

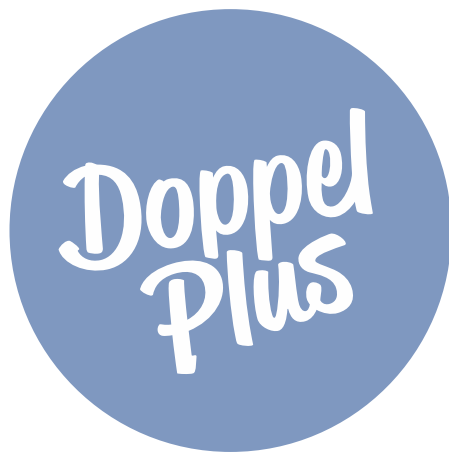
Vorteile nützen. Klima schützen.

# Umfeld- und Bedarfsanalyse

[www.doppelplus.tirol](http://www.doppelplus.tirol)

gefördert von:





Vorteile nützen.+  
Klima schützen.



# UMFELD- UND BEDARFSANALYSE

LIFE-CLIMACT  
CLIMATE ACTION CAMPAIGN FOR LOW-INCOME HOUSEHOLDS

LIFE15 GIC/AT/000092



Innsbruck, Jänner 2017

**ABSTRACT**

The central aim of the research and field analysis and the needs analysis of the target group was to give an overview on which factors support or prevent the success of the project as well as which factors have changed since the time the project proposal was submitted.

Several project evaluations from best practice examples of similar projects, statistical data of the local area regarding income structure, living conditions, social benefits as well as potential stakeholders and their influence were analysed and brought together.

The analysis shows that there is an up-to-date urgent need of measures which the project will provide. Because of the 2015 / 2016 refugee crisis the issue has once again sharpened. Many of the social facilities and social housing cooperatives struggle with this issue but not only because of the crisis also because of high living costs, decreasing wages, a high unemployment rate and a change in building fabric and overall need of resource conservation in this area. In Tyrol about 7.500 to 10.000 households are living in the narrower target group.

The main challenge will be in how to reach the target group and how to transform the training of the volunteers into a useful service for the affected households. For both challenges the social housing cooperatives and other social facilities will play a key role.

A broad network of cooperation of all listed stakeholders will be essential for a sustainable structure after the LIFE program.

## Impressum

Das vorliegende Arbeitspapier informiert als „Umfeld- und Bedarfsanalyse“ über das Projekt LIFE-ClimAct „Climate Action Campaign For Low-Income Households (LIFE15 GIC/AT/000092)

Das Projekt LIFE-ClimAct wird von Oktober 2016 bis September 2020 vom Klimabündnis Tirol gemeinsam mit Energie Tirol, Kommunity, Caritas der Diözese Innsbruck und AlpS durchgeführt und von der Europäischen Union im Rahmen von LIFE und vom Land Tirol und den Stadtwerken Wörgl unterstützt.



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. PROJEKT-KURZBESCHREIBUNG.....</b>	<b>7</b>
1.1. Projektpartner.....	7
1.2. Kofinanzierer .....	7
1.3. Kooperationspartner .....	7
1.4. Ziele .....	7
1.5. Maßnahmen.....	8
1.6. Outputs.....	9
1.7. Expertenbeirat.....	11
<b>2. ZIELGRUPPENANALYSE .....</b>	<b>12</b>
2.1. Primäre Zielgruppe .....	12
2.2. Gesamtübersicht der Primären Zielgruppe.....	14
<b>3. STAKEHOLDER .....</b>	<b>19</b>
3.1. Mindmap .....	19
3.2. Stakeholder-Analyse.....	20
<b>4. DETAILANSICHT STAKEHOLDER.....</b>	<b>27</b>
4.1. Freiwillige Klimaschutz&Energiespar-Checker.....	27
4.2. Betroffene Haushalte .....	28
4.3. Vermittler der Ehrenamtlichen.....	29
4.4. Vermittler der Haushalte .....	29
4.5. Soziale Einrichtungen .....	30
4.6. Arbeitsmarktservice .....	31
4.7. Energieversorgungsunternehmen .....	31
4.8. Wohnungsgenossenschaften (NHT, IIG) .....	32
4.9. Öffentliche Verkehrsbetriebe.....	33
4.10. Medien.....	33
4.11. Politik (Land-Stadt-Gemeinden).....	34
<b>5. WEITERE PROJEKTDDETAILS.....</b>	<b>35</b>
5.1. Auswahlkriterien für Klima&EnergieSpar-Checker.....	35

5.2.	Rekrutierung der Klima&EnergieSpar-Checker.....	37
5.3.	Inhalt der Experten-Koffer.....	40
5.4.	Klima&EnergieSpar-Starter-Kit.....	41
5.5.	Qualitätskriterien der Klima&Energiesparartikel .....	44
5.7.	Ablauf der Klimaschutz&Energiespar-Checks.....	45
5.8.	Beweggründe der Inanspruchnahme der Vor-Ort Beratungsleistung .....	49
5.9.	Erreichen der Zielgruppe .....	50
5.10.	Mögliche Probleme und Herausforderungen der einkommensschwachen Haushalte .....	52
5.11.	Effektive und effiziente Handlungsmöglichkeiten für einkommensschwache Haushalte .....	56
<b>6.</b>	<b>LITERATURLISTE.....</b>	<b>60</b>
<b>7.</b>	<b>ANHANG .....</b>	<b>62</b>
7.1.	Haushalte mit langzeitarbeitslosen Menschen .....	62
7.2.	Haushalte mit Frauen ohne Pension .....	65
7.3.	Ein-Eltern-Haushalte.....	68
7.4.	Haushalte mit Migrationshintergrund .....	70

# 1. PROJEKT-KURZBESCHREIBUNG

## 1.1. PROJEKTPARTNER

- > **Klimabündnis Tirol (Projektleitung)**
- > Energie Tirol
- > Komm!unity Wörgl
- > Caritas der Diözese Innsbruck
- > alpS GmbH (Monitoring)

## 1.2. KOFINANZIERER

- > LIFE-Programm
- > Land Tirol
- > Stadtwerke Wörgl

## 1.3. KOOPERATIONSPARTNER

- > Innsbrucker Kommunalbetriebe AG
- > Tiroler Wasserkraft AG

## 1.4. ZIELE

Hauptziel des Projektes ist es, Änderungen im täglichen Handeln und den Alltagspraktiken einkommensschwacher Haushalte herbeizuführen. Durch die Bereitstellung und das Aufzeigen von konkreten im Alltag leicht umsetzbaren und anwendbaren Handlungsmöglichkeiten wird vom Bewusstsein hin zum aktiven Handeln für den Klimaschutz geleitet. Die Verbesserung der Lebensqualität und Einsparung von Kosten im Alltag stehen als eine Schlüsselbotschaft im Vordergrund der Beratungen, Angebote und Aktionen. Im Sinne der sozialen Gerechtigkeit ist ein Einschluss einkommensschwacher Haushalte zu der Erreichung der Klimaziele sinnvoll und zielführend.



**Zahlen und Fakten:**

- > 60 ehrenamtliche BeraterInnen „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“
- > 1080 „Klimaschutz&EnergieSpar-Checks
- > 30 Spezialberatungen mit 90 direkt erreichten Personen aus der Zielgruppe
- > 40 Workshops Klimaschutz in Deutschkursen (Teilnahme: 15 Personen) mit 600 direkt erreichten Personen aus der Zielgruppe
- > Durch die 7 Seminare - Energiesektor, Beratungsstellen, DeutschkurstrainerInnen, Immobilienbereich, Politik werden 210 Stakeholder erreicht (30 TeilnehmerInnen pro Seminar).
- > Durch weitere persönliche Beratungen werden weitere 45 Personen erreicht (15 Termine mit 3 Personen).
- > Publikationen: 9.000 Informationsfolder „Klimaschutz für die kleine Geldtasche“ (Deutsch, Englisch, Türkisch), 5.000 Projekt-Infolder, 1.000 Plakate
- > Pressearbeit: Bei 4 Aussendungen im Projektzeitraum (3-5 Veröffentlichungen pro Aussendung) wird mit einer Summe von 12-20 Zeitungsartikeln gerechnet.
- > Anzahl der Projektpräsentationen: mindestens 12
- > Verbreitung von 10 Methodenkoffer Beratung und 6 Methodenkoffer Workshop Deutschkurse
- > Das Monitoring gibt eine Abschätzung der Energie- und CO<sub>2</sub>-Einsparung, die durch alle Maßnahmen erreicht werden kann. Diese liegt bei 1.112.670 kWh für den Zeitraum von drei Jahren, bzw. 358.512 kg CO<sub>2</sub>. Alle im Projekt erreichten Personen geben Inhalte und erlangten Informationen auch in ihrem Umfeld weiter. Diese Multiplikatorenwirkung wird im Monitoring noch zusätzlich berücksichtigt werden wodurch ein höherer Wert an CO<sub>2</sub>-Einsparung erwartet wird.

## 1.5. MAßNAHMEN

Im Mittelpunkt der Maßnahmen steht die Ausbildung von interessierten Ehrenamtlichen aus der Bevölkerung und MultiplikatorInnen aus dem jeweiligen Milieu (MigrantInnen, Alleinerziehende, Arbeitslose, ....) zu BeraterInnen „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“. Diese führen direkt vor Ort in den Haushalten aber auch in anderen Settings (Vereinstreffen, Wohnungseigentümersammlungen, ...) Beratungen durch, die sich aus ein bis drei Terminen zusammensetzen.

Die Beratungen setzen in drei Bereichen an:

- > Aufzeigen konkreter im Alltag leicht umsetzbarer und anwendbarer Handlungsvorschläge in den Bereichen Energie (Strom, Warmwasser, Heizung), Mobilität,

- Konsum/Beschaffung/Ernährung und Klimawandelanpassung (z.B. Energiesparen, Schimmelbekämpfung, Ermäßigung Öffentlicher Verkehr, Umgang mit Hitze)
- > Anwendung kleiner einfacher Maßnahmen (Klimaschutz-Starterpaket: LED-Lampe, Steckerleiste, Radreparaturkit, ...)
  - > Vermittlung von Angeboten, Aktionen und Förderungen des Landes, der Energieversorgungsunternehmen, Verkehrsunternehmen und anderer Institutionen

Begleitet werden die BeraterInnen in einem Mentoringprogramm von professionellen EnergieberaterInnen und ausgebildeten Personen aus den Bereichen Mobilität und Nachhaltigkeit. Jährliche Austauschtreffen und Fortbildungen sorgen für eine qualitativ hochwertige Durchführung der Beratungen. Bei komplizierten Fragestellungen können auch weiterführende Spezialberatungen von professionellen EnergieberaterInnen angeboten werden. Für MigrantInnen wird zudem Unterrichtsmaterial für Deutschkurse ausgearbeitet und als kostenlose Workshops Bildungsinstituten und Vereinen angeboten.

Ein umfangreiches Train the Trainer-Programm begleitet das Projekt. Die erarbeiteten Unterrichtsmaterialien werden DeutschkurstrainerInnen vorgestellt und Hintergrundwissen dazu vermittelt. Für MitarbeiterInnen von Energieversorgungsunternehmen werden Fortbildungskurse im Umgang mit der Zielgruppe angeboten, die Handlungsmöglichkeiten, soziale Aspekte und interkulturelle Sensibilisierung vermitteln. Workshops für soziale Beratungsstellen informieren zum Thema Klimaschutz und Armut. Für EntscheidungsträgerInnen aus Politik und Wirtschaft werden Fortbildungen zur Projektvorstellung und Sensibilisierung angeboten.

Eine umfassende Öffentlichkeitsarbeit verbreitet die Inhalte und Ergebnisse des Projektes: Presseaussendungen, und Gespräche, Bereitstellung von Textvorlagen für Gemeindezeitungen u.ä., Facebook-Auftritt sowie eine internationale Abschlussstagung.

## 1.6. OUTPUTS

- > Umsetzung regionaler und nationaler und nationaler Klimaschutz- und Energiestrategien, Beitrag zur CO<sub>2</sub>-Reduktion
- > Beteiligung „einkommensschwacher Haushalte“ als bisher nicht berücksichtigte Zielgruppe am Klimaschutz und an der Energiewende
- > Sensibilisierung und Stärkung der Kompetenz der Zielgruppe zum Thema Klimaschutz und Anwendung des erworbenen Wissens im alltäglichen Leben
- > Unterstützung der Energieeinsparung einkommensschwacher Haushalte (Kostenentlastung)
- > Langfristige Implementierung der ehrenamtlichen BeraterInnen „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“
- > Kompetenzerhöhung im Energiesektor, Beratungssektor, Politikbereich

- > Vernetzung, Austausch und Zusammenarbeit erreichen stabile Strukturen, Partnerschaften und Kooperationen
- > Aussagekräftige Ergebnisse der Evaluierung laut Monitoring Framework
- > Beitrag zur Bewusstseinsbildung bzgl. Klimaschutz und Energieeffizienz in der Öffentlichkeit

## 1.7. EXPERTENBEIRAT

- > **Dr. Franz Fischler**  
Präsident Europäisches Forum Alpbach  
ehemaliger Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft  
ehemaliges Mitglied der Europäischen Kommission  
zuständig für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung
  
- > **Ass.-Prof.in Dr.in Claudia Globisch**  
Assistenzprofessorin und Koordinatorin des Bereichs „Angewandte Methoden der Sozialwissenschaften „ am Institut für Soziologie der Universität Innsbruck
  
- > **Mag. Reinhard Jennewein**  
Geschäftsführer der Stadtwerke Wörgl
  
- > **DI Dirk Jäger**  
Innsbrucker Kommunalbetriebe AG  
Leiter der Stabsstelle Energieinnovationen
  
- > **Stefan Pickelmann MBA**  
Tiroler Wasserkraft AG  
Leiter Energieberatung
  
- > **Daniel Wibmer**  
Raiffeisen Landesbank Tirol AG  
Stabsstelle Innovative Genossenschaften

## 2. ZIELGRUPPENANALYSE

### 2.1. PRIMÄRE ZIELGRUPPE

**Einkommensschwache Haushalte (Armutsgefährdungsschwelle):**

**weitere Kriterien:**

- > MindestsicherungsempfängerInnen
- > AusgleichszulagenempfängerInnen
- > MietzinsbeihilfeempfängerInnen
- > HeizkostenzuschussempfängerInnen

**darunter im Speziellen**

- > Haushalte mit Langzeitarbeitslosen
- > Haushalte mit Migrationshintergrund
- > Ein-Eltern-Haushalte
- > Haushalte mit Frauen ohne Pension

Prinzipiell ist die Zielgruppe der einkommensschwachen Haushalte sehr heterogen. Das Handeln der Personen mit geringem oder niedrigerem Einkommen ist jedoch weniger durch deren Lebensstilorientierungen geprägt, sondern in erster Linie durch die Restriktionen der sozialen Lage. Als Gemeinsamkeit der primären Zielgruppe kann daher ihre stark angespannte finanzielle Situation gesehen werden. Die primäre Zielgruppe zeichnet sich daher durch eine stark ausgeprägte Preisorientierung aus, die sich in allen Konsumtypen dieser Zielgruppe widerspiegelt.

Es bestehen innerhalb der Gesamtgruppe der einkommensschwachen Haushalte keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die Grundeinstellung zum Thema Klimaschutz hin zu anderen Einkommensschichten. Gegenüber den Handlungsfeldern Klimaschutz und Energienutzung weisen einkommensschwache Haushalte sogar eine hohe Akzeptanz von umweltpolitischen Maßnahmen auf, sofern sie mit einem klar erkennbaren Beitrag zur finanziellen Entlastung im Alltag verbunden sind. Ansatzpunkte für eine nachhaltige Lebensweise bilden neben der finanziellen Entlastung auch Maßnahmen zur Entlastung ihrer Alltagsorganisation. Umweltfreundliche Produkte sind zum Beispiel dann von Interesse, wenn sie die Merkmale billig, gesund und ökologisch miteinander verbinden.

Eine nachhaltige Lebensweise kann bei dieser Zielgruppe daher vor allem über Maßnahmen und Angebote erreicht werden, die einen unmittelbaren und nachvollziehbaren persönlichen Nutzen

haben und beispielsweise zur finanziellen Entlastung der Haushalte beitragen, die Alltagsorganisation erleichtern oder die eigene Lebensqualität spürbar verbessern

Die Haushalte der Primären Zielgruppe haben oft eine multiple Problemlage und sind neben dem geringen Einkommen oft mit Arbeitslosigkeit und Krankheit, fehlender Finanz- und Planungskompetenz, einer kritischen familiären Lebenssituation, mit Ver-/Überschuldung, einem hohen Stromverbrauch, keiner zielführenden Prioritätensetzung und evtl. auch noch Sprach- und Verständnisproblemen gleichzeitig konfrontiert. Die folgende Tabelle 1 gibt einen gesamtheitlichen Überblick der Zielgruppe der einkommensschwachen Haushalte im Tiroler Raum, inklusive den Zugangskriterien zu den Leistungen des LIFE-ClimAct Projektes sowie diverse andere Informationen wie Gebäudebestand und mögliche Kontaktstellen. Anhang 1 beinhaltet die individuelle Betrachtung der primären Zielgruppe aufgegliedert in Haushalte mit Langzeitarbeitslosen, Ein-Eltern-Haushalte, Haushalte mit MigrantInnen und Haushalte mit Frauen ohne Pension.

