

Klimaschutz in der Region Hannover

Wie klimabewusst lebt die Region?

Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung	3
1. Hintergrund: Herausforderung Klimawandel	4
2. Methodik: Mixed-Method-Design	5
3. Ergebnisse	7
Klimaschutz allgemein	8
Klimaschutz in der Region	12
Mobilität	14
Finanzen	18
Ernährung und Konsum	23
Aktuelles: Corona & Fridays for Future	24
4. Fazit: Vorhandene Potenziale nutzen	26
Literaturverzeichnis	29
Nützliche Links	30
Impressum	31

Kurzbeschreibung

Die Studie zum Thema Klimaschutz in der Region Hannover wurde im Auftrag der Sparkasse Hannover durch die imug Beratungsgesellschaft mbH durchgeführt. An der Konzeption waren zudem Vertreterinnen und Vertreter der Stadt und Region Hannover beteiligt. **Ziel war es, herauszufinden, wie klimabewusst die Menschen in der Region Hannover leben und wie Klimaschutz in den eigenen Alltag integriert wird.** Dazu sollte ein **aktuelles Stimmungsbild der Region Hannover mit Fokus auf Einstellungen der Bürgerinnen und Bürger zum Klimaschutz in der Region** und zum diesbezüglichen Beitrag der Sparkasse Hannover vor Ort erhoben werden. Mithilfe einer **repräsentativen Umfrage unter 1.325 Bürgerinnen und Bürgern der Region Hannover** wurden von August bis September 2020 u.a. folgende zentrale Fragestellungen untersucht:

- **Bedeutung von Klimaschutz:**
Wie wichtig ist Klimaschutz in der Region Hannover?
- **Klimaschutz in der Region:**
Was bewegt und interessiert die Bürgerinnen und Bürger an Klima- und Umweltthemen in der Region?
- **Klimaschutz im Alltag:**
Was tun die Bürgerinnen und Bürger bereits im Alltag, um klimabewusster zu leben? Hierzu wurden im **Speziellen die Handlungsfelder Mobilität, Finanzen sowie Ernährung und Konsum** untersucht.

Die Kernergebnisse zeigen, dass Klimaschutz im Alltag der Bürgerinnen und Bürger der Region Hannover angekommen ist und für zwei Drittel der Befragten einen höheren Stellenwert als noch vor drei Jahren hat. Dabei zeigen sich nur geringfügige Unterschiede zwischen den Altersgruppen. In allen Altersgruppen zwischen 14 und 69 Jahren spielt das Thema Klimaschutz eine ähnlich wichtige Rolle. Der Erhalt von Ressourcen für nachfolgende Generationen steht dabei im Fokus. **Vor allem die Handlungsfelder Mobilität, Ernährung und Müllvermeidung bzw. Mülltrennung (Zero Waste) sind für die Menschen in der Region Hannover im Alltag wichtig.** Gleichwohl sind 78 Prozent der Meinung, dass sie noch klimabewusster leben können. Hindernisse für mehr Nachhaltigkeit im Alltag sind vor allem Komfort und fehlende finanzielle Mittel, aber auch der Mangel an Informationen auf Seiten der Bürgerinnen und Bürger.

Im Bereich Finanzen sind die Einflussmöglichkeiten der eigenen Geldanlage auf den Umwelt- und Klimaschutz jedoch weitgehend unbekannt. Es gibt eine Lücke zwischen dem Interesse der Befragten und dem eigenen Verhalten (*Attitude-Action-Gap*). Da das Interesse der Bürgerinnen und Bürger an der Verknüpfung von Klimaschutz und Banken groß ist, besteht ein großes Potenzial für Banken, über nachhaltige Produkte ins Gespräch zu kommen. Als Barrieren für die Wahl nachhaltiger Finanzprodukte werden auch hier in erster Linie fehlende Informationen und der wahrgenommene **Zielkonflikt** von Nachhaltigkeit und Renditeziel gesehen.

1. Hintergrund: Herausforderung Klimawandel

Erneute Temperaturrekorde in 2020, zunehmende Extremwetterereignisse und Dürreperioden sowie drohende Wasserknappheit: der menschengemachte Klimawandel ist bereits in vollem Gange (Deutsches Klima-Konsortium, 2020). Im Jahr 2050 könnte der Lebensraum von mehr als einer Milliarde Menschen auf der Welt bedroht sein (Institute for Economics & Peace (IEP), 2020). Negative Auswirkungen auf Gesundheit, Wasser und Landwirtschaft sind bereits jetzt zu erkennen. Klimaschutz ist wichtiger denn je. Klimamodelle zeigen, dass uns ein Business as usual zu einem Temperaturanstieg von 4 Grad Celsius bringen wird (IPCC, 2007) (UBA, 2013). Um die Klimaschutzziele des Pariser Abkommens, mit einem globalen Temperaturanstieg von maximal 1,5 Grad Celsius noch zu erreichen, müssen die Menschen deutlich mehr zum Schutz des Klimas unternehmen als bisher. Doch damit ist es nicht getan: Darüber hinaus müssen auch Wege gefunden werden, wie das zukünftige Leben hier in der Region den Folgen des Klimawandels angepasst werden kann. Denn: **Der Klimawandel ist auch in der Region Hannover angekommen!**

Spätestens seit der 2019 aufgekommenen Bewegung *Fridays for Future* (FFF) ist allen bewusst, dass das Thema Klimaschutz auch die jungen Generationen Y und Z bewegt. Allen voran die schwedische Aktivistin Greta Thunberg, die den Mächtigen und Einflussreichen weltweit die Stirn bietet und unbequeme Wahrheiten so direkt ausspricht wie selten zuvor. Die FFF-Bewegung

schlägt eine Brücke zwischen dem über Jahrzehnte hinweg aufgebauten Wissen über den Klimawandel und übt mit ihrer Präsenz enormen Druck aus. Dies haben die weltweiten Massendemonstrationen in Groß- und Kleinstädten, auch in Hannover, mehr als deutlich gemacht.

Der Klimaschutz in der Region Hannover wird maßgeblich von der Politik und lokalen Akteurinnen und Akteuren vor Ort gestaltet. Dabei ist die kommunale und regionale Verwaltung eine wichtige Handlungsebene, was sich in ambitionierten Zielen für die nahe Zukunft widerspiegelt: Bis 2050 soll die Region Hannover klimaneutral sein. Das bedeutet, die Treibhausgasemissionen um 95 Prozent und den Endenergiebedarf um 50 Prozent gegenüber 1990 zu senken (Region Hannover / Landeshauptstadt Hannover, 2018). Um dieses Ziel zu erreichen, ist hier besonders das Engagement aller Bürgerinnen und Bürger in der Region Hannover gefragt:

Nur mit der aktiven Einbindung [...] der Bevölkerung als „Motor“ sind Klimaschutzprogramme umsetzbar. Sie sind die wichtigsten Akteure im Klimaschutz.

Klimaschutzbericht der Verwaltung der Region Hannover, S.10

Dass jede und jeder Einzelne einen Beitrag leisten kann und muss, ist vielen klar. Doch wie genau Klimaschutz auch im Kleinen funktioniert und bereits in der Region Hannover in vielen Haushalten gelebt wird, soll mit dieser Studie untersucht werden.



Anknüpfungspunkt: Masterplan 100 % für den Klimaschutz

Wie könnte zum Beispiel eine klimaneutrale Region Hannover in 2050 aussehen? Dieser Frage geht der Masterplan 100 % für den Klimaschutz nach. Um das Ziel einer klimaneutralen Region Hannover bis zum Jahr 2050 zu erreichen, wurden bis 2016 grundlegende Schritte und Aktionen festgelegt. Die Bereiche **Mobilität, Lebensraum und ein klimaneutraler Alltag** stellen gute Anknüpfungspunkte für die zentralen Handlungsfelder der Studie dar. Der Masterplan ist seit 2016 in Kraft getreten. Zeit für eine Zwischenbilanz: Was ist bei den Menschen in der Region angekommen? Wo hakt es noch? Diesen und weiteren Fragen geht die vorliegende Studie zum Klimaschutz in der Region Hannover nach.

2. Methodik: Mixed-Method-Design

Um ein aktuelles und repräsentatives Stimmungsbild der Bürgerinnen und Bürger zum Thema Klimaschutz in der Region zu erhalten, wurde die Studie in einem **Mixed-Method-Design mit verschiedenen Forschungsmodulen durchgeführt**. Zunächst dienten **Gruppendiskussionen** in den Altersklassen 14 bis 20 Jahre sowie 21 bis 69 Jahre dazu, typische Wahrnehmungen der Bürgerinnen und Bürger zum Klimaschutz allgemein und in der Region zu erarbeiten. Als Instrumente der qualitativen Sozialforschung sind interaktive Gruppendiskussionen besonders gut geeignet, alltägliche Einschätzungen der Teilnehmenden zum Klimaschutz in der Region deutlich zu machen. Aufgrund der Kontakteinschränkungen durch Corona wurden die Gruppendiskussionen online-basiert in Form von Live-Chats durchgeführt. Die Gespräche der Bürgerinnen und Bürger fanden im August 2020 an vier Terminen mit jeweils zehn Teilnehmenden statt. So tauschten sich insgesamt 40 Bürgerinnen und Bürger aus Stadt und Umland über die Themen Klimaschutz im Allgemeinen und Klimaschutz in der Region aus. Die Gesprächsrunden wurden dabei von der imug Beratungsgesellschaft begleitet und moderiert.

Die in diesem ersten Schritt gewonnenen Erkenntnisse wurden aufbereitet und als Grundlage für die Konzeption der anschließenden **Repräsentativbefragung** genutzt. Inhaltlich wurden dabei die Themenschwerpunkte aufgegriffen, die in den Gesprächsrunden der Bürgerinnen und Bürger den größten Stellenwert eingenommen hatten – insbesondere die Themen Finanzen, Mobilität und verschiedene Ansätze zur gezielten Verbesserung des Klimaschutzes in der Region. Anhand der quantitativen Befragung wurde untersucht, inwieweit diese Einschätzungen repräsentativ für Stadt und Umland sind, und wie das Stimmungsbild der Bürgerinnen und Bürger

hier insgesamt aussieht. Zu diesem Zweck wurden im August und September insgesamt 1.325 Personen mit aktuellem Wohnsitz in Stadt und Region online befragt (durchschnittliche Interviewlänge ca. 10 Minuten). Bei der Zusammensetzung dieser Stichprobe wurde sichergestellt, dass die Verteilung demografischer Indikatoren wie Alter und Geschlecht exakt der Zusammensetzung der Bürgerinnen und Bürger in Stadt und Umland entspricht (gemäß aktuellen Daten des Mikrozensus). Weiterhin wurde zur Sicherstellung der Repräsentativität auf weitere Merkmale wie Bildungsstand, Haushaltsgröße, Einkommen und Migrationshintergrund geachtet.

Parallel zur repräsentativen Befragung in Stadt und Umland wurde eine **Kurzumfrage unter Kundinnen und Kunden der Sparkasse Hannover** durchgeführt. Auch hier baute das Befragungsdesign auf den Ergebnissen der Gruppendiskussionen auf, wobei der inhaltliche Schwerpunkt auf den Themen Finanzen und Klimaschutz in der Region lag. Die Umfrage wurde auf **der Homepage, in der App sowie in der Internetfiliale der Sparkasse Hannover** geschaltet (durchschnittliche Interviewlänge ca. 3 Minuten). Insgesamt nahmen 997 Kundinnen und Kunden der Sparkasse Hannover an der Umfrage teil.

Abgerundet wurde das Mixed-Method-Forschungsdesign durch zusätzliche **Straßenumfragen** in den Fußgängerzonen von Hannover (Stadt) und Wunstorf (Umland Hannover), die in Videos festgehalten wurden: Diese Vox Pops dienten der weiteren Visualisierung aussagekräftiger O-Töne und ergänzen somit die repräsentativen Aussagen zum Klimaschutz in der Region anhand typischer Einschätzungen der Bürgerinnen und Bürger vor Ort. Die Vox Pops wurden mit insgesamt 38 Teilnehmenden durchgeführt.

