



Bürgerbräu 02 Sudhaus
Frankfurter Straße 87
97082 Würzburg
www.umweltberatung-info.de

Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland

UFOPLAN 3716 31 315 0

Kurzpapier zum AP2 im Projekt
Verbraucherberatung als Baustein einer erfolgreichen
Ressourcenpolitik

Autorinnen und Autoren:

Sarah Göttlicher (WertSicht GmbH)
Dr. Stefan Müssig
Meike Ried

Bundesverband für Umweltberatung bfub e.V.

Untersuchungszeitraum: Januar bis Juni 2017

Würzburg, Dezember 2019

VOM
WISSEN
ZUM
HANDELN

Partner:



Herausgeber:

Bundesverband für Umweltberatung bfub e.V.
Bürgerbräu 02 (Sudhaus)
Frankfurter Straße 87
97082 Würzburg
Tel.: +49 931 49739165
www.umweltberatung-info.de

Partner:

Öko-Institut e.V.
Geschäftsstelle Freiburg
Postfach 17 71
79017 Freiburg

Hausadresse
Merzhauser Straße 173
79100 Freiburg
Telefon +49 761 45295-0

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	4
1. Hintergrund und Zielsetzung	5
2. Methodik	7
3. Begriffsbestimmung	9
3.1 Definition und Abgrenzung Umweltberatung	9
3.2 Handlungsbereiche in der Umweltberatung	12
4. Ergebnisse	13
4.1 Übersicht über die Beratungslandschaft	13
4.1.1 Akteure der Umweltberatung in Deutschland	16
4.1.2 Handlungsbereiche in der Umweltberatung in Deutschland	17
Exkurs: Vergleich zu anderen Beratungsleistungen	17
4.1.3 Aktivitäten der Beratungsstellen	18
4.1.4 Reichweite der Umweltberatung	18
4.1.5 Anzahl der Umweltberatungen	19
4.1.6 Formate der Umweltberatung in Deutschland	20
4.2 Evaluation der Umweltberatung	22
4.2.1 Ergebnisse der Literaturrecherche	22
4.2.2 Ergebnisse der Interviews	22
4.2.3 Auswertung der Evaluationen der Beratungsstellen	26
4.3 Einschätzung des UBA-Verbraucherportals	29
5. Fazit	30
5.1 Prozess der Meinungsbildung	30
5.2 Erfolg der Beratungsformate	31
5.3 Attraktivität einzelner Handlungsbereiche	32
6. Zusammenfassung	33
7. Literaturverzeichnis	38
Anhang	41
Liste der Verbände	41
Liste der Interviewpartner	42
Leitfaden der strukturierten Interviews	44
Liste der Quellen zur Akteurs-Recherche	47

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Vergleich der Handlungsbereiche aus AP1 und AP2.....	12
Tabelle 2: Akteure und Handlungsbereiche der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland.....	15
Tabelle 3: Interviewte Umweltberatungs-Einrichtungen.....	20
Tabelle 4: Ziele für die Beratung bei den interviewten Einrichtungen.	24
Abbildung 1: Wirkungstreppe nach Phineo (2015).	8
Abbildung 2: Aktivitäten der interviewten Umweltberatungseinrichtungen.	18
Abbildung 3: Reichweite der Beratung.	19
Abbildung 4: Datenaufnahme der Beratungsstellen.	23

1. Hintergrund und Zielsetzung

Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher gibt es in Deutschland etwa seit den 1980er Jahren. Damals entstanden die ersten Bemühungen, Beratungsangebote für Privathaushalte zu schaffen. Im Rahmen eines Modellprojektes der Aktionsgemeinschaft Umwelt, Gesundheit, Ernährung (A.U.G.E.) wurde eine Konzeption entwickelt, die in Kooperation mit dem Wirtschaftsforschungsinstitut Prognos umgesetzt wurde. Interessierte, arbeitslose Akademiker mit geeigneter naturwissenschaftlicher Ausbildung wurden im Bereich des praktischen Umweltschutzes weitergebildet und „sollten den Privathaushalten telefonisch, in öffentlichen Vorträgen und bei Besuchen Hinweise zur Schonung der Umwelt“ geben (Stockmann et al., 2001). Die ersten Umweltberaterinnen und Umweltberater wurden 1985 als ABM-Kräfte beim BUND Hamburg und Schleswig-Holstein eingestellt. Ab 1986 wurde das Modellprojekt bundesweit ausgeweitet. Träger der Umweltberatungen waren Gemeindeverwaltungen, Verbände wie der BUND, Verbraucherszentralen sowie Ver- und Entsorgungsbetriebe. Bereits im Jahr 1987 gab es über 100 Umweltberater in 70 deutschen Städten und Gemeinden. Mittels Fördermitteln der Europäischen Gemeinschaft konnten Umweltberatungen auch in anderen europäischen Ländern eingerichtet werden. Der Begriff Umweltberatung wurde in der Folge auch auf andere Bereiche wie die Beratung für Unternehmen und Kommunen ausgedehnt. Etwa seit Beginn der 1990er Jahre wurde die Institutionalisierung der Umweltberatung bei den Verbänden und anderen Trägern durch Förderprogramme der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU), des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes unterstützt. Umweltberatungsstellen für Verbraucherinnen und Verbraucher waren um die Jahrtausendwende nahezu flächendeckend vorhanden. Umweltberatung wurde und wird als ein spezielles Beratungsangebot verstanden, das in besonderer Weise in der Lage ist, ihre Kunden nach dem Motto „Vom Wissen zum Handeln“ zu umweltfreundlichem Verhalten zu motivieren. Bei der Umsetzung von Handlungsempfehlungen für Verbraucherinnen und Verbraucher kommt der Umweltberatung daher eine besondere Bedeutung zu.

Der vorliegende Bericht gibt aufgeteilt in 4 Arbeitsschritte einen Überblick über die aktuelle Situation der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland (bezogen auf das Jahr 2017). Dazu findet in einem ersten Arbeitsschritt eine detaillierte Begriffsbestimmung statt. Hier werden insbesondere die Leistungen, die eine Umweltberatungsstelle erbringen muss sowie ihre Handlungsbereiche angesprochen. Es wird eine Abgrenzung zu privatwirtschaftlichen Beratungsleistungen sowie zu weiteren Angeboten im Umfeld von Umweltberatung gezogen. Die Begriffe der Umweltbildung und -information werden ebenfalls mit Hilfe von Fachliteratur abgegrenzt.

In einem zweiten Arbeitsschritt erfolgt eine Übersicht über die Beratungslandschaft in Deutschland. Dazu werden die wichtigsten und größten Akteure der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland identifiziert und die zu den Handlungsbereichen angebotenen Beratungen in einer „Heatmap“ dargestellt.

Im dritten Arbeitsschritt, der Evaluation, werden die Reichweite, die Relevanz und der Erfolg der Angebote von Beratungsleistungen untersucht. Hierzu erfolgte eine Literaturrecherche von wich-

tigen Evaluationen, die in diesem Bereich bereits veröffentlicht wurden, sowie 14 qualitative Interviews, in denen Vertreter einiger der unter Schritt 2 identifizierten wichtigsten oder größten Akteure als Experten interviewt werden. Dieser Arbeitsschritt gibt eine Antwort auf die Fragestellung, welche Formate der Beratung in welchem Maße Anwendung finden sowie welche Reichweite einzelne Beratungsangebote bzw. Formate haben. Ebenso wurden vorliegende Evaluationen einzelner Beratungsstellen ausgewertet. Als theoretische Grundlage dient die Wirkungstreppe nach Phineo (2015), die im Text näher beschrieben wird.

Der letzte, vierte Arbeitsschritt befasst sich mit einer Einschätzung des UBA-Verbraucherportals, unter dem Aspekt, welche Rolle das Portal bei der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher spielt. Dazu wurden die unter Schritt drei befragten Experten ebenfalls konsultiert. Zusätzlich wurde ein Experte des UBA zu den Leistungen des Verbraucherportals befragt.

Insgesamt gibt das vorliegende Kurzpapier einen Überblick über die Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland und beantwortet damit folgende Fragestellungen:

1. Wie lässt sich für das Projekt der Begriff der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher sinnvoll und pragmatisch abgrenzen von den Begriffen der Umweltinformation und der Umweltbildung?
2. Welche Verbraucherthemen werden im Rahmen der Umweltberatung behandelt?
3. Wer sind die großen und wichtigen Akteure der Umweltberatung in Deutschland (online und offline)?
4. Welche Formate der Beratung finden in welchem Maße Anwendung?
5. Welche Reichweite haben die einzelnen Beratungsangebote?
6. Wie ist der Erfolg der einzelnen Beratungsformate zu beurteilen?
7. Inwieweit kann das UBA-Verbraucherportal einen Beitrag zur Beratung leisten?

2. Methodik

Die vorliegende Studie stellt ein Bild der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland dar. Als erster Arbeitsschritt wird eine genauere Begriffsbestimmung und Eingrenzung durchgeführt. Dazu wird anhand einer Literatur- und Internetrecherche der Begriff „Umweltberatung“ definiert, sowie eine Abgrenzung zu weiteren Begrifflichkeiten, wie Umweltinformation und Umweltbildung vorgenommen.

Durch eine quantitative Recherche im Internet wurden große und wichtige Akteure der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher gemäß der zuvor gegebenen Definition identifiziert. Anhand der Internetseiten der Beratungsstellen wurden das grundsätzliche Beratungsangebot sowie die Handlungsbereiche, zu denen beraten wird, erfasst. Wenn das Beratungsangebot oder die Bereiche im Internet nicht erkennbar waren, erfolgte eine telefonische Nachfrage. Bei den großen Akteuren wie Behörden oder Energieversorgern, die viele Beratungsstellen unterhalten, wurde das Angebot stichprobenartig untersucht.

Zur Aufnahme der Beratungssituation und um den Erfolg der persönlichen Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher abzuschätzen, wurde eine Literaturrecherche nach veröffentlichten Evaluationen zur Umweltberatung vorgenommen. Anschließend wurden strukturierte Interviews mit ausgewählten größeren Institutionen bzw. deren Leitungspersonal sowie Experten durchgeführt, welche verbrauchernahe Umweltberatungsleistungen erbringen. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde darauf geachtet, möglichst alle Handlungsbereiche abzudecken sowie verschiedene Formate und eine regional breite Streuung zu berücksichtigen. Es wurden insgesamt 14 Beratungsstellen sowie zusätzlich der für das UBA-Verbraucherportal zuständige Mitarbeiter des Umweltbundesamtes telefonisch interviewt. Da das UBA-Verbraucherportal Umweltinformationen, aber keine individuelle Beratung anbietet, wurden die Ergebnisse aus diesem Interview ausschließlich im Kapitel 4.3 ausgewertet. Die Dauer der einzelnen Interviews variierte zwischen 20 und 70 Minuten. Im Rahmen der Interviews wurde auch nach veröffentlichten Evaluationen gefragt. Sechs Beratungsstellen stellten Ergebnisse von durchgeführten Evaluationen zur Verfügung. Die durchgeführten Interviews stellen keine wissenschaftlich fundierte Evaluation oder repräsentative Umfrage dar, sondern können nur strukturierte Hinweise zur Wirkung von Umweltberatung liefern. Um weitergehende Erkenntnisse zu gewinnen, müssten noch deutlich mehr Interviews durchgeführt werden.

