht mehr gewohnt, uns anzustrengen? Umgehung der Bequemlichkeit? ... Wir müssen entsprechend emotional befasst werden!**

Wir betrachten Gewohnheiten auf Basis unserer Lebensgrundlage (Wohnen, Essen, Arbeiten, Anziehen):

- Fleisch essen abstellen, achtsamer Umgang
- nicht alles einkaufen-Wollen zu jeder Jahreszeit bzw. auch zu jeder Tageszeit
- Verfügbarkeit von Mobilität
- in die Gemeinschaft zurück



Veränderung anregen

- Gewohnheiten anderer Kulturen, anderer Generationen, anderer Schichten reflektieren
- Anstrengungen zulassen
- Angelpunkt Schule
- Plattformen (Konsum, Verkehr, Landwirtschaft, Erneuerbare Energie, ...)

## Unser Fokus 3

**Neue ‚Formate‘ bringen die wissenschaftlich technologischen Errungenschaften der Energiewende zu den Nutzern und Nutzerinnen**



Formate sollen

- Usability für Nutzerinnen und Nutzer garantieren, auch ein user driven design (Bemerkungen FG Graz: Technologie umfassend mit Zielgruppen absichern! KonsumentInnen wollen nicht Test-User sein: Unsicherheit zu Auswirkungen, nicht gut erklärt, undurchsichtige bzw. einseitige Erklärungsmodelle, hohe Kosten, ...)
- Visualisierung der Sprache (Bemerkung FG Wien: (nur) Bilder Buch)
- mit Humor statt mit dem erhobenen Zeigefinger
- Gamification, Gamifizierung
- Anreizsysteme schaffen, auch nicht monetäre
- ‚Mit-Mach-Geschichten mit ‚G‘spür‘
- Vermittlung: klare Information geben, Vorbilder (glaubhafte und authentische Botschafterinnen und Botschafter schaffen, - ‚dem Krasnitzer glaubt so manche von uns alles‘ -, langfristige Entwicklungen und Auswirkungen um gegen Ängste der Menschen vor Veränderung)
- Sichtbare Vernetzung, Interdisziplinarität, echte Kooperation in der Wissenschaft, Ministerien, Sachverständigen, ...
- Modelle für die Bildungs- und Arbeitswelt, auch Berufsausbildung (Beschäftigungsprojekte Ausblicke Gosdorf, Haus der Energie, Irmgard Pribas; Ausbildungen, Fortbildungen, an



verschiedene Zielgruppen anpassen, in das alltägliche Tun im Haus und im Beruf integrieren)

- Auch ‚beratungsresistenten‘ Menschen ansprechen

Einige Beispiele FG Graz:

- Energiesparen zum Weitersagen‘ (ExpertInnen geben praktisches Wissen an Nachbarn und Freunde weiter, Ecoversum, Karin Dullnig)
- ‚Energiejagd‘ mit Vermittlerrolle – Klimaschutz-BotschafterInnen, Träger Land Steiermark mit Energieagentur Stmk., ‚ich tu’s‘: Silvia Mathelitsch, Heidrun Stückler, Irmgard Pribas)
- Sensibilisierung für ein ‚gutes‘ Leben/neue Lebensformen (Start bei den eigenen Kindern, im eigenen Umfeld in der Nachbarschaft, ...)
- Haushaltsführung wieder lernen – landart, ... (Jugend Camps in der Natur; Irmgard Pribas, 3-wöchiges Hauswirtschaftspraktikum in der Schweiz, Oberstufen Pflichtfach!)

## Unser Fokus 4

### **Es gibt sie noch nicht, diese ÖKO-Steuerungssysteme in eine Energiewende für alle Nutzerinnen und Nutzer. – Wie können wir Druck von unten (aus der Nutzungsperspektive) aufbauen?**

*Wenn der Flug nach London billiger ist als die Bahnfahrt, nimmt man verständlicherweise das Flugzeug. Bei billigen Lebensmitteln aus dem Ausland ist es ähnlich. ... In Österreich regt die Pendlerpauschale dazu an, mit dem Auto zur Arbeit zu fahren, anstatt es bei der nächstgelegenen Bahnstation stehen zu lassen und öffentlich zu fahren. ... Auch gibt es hierzulande zu viele verbaute Flächen, die für Lebensmittelanbau oder erneuerbare Energien gebraucht werden. ... Auch wäre es sinnvoller, langfristig zu denken und beispielsweise Wohnungen zu sanieren anstatt einen jährlichen Heizkostenzuschuss zu leisten. (siehe mehr im österreichischen Sachstandbericht Klimawandel)*

Ein Paradoxon, das sich nur aus einem Versagen der vorhandenen Steuerungssysteme aus ökologischer Sicht erklären lässt: **Fossile Energieträger – Ressourcen schwinden und Preis geht auch runter.**

Dadurch wird der Umstieg der Industrie gebremst, der Druck zur Veränderung kommt von der Nutzung, dem Konsum: Information durch Berechnung ökologischer Fußabdruck, Plattformen für die öffentliche Diskussion, Idole für den Klimaschutz (Fußballspieler von Wales, Leonardo di Caprio, etc.)



Argumente, Beobachtungen gibt es viele, auch Ideen:

- Namensschilder bei Konferenzen mit Ausweis des persönlichen ökologischen Fußabdrucks, alternative Klimakonferenz über ‚skype‘
- Öffentliche Reisen nur ‚ökologisch‘
- Echt-Kosten-Ausweise (was kostet eine Primel – sie wird um €0,55 verkauft – wirklich: €15? oder ‚ein Butterbrot mit Paradeisern‘ kostet ½ l Heizöl!)
- Natürliche Umwelt-Indikatoren nutzen (Osterluzei-Falter bzw. die Osterluzei-Pflanze sind Klimawandelanzeiger, etc.

**Revolution für mehr ein sinnstiftendes ÖKO-  
Steuerungssysteme notwendig !? Oder warten wir auf  
Godot?**