Mixed-Method-Design:

Kombination aus qualitativer und quantitativer Marktforschung

VOX POPS

Visualisierungs-Format,
Meinungscollage,
Gesichter und O-Töne

Modul 3: Vox Pops

Konzept, Durchführung
(an zwei Drehtagen in Hannover und Wunstorf)
Insgesamt 38 Teilnehmende

REPRÄSENTATIVE UMFRAGE

QUANTITATIV:

Belastbare Ergebnisse,

Zahlen zur Kommunikation + Kurzumfrage
unter Sparkassen-Kundinnen- und Kunden

Modul 2: Repräsentative Online-Befragung (n=1.325)

Konzept, Durchführung: 1.325 Bürgerinnen und Bürger
aus Stadt und Umland Hannover, repräsentativ nach Alter
und Geschlecht

Sondergruppe:

Probanden aus der Gruppe im Alter von 14 bis 20 Jahre

Erstellung und Durchführung einer Kurzbefragung von
Sparkassen-Kundinnen und -Kunden via Homepage,
Internetfiliale und App (n=997)

FOKUS- GRUPPEN

QUALITATIV:

Erzeugen guter O-Töne,
typische Wahrnehmungen explizit machen.

Grundlage für Konzeption
der quantitativ-repräsentativen Befragung

Modul 1: Online-Fokusgruppen (4x)

Insgesamt 40 Bürgerinnen und Bürger
aus Stadt und Umland Hannover:

- 50% Stadt, 50% Umland
- 50 % 14- bis 20-Jährige
- 50% 21- bis 69-Jährige

3. Ergebnisse

Nachfolgend werden die Ergebnisse aus den vier Gruppendiskussionen (qualitativ), der Kurzumfrage unter Sparkassen-Kundinnen und -Kunden sowie der repräsentativen Befragung (quantitativ) vorgestellt. Zusätzlich

werden exemplarische O-Töne zu durchgeführten Straßenumfragen (sog. Vox Pops) gezeigt. Folgende Handlungsschwerpunkte aus dem Alltag wurden dabei in den Blick genommen:



KLIMASCHUTZ
ALLGEMEIN



FINANZEN



KLIMASCHUTZ
IN DER REGION



ERNÄHRUNG
UND KONSUM



MOBILITÄT



AKTUELLES:
CORONA UND
FRIDAYS FOR FUTURE

Die vorliegende Studie geht den folgenden Kernfragen nach:

- **Bedeutung von Klimaschutz:**

Wie wichtig ist Klimaschutz in der Region Hannover?
Welchen Stellenwert hat Klimaschutz in der Region Hannover im Vergleich zu vor drei Jahren?

- **Klimaschutz in der Region:**

Was bewegt und interessiert die Bürgerinnen und Bürger an Klima- und Umweltthemen in der Region? Wie werden Maßnahmen bewertet (Bekanntheit von Angeboten und Projekten)?

- **Klimaschutz im Alltag:**

Was tun die Bürgerinnen und Bürger bereits im Alltag, um ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren?

- **Fokus Finanzen:**

Spielt der Klimaschutz bei der Wahl eines Finanzproduktes eine Wahl?



Klimaschutz allgemein

Das Thema Klimaschutz hat sowohl bei den Jugendlichen als auch in den Altersgruppen zwischen 21-69 Jahren einen hohen Stellenwert. Neben dem Schutz von Natur, Tierwelt und natürlichen Ressourcen ist Klimaschutz in erster Linie wichtig, um das Leben nachfolgender Generationen sicherzustellen.

Gerade auch den Jüngeren ist eine Verantwortung ihres Handelns für zukünftige Generationen bereits bewusst: Heute etwas tun, damit die Zukunft lebenswert bleibt.

„Klimaschutz bedeutet, dass man sich heute um das kümmert, was die Generation nach uns erleben wird.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, männlich, 19)

Vom Vermeiden von Plastik im Supermarkt, über Mülltrennung, Fahrradfahren, den Einkauf regionaler Produkte bis hin zur Nutzung von Ökostrom – die vielfältigen Möglichkeiten, einen Beitrag zu leisten – und sei es nur im Kleinen – sind allen bewusst.

„Ich denke dabei an einen sorgfältigen Umgang mit der Natur und Ressourcen. Auch wenn es für mich im Alltag nicht so einfach ist gute Vorsätze umzusetzen.“

(Gruppendiskussion Hannover Umland, weiblich, 44)



„... VIEL WICHTIGER GEWORDEN, INSBESONDERE AUCH IM ZUGE DER POLITISCHEN DISKUSSION UND DAS WAS DARAUS HERVORGEGWACHSEN IST, WIE FRIDAYS FOR FUTURE!“

89%

**DER BÜRGERINNEN UND BÜRGER
IST KLIMASCHUTZ
PERSÖNLICH WICHTIG.**

FÜR

2/3

**DER BEFRAGTEN HAT
KLIMASCHUTZ EINE HÖHERE BEDEUTUNG
ALS NOCH VOR DREI JAHREN.**

WELCHEN STELLENWERT HAT KLIMASCHUTZ HEUTE IM VERGLEICH ZU VOR DREI JAHREN?

67 Prozent der Bürgerinnen und Bürger geben an, dass Klimaschutz einen höheren Stellenwert im Vergleich zu vor drei Jahren hat. Diese Zahl überrascht aufgrund des geringen Zeitraumes und zeigt auch, dass das **Thema aufgrund der medialen Präsenz und der zunehmend bemerkbaren regionalen Folgen** des Klimawandels in den letzten Jahren noch einmal an Relevanz gewonnen hat. Diese Tendenz wurde auch in der durchgeführten Straßenumfrage (Vox Pops) deutlich, wo mediale Präsenz aufgrund politischer Entwicklungen und der Bewegung um *Fridays for Future* als Gründe für die höhere Bedeutung häufig genannt wurden.

Es zeigt sich also:

Klimaschutz ist kein Nischenphänomen mehr und in der Mitte der Gesellschaft angekommen. In den verschiedenen Bereichen von Klimaschutz scheint er ein Teil der normalen Verhaltensmuster im Alltag der Menschen in der Region Hannover geworden zu sein.

WAS WIRD IM ALLTAG BEREITS UMGESETZT?

Gefragt nach den eigenen Beiträgen für den Klimaschutz im Alltag werden vor allem Aktivitäten in den Bereichen Mobilität, Mülltrennung/-vermeidung und Konsum genannt.

„Ich achte darauf, möglichst oft mit dem Fahrrad zu fahren und keine Produkte zu kaufen, die beispielsweise in Massenproduktion produziert wurden.“

(Gruppendiskussion Hannover Umland, männlich, 17)

„Fahre Fahrrad, kein Auto und fliege nicht ständig in den Urlaub.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 52)

- Mit dem **Fahrrad** oder der **Üstra** zu fahren, sind die am **häufigsten genannten** eigenen Beiträge, die man zum Klimaschutz in der Region Hannover leistet.

Im Alltag wird vor allem auf Mülltrennung und -vermeidung geachtet.

Auf nachhaltige Finanzprodukte selten.

Welche der folgenden Maßnahmen setzen Sie im Alltag bereits um?



Angaben in Prozent

KLIMASCHUTZ JA, ABER VERZICHTEN MÖCHTE NIEMAND

- Das **Trennen bzw. Vermeiden von Müll** wird ebenfalls als Chance genutzt, um den Klimaschutz zu stärken.
- Aber auch das **bewusste Einkaufen**, d.h. das überlegte Einkaufen von (fair gehandelter) Kleidung oder der Verzicht auf tierische Produkte aus Massentierhaltung ist im heutigen Alltag fest etabliert.

Zwischenfazit:

Fast alle leisten einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz oder versuchen zumindest, das Thema in den Alltag zu integrieren. Meist sind es kleine Schritte wie die Vermeidung von Plastiktüten beim Einkaufen oder die Nutzung des ÖPNVs oder des Fahrrads. Jedoch wird deutlich, dass vielen bewusst ist, dass hier noch „Luft nach oben ist“.

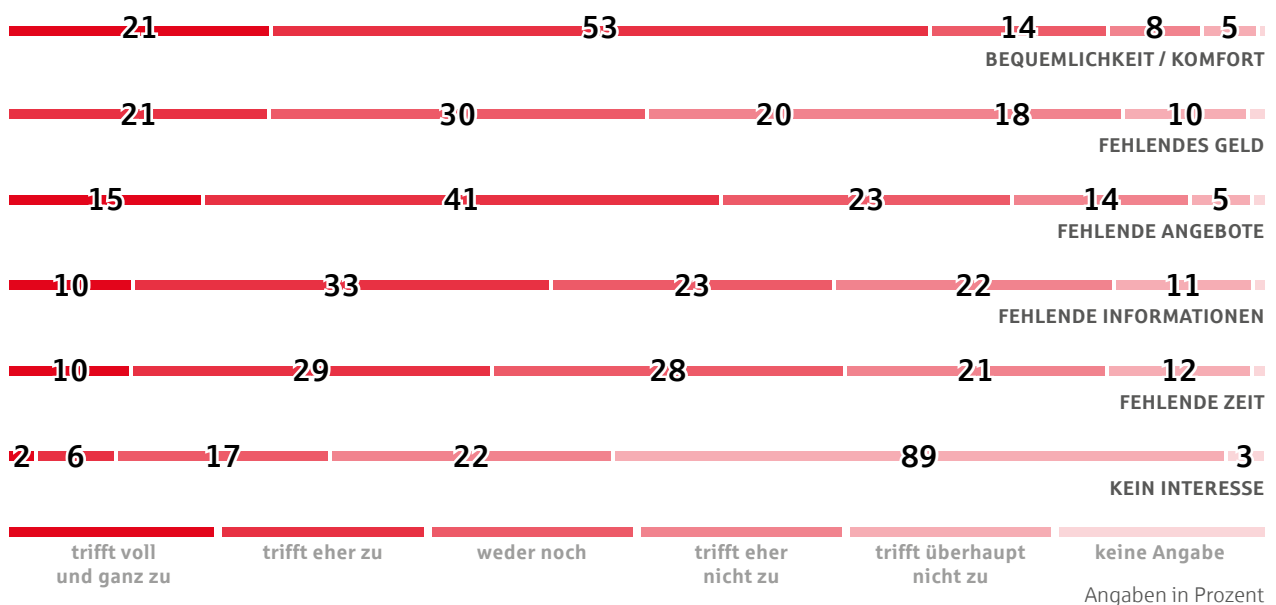
Nur 5 Prozent der Bürgerinnen und Bürger fällt es sehr leicht, im Alltag auf Klimaschutz zu achten und klimabewusst zu leben. 78 Prozent geben an, dass sie im Alltag klimabewusster leben könnten. Oftmals fällt es schwer, sich aktiv klimabewusster zu verhalten, weil die Ideen für ein entsprechendes Verhalten oder das nötige Geld fehlen oder es zu bequem ist, auf Komfort und Flexibilität zu verzichten.

Dabei wird deutlich, dass fehlendes Engagement nicht am Desinteresse der Bürgerinnen und Bürger liegt: Lediglich 2 Prozent haben generell kein Interesse am Klimaschutz. Dies lässt vermuten, dass die Bereitschaft, seinen Alltag klimabewusster zu gestalten weitestgehend vorhanden ist. Oft werden jedoch Entscheidungen zugunsten von höherem Komfort oder günstigeren Preisen getroffen.

Barrieren für einen klimabewussteren Alltag bestehen vor allem in der Bequemlichkeit und fehlenden Mitteln.

Sie haben angegeben, dass Sie in Ihrem Alltag klimabewusster leben könnten.

Inwieweit hindern Sie die folgenden Aspekte daran, im Alltag klimabewusster zu leben?



78%

GEBEN AN, DASS SIE
KLIMABEWUSSTER
LEBEN KÖNNEN.