Die Fragen in den durchgeführten Interviews orientierten sich an der „Wirkungstreppe“ der Phineo gAG (2015):

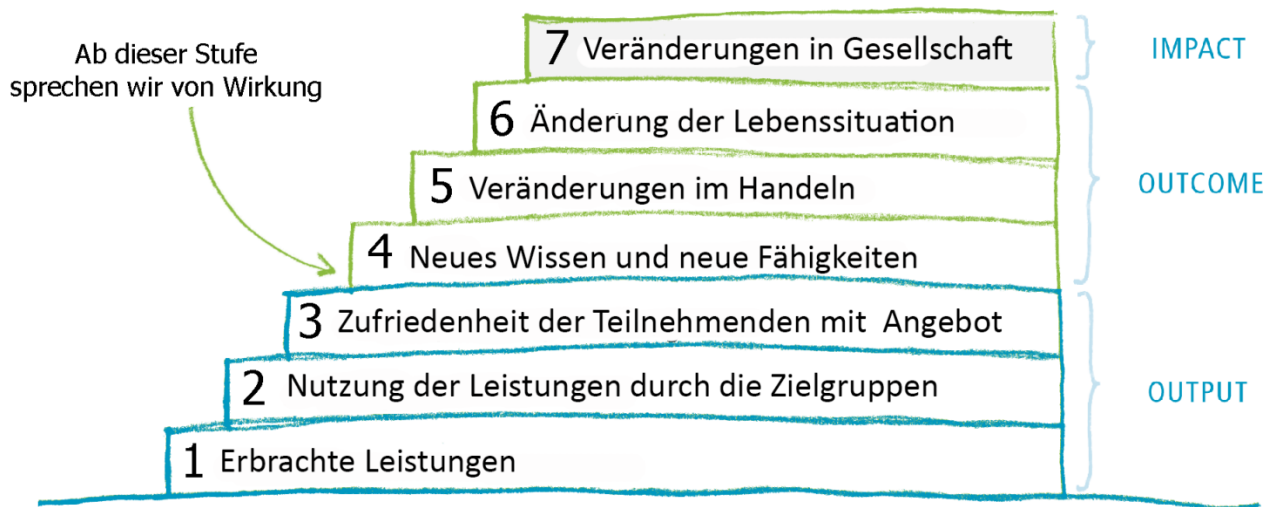


Abbildung 1: Wirkungstreppe nach Phineo (2015).

Laut Phineo (2015) sind *Wirkungen* [...] *Veränderungen, die eine Einrichtung mit Ihrer Arbeit bei Ihren Zielgruppen, deren Lebensumfeld oder der Gesellschaft erreichen. Gesellschaftliche Wirkung wird als Impact, Wirkungen bei den Zielgruppen werden als Outcomes bezeichnet. Bei den Outcomes lassen sich wiederum verschiedene Wirkungsebenen unterscheiden, z.B. die Veränderung von Fähigkeiten, Verhalten oder der Lebenslage der Zielgruppen, wie [...] in der Grafik „Wirkungstreppe“ veranschaulicht [...]. Wirkungen treten in Folge von Leistungen, d.h. Angeboten, Maßnahmen oder Produkten ein. Hierbei spricht man von Outputs. Diese sind noch keine Wirkungen, aber eine Voraussetzung, um diese zu erreichen.*

Eine Überprüfung der erzielten Wirkung wird von Stufe 1 zu Stufe 7 der Wirkungstreppe zunehmend schwieriger. Eine Veränderung in der Gesellschaft (Stufe 7) aufgrund der eigenen Umweltberatung festzustellen, wird in den meisten Fällen nahezu unmöglich sein.

Der Interviewleitfaden wurde entsprechend der Stufen der Wirkungstreppe strukturiert. Folgende Inhalte wurden erfragt:

1. Angebotene Leistungen der Umweltberatungsstelle (insgesamt)
2. Zielgruppe der Beratungsleistung
3. Zufriedenheit der Kunden mit der Beratung
4. Methoden zur Evaluation der Beratungsleistungen
5. Hilfestellung für die Nachberatungsphase
6. Qualifikation der Beratungsleistungen
7. Institutionalisierung einer Evaluation
8. Erreichen einer Verhaltensänderung durch die Beratung

Der Leitfaden der strukturierten Interviews ist im Anhang beigefügt.

3. Begriffsbestimmung

3.1 Definition und Abgrenzung Umweltberatung

Das Dienstleistungsangebot, das derzeit unter dem Begriff „Umweltberatung“ zusammengefasst wird, ist sehr breit gefächert. Daher erfolgt zunächst eine Definition des Begriffs und eine definitorische Abgrenzung der Begriffe Umweltberatung, Umweltbildung und Umweltinformation. Dazu wurde eine Literaturrecherche in der einschlägigen Fachliteratur durchgeführt. Im Standardwerk zur Umweltberatung von Michelsen (1997) wird Umweltberatung folgendermaßen definiert:

Umweltberatung kann [...] als ein Instrument verstanden werden, das die freiwillige Entscheidung von Bürgern und Unternehmen, aber auch Behörden, Verbänden oder sonstigen Institutionen beeinflusst bzw. unterstützt, sich umweltverträglich zu verhalten bzw. entsprechend zu handeln.

Umweltberatung in diesem Sinne ist das Bestreben durch Information, Aufklärung, Empfehlungen und Warnungen, Personen zu helfen, ihr Handeln am Umweltschutz auszurichten.

Michelsen definiert als Ziel der Umweltberatung umweltverträgliches Verhalten und Handeln. Als Zielgruppe für die Umweltberatung nennt er Bürger, Unternehmen, Behörden, Verbände und sonstige Institutionen. Dabei stehen der Umweltberatung die Mittel Information, Aufklärung, Empfehlungen und Warnungen zur Verfügung.

Der Bundesverband für Umweltberatung (bfub) hebt in seinem Leistungsbild von 2012 das Nachhaltigkeitsziel sowie den Dienstleistungscharakter von Umweltberatung hervor. Auf der anderen Seite soll die Umweltberatung auch aktiv und flexibel dazu beitragen, umweltbezogene Ziele zu erreichen:

Umweltberatung hat die Erhaltung und die Schonung unserer natürlichen Lebensgrundlagen zum Ziel. Umweltberatung ist ein Dienstleistungsangebot, das ökologisch und sozial verantwortliches Handeln bei Personen und Institutionen initiiert, verstärkt und weiterentwickelt. Umweltberatung ist ein dynamisches Instrument zur Umsetzung umweltpolitischer Ziele und des vorsorgenden Umweltschutzes.

*Nur mit Umweltberatung kann es eine nachhaltige Entwicklung geben. Umweltberatung verfolgt in ihrer Arbeit nachhaltige Lösungskonzepte und arbeitet nach der Leitidee "**Vom Wissen zum Handeln**".*

Damit stellt sich die Umweltberatung aus Sicht des bfub als wichtige Schnittstelle dar, die eine nachhaltige Entwicklung möglich macht. Wie die letzte Bevölkerungsumfrage zum Umweltbewusstsein in Deutschland (BMUB, UBA 2017, S. 14-24) erneut gezeigt hat, ist das Umweltbewusstsein in Deutschland hoch. Es besteht jedoch nach wie vor eine Diskrepanz zwischen dem Bewusstsein und tatsächlichem umweltfreundlichen Verhalten (BMUB, UBA 2017, S. 32-34).

Umweltberatung hilft, genau diese Diskrepanz zu überwinden und nach dem Motto „Vom Wissen zum Handeln“ umweltfreundliches Verhalten zu fördern.

Weitgehender Konsens besteht [...] darin, dass die Umweltberatung eine besonders geeignete Möglichkeit sei, die vielfach beklagte Diskrepanz zwischen Umweltbewusstsein und umweltbezogenem Verhalten zu überwinden. (Stockmann et al. 2001, S. 29)

Das Dienstleistungsangebot der Umweltberatung unterscheidet sich nach den adressierten Zielgruppen sowie den Beratungsinhalten und Beratungsformaten. Zielgruppen können laut Stockmann, Urbahn (2001) folgende sein:

- Individuen (z.B. **Verbraucher**, Unternehmer, Arbeitnehmer etc.)
- **Privathaushalte**
- Unternehmen
- Kommunen (z.B. Städte und Gemeinden, Zweckverbände)
- öffentliche Einrichtungen (z.B. Krankenhäuser, Altenheime)

Im Rahmen dieses Projektauftrags wird nur die Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Privathaushalten betrachtet.

Sehr hilfreich zur Abgrenzung gegenüber anderen Dienstleistungen oder Angeboten erwies sich die Definition von Stockmann et al. (2001), der Umweltberatung als spezifische Form von Beratungstätigkeit verstanden wissen will:

*Die **Besonderheit einer Beratung** besteht allgemein darin, dass **sie sich primär an den Bedürfnissen und Problemlagen ihrer Klientel und nicht an der Vermittlung bestimmter Inhalte zu orientieren hat**. Umgekehrt wird eine Beratung von den Ratsuchenden nicht zur eigenen Weiterbildung, sondern zur **Lösung konkreter Fragen** in Anspruch genommen. Ein Steuerberater z.B. möchte seinen Kunden nicht im Steuerrecht schulen oder sie über neuere Entwicklungen aufklären, sondern sie bei der Erstellung ihrer Steuererklärung unterstützen. Die Kunden sind auf der anderen Seite daran interessiert, ihre Steuerrückerstattung zu optimieren und wollen nicht unbedingt ihre Kenntnisse im Steuerrecht verbessern.*

Im Gegensatz zu dieser Beratungsleistung stellen sich Umweltinformation und Umweltbildung anders dar:

Umweltinformation wird als das bloße Bereitstellen von Informationen ohne weitere Beratung (z.B. Internetseiten mit Informationen/ Umwelttipps, Infobroschüren, Ratgeber o.ä.) verstanden. Hier steht die Wissensvermittlung im Vordergrund. Sie ist damit wichtiger Bestandteil von Beratungen, aber nicht im Kern identisch.

Umweltbildung richtet sich im Normalfall an Gruppen, z.B. Kitas, Schulen, Hochschulen, berufliche Gruppen. Bildungsangebote sollen unabhängig vom konkreten Bedürfnis sensibilisieren und den Kompetenzerwerb unterstützen. Eine Beratung zu individuellen Fragen ist hier nicht geplant.

Umweltberatung kann daher als die interaktive Anwendung allgemeiner Umweltinformationen zur Lösung eines individuellen Handlungsproblems definiert werden. Dabei kann auch Umweltinformation oder Umweltbildung stattfinden. Primärer Zweck ist aber nicht die Bereitstellung von allgemeinem Wissen oder die Kompetenzerhöhung, sondern die möglichst umweltgerechte Lösung eines Handlungsproblems. Die wichtigsten Kriterien zur Abgrenzung sind:

- Umweltberatung ist interaktiv (im Gegensatz zur Umweltinformation).
- Umweltberatung hat die Lösung eines konkreten Handlungsproblems zum Ziel (im Gegensatz zur Umweltbildung).