## 2.2. GESAMTÜBERSICHT DER PRIMÄREN ZIELGRUPPE

Tabelle 1: Einkommensschwache Haushalte in Tirol

<b>Einkommensschwache Haushalte in Tirol</b>	
<b>Definition von Energiearmut</b>	<p><b>Energiearmut Definition lt. E-Control (2013)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; verfügbares Einkommen unter der Armutsgefährdungsschwelle</li> <li>&gt; gleichzeitig überdurchschnittlich hohe Energiekosten, das heißt:</li> <li>&gt; weniger als 60% des Medianeinkommens</li> <li>&gt; wenn 140% der Medianausgaben für Energie überschritten</li> </ul>
<b>Primäre Zielgruppe</b>	<p><b>Einkommensschwache Haushalte:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Ein-Eltern-Haushalte</li> <li>&gt; Haushalte mit Langzeitarbeitslosen</li> <li>&gt; Alleinlebende Frauen ohne Pension (AusgleichszulagenbezieherInnen)</li> <li>&gt; Menschen mit Migrationshintergrund</li> </ul>
<b>Kriterien</b>  Mindestens eines dieser Kriterien muss für den Zugang der Beratungsleistung erfüllt sein.	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>Armutsgefährdete Bevölkerungsgruppe</b> ca. 96-TSD von 740-TSD in Tirol</li> <li>&gt; <b>MindestsicherungsbezieherInnen</b> ca. 16.000 Personen in Tirol</li> <li>&gt; <b>HeizkostenzuschussbezieherInnen</b> Euro 200 Einmalzahlung → ca. 15.000 Haushalte in Tirol</li> <li>&gt; <b>MietzinsbeihilfebezieherInnen</b> ca. 13.000 Tiroler-Haushalte beziehen Mietzinsbeihilfe (<i>Studenten die Mietzinsbeihilfe beziehen sind von der Beratungsleistung ausgeschlossen</i>)</li> </ul>
<b>Einkommen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Armutsgefährdungsschwelle &lt; 1.161Euro/Monat netto mittleres jährliches Einkommen aller armutsgefährdeten Personen (2012-2014) in Tirol liegt bei 9.879 Euro oder 823,25 Euro/Monat.</li> <li>&gt; Arbeitslosengeld ∅ 897 Euro/Monat</li> <li>&gt; Notstandshilfe ∅ 722,10 Euro/Monat</li> <li>&gt; Mindestsicherung 882,73 Euro/Monat</li> <li>&gt; Frauen 50 bis 59 Jahre 1. Quartil (2014) 1.057 Euro/Monat netto</li> <li>&gt; Frauen 60 Jahre und älter 1. Quartil (2014) 565 Euro/Monat netto</li> <li>&gt; Frauen mit Ausgleichszulage 882,78 Euro/Monat (Richtsatz)</li> </ul>

<b>Bildungsstand</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 41,9% Pflichtschulausbildung</li> <li>&gt; 37,5% Lehrausbildung</li> <li>&gt; 8,0% höhere Ausbildung</li> <li>&gt; 4,8% akademischer Abschluss</li> <li>&gt; <i>(prozentuelle Aufteilung der Arbeitslosen in Tirol)</i></li> <li>&gt; Hinzu kommt bei Haushalten mit Migrationshintergrund die fehlende Anerkennung von im Herkunftsland absolvierten Ausbildungen und ein geringer Wissenstand in puncto Klimaschutz</li> </ul>
<b>Sprache</b>	<p>Vorwiegend Deutsch aber auch Türkisch und Englisch</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bei den Haushalten mit Migrationshintergrund sind die Deutschkenntnisse eher auf niederem Niveau, hinzu kommen die Sprachen:</li> <li>&gt; Kurdisch, Arabisch, Dari und Farsi.</li> </ul>
<b>Psyche</b>	<p>Finanzielle Ängste; Druck und hohe Belastung durch Vielzahl an Problemen, Perspektivenlosigkeit; Gefühl der Last; Gefühl ohnehin nichts vom Leben zu haben – sich nichts leisten zu können; Gefühl der Verlierer im System zu sein; Gefühl der Hilflosigkeit, Gefühl eine Belastung für andere zu sein - Scham; Gefühl etwas falsch gemacht zu haben; Gefühl der Resignation, Antriebslosigkeit; Langeweile;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Menschen mit Migrationshintergrund werden zuweilen auch mit Rassismus und Diskriminierung konfrontiert.</li> </ul>
<b>Mobilitätsannahme</b>	<p>Aufgrund niedrigem Einkommen wird davon ausgegangen, dass ein Großteil der Personen über keinen eigenen PKW verfügt und auf Grund der Kosten, nur im absoluten Bedarfsfall Gebrauch von öffentlichen Verkehrsmitteln macht. Hier liegt das Ziel eher im Ausbau sauberer Mobilitätsmöglichkeiten wie auch im Aufzeigen anderer Alternativen – Sozialtarif oder Leihticket für öffentlichen Verkehr, Konzepte für leistbares Car-Sharing, Fahrradreparaturworkshops und Fahrradkurse für Migrantinnen usw.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bei Haushalten mit Migrationshintergrund wird das Auto noch als Statussymbol gesehen, das Fahrrad wird kaum genutzt, auch Urlaubsreisen werden vorzugsweise mit dem Auto unternommen.</li> </ul>
<b>Ernährung</b>	<p>Hier sehen viele der Zielgruppe wohl das größte Einsparpotenzial über einfache und kostengünstige Ernährung, Fertiggerichte, Nudeln, etc.;</p>



	<p>Wenig bis keine Restaurantbesuche bzw. Essen außer Haus, Zielgruppe hätte eigentlich Zeit zu kochen – hat aber wenig Lust dies zu tun;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bei Haushalten mit Migrationshintergrund hat Kochen einen höheren Stellenwert, vornämlich Küche aus der eigenen Heimat, Essen bei Freunden und Bekannten</li> </ul>
<b>Beschaffung</b>	<p>Preis spielt eine große Rolle, Einkaufen erhellt auch hier die Gemüter, oft auch Scham Leistungen der Sozialmärkte in Anspruch zu nehmen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Haushalte mit Migrationshintergrund kaufen oft in größeren Mengen ein sowie in länderspezifischen Lebensmittelgeschäften oder auch direkt im Heimatland, Sozialmärkte werden auch öfters genutzt.</li> </ul>
<b>Gemeinsame Bedürfnisse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Aufstocken des Haushaltsbudgets</li> <li>&gt; Verbesserung der Wohnsituation und Lebensqualität, Entlastung ihrer Alltagssituation</li> <li>&gt; Ein Mehr an gesellschaftlicher Teilhabe</li> <li>&gt; Sich als sinnvoller Teil der Gesellschaft fühlen</li> <li>&gt; Beschwichtigung des Gefühls, alleine gelassen zu sein durch evtl. Erfahrungsaustausch unter Betroffenen</li> </ul>
<b>Motive für Klimaschutz</b>	<p>finanzielle Ersparnis (Strom, Wasser, Heizen); kostenloses unabhängiges Angebot dies zu tun; kostenlose Stromsparhilfen; Eigene Kinder / Familie und Bekannte; motivierende Erfolgsberichte anderer Betroffener; Lob und Anerkennung; saubere Umwelt – einen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten; Gesundheit und stärkeres Umweltbewusstsein; erweiterter Gesamtgesellschaftlicher Blickwinkel; Verantwortung übernehmen; Vorreiter sein; ungewisse Zukunft – z.B. steigende Energiepreise; ein konkretes Problem lösen (z.B. unerklärbar hohe Energiekosten, Schimmel, ...); Erkennen eines direkten Nutzens</p>
<b>Trends</b>	<p>Aufgrund der Arbeitsmarktdaten, ein stetiges Voranschreiten der Automatisierung, einer bevorstehenden größeren Pensionierungswelle sowie durch die Zuwanderung von Flüchtlinge und den daraus folgenden Asylberechtigten kann von einer Zunahme in der Gruppe der einkommensschwachen Haushalte ausgegangen werden.</p> <p>Eine treffende Vorhersage in Bezug auf die Energiepreise ist in der heutigen Zeit nur schwer zu treffen. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Energiepreise nicht mehr günstiger als zum Stand 2016 werden, sondern die Preise sich tendenziell eher nach oben bewegen.</p> <p>Anzeichen hierfür sind:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Ausbau der erneuerbaren Energiequellen und somit Reduktion der Energiebezieher vom öffentlichen Netz</li> <li>&gt; Absehbares Ende der massiven Erdölförderpolitik weltweit</li> <li>&gt; anstehende Investitionen in den Netzausbau (Smart-Grid)</li> <li>&gt; Umrüstung auf SmartMeter bis 2020</li> <li>&gt; Näherrücken von Klima- und Umweltzielen mit evtl. einhergehenden Strafzahlungen bei Nichterreichen dieser</li> <li>&gt; Einkommensschwache Haushalte betrifft dies am stärksten.</li> </ul>
<p><b>Wohnort</b></p>	<p><b>Gesamt Tirol</b>          Aufgrund der Bevölkerungsaufteilung kann davon ausgegangen werden, dass ein Großteil der Zielgruppe in Tirol Mitte bzw. in den Ballungsräumen wohnhaft ist (<i>prozentuelle Aufteilung der Arbeitslosen in Tirol</i>),</p> <p><b>Tirol Mitte</b>          Raum Innsbruck (ca.39%)</p> <p><b>Mittleres Unterinntal</b>          Kufstein (ca.13%)          und Schwaz (ca. 10%)          Kitzbühel (ca. 8%)</p> <p><b>Oberinntal</b>          Landeck (ca. 9%)          Imst (ca.8%)          und Reutte (ca. 3%)</p> <p><b>Osttirol</b>          Raum Lienz ca.9%</p>
<p><b>Wohnform</b>  <b>(Gesamt Tirol 2013)</b></p>	<p><b>Rechtsform</b>          57,9% Haus- (41,3%) oder Wohnungseigentum (16,6%)          42,1% Gemeinde- o. Genossenschaftswohnung, andere Hauptmiete und Sonstiges</p> <p><b>Ausstattungskategorie:</b>          88,4% Kategorie A; 10,9% Kategorie B; 0,7% Kategorie C und D</p> <p><b>Bauperiode:</b>          26,5% vor 1960          30,4% 1960-1980          43,1% nach 1980</p>

	<p><b>Wohnräume</b>          37,9% 1-3 Zimmer          43,9% 4-5 Zimmer          18,2% 6 und mehr Zimmer</p> <p>&gt; Haushalte mit Migrationshintergrund haben nur eingeschränkt Zugang zu Sozialwohnungen und deren Wohnfläche liegt fast ein Drittel unter dem Durchschnitt – im Schnitt 3-Personenhaushalte</p>
<p><b>Mögliche Kontakt- stellen und Kooperationspartner</b></p>	<p>&gt; <b>Heizkostenzuschuss-Stelle</b> des Landes Tirols/Abteilung Soziales (15TSD-AS à €200,- =3Mio€)</p> <p>&gt; <b>AK-Stromhärtefonds</b>          finanzielle Auszahlung an Energieberatung koppeln ca. 300 Personen/Jahr2011/à€80=€24.000</p> <p>&gt; <b>AK-Unterstützungsfonds</b>          bei Energieschulden finanzielle Auszahlung an Energieberatung koppeln</p> <p>&gt; <b>Caritas</b>          Asylwerbende und Menschen mit Energieschulden</p> <p>&gt; <b>Sozialamt Innsbruck</b>          Mindestsicherungsstelle – Plakatwerbung für das Projekt</p> <p>&gt; <b>Schuldnerberatung</b>          Plakatwerbung</p> <p>&gt; <b>Koordinationsstelle FLUCHTpunkt</b>          Asylarbeit, Flüchtlingsarbeit, Migration/Integration</p> <p>&gt; <b>Deutschkurs-Anbieter</b>          Plakatwerbung für das Projekt</p> <p>&gt; <b>Arbeitsmarktservice</b>          aktive Werbung um Ehrenamtliche und Plakat-Werbung für das Projekt</p> <p>&gt; <b>Energieunternehmen</b>          z.B. Begleitschreiben für kostenlose Energieberatung bei jedem Mahnungsschreiben</p> <p>&gt; <b>Gemeinnützige Wohnungsgenossenschaften</b>          NHT, IIG – Ausbildung der Hauswarte als Ehrenamtliche Klimaschutz&amp;Energie-Checker, Info-Plakate an Haupt-Wohnungseingangstür</p> <p>&gt; <b>Unterstützungsfonds der Pensionsversicherungsanstalten</b>          Ausgleichszulagenbezieherinnen können hier um Unterstützung im Bereich der Betriebskosten (z.B. Heizkosten, Stromkosten) ansuchen</p> <p>&gt; <b>Kindergärten und Bildungseinrichtungen</b></p> <p>&gt; <b>Österreichische Plattform für Alleinerziehende</b></p>

# 3. STAKEHOLDER

## 3.1. MINDMAP

Abbildung 1 gibt einen Überblick der Stakeholder in Form einer Mindmap.

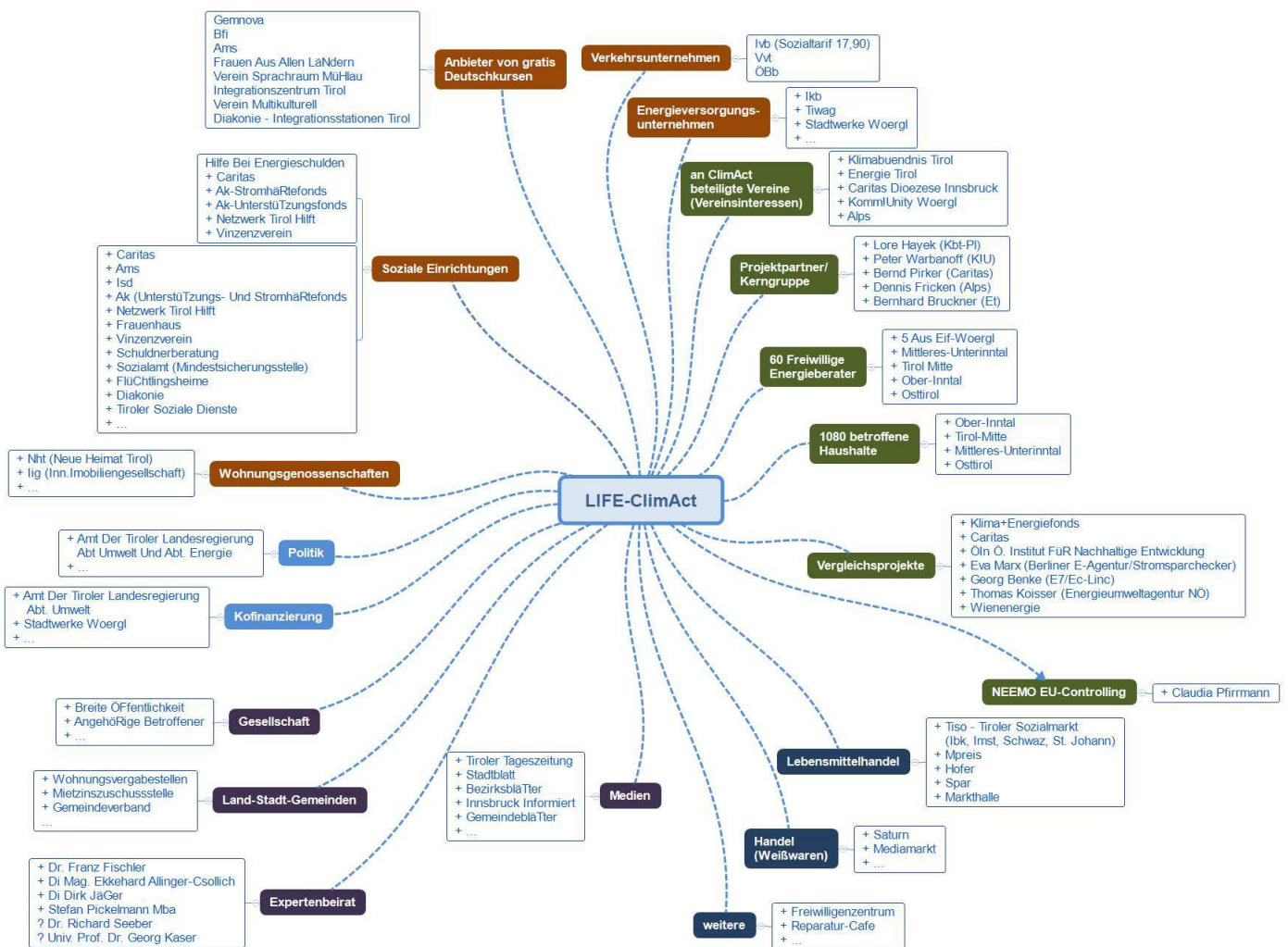


Abbildung 1: Mindmap Stakeholder

### 3.2. STAKEHOLDER-ANALYSE

Stakeholder	Mögliche Erwartungen und Nutzen	Chancen und Risiken	Gewinnbringende Maßnahmen
<p><b>EXPERTENBEIRAT</b></p> <p>Einfluss auf das Projekt</p> <p>hoch    mäßig    gering</p> <p>■    □    □</p> <p>Unterstützung des Projekts</p> <p>++    +    0    -    --</p> <p>□    □    □    □    □</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Botschafter</li> <li>• Unterstützer in der Umsetzung der Maßnahmen</li> <li>• stellt Kontakte her</li> <li>• gibt Einblick in externe Sichtweise (z.B. Energieunternehmen, soziale Einrichtungen, ...)</li> <li>• erzeugt Aufmerksamkeit und somit größere Beteiligung</li> <li>• nimmt Einfluss auf evtl. bereits zugesagte Unterstützungen und darüber hinaus</li> <li>• hat Entscheidungskraft</li> <li>• hebt das Image des Gesamtprojektes</li> <li>• hat Einfluss auf andere Interessensgruppen - Lobbying</li> </ul>	<p><b>Risiken:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kein Interesse am Projekt</li> <li>• sieht das Projekt vornehmlich als weitere Belastung der eigenen Ressourcen</li> <li>• geringer Einfluss</li> </ul> <p><b>Chancen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzen von Synergien</li> <li>• Außerplanmäßige gewinnbringende Kooperationen z.B. AMS</li> <li>• Unterstützt das Projekt mit Engagement</li> <li>• Erkennen von WIN-WIN-Situationen auf höchster Ebene</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgerichtete, relevante Informationsweitergabe (Erfolge, Herausforderungen, ...)</li> <li>• so wenig wie möglich, so viel wie nötig</li> <li>• Verständnisvolles Zuhören</li> <li>• Implementierung von Vorschlägen</li> <li>• Informative gut organisierte Veranstaltungen</li> <li>• Positive Medienberichterstattung</li> <li>• Projekterfolge</li> <li>• Positive Ergebnisse</li> </ul>
<p><b>PROJEKTPARTNER</b></p> <p>Einfluss auf das Projekt</p> <p>hoch    mäßig    gering</p> <p>■    □    □</p> <p>Unterstützung des Projekts</p> <p>++    +    0    -    --</p> <p>□    □    □    □    □</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• transparente und zeitnahe Kommunikation</li> <li>• Engagement und Motivation</li> <li>• Verständnis</li> <li>• proaktive Kooperation</li> <li>• gemeinsame Entscheidungsfindung</li> <li>• Erfahrungsaustausch, <u>Know-How-Input</u></li> <li>• Ergebnisse</li> <li>• Ergebnisorientierung</li> </ul>	<p><b>Risiken:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektpartner fällt aus</li> <li>• Mangelnde Kooperation</li> <li>• Mangelnde Kommunikation</li> <li>• Unzufriedene Klienten / Berater</li> <li>• Scheitern des Projektes</li> </ul> <p><b>Chancen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imagegewinn (Politik und Betroffene)</li> <li>• Steigerung des Bekanntheitsgrades</li> <li>• Projekterfolg und Fortführung des Projektes</li> <li>• Besseres und umfangreicheres Service für die Anspruchsgruppen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparente Kommunikation</li> <li>• Frühzeitiges Hinweisen auf mögliche Probleme oder zeitliche Verzögerungen</li> <li>• Rasches Reagieren/Antworten</li> <li>• Verständlicher Projektstrukturplan</li> <li>• Austauschtreffen</li> <li>• Gemeinsames Feiern von Meilensteinen</li> <li>• Sicht auf das Ganze</li> </ul>

Stakeholder	Mögliche Erwartungen und Nutzen	Chancen und Risiken	Gewinnbringende Maßnahmen
<p><i>VEREINSINTERESSEN</i> (KBT, ET, KIU, Caritas, alpS)</p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch mäßig gering <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++ + 0 - -- <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparente Information</li> <li>• Kooperation</li> <li>• Know How</li> <li>• Ressourcenbereitstellung, Nutzen bestehender Ressourcen</li> <li>• Wissenstransfer</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessensverlust</li> <li>• Aufgabe des Projekts nach Förderungsende</li> <li>• Vereinsschließung</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortführung des Projekts über die 4 Jahre EU-Förderung hinaus</li> <li>• Imagegewinn</li> <li>• Weitere Kooperationen</li> <li>• Engere Zusammenarbeit der Vereine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressourcennutzung</li> <li>• Entscheidungen in Abstimmung mit Vereinsinteressen</li> <li>• Regelmäßiger Informationsaustausch</li> </ul>
<p><i>EU-BEAUFTRAGTE</i></p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch mäßig gering <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++ + 0 - -- <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berater und hilft bei Schwierigkeiten / Problemen bzw. weist frühzeitig darauf hin und gibt Tipps um diese zu vermeiden</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusätzlicher bürokratischer Aufwand</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wir behalten den Überblick</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeitgerechte Rückmeldungen und Berichterstattungen</li> <li>• Einhalten der Formalitäten</li> <li>• Genaue Aufzeichnungen</li> </ul>
<p><i>BETROFFENE HAUSHALTE</i></p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch mäßig gering <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++ + 0 - -- <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Setzen die ihnen nahe gelegten Verhaltensänderungen dauerhaft um</li> <li>• Erkennen die Sinnhaftigkeit und den Nutzen des Projektes und geben diese auch an Dritte weiter</li> <li>•</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenig Interesse</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden zu Klimaschutz-Pionieren</li> <li>• Multiplikatoren-Wirkung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfache Sprache</li> <li>• Beispielhafte Darstellung</li> <li>• Aufzeigen des Nutzen – bedienen der Bedürfnisse</li> <li>• Gewährleistung von Datenschutz und Unabhängigkeit</li> <li>• Lob und Anerkennung</li> <li>• Nützliche Incentives</li> </ul>