Hindernisse beim klimabewussten Alltag:

DREI WESENTLICHE HINDERNISSE SIND AUS SICHT DER BÜRGERINNEN UND BÜRGER
FÜR EINEN KLIMABEWUSSTEREN ALLTAG VON BEDEUTUNG:

1.

KOMFORT/ BEQUEMLICHKEIT

„Es muss aber alles immer noch
so gestaltet sein,
dass der Mehraufwand
nicht zu hoch ist.“

Gruppendiskussion Hannover Umland,
weiblich 17

„...es kommt auf die Ausdauer,
das Wetter und die Lust an!“

Gruppendiskussion Hannover Umland,
männlich, 23

2.

PREIS

„Die Üstra ist so teuer,
da will keiner
auf das Auto verzichten!“

Gruppendiskussion Hannover Stadt,
weiblich, 48

„Fair Trade Kleidung wäre
auch eine Alternative,
ist mir aber leider viel zu teuer
und bleibt damit ein Luxusgut.“

Gruppendiskussion Hannover Umland,
weiblich, 20

3.

FEHLENDES ANGEBOT

„Das Prinzip der LOLA Läden
sollte auch weiter ausgebaut werden,
dass es irgendwann
ein noch größeres Angebot
und mehr Läden gibt.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt,
weiblich, 18

„Ohne Plastik einzukaufen
ist fast unmöglich.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt,
weiblich, 44

FA ZIT:

KLIMASCHUTZ
ALLGEMEIN

- Klimaschutz ist für einen Großteil der Bürgerinnen und Bürger **im Alltag angekommen**.
- Besonders die Bereiche **Mobilität, Müllvermeidung und Ernährung** werden hier berücksichtigt und am häufigsten assoziiert.
- Klimaschutz hat einen **höheren Stellenwert** im Vergleich zu vor drei Jahren.
- Klimaschutz ist **persönlich sehr wichtig**.
- Präsent ist auch die **Dringlichkeit, die Folgen des Klimawandels** zu bekämpfen und ihnen im Alltag bewusst entgegen zu steuern.
- Zukunftsfrage: Was hinterlassen wir den nachfolgenden Generationen?
- Größte **Hindernisse** für ein klimabewusst(er)es Leben: **Komfort, fehlende Zeit und fehlendes Geld** (z.B. für Einkäufe auf Wochenmärkten und Loseläden).



Klimaschutz in der Region

Die Vorreiterrolle der Region Hannover in Bezug auf Klimaschutz ist nur den wenigsten bekannt. Klimaschutz in der Region Hannover wird primär mit der Üstra und dem Ausbau von Fahrrad(schnell)wegen in Verbindung gebracht. Negativ hervorgehoben wird vielfach die fehlende Stadtsauberkeit, der Mangel an Mülleimern und die zunehmende Vermüllung der Innenstadt Hannover. Insgesamt bewertet man den Klimaschutz in Hannover als verbesserungswürdig. Als Vorzeigestädte wurden Freiburg und vor allem skandinavische Länder, wie Dänemark und Norwegen genannt.

Was verbinden die Menschen mit Klimaschutz in der Region Hannover?

Denkt man an den Klimaschutz in der Region Hannover, so kommen mit großem Vorsprung vor anderen Aspekten die Üstra und die gut ausgebauten Radwege in den Sinn.

„Alles was mir direkt zum Klimaschutz in Hannover einfällt sind Elektrobusse. Daran sollte gearbeitet werden.“

(Gruppendiskussion Hannover Umland, weiblich, 15)

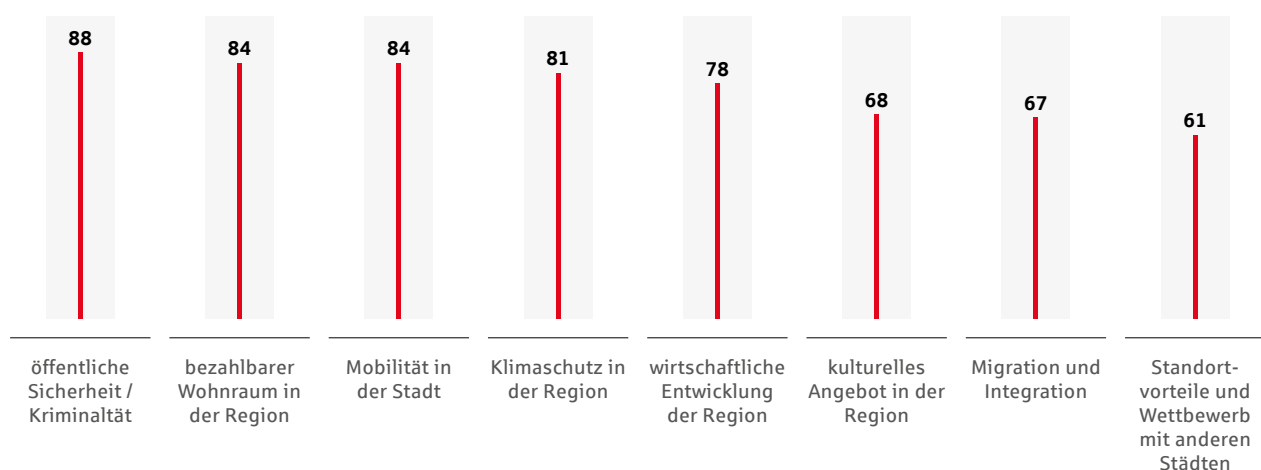
„Beim Thema Klimaschutz in der Region Hannover ist noch einiges machbar, z.B. Radschnellwege die gut und sicher ausgebaut sind.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 32)

Generell scheint das Wissen über den Klimaschutz in der Region Hannover jedoch gering zu sein. Primär wird Klimaschutz mit Mobilitätsthemen und der Nutzung des ÖPNV in Verbindung gebracht. Hinsichtlich der Leistung im Klimaschutz wird die Region Hannover sehr unterschiedlich bewertet, Optimierungsmöglichkeiten sehen aber alle. 83 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sind demnach der Ansicht, dass der Klimaschutz in der Region Hannover zukünftig gestärkt werden soll.

Klimaschutz in der Region wird auch im Vergleich als wichtiges Zukunftsthema gesehen.

Mit Blick auf die nächsten Jahre: Wie wichtig sind die folgenden Themen für Sie persönlich?



Angaben in Mittelwerten

Auch im direkten Vergleich mit anderen relevanten gesellschaftspolitischen Themen wird dem Klimaschutz in der Region eine relativ hohe Wichtigkeit zugesprochen.

Ähnliche Muster zeigten sich auch bei der Bewertung von anderen Zukunftsthemen über Altersgruppen hinweg.

OPTIMIERUNGSPOTENTIAL FÜR DEN KLIMASCHUTZ IN DER REGION HANNOVER WIRD VOR ALLEM IN EINER BESSEREN INFORMATION DER MENSCHEN GESEHEN.

Grundsätzlich ist das Wissen über konkrete Klimaschutzaktivitäten und -projekte in der Region Hannover gering, sodass der Wunsch nach mehr medialer Präsenz und Informationen aufkommt. Hier besteht Potenzial für Stadt und Region die Öffentlichkeitsarbeit zielgruppen-gerechter zu gestalten.

„Je mehr Werbung gemacht wird, desto besser kann der Klimaschutz vorangetrieben werden.“

(Gruppendiskussion, Hannover Umland, weiblich, 19)

„Fühle mich sehr schlecht informiert. Geht eigentlich nur, wenn man selbst die Initiative ergreift.“

(Gruppendiskussion, Hannover Stadt, männlich 47)

Auch werden Informationen hinsichtlich konkreter Klimaschutzaktivitäten in der Region Hannover vermisst.

„Ich glaube am meisten hakt es in der Mitteilung zu uns, damit diese Angebote überhaupt genutzt werden.“

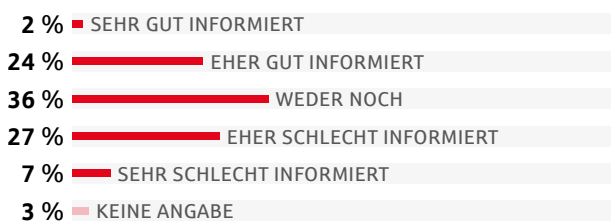
(Gruppendiskussion, Hannover Stadt, männlich, 48)

Welche Informationsquellen werden häufig genutzt?

Hier schneidet die Homepage von Stadt und Region gut ab und wird noch vor Google und den Sozialen Medien genutzt.

Lediglich ein Viertel fühlt sich über Klimaschutzprojekte gut informiert. Homepage Stadt / Region erste Quelle.

Wie gut fühlen Sie sich über Klimaschutzprojekte und -angebote in Stadt und Region informiert?



Welche Quellen würden Sie als erstes nutzen, um sich über Klimaschutzprojekte und -angebote in Stadt und Region zu informieren?



Angaben in Prozent, Mehrfachnennungen möglich; n = 1.325

FAZIT: KLIMASCHUTZ IN DER REGION

- Nur wenige Angebote der Stadt und Region Hannover sind den Befragten bekannt. Leuchtturmprojekte wie der Lola-Loseladen und Cinema Del Sol (mobiles Solarkino) werden jedoch positiv wahrgenommen und gerne genutzt.
- Die Vorreiterrolle der Region Hannover in Bezug auf Klimaschutz ist nur den wenigsten bekannt. Klimaschutz in der Region Hannover wird primär mit der ÜSTRA und dem Ausbau von Fahrrad(schnell)wegen in Verbindung gebracht.
- Negativ hervorgehoben wurde vielfach die fehlende Stadtsauberkeit, der Mangel an Müll-eimern und die zunehmende Vermüllung der Innenstadt Hannover.
- Insgesamt bewertet man den Klimaschutz in Hannover als verbesserungswürdig.
- Top Themen zu „Klimaschutz in der Region Hannover“:
 - Mobilität** (Fahrradwege ausbauen, autofreie Innenstadt, günstiger ÖPNV)
 - Wohnen und Erneuerbare Energien**
 - Mülltrennung und -vermeidung** und Stadtsauberkeit (Zero Waste)



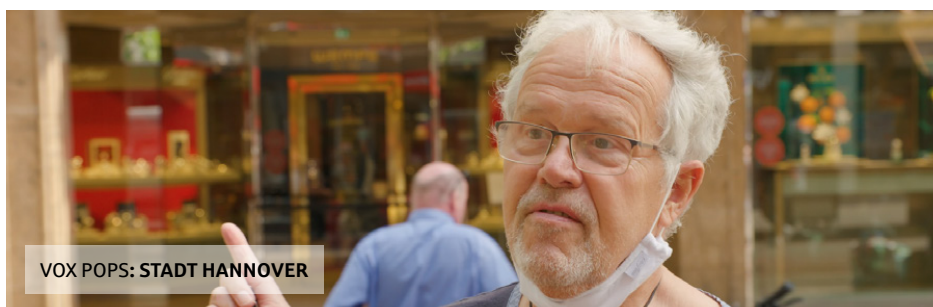
Mobilität

Weltweit lassen sich Trends hin zur Entwicklung von fahrrad- und fußgängerfreundlichen Innenstädten wie in Madrid, Kopenhagen oder Hamburg beobachten. Eine langfristige Radverkehrsförderung ist auch im Verkehrsentwicklungsplan „Masterplan Mobilität 2025“ der Landeshauptstadt Hannover vorgesehen (Landeshauptstadt Hannover, 2011). Einen Schritt weiter geht das aktuell geplante neue Verkehrskonzept von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN und dem Stadtverband Hannover: Dieses liefert erste Impulse für eine autofreie Innenstadt in Hannover. Im Kern des Konzeptes stehen konkrete erste Maßnahmen zur Reduzierung des vermeidbaren Autoverkehrs innerhalb des Cityrings und die Forderung nach greifbaren ersten Schritten (Stadtverband Hannover, 2020). Auf

Widerstand stößt das Konzept vor allem beim lokalen Handel, der durch die fehlenden Autos eine Bedrohung für den Umsatz sieht (Spiegel Mobilität, 2020).