Umweltbildung und Umweltinformation sind stets ein Teil der Aufgaben einer Umweltberatungsstelle. Im Rahmen dieser Studie wurden jedoch reine Umweltinformationsleistungen oder Bildungsträger, die ausschließlich Umweltbildung anbieten, nicht berücksichtigt. Als Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher wurden nur Angebote für eine persönliche Beratung erfasst, in der auf die Bedürfnisse und Probleme der Kunden eingegangen werden kann. Diese Beratung findet sowohl telefonisch, per Mail, per Fax oder per Post statt. Sie kann auch im persönlichen Gespräch in der Beratungsstelle, an Infoständen oder im Haushalt des/ der Ratsuchenden stattfinden. Zusätzlich wurden interaktive Online-Tools erfasst, die aufgrund der eingegebenen Daten mittels eines Algorithmus eine individuell angepasste Empfehlung ausgeben. Im Sinne der Betrachtung von Umweltberatung als Dienstleistungsangebot werden die Ratsuchenden im weiteren Text als Kunden und die Beratungsstellen als Anbieter bezeichnet.

Darüber hinaus kann zwischen abhängiger und unabhängiger Umweltberatung unterschieden werden. Bei der unabhängigen Umweltberatung werden Handlungsempfehlungen neutral und frei von Verkaufsinteressen vermittelt. Dies ist klassischerweise z.B. bei Verbraucherzentralen oder behördlichen Umweltberatungsstellen der Fall.

Im Gegensatz dazu werden abhängige Umweltberatungen von unterschiedlichsten Berufsgruppen als (teilweise kostenlose) Zusatzleistung angeboten. Der Kunde zahlt häufig nur für die Dienstleistung oder das Produkt, nicht aber für die Beratung. Beispiele hierfür sind:

- Umwelt- und Energieberatung durch Handwerker
- Beratung zu nachhaltigen Geldanlagen durch Versicherungsvermittler oder Finanzberater
- Beratung zu umweltschonendem Reisen durch Reisebüros oder Reiseagenturen
- Beratung zu ökologischen Textilien durch Naturtextilläden
- Beratung zu umweltschonendem Tourismus durch Outdoorläden
- Ernährungsberatung im Ökoladen/ auf dem Ökohof
- Baubiologische Beratung durch Architekten

- Beratung zu Innenraumschadstoffen durch Bausachverständige

Da diese Berater ihr Einkommen durch eine empfohlene Dienstleistung oder ein Produkt erzielen, ist die Unabhängigkeit der Beratung nicht gegeben. Diese Beratungsangebote bleiben in dieser Studie ebenfalls unberücksichtigt.¹

3.2 Handlungsbereiche in der Umweltberatung

Um die Verbraucherthemen zu untersuchen, die im Rahmen der Umweltberatung behandelt werden, folgt eine Eingrenzung unterschiedlicher Themen in Handlungsbereichen. Damit wird der Vorgehensweise aus dem Arbeitspaket 1 entsprochen, in dem eine Vielzahl an Themen in Handlungsbereichen definiert und somit fassbarer gemacht wird.

Umweltberatung kann sich prinzipiell auf alle Bereiche des Lebens und Arbeitens beziehen. In diesem Zusammenhang spielen nur die Handlungsbereiche eine Rolle, die für Verbraucherinnen und Verbraucher relevant sind. Da in der Literatur und von den Beratungsstellen unterschiedliche Begriffe verwendet werden und die Handlungsbereiche untereinander nicht trennscharf abgegrenzt werden können, wurde die Einteilung der Handlungsbereiche in weiten Teilen an die Einteilung in AP1 angepasst. Es wurden insgesamt 12 Handlungsbereiche definiert. Die folgende Tabelle vergleicht die Handlungsbereiche von AP1 und AP2.

Tabelle 1: Vergleich der Handlungsbereiche aus AP1 und AP2.

AP1	AP2
Wohnen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Langlebige Verbrauchsgüter ▪ Energieverbrauchende Endgeräte ▪ Bewohnen ▪ Gebäudehülle (Konstruktion) 	Wohnen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Langlebige Verbrauchsgüter ▪ Energieverbrauchende Endgeräte ▪ Bewohnen (<i>hier: v.a. Schadstoffe in Innenräumen, Heizen, Warmwasser, Beleuchtung</i>)
	Bauen ² (<i>hier: v.a. ökologische Baustoffe, klimafreundliche Sanierung, Gebäudehülle</i>)
Mobilität	Mobilität
Ernährung	Ernährung/ Gesundheit³

¹ In der späteren Darstellung der Akteure der Umweltberatung werden so genannte „unabhängige Energieberater“ aufgeführt. Dies können Personen sein, die in ihrem Beruf Architekt, Bausachverständiger oder Handwerker sind, aber dennoch eine ‚unabhängige‘ Beratungsleistung anbieten. Bei der Liste der unabhängigen Berater, die eine BAFA-Vor-Ort-Beratung durchführen dürfen, wäre dies der Fall. Siehe dazu Kapitel 3 sowie die Liste der Quellen im Anhang.

² Zum Handlungsbereich Bauen wurden viele Beratungsangebote gefunden, unter anderem die Liste der unabhängigen Vor-Ort-Beratungen, die durch das BAFA gefördert werden. Es erschien sinnvoll, hier eine Unterteilung der Bereiche Wohnen und Bauen vorzunehmen, um die Unterschiede bezüglich einer Beratung zur BAU-Situation gegenüber einer WOHN-Situation deutlicher herausfiltern und untersuchen zu können.

AP1	AP2
Energieerzeugung	Energieerzeugung
Abfall	Abfall
Geldanlagen	Geldanlagen
IKT ⁴	IKT
Tourismus	Tourismus
Textilien	Textilien
	Wasser ⁵
	Naturschutz ⁶

Im Arbeitspaket 1 wurden Wohnen/ Bauen, Ernährung und Mobilität als die Handlungsbereiche mit dem größten Umwelteinfluss bezogen auf Verbraucherhandeln identifiziert. Diese wurden bei der nachfolgenden Recherche besonders berücksichtigt. Bei der Recherche hat sich gezeigt, dass nicht alle Beratungsangebote „Umweltberatung“ genannt werden. Um alle Handlungsbereiche abzudecken, wurden auch folgende (Fach-)Angebote berücksichtigt, wenn sie umweltverträgliches bzw. nachhaltiges Handeln und Verhalten zum Ziel haben:

- Abfallberatung
- Ernährungsberatung
- Mobilitätsberatung
- Energieberatung
- Bau-/ Wohnberatung

4. Ergebnisse

4.1 Übersicht über die Beratungslandschaft

Die Internetrecherche der großen und wichtigen Akteure der Umweltberatung in Deutschland ergab eine Anzahl von knapp 10.000 Beratungsstellen, die nach der vorliegenden Definition eine Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher anbieten, die neutral und unabhängig ist und das Ziel hat, eine Verhaltensänderung zu bewirken. Grob geschätzt agieren insgesamt ca. 13.000 Berater auf diesem Feld.

³ Zum Handlungsbereich Ernährung wird von den Beratungsstellen überwiegend in Kombination mit gesunder Ernährung beraten, was in AP 1 nicht Gegenstand der Untersuchung war. Das erscheint in diesem Zusammenhang nicht schädlich, da viele Empfehlungen in die gleiche Richtung gehen.

⁴ IKT – Informations- und Telekommunikationstechnologien

⁵ In AP2 wird ein weiterer Handlungsbereich „Wasser“ aufgenommen. Inhaltlich geht es hier um Beratungsleistungen die sich mit den Themen Wasserqualität, -verschmutzung oder -verbrauch beschäftigen. Eine übergeordnete Einordnung in einen der Handlungsbereiche „Wohnen“ oder „Ernährung/ Gesundheit“ schien hier nicht zielführend.

⁶ In AP2 wird ein weiterer Handlungsbereich „Naturschutz“ aufgenommen. Inhaltlich geht es hier um Beratungsleistungen bezüglich Fragestellungen zum Naturschutz und Garten. Hierbei handelt es sich ebenfalls um einen Bereich, der explizit von den Akteuren aufgeführt und angeboten wird.

Die Anzahl der Beratungen pro Beratungsstelle variiert sehr stark, je nach Beratungstyp. Bei intensiven Vor-Ort-Beratungen gibt es einzelne Akteure, die nur knapp 50 Beratungen pro Jahr durchführen. Online-Beratungstools hingegen werden für bis zu 500.000 „Beratungen“ im Jahr genutzt. Geht man von einer geschätzten, durchschnittlichen Anzahl von 16.500 Beratungen pro Jahr und pro Beratungseinrichtung (ohne Online Beratungstool) aus, so ergeben sich jährlich rund 165.000 persönliche Umweltberatungsleistungen. Auch die Dauer einer Beratungsleistung variiert sehr stark von wenigen Minuten, beispielsweise beim Aufsuchen einer Anlaufstelle und gezielter Fragestellung, bis hin zu mehreren Stunden (bei einer intensiven Vor-Ort-Beratung).

Tabelle 2 stellt eine Übersicht über die großen und wichtigen Akteure der Umweltberatung in Deutschland dar, gemäß den dieser Studie zugrunde liegenden Rahmenbedingungen und abgrenzenden Definitionen. Die Tabelle in Form einer „Heatmap“ zeigt die Häufigkeit vorhandener Beratungsangebote, sowie die Anzahl der Akteure nach farbig hinterlegten Zellen: von weiß – geringer Anzahl – bis dunkelrot – hohe Anzahl.

Tabelle 2: Akteure und Handlungsbereiche der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland

Akteur	Anzahl Einrichtungen	Anzahl Berater (Schätzwert) ⁷	Handlungsbereich											
			Textilien	Tourismus	IKT	Geldanlagen	Naturschutz	Gesundheit, Ernährung	Mobilität	Wasser	Abfall	Energieerzeugung	Wohnen	Bauen
türkischer Umweltverband	11	22	1	1	1	1	1	2	1	1	11	1	23	
BUND-Landesverbände	16	32	14	14	14	14	16	28	14	14	14	14	42	14
Online Tools	30	60	1	1				3	4	1	1	5	22	16
Umweltzentren	35	70	1		3		14	10	6	3	12	6	23	6
Baubiologische Beratungsstellen IBN	47	47											47	47
Verkehrsverbände	50	100							50	1		1	1	
Ernährungsberater gepr. ⁸	57	57						57						
Energieagenturen	80	160										80	160	80
Stromspar-Check (Caritas)	190	380											190	
ADFC-Infoläden + VCD	451	902							451					
Repair-Cafés	501	1.002									501			
Verbraucherzentralen	510	1.020		33	150	173		257	19				653	112
Stadtreinigungen	562	1.124									562			
Behörden	1.000	2.000		11	11		189	74	53	105	137	42	274	116
Energieversorger	1.092	2.184								1.092		1.092	1.092	
unabhängige Energieberater ⁹	5.038	5.038										104	1.577	4.202
Summe	9.670	13.362	17	60	179	188	220	431	598	1.217	1.238	1.345	4.104	4.593

^{7, 8, 9} Die in kursiv dargestellten Akteure „Ernährungsberater geprüft“ sowie „unabhängige Energieberater“ stellen Besonderheiten dar, da es sich hierbei jeweils um die Anzahl der Berater handelt. Da es sich hier überwiegend um freiberuflich Selbstständige handelt, wurde in diesem Fall jeder Berater als eine Beratungsstelle gewertet. Bei den Zahlen in der Spalte „Anzahl Berater“ handelt es sich um Schätzwerte, da keine verlässlichen Zahlen recherchiert werden konnten. Es wurde angenommen, dass es pro Einrichtung zwei Berater gibt, die ihre Leistungen anbieten. Dieser Schätzwert unterliegt eigenen Erfahrungswerten, stellt aber keinen überprüfaren Wert dar.