<p><i>EHRENAMTLICHE ENERGIEBERATERINNEN</i></p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering  <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    -    --  <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind im Klimaschutz engagiert</li> <li>• Nehmen an der Ausbildung aktiv teil</li> <li>• Tragen ihr Wissen motiviert an die Öffentlichkeit</li> <li>• Sind Multiplikatoren in ihrem eigenen Umfeld und darüber hinaus</li> <li>•</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reden schlecht über das Projekt</li> <li>• Unzuverlässigkeit</li> <li>• Fluktuation</li> <li>• Nicht genügend Berater in den einzelnen Regionen</li> <li>• Sind vornämlich zur Datenaufnahme bei den Haushalten – verlieren Motivation</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaschutz wird zur Selbstverständlichkeit</li> <li>• Multiplikatoren-Wirkung</li> <li>• Können schon beim 1. Besuch gezielt auf Probleme/Herausforderungen der Klienten reagieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansprechende, zielgerichtete Ausbildung und Vorbereitung</li> <li>• Einfache Abwicklung der Beratungen, wenig Organisationsaufwand</li> <li>• Incentives</li> <li>• Regelmäßige Austauschtreffen</li> <li>• Lob und Anerkennung</li> <li>• Professionelle Vorbereitung des Ablaufes</li> </ul>
<p><i>ENERGIEVERSORGER</i></p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering  <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    -    --  <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesse an durchgeführten Seminaren</li> <li>• Stellen Kontakt zu Betroffenen her</li> <li>• Bewerben das Gesamtprojekt und sehen Nutzen darin (nicht nur CSR-Imagetechnisch)</li> <li>• Beteiligen sich aktiv am Projekt (Ausbildung, Starter Kit, finanziell und darüber hinaus)</li> <li>• Gleichbleibende Strompreise, keinen Tarifwirrwarr der entgegen Effizienzmaßnahmen gerichtet ist.</li> <li>• Positive Pressearbeit und somit Steigerung des Bekanntheitsgrades und Image des Projektes</li> <li>• Ansprechstelle für Themen zur Energiearmut etablieren</li> <li>• Transparente Energierechnung – evtl. auch in mehreren Sprachen</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betroffene Haushalte glauben sie werden über dieses Projekt von EVU's kontrolliert</li> <li>• Veränderungen beim Strompreis (Pauschalen, mehrere Tarife, ...)</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielgerichtete Ansprache der Betroffenen</li> <li>• Zusatzangebote für Betroffene (PrePaid-Zähler, Weißwarentausch, ...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparente und zeitnahe Informationsweitergabe</li> <li>• Erfolgsberichterstattung</li> <li>• Positive Erwähnungen in Presseaussendungen</li> <li>• Erkennbare Reduzierung der Energieschulden</li> <li>• Image-Kampagne für Smart-Metering</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kürzere Abrechnungszeiträume der Energierechnungen</li> <li>• Einrichten eines Energieeffizienzfonds</li> </ul>		
<p><b>SOZIALE EINRICHTUNGEN</b> – die sich auch um Energieschulden kümmern Einfluss auf das Projekt</p> <p>hoch    mäßig    gering  <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts</p> <p>++    +    0    -    --  <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesse an durchgeführten Seminaren</li> <li>• Kennen das Projekt und finden es sinnvoll</li> <li>• Weisen betroffene Personen gezielt darauf hin</li> <li>• Vermitteln aktiv Klienten an ClimAct</li> <li>• Beim Auszahlen eines Geldbetrages für Energieschulden setzen sie eine Energieberatung als Bedingung</li> <li>• Bewerben das Projekt eigenständig – in ihren eigenen Medien aber auch mittels zur Verfügung gestellter Unterlagen</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehnen das Projekt ab</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergrößerung des Bekanntheitsgrades des Projekts</li> <li>• Besseres Image des Projekts</li> <li>• Einfacherer, zielgerichteter Zugang zu Klienten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständliche aussagekräftige Information der Projektinhalte</li> <li>• Einfache reibungslose Vermittlung von Klienten an ClimAct</li> <li>• Erkennbare Reduzierung der Fälle von Energieschulden</li> <li>• Positives Feedback der Klienten</li> <li>•</li> </ul>
<p><b>ARBEITSMARKTSERVICE</b> Imst, Innsbruck, Kitzbühel, Kufstein, Landeck, Lienz, Reutte, Schwaz</p> <p>Einfluss auf das Projekt</p> <p>hoch    mäßig    gering  <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts</p> <p>++    +    0    -    --  <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen das Projekt und finden es sinnvoll</li> <li>• sind Rekruter für freiwillige (ehrenamtliche) EnergieSparHelfer,</li> <li>• beteiligen sich an Kooperation zur Qualifizierung LZ-AL zu EnergieSparHelfer – Geringfügigkeitsstelle siehe Projekt Radwegpflege Rosental der Carnica Region Rosental</li> <li>• richten eine generelle Freiwilligenbörse ein</li> <li>• erlauben Plakatwerbung</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehnen das Projekt ab</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rekrutieren LZ-AL als ES-Berater</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständliche aussagekräftige Information der Projektinhalte</li> <li>• Positives Feedback der Klienten</li> <li>• Vermittlungsunterstützung von LZ-AL in den 1. Arbeitsmarkt</li> <li>• Positive Erwähnung in Presse-aussendungen / Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>



<p><b>SOZIALE EINRICHTUNGEN</b> – mit Potenzial übergreifender Projektkooperationen z.B. Caritas, RepairCafe, Spielraum/Kochlokal, Asylheime,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen das Projekt und finden aktiv Synergien</li> <li>• Finden das Projekt sinnvoll und sind bereit für Kooperationen</li> <li>•</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind nicht an einer Kooperation interessiert</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfangreichere Angebotspalette für Klienten</li> <li>• Steigerung des Bekanntheitsgrades und Vertrauens in die Unabhängigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständliche aussagekräftige Information der Projektinhalte und Potenziale für Kooperationen</li> <li>• Steigerung des Bekanntheitsgrades ihres eigenen Projektes</li> <li>• Profitieren selbst auch von einer Kooperation</li> </ul>
<p><b>VERKEHRSUNTERNEHMEN</b> <b>VVT</b> Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    -    -- <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennen das Projekt und finden es sinnvoll</li> <li>• Ermöglichen kostenneutralen Transport der EnergiesparHelferInnen</li> <li>• Können einen Beitrag zum Thema „Mobilitätsarmut“ leisten</li> <li>•</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erkennen keinen Nutzen in einer Kooperation</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergünstigung des öffentlichen Verkehrs im Raum Tirol für unsere Zielgruppe, Bsp.: FairCard maximo und Mobilpass Wien</li> <li>• Kostenloser Transport der EnergieSparHelferInnen / Klimaschutzbeauftragten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständliche, aussagekräftige Information der Projektinhalte</li> <li>• Positive Berichterstattung / Erwähnung in den Medien</li> </ul>
<p><b>WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN</b> NHT / IIG Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    -    -- <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesse an durchgeführten Seminaren</li> <li>• Treten selbst aktive in ihrem Bereich für Klimaschutz ein</li> <li>• Unterstützen bei der Informationsweitergabe an die Haushalte</li> <li>• Erkennen aktiv Handlungsmaßnahmen und setzen diese auch um</li> <li>• Ermöglichen Zugang zu Hausversammlungen</li> <li>• Sensibilisieren ihre Hauswarte mit der Thematik und den Projektinhalten</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ablehnen des Projektes</li> <li>• Projekt wird als längerer Arm der Überwachung durch die Wohnungsgenossenschaften gesehen</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hauswarte die gezielt die Energieberatungen bewerben können, evtl. auch selbst teilnehmen – als zusätzlicher Berater fungieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Positive Berichterstattung – Kooperation → aber auch bereits durchgeführte Maßnahmen zur Energieeffizienzsteigerung</li> <li>• Reduktion des Verwaltungsaufwandes z.B. mündigere Mieter</li> <li>• Maßnahmen zur Hilfe zur Selbsthilfe</li> </ul>

<p><b>MEDIEN</b> Gemeindeblatt, Stadt- und Bezirksblätter, Innsbruck informiert, AK-informiert</p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    -    -- <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind interessiert an positiver Berichterstattung</li> <li>• Nehmen uns von sich aus in der Öffentlichkeit wahr</li> <li>• Unterstützen uns in der Bewerbung der Maßnahmen</li> <li>• Verbreiten die Inhalte an die Zielgruppe aber auch über die Zielgruppe hinaus</li> <li>•</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Negative Berichterstattung</li> <li>• Kein Interesse am Thema</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• höheres Bewusstsein in der Öffentlichkeit</li> <li>• mehr Akzeptanz und Anerkennung des Gesamtprojektes aber auch der eigentlichen Zielgruppe – Vorreiterrolle bzw. einkommensschwache HH als Vorbilder der Gesellschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einladungen zu Veranstaltungen</li> <li>• Erwähnenswerte Erfolge</li> <li>• Öffentliche Auftritte</li> <li>• Presseaussendungen</li> <li>• Netzwerken – z.B. Josefitreffen → AK-Informiert</li> </ul>
<p><b>ANBIETER VON GRATIS DEUTSCHKURSEN</b></p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    - <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kooperation bei der Erarbeitung diverser Lernunterlagen</li> <li>• Interesse am Thema</li> <li>• Kompetente Wissensvermittlung</li> <li>• Nach Einbringen der Inhalte wenig organisatorischen Aufwand</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgearbeitete Unterlagen zu komplex im Zusammenhang mit Erlernen einer neuen Sprache</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimaschutz wird bei der Zielgruppe von Beginn an zur Selbstverständlichkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einfache, verständliche Lernunterlagen</li> <li>• Ressourcenschonende Kooperation auf beiden Seiten</li> <li>• Positive Berichterstattung</li> <li>• Lob für die Maßnahmen</li> <li>• Positives Feedback der deutsch lernenden Zielgruppe</li> </ul>
<p><b>LAND-STADT-GEMEINDEN</b></p> <p>Einfluss auf das Projekt hoch    mäßig    gering <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts ++    +    0    -    -- <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesse an durchgeführten Seminaren</li> <li>• Erkennen ihren eigenen Nutzen im Projekt</li> <li>• Beteiligen sich aktiv am Projekt, evtl. auch auf monetärer Basis</li> <li>• Tragen es in die Öffentlichkeit hinaus, bewerben das Projekt von sich aus</li> <li>•</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

<p><b>POLITIK</b></p> <p>Einfluss auf das Projekt</p> <p>hoch    mäßig    gering</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts</p> <p>++    +    0    -    --</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schaffung gesetzlicher Rahmenbedingungen zur Umsetzung von Vorschlägen – FairCard-Modell in Tirol; Vor Stromabschaltung verpflichtende EnergieSparBeratung; kostenneutrale Umrüstung der Stromzähler für Mindestsicherungs- oder Ausgleichszulagenempfänger; ...</li> <li>• Energie- und Mobilitätsarmut als ernstzunehmende Herausforderung akzeptieren – Zuständigkeit vergeben – evtl. Runder Tisch zu diesen Themen aus Politik, EVU und Sozial-Bereich</li> <li>• Einrichten eines Energieeffizienzfonds zusammen mit EVU's</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einstellen der Projektförderung</li> <li>• Kürzung der finanziellen Mittel</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterführung des Projektes</li> <li>• Ausbau der Projektförderung</li> <li>• Rasche Umsetzung von Handlungsempfehlungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluierungsmaßnahmen und Berichterstattungen</li> <li>• Aussagekräftiges Strategiepapier</li> </ul>
<p><b>GESELLSCHAFT</b></p> <p>breite Öffentlichkeit</p> <p>Einfluss auf das Projekt</p> <p>hoch    mäßig    gering</p> <p><input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Unterstützung des Projekts</p> <p>++    +    0    -    --</p> <p><input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/>    <input checked="" type="checkbox"/>    <input type="checkbox"/></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multiplikatoreffekt – Partizipation am Gesamtprojekt</li> </ul>	<p><b>Risiken</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wird als Projekt für sozial bedürftige Stigmatisiert</li> </ul> <p><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktive Beteiligung am Projekt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>

Tabelle 2: Stakeholder-Analyse

# 4. DETAILANSICHT STAKEHOLDER

## 4.1. FREIWILLIGE KLIMASCHUTZ&ENERGIESPAR-CHECKER

Freiwillige Klimaschutz&EnergieSpar-Checker aus der Zielgruppe der einkommensschwachen / armutsgefährdeten Haushalte

**Warum ist es für (betroffene) Personen in Tirol interessant, sich an diesem Projekt als freiwilliger Klimaschutz&EnergieSpar-Checker zu beteiligen?**

- > Aussicht auf längerfristige bezahlte Beschäftigung – Einstieg in den 1. Arbeitsmarkt
- > Persönliche Weiterentwicklung / Höherqualifizierung / Wissenserwerb
- > Ausbau des Lebenslaufes / Weiterbildungszertifikat
- > Kontakte und Netzwerkerweiterung
- > Ausgeprägtes Klimaschutz- und Gesundheitsbewusstsein
- > Wertschätzung und Anerkennung in der Community
- > Persönliche Kosteneinsparungen – ein Mehr im Haushaltsbudget am Ende des Monats/Jahres
- > Zugang zu mehr Mobilität
- > Lösung eines eigenen konkreten Problems (Schimmel, unerklärbar hohe Energierechnung, bevorstehende Stromabschaltung, undichte Fenster, Unbehaglichkeit in der Wohnung, ...)
- > Hohes soziales Engagement → anderen Helfen wollen
- > Für die Zukunft der Kinder, Enkel, ...
- > Sinnerfüllende Beschäftigung

**Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den freiwilligen Klimaschutz&EnergieSpar-Checker?**

- > Mit der Beratung zufriedene Haushalte
- > Zugang zu Haushalten aus seinem/ihren Bekanntenkreis - Multiplikatorwirkung
- > Energieeinsparung welche in kWh gemessen werden kann (Projektziel: 1.112.670 kWh)
- > daraus resultierende CO<sub>2</sub>-Einsparung (Projektziel: 358.512 kg CO<sub>2</sub>)
- > Längerfristiges nachhaltiges Handeln und bewussterer Konsum
- > Wissen über die Zielgruppe
- > Zuverlässigkeit und seriöses Auftreten

- > Hohe Selbstständigkeit – wenig Betreuungsaufwand
- > Hohe Eigenmotivation
- > Qualitativ hochwertige Beratung
- > Exakte Datenerhebung
- > Technisches Vorwissen
- > Hohe Sozialkompetenz

## 4.2. BETROFFENE HAUSHALTE

Einkommensschwache / armutsgefährdete Haushalte in Tirol

**Warum ist es für einkommensschwache / armutsgefährdete Haushalte in Tirol interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?**

- > Kosteneinsparungen – ein Mehr im Haushaltsbudget am Ende des Monats/Jahres (ca. € 100-150 Euro/Jahr und mehr)
- > Energiesparartikel (ca. 50 Euro) die gratis ausgegeben werden
- > Lösung eines konkreten Problems (Schimmel, unerklärbar hohe Energierechnung, Energieschulden, bevorstehende Stromabschaltung, undichte Fenster, Unbehaglichkeit in der Wohnung, mangelndes technisches Verständnis, ...)
- > Individuelle auf die Bedürfnisse abgestimmte Beratung
- > Rasche, niederschwellige, kostenlose und unabhängige Unterstützung / Beratung, welche evtl. den Zugang zu weiteren Transferleistungen ermöglicht → Befreiung Ökostrompauschale, Hinweis auf Sozialtarif für den öffentlichen Nahverkehr, ...
- > Gewisser Zwang etwas zu tun
- > Mangelndes Basiswissen / Informationsdefizit (z.B. Bedeutung der 2. Mahnung von EVU's, Befreiung Ökostrompauschale, ÖBB-Sparschiene, VVT-Sozialticket, ...)
- > Zugang zu einem Mehr an Mobilität
- > Klimaschutzgedanke und Gesundheitsbewusstsein – gutes Gefühl etwas dafür zu tun
- > Zukunftssorgen → individuelle und auf die Gesamtheit der Welt gesehen
- > Verbesserung der Lebensqualität (+Licht +Wärme +Ernährung +Mobilität +Geld +...)
- > Befähigung, Erweiterung der Handlungsfähigkeit → andere Handlungsalternativen erfahren
- > Kompetenzerwerb und Steigerung des Selbstwertgefühls
- > Anerkennung in der Community – ein Vorbild und Multiplikator sein wollen
- > Teil von etwas größerem sein wollen → Tirol 2050 energieautonomie
- > Zugang zu einer Vertrauensperson die in weiterer Folge auch Sprachrohr ist - Lobby
- > Suche nach Kontakt aufgrund von Einsamkeit, Scham oder Angst vor öffentlichen Institutionen

### Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den betroffenen Haushalten?

- > Energieeinsparung welche in kWh gemessen werden kann (Projektziel: 1.112.670 kWh)
- > daraus resultierende CO<sub>2</sub>-Einsparung (Projektziel: 358.512 kg CO<sub>2</sub>)
- > Multiplikatorwirkung (Projektziel: wird zusätzlich berücksichtigt)
- > langfristiger Einsatz der im Zuge der Beratung abgegebenen Energiesparartikel
- > Einen mit der Beratung und den darin vermittelten Inhalten zufriedenen Haushalt
- > Zufriedenerer Haushalt mit mehr Umweltbewusstsein
- > Langfristiges nachhaltiges Handeln und bewussterer Konsum
- > Weiterempfehlung der Serviceleistung (Multiplikatoren-Effekt)

## 4.3. VERMITTLER DER EHRENAMTLICHEN

- soziale Einrichtungen  
→ Caritas; Arbeitsmarktservice; Verein Komm!unity Wörgl;
- Arbeitsmarktservice
- Gemeinnützige Wohnbauträger
- Sozialämter
- Migrantenvereine
- Integrationsbeauftragte
- Tiroler Soziale Dienste
- Sozialsprengel
- Diakonie
- Pfarren
- Fachhochschulen und Universitäten
- Freiwilligenzentren

## 4.4. VERMITTLER DER HAUSHALTE

- Sozialberatungseinrichtungen  
AK-Stromhärtefonds, AK-Unterstützungsfonds, Netzwerk Tirol Hilft, Caritas, Tiroler Soziale Dienste, Delogierungsprävention, Schuldnerberatung, Sozialämter
- gemeinnützige Wohnbauträger
- Tiroler Energieversorgungsunternehmen
- Vermieter
- Gemeinden; Sozialsprengel
- Kirchliche Einrichtungen, Vinzenzgemeinschaft, Diakonie
- Verwandte, Bekannte, Freunde, Nachbarn

- Medien (AK-Zeitung, Gemeindeblätter, Bezirksblätter, Innsbruck informiert, Tiroler Tageszeitung, ...)