Stellen Sie sich vor, die Innenstadt von Hannover wäre autofrei: Wie fänden Sie das?

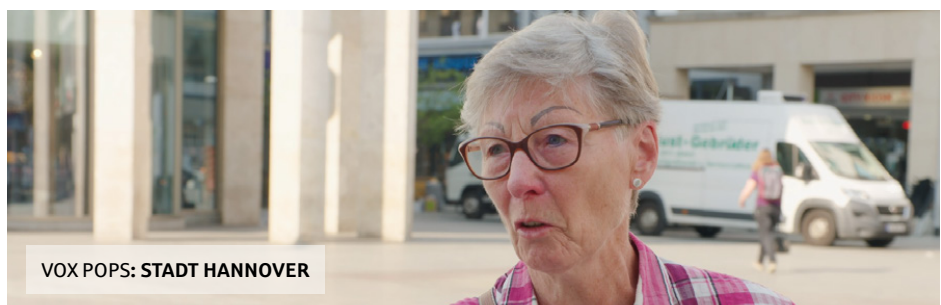
Die repräsentativen Ergebnisse dieser Studie bekräftigen das Vorhaben des Verkehrskonzeptes autofreie Innenstadt und geben weiterhin hilfreiche Impulse zu Optimierungspotenzialen hin zu einer fahrrad- und fußgängerfreundlichen Innenstadt. Denn „Autos raus“ bedeutet eben auch mehr Platz für Fahrräder und Fußgänger!



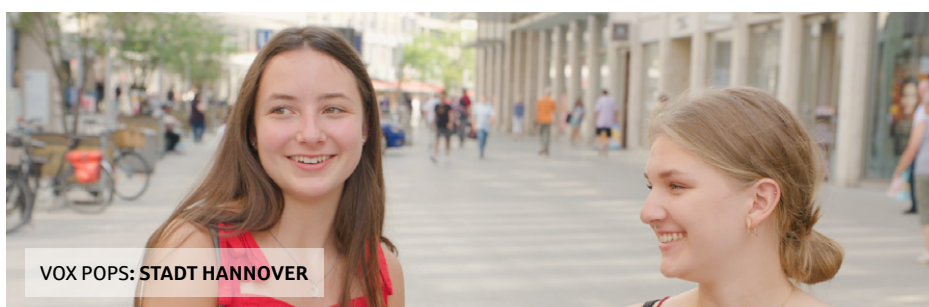
VOX POPS: STADT HANNOVER

„... WENN ICH WAS ZU SAGEN HÄTTE, WÜRD E ICH ALS ERSTES DIE AUTOS AUS DER INNENSTADT VERBANNEN – ICH SEHE DA ÜBERHAUPT KEINEN SINN DRIN!“

„DIE RADWEGE SIND VIEL ZU SCHMAL UND AUCH ALS FUSSGÄNGERIN HABE ICH MANCHMAL ANGST, DASS ICH UMGENIETET WERDE.“



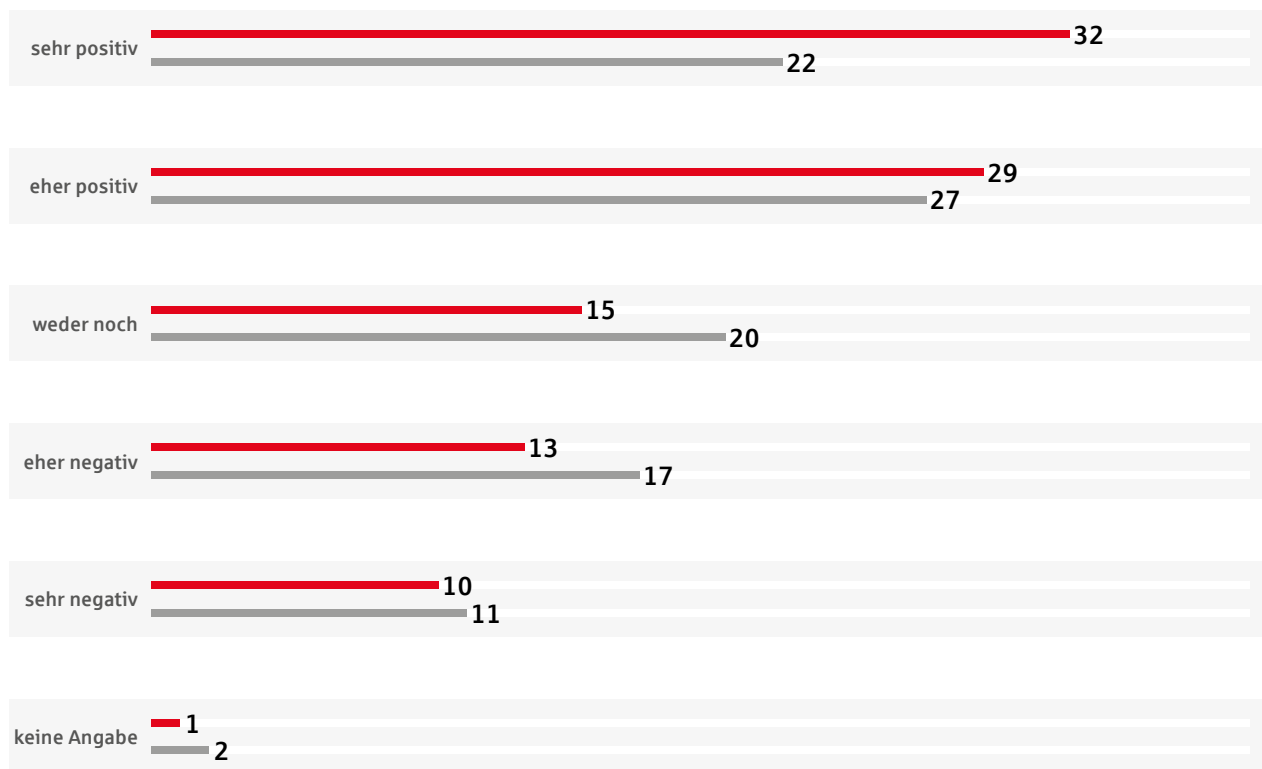
VOX POPS: STADT HANNOVER



VOX POPS: STADT HANNOVER

„ES IST VIEL EINFACHER MIT DER BAHN ZU FAHREN UND AUCH BESSER FÜR DIE UMWELT!“

In der Stadt Hannover größere Zustimmung für eine autofreie Innenstadt. 28 % im Umland mit Skepsis.
Stellen Sie sich einmal vor, die Innenstadt von Hannover wäre in Zukunft autofrei. Wie schätzen Sie das ein?



■ Stadt: n = 728; ■ Umland: n = 597; Angaben in Prozent

Folgende Chancen und Risiken werden durch eine autofreie Innenstadt in Hannover gesehen:

Chancen

durch eine autofreie Innenstadt:

- Reduzierung der Luftverschmutzung
- Ruhigere Innenstadt
- Gut für die Umwelt/das Klima
- Mehr Sicherheit
- Autos überflüssig, ÖPNV ausreichend

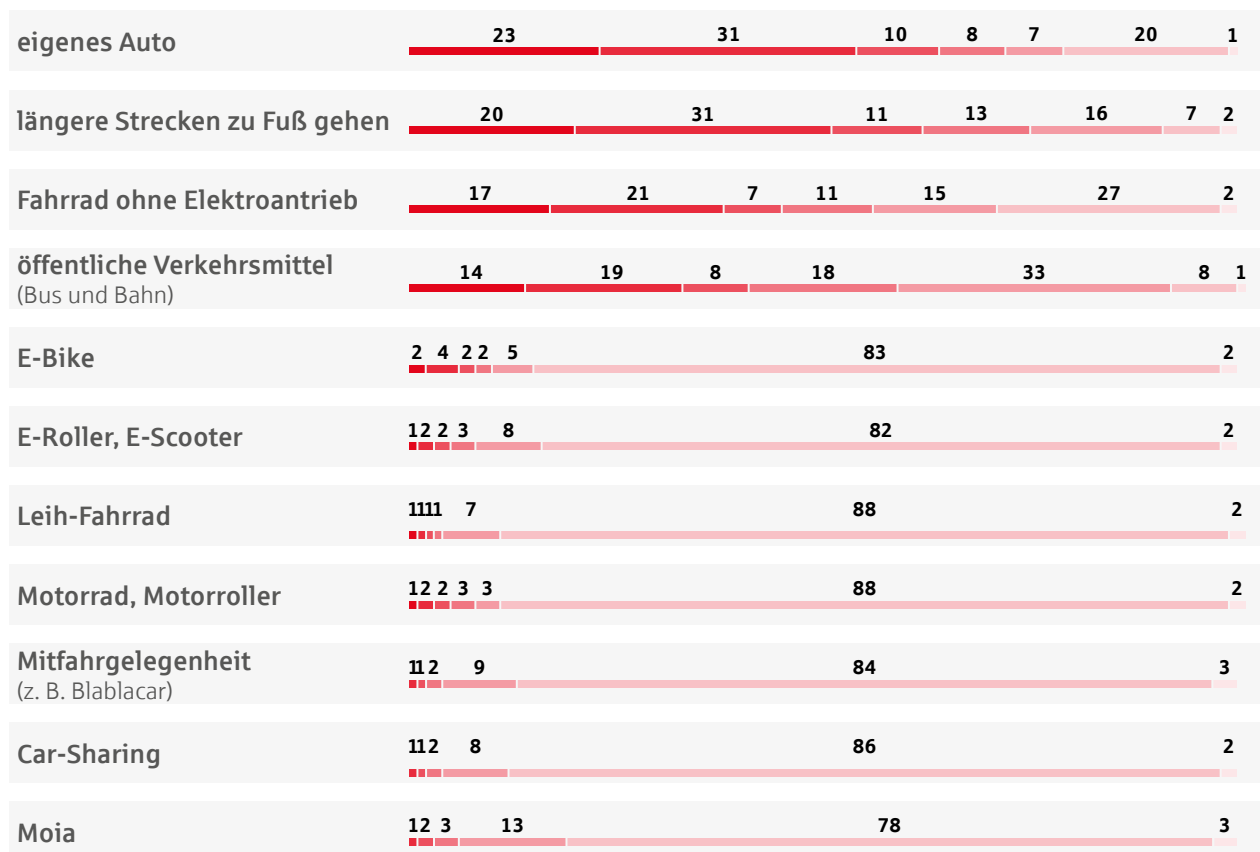
Risiken

durch eine autofreie Innenstadt:

- Schwächung des Einzelhandels
- Einschränkung der Mobilität und Flexibilität, wenn alternative / autofreie Anbindungen fehlen
- Beschränkung der Einkaufsmöglichkeiten

Das eigene Auto ist immer noch das häufigste Fortbewegungsmittel.

Wie häufig nutzen Sie die folgenden Fortbewegungsmittel in Ihrem Alltag?



■ täglich
■ mehrmals pro Woche
■ einmal pro Woche
■ mehrmals im Monat
■ seltener
■ nie
■ keine Angabe

n = 1.325; Angaben in Prozent

MEHR ALS

50%

WÜNSCHEN SICH

EINE AUTOFREIE

INNENSTADT.