4.1.1 Akteure der Umweltberatung in Deutschland

Tabelle 2 zeigt die Darstellung der Akteure und Handlungsbereiche der Umweltberatung in Deutschland. Es ist zu sehen, dass Behörden, BUND-Landesverbände, Umweltzentren, die Verbraucherzentralen sowie der türkische Umweltverband das breiteste Spektrum an Beratung in den unterschiedlichsten Handlungsbereichen anbieten. Insgesamt stellen sie 31% der ausgesuchten und untersuchten Akteure dar. 69% der Akteure sind den Experten zuzuordnen, die spezialisiert auf ihren Bereich eine Beratungsleistung anbieten.

Als Antwort auf eine der Leitfragen kann festgehalten werden, dass die unabhängigen Energieberater, die Energieversorger sowie die behördlichen Beratungsstellen zahlenmäßig zu den Hauptakteuren in der Umweltberatungslandschaft für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland zählen.

Die unabhängigen Energieberater, die zu den Handlungsbereichen Bauen und Wohnen beraten, stellen den größten Anteil an Akteuren von Umweltberatung in Deutschland dar. Ebenfalls zu den Hauptakteuren zählen die Energieversorger, die mit insgesamt 1.092 Beratungsstellen in Deutschland in dem Bereich Wohnen bzw. Energie und energieverbrauchende Endgeräte beraten. In diesen Bereichen gibt es demnach ein großes Beratungsangebot sowie eine Vielzahl an Akteuren, die eine entsprechende Fachexpertise aufweisen.

Eine Besonderheit in der Liste stellen die Stadtreinigungen dar. Gemäß § 46 des Kreislaufwirtschaftsgesetzes (Abfallberatungspflicht) sind die öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträger, das heißt die Kommunen oder Kreise, im Rahmen der ihnen übertragenen Aufgaben in Selbstverwaltung zur Information und Beratung über Möglichkeiten der Vermeidung, Verwertung und Beseitigung von Abfällen verpflichtet. Die Stadtreinigungen übernehmen die Entsorgung im Auftrag der Kommunen und erhalten damit gleichfalls den Auftrag, der Beratungspflicht der Kommune nach dem Gesetz nachzukommen. Dementsprechend ist die Beratungssituation hier eine besondere, da alle Stadtreinigungen auch eine Abfallberatung anbieten (müssen). Teilweise haben die Stadtreinigungen diese Aufgabe wiederum an andere übertragen, z.B. in NRW an die Verbraucherzentralen.

Umweltberatungsstellen sind sehr häufig in Dachverbänden oder Bundesverbänden organisiert. Diese Verbände bieten in der Regel selbst keine Beratung für Verbraucherinnen und Verbraucher an. Sie stellen jedoch Hilfen und Infomaterial für die Berater/innen zur Verfügung, unterstützen die Beratungsstellen durch Projekte und Kampagnen oder bieten Weiterbildungen an. Außerdem fördern sie die Beratungsqualität durch Vernetzung und fachlichen Austausch. Die Verbände sind daher ebenfalls wichtige Akteure in der Umweltberatungslandschaft, da sie als Multiplikatoren wirken. Da sie aber keine persönliche Beratung anbieten, werden sie im Folgenden grafisch nicht dargestellt und/ oder weiter ausgewertet. Eine Liste wichtiger Verbände in Deutschland ist im Anhang beigefügt.

4.1.2 Handlungsbereiche in der Umweltberatung in Deutschland

Das Arbeitspaket 1 hat, wie unter 3.2 bereits aufgeführt wurde, folgende „Big Points“ herausgearbeitet: Mobilität, Ernährung, Wohnen/ Bauen. In Tabelle 2: „Akteure und Handlungsbereiche der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland“ werden alle Handlungsbereiche aufgelistet, wie sie nach Häufigkeit des Angebots bei den Akteuren für Umweltberatungen für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland vorgefunden wurden. Aus der Tabelle wird ersichtlich, dass die Handlungsbereiche Bauen und Wohnen am häufigsten in der Umweltberatung angeboten werden. Einzige Unterscheidung ist hierbei, dass der Bereich Bauen mit insgesamt knapp 5.000 Auflistungen noch häufiger angeboten wird als Beratungsleitungen im Bereich Wohnen (mit etwas über 4.000 Auflistungen).

Die Handlungsbereiche Energieerzeugung, Abfall und Wasser folgen als die Bereiche, die nach Bauen und Wohnen am häufigsten in der Beratung angeboten werden.

Betrachtet man die weiteren Handlungsbereiche, für die in AP1 eine hohe Relevanz festgestellt wurde, Mobilität und Ernährung, so ist festzuhalten, dass eine Beratung in diesen Bereichen in Deutschland nicht sehr häufig angeboten wird. Hier werden lediglich etwa 600 Angebote zur Mobilitätsberatung aufgelistet. Verteilt man diese Angebote auf die knapp 700 Groß- und Mittelstädte in Deutschland (über 20.000 Einwohner), kann man davon ausgehen, dass hier kein flächendeckendes Angebot vorliegt. Der Bereich Gesundheit/ Ernährung wird noch weniger gelistet. Demnach sind die Bereiche Mobilität und Ernährung - für die Relevanz, die sie bezüglich Umwelt- und Ressourcenschutz haben - in der Beratungslandschaft unterrepräsentiert. Warum dies so ist, wird unter dem Ergebnis 4.2 weiter diskutiert.

Eine Beratung zu Naturschutz, Geldanlagen, IKT, Tourismus oder Textilien wird am seltensten bei den Umweltberatungsstellen angeboten. Aufgrund der Recherchen ist zu vermuten, dass es für diese Handlungsbereiche zwar teilweise Bildungs- und Informationsangebote oder Projekte gibt, Verbraucherinnen und Verbraucher bei Beratungsbedarf jedoch überwiegend auf abhängige Beratung durch Finanzdienstleister, Reisebüros, Einzelhandel oder direkt von Produktanbietern angewiesen sind. In diesen Fällen ist keine Neutralität der Beratung gegeben, weshalb sie im Rahmen dieser Untersuchung nicht erfasst wurden. Beispiele hierfür sind: Beratung zu IKT Technologien über die jeweiligen Anbieter, Beratung in den Bereichen Bauen und nachhaltige Geldanlagen bei Banken/ Finanzdienstleistern und Architekten, Beratung zu nachhaltigem Tourismus in Tourismus-Fachgeschäften.

Exkurs: Vergleich zu anderen Beratungsleistungen

Die Anzahl der vorhandenen Beratungen ohne expliziten Umweltbezug übersteigt in einigen Handlungsbereichen sicherlich deutlich die der vorhandenen neutralen, unabhängigen Umweltberatungen. So konnten nur 57 Ernährungsberater recherchiert werden, die sich dem Verband „fair beraten“ angeschlossen haben, weil sie Umweltaspekte mitberücksichtigen. Dagegen gibt es laut statistischem Bundesamt in Deutschland etwa 1.300 sozialversicherungspflichtig angemeldete

Beschäftigte im Bereich der Ernährungsberatung. Im Bereich Tourismus existieren 2.500 Reiseveranstalter mit über 9.000 Reisebüros als potenzielle Anlaufstelle für Beratungen. Nur 5% der Reiseveranstalter scheinen sich bereits mit Themen des nachhaltigen Tourismus zu beschäftigen. Dies kann allerdings nur in Form von Mitgliedschaften der Reiseveranstalter in Vereinen oder Verbänden wie beispielsweise „forum anders reisen“ e.V. ‚belegt‘ werden. Laut Bundesverband deutscher Banken gab es in Deutschland 2015 rund 36.000 Filialen von Banken und Sparkassen. Es ist davon auszugehen, dass jede Filialstelle mindestens zwei oder mehr Finanzberater beschäftigt. Hinzu kommt eine nicht genau bekannte Anzahl von unabhängigen Finanzberatern. Inwiefern die Nachhaltigkeit von Geldanlagen bei der Beratung eine Rolle spielt, ist nicht bekannt.

4.1.3 Aktivitäten der Beratungsstellen

Als Ergebnis der durchgeführten Interviews kann festgestellt werden, dass bei den interviewten Umweltberatungseinrichtungen die persönliche Beratung im Schnitt weniger als die Hälfte der gesamten Aktivitäten ausmacht. Fast alle Einrichtungen führen außerdem Projekte durch, erstellen Infomaterialien und machen Bildungsangebote. Aktionen und Öffentlichkeitsarbeit stellen für alle Einrichtungen wichtige Bestandteile ihrer Arbeit dar. Kampagnen werden von vielen Einrichtungen durchgeführt. Ergänzende Angebote wie Give-Aways, die Einrichtung von Sammelstellen (Naturkorken, Batterien, Energiesparlampen u.ä.) sowie Wettbewerbe werden von einem Teil der Einrichtungen ebenfalls zur Unterstützung der eigenen Ziele genutzt.