## 4.5. SOZIALE EINRICHTUNGEN

Sozialeinrichtungen welche sich um die Sorgen/Herausforderungen einkommensschwacher Haushalte kümmern und auch finanzielle Unterstützungen für Energieschulden bieten.

**Warum ist es für Sozialeinrichtungen (welche Energieschulden bedienen) interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?**

- > Prävention: in den Folgejahren weniger Ausgaben für Energieschulden der ohnehin schon knappen finanziellen Ressourcen und langfristige Lösung für die Klienten
- > Mehr Budget für ihre eigentliche Mission/Vision
- > KnowHow-Gewinn – Erweiterung inhaltlicher und sozialer Kompetenz
- > Erweiterung des Netzwerks
- > Unabhängigere/eigenständigere Klienten → Unterstützung in Lösung akuter tagtäglicher Probleme
- > Erweiterung des Angebotes → zusätzliches Angebot einer Hilfe zur Selbsthilfe
- > Weiterleiten der Klienten: Zusätzliches Unterstützungsprogramm an das sie verweisen können und das ihren Klienten auch eine Hilfe ist – zusätzliche Dienstleistung
- > Gutes Gefühl Klienten richtig zu vermitteln
- > Beschäftigung der Klienten
- > Aufbau von Beziehung zum Klienten
- > Zufriedenere Klienten
- > Beitrag zum Klimaschutz
- > Image
- > Weniger Arbeit

**Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den Sozialeinrichtungen (welche Energieschulden bedienen)?**

- > Zugang zur Zielgruppe
- > Imagegewinn und Vertrauensaufbau innerhalb der Zielgruppe
- > Aufzeigen der Unabhängigkeit
- > Erweiterung der Reichweite und Bekanntheit des Projekts ClimAct - Plakat- und Flyer Werbung sowie direkte Ansprache der Zielgruppe in Bezug auf das Projekt durch die Sozialbetreuer → aktive Bewerbung des Projekts
- > Verständnis und Interesse für das Thema von Seiten der Sozialeinrichtungen

## 4.6. ARBEITSMARKTSERVICE

**Warum ist es für das AMS interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?**

- > Steigerung der Beschäftigungsquote
- > Höherqualifizierung von Langzeitarbeitslosen
- > Reduktion der Langzeitarbeitslosen
- > Reintegration der Langzeitarbeitslosen in den 1. Arbeitsmarkt
- > Beschäftigung der Klienten
- > Öffentlichkeitswirksame Maßnahmensetzung zur Bekämpfung von Langzeitarbeitslosigkeit
- > Schaffen von zukünftigen Arbeitsplätzen
- > LIFE-ClimAct stellt ein Beschäftigungsförderungsprojekt dar

**Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit dem AMS?**

- > Rekrutierung von Langzeitarbeitslosen zu EnergieSpar- und Klimaschutz-Beratern
- > Generelle Bewerbung des Projektes und somit Erreichen der Zielgruppe für die angebotene Dienstleistung
- > Einführen einer zusätzliche Verdienstmöglichkeit für Langzeitarbeitslose und Notstandshilfeempfänger und somit eine Attraktivitätssteigerung des angebotenen Ehrenamtes als EnergieSpar- und Klimaschutz-Berater
- > Steigerung der regionalen Bekanntheit des Projektes ClimAct

## 4.7. ENERGIEVERSORGUNGSUNTERNEHMEN

**Warum ist es für EVU's interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?**

- > Erfüllen von EU-Effizienzvorgaben
- > Imagegewinn – Zeigen von sozialer Verantwortung
- > Positive Medienberichterstattungen
- > Reduktion des Verwaltungsaufwandes (weniger Mahnwesen, weniger/keine Stromabschaltungen, ...)
- > Überzeugungsarbeit für die Sinnhaftigkeit der Smart-Meter-Umrüstung (bis Ende 2019 sollten 95% der Haushalte umgerüstet sein)
- > weniger Energiesperren
- > weniger Energiekostenausfälle aufgrund Ratenrückzahlungen



### Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den EVU's?

- > Know-How (für die Erstellung der Schulungsunterlagen)
- > Vortragende (Schulungen)
- > Beteiligung am Projekt – in Form von Themenbewusstsein – Energiearmut
- > Finanzierung, Ausgabe der EnergieSparStarterKits (ca. 54.000 Euro)
- > Verwaltung und Lagerung der Energiesparartikel
- > Mögliche Zusätzliche finanzielle Unterstützung z.B. zur Ausbildung der Ehrenamtlichen
- > Hinweis auf die Möglichkeit der gratis und unabhängigen Energie- und Klimaschutzberatungen im Zuge des Mahnwesens → Vermittlung der Haushalte
- > keine Verkomplizierung oder Verschlechterung des Tarifangebots - Stichwort 'flexiblere Tarife'
- > Mehrsprachige Energierechnungen
- > einfache monatliche Abrechnungen oder zumindest Möglichkeit der Einsichtnahme
- > bei Energieschulden vereinfachter Zugang zur Ratenrückzahlung und somit Vermeidung von Energiesperren

## 4.8. WOHNUNGSGENOSSENSCHAFTEN (NHT, IIG)

### Warum ist es für Wohnungsgenossenschaften interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?

- > Imagegewinn
- > Erhalt der Bausubstanz
- > Aufwertung der Wohnungen
- > zufriedenerer Mieter
- > evtl. KnowHow-Gewinn der Hauswarte (wenn diese die Energie- und Klimaschutzberatungen begleiten wäre dies für beide Seiten ein Vorteil - so könnten z.B. Maßnahmen wie die Erneuerung von Tür- und Fensterdichtungen in weiterer Folge über die Hausmeister erledigt werden)
- > gesteigertes Vertrauensverhältnis zwischen Wohnungsgenossenschaft / Hausverwalter / Hausmeister und Mieter
- > gerade Themenbereiche wie Mülltrennung und -Lagerung stellen Mehrparteienwohnungen vor eine Herausforderung

**Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den Wohnungsgenossenschaften?**

- > Unterstützung bei der Vermittlung von Haushalten
- > Bekanntgabe des Projektes LIFE-ClimAct in den Mieterzeitungen
- > Bewerbung durch Plakate im Eingangsbereich von Mehrparteienwohnungen
- > unentgeltliche Zurverfügungstellung von Räumlichkeiten bzw. Treffpunkten für Infokampagne zum Projekt - Mieterversammlung

## 4.9. ÖFFENTLICHE VERKEHRSBETRIEBE

**Warum ist es für Verkehrsbetriebe interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?**

- > Imagegewinn
- > Kundengewinn

**Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den Verkehrsbetrieben?**

- > gratis Beförderung der EnergiesparBeraterInnen
- > vergünstigte Tickets für einkommensschwache Haushalte / Personengruppen (Mindestsicherungs- und Ausgleichszulagenempfänger) → im Sinne eines Sozialtarifes  
IVB - ja / VVT nein / WörglerCityBus ja / Schwaz? / Kufstein?
- > Werbefläche auf den öffentlichen Verkehrsmitteln für das LIFE-Projekt ClimAct

## 4.10. MEDIEN

Medien (lokal z.B. Mieterzeitungen, Bezirksblätter, Gemeindeblätter, ...; regional z.B. Tiroler Tageszeitung und national z.B. Kronenzeitung)

**Warum ist es für Medien interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen, über das Projekt bericht zu erstatten ?**

- > durch im Vorfeld gut Vorbereitete Artikel angenehme Lückenfüller

**Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit den Medien?**

- > Erhöhung der medialen Reichweite

- > Multiplikatoreffekt - auch Personen die nicht direkt davon betroffen sind aber z.B. jemanden kennen, werden über das Projekt informiert
- > Zielgerichtetes Erreichen der Zielgruppe - Mieterzeitungen, AK-Zeitung, Gemeindeblätter, Innsbruck Informiert, ...
- > generelle über die Zielgruppe hinaus Bewusstseinsbildung zum Thema Klimaschutz und Energieeffizienz

## 4.11. POLITIK (LAND-STADT-GEMEINDEN)

### Warum ist es für die Politik interessant, sich an diesem Projekt zu beteiligen?

- > CO<sub>2</sub>-Einsparung und damit Unterstützung der Klimaschutzziele von Bund und Ländern
- > (Umwelt)Bildungseffekte in den beratenen Haushalten → Sensibilisierung einkommensschwacher Haushalte für Energiesparmöglichkeiten durch Verhaltensänderungen
- > Kostenentlastungen - Reduzierung des Heizkostenzuschusses oder Umverlagerung in Investitionen für energieeffizientere Haushaltsgeräte und somit Ankurbelung der heimischen Wirtschaft
- > Kostenentlastung der beratenen Haushalte und dadurch erzielter Imagegewinn
- > Vernetzung von ökologischen, ökonomischen, arbeitsmarktpolitischen und sozialen Zielen
- > Ausbau regionaler Netzwerke

### Welchen Benefit erwarten wir uns aus einer Kooperation mit der Politik?

- > Geldgeber - Zugang zu öffentlichen Mitteln
- > Langfristige Weiterfinanzierung des Projektes
- > Anerkennung der Weiterbildung zu Stromsparhelfern
- > Zurverfügungstellung von Räumlichkeiten für z.B. Austauschtreffen, Seminare usw.
- > Unterstützung bei der Errichtung weiterer Projektstandorte - z.B. Gemeindezentren als Anlaufstelle für Energieberatungen in Kombination mit Heizkostenzuschuss

# 5. WEITERE PROJEKTDDETAILS

## 5.1. AUSWAHLKRITERIEN FÜR KLIMA&ENERGIESPAR-CHECKER

- > Aus dem Milieu (Langzeitarbeitslos, Migrationshintergrund, ...)
- > Ebenfalls in einem betroffenen Haushalt lebend – aus der Zielgruppe sein
- > Zeitliche Verfügbarkeit (evtl. auch noch engagiert, wenn z.B. Arbeit gefunden wurde)
- > Interesse am Thema (Klimaschutz, ...)
- > Technisches Verständnis
- > Soziale Kompetenz
- > Belastbar (Konfrontation mit sozialen Härtefällen)
- > Verständnis und Ruhe
- > Fremdsprachkenntnisse (Türkisch, Arabisch, Englisch)
- > kulturelles Verständnis
- > Kontaktfreudigkeit
- > Keine Vorstrafen bzw. keine Eintragung ins polizeiliche Führungszeugnis
- > Möglichst keine Suchtprobleme
- > Gute Umgangsformen, sich ausdrücken können
- > Einfache PC-Kenntnisse – Besitz eines eigenen Computers
- > Wenn möglich Erfahrungen im beratenden bzw. kommunikativen Bereich und/oder auch aus dem handwerklichen Bereich
- > Schreiben und rechnen können
- > (über 30 Jahre)

Gerade auch Frauen, Personen mit Migrationshintergrund und ältere Teilnehmer - 50plus, eignen sich aufgrund ihrer Sozialkompetenz, Lebenserfahrung und möglicher zeitlicher Ressourcen gut für die Tätigkeit als Energiespar-Experten aber auch im Sinne der Beschäftigungsförderung von 50+ Langzeitarbeitslosen.

Ein einfacher Kriterienkatalog zur Auswahl der BeraterInnen „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“ wird von den Projektpartnern erstellt, um das Auswahlverfahren zu standardisieren und bei jedem Gespräch dieselben grundlegenden Fragen zu stellen. Gewisse Punkte für die Eignung als BeraterInnen werden hierbei abgefragt. Die Auswahl der endgültigen BeraterInnen die am Projekt teilnehmen werden, wird durch persönliche Gespräche und eine gemeinsame Diskussionsrunde aller Projektpartner getroffen.

Wie im Revisionsverfahren von der Europäischen Kommission eingefordert, sind weiterführende, detaillierte Informationen zum Auswahlverfahren der BeraterInnen sowie zu den Auswahlkriterien, gesetzlichen Bestimmungen, Haftungen, Verbindlichkeit, Dauer und Ausstieg, Kostenerstattung, Renumeration, Wertschätzung, Anerkennung und Nachweise wie im folgenden erforderlich. (siehe Projektantrag p.69-70 Annex\_C2.4.\_teil1)

#### **Annex C.2.4 Regulations - Volunteer counsellors**

Als Klimaschutz&EnergieSpar-BeraterInnen kommen speziell Menschen in Frage, die als „Brückenpersonen“ zu den Hauptzielgruppen des Projekts tätig sein können, also von sich aus einen möglichst guten Zugang zu armutsgefährdeten Menschen haben. **Auswahlkriterien** können dementsprechend unter anderem sein:

- o Praktische Erfahrung mit der Zielgruppe (armutsgefährdete Menschen, sozial schwache Menschen, Zugewanderte, etc.)
- o Kultursensibilität
- o Offenheit, Kontaktfreudigkeit
- o Kommunikationsfähigkeit
- o Interkulturelle Kompetenzen
- o Sprachkenntnisse (ideal: neben Deutsch und Englisch auch einer der folgenden Sprachen: Türkisch, Kurdisch, Arabisch, BKS, Dari, Farsi, Paschtu)
- o Vorwissen und/oder Interesse am Themenkomplex „Energie & Klimaschutz“
- o Technisches Vorwissen und/oder technisches Interesse
- o Genaues Arbeiten
- o Seriöses Auftreten

#### **Haftung und Versicherung**

Für die Durchführung der ehrenamtlichen Klimaschutz&EnergieSpar-Beratungen wird für alle Beteiligten ein ausreichender Versicherungsschutz gegeben sein. Im Rahmen der Freiwilligenpartnerschaft Tirol wird für alle ehrenamtlichen BeraterInnen eine Haftpflicht- und Unfallversicherung abgeschlossen werden können. Da es sich bei den Beratungen um Informationsgespräche und Maßnahmen zur Bewusstseinsbildung und nicht um professionelle Energieberatungen handelt, sind aus den Tätigkeiten der Ehrenamtlichen keine Haftungsansprüche abzuleiten (Haftungsausschluss für freiwillige Beratungen). Auf diesen Umstand wird nicht nur allgemein in der Beschreibung und Bewerbung hingewiesen, sondern auch jeweils zu Beginn der Tätigkeiten der einzelnen BeraterInnen. Falls umfangreichere Beratungen erforderlich und/oder konkrete Maßnahmen in Haushalten notwendig sein sollten, dann wird stets auf die professionellen EnergieberaterInnen und andere Professionalisten hingewiesen, deren Dienstleistungen dann mit einbezogen werden müssen.

#### **Vereinbarung zu Verbindlichkeit, Dauer und Ausstieg, Probezeit**

Freiwillige brauchen vom Beginn ihrer Tätigkeit eine Klarheit über ihre Möglichkeiten und Pflichten. Für die Tätigkeit der ehrenamtlichen Klimaschutz&EnergieSpar-BeraterInnen wird eine Vereinbarung verfasst und von beiden Seiten (Projektpartner, freiwillige BeraterInnen) unterfertigt. Diese Vereinbarung enthält eine Stellenbeschreibung (Kurzbeschreibung der Projektpartner und des Projektes, Sinn und Mehrwert der Tätigkeit, Aufgabenbeschreibung für die/den Freiwilligen, Erwartungen an die/den Freiwilligen, Stundenausmaß, Anfang und Dauer der Tätigkeit) sowie Klarstellungen zu Haftung & Versicherung, Kostenerstattung & Remuneration und anderes. Zudem verpflichten sich die freiwilligen BeraterInnen zur Verschwiegenheit und unterzeichnen eine entsprechende Vereinbarung. Um einen guten Einstieg in die freiwillige Tätigkeit zu schaffen, sind eine einführende Begleitung durch eine/n erfahrene/n Projektmitarbeiter/in (Coaching) sowie eine Einführungsphase vorgesehen, wo die/der Freiwillige die Möglichkeit hat, die Arbeitsbereiche und Aufgabenstellung ohne Leistungsdruck und Versagensängste kennenzulernen. Es ist auch vorgesehen, zu Beginn der freiwilligen Tätigkeit eine Probezeit zu vereinbaren, nach deren Ablauf beide Seiten entscheiden können, ob sie miteinander weiterarbeiten möchten.

#### **Kostenerstattung und Remuneration**

Damit den Freiwilligen ihr unentgeltliches Engagement nicht noch etwas kostet, wird sichergestellt, dass die zur Erledigung der ehrenamtlichen Tätigkeiten der Klimaschutz&EnergieSpar-BeraterInnen notwendigen Kosten (Fahrtkosten, Sachkosten Aktionstage/Schwerpunktaktionen) aus dem gegenständlichen Projektbudget übernommen werden.

#### **Wertschätzung und Anerkennung**

Freiwillige Arbeit soll anerkannt und geschätzt werden. Daher wird versucht, den ehrenamtlichen Energiesparberatern/innen mit einem Bündel an Maßnahmen eine entsprechende Wertschätzung

entgegenzubringen, wie z.B. durch Fortbildung/Aufbaulehrgang inkl. Verköstigung, kostenlose Exkursionen oder auch durch eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit, wie z.B. Presseartikel, Präsentation auf der Homepage oder Erwähnung bei öffentlichen Veranstaltungen.

#### **Nachweise**

Freiwillige Tätigkeiten können bei zukünftigen Bewerbungen o.ä. von Bedeutung sein. Deshalb werden den ehrenamtlichen Energiesparberatern/innen nicht nur ein Nachweis über die absolvierte Ausbildung ausgestellt (Lehrgangszertifikat), sondern auch über ihre erbrachte Arbeitszeit, die Art der Tätigkeit sowie über besuchte Fortbildungen.

## 5.2. REKRUTIERUNG DER KLIMA&ENERGIESPAR-CHECKER

Neben Freiwilligen aus der Bevölkerung werden soweit als möglich auch Personen direkt aus den betroffenen Milieus (Alleinerziehende, MigrantInnen, ...) als BeraterInnen „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“ ausgebildet.

Durch persönliche Gespräche vor Ort in den Sozial-Beratungsstellen für einkommensschwache Haushalte soll das Personal geschult werden, um Freiwillige für die „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“ anwerben zu können und auch erste grundlegende Informationen zu den Beratungen geben zu können. Die Anwerbung von BeraterInnen „Klimaschutz&EnergieSpar-Check“ direkt aus dem Milieu ist sicher vorwiegend nur durch persönliche Kontakte und Gespräche möglich. Ein erstes provisorisches Infoblatt wird gleich zu Beginn des Projektes erstellt, um den Beratungseinrichtungen als Unterlage zu dienen.

Es findet eine gezielte Ansprache von Personen, Institutionen und Vereinen, die direkten Kontakt mit der Zielgruppe oder der Thematik haben statt. Diese werden zum einen direkt über das Projekt LIFE-ClimAct informiert und zusätzlich zu einem gemeinsamen Austauschtreffen (Seminar) eingeladen. Nebst weiterer Informationen zum Projekt werden zu diesem Seminar auch noch bestehende Ehrenamtliche aus dem EIF-Wörgl Projekt eingeladen um einen Einblick in deren Erfahrungen zu geben. Im dritten Teil des Seminars findet eine offene Diskussionsrunde statt um auch auf Interessen und Vorschläge der eingeladenen Institutionen Rücksicht nehmen zu können und um einen gemeinsamen Weg bei der Rekrutierung ehrenamtlicher Klimaschutz&EnergieSpar-Checker zu finden.