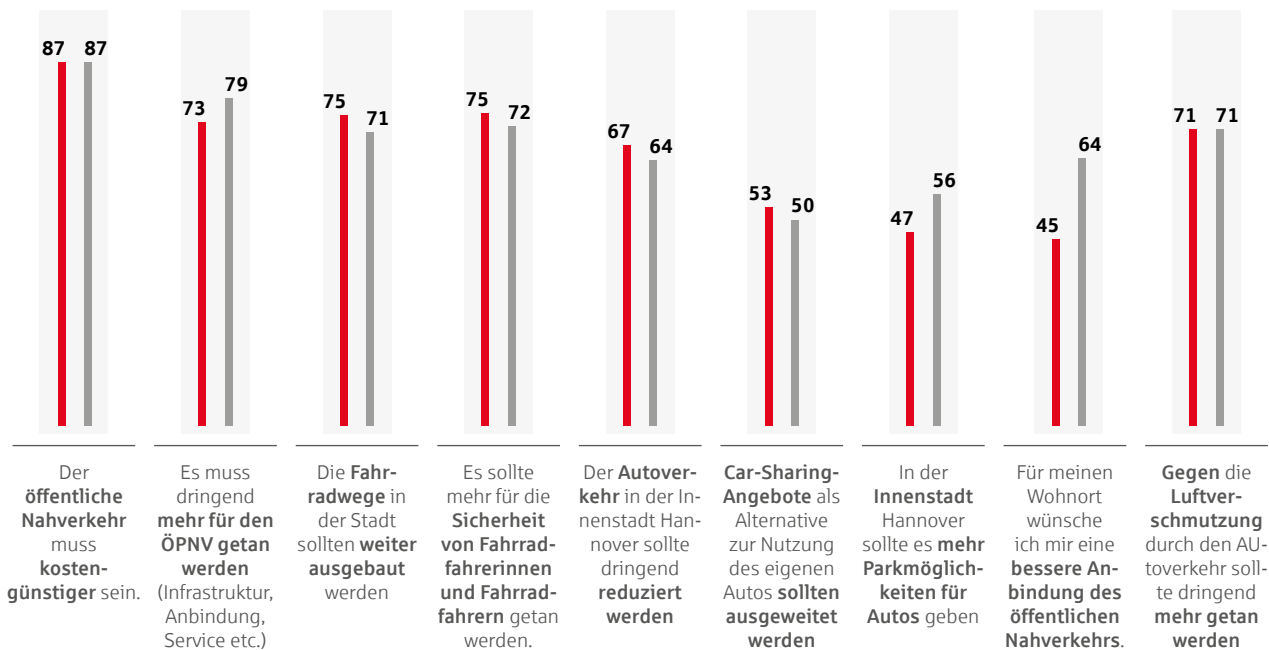
Das eigene Auto ist das häufigste Fortbewegungsmittel in der Region Hannover. Zu Fuß gehen und Fahrrad fahren liegt hier noch vor den öffentlichen Verkehrsmitteln. Aufgrund der Corona-Pandemie dürfte dieses Ergebnis allerdings wenig überraschend sein. Seit dem Lock-Down im März meiden die Menschen die Nutzung des ÖPNV und weichen auf das eigene Auto bzw. Fahrrad aus. Diese Tatsache lässt sich vor allem auf die soziale Distanzierung allgemein und Sorge vor Ansteckung mit dem Virus im ÖPNV zurückführen (Umweltbundesamt, 2020). Hannover hat sich zum Ziel gesetzt, den Anteil des Rad- sowie des Bus- und Bahnverkehrs bis 2025 auf jeweils 25 Prozent zu bringen (HAZ, 2018). Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass aktuell nur 17 Prozent täglich das Fahrrad in der Region benutzen, was keine nennenswerte Verbesserung zum bisherigen Modal-Split (Verteilung des Transportaufkommens auf verschiedene Verkehrsmittel) darstellt. Die Stagnation des Modal Split seit 2018 scheint also unverändert (Neue Presse, 2018).

Verzichten würden die Bürgerinnen und Bürger auf das Auto vor allem bei kostengünstigeren Tickets für den ÖPNV. Auch bei einer guten Anbindung zum öffentlichen Nahverkehr wären die Befragten bereit, das Auto stehen zu lassen. Im Umland würden 59 Prozent bei guter ÖPNV-Anbindung auf das Auto verzichten, um in die Innenstadt von Hannover zu fahren. Zum Vergleich: In der Stadt Hannover sind es nur 47 Prozent.

Gibt es Unterschiede zwischen Stadt und Umland Hannover?

Die Bürgerinnen und Bürger sowohl in der Stadt als auch im Umland Hannover sind der Meinung, dass der öffentliche Nahverkehr kostengünstiger werden muss. Mehr Parkplätze für Autos in der Innenstadt wünscht sich kaum jemand.

Wunsch nach ÖPNV-Ausbau und besserer Anbindung im Umland. Stadt: Kein Wunsch nach mehr Parkplätzen.
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Mobilität in Stadt und Region Hannover zu?



■ Stadt: n = 632-716; ■ Umland: n = 497-591; Angaben in Mittelwerten

FAZIT:

MOBILITÄT

- Das am häufigsten genannte Thema in Verbindung mit Klimaschutz in der Region Hannover ist Mobilität und im Speziellen der Autoverkehr sowie der ÖPNV (Elektrobusse der ÜSTRA).
- Das eigene Auto ist das häufigste Fortbewegungsmittel in Stadt und Umland.
- Die Menschen würden vor allem bei kostengünstigeren ÖPNV-Tickets auf das Auto verzichten.
- Mehr als die Hälfte in Stadt und Umland Hannover wünscht sich eine autofreie Innenstadt.



Finanzen

In der Wirtschaft ist das Thema nachhaltige Finanzen (*Sustainable Finance*) schon fester Bestandteil. Die Frage, wie eine nachhaltige Finanzwirtschaft die Dekarbonisierung der Weltwirtschaft vorantreiben kann, beschäftigt viele Unternehmen. Im Vorjahresvergleich ist das Volumen Nachhaltiger Geldanlagen¹ um 23 Prozent gewachsen (Forum Nachhaltige Geldanlagen, 2020). Doch

was können **Privat-Kundinnen und -Kunden** konkret tun, wenn das eigene Geld ethisch oder nachhaltig angelegt werden soll? Inwieweit kann hierdurch ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden? Werden bei den Menschen in der Region bereits Aspekte des Klimaschutzes bei der eigenen Geldanlage berücksichtigt? Und wenn ja, welche Aspekte sind dabei wichtig?

IM BEREICH FINANZEN IST KLIMASCHUTZ BISHER WENIG IM FOKUS. VOR ALLEM BEI DEN 14-20-JÄHRIGEN IST DAS ANLEGEN VON GELD NUR SELTEN EIN THEMA.

Überwiegend aufgrund des jungen Alters und daraus resultierenden anderen Lebensschwerpunkten aber auch in Anbetracht fehlenden Kapitals macht sich die junge Zielgruppe bis dato kaum Gedanken über Geldanlagen im Allgemeinen. Dass man mit einer Geldanlage den Klimaschutz unterstützen kann, ist nur den Wenigsten bewusst. Diese Information wird jedoch als interessant eingestuft, teilweise wird ihr aber auch mit Skepsis begegnet.

„Ich habe vor, in naher Zukunft etwas aufzubauen, wo ich sicherlich den Klimaschutz beachten werden.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 20)

„Dabei kann man doch zu 0% sicher sein, dass die das Geld auch dafür nehmen und benutzen.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, männlich, 19)

„Das ist mir bisher nie in den Sinn gekommen und scheint auch vorerst nichts für mich zu sein.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 18)

21 BIS 69-JÄHRIGE SETZEN SICH MIT DEM THEMA DES GELDANLEGENS PER SE INTENSIVER AUSEINANDER, JEDOCH SPIELT DAS ATTRIBUT DES KLIMASCHUTZES AUCH EHER EINE UNTERGEORDNETE ROLLE.

Für die ältere Zielgruppe sind Geldanlagen ein Thema, über das man nachdenkt. Auch die Integration des Klimaschutzes in solche Investments ist vielen nicht fremd. Allerdings fühlt sich die Mehrheit nicht genügend darüber aufgeklärt, welche Möglichkeiten es konkret gibt. Daraus resultierend ist die Skepsis hinsichtlich der Glaubwürdigkeit und Überprüfbarkeit solcher Angebote deutlich stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen.

„Zu dieser Sparte der Geldanlage fehlt mir das Wissen und es ist aktuell noch zu wenig vertrauenswürdig.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 54)

„Ist kein Thema für mich, fehlendes Kleingeld. Ich kenne aber Freunde, die in Baumpflanzungen investieren, das finde ich gut. Hauptsächlich soll es direkt ankommen bei den Menschen.“

(Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 56)

„Die Anlagen sind oftmals als sehr risikohaft bewertet, das hält mich schon davon ab.“

(Gruppendiskussion Hannover Umland, weiblich, 29)

* Nachhaltige Geldanlagen sind definiert als die Summe aller nachhaltigen Fonds und Mandate, sowie Kunden- und Eigenanlagen von Spezialbanken. (Forum Nachhaltige Geldanlagen, 2020)

Welche Aspekte sind wichtig für nachhaltige Geldanlagen?

14-20-Jährige:

- Faire Nahrungs- und Lebensmittel
- Klimaschutz vor Ort
- Energiegewinnung / Kohleausstieg
- Zero Waste (Plastik- und Müllvermeidung)
- Fair Trade Produkte

21-69-Jährige:

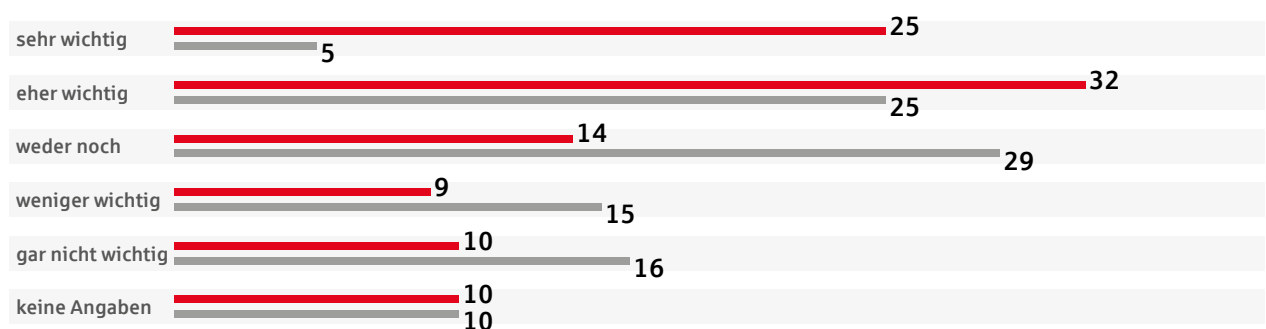
- Faire Nahrungs- und Lebensmittel
- Klimaschutzprojekte vor Ort
- Klimaschutz in anderen Teilen der Welt (Thema Palmfett)
- Ausbau der Erneuerbaren Energien (Bürger-Solar-Fonds) / Reduktion von Braunkohleanlagen
- Abschaffung der Massentierhaltung (Tierwohl)
- Zero Waste (Plastik- und Müllvermeidung)
- Vermeidung von Flugverkehr

Für Sparkassen-Kundinnen und -Kunden hat der Klimaschutz bei Finanzprodukten eine vergleichsweise hohe Relevanz. Im Vergleich zur Repräsentativ-Umfrage unter 1.325 Bürgerinnen und Bürgern scheint der Aspekt des

Klimaschutzes wichtiger zu sein (57 % Zustimmung). 65 Prozent glauben, dass die Sparkasse Hannover aktiv zum Klimaschutz in der Region Hannover beitragen kann.

Für Sparkassen-Kundinnen und -Kunden hat der Klimaschutz bei Finanzprodukten eine vergleichsweise hohe Relevanz.

Wie wichtig ist Ihnen der Klimaschutz bei der Auswahl von Finanzprodukten (Sparbrief, Aktien, Festgeld, Bausparvertrag o.ä.)?



■ Sparkassen-Kundinnen und -Kunden: n = 997; ■ Bürgerinnen und Bürger: n = 1.325; Angaben in Prozent

Die Gründe für die Wichtigkeit des Klimaschutzes bei der Auswahl von Finanzprodukten sind vielfältig. Hauptsächlich wird es als **moralisch richtiges Investment** sowie einen **eigenen Beitrag für die Zukunft und den Klimaschutz gesehen**. Ist Klimaschutz nicht wichtig bei

der Wahl von Finanzprodukten, dann liegt das vor allem an der Priorisierung der Rendite und der Tatsache, dass der Zusammenhang zwischen Klima und Finanzen nicht klar ist.