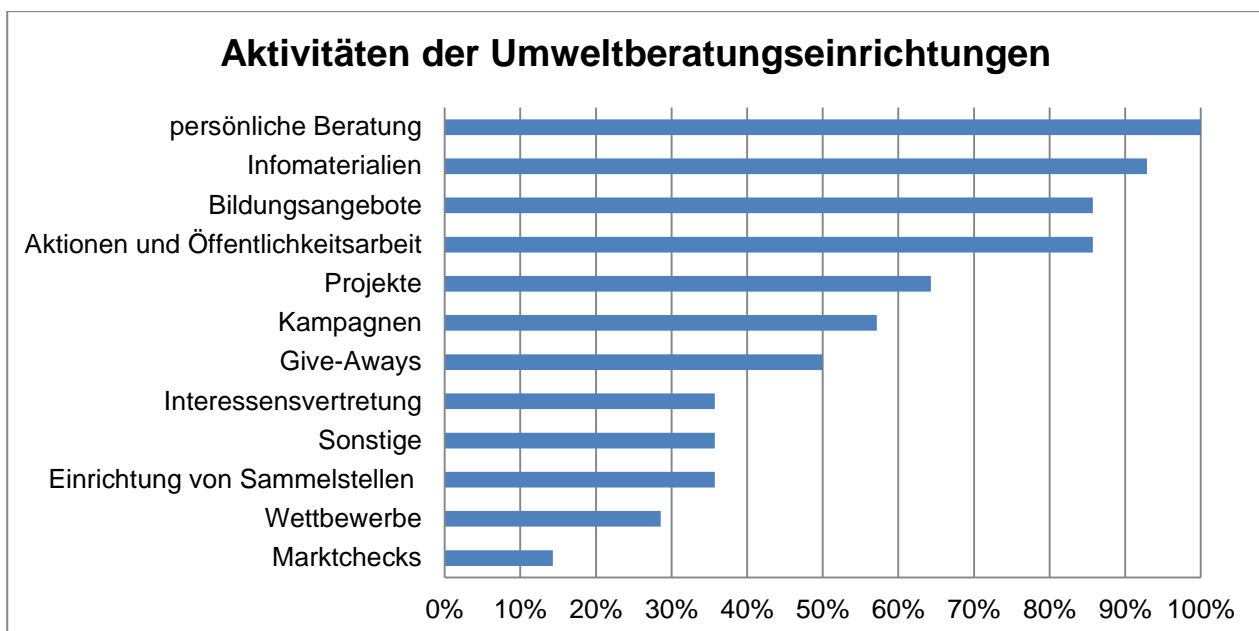


Abbildung 2: Aktivitäten der interviewten Umweltberatungseinrichtungen.

4.1.4 Reichweite der Umweltberatung

Die meisten der im Interview untersuchten Beratungsangebote finden auf Stadt- oder Kreisgebietsebene statt. Projekte und einzelne Aktionen werden meistens auf Stadt- bzw. sogar Stadt-

teilebene durchgeführt. Beratungsstellen, die von den Kunden persönlich aufgesucht werden, haben also in der Regel eine lokale Reichweite. Online-Tools oder telefonische Beratungsangebote werden bundesweit genutzt.

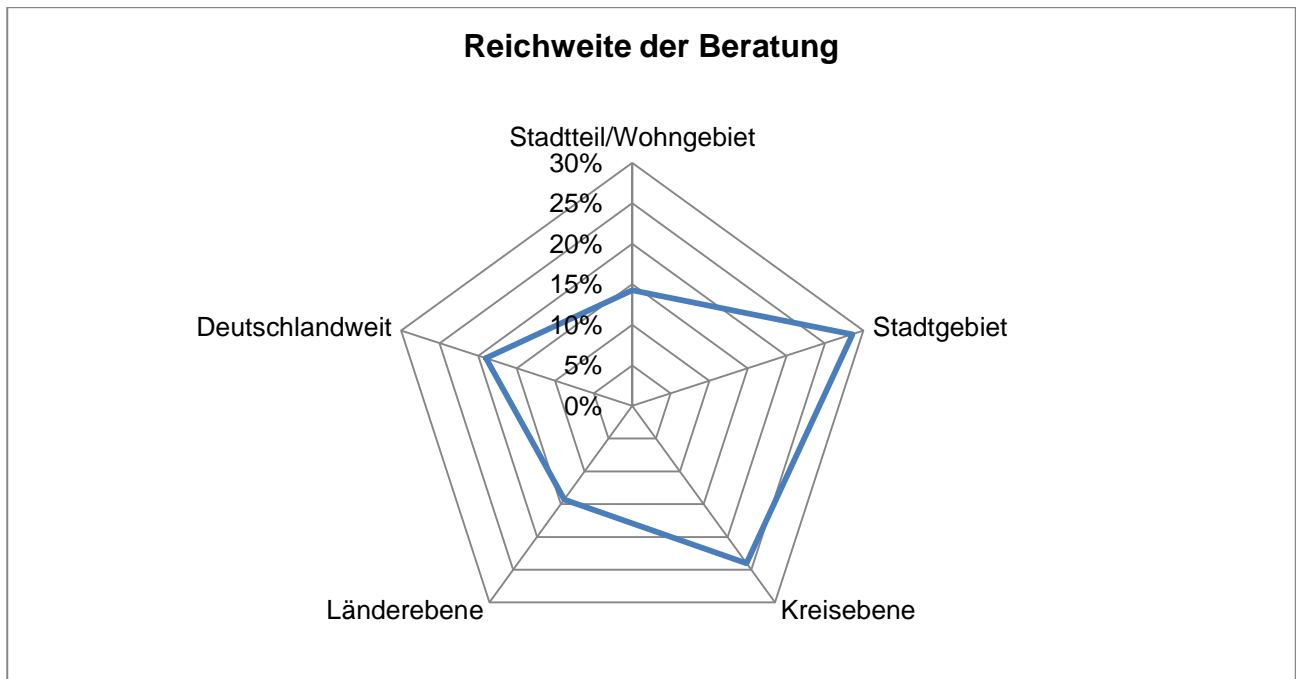


Abbildung 3: Reichweite der Beratung.

4.1.5 Anzahl der Umweltberatungen

Die Anzahl der durchgeführten Beratungen pro Jahr (Relevanz) ist zwischen den interviewten Beratungsstellen sehr unterschiedlich. Sie schwankt zwischen 40 und 500.000 Beratungen pro Jahr. Allerdings können die angegebenen Zahlen nur bedingt untereinander verglichen werden. Inhaltlich unterscheiden sich die angegebenen Beratungen darin, dass zum Einen „Kurzberatungen“, sprich kurze Kundenkontakte in einer Beratungsanlaufstelle gewertet werden, wie es bspw. beim Verkehrsverbund der Fall ist, und zum Anderen zeitintensive Vor-Ort-Beratungen in den Privathaushalten, wie sie beim türkischen Umweltverein oder der Energieberatung vorkommen. Während bei einigen Beratungsstellen, wie beispielsweise bei der Beratung zu Ernährung durch im Förderverein fair beraten e.V. zusammengeschlossene, geprüfte Ernährungsberater, die Berater nebenberuflich selbstständig arbeiten und Vor-Ort-Termine bei den Kunden zu Hause wahrnehmen, haben andere Beratungsstellen feste Büros mit mehreren Angestellten, zu denen die Kunden ins Haus kommen. Bei der befragten Mobilitätsberatung mit 70.000 Beratungen im Jahr werden laut Aussage der Interviewpartnerin im „M-Punkt“ in der Stadtmitte im Sekundentakt von mehreren Mitarbeitern Auskünfte gegeben. Die Verbraucherzentrale NRW gehört mit ihren 13.500 persönlichen Beratungen pro Jahr an 19 Standorten zu den großen Akteuren für eine breit gefächerte Umweltberatung. Online-Beratungstools können zu jeder Zeit Kunden ‚beraten‘. Hier liegt die Zahl der durchgeführten Beratungen deutlich höher als bei Einrichtungen, die vor Ort Termine anbieten.

Tabelle 3: Interviewte Umweltberatungs-Einrichtungen.

Beratungseinrichtung	Akteur	Bundesland	Handlungsbereiche											Anzahl Beratungen pro Jahr (1: <10.000, 2:10.000- 100.000, 3:>100.000)	
			Naturschutz	Tourismus	Textilien	IKT	Geldanlagen	Gesundheit, Ernähr.	Mobilität	Wohnen	Abfall	Energieerzeugung	Wasser		Bauen
Allgemeinberatung	Online-Tool	Alle (deutschlandweit)				x		x	x	x		x	x	x	3
	Umweltzentrum	Bremen			x	x					x		x	x	1
	Umweltzentrum	Bayern	x		x		x	x	x	x	x		x		1
	BUND-Landesverband	Sachsen	x		x			x	x		x				1
	Verbraucherzentrale	NRW	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x		2
	Behörde	Hessen	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	2
	türkischer Umweltverband	Berlin	x		x	x	x	x		x	x	x	x		1
Fachberatung	Stadtreinigung	NRW										x			2
	Stromspar-Check	Bremen						x	x	x			x	x	1
	Energieagentur	Hamburg	x								x		x	x	1
	Ernährungsberater gepr.	NRW						x							1
	VCD	Berlin								x					1
	Energieberater BAFA-Liste	Berlin									x			x	1
	Verkehrsverbund	Baden-Würt.		x						x					2
Gesamtanzahl der interviewten Beratungsstellen, die zu dem jeweiligen Handlungsbereich beraten			6	3	6	3	3	8	8	9	6	5	7	6	

4.1.6 Formate der Umweltberatung in Deutschland

Wie die Internetrecherche zeigte, kann ein grundsätzlicher Unterschied festgestellt werden zwischen solchen Akteuren, die eine auf einen Handlungsbereich spezialisierte Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher anbieten und solchen Akteuren, die eine Beratungsleistung zu einer Vielzahl von Handlungsbereichen anbieten. Zu den Anbietern von vielfältiger Umweltberatung zählen Behörden bzw. behördliche Einrichtungen. Hier sind es in der Regel die Fachämter, bspw. das Umweltamt, das als „Relikt“ der lokalen Agenda 21 Prozesse noch eine Umweltberatungsstelle besitzt. Weiterhin gehören dazu die Verbraucherzentralen, BUND-Landes-

verbände, Umweltzentren sowie der türkische Umweltverband Yeşil Çember gGmbH. Außer bei den Verbraucherzentralen und dem türkischen Umweltverband steht bei den Akteuren der allgemeinen Umweltberatung häufig nicht die Beratungsleistung im Mittelpunkt ihrer Aktivitäten. Umweltfreundliches Handeln wird bei diesen Einrichtungen eher durch Bildungsangebote, Projekte, Kampagnen oder ähnliches gefördert. So bieten viele BUND-Landesverbände oder Umweltzentren prinzipiell eine Beratung an. Sie wird jedoch nicht offensiv beworben. Auch die Behörden beraten aufgrund ihres Informationsauftrags prinzipiell in nahezu allen Handlungsbereichen. In Ausnahmefällen betreibt die Behörde selbst ein Umweltzentrum oder einen Umweltladen, der als Anlaufstelle für Verbraucherinnen und Verbraucher dient. In den übrigen Fällen sind die Mitarbeiter/innen der Umwelt- oder Naturschutzämter prinzipiell zu Auskünften verpflichtet, spezielle Beratungszeiten o.ä. gibt es jedoch nicht. In der Übersicht wurden dennoch bundesweit alle Umweltämter als prinzipiell vorhandene Anlaufstelle erfasst, da es hier nach wie vor die Möglichkeit der neutralen, bilateralen Beratungssituation gibt. Alle weiteren gelisteten Akteure beraten überwiegend nur zu einem Fachgebiet: Die Energieversorger beraten im Bereich Energieerzeugung sowie Wohnen. Die Verkehrsverbände beraten zum Thema nachhaltige Mobilität. In der Übersicht wurden nur Verkehrsverbände erfasst, die neben einer reinen Beratung zu Fahrkarten und Preisen eine darüber hinausgehende Mobilitätsberatung anbieten. Häufig handelt es sich dabei um Mobilitätsberatung für spezielle Zielgruppen wie beispielsweise Senioren oder Geflüchtete, in wenigen Fällen aber auch um eine umfassende Mobilitätsberatung für alle Verbraucherinnen und Verbraucher.