### Weitere Schritte:

- > Pressearbeit- und -aussendung gemeinsam mit Personen aus der Politik (landesweite Presseaussendung in den weitreichenden Medien des Landes sowie Pressegespräch)
- > Streuen von Gemeindezeitungsartikeln sowie diverse Homepages mit dem Anwerbungstext bestücken
- > Persönliches Anwerben von Personen in gängigen Vereinen, Freiwilligenzentren, etc.
- > Auflage einiger Bewerbungsflyer im Kassenbereich von Sozialmärkten

**Welche Informationen werden hierfür benötigt?**

- > Projektbeschreibung
- > Projektzeitraum  
Oktober 2017 bis März 2020 (Zeitraum der Ausbildungen und Beratungen)
- > Ziele: 1080 Beratungen in einkommensschwachen Haushalten
- > Informationen zur Ausbildung (Stundenausmaß, ...)
- > Zeitaufwand für die Ehrenamtlichen  
An- und Abreise ca. 1 h  
ca. 6 bis 12 Beratungen pro Jahr à 1,5 h  
durchschnittlich 2 Termine pro Haushalt  
Dateneingabe ca. 1 h  
Unerwartetes ca. 1 h  
Gesamtaufwand pro Beratung ca. 4,5 h
- > Art der Tätigkeit bzw. Ablauf der Beratungen
- > Freiwilligenversicherung → <<http://www.freiwillige-tirol.at/versicherung>>

**Mögliche Kontaktstellen sind:**

- > **Arbeitsmarktservice Tirol:**  
*Bezirksstellen Imst, Innsbruck, Kitzbühel, Kufstein, Landeck, Lienz, Reutte und Schwaz*  
Kontakt:  
Schöpfstraße 5, Innsbruck  
Tel.: 0512-5903 (ServiceLine 0512-581999)  
E-Mail: [ams.innsbruck@ams.at](mailto:ams.innsbruck@ams.at)  
evtl. direkte Ansprache der Klienten durch die Betreuer des AMS auf das LIFE-ClimAct-Projekt  
Zielgruppe: Langzeitarbeitslose
- > **Tiroler Seniorenbund**  
Kontakt:  
Adamgasse 5, 6020 Innsbruck  
Tel.: 0512/580168  
E-Mail: [office@tiroler-seniorenbund.at](mailto:office@tiroler-seniorenbund.at)  
Evtl. Projektvorstellung über Medien des Seniorenbundes  
Zielgruppe: Pensionisten (mit oder ohne Ausgleichszulage)
- > **Pensionisten-Verband Tirol**  
Kontakt:  
Salurner-Straße 2 / 3.Stock, 6020 Innsbruck  
Tel.: 0512-589113  
E-Mail: [tirol@pvoe.at](mailto:tirol@pvoe.at)

- evtl. Projektvorstellung über Medien des PVÖ-Tirol  
Zielgruppe: Pensionisten (mit oder ohne Ausgleichszulage)
- > **Fachhochschulen und Universitäten:**
    - Innsbruck MCI**  
*Studiengang Soziale Arbeit BA und Soziale Arbeit, Sozialpolitik & -management MA*  
Kontakt:  
FH-Prof. Dr. habil. Belachew Gebrewold (Studiengangsleitung)  
Tel.: 0512-2070-3400  
E-Mail: [belachew.gebrewold@mci.edu](mailto:belachew.gebrewold@mci.edu)
    - FH-Kufstein**  
*Studiengang Europäische Energiewirtschaft*  
Kontakt:  
Prof. Dr. Georg Konrad  
Tel.: 05372 71819119  
E-Mail: [Georg.Konrad@fh-kufstein.ac.at](mailto:Georg.Konrad@fh-kufstein.ac.at)  
Zielgruppe: Studenten die entweder Kontakt mit der Zielgruppe oder der Thematik haben
  - > **Integrationsbüro Innsbruck**  
Kontakt:  
Universitätsstraße 30, 6020 Innsbruck  
Tel.: 0512/297121  
E-Mail: [info@integrationsbuero.at](mailto:info@integrationsbuero.at)
  - > **Caritas Integrationshaus (derzeit im Neubau?)**  
Kontakt:  
Gumpstrasse 71  
Tel.: 0512-72700  
E-Mail: [integrationshaus.caritas@dibk.at](mailto:integrationshaus.caritas@dibk.at)
  - > **Freiwilligenpartnerschaft Tirol**  
*Standorte in gesamt Tirol*  
Kontakt:  
Heiliggeiststraße 16, 6020 Innsbruck  
Tel.: 0512-727035  
E-Mail: [freiwilligenzentrum@dibk.at](mailto:freiwilligenzentrum@dibk.at)  
Homepage: [www.freiwillige-tirol.at/wir-suchen-hilfe](http://www.freiwillige-tirol.at/wir-suchen-hilfe)  
Zielgruppe: Pensionisten, Migranten, Alleinerziehende
  - > **Diakoniewerk Tirol**  
Kontakt:  
Bichlwangerstraße 18, 6322 Kirchbichl  
Tel.: 05332-85377  
E-Mail: [geschaefsfuehrung.sbg@diakoniewerk.at](mailto:geschaefsfuehrung.sbg@diakoniewerk.at)  
Homepage: [www.diakoniewerk-tirol.at](http://www.diakoniewerk-tirol.at)  
Zielgruppe: Pensionisten, Migranten, Alleinerziehende



## 5.3. INHALT DER EXPERTEN-KOFFER

Allgemeines:

- > Tasche/Koffer (für Transport der Materialien)
- > Kundenadresse, Wegbeschreibung
- > Stromsparhelfer-Ausweis und Visitenkarte
- > Bogen zur Datenerfassung, Klemmbrett und Stifte
- > Ggf. Datenschutzerklärung (Informationsblatt für die Haushalte welches es zu unterschreiben gilt)
- > Liste verfügbarer Soforthilfen
- > Schere (zum Öffnen der Verpackungen)

Messgeräte und Werkzeuge für die Durchführung des Energiesparservice in den Haushalten:

- > 3 Strommessgerät (davon 1-2 einfache Messgeräte zur Dauermessung für eventuelle Kühlgerätemessung und eines zum Messen sonstiger elektrischer Geräte)
- > Wasserdurchflussmessbecher (oder Messbecher plus Stoppuhr)
- > Thermometer für Kühlschrankmessung (ggf. Messung der Raumtemperatur)
- > Heizkörper-Entlüftungsschlüssel
- > Zollstock, Bandmaß
- > Schraubenzieher
- > Wasserpumpenzange oder Schlüssel für Strahlregler am Wasserhahn
- > Verlängerungskabel/Steckerleiste (falls Steckdose schwer erreichbar ist)
- > Taschenlampe
- > Taschenrechner
- > Zitronensaftkonzentrat (zum Entkalken der Wasserkocher)

Informationsmaterial

- > Liste mit Vergleichswerten für Stromverbrauch
- > Info-Broschüren zum Stromsparen
- > Projekteigenen Flyer (zur weiteren Verbreitung – Multiplikator)

### Demo-Material

- > Verschiedene Energiesparlampen bzw. LED-Lampen
- > Strahlregler / Perlator
- > Sparduschkopf
- > Zeitschaltuhr / Thermostopp
- > Abschaltbare Steckerleiste

### Sollte ein 2. Hausbesuch stattfinden

- > Auswertungsbericht
- > Zu installierende Energiesparartikel

Falls eine Verbrauchsmessung von Kühlgeräten durchgeführt werden soll, sollten je Team zwei bis drei weitere einfache Strommessgeräte für Langzeitmessungen über mehrere Tage angeschafft werden. Diese verbleiben im Haushalt und werden beim 2. Besuch wieder mitgenommen.

## 5.4. KLIMA&ENERGIESPAR-STARTER-KIT

- > Erklärung zum Klim&Energiespar-Starter-Kit
- > 6 LED-Lampen
- > 1 schaltbare Steckerleiste mit 3m Kabel
- > 1 schaltbarer Einzel-Stecker
- > 1 Thermometer/Hygrometer
- > 1 Kühlschrank-Thermometer
- > 1-2 Perlator für Spüle und Waschbecken
- > TV-Standby-Abschalter
- > bei Bedarf Strommessgerät als Leihgabe zur Messung alter 20+-Jahre Kühlgeräte
- > ein Freifahrtschein der Verkehrsunternehmen
- > 1 Fahrrad-Schlauch Reparatur-Kit
- > Trinkflasche (bevorzugt aus Glas)
- > Kühlschrankmagnet (zur Halterung / Visualisierung der wichtigsten EnergieSparTipps)
- > Warme selbstgestrickte Socken für den Winter (evtl. bei Pressekonferenz Aufruf starten?)
- > Evtl. eine „Blühbrine“ als Symbol und Erinnerungsstütze sowie Multiplikator-Impulsgeber

weilers:

- > einfaches Stromtagebuch
- > Haushaltsbuch, Kochplan
- > Kleines Päckchen mit Kräutersamen
- > Infografik zu den Kosten einer kWh bzw. einzelner Haushaltsgeräte
- > Brochüre mit allgemeinen Energiespartipps – „Klimaschutz für die kleine Geldtasche“
- > 3x Infofolder Projektbeschreibung (zur Weitergabe durch den Haushalt an möglichen weiteren betroffenen Haushalt)
- > Informationsmaterial, evtl. schon Antragsformular zur Befreiung der Ökostrompauschale
- > Informationsmaterial zum IVB-Sozialtarif-Ticket bzw. zu regionalen Sozialtarif-Angeboten für den öffentlichen Nahverkehr
- > Sozialroutenplaner
- > Informationsmaterial zum Kulturpass
- > Aufkleber mit Erinnerung zu bestimmten energieeffizienten Verhaltensweisen wie z.B. Licht aus, ...

bei Bedarf (2.Besuch):

- > Strommessgerät als Leihgabe zur Messung alter 20+-Jahre Kühlgeräte (Langzeitmessung)
- > Wassersparset bestehend aus Perlator für Spüle und Waschbecken sowie Wassersparduschkopf inkl. Notfall-Schlauch sollte der Alte beim Wechsel in die Brüche gehen
- > Wasserkocher
- > Entlüftungsschlüssel
- > Tür/Fenster-Dichtungsbänder
- > Einer-Steckdosenschalter mit separatem Fußschalter
- > WC-Stopp-Gerät
- > Heizkörperfolie

In einigen Projekten wurde das EnergieSparStarterKit individualisiert an die Gegebenheiten der einzelnen Haushalte angepasst. Dies führte jedoch in allen Fällen zu einem erheblichen organisatorischen Aufwand. Dafür konnte in extremen Härtefällen das EnergieSparStarterKit ausgeweitet werden, was im Gesamten einen zielgerichteten Einsatz der Energiesparhelfer zur Folge hatte. Der organisatorische Aufwand, Lagerung, Protokollierung, Personal usw. war jedoch erheblich und würde die Ressourcen über das Machbare hinaus belasten.

Die kalkulierte Kosten der EnergieSparStarterKits aufgrund Datenerhebung vorangegangener Projekte liegen für 1.080 EnergieSparStarterKits zu je ca. 80 Euro pro Kit bei rund 86.400 Euro Gesamtkosten.

## 5.5. QUALITÄTSKRITERIEN DER KLIMA&ENERGIESPARARTIKEL

Die Qualität der eingesetzten Energiesparhilfen ist von großer Bedeutung für den Erfolg des Projektes, führen doch rasche Defekte der Energiesparhilfen eher zu einer ablehnenden als befürwortenden Haltung bzw. hebt die Qualität der eingesetzten Mittel auch die Akzeptanz innerhalb der Haushalte diese einzusetzen und längerfristig selbst auf diese z.B. im Falle von LED-Lampen, umzusteigen. Auf Langlebigkeit und gute Qualität soll bei der Auswahl der Energiesparartikel geachtet werden.

Vor allem bei LED-Lampen sollte auf Markengeräte mit hoher Lebensdauer (z.B. L70/B10 bei 50.000 Stunden) und angenehm „warmweißer“ Lichtfarbe (2.500 – 2.700 Kelvin) für den Einsatz im Wohnbereich geachtet werden. Auch Sicherheitskriterien, vor allem beim Einsatz von schaltbaren Steckerleisten sind ein nicht unwesentliches Merkmal auf das geachtet werden muss. Bewährt haben sich neben einfachen schaltbaren Steckerleisten auch Einer-Steckdosenschalter und Steckerleisten mit separatem Fußschalter (wenn der Schalter sonst schwer erreichbar wäre, z.B. bei mobilitätseingeschränkten Personen).

Die Installation umfangreicher, qualitativ hochwertiger und langlebiger Energie- und Wassersparprodukte erhöht nicht nur die Akzeptanz sondern auch das Kosten-Nutzen-Verhältnis. Hier sollte auf keinen Fall bei Menge und Qualität gespart werden.

## 5.7. ABLAUF DER KLIMASCHUTZ&ENERGIESPAR-CHECKS

### Vorbereitung:

Terminvereinbarung:	Auswahl des passenden Energie- & Klimacoaches und telefonische Terminvereinbarung mit dem Haushalt. Haushaltskunde wird gebeten, seine Jahres-Verbrauchsrechnungen (Betriebskostenabrechnung, Strom, Gas, usw.) zum Termin bereit zu halten. Fehlende Eckdaten (lt. Protokoll Teil A) werden erfragt z.B. Haushaltsgröße und Grund für das Interesse an der ‚Beratung‘. Kurzer Hinweis auf Terminverlässlichkeit, da die Ehrenamtlichen teilweise lange Anreise haben und ihre Freizeit dafür schenken.
Anfahrt:	Die Wegstrecke zum Haushalt des Kunden wird überprüft, die Fahrtzeit eingeschätzt und ggf. eine genaue Anfahrtsskizze vorbereitet.
Koffermaterial:	Die Tasche für die Energie- & Klimacoachs wird auf Vollständigkeit mittels Checkliste geprüft und bereitgestellt, sodass sich der Energie- und Klimacoach diese z.B. bei der örtlichen Caritas-Stelle vor dem Beratungstermin abholen kann, betrifft evtl. nur das Starter-Paket.

### Erster Vor-Ort-Termin

Vorstellung:	Die ehrenamtlichen Energie- & Klimacoachs begrüßen den Haushalt, stellen sich mittels Visitenkarte und DoppelPlus-Button vor und überreichen die Visitenkarte an den Bewohner des Haushaltes.
Information zum Projekt:	Die Energie- & Klimacoachs informieren die Kunden über das Projekt und den Beratungsablauf. Dies geschieht am besten sitzend bei Tisch oder auch im Stehen – je nach Angebot des Haushaltes.
Kundendaten:	Die allgemeinen Kundendaten werden aufgenommen bzw. korrigiert.
Grund des Interesses	Die Energie- & Klimacoachs erfragen noch einmal den tatsächlichen Grund des Interesses am DoppelPlus-Coaching. Den Kunden sprechen lassen. Zuhören, Fragen, Zuhören, ...
Verbrauchsabrechnungen:	Gemeinsame Erfassung der Verbräuche mittels Lesen und Erklären der Rechnung, Auswertung, Erläuterung und Einschätzung dieser gegenüber anderer Haushalte – je nach Bedarf
Ergänzende Daten:	Wird das Warmwasser elektrisch erwärmt? Ist ein Gasherd vorhanden? Sind Heizungspumpen im Stromverbrauch enthalten? (bei Ein-/Zweifamilienhäuser), Wird der Wasserverbrauch erfasst? (über

	Wasseruhren); Wird der Heizenergieverbrauch erfasst? (über Geräte an den Heizkörpern)
Bestandsaufnahme Beleuchtung:	Anzahl der Leuchten und Wattzahl werden im Erfassungsbogen eingetragen, die Nutzungsdauer der jeweiligen Leuchten erfragt, und wird im Erfassungsbogen notiert.
Erfassung Standby	Standby und Sein-Aus-Verluste werden aufgespürt und gemessen, die Standby-Dauer erfragt, alle Daten werden im Erfassungsbogen eingetragen.
Messung Kühlgeräte:	Die Kühlschranktemperatur wird gemessen. Bei Altgeräten werden Strommessgeräte für Kühlschrank und Gefrierschrank/-truhe für mehrtätige Messungen installiert.
Messung Wasser:	Der Wasserdurchfluss von Wasserhähnen und Dusche wird gemessen, der Toilettenspülkasten wird geprüft, Handlungsbedarf wird festgehalten, benötigte Materialien in die Liste eingetragen.
Heizenergieverhalten:	Vor allem in der Heizperiode: Wie wird geheizt und gelüftet? Stehen Fenster auf Dauerkipp Lüftung? Sind die Heizkörper zugestellt? Gebt es Schimmelprobleme?
Verhaltenstipps:	Werden schon bei der Datenaufnahme Einsparmöglichkeiten zum Strom- oder Heizenergieverbrauch entdeckt, werden Hinweise zur effizienten Nutzung gegeben und evtl. schon gemeinsam Veränderungen vorgenommen.
Verabschiedung:	Der Klimaschutz&EnergieSpar-Checker erklärt den weiteren Ablauf, informiert über einen möglichen zweiten Besuch bzw. über eine neuerliche Kontaktaufnahme durch das Projekt-Team und verabschiedet sich höflich.

**Datenauswertung:**

Kühlschrankmessung:	Wenn möglich werden die Daten der Kühlschrankmessung vom Kunden telefonisch erfragt.
Analyseprogramm:	Die erfassten Daten werden in das Analyseprogramm eingetragen. Es erfolgt zunächst eine Einordnung der Energie- und Wasserverbrauchsdaten. Nebst dem Standard-EnergieSpar-Kit wird die Wirtschaftlichkeit möglicher zusätzlicher Energiesparartikel (z.B. Wasserkocher, ...) ermittelt, geeignete Artikel werden ausgewählt und im Programm eingetragen. Zudem werden weitere Klimaschutz&EnergieSpar-Tipps eingetragen.

Überprüfung	Die Auswertungen und die ausgewählten Energiesparartikel werden vom Mentor überprüft.
Auswertungsbericht:	Der Auswertungsbericht wird ausgedruckt
Terminvereinbarung:	Der zweite Vor-Ort-Termin wird vereinbart.
Soforthilfen:	Die für den zweiten Termin benötigten Klimaschutz&EnergieSpar-Kits werden zusammengestellt.

**Zweiter Vor-Ort-Termin (sollte es diesen geben)**

Vorbereitung und Vorstellung:	Siehe ,Erster Vor-Ort-Termin
Vorstellung der Ergebnisse:	Die Ergebnisse der Analyse werden erläutert.
Installation der Energiespargeräte:	Die Energiesparartikel werden gemeinsam mit dem Kunden installiert (Lampen, Wassersparartikel, Steckerleisten, Zeitschaltuhren, etc.) und Hinweise zu Ihrer Nutzung gegeben.
Bestätigung der erhaltenen Geräte:	Die Klimaschutz&EnergieSpar-Checker lassen sich die Liste der installierten Geräte sowie ihre Beratung gegenzeichnen.
Weitere Einspartipps:	Ggf. werden weitere Einspartipps erläutert. Lohnt sich z.B. der Kauf eines neuen effizienten Kühlschranks A+++? Welche anderen Transferleistungen sind noch möglich, usw..
Informationsmaterial:	Bei Interesse werden zusätzliche Informationsunterlagen zum sparsamen Umgang mit Strom und Wärme und zu anderen relevanten Themenfeldern hinterlassen.
Feedback:	Der Kunde wird mittels Fragebogen nach seiner Einschätzung zur Beratung und seiner Zufriedenheit mittels eines kurzen Fragebogens welcher nach dem Ausfüllen in ein verschließbares Kuvert gegeben wird, befragt.
Kühlschrankmessung:	Sollte sich noch ein Messgerät für die Kühlgerätemessung im Haushalt befinden wird dieses mitgenommen.



Im Rahmen des Energiesparprojektes muss der Datenschutz unbedingt gewährleistet sein. Es muss für alle Haushalte eindeutig sein, dass alle aufgenommenen Daten nur für das Projekt benötigt werden und nicht an Sozialbehörden oder Energieunternehmen weitergegeben werden.