ATTITUDE-ACTION-GAP:

KLIMASCHUTZ BEI FINANZPRODUKTEN IST WICHTIG, WIRD ABER BISLANG NUR SELTEN BEACHTET.

Interessant ist, dass es eine Lücke zwischen Anforderungsprofil, also bekundetem Interesse, und dem Verhalten gibt. Demnach haben bislang nur wenig Menschen bei der Auswahl von Finanzprodukten (wie Girokonto, Fonds, Wertpapiere, Baufinanzierung etc.) schon einmal auf Klimaschutz-Aspekte geachtet. Dem gegenüber ist es jedoch vielen wichtig, dass der Klimaschutz beachtet wird, wenn das eigene Geld investiert wird. Offensichtlich gibt es Barrieren, die für diese Lücke verantwortlich sind. Erklärungen dafür sind vielfältiger Natur: Fehlende Angebote, fehlende Informationen oder aber auch schlichtweg der „innere Schweinehund“ vor der Ausein-

andersetzung mit einer als komplex wahrgenommenen Thematik, die allzu gerne aufgeschoben wird (Der Bank Blog, 2019).

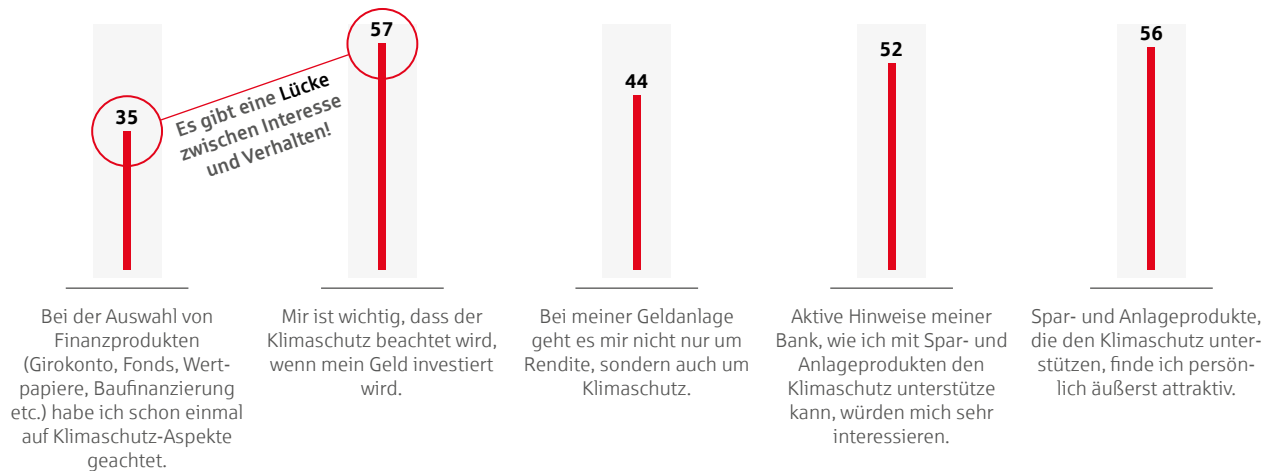
Potenzial nutzen und Lücke durch Angebote adressieren

Im Umkehrschluss bedeutet diese Lücke zwischen Interesse und Verhalten aber auch ein großes Potenzial für die Sparkasse Hannover, eben dieses passive Verhalten zu adressieren und durch adäquate Angebote aufzufangen.

Attitude-Action-Gap: Klimaschutz bei Finanzprodukten ist wichtig, wird aber bislang nur selten beachtet.

Im Folgenden geht es um Klimaschutz bei Banken und Finanzprodukten.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



n = 1.140-1.189; Angaben in Mittelwerten

66 % DER SPARKASSEN-KUNDINNEN UND -KUNDEN ENTSCHEIDEN SICH FÜR EIN FINANZPRODUKT MIT BEITRAG ZUM KLIMASCHUTZ.

Hätten die Menschen die Wahl zwischen einem Finanzprodukt, das nachweislich einen Beitrag zum Klimaschutz leistet, und einem konventionellen Finanzprodukt – bei gleichen Konditionen – entscheiden sich 66

Prozent der Sparkassen-Kundinnen und -Kunden sowie 68 Prozent der Bürgerinnen und Bürger für das Finanzprodukt mit Beitrag zum Klimaschutz.

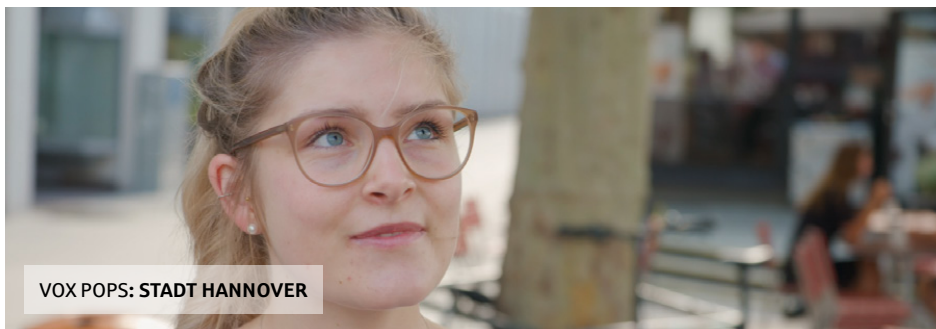
GENERELLE INFORMATIONEN, WAS KLIMASCHUTZ MIT BANKEN ZU TUN HAT, FEHLEN DEN MEISTEN

„Es gibt sehr gute Geldanlagen im Umweltbereich, allerdings wird es zu wenig offensiv angeboten.“

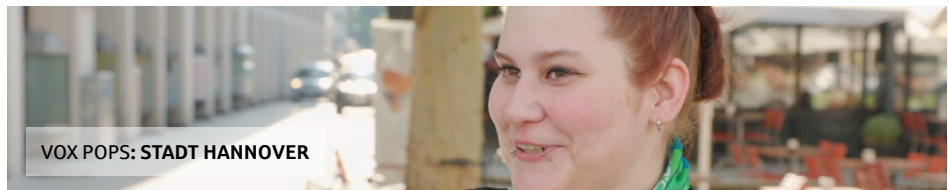
(Gruppendiskussion, Hannover Stadt, männlich, 47)

„Ich lege mein Geld nicht an, ist aber eine tolle Idee. Sollte man mehr nach außen tragen!“

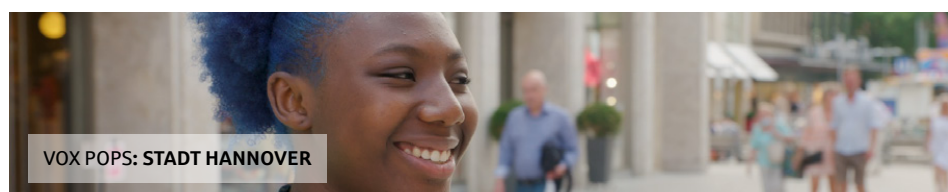
(Gruppendiskussion, Hannover Umland, weiblich, 33)



„ICH FANGE AN ZU VERSTEHEN, DASS DAS ZUSAMMENHÄNGT, HABE ABER NOCH KEINE KONSEQUENZ DARAUS GEZOGEN. MAN MÜSSTE MEHR INFORMATIONEN KRIEGEN!“



„DARÜBER HABE ICH MIR NOCH NIE GEDANKEN GEMACHT.“



Die Gründe hierfür sind ebenfalls vielfältig. Interessant zu beobachten ist, dass viele der Befragten das Thema zu abstrakt finden oder schlichtweg keine Informationen dazu haben, wie die eigene Bank auch Klimaschutz bei

Produkten berücksichtigt. Weiterhin scheint das Thema der eigenen Finanzen generell ein unliebsames Pflichtprogramm zu sein.

KUNDINNEN UND KUNDEN BEVORZUGEN DIGITALE KANÄLE

Weiterführende Informationen sollen vor allem über digitale Kanäle angeboten werden. Hier bevorzugen 95 Prozent der Befragten Sparkassen-Kundinnen und –Kunden digitale Kanäle:

1. Homepage der Sparkasse Hannover (34 %)
2. App der Sparkasse Hannover (30 %)
3. Newsletter der Sparkasse Hannover (13 %)
4. Soziale Medien (9 %)

Dieser Trend wird auch durch die aktuelle Situation bestätigt. Die Corona-Krise befeuert die Nachfrage nach digitalen Angeboten und Kommunikationskanälen (Der Bank Blog, 2020). Gleichwohl legen die Menschen viel Wert auf persönliche Beratung und die Möglichkeit, in den Dialog treten zu können.

FAZIT: FINANZEN

Es haben sich bisher nur wenige Bürgerinnen und Bürger sowie Sparkassen-Kundinnen und –Kunden mit dem Thema Finanzen in Bezug auf Klimaschutz auseinandergesetzt. Entweder fehlt es am nötigen Geld, es herrscht Desinteresse oder das Unwissen über diesen Themenbereich ist zu groß. Zudem lässt sich eine tendenzielle Skepsis darüber erkennen, ob es mit Finanzanlagen wirklich möglich ist, den Klimaschutz zu unterstützen. In der Regel wird Klimaschutz kaum mit der eigenen Bank in Verbindung gebracht und falls ja, ist dies eher auf die Betriebsökologie der Bank anstatt auf konkrete Finanzprodukte bezogen.

- Klimaschutz bei Banken haben die Wenigsten bislang im Fokus.
- Es gibt einen Wunsch nach **mehr Informationen** darüber, wie man sein Geld nachhaltig anlegen kann.
- Es herrscht **Skepsis gegenüber der Glaubwürdigkeit und Transparenz** von nachhaltigen Finanzprodukten.
- Das Thema Klimaschutz und Finanzen scheint noch **weitgehend unbekannt**.
- Klimaschutz und Banken wird meist nur mit Betriebsökologie (z.B. Papier sparen bei Infomaterial) in Verbindung gebracht.

57%

**DER SPARKASSEN-
KUNDINNEN UND -KUNDEN
IST KLIMASCHUTZ WICHTIG.**



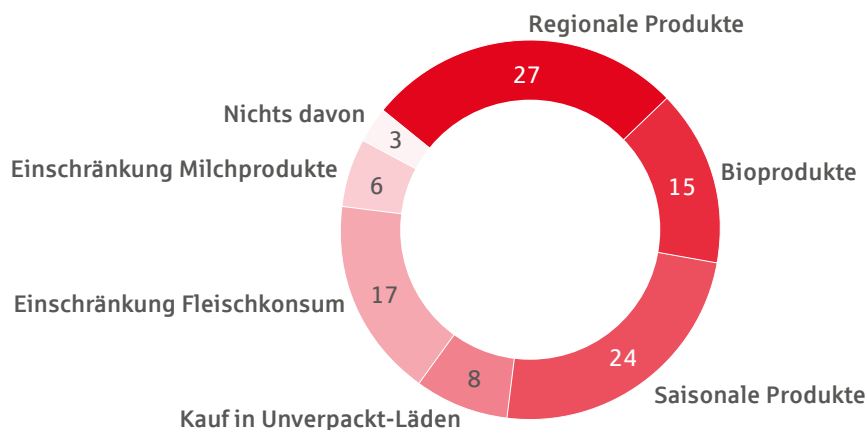
Ernährung und Konsum

Der Verbrauch von Lebensmitteln hat starke Auswirkungen auf die Umwelt. Die Ökobilanz von Fleisch- und Milchprodukten ist besonders verheerend – Klimakiller sind hier vor allem Butter und Rindfleisch (Utopia, 2020). Wichtige Faktoren sind neben der landwirtschaftlichen Erzeugung auch die Verarbeitung, Verpackung, Distribution, Zubereitung und das Abfallaufkommen. Es gibt also viele Dinge, die entlang der Wertschöpfungskette von Lebensmitteln hinsichtlich der Auswirkungen auf das

Klima optimiert werden können. In der Umfrage zeigt sich, dass die Menschen in der Region zumindest im Hinblick auf den Einkauf bereits viel richtigmachen und besonders auf den Kauf von regionalen und saisonalen Produkten achten. Das bedeutet in erster Linie, sich von Lebensmitteln zu ernähren, die in der eigenen Region (regional) und in der aktuellen Jahreszeit (saisonal) erzeugt werden. Regional Einkaufen bedeutet auch immer saisonal einzukaufen.