Insgesamt ergeben sich unterschiedliche Beratungsformate, in die die untersuchten Beratungsleistungen gegliedert werden können:

- Fach- oder Universalberatungen – nach Grad der Spezialisierung
- Online- und Offline-Beratungen – nach Angebot im Internet
- Telefonberatung, schriftliche Beratung per Mail, Post oder Fax, Beratung in der Beratungsstelle/ an einem Infostand, Vor-Ort-Beratung (im Haus der Kunden) - nach Angebotsort
- Kurz- oder Intensivberatungen – nach Beratungsdauer von 2 Minuten bis hin zu einem halben Tag (in Anlehnung an den Angebotsort; 2-Minuten-Beratungen in Anlaufstellen – halbtägige Vor-Ort-Beratungen).

In den durchgeführten Interviews wurde versucht, ein breites Spektrum von Akteuren der Beratungsleistungen abzudecken. Es wurden sieben Akteure, die überwiegend eine Fachberatung anbieten, interviewt sowie sieben Akteure, die ein breites Spektrum der Handlungsbereiche abdecken (Tabelle 3).

4.2 Evaluation der Umweltberatung

Dieses Kapitel gibt eine Einschätzung der Wirkung der Beratungsleistungen auf Grundlage der Reichweite, Relevanz und Erfolg der verschiedenen Beratungsangebote.

Neben der Recherche von bereits durchgeführten Evaluationen zur Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland werden hier vor allem die Ergebnisse der Internetrecherche, der durchgeführten Experteninterviews sowie zur Verfügung gestellte, eigene Evaluationen der Akteure als Diskussionsgrundlage zu Rate gezogen.

4.2.1 Ergebnisse der Literaturrecherche

Eine durchgeführte Literaturrecherche nach veröffentlichten Evaluationen ergab, dass aktuell keine weitreichenden Evaluationen zur Beratungslandschaft vorliegen. Es wurden zwei ausführliche Berichte aus den Jahren 2001 und 2002 gefunden, die sich jeweils auf Förderprojekte des UBA/BMU bzw. der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) beziehen. In Meyer et al. (2002) wurde festgestellt, dass keine Aussagen über die externe Wirksamkeit der Umweltberatungsangebote getroffen werden können, weil die meisten der untersuchten Projekte keine Wirkungskontrolle durchgeführt haben. Den mit viel – auch ehrenamtlichem – Engagement durchgeführten Umweltberatungsprojekten fehlten häufig die Ressourcen für ein begleitendes Qualitätsmanagement.

Die von Stockmann et al. (2001) dargestellte Evaluation eines Förderprogramms der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) bezieht sich hauptsächlich auf geförderte Umweltberatung für Betriebe der mittelständischen Wirtschaft und Handwerksbetriebe in den neuen Bundesländern. Sie wurde mangels anderer Evaluationen hier als Vergleich herangezogen. In dieser Evaluation wurde festgestellt, dass über die Hälfte der empfohlenen Maßnahmen von den Betrieben umgesetzt wurden. Als weiteres Ergebnis ergab sich, dass die Entscheidung für eine vollständige Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen von der subjektiven Beurteilung der Beratungsqualität, der wahrgenommenen Bedrohung durch das neue Umweltrecht und dem allgemeinen Stellenwert des Umweltschutzes im Betrieb abhing. Die Zufriedenheit der Kunden und die Einschätzung der Kompetenz der Beratungsstelle durch die Kunden scheinen hier einen erheblichen Einfluss auf die Wirkung zu haben.

Gegenüber der in der Literatur von 2001 bis 2002 beschriebenen Situation, dass kaum Evaluationen durchgeführt werden, scheint sich die Lage inzwischen verbessert zu haben. Fünf von 14 interviewten Umweltberatungsstellen haben bereits mindestens einmal eine externe Evaluation durchführen lassen. In einem Fall ist eine solche Evaluation noch geplant. In den meisten Fällen war die externe Evaluation eine Vorgabe des Fördermittelgebers, der dafür auch die notwendigen finanziellen Ressourcen bereitstellte.

4.2.2 Ergebnisse der Interviews

Im Folgenden werden die Ergebnisse der durchgeführten Interviews mit Hinblick auf den Erfolg der Beratungsleistungen diskutiert und evaluiert.

Qualitätsmanagement

Um das Qualitätsmanagement der Einrichtungen zu erfassen, wurden Fragen gestellt nach der Häufigkeit der Evaluation, nach Optimierungsmaßnahmen aufgrund von Evaluationsergebnissen und nach einer regelmäßigen Erfassung und Aufnahme von Kundenwünschen. Es wurde durchgehend berichtet, dass es einen stetigen Austausch zwischen Anbieter und Kunde gäbe. Dieser Austausch finde oft im persönlichen Gespräch statt. Wichtige Hinweise führen immer zu einer Optimierung der Leistungen (learning-loop), sei es durch Nachschulungen von Beratern, Anpassung der Themen, der Methodik oder der Erreichbarkeit. Zur Aufnahme des Kundenfeedbacks haben sich nach Aussage der Interviewpartner Rückmeldungen im persönlichen Gespräch sowie Feedbackbögen im Nachgang zu Veranstaltungen bewährt.

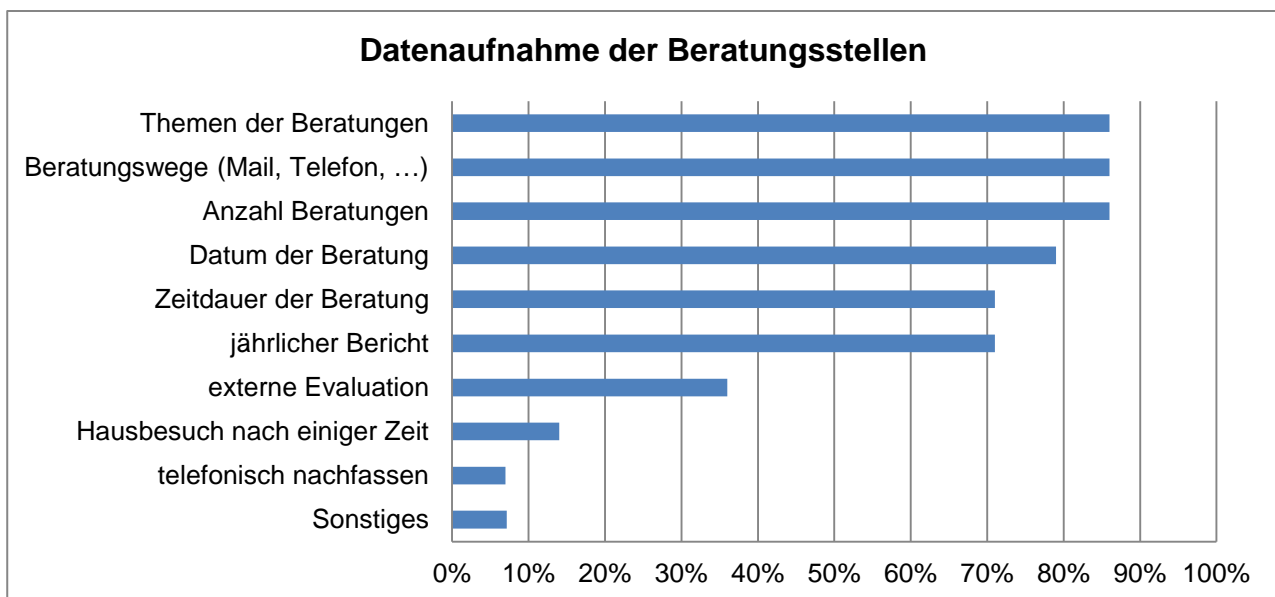


Abbildung 4: Datenaufnahme der Beratungsstellen.

Alle interviewten Beratungsstellen mit drei Ausnahmen erfassen wichtige Daten zur Beratung wie Anzahl der Beratungen, Beratungswege (Telefon, Mail,...), Beratungsthemen, Dauer der Beratung und Datum, wobei ein Interviewpartner einen Verband mit seinen Mitgliedern vertritt, die individuell die Beratungsdaten erfassen, aber nicht im Verband zusammentragen. Zehn von 14 Einrichtungen erstellen jährlich einen Bericht oder eine Statistik (Stufe 1 + 2 der Wirkungstreppe).

Informationsbeschaffung und -weitergabe

Es wurde außerdem erfragt, welche Hilfestellung die Berater/innen für die Nachberatungsphase mitgeben. Am häufigsten werden eigenes Infomaterial mitgegeben oder andere Beratungsstellen empfohlen. Danach folgen eigene oder andere Internetseiten sowie Apps, Tipps zur Handwerker-, Firmen- oder Energieberatersuche durch Hinweise auf eigene oder öffentliche Listen.

Im Fall des Online-Portals co2online hat diese Empfehlung einen besonderen Stellenwert, denn hier wird in der Regel bei der Schlussempfehlung auf persönliche Beratungsangebote vor Ort (z.B. Energieberater) verwiesen. Das Online-Portal schließt damit die Lücke zwischen der eigenen Recherche der Kunden im Internet zur Erstinformation und der persönlichen Beratung.

Bei der Frage nach den Quellen für die eigene Informationsbeschaffung der Berater wurden die Internetseiten des Umweltbundesamtes mit Abstand am häufigsten genannt. Hier werden vor allem Gesetzestexte, Positionspapiere und Hintergrundinformationen gesucht. Des Weiteren nutzen die Beraterinnen und Berater Internetrecherche, Fachleute aus anderen Institutionen, Fortbildungen, Fachtagungen und Fachveranstaltungen, berufliche Netzwerke, Fachzeitschriften, Gesetze, Verordnungen und andere Veröffentlichungen zur eigenen Weiterbildung und Information.

Ziele der Beratung

Bei der im Interview offen gestellten Frage „Welche Ziele setzen Sie sich?“ wurden unterschiedliche Arten von Zielen genannt. Als operationales Ziel wurde mehrfach die Anzahl der Beratungen pro Jahr angegeben. Teilweise werden diese Zielzahlen im jährlichen Audit oder in einer Jahresplanung festgelegt. In einem Fall wurden diese Zielzahlen vom Fördermittelgeber vorgegeben. Darüber hinaus wurden Leitziele zur Beratungsqualität und zur Wirkung genannt.

Tabelle 4: Ziele für die Beratung bei den interviewten Einrichtungen.

Operationale Ziele	Leitziele Beratungsqualität	Leitziele Wirkung
Anzahl der Beratungen pro Jahr	Kundenzufriedenheit individuelle und praxistaugliche Empfehlungen geben (3 Nennungen) informieren, unterstützen, motivieren, sensibilisieren, Verbraucherinnen und Verbraucher bilden	nachhaltiger Konsum umweltfreundliche Mobilität klimafreundliches Verhalten etwas Gutes für die Gesellschaft und für sich tun Zukunft der Kinder verbessern

Etwa die Hälfte der Beratungsstellen gab an, die gesetzten Ziele zu erreichen. Die andere Hälfte stellte fest, dass die Ziele manchmal auch nicht erreicht werden, weil zum Beispiel bestimmte Zielgruppen (junge Menschen) nicht in die Beratung kommen oder die Beratungsinhalte unterschiedlich gut angenommen werden. So könne es vorkommen, dass zum Beispiel ein Infostand mit einem Beratungsangebot nur wenig besucht oder dass eine besondere themenspezifische Beratung kaum nachgefragt wird.