## 5.8. BEWEGGRÜNDE DER INANSPRUCHNAHME DER VOR-ORT BERATUNGSLEISTUNG

Für die Inanspruchnahme der Serviceleistung von vor Ort Energie- und Klimaschutzberatungen sind laut Evaluationsberichten ähnlicher Projekte folgende 3 Gründe die Hauptgründe der Inanspruchnahme durch die Zielgruppe.

1. Erzielen einer finanziellen Einsparung am Monats-/Jahresende und somit eine Erhöhung des Haushaltsbudgets
2. Gratis EnergieSparArtikel in Form des EnergieSparStarterKits wie z.B. gratis LED-Lampen usw.
3. Die Lösung eines konkreten Problems wie z.B. starker Schimmelbefall, für den Haushalt unerklärbar hohe Energiekosten oder die kurz bevorstehende Stromabschaltung

Der Klimaschutzgedanke war laut ähnlicher Projekte im deutschsprachigen Raum für die betroffenen Haushalte meist nur ein schöner Nebeneffekt zur eigentlichen Energieeinsparung bzw. Aufstockung des Haushaltsbudgets.

Weitere Argumente der Inanspruchnahme waren, dass das Service der Energie- und Klimaschutzberatungen kostenlos ist, ein Freund/Bekannter sie auf das Angebot hingewiesen hat oder auch, dass von 'unbekannten' Dritten, wie z.B. einer Sozialeinrichtung oder der Sozial-Lebensmittelmarkt sie gezielt auf das Angebot aufmerksam gemacht hat.

→ siehe auch Punkt 4.2 ‚Betroffene Haushalte‘

## 5.9. ERREICHEN DER ZIELGRUPPE

Das größte Potenzial um die Zielgruppe der zu beratenden Haushalte zu erreichen liegt bei den Sozialeinrichtungen die direkt oder indirekt mit der Abwicklung von Energieschulden beschäftigt sind.

- Land Tirol – Abteilung Soziales und Gemeindeämter über den Heizkostenzuschuss
- Sozialamt und Mindestsicherungsstelle
- Arbeiterkammer – Stromhärtefonds und Unterstützungsfonds
- Caritas
- Netzwerk Tirol Hilft
- und weitere ähnliche Sozialeinrichtungen
- siehe auch Punkt 4.4 ‚Vermittler der Haushalte aus der Zielgruppe‘

Eine weitere wichtige Informationsquelle für die betroffenen Haushalte sind deren Bekannte, welche aufgrund ihres Vertrauensvorsprungs die betroffenen Haushalte von der Sinnhaftigkeit einer Energiespar- und Klimaschutz-Beratung überzeugen können, diese kostenlose Dienstleistung in Anspruch zu nehmen.

Lokale Zeitungen sind ein weiteres wichtiges Medium, wenn auch nicht so wichtig wie die zuvor genannten, um die Zielgruppe zu erreichen. Hier vor allem jene Zeitungen und Broschüren die an alle Haushalte gesandt werden, wie z.B. Arbeiterkammerzeitung, Innsbruck Informiert, Stadt- und Bezirksblatt, Gemeindeblatt. Über diese und andere lokale Medien erreicht man zusätzlich deren Bekannte, welche die betroffenen Haushalte über die Dienstleistung der Energiespar- und Klimaschutz-Beratungen informieren können.

Ähnlich relevant wie die Zeitungen ist der Zugang direkt über die Energieversorgungsunternehmen. Zum Beispiel könnte hierbei angedacht werden, dass bei ersten Anzeichen von Zahlungsschwierigkeiten sowie in jedem Mahnschreiben auf das Angebot der unabhängigen Energiespar- und Klimaschutz-Beratungen des LIFE-ClimAct Projektes verwiesen wird.

Eine weitere Möglichkeit die Zielgruppe direkt anzusprechen ist die Bewerbung des Projektes mittels Flyer und Plakate die direkt in den Sozialmärkten aufliegen oder auch vom Kassenpersonal ausgegeben werden. Ohne das direkte Aufmerksam machen auf diese Flyer und Informationsfolder wird Zielgruppe mit diesen Medien nur kaum bis gar nicht erreicht.

Eine direkte Kopplung mit der Gewährung von die Heizkosten betreffenden finanziellen Unterstützungsmaßnahmen ist anzuraten, jedoch muss die Unabhängigkeit der Beratungsleistung von der Zielgruppe auf den ersten Blick ersichtlich sein. Von einer zwangsweisen Bedingung einer Energiespar- und Klimaschutz-Beratung, um eine finanzielle Förderung in Form von

Heizkostenzuschuss zu erhalten, ist eher abzuraten. Dies könnte unter Umständen die Compliance der betroffenen Haushalte negativ beeinflussen oder aber auch die Inanspruchnahme des kostenlosen finanziellen Zuschusses unattraktiver gestalten und zu einer zusätzlichen Erschwernislage der Betroffenen führen.

Um geeignetes Beratungspersonal zu rekrutieren ist es empfehlenswert eine Kooperation mit dem Arbeitsmarktservice anzustreben und einzugehen. Diese könnten eine gewisse Rekrutierungsfunktion übernehmen bzw. das Gesamtangebot in ihr Beschäftigungsförderungsprogramm aufnehmen. Ein Strategiepapier mit genauen Vorstellungen diesbezüglich sollte erarbeitet werden.

Die Evaluation des Energiesparservice Frankfurt hat gezeigt, dass der überwiegende Grund, den Energiesparservice in Anspruch zu nehmen, darin liegt, die Stromkosten zu senken. Der Klimaschutz war eher ein positiver Nebeneffekt als das alleinige Handlungsmotiv.

### **3 Jahres-Strategie zur Erreichung der Zielgruppe:**

Im ersten Jahr werden die Klimaschutz&EnergieSpar-Checker die Zielgruppe vornehmlich in deren eigenen näheren Umfeld find, unter Freunden und Bekannten aber auch z.B. in den Wohnhäusern in denen sie selbst wohnhaft sind. Im ersten Jahr werden die freiwilligen Klimaschutz&EnergieSpar-Checker in Zweier-Teams die Haushalte beraten. Bei mindestens 60 ausgebildeten freiwilligen Klimaschutz&EnergieSpar-Checker sind dies mindestens fünf Haushalte pro Klimaschutz&EnergieSpar-Checker die er aktiv beraten wird und weitere 5 Haushalte, welche er als Assistenz gemeinsam mit einem seiner Kollegen berät. Diese Vorgehensweise dient unter anderem um unter vertrauten Personen mehr Sicherheit zu gewinnen sowie um als Beobachter eventuelle Fehler in Zukunft zu vermeiden bzw. sein eigenes Handeln zu optimieren. Dies ergibt ein erklärtes Ziel für das 1. Jahr von mindestens 300 beratenen Haushalten, wobei jeder Klimaschutz&EnergieSpar-Checker ein Minimum von 10 Hausbesuchen durchführen wird.

Im zweiten Jahr werden zunehmend die Kontaktstellen über die sozialen Einrichtungen welche Energieschulden ihrer Klienten bedienen, aktiviert, um an die Zielgruppe zu gelangen. Erklärtes Ziel an Beratungen sind 360 – pro Klimaschutz&EnergieSpar-Checker sind dies 6 Beratungen welche er alleine oder gemeinsam mit einem seiner Kollegen durchführt.

Im dritten Jahr wird davon ausgegangen, dass die Bekanntheit des Projektes und das Vertrauen in das Projekt in der Zielgruppe schon so weit vorhanden ist, dass das erklärte Ziel von 420 Beratungen, sprich 7 Beratungen pro Klimaschutz&EnergieSpar-Checker erreichbar sein wird. Im dritten Jahr bewerben neben den sozialen Einrichtungen auch Energieunternehmen sowie die Medien das Projekt in größerem Maße als die Jahre zuvor.

## 5.10. MÖGLICHE PROBLEME UND HERAUSFORDERUNGEN DER EINKOMMENSCHWACHEN HAUSHALTE

in den Bereichen:

Energie, Mobilität, Konsum/Beschaffung, Ernährung, Klimawandelanpassung

- > **Energieschulden**, Haushalt steht kurz vor der Stromabschaltung oder hat in der Vergangenheit bereits eine solche erlebt.  
Lösung: + Energieschulden sind im Idealfall bereits über private Initiativen durch Sozialeinrichtungen beglichen, + andernfalls kann man hier auch Kontaktmöglichkeiten weitergeben (AK-Stromhärtefonds, AK-Unterstützungsfonds, Netzwerk Tirol Hilft, Caritas + Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit Servicestelle der Energieversorgungsunternehmen zur etwaigen Ratenzahlung der offenen Forderung; + Aufklären über Konsequenzen des Nichtbezahlens von Energieschulden bzw. des gesetzlich geregelten Mahnverfahrens von EVU's; + usw.
- > **Zweifel über den Nutzen von Klimaschutzmaßnahmen bzw. Widerstand** gegenüber weiterer Sparmaßnahmen bei den ärmsten der Armen  
Lösung: Energie- & Klimacoaches darauf vorbereiten und mit positiven motivierenden Argumenten ausstatten.
- > **Kulturell bedingtes anderes Wärmeempfinden**: Heizung im Winter ist überdurchschnittlich Warm eingestellt  
Lösung: +  $-1^{\circ}\text{C} = -6\%$  Heizkosten (Norm:  $21^{\circ}\text{C}$  Wohnbereich,  $18^{\circ}\text{C}$  Nebenräume, bei Haushalten mit alten Menschen und Kindern  $21-23^{\circ}\text{C}$ ) + Wärmere Kleidung + Hausschuhe + usw.
- > **Sprach- und Verständnisprobleme**: Haushalte sind oft mit einer Vielzahl anderer Probleme konfrontiert oder haben die deutsche Sprache nicht als Muttersprache.  
Lösung: + Geduld + einfache Aufbereitung der Informationen unter Zuhilfenahme der dafür vorgesehenen Infomaterialien + gemeinsames Besprechen des konkreten Problems z.B. Verständnisproblem der Stromrechnung; usw.
- > **Mehr Bewohner als ursprünglich angegeben oder erlaubt**: Freunde die regelmäßig übernachten oder die Sanitären Einrichtungen mitbenutzen → erhöhter Wasserbedarf durch vermehrtes Duschen, Wäschewaschen, usw.  
Lösung: + Kosten wissen und einplanen
- > Aufgrund einer Überbelegung der Wohnung und damit einhergehender schlechter Raumluft versuchen Bewohner oft mit **dauerhaft gekippte Fenster** die Qualität der Innenraumluft zu verbessern was im Winter einen erhöhten Heizwärmebedarf verursacht  
Lösung: + richtig Lüften – Stoßlüften; usw.
- > Bei Asylberechtigten durch Familienzusammenführung und dadurch **plötzliche Steigerung der Bewohneranzahl** in den Haushalten, ohne Berücksichtigung, dass dadurch auch die Betriebskosten steigen.

- Lösung: + Wissen über Durchschnittskosten je Haushaltsgröße und den dadurch resultierenden Mehrkosten
- > **Erhöhter Heizbedarf durch schlechte Lage der Wohnung oder schlechte Bausubstanz:**  
Erdgeschoss; kein Keller; erhöhter Außenwandanteil; Dachgeschoss ohne ausreichender Dachboden- oder Dachdämmung; durch undichte Fenster und Türen; falsches Lüften – gekippte Fenster, kaltes Mauerwerk; usw.  
Lösung: + angepasstes Nutzerverhalten; + Anbringen einer Heizwärmereflektorfolie + falls möglich (provisorisches) Anbringen von Türdichtungen und Verständigung der Hausverwaltung; + Dokumentation (Lobbying); oft entsteht Unbehagen und Kältegefühl durch kalte Füße – auf Verwenden von Hausschuhen hinweisen usw.
  - > **Erhöhter Heizbedarf durch falsches Nutzerverhalten:** Heizkörper sind durch Möbel oder Vorhänge verdeckt; dauerhaftes Kipplüften im Winter; fehlende Thermostatsteuerung; usw.  
Lösung: + angepasstes Nutzerverhalten + Entfernen der Möbel und Vorhänge vor den Heizkörpern + usw.
  - > **Schimmel** durch feuchte und alte Bausubstanz aber auch durch falsches Lüften; Kochen; Erdgeschosswohnung ohne Keller; durch eine kalte Wohnung; einen erhöhten Außenwandanteil und z.B. zu wenig Abstand der Möbel zu den Wänden; mangelnde Entlüftung des Nassbereiches; durch undichte Fenster; Trocknen der Wäsche im Wohnbereich; usw.  
Lösung: + anderes Nutzungsverhalten + Abstand der Möbel zu den Außenwänden erhöhen + Spezialschimmelberatung +usw.
  - > **Alte und / oder Energieineffiziente Haushaltsgeräte** → im Rahmen der Mindestsicherung ist das Sozialamt auch für die Grundausstattung der Haushaltsgeräte zuständig → meist billige und dadurch stromfressende Geräte; Besitz von Altgeräten aus zweiter Hand über Freunde, Flohmarkt, Innsbruck verschenkt, usw.;  
Lösung: + neues Gerät – Verbund Energieeffizienzfond in Kooperation mit Caritas; evtl. eigene Kooperation mit Tiroler Sozialamt, Handel und EVU's; usw. +usw.
  - > **Vereiste und undichte Kühl- und Gefriergeräte**  
Lösung: zuerst Strommessung des vereisten Kühl- und/oder Gefriergerätes zur Visualisierung des derzeitigen Stromverbrauches und des Stromverbrauches nach dem Abtauen + Abtauen + evtl. besteht die Möglichkeit der Reparatur der Dichtung + Hochrechnung über die jährliche Kosteneinsparung durch diese Maßnahme (kurzfristige Lösung); + usw.
  - > **Verhältnismäßig zu großer Kühl- Gefrierschrank** – wenig gekühlte Ware  
Lösung: + Füllen mit z.B. Syropor; + kleineres dem Haushalt angepasstes Gerät; usw.
  - > **Kühl- Gefriergeräte neben Wärmequelle** oder zu nahe an der Wand  
Lösung: + wenn möglich Standortwechsel eines der beiden Geräte
  - > **Tropfende oder rinnende Wasserhähne, Duschen und / oder Toilettenanlagen** und dadurch einhergehend erhöhte Kosten z.B. Kanalbenützungsgebühren, usw.  
Lösung: neue Wasserspar-Duschköpfe, neuen Duschschlauch; neue Dichtung und

- Perlator für Wasserhähne; neue Dichtungen; Einbau Toiletten-Spülstopp-System; usw.
- > **Erhöhter StandBy-Verbrauch;** ältere Geräte weisen oft noch einen hohen StandBy-Verbrauch auf  
Lösung: + Standby-Verbraucher identifizieren und durch z.B. schaltbare Steckerleisten oder StandBy-Abschlater mit einfachem Zugang vom Netz trennbar machen – Achtung: keine Stolperfallen verursachen und einfachen, sinnvollen Zugang gewährleisten; usw.
  - > **Erhöhter Verbrauch durch längere Aufenthaltsdauer in den Wohnungen;** Fernsehgerät auf Dauerbetrieb – Achtung: gerade ältere Plasma-TV-Geräte haben einen hohen Energieverbrauch; erhöhte Heizdauer; Unterhaltungselektronik; falsches Kühlschranksnutzungsverhalten  
Lösung: + Verhaltenstipps näher bringen (Haushaltsbuchführung, Zeitdokumentation, ...) + Freizeitalternativen aufzeigen + zu mehr Bewegung animieren; + usw.
  - > **Ineffizientes Kochen;** Kochen ohne Deckel, kein Wasserkocher vorhanden oder er wird nicht benutzt / ist verkalkt  
Lösung: richtiges Nutzerverhalten + Wasserkocher + Wasserkocher mit z.B. Zitronenkonzentrat entkalken + Deckel beim Kochen verwenden + richtige Topf und Herdgröße + usw.
  - > **Rezeptgebührenbefreiung aber keine GIS-Befreiung:** über die GIS-Befreiung kann man sich auch von der Ökostrompauschale befreien  
Lösung: + Kunden darüber informieren und Möglichkeit einer Befreiung der Ökostrompauschale besprechen / dokumentieren (Lobbying)
  - > **Erhöhtes Restmüllaufkommen:** aus Platzgründen wird evtl. der Müll nicht getrennt  
Lösung: + Informationsweitergabe und gemeinsam Trennsystem überlegen, dokumentieren; usw.; gemeinsames Mülltrennen z.B. in Wohnblöcken in Verbindung mit einem gemeinsamen Picknick (gesunde Ernährung z.B. was macht Zucker mit meinen Zähnen usw.); Bewegung (Teamsport) und damit einhergehender gemeinsamer Mülltrennung – Wissen stärken was wo hingehört – Ressourcenbewusstsein aufbauen.
  - > **Ineffizientes Mobilitätsverhalten:** fehlendes Basiswissen z.B. über die Möglichkeiten der ÖBB-Sparschiene, den VVT-Sozialtarif, Leihticket oder andere Vergünstigungen oder Angebote für die Zielgruppe im Bereich der Mobilität  
Lösung: + Informationsweitergabe + für mehr Bewegung (Radfahren, Laufen, Gehen) animieren + Vorteile des öffentlichen Verkehrs besprechen und evtl. Aufzeigen der Durchschnittlichen Kosten und tatsächlichen Nutzung eines privaten PKW's; usw.
  - > **Diese Liste kann noch durch weitere Personen oder die Schulungsteilnehmer ergänzt werden,** sowie durch alle anderen an diesem Projekt arbeitenden Personen – zur Ergänzung bitte E-Mail an: [bernhard.bruckner@energie-tirol.at](mailto:bernhard.bruckner@energie-tirol.at) DANKE





## 5.11. EFFEKTIVE UND EFFIZIENTE HANDLUNGSMÖGLICHKEITEN FÜR EINKOMMENSCHWACHE HAUSHALTE

in den Bereichen:

Energie, Mobilität, Konsum/Beschaffung, Ernährung, Klimawandelanpassung  
Manches ist zum Teil bisher nur eine Überlegung und muss noch weiter ausgearbeitet werden.

- > Konzept „**Energiebotschafter**“ ähnlich den „Geschichten des Gelingens“. Dabei werden Haushalte aus der Zielgruppe von LIFE-ClimAct in den Vordergrund gerückt, die nach einer Haushaltsberatung ihren Energieverbrauch reduziert haben bzw. ein + an Lebensqualität erfahren haben. Veröffentlicht werden diese Geschichten auf der Projekt-Homepage. (siehe auch: Badner Energiebotschafter - <http://www.baden.at/de/unsere-stadt/energie-klima/badener-energiebotschafter/>)
- > **Peer-to-Peer Beratungen** für Personen mit Migrationshintergrund --> Personen aus den verschiedensten Kulturkreisen werden geschult, und diese schulen dann weitere Personen – z.B. im Lesen und Verstehen der Stromrechnung, usw.
- > **Kooperation mit Co-Creation-Space** Innsbruck (und Wattens) - Klima-Kochkurs, Urban Gardening, DIY-Werkstatt (Zielgruppe sind hier junge Erwachsene, auch mit Migrationshintergrund, sowie Studenten und Lehrlinge) → dieses Projekt ist auch erst in seiner Konzeptions-01.-06.17 und Aufbau-/Pilotphase 07.-12.17
- > **Radfahrkurse**, für vor allem Frauen mit Migrationshintergrund, in Verbindung mit Nutzung öffentlicher Grünflächen z.B. Picknick mit gesunder selbst gemachter Jause aus lokalen / regionalen und saisonalen Produkten – evtl. Kooperation mit Feldküche oder dem Spielraum-Kochlokal
- > **Aufzeigen von Freizeitangeboten** im nahen Umfeld – Natur erleben, Jugendzentren, Kochvereine, Radfahr-Treffs, mögliche Sprachkurse, Kulturpass, Wandermöglichkeiten, usw.
- > **EVU's weisen in ihren Mahnschreiben** oder bei einem ersten Erkennen eines überdurchschnittlich hohen Energieverbrauchs, **auf unabhängige und kostenlose Energieberatung hin**. Vorsicht, dass die Klimaschutz&EnergieSpar Checks als unabhängige Beratungsleistung wahrgenommen wird.
- > **Datenaustausch** zwischen Energie-Grundversorger und z.B. Sozialamt oder auch direkt mit DoppelPlus durch Einwilligungserklärung des Sozialleistungsempfängers. Vorbild ist ds **Saarbrücker 4-Punkte-Modell** – gut für den Haushalt, gut für den Energieversorger sowie in weiterer Folge auch gut für das Budget sozialer Einrichtungen --> **Ziel: Vermeidung aller in Tirol getätigten Stromsperren** – Vorbildwirkung für gesamt Österreich und Imagegewinn für Tiroler EVU's.
- > **Progressive Tarifgestaltung** der EVU's mit im Grundpreis enthaltenen Freimengen (Inklusivkontingente).