Die Region Hannover ernährt sich vor allem regional und saisonal.

Wie drückt sich Klimaschutz bei der Ernährung aus?



n = 1.325; Bürgerinnen und Bürger mit Wohnsitz in Stadt oder Umland Hannover; Angaben in Prozent

„Ansonsten hilft ja auch ein bisschen Menschen-verstand, z.B. dass Erdbeeren im Frühling natürlich nicht regional sein können.“

Gruppendiskussion Hannover Umland, männlich, 19

„Ich taste mich oft an vegane Optionen ran und kaufe möglichst regional ein, mehr aber nicht.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 18

DER GEFÜHLT ZU HOHE PREIS SPIELT NACH WIE VOR EINE GROSSE ROLLE BEIM NACHHALTIGEN KONSUM

„Ich finde es nur traurig, dass wir im Bereich Ernährung inzwischen langsam amerikanische Verhältnisse bekommen, wo nur Menschen mit einem höheren Einkommen oder einem eigenen Garten sich eine hochwertige Ernährung leisten können.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 54

„Wenn ich ab und an mal Lust auf Fleisch habe, dann kann ich auch nicht wirklich darauf achten, da mir das auch zu teuer wird.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 20



Aktuelles: Corona & Fridays for Future

Die Corona-Krise hält an und bereits jetzt lassen sich daraus resultierende Veränderungen im Alltag feststellen. Auch Veränderungen, die – wenn auch nur kurzfristig – einen Beitrag zum Klimaschutz leisten können: Weniger

Mobilität (z.B. durch mehr Home-Office und weniger Flugverkehr) heißt weniger Emissionen und bessere Luft (Agora Energiewende, 2020). Weniger Konsum heißt weniger Ressourcen, die verbraucht werden.

CHANCEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ IN DER REGION DURCH CORONA

Ähnlich sehen dies auch die Menschen in der Region Hannover. Gefragt nach möglichen Chancen für den Klimaschutz bedingt durch Corona sehen 47 Prozent positive Beiträge für den Klimaschutz. Hier werden vor allem weniger Verkehr durch mehr Home-Office und eine Verbesserung der Luftqualität als Chancen gesehen.

„Mehr ÖPNV und zu Fuß, weniger Auto-, Flug-, und Schiffsverkehr.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 20

„Die Luft war viel besser aber schade, das so was erst durch eine Pandemie zustande kommt.“

Gruppendiskussion Hannover Umland, weiblich, 54

„Weniger Dienstreisen und mehr Videokonferenzen.“

Gruppendiskussion Hannover Umland, männlich, 40

„Zudem hat es gezeigt, dass auch die Globalisierung ihre Schattenseiten hat und man mehr auf regionale Produktionen setzen sollte.“

Gruppendiskussion Hannover Umland, weiblich, 17

„Denke das auch während der Krise viele Leute die Schönheit der heimischen Natur entdeckt haben.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, männlich, 32

„Die Pandemie eignet sich als perfekte Zeit für Renovierungsoder Bauarbeiten. Das ist DIE Zeit zum Ausbau von Fahrradwegen.“

Gruppendiskussion Hannover Umland, männlich, 25

RISIKEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ IN DER REGION DURCH CORONA

Negative Auswirkungen sehen nur 25 Prozent und zwar in erster Linie dadurch, dass weniger Menschen den ÖPNV nutzen und dafür vermehrt auf das Auto ausweichen. In den Gruppendiskussionen wurde auch vermehrt darauf hingewiesen, dass der Klimaschutz durch die Brisanz der Corona-Krise zeitweise in den Medien verdrängt wurde.

„Vor der Corona Krise bin ich nur mit öffentlichen Verkehrsmitteln gefahren. Seitdem nur mit Auto.“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, weiblich, 20

„Lange nichts von Greta gehört.“

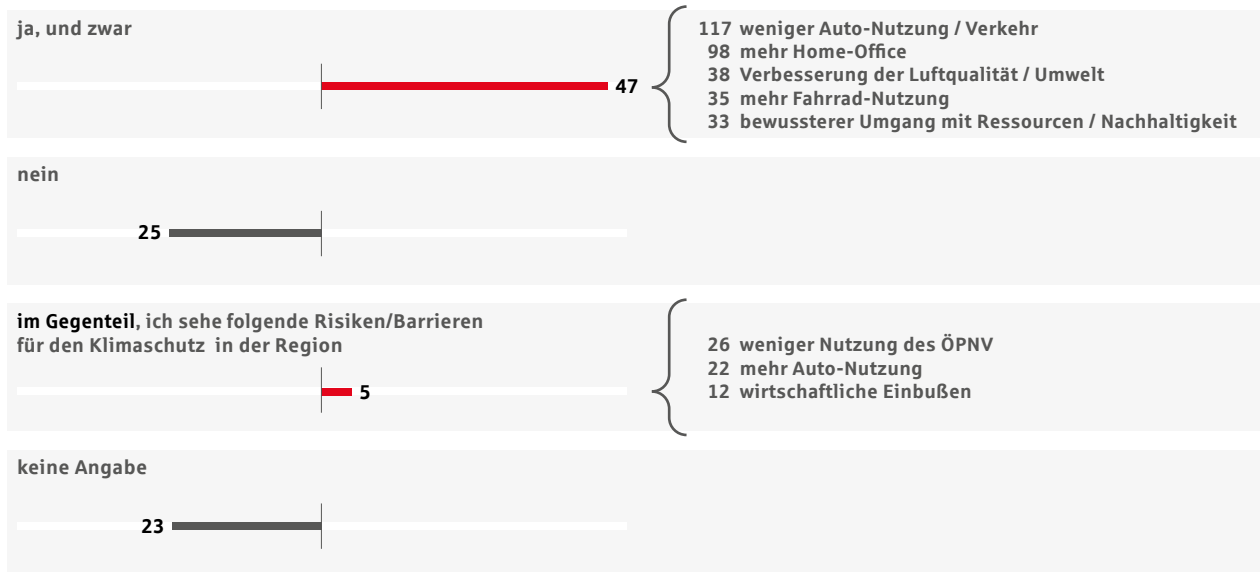
Gruppendiskussion Hannover Umland, weiblich, 35

„Den ganzen Tag halten draußen die Wagen von Hermes, DHL, Durstexpress, Pizza Lieferdienste...“

Gruppendiskussion Hannover Stadt, männlich, 52

Durch Corona hat sich in den vergangenen Monaten vieles im Alltag geändert.

Sehen Sie hier auch Chancen für den Klimaschutz in der Region?



n = 1.325; Angaben in Prozent; Bürgerinnen und Bürger mit Wohnsitz in Stadt oder Umland Hannover; Angaben in Anzahl der Nennungen

Fridays for Future

Es ist still geworden um Greta und die wöchentlich Demonstrierenden der *Fridays-for-Future-Bewegung*. Corona spielt im Alltag vieler Menschen aktuell eine wichtige Rolle, zudem wurden die Bedingungen für Versammlungen im öffentlichen Raum erschwert. Dennoch können die Folgen des Klimawandels nicht wie die Wirtschaft einfach auf Pause gesetzt werden, sondern nehmen stetig zu. Das sehen auch die Aktivistinnen und Aktivisten von *Fridays for Future* in Hannover und drängen wieder auf die Straßen (Grafschafter Nachrichten, 2020). Bei der ersten großen Kundgebung von FFF seit Ausbruch der Corona-Pandemie versammelten sich rund 8.000 junge Menschen am 25. September 2020 zum globalen Klimastreik in Hannover. Die Forderung: Ausstieg aus der Kohleenergie bis 2030 und eine sozial-ökologische Wende (Süddeutsche, 2020).

Gefragt nach der Beteiligung bei *Fridays for Future* haben 35 Prozent der 16- bis 20-Jährigen angegeben, bereits einmal bei einer Demonstration teilgenommen zu haben. Weiter gefragt nach den Beweggründen für eine Teilnahme geben vor allem viele an, dass die Wichtigkeit des Themas („Es geht um ein wichtiges Zukunftsthema“) und den Wunsch, etwas zu bewegen, ausschlaggebend sind. Gründe für die Nicht-Teilnahme bei den Demonstrationen sind vor allem die Typfrage („bin generell nicht der Typ für solche Aktionen“) oder aber andere Herausforderungen im Leben, die wichtiger sind (Schule, Ausbildung etc.). Fehlendes Interesse oder die Einschätzung, dass Klimaschutz nicht wichtig sei, sind selten ein Grund, sich nicht zu beteiligen.

4. Fazit: Vorhandene Potenziale nutzen

Die in der Studie aufgeworfene Frage danach, wie „klimabewusst die Region Hannover lebt“, erlaubt unterschiedliche Antwortmöglichkeiten. **Klar ist, dass der Klimaschutz im Alltag der Menschen angekommen ist** und – unterschiedlich ausgeprägt – mittlerweile alle Bereiche des täglichen Lebens beeinflusst. So trennen zum Beispiel viele wie selbstverständlich ihren Müll und vermeiden Plastik beim Einkaufen. Geht es jedoch um die eigenen Finanzen, hat sich bislang noch kaum jemand Gedanken gemacht, wie das eigene Geld auch einen Beitrag zum Klimaschutz in der Region beitragen kann. **Optimierungspotenzial beim eigenen Verhalten sehen gleichwohl viele – aber verzichten möchte eigentlich kaum jemand auf etwas zugunsten des Klimas.** Allen ist die Brisanz des Themas bewusst und wichtig. **Aber Wissen allein reicht nicht, um das Verhalten zu verändern.** Woran hakt es also?

KLIMASCHUTZ OHNE VERZICHT GEHT NICHT

Ein Aspekt wird häufig im öffentlichen Diskurs vernachlässigt: **Klimaschutz ohne Verzicht funktioniert nicht.** Nach wie vor herrscht der Irrglaube, dass wir unseren Lebensstil weiter aufrechterhalten können und der Klimawandel dennoch gleichzeitig gestoppt werden kann. **Die Dringlichkeit der Lage scheint zwar angekommen zu sein, hat aber bislang zu keinen Konsequenzen im Handeln geführt.**

MEHR LOKALE KÄMPFE AUSTRAGEN UND REGIONALE GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Klimaschutz ist vom globalen Problem zur regionalen und lokalen Alltagsherausforderung geworden. Damit der Klimawandel ernst genommen wird, müssen erst physische Erfahrungen und persönliche Betroffenheit vorliegen. Oft ist das Wissen über den Klimawandel vom Rezipienten abhängig und für den Alltagsverstand schwer verständlich. Die Bilder der medialen Berichterstattung in der Vergangenheit haben scheinbar nicht funktioniert: Der Eisbär auf der schmelzenden Scholle berührt die Menschen zwar emotional, aber die Szene ist auch sehr weit weg. Wenn es aber um die schlechter werdende Luftqualität in der eigenen Stadt geht, dann ist der Klimawandel plötzlich ganz nah und präsent. Im Zuge der Corona-Krise hat in diesem Zusammenhang ein Lernprozess stattgefunden, der dazu geführt hat, dass wissenschaftlichen und evidenzbasierten Erkenntnissen neues Vertrauen geschenkt wird. Dieses Potenzial sollte auch in der Aufklärung über die Klimafolgen und den eigenen Beitrag dazu genutzt werden.