Wirkung der Beratung (nach der Wirkungstreppe von Phineo 2015)

Die Kundenzufriedenheit wurde von den interviewten Beratungsstellen meistens durch eine direkte Rückmeldung noch während der persönlichen Beratung subjektiv erfasst. Zum Teil bedanken sich Verbraucherinnen und Verbraucher im Nachhinein für die Beratung. Oft ist ein Indikator für eine gute Beratung, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die Beratungsstelle erneut mit einer weiteren Fragestellung aufsuchen (2 Nennungen). Die Zufriedenheit der Kunden wurde von den Interviewpartnern durchgehend mit gut oder sehr gut eingeschätzt (Stufe 3 der Wirkungstreppe). Als Grund dafür gaben die Beratungsstellen an, dass die Handlungsempfehlungen jeweils auf die Fragen und die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten würden. Im persönlichen Gespräch könne

man gegebenenfalls nachsteuern, so dass letztlich alle Kunden zufrieden gestellt würden. Anhand der direkten Rückmeldungen schätzten die Interviewpartner den Nutzen für die Kunden daher durchgehend als gut oder sehr gut ein (Stufe 4).

Somit sind die Nutzung der Leistung sowie die Zufriedenheit mit dem Angebot durch die Zielgruppe und damit die Stufen 2 und 3 der Wirkungstreppe nach Phineo (2015) erreicht. Bei der Befragung wurde auch deutlich, dass Verbraucherinnen und Verbraucher mit einer bestimmten Fragestellung in eine Beratungssituation hineingehen. Es wird eine bestimmte Fragestellung in der Beratung erörtert, zu der es am Ende der Beratung auch eine Antwort bzw. Lösung gibt. Einige Interviewpartner wiesen darauf hin, dass sich Verbraucherinnen und Verbraucher im Vorfeld selbst informieren (hauptsächlich über das Internet), bevor sie in eine Beratungssituation hineingehen. Daher sind die Verbraucherinnen und Verbraucher bereits zu den Beratungsthemen vorinformiert. Der Berater ist in dieser Situation dann Experte in seinem spezifischen Handlungsbereich.

Sechs von 14 interviewten Beratungsstellen gaben die Einschätzung, dass ihre Handlungsempfehlungen von den Kunden überwiegend umgesetzt würden (Stufe 5). Als Hinweis dafür nannten sie die persönlichen Rückmeldungen aus den Gesprächen oder Rückmeldungen bei erneuten Besuchen der Kunden. Gegebenenfalls verwiesen die Beratungsstellen auf durchgeführte Evaluationen (siehe Abschnitt 4.4). Zu der Frage, ob sich die Lebenssituation der Kunden durch die Beratung ändere, mochten die meisten Interviewpartner keine Aussage treffen. Nur fünf vermuteten, dass die Kunden Geld sparen oder einen Komfortgewinn aufgrund der Beratung erreichen (Stufe 6).

Einige Interviewpartner wiesen darauf hin, dass die Kunden, die in die Beratung kommen, bereits motiviert sind, etwas zu ändern und in der Beratung herausfinden möchten, was sie genau tun können, um sich in einem bestimmten Handlungsbereich umweltfreundlicher zu verhalten. Daher sei die Wahrscheinlichkeit der Umsetzung von vorneherein hoch. Dabei können auch andere als Umweltschutz-Motive eine Rolle spielen, wenn z.B. Kunden eine Energieberatung aufsuchen, um sich über mögliche staatliche Fördermittel zu informieren. Um auch Menschen zu erreichen, die sich zuvor nicht für das jeweilige Thema interessiert hatten oder das Umweltberatungsangebot noch nicht kannten, nutzen fast alle Beratungsstellen andere Aktivitäten wie Projekte, Kampagnen, Öffentlichkeitsarbeit u.ä.

Insbesondere die beiden Projekte, die Beratung im Haushalt der Kunden durchführen (Yeşil Çember, Stromspar-Check), führen nach etwa einem Jahr einen erneuten Hausbesuch durch. In diesen Fällen ließ sich die Wirksamkeit der Beratung besser überprüfen. Gleichzeitig trägt der erneute Besuch sicherlich selbst zur längeren Wirksamkeit der Beratung bei (Stufe 5-6).

Die Stufe 7 nach Phineo, die erzielten Veränderungen in der Gesellschaft, konnte durch diese Studie nicht untersucht und festgestellt werden. Die meisten Interviewpartner gaben hierzu keine Einschätzung. Der Interviewpartner zur Abfallberatung stellte fest, dass es schwierig und langwierig sei, Verhaltensänderungen in der Gesellschaft herbeizuführen. So werde beispielsweise die

Mülltrennung in den Haushalten in den letzten 20 Jahren stetig verbessert, wobei die Nachfrage nach Beratungen zum Thema Abfall sowie die Abfallmengen konstant blieben.

4.2.3 Auswertung der Evaluationen der Beratungsstellen

Sechs interviewte Beratungsstellen stellten Ergebnisse ihrer Evaluationen, meist als Kurzfassung, zur Verfügung. Die Messung der Wirkung der Umweltberatung erweist sich auch in den Evaluationen als schwierig. Am besten kann die Wirkung in Bereichen kontrolliert werden, in denen zum Beispiel zu Einsparmöglichkeiten von Strom oder Heizung beraten wurde. Hier kann später anhand der Jahresabrechnungen eine Veränderung im Verhalten dokumentiert werden.

Als Repräsentant für die unabhängigen Energieberater wurde der Bundesverband Gebäudeenergieberater Ingenieure Handwerker e.V. interviewt. Der GIH hat eine Mitgliederbefragung unter 2.400 Mitgliedern durchgeführt (GIH Bundesverband Gebäudeenergieberater Ingenieure Handwerker e.V. 2017). Die Qualifikation der Berater ist hoch: 96 Prozent der befragten Mitglieder besitzen zusätzlich zur Energieberater-Qualifikation eine Ausbildung als Ingenieur, Meister, Architekt oder Schornsteinfeger. Für 77 Prozent der Berater sind Privatkunden ein sehr wichtiger Kundenkreis. Auf die Frage, wie viele beratene Maßnahmen tatsächlich umgesetzt werden, antworteten 59 Prozent, dass voraussichtlich mehr als 70 Prozent der Maßnahmen umgesetzt würden. Das spricht für eine hohe Wirksamkeit der Beratung durch Gebäudeenergieberater.

Ein ähnliches Ergebnis liefert die externe Evaluation des Energiebauzentrums Hamburg (ARIS UMFRAGEFORSCHUNG 2015), das jährlich mindestens 2.200 Beratungen durchführt, wobei geschätzt etwa die Hälfte Privatkunden ausmachen. Hier wurde eine Kundenbefragung mit 221 Kunden, die zuvor eine Beratung in Anspruch genommen hatten, durchgeführt. Die Zufriedenheit der Kunden mit der Beratung war gut: 94 Prozent waren mit der Freundlichkeit zufrieden, 55 Prozent waren mit der Beratung zur Umsetzung der vorgeschlagenen (Bau-)Maßnahmen zufrieden und 84 Prozent würden die Beratung weiterempfehlen. 65 Prozent der befragten Kunden gaben an, dass sie die empfohlenen (Bau-)Maßnahmen umgesetzt haben. 22 Prozent haben Maßnahmen durchgeführt, die sie ursprünglich nicht geplant hatten. Bei den Kunden, die noch keine Maßnahmen umgesetzt hatten, lag es in 21 Prozent dieser Fälle daran, dass sich die Umsetzung noch im Planungsstadium befand. 38 Prozent der Kunden haben Fördermittel in Anspruch genommen und einen Zuschuss (71 %) oder ein Darlehen (27 %) erhalten. Damit kann eine Änderung ihrer Lebenssituation vermutet werden, da die Kunden eine hochwertige Sanierung (z.B. Dämmung, Wärmeschutzfenster) durchführen können, die sie sich ohne Fördermittel möglicherweise nicht leisten könnten. Sie erreichen damit in den meisten Fällen zudem mehr Wohnkomfort und eine Wertsteigerung ihrer Immobilie (Stufe 6).

Auch bei dem bundesweiten Projekt „Stromspar-Check kommunal“, das in Bremen von dem Interviewpartner, der BEKS Energie Effizienz GmbH betreut wird, lässt sich die Wirkung dokumentieren (Deutscher Caritasverband e.V. 2017). Hier werden Haushalte mit geringem Einkommen in der eigenen Wohnung kostenlos zum Energie- und Wassersparen beraten. Bei diesem Projekt finden mehrere Hausbesuche bei den Kunden statt. Der erste Besuch dient der Bestandsaufnahme. Im zweiten Besuch wird der Energiebericht vor Ort besprochen. Soforthilfen wie LEDs, Zeitschalt-

uhren, schaltbare Steckerleisten oder Hygrometer werden direkt installiert. Gegebenenfalls erhalten die Kunden einen Kühlgeräte-Gutschein. Auf Anfrage gibt es noch einen dritten Besuch nach einem Jahr. Dies ermöglicht eine bessere Überprüfung der Verhaltensänderungen. Außerdem tragen die Berater durch die Soforthilfen selbst zur Umsetzung der Maßnahmen bei. Als Ergebnis zeigt sich eine Änderung der Lebenssituation der Kunden dadurch, dass sie im Durchschnitt Kosten für Strom (98 Euro/ Jahr), Wasser (41 Euro/ Jahr) und Heizung (11 Euro/ Jahr) von insgesamt 150 Euro/ Jahr einsparen.

Ein Sonderfall ist die gemeinnützige GmbH co2online, die das gleichnamige Internetportal betreibt, auf dem 15 verschiedene Online-Beratungstools angeboten werden. Bei den Online-Checks können Besucherinnen und Besucher ihre Daten in Online-Formulare eingeben und erhalten am Ende sofort eine aus diesen Daten berechnete Auswertung und Empfehlung. Zusätzlich werden die Online-Checks von etwa 400 Partnern genutzt, die diese teilweise in ihre Homepage integriert haben.

Das Online-Portal bietet bereits technisch die Möglichkeit, anonymisierte Daten der Seitenbesucher zu sammeln, Statistiken zu erstellen und vielfältig auszuwerten. Die detaillierte Analyse der Nutzung und Wirkung gehört daher mit zu den wesentlichen Aktivitäten von co2online. Das Internetangebot wird dabei laufend an die Nutzung durch die Kunden angepasst. So werden bspw. Infomaterialien, die nur geringe Klickzahlen haben, vom Portal wieder entfernt. Dieses Vorgehen birgt andererseits die Gefahr, dass nur zu Top-Handlungsbereichen beraten wird.