- > **Urban Gardening** - gemeinschaftliche Bewirtschaftung einer von Stadt, Gemeinden zur Verfügung gestellten 'Grünfläche' als Naherholungsraum und Raum der sozialen Interaktion und des Austausches - Grillfläche, Gemüse- und Obstanbau, ... aber auch als Lernfläche - Müllvermeidung und -trennung – z.B. werden hier die in der ersten Runde der Haushaltsberatungen erreichten Personen eingeladen, gemeinsam an einem Klimaschutz-Workshop im Freien teilzunehmen. In diesen Workshops können die freiwilligen Klimaschutz&EnergieSpar-Checker den Teilnehmern die Inhalte des Aufbaulehrganges näherbringen.
- > **Kostenfreie Energieberatungen** = Bewusstseins und Wissensbildung sowie Aktivierung – z.B. Ausbildung eines **Coaches der für einen gesamten Wohnblock zuständig ist** – IIG hätte diesbezüglich Interesse! Projekt „Hallo Nachbar“
- > **Energieberatung mit finanzieller Sozialleistung koppeln - freiwillig** und nicht als Zwangsmaßnahme (z.B. Heizkostenzuschuss, AK-Stromhärtefonds, usw.)
- > **Kochkurs** für einkommensschwache Personen – Vermittlung von Energiesparen beim Kochen, nachhaltigem und gesunden Essen sowie Möglichkeiten dies alles trotzdem kostengünstig zu gestalten - evtl. in Kombination mit Einkauf im naheliegenden Sozialmarkt und in Kooperation mit dem Integrationshaus der Caritas - Dinnerclub.
- > **Weißwarentausch** für 20+ Jahre alte Kühlschränke – „Abwrackprämien“ (Verbund Energieeffizienzfonds mit Caritas-Verbindung)
- > **Grundgeräteausrüstung im Rahmen der Mindestsicherung** – Sozialamt finanziert nur das Billigste – evtl. in Kooperation mit Umweltamt, EVU's und Handel eine Aufzahlung auf A++/A+++ Kategorien vereinbaren um die Energiekosten nachhaltig zu senken.
- > Bei schwerwiegenden Fällen „Weißwarentausch“ in Kooperation mit Saturn/MediaMarkt und Energieunternehmen – Entscheidung bei Zweitbesuch des Energieberaters oder bei tatsächlicher Einsparung  
! Leute wollen keine Einheitsgeräte, sondern der Kühlschrank soll individuell angepasst sein – dies sollte/muss man berücksichtigen.
- > Etablierung eines standardmäßigen **Energieeffizienzfonds - Energieeffizienzzehntelcent** Bei 4.500 kWh bedeutet dies eine 'Mehrbelastung' von 4,5 Euro/Jahr und Haushalt; Energieeffizienzzehntelcent bedeutet für 1kWh = 0,01 Cent → dies hätte auch evtl. zur Folge, dass der Durchschnittsverdiener-Haushalte durch diese zusätzliche Abgabe auch auf eine mögliche Energieeffizienzsteigerung in ihren Haushalten aufmerksam gemacht wird und sich dadurch mehr als diese z.B. 4,5 Euro im Jahr einspart.
- > **Spendenaufwurf über Energieversorger** für die Einrichtung eines Energieeffizienzfonds zu Gunsten von LIFE-ClimAct – ähnlich dem Spendenaufwurf der Energie Graz GmbH --> ‚Energie gegen Armut‘.
- > **freiwilliger Energieeffizienzfond** basierend auf freiwilligen Spenden **mit der Gas/Strom-Jahresrechnung** oder **Kundenabfrage** der EVU's über akzeptanz eines Energieeffizienzzehntelcents mit klarer Zweckwidmung und Informatoin
- > **Infopoint** zum Projekt bei jedem Energieversorger mit Laufkundschaft bzw. direkt bei der jeweiligen Servicestelle

- > Kooperation mit Energieversorger oder anderen Institutionen (welche Elektrohandwerker oder Installateure beschäftigen) bei kleininvestiven Handwerkstätigkeiten – Budgettechnisch könnten solche Arbeiten auch aus einem Energieeffizienzfond beglichen werden.
- > **Kooperation mit Mahnschreibeverfahren der EVU's** --> bei 1. Mahnung evtl. bereits Information über LIFE-ClimAct mitschicken (für EVU's sind Stromabschaltungen auch nicht angenehm und verursachen Kosten von ca. 100-200 Euro)
- > Möglichkeit der **PrePaid-Stromzähler** mit Smart-Meter-Einführung WENN: Strompreis gleich viel oder billiger als der Normaltarif ist; ein Anbieterwechsel weiterhin möglich ist; die evtl. anfallenden Mehrkosten für PrePaid-Stromzähler der Anbieter trägt (erspart sich ja auch eine weitere Kundenbetreuung; der Kunde klar über die Auswirkungen eines Pre-Paid-Zählers informiert wird; bei Auslaufen des Guthabens für eine gewisse Zeit eine minimale Restenergiemenge verbleibt um z.B. für Kühlgeräte über die Dauer eines Wochenendes oder Feiertage hinaus z.B. 4 Tage die Energieversorgung zu gewährleisten)
- > Überführung der Coaches in **Beschäftigungsprogramm des AMS** bzw. Kooperation mit diesem z.B. „Aktion 20.000“ für 50+ Langzeitarbeitslose
- > **FairCard Beispiel** – Vergünstigungen für Mindestsicherungsempfänger am Beispiel Vorarlberg und Wien bzw. dem schon bestehenden **Sozailtarif der IVB**
- > **Befreiung Ökostrompauschale** in Verbindung mit GIS und Rezeptgebührenbefreiung – evtl. von GIS entkoppeln da viele Bedenken haben, sich überhaupt bei der GIS zu melden.
- > Organisation von **Mitfahrbörsen** vor allem im ländlichen Raum - Zielgruppe vor allem Alleinerziehende
- > **Kooperation von Car-Sharing** und sozialen Einrichtungen - Klienten können sich dann evtl. über diese vergünstigt ein Auto für wichtige Fahrten ausleihen. oder auch das Beispiel Langenegg in Vorarlberg wo die Gemeinde (der Bürgermeister) ein Auto besitzt, das sich jeder Gemeindegänger nach voriger Anmeldung ausleihen kann.
- > **Bike-Sharing-Angebote** - entweder mit den öffentlichen Bikes der Stadt Innsbruck - Vergünstigungen für einkommensschwache – niedrigere Zugangsschwelle - oder auch innerhalb der Gemeinden - z.B. öffentliches Leih-Lastenrad das auch für die Mitnahme von Kindern geeignet ist.
- > ‚**Hausmeister**‘ (Facility-Manager) von Wohnungsgenossenschaften begleiten die Energiespar- und Klimaschutzberater - erhalten so selbst auch einen KnowHow-Zuwachs und können in weiterer Folge einfache Sanierungsmaßnahmen durchführen wie z.B. Erneuerung der Tür- und Fensterdichtungen; Entlüften der Heizung usw. → evtl. erhalten sie so auch mehr Verständnis über die Auswirkung und Kosten alter Heizungen was wiederum eine Sanierung durch die Wohnbauträger begünstigen könnte
- > **Ehrenamtliche Tätigkeit im Einkommenssteuerrecht berücksichtigen** → Behandlung als gemeinnützige Arbeit und Abzug von dem zu versteuernden Einkommen

- > **Verweis auf andere Angebote** wie z.B. Mietrechtsberatung der Arbeiterkammer oder auch Info-Broschüre zum Thema Mietrecht der Arbeiterkammer aushändigen.
- > **Gewinnspiel** unter allen beteiligten für den größte Energieeinsparung - beratenen Haushalten - Hauptgewinn z.B. ein von der Stadt Innsbruck zur Verfügung gestellter öffentlicher PV-Anteil, 2. Preis Jahreskarte für Öffentlichen Verkehr in Tirol, 3. Preis z.B. Kühlgerätetausch (dies könnte man so organisieren, dass man jeden Preis aus einem zuvor festgelegten Pot zieht - damit der Bedarf gedeckt ist bzw. der Preis zielgerichteter ist. Interesse besteht hier vor allem bei gemeinnützigen Wohnbauträgern z.B. IIG
- > **Gewinnspiel** innerhalb eines Wohnbaus – Vorschlag der IIG
- > Fahrrad aus städtischen Fahrradsammelaktionen – **Reparaturworkshop und gemeinsamer Fahrradausflug** evtl. in Kooperation mit dem Verein: Bäckerei und dem wöchentlichen Angebot der Bikerei
- > **Workshop „gesunde Ernährung für einen schlanken Geldbeutel“** – Evtl. in Kooperation mit einem Lokalen Restaurant (z.B. Villa Mundus, Spielraum/Kochlokal) – gemeinsames Kochen und Essen, bei dem auch Inhalte zu den Themen Klimaschutz, Mobilität, Beschaffung und Ernährung vermittelt werden.
- > Versuch der Erstellung einer **Statistik** über die Entwicklung der Energieschulden z.B. Anzahl aller 2. Mahnungen (Gesamt) der Energieunternehmen vor und nach dem Projektstart / Stromabschaltungen geben keine Auskunft, da meist soziale Einrichtungen diese abfangen und Energieversorger diese Daten auch nicht weitergeben möchten oder können.
- > Energiekosten-Übernahme (Heizkostenzuschuss, Stromhärtefonds, soziale Einrichtungen, Ratenzahlvereinbarungen mit EVU's, ...) nur in Verbindung mit einer kostenlosen Energieberatung – Beispiel WienEnergie;
- > **Kooperation mit der Kirche bzw. kirchlichen Vertrauenspersonen** – oft wenden sich Haushalte mit ihren Sorgen an die Kirchengemeinschaft – auch speziell mit dem Thema Energieschulden – Energiearmut.
- > Sozialbehörden sollten anstelle von Kaltmietgrenzen diese zu Gunsten von angepassten **realistischen Warmmietgrenzen** ändern oder höhere Kaltmietgrenzen akzeptieren wenn der HWB dafür geringer ist --> stellt auch einen Anreiz für Vermieter dar energetische Sanierungen vorzunehmen bzw. beugt dem Umstand vor, dass zunehmend ärmere Bevölkerungsgruppen in energetisch ineffizienten Wohnungen ihr Haushalten finden.

## 6. LITERATURLISTE

Alexandra Wechscheider-Pircher, 2017; Haushaltsenergie und Einkommen mit besonderem Fokus auf Energiearmut; Statistik Austria

Andreas Oberhuber, Daniel Denk, 2014; Zahlen, Daten, Fakten zu Wohnungspolitik und Wohnungswirtschaft in Österreich; FGW – Forschungsgesellschaft für Wohnen, Bauen und Planen

AMS, Arbeitsmarktservice Österreich, 2016; Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, ams.statistik

EC-LINC, 2014; EC-LINC Empfehlungen für Nachfolgeprojekte, Energie- und Umweltagentur Niederösterreich, St. Pölten.

EC-LINC, 2014; EC-LINC Fortsetzungskonzept Energieberatung für einkommensschwache Haushalte; Energie- und Umweltagentur Niederösterreich, St. Pölten.

Elisabeth Stögerer-Scharz, Manfred Kaiser, 2010; Frauen in Tirol – Zahlen – Daten – Fakten; Fachbereich Frauen und Gleichstellung, JUFF, Landesstatistik Tirol

Elke Dünnhoff, Immanuel Stieß, Michaela Gigli, Barbara Birzle-Harder, 2009; Evaluation des Cariteam – Energiesparservice in Frankfurt a.M.; Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Heidelberg.

Elke Dünnhoff, Lothar Eisenmann, Ulrich Schäferbarthold, 2010; Guidelines: Introducing Advisory Services on How to Save Energy For Low-income Households – Final Report; Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety; Heidelberg.

Energiearmut in Österreich – Definitionen und Indikationen, 2011; E-Control

Frank Luschei, Lisa Bleckmann, Nadine Schreiner, 2016; Energiearmut als neues soziales Risiko? Eine empirische Analyse als Basis für existenzsichernde Sozialpolitik; Universität Siegen

Georg Benke, Eva Marx, Thomas Koisser, Etienne Rubens, Stuart Hay, Kiraly Zsuzsanna, 2013; Evaluation Report Energy Check for low Income Households; European Commission – Programm IEE; e7 Energie Markt Analyse GmbH, Wien.

Georg Benke, Marton Varga, Margit Appel, Paloma Fernandez de la Hoz, Klemens Leutgöb, Stefan Amann, 2012; Fuel Poverty in Österreich – Endbericht; Österreichischer Klima- und Energiefonds, Wien.

Georg Benke, Marton Varga, Stefan Amann, Paloma Fernandez de la Hoz, Margit Appel, 2012; Politische Handlungsempfehlungen zur Bekämpfung von Energiearmut; e7 Energie Markt Analyse GmbH, Wien.

Georg Benke, Stefan Amann, Matthias Schlögl, 2012; Energiearmut: Energie sparen und Kosten senken in einkommensschwachen Haushalte. Eine Informationsbrochüre für SozialberaterInnen; e7 Energie Markt Analyse GmbH; Wien.

Georg Benke, Thomas Koisser, 2014; Handlungsempfehlungen zur Minderung der negativen Auswirkung von Energiearmut; e7 Energie Markt Analyse GmbH, Wien.

Immanuel Stieß, Konrad Götz, Irmgard Schultz, Carmen Hammer, Esther Schietinger, Victoria van der Land, 2012; Analyse bestehender Maßnahmen und Entwurf innovativer Strategien zur verbesserten Nutzung von Synergien zwischen Umwelt- und Sozialpolitik; Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE, Frankfurt am Main.

Leistbares Wohnen in Tirol – Möglichkeiten einer Kostensenkung im Wohnbau unter besonderer Berücksichtigung der Gemeinnützigen Wohnbauträger in Tirol; Arbeiterkammer Tirol

London Economics, 2016; Consumer vulnerability across key markets in the European Union; European Commission

Marion Stadler, Manfred Kaiser, 2016; Armut und soziale Eingliederung in Tirol – Ergebnisse aus EU-SILC 2012 bis EU-SILC 2014; Amt der Tiroler Landesregierung

Rudolf Epping, Rosemarie Klein, Gerhard Reutter, 2001; Langzeitarbeitslosigkeit und berufliche Weiterbildung; Bertelsmann Verlag GmbH & Co. KG, Bielefeld

Statistik Austria, Bundesanstalt Statistik Österreich

Thomas Koisser, Georg Benke, 2014; Projekt EC-LINC Stakeholder Report; Energie- und Umweltagentur Niederösterreich; St. Pölten.

## 7. ANHANG

### 7.1. HAUSHALTE MIT LANGZEITARBEITSLIEN MENSCHEN

Tabelle 3: Haushalte mit langzeitarbeitslosen Menschen

<b>Haushalte mit langzeitarbeitslosen Menschen</b>	
<b>Anzahl (10/2016)</b>	1.864 Personen Langzeitarbeitslos (> 1 Jahr ohne Beschäftigung) 4.240 Personen mehr als 6 Monate oder länger ohne Arbeit
<b>Geschlecht</b>	Etwas mehr Frauen (54,3%) als Männer (45,7%) von Arbeitslosigkeit betroffen (Gesamt)
<b>Alter</b>	Zunahme bei den Arbeitslosen über 50 Jahre (Gesamt)
<b>Personenkreis</b>	ältere Arbeitskräfte >50 Jahre Menschen aus anderen Herkunftsländern Personen mit gesundheitlichen Vermittlungseinschränkungen geringqualifizierte Arbeitskräfte
<b>Einkommen</b>	897 Euro Arbeitslosengeld 722,10 Euro Notstandshilfe
<b>Wohnort</b>	Gesamt-AL Tirol Aufgrund der Bevölkerungsaufteilung kann davon ausgegangen werden, dass mit Abstand am meisten der Langzeitarbeitslosen in Innsbruck zu finden sind (ca.39%) gefolgt von Kufstein (ca.13%) und Schwaz (ca. 10%), Landeck (ca. 9%), Imst (ca.8%), Kitzbühel (ca.8%) und Reutte (ca. 3%) / (Lienz ca.9%)
<b>Wohnform</b>	Siehe Tabelle „Einkommensschwache Haushalte“
<b>Haushaltsgröße</b>	Siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte
<b>Bildungsstand</b>	41,9% Pflichtschulausbildung 37,5% Lehrausbildung 8,0% höhere Ausbildung 4,8% akademischer Abschluss

<b>Trends</b>	<p>Die Zahl der langzeitarbeitslosen nimmt auf lange Sicht gesehen tendenziell eher zu. Gerade ältere Personen (50+) sind am Arbeitsmarkt schwerer vermittelbar.</p> <p>Das Voranschreiten der Automatisierung und die dadurch einhergehende Verringerung an Arbeitsplätzen trifft vor allem Menschen mit niedriger schulischer Ausbildung..</p>
<b>Psyche</b>	<p>Finanzielle Ängste; Perspektivenlosigkeit; Gefühl der Last; Gefühl ohnehin nichts vom Leben zu haben – sich nichts leisten zu können; Gefühl der Verlierer im System zu sein; Gefühl der Hilflosigkeit, Gefühl eine Belastung für andere zu sein; Gefühl etwas falsch gemacht zu haben; Gefühl der Resignation, Antriebslosigkeit; Langeweile; Unzufriedenheit, Antriebslosigkeit, Verlangsamung, Rückzug, Scham, Wut, Verlust an Selbstvertrauen und des Selbstwertgefühls, Kontrollverlust, zunehmende Unfähigkeit Alltagsproblemen zu begegnen, Bedrohung personaler und sozialer Identität, Existenzängste, Versagensangst,</p>
<b>Kontaktstellen</b>	<p>AMS Imst  AMS Innsbruck (Landesgeschäftsstelle)  AMS Kitzbühel  AMS Kufstein  AMS Landeck  AMS Lienz  AMS Reutte  AMS Schwaz</p>
<b>Mobilitätsannahme</b>	<p>Aufgrund des geringen Haushaltseinkommens über einen schon längeren Zeitraum kann davon ausgegangen werden dass die wenigsten dieser Zielgruppe über einen eigenen PKW verfügen und wenn schon, diesen aus Kostengründen versuchen so wenig wie möglich zu gebrauchen.</p> <p>Fahrräder können durchaus in deren Besitz sein.</p>
<b>Bedürfnisse</b>	<p>Wunsch eines höheren Einkommens, Wunsch nach einer geregelten Arbeit und damit einhergehenden geregelten Einkommen, Gefühl gebraucht zu werden, Gefühl ein Nutzen für die Gesellschaft zu sein, Wunsch einer die Interessen befriedigenden Tätigkeit nachzugehen, Bedürfnis nach Zugehörigkeit, Anerkennung, Wertschätzung, Wunsch nach Tagesstruktur, Wunsch neues zu lernen und zu erleben, Lob eine Sache gut gemacht zu haben, beruflicher Erfolg, soziale Teilhabe,</p>



	Wunsch nach kultureller Teilhabe (Restaurantbesuch, Kino, Konzertbesuch ...)
<b>Ernährung</b>	Siehe Tabelle „Einkommensschwache Haushalte in Tirol“
<b>Beschaffung</b>	Siehe Tabelle „Einkommensschwache Haushalte in Tirol“
<b>Mögliche Motive für Klimaschutz</b>	Kostensparnis; Lösung eines konkreten sie betreffenden Problems; Verbessern der persönlichen Wohnsituation; einer sinnvollen Beschäftigung nachgehen; eine Hilfe für andere zu sein; Aufbau einer Tagesstruktur; Lob und Anerkennung für seine eigene erbrachte Leistung bekommen; Verdienstmöglichkeit; erlangen einer Beschäftigungsperspektive;

## 7.2. HAUSHALTE MIT FRAUEN OHNE PENSION

Tabelle 4: Haushalte mit Frauen ohne Pension / Ausgleichszulagenbezieherinnen

<b>Haushalte mit Frauen ohne Pension / Ausgleichszulagenbezieherinnen</b>	
<b>Anzahl (10/2016)</b>	2015 ca. 12.446 Ausgleichszulagenbezieherinnen (Frauen) ca. 4.978 Witwenpensions- und Ausgleichszulagenbezieherinnen 2015 Gesamtausgleichszulagenbezieher 18.577 Personen
<b>Geschlecht</b>	weiblich
<b>Alter</b>	55 Jahre und älter
<b>Personenkreis</b>	Alleinlebende Frauen mit niedrigem Einkommen ältere Arbeitskräfte >55 Jahre Frauen die Ausgleichszulage beziehen
<b>Einkommen</b>	Frauen 50 bis 59 Jahre 1.Quartil (2014) 1057 Euro/Monat netto Frauen 60 Jahre und älter 1.Quartil (2014) 565 Euro/Monat netto Frauen mit Ausgleichszulage 882,78 Euro/Monat (Richtsatz)  AusgleichszulagenbezieherInnen sind grundsätzlich von der Rezeptgebühr, dem Service-Entgelt für die E-Card sowie von den Rundfunkgebühren befreit – Potential liegt hier auch in der Befreiung der Ökostrompauschale (geht einher mit der GIS-Gebühren/Rundfunkgebühren-Befreiung)
<b>Wohnort</b>	Gesamt Tirol es wird angenommen, dass diese Bevölkerungsgruppe vermehrt im städtischen Raum sesshaft ist, da in den ländlichen Regionen Familie, Brauchtum und Zusammenhalt noch stärker ausgeprägt sind und daher dieser Personenkreis von Armutsgefährdung zumindest aus eigener subjektiver Sicht weniger betroffen ist.
<b>Sprache</b>	Vorwiegend Deutsch
<b>Bildungsstand</b>	81% aller aktuell arbeitslosen Frauen über 45 haben laut AMS eine Pflichtschulausbildung oder maximal eine Lehre

<p><b>Trends</b></p>	<p>Die Zahl der langzeitarbeitslosen nimmt auf lange Sicht gesehen tendenziell eher zu. Gerade ältere Personen (50+) sind am Arbeitsmarkt schwerer vermittelbar. Personen über 45 sind besonders von Arbeitslosigkeit betroffen – rund 37% der Arbeitslosen (2014) ist älter als 45. In den nächsten Jahren steht eine größere Pensionierungswelle bevor – Stichwort Babyboomer (1961-1965) – wodurch sich das monatliche Einkommen reduzieren wird. Das Voranschreiten der Automatisierung und die dadurch einhergehende Verringerung an Arbeitsplätzen trifft vor allem Menschen mit niedriger schulischer, beruflicher Qualifizierung sowie ältere Menschen.</p>
<p><b>Psyche</b></p>	<p>Scham um Hilfe anzusuchen, Relativ unflexibel was die Wohnform und den Ort des Wohnens betrifft, Klimaschutz Thema jedoch fehlt oft das Wissen Klimaschutz auch aktiv umzusetzen, Klimaschutz wird oft als teurer Luxus und Werbeversprechen gesehen, verstärktes Misstrauen Fremden gegenüber, gesundheitliche Probleme, Finanzielle Ängste; Perspektivenlosigkeit; Gefühl der Last; Gefühl ohnehin nichts vom Leben zu haben – sich nichts leisten zu können; Gefühl der Verlierer im System zu sein; Gefühl der Hilflosigkeit, Gefühl eine Belastung für andere zu sein; Gefühl etwas falsch gemacht zu haben; Gefühl der Resignation, Antriebslosigkeit; Langeweile; oft Gefühl der Überforderung – Mehrfachbelastung durch z.B. Pflege von Angehörigen (15%);</p>
<p><b>Kontaktstellen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unterstützungsfonds der Pensionsversicherungsanstalt</li> <li>- Sozialsprengel</li> <li>- Kirchliche Einrichtungen</li> <li>- Gemeinde und Gemeindezeitungen</li> <li>- Energieversorger</li> <li>- Caritas</li> <li>- Frauen und Familienberatung</li> <li>- Nahversorger und Sozialmärkte, Tafel etc.</li> <li>- Seniorentreff</li> <li>- Seniorenverbände</li> <li>- Fernsehen, Radio Tirol, (kein Internet)</li> <li>- Aussendungen (auf Papier)</li> <li>- Über deren Kinder/Enkelkinder</li> </ul>
<p><b>Mobilitätsannahme</b></p>	<p>Kein Auto, wenig Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs,</p>
<p><b>Ernährung</b></p>	<p>Kochen gerne</p>

<b>Beschaffung</b>	Haben Zeit sich das beste Angebot zu suchen jedoch mit gewisser Mobilitätseinschränkung, vorwiegend Nahversorger
<b>Bedürfnisse</b>	Kontakt, Wohnraumheizung optimieren, Vertrauen in die Beratungssituation, Wohnumfeld nicht verändern, Know-how-Erweiterung – oft mangelndes technisches Verständnis, Aufstockung des Haushaltsbudgets, Wärme, Zeitoptimierung,
<b>Motive für Klimaschutz</b>	Sorge um Kinder/Enkelkinder; Verbesserung der persönlichen Wohnsituation; Aufbau einer Tagesstruktur mit sinnvoller Beschäftigung; Erfahrungsaustausch mit Gleichgesinnten – Bereicherung ihres sozialen Umfeldes;

## 7.3. EIN-ELTERN-HAUSHALTE

Tabelle 5: Ein-Eltern-Haushalte

<b>Ein-Eltern-Haushalte</b>	
<b>Anzahl</b>	<p>Gesamt: 12.800 Haushalte</p> <p>5.376 Haushalte sind Armuts- oder Ausgrenzungsgefährdet</p> <p>4.378 Haushalte mit alleinerziehenden Mütter welche von Sozialleistungen als Haupteinnahmequelle abhängig sind oder Mindestsicherung als Aufstockung ihres Voll- oder Teilzeitbezuges erhalten.</p>
<b>Geschlecht</b>	Weiblich (95%)
<b>Alter</b>	Großteil zwischen 35 und 54 Jahre alt (rund 2/3)
<b>Personenkreis</b>	siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte Tirol
<b>Sprache</b>	<p>Deutsch</p> <p>Frauen mit Migrationshintergrund sind selten alleinerziehend</p>
<b>Einkommen</b>	siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte Tirol
<b>Wohnort</b>	siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte Tirol
<b>Wohnform</b>	Nur 22% haben Immobilieneigentum, 50% wohnen in Gemeinde-/Genossenschaftswohnung
<b>Bildungsstand</b>	siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte Tirol
<b>Trends</b>	siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte Tirol
<b>Psyche</b>	<p>Hohe Belastung aufgrund der Kindererziehung in Verbindung mit Arbeit; Mangel an Zeit und Geld; Druck und Scham – den Kindern nichts bieten zu können; 56% können sich keine unerwarteten Ausgaben leisten; 36% keinen Urlaub, Kinderbetreuung stellt sich oft als große Herausforderung dar; überdurchschnittlich oft unzufrieden mit Wohnsituation, oft mit Schimmel und Lärm zu kämpfen; Gefühl keine Zeit für sich zu haben</p>

<b>Kontaktstellen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kindergärten und Bildungseinrichtungen</li> <li>- Sozialeinrichtungen</li> <li>- Österreichische Plattform für Alleinerziehende, <a href="http://www.alleinerziehende.org">www.alleinerziehende.org</a>; nur 63% der Haushalte haben einen Internetanschluss</li> </ul>
<b>Mobilitätsannahme</b>	75% der Haushalte besitzen einen PKW (Gesamt 85%)
<b>Bedürfnisse</b>	<p>Finanzielle Einsparung                  Bessere Lebensqualität für ihre Kinder (Heizung, gesundes Essen)                  Optimierung des Mobilitätsverhaltens                  Zeit ist eine kostbare Ressourcen</p>
<b>Ernährung</b>	Ist oft besorgt um gesunde Ernährung der Kinder
<b>Beschaffung</b>	siehe Tabelle X: Einkommensschwache Haushalte Tirol

## 7.4. HAUSHALTE MIT MIGRATIONSHINTERGRUND

Tabelle 6: Haushalte mit Migrationshintergrund

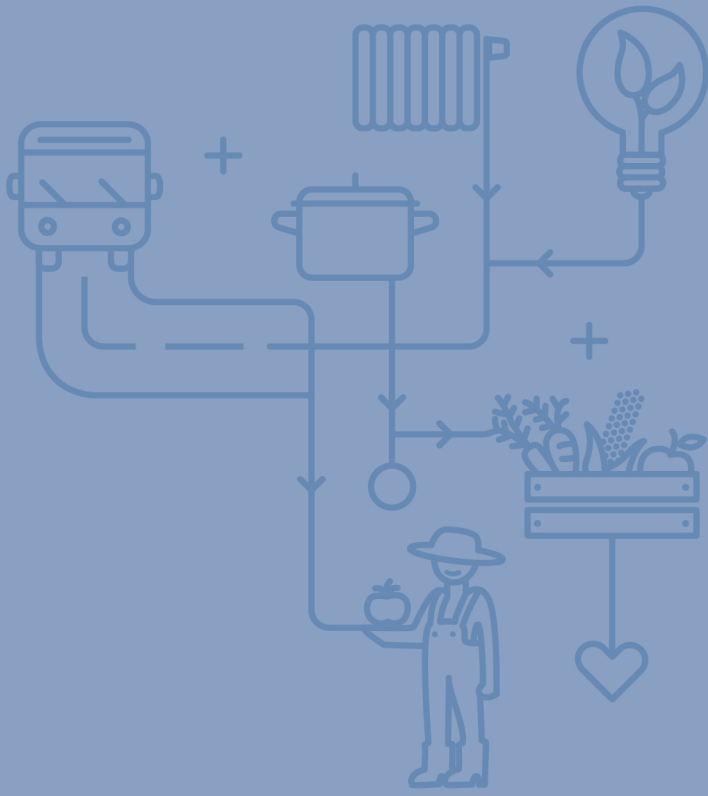
<b>Haushalte mit Migrationshintergrund</b>	
<b>Anzahl</b>	<p>mit 31.12.2015 besitzen 17,5% der TirolerInnen eine nicht-österreichische Staatsbürgerschaft (111.081 Personen);</p> <p>Der Anteil der Drittstaatsangehörigen beträgt 7,3 % an der Gesamtbevölkerung (45.946 Personen).</p> <p>Der Anteil der Drittstaatsangehörigen an den TirolerInnen ohne österreichischer Staatsbürgerschaft beträgt 41,4 %.</p> <p><b>Ausländische StaatsbürgerInnen in absoluten Zahlen (2015):</b></p> <p>Bzk. Innsbruck-Land (21.337), Bzk. Imst (6.418), Bzk. Landeck (4.375), Bzk. Reutte (5.994), Bzk. Schwaz (11.236), Bzk. Kufstein (16.433), Bzk. Kitzbühel (10.426), Bzk. Lienz (2.615)</p> <p>Innsbruck (32.247), Kufstein (4.966), Hall (2.865), Telfs (2.524), Wörgl (2.743), Schwaz (2.087), Kitzbühel (1.870), Reutte (1.704), St. Johann (1.737), Imst Stadt (1.611), Jenbach (1.390), Landeck (1.140), Lienz (1.253)</p> <p><b>Drittstaatsangehörige in absoluten Zahlen (2015):</b></p> <p>Bzk. Innsbruck-Land (9.543), Bzk. Imst (2.583), Bzk. Landeck (2.179), Bzk. Reutte (2.134), Bzk. Schwaz (4.697), Bzk. Kufstein (6.428), Bzk. Kitzbühel (2.642), Bzk. Lienz (955)</p> <p>Innsbruck (14.785), Kufstein (2.511), Hall (1.691), Telfs (1.638), Wörgl (1.588), Schwaz (1.312), Kitzbühel (531), Reutte (1.008), St. Johann (606), Imst (996), Jenbach (883), Landeck (881), Lienz (689)</p> <p><b>Flüchtlinge:</b></p> <p>Im August 2016 lebten in 154 der 279 Tiroler Gemeinden Menschen mit Fluchterfahrung. 6.350 AsylwerberInnen waren in 213 Einrichtungen untergebracht (siehe Karte), rund 2.000 davon waren unter 18 Jahren.</p>
<b>Geschlecht</b>	2015: 53.849 Männer (51,1%) und 51.553 Frauen (48,9%)
<b>Alter</b>	Vor allem im Erwerbsfähigen Alter zw. 15 und 64 Jahren

<p><b>Personenkreis</b></p>	<p>2015 Arbeitslosenquote von 9,3% stehen in geringerem Maß im Erwerbsleben als die Durchschnittsbevölkerung</p> <p><b>Ausgrenzungsgefährdung</b></p> <p>Der Anteil der TirolerInnen mit einem Geburtsort außerhalb Österreichs an den von Ausgrenzung gefährdeten Personen liegt bei 19,5% - 19.139 Personen (Land Tirol 2016)</p> <p><b>Armutsgefährdung:</b></p> <p>17,3 % der TirolerInnen mit einem Geburtsort außerhalb Österreichs sind armutsgefährdet (17.007 Personen).</p> <p><b>Working Poor</b></p> <p>Die Armutsgefährdung trotz Erwerbstätigkeit liegt bei den TirolerInnen mit einem Geburtsort außerhalb Österreichs bei 13,5 % (2012/2014)</p>
<p><b>Einkommen</b></p>	<p>Unteres Einkommensegment</p> <p>Ein deutlicher Unterschied der Working Poor Quote ist bei Betrachtung des Geburtslandes erkennbar. Nicht in Österreich geborene Personen weisen mit 13,5% in Tirol und 18,5% österreichweit einen deutlich höheren Anteil an Einkommensarmut auf, als in Österreich geborene Personen</p> <p>Der Median des äquivalisierten Haushaltseinkommens liegt bei Personen, deren Geburtsland nicht Österreich ist, um knapp 2.500 Euro netto jährlich niedriger als das Durchschnittseinkommen aller TirolerInnen, also bei ca. 20.750 Euro (Median), zum Teil aber auch nur 17.147 Euro (untere Grenze)</p>
<p><b>Sprache</b></p>	<p>Deutschkenntnisse auf eher niederem Niveau; mehrsprachig, vorwiegend Türkisch, Kurdisch, Arabisch, Dari, Farsi</p>
<p><b>Wohnort</b></p>	<p>Zum Großteil in den Ballungsräumen; vorwiegend in Wohnraum, wo die Mieten vergleichsweise günstig sind, niedriger Anteil an Wohneigentum, eingeschränkter Zugang zu Sozialwohnungen (Wohnungsvergabe) Drittstaatsangehörige dürfen in Tirol keine Wohnungen kaufen</p>
<p><b>Wohnform</b></p>	<p>Vorwiegend in Mietwohnungen, oft sehr schlechter Wohnstandard,</p>



<b>Haushaltsgröße</b>	Wohnfläche von Personen mit Migrationshintergrund liegt fast ein Drittel unter dem Durchschnitt, im Schnitt 3 Personenhaushalte; oft Haushalte mit Kindern, selten Alleinerziehende
<b>Bildungsstand</b>	Niedriges Bildungsniveau fehlende Anerkennung von im Herkunftsland absolvierten Ausbildungen; wenig Wissen über Klimaschutz
<b>Trends</b>	Häufig die Frau daheim und der Mann arbeitet, es wird viel gekocht, gegenseitige Einladungen im Kreis von Verwandten und Freunden im Privathaushalt sind häufig; deutlich seltener ehrenamtlich engagiert (halb so oft); oft schlechter Zugang zum Arbeitsmarkt; Wohnsituation oft mangelhaft; Fernseher ist oft den ganzen Tag aktiv; sehr viele haben SAT-Anlagen; aus religiösem Grund oft hoher Wasserverbrauch – Bezug zu Reinheit; Smartphone und Internetzugang vorhanden – heimische Medien werden aber wenig konsumiert; Freizeit wird (speziell bei Frauen) eher daheim bzw. in Wohnungen verbracht, was den Energiebedarf erhöht.
<b>Psyche</b>	Unterschiedliche Perspektiven des Dableibens oder des Zurückkehrens zum Teil mit Rassismus und Diskriminierung konfrontiert
<b>Kontaktstellen</b>	Praktisch keine einheimischen Medien oder deutschsprachigen Internetquellen erreichen diese Zielgruppe  Männer über Migrantenvereine Frauen über Sprachkurse und Frauengruppen → indirekt über Kindergarten und Schule  Überdurchschnittlich häufig in sozialen Netzwerken aktiv – Verbindung in die „Heimatländer“
<b>Mobilitätsannahme</b>	Öffis kaum ein Thema – zum Teil nicht gewohnt;  Radfahren nur bei Kindern und Jugendlichen üblich;  Auto als Fortbewegungsmittel erster Wahl – auch für die Fahrten in die Heimatländer (z.B. günstigste Reise in die Türkei); Auto ist noch ein hohes Statussymbol;
<b>Bedürfnisse</b>	Wenig Bewusstsein bzgl. Heiz- und Lüftungsverhalten  keine spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppe – siehe andere
<b>Ernährung</b>	Länderspezifische Eigenheiten - zum Teil große Unterschiede

<p><b>Beschaffung</b></p>	<p>Kaufen oft in großen Mengen ein und lagern Lebensmittel ein; in eigenen Shops der Communities – viele importierte Waren; z.T. werden Waren und Produkte auch aus den Herkunftsländern (Urlaub) mitgenommen und daheim aufbewahrt bzw. eingefroren (viele haben große Tiefkühltruhen); Halal-Fleisch wird z.T. auch gemeinsam von mehreren Familien bei Bauern gekauft, aufgeteilt und eingefroren (günstiger); Einkauf oft auch in Sozialmärkten; Preis entscheidet vielfach</p>
<p><b>mögliche Motive für Klimaschutz</b></p>	<p>Aus Religion begründet sollten Natur und Umwelt durchaus auch für MigrantInnen einen großen Stellenwert haben</p> <p>Vermittlung von Mehrwerten z.B. Einsparungen bei den Betriebskosten</p>



Initiative DoppelPlus  
LIFE15 GIC/AT/000092

info@doppelplus.tirol  
www.doppelplus.tirol

Gefördert von:



LIFE15 GIC/AT/000092