Die grundlegende Erkenntnis ist jedoch, dass der Klimaschutz in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist und viele Menschen in der Region Hannover dazu bewegt, ihre Verhaltensmuster im Alltag zu hinterfragen. Viele kleine Veränderungen sind zwar ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung, um aber eine klimaneutrale Region bis 2050 zu erreichen, bedarf es noch mehr an Eigeninitiative von allen Akteuren und einer Abkehr vom „ökonomischen weiter so!“

Top 5 Erkenntnisse der Studie

1. Klimaschutz ist im Alltag angekommen.

Die Ergebnisse der repräsentativen Online-Befragung zeigen, dass Klimaschutz einen hohen bis sehr hohen Stellenwert bei 88 Prozent und für 67 Prozent einen höheren Stellenwert als noch vor drei Jahren hat. Fast jede und jeder leistet oder versucht, einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Meist sind es kleine Schritte, wie bspw. die Vermeidung von Plastiktüten beim Einkaufen oder die Nutzung des ÖPNVs oder des Fahrrads. Vielen ist jedoch bewusst, dass hier noch „Luft nach oben ist“. Oftmals fällt es schwer, sich aktiv klimabewusster zu verhalten, weil die Ideen für ein entsprechendes Verhalten oder das nötige Geld fehlen oder es zu bequem sei, sich aus der eigenen Komfortzone zu bewegen.

2. Mobilität, Müllvermeidung und Konsum werden besonders häufig mit Klimaschutz in der Region Hannover in Verbindung gebracht.

3. Angebote und Projekte zum Klimaschutz in der Region Hannover sind oft unbekannt.

4. Verbindung von Finanzen und Klimaschutz ist noch relativ unklar.

Die Bürgerinnen und Bürger bringen Klimaschutz und Finanzen bis dato kaum miteinander in Verbindung. Grund hierfür: fehlende Informationen und Transparenz in der Kommunikation. Nur 19 Prozent haben schon einmal auf Klimaschutz-Aspekte bei der Auswahl von Finanzprodukten geachtet. Hätten Sie jedoch die Wahl zwischen einem konventionellen und einem nachhaltigen Produkt, bei gleichen Konditionen, entscheiden sich 68 Prozent für das nachhaltige Produkt. Generell geben 57 Prozent an, dass der Klimaschutz bei der Auswahl eines Finanzproduktes wichtig sei.

5. Es gibt eine Lücke zwischen Bedeutung und Verhalten.

Es gibt eine Lücke zwischen der Bedeutung von Klimaschutz für die Befragten persönlich und dem tatsächlich konkreten Verhalten (Attitude-Action-Gap). Es gibt also ein hohes Potenzial für die Sparkasse Hannover, dieses Passiv-Verhalten zu adressieren.

Handlungsempfehlungen

Mit Blick auf den Engpass „Verbraucherverhalten“ **im Bereich Klimaschutz und Finanzen** können einige grundsätzliche Lösungsansätze formuliert werden, um vorhandene Potenziale bei Kundinnen und Kunden zu nutzen:

Sichtbarkeit & Transparenz erhöhen:

Ein Mehr an Informationen über nachhaltige Geldanlagen und wo genau diese in der Region wirken.

Aktiv nach außen kommunizieren und aufklären:

Zum Thema Klimaschutz bei den eigenen Finanzen. Die Menschen sollen verstehen können, wie ihr eigenes Geld hier in der Region zum Klimaschutz beitragen kann. Visuell greifbar machen, wie durch das eigene Geld ein Beitrag zum Klimaschutz (vor Ort) geleistet werden kann.

Orientierungswissen verbessern:

Schulung von Beraterinnen und Beratern. Nur, wenn die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fachlich aussagefähig sind, können sie die Menschen über Angebote beraten und von nachhaltigen Produkten überzeugen.

Image- und Reputationspflege betreiben:

Selbstbewusste Abgrenzung gegenüber Wettbewerbern über konkrete Maßnahmen für den Klimaschutz in der Region.

Heimvorteil nutzen:

Regionale Netzwerke und die regionale Betroffenheit der Menschen adressieren. Signal: Klimaschutz fängt vor der eigenen Haustüre an!

Angebot ausbauen:

Rendite und Nachhaltigkeit sind keine Widersprüche. Um die Nachfrage nach nachhaltigen Finanzprodukten zu verstärken, müssen auch genug Produkte auf dem Markt sein.

Literaturverzeichnis

Agora Energiewende. (2020). Auswirkungen der Corona-Krise auf die Klimabilanz Deutschlands – Eine Abschätzung der Emissionen 2020.

Der Bank Blog. (29. Januar 2019). www.der-bank-blog.de. Von Bei Geld und Finanzen denken die Deutschen oft negativ: <https://www.der-bank-blog.de/geld-finanzen-negativ-vertrauen/37652068/>

Der Bank Blog. (4. August 2020). www.der-bank-blog.de/kunden-banken-sparkassen. Von Kunden stellen Banken und Sparkassen gutes „Corona-Zeugnis“ aus : <https://www.der-bank-blog.de/kunden-banken-sparkassen/studien/37667714/>

Deutsches Klima-Konsortium, D. M.-K.-I. (2020). Was wir heute übers Klima wissen: Basisfakten zum Klimawandel, die in der Wissenschaft unumstritten sind.

Forum Nachhaltige Geldanlagen. (6. Juni 2020). www.fng-marktbericht.org. Von Marktbericht Nachhaltige Geldanlagen 2020: Deutschland, Österreich und die Schweiz: <https://fng-marktbericht.org/der-nachhaltige-anlagemarkt-deutschland-2/#home>

Grafschafter Nachrichten. (20. September 2020). GN-Online. Von Fridays for Future will in Hannover wieder auf die Straße: <https://www.gn-online.de/niedersachsen/fridays-for-future-will-in-hannover-wieder-auf-die-strasse-368423.html>

HAZ. (4. November 2018). „Hannover tut zu wenig für die Verkehrswende“ . Von Hannoversche Allgemeine Zeitung: <https://www.haz.de/Hannover/Aus-der-Stadt/Hannover-tut-zu-wenig-fuer-die-Verkehrswende-Modal-Plat-veraendert-sich-laut-Studie-Mobilitaet-in-Deutschland-kaum>

Institute for Economics & Peace (IEP). (28.. September 2020). Ecological Threat Register 2020, Understanding Ecological Threats, Resilience and Peace. Von Vision of Humanity: http://visionofhumanity.org/app/uploads/2020/09/ETR_2020_web-1.pdf

IPCC. (2007). Climate Change 2007, The Physical Science Basis.

Neue Presse. (5. November 2018). Scheitert Hannovers Verkehrswende? . Von Neue Presse: <https://www.neuepresse.de/Hannover/Meine-Stadt/Verkehrswende-in-Hannover-Drohendes-Scheitern-sorgt-fuer-Streit>

Onay, B. (2019). www.belit-onay.de. Von Autofreie Innenstadt - Das Mobilitäts-Konzept für Hannover des GRÜNEN Oberbürgermeisterkandidaten Belit Onay: https://www.belit-onay.de/fileadmin/user_upload/Belit-Onay-Mobilitaets-konzept_190905.pdf

Region Hannover / Landeshauptstadt Hannover. (2018). Klimaschutz im Überblick - Heft Nr. 154 aus der Reihe „Beiträge zur regionalen Entwicklung“, Klimaschutzbericht der Verwaltung der Region Hannover.

Spiegel Mobilität. (24. . Juni 2020). Spiegel. Von Hannovers Oberbürgermeister Belit Onay: Sein Traum von einer autofreien Stadt : <https://www.spiegel.de/auto/hannover-autofrei-oberbuergermeister-belit-onay-stoesst-auf-widerstand-a-7121a95e-6424-4207-8f16-49764a8dd3fa>

Stadtverband Hannover. (26. 05 2020). Stadtverband Grüne Hannover. Von Pressemitteilung des Stadtverbands: Ein neues Verkehrskonzept für die Innenstadt: <https://stadtverband-gruene-hannover.de/meldungen/ein-neues-verkehrskonzept-fur-die-innenstadt>

Süddeutsche. (25. September 2020). SZ . Von Fridays for Future will in Hannover demonstrieren: <https://www.sueddeutsche.de/politik/demonstrationen-hannover-fridays-for-future-will-in-hannover-demonstrieren-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200924-99-696155>

UBA. (2013). Umweltbundesamt. Von Zu erwartende Klimaänderungen bis 2100: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/klima-energie/klimawandel/zu-erwartende-klimaaenderungen-bis-2100>

Umweltbundesamt. (2020). Gesellschaftliche Auswirkungen der Covid-19-Pandemie in Deutschland und mögliche Konsequenzen für die Umweltpolitik.

Umweltbundesamt. (3. April 2020). www.umweltbundesamt.de/themen. Von Der Einfluss der Corona-Krise auf die Umwelt: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/der-einfluss-der-corona-krise-auf-die-umwelt>

Utopia. (8. Mai 2020). www.utopia.de. Von Diese 6 Lebensmittel sind am schlimmsten fürs Klima: <https://utopia.de/ratgeber/diese-6-lebensmittel-sind-am-schlimmsten-fuers-klima/>

Nützliche Links

Beratung vor Ort:

Klimaschutz-Agentur: <https://klimaschutzagentur.de/ueber-uns/>

Allgemeine Beratungsangebote: <https://www.klimaschutz-hannover.de/infos-service/beratungen.html>

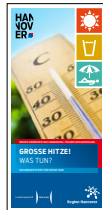
Information zu Förderprogrammen: <https://www.hannover.de/Leben-in-der-Region-Hannover/>

Broschüren:



Wie ändert sich unser Klima?

Regionale Auswirkungen des Klimawandels in der Region Hannover



Große Hitze – was tun?

Gesundheitstipps für heiße Tage



Klimaangepasste Stadtbäume –

Wissenswertes zu Bäumen und Baumpflanzungen

Auswahl von Angeboten in Hannover:

Freizeit und Aktionen

- **Cinema del Sol – das solare Wanderkino:** <http://cinemadelsol.de/>
- **Hannover sauber!** <https://www.hannover-sauber.de/>
- **Klimaschutz-Kalender:** <https://klimaschutzkalender-hannover.de/>
- **Fridays for Future in Hannover:** <https://fridaysforfuture-hannover.de/>

Nachhaltiger Konsum

- **LoLa-Loseladen:** <https://www.lola-hannover.de/>
- **KlimaHelden App:** <http://klimahelden-hannover.de/>
- **Oxfam Shop:** <https://shops.oxfam.de/shops/hannover>
- **Wochenmärkte:** <https://www.hannover.de/Kultur-Freizeit>
- **Too Good to Go App:** <https://toogoodtogo.de/de/>
- **Hannoccino:** <https://hannoccino.de/>
- **Repair Café Hannover:** <http://repaircafe-hannover.de/>
- **Foodsharing Hannover:** <https://foodsharing-hannover.de/>

Mobilität

- **Stadtradeln Hannover:** <https://www.stadtradeln.de/hannover>
- **Selbsthilfewerkstatt:** <http://fahrradwerkstatt-hannover.de/home.html>
- **Kostenloses Lastenrad ausleihen:** <https://www.hannah-lastenrad.de/>
- **Übersicht E-Ladestationen:** <https://www.hannover.de/Service/Mobil-in-Hannover>

Finanzen



Sparkassen-Brief N+:

<https://www.sparkasse-hannover.de/de/home/privatkunden/geldanlage/geld-anlegen/sparkassenbrief.html>

Impressum



Auftraggeber: Sparkasse Hannover

Kontakt:

Petra Tute

Telefon: (0511) 3000-6142

Telefax: (0511) 3000-951229

E-Mail: petra.tute@sparkasse-hannover.de

Claudia Heise

Telefon: (0511) 3000-4874

Telefax: (0511) 3000-951229

E-Mail: claudia.heise@sparkasse-hannover.de

In Kooperation mit:

Landeshauptstadt

Hannover

Landeshauptstadt Hannover



Region Hannover

Region Hannover

Autoren:

Nora Dohles, imug Beratungsgesellschaft mbH

Thorsten Wallbott, imug Beratungsgesellschaft mbH

Gestaltung:

Hauke Nadzeika, imug Beratungsgesellschaft mbH

imug Beratungsgesellschaft mbH

Postkamp 14 a

30159 Hannover

Telefon: (0511) 12196-11

E-Mail: contact@imug.de

Web: www.imug.de

Stand: November 2020