Interne Evaluationen werden regelmäßig durchgeführt und auf der Internetseite veröffentlicht. Für die Jahre 2004-2006 hat eine Überprüfung und Validierung der Methodik der internen Evaluationen durch das Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie stattgefunden (Schüle, Hanke 2006). Für die hier vorliegende Studie wurden die beiden neuesten Evaluationen von 2012 und 2014 ausgewertet. In 2014 wurde eine Evaluation des WärmeCheck „Meine Heizung kann mehr“ veröffentlicht. Insgesamt haben bei dieser Untersuchung 266 Kunden, die zuvor den WärmeCheck genutzt hatten, an einer Online-Befragung teilgenommen. Auch hier war die Kundenzufriedenheit hoch. 88 Prozent der Nutzer/innen fanden die Bedienung einfach und die Auffindbarkeit gut. 81-87 Prozent fanden die Informationen des Ratgebers nützlich und würden ihn weiterempfehlen. Immerhin 62 Prozent der Befragten gaben an, dass sie empfohlene Maßnahmen umgesetzt hätten. Sie ließen z.B. einen hydraulischen Abgleich ihrer Heizanlage durchführen, erneuerten alte Thermostate oder die gesamte Heizanlage. Über die Hälfte dieser Maßnahmen wurde durch die Nutzung des WärmeChecks motiviert. In einer eigenen Hochrechnung über die gesamte Lebensdauer der erneuerten Bauteile wurde ermittelt, dass aufgrund der durchgeführten Maßnahmen insgesamt 112 Millionen kWh pro Jahr an Energie eingespart werden, was Kosteneinsparungen von 3,7 Millionen Euro entspricht.

Die Evaluation von 2012 bezieht sich auf den Modernisierungsratgeber. Hier haben 803 Haushalte an der Online-Nachbefragung teilgenommen. Sie erbrachte ähnliche Ergebnisse. Die Zufriedenheit der Nutzer/innen mit dem Ratgeber war hoch (81-94 Prozent). 84 Prozent würden den Ratgeber weiterempfehlen. Bei rund 23 Prozent der Interviewten hat der Ratgeber die Entscheidung für eine

Modernisierung beeinflusst. Pro Beratung wurden Einsparungen von 40 Tonnen CO₂ hochgerechnet.

Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen (VZ NRW) hat eine externe Evaluation durchführen lassen, die sich speziell auf die Beratung zu Schadstoffen in Innenräumen bezieht (Scheffler, Dirk; Timper, Michael 2009). Dieses spezielle Beratungsangebot erhält jährlich 3.400 bis 4.100 Anfragen. Auch hier war die Zufriedenheit der Kunden mit der Beratung hoch. 85 Prozent waren mit der Freundlichkeit und Kompetenz der Beratung gut oder sehr gut zufrieden. 84 Prozent wollen das Angebot weiterempfehlen. Die Ratschläge wurden als kompetent wahrgenommen. Fast alle Fragen konnten unabhängig von Thema, Zweck und Komplexität beantwortet werden (67 Prozent komplett, 28 Prozent teilweise). Die VZ NRW bietet darüber hinaus eine wichtige Lotsenfunktion für die Ratsuchenden zu anderen Expertinnen oder Experten. Die Umsetzung der Handlungsempfehlungen wurde in dieser Evaluation nicht überprüft.

Der türkische Umweltverband Yeşil Çember bildet türkische Umweltbotschafterinnen aus, die dann in ihrem sozialen Umfeld (Familie, Freundes- und Bekanntenkreis, Nachbarschaft, Arbeitskollegen, Schule der Kinder) zu umweltfreundlichem Verhalten beraten. Hier wurden zwei externe Evaluationen zur Verfügung gestellt (Elger, Ursula; Schluchter, Wolf 2012; Hunecke, Marcel; Toprak, Ahmet 2014). Gegenstand dieser Untersuchungen war allerdings hauptsächlich das Empowerment der Umweltbotschafterinnen und Umweltbotschafter durch die Yesil-Cember-Schulung. Es wurde beobachtet, dass das Verhältnis von Wissensinhalten und Wissensumsetzung bei den Umweltbotschafterinnen beachtlich sei. Diese ändern nach eigenen Aussagen ihr Alltagshandeln. Messdaten dazu lagen 2012 noch nicht vor. In der Untersuchung von 2014 wurde festgestellt, dass die Zufriedenheit der „Kunden“ (Beratung in der Familie) überwiegend gut ist. Es gab wenig Ablehnung für die neuen Verhaltensweisen. Die gute Beratung hatte sich sogar herumgesprochen, so dass es Nachfragen von Wohnungsverwaltungen nach Veranstaltungen für Mieter gab. Manches deutet darauf hin, dass die Beratung zu Verhaltensänderungen geführt hat. Zahlen dazu lagen jedoch nicht vor.

Zusätzlich wurde eine kurzgefasste Evaluation der Mobilitätsberatung Nürnberg aus dem Internet ausgewertet (Fachverlag Dr. Helmut Arnold GmbH 2016). In dieser knappen Zusammenfassung wurde festgestellt, dass 94 Prozent der Kunden mit der Mobilitätsberatung zufrieden waren und angaben, mehr Wissen erlangt zu haben. In Stadtgebieten, in denen eine Serviceaktion stattgefunden hatte, wurde ein Anstieg der Nutzerzahlen des ÖPNV um bis zu 9 Prozent registriert, was als Hinweis gewertet werden kann, dass Verhaltensänderungen eingetreten sind.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass alle Evaluationen eine hohe Zufriedenheit der Kunden mit dem Beratungsangebot von in der Regel über 80 Prozent ergaben. Auch die Kompetenz der Beratung wurde in den Untersuchungen als gut bewertet. Die Evaluation von Stockmann et al. (2001) hatte als ein Ergebnis erbracht, dass die Zufriedenheit der Kunden zur Wirksamkeit der Beratung beiträgt. Wird dieser Zusammenhang auch bei der Beratung von Verbraucherinnen und Verbrauchern angenommen, so kann die hohe Zufriedenheit der Kunden mit der Beratung und mit der Kompetenz der Berater als Hinweis auf eine gute Wirksamkeit gewertet werden. Die

Umsetzung der Handlungsempfehlungen kann vor allem bei den Beratungsangeboten zum Strom- und Energiesparen sowie zu Modernisierungsmaßnahmen an Gebäuden überprüft werden. Hier ist die Umsetzungsquote hoch. Sie liegt zwischen 23 und 70 Prozent. Daraus ergeben sich Energie- und Kosteneinsparungen für die Kunden (vgl. Stufe 6 - Änderung der Lebenssituation).

Für die Beratungsstellen mit vielseitiger Ausrichtung oder anderen Fachgebieten liegen weniger Daten vor, was zum einen daran liegt, dass gerade kleine Träger nicht in der Lage sind, eine externe Evaluation zu finanzieren. Zum anderen sind hier die Umsetzung der Handlungsempfehlungen und eine Änderung der Lebenssituation aufgrund nicht so eindeutig definierter Indikatoren schwieriger zu überprüfen. Die kurzgefasste Evaluation der Mobilitätsberatung Nürnberg gibt jedoch einen Hinweis darauf, dass auch die Beratung in anderen Bereichen zu Verhaltensänderungen führt und damit als wirksam eingeschätzt werden kann.

4.3 Einschätzung des UBA-Verbraucherportals

In diesem Arbeitsschritt soll eine Einschätzung vorgenommen werden, welchen Beitrag das UBA-Verbraucherportal zur Beratung und Information von Umweltberaterinnen und Umweltberatern sowie End-Verbraucherinnen und Verbrauchern leistet. Zu diesem Zweck wurde in allen Interviews mit den Beratungsstellen nach der Nutzung des UBA-Verbraucherportals für die eigene Recherche sowie nach der Weiterempfehlung an Kunden gefragt. Zusätzlich wurde ein Interview mit dem gleichen Fragebogen wie bei den Beratungsstellen mit Michael Bilharz (Umweltbundesamt) durchgeführt. Die Internet-Zugriffszahlen für das Portal wurden vom UBA zur Verfügung gestellt.

Das Verbraucherportal deckt derzeit alle 12 Handlungsbereiche mit Ausnahme von Geldanlagen und Textilien ab, die sich noch in der Planung befinden. Es richtet sich an private Haushalte sowie an Multiplikatoren. Seit dem 16. September 2013 ist es auf den Seiten des Umweltbundesamtes verfügbar und wurde am 12. Oktober 2016 einem Relaunch unterzogen, bei dem zur besseren Auffindbarkeit ein neues Icon in die Menüleiste der Startseite eingefügt wurde.

Das Portal ist als Wissensportal (Metaportal) geplant, das schnellen Zugang zu anderen Portalen, Informationen und Verbrauchertipps zu einem Thema ermöglichen soll. Zu diesem Zweck wurde eine einheitliche Seitenstruktur mit Kurztipps, Erläuterungen, Verbrauchertipps (lang), Hintergrundinformationen und weiterführenden Links gewählt, die durchgängig eingehalten wird. Dies soll es den Seitenbesucher/innen ermöglichen, sich schnell zu orientieren und die gesuchten Inhalte aufzufinden. Die Gestaltung unterstreicht den informativen, textbasierten Charakter. Das Umweltbundesamt kommt mit dem Portal seinem gesetzlichen Auftrag zur Bereitstellung von Umweltinformationen und Umwelttipps für Verbraucherinnen und Verbraucher nach. Inhaltlich kann das Verbraucherportal auf die Fachexpertise sämtlicher Mitarbeiter des Umweltbundesamtes zurückgreifen. Es wird laufend weiterentwickelt und ergänzt, wobei der allgemeine Informationsauftrag im Vordergrund steht. Zielgruppenadäquate Differenzierung, Ansprache und Animation werden vom UBA bewusst in die Hände anderer Akteure gelegt.

Das UBA-Verbraucherportal hat pro Monat etwa 11.000 bis 15.000 Seitenaufrufe, wobei die durchschnittliche Verweildauer auf den Seiten bei rund einer Minute liegt. Im Jahr kommt das Verbraucherportal damit auf rund 216.000 Seitenaufrufe, was deutlich über der höchsten Anzahl der persönlichen Beratungen (70.000/ Jahr) liegt, die von den interviewten Einrichtungen angegeben wurde.

Mehr als die Hälfte (62%) der befragten Umweltberatungsstellen kannte das UBA-Verbraucherportal. Es wird von diesen Einrichtungen zur eigenen Information oder zur Vorbereitung von Projekten genutzt. Bei den Einrichtungen, die das Portal (noch) nicht kannten, führte das Interview teilweise zu einem Aha-Erlebnis und dem Vorsatz, das Portal zukünftig für die eigene Arbeit zu nutzen. Die meisten Interviewpartner gaben an, dass sie selbstständig auf den Seiten des UBA suchen und sich dort direkt die Positionspapiere oder Hintergrundinformationen heraussuchen. Der „Umweg“ über das Verbraucherportal wurde seltener genutzt.

Als Empfehlung für Kunden wurde das Verbraucherportal nur von einem Interviewpartner genannt. Von einem Interviewpartner wurden die Gründe für die Nicht-Empfehlung detailliert erläutert: Die Kunden kämen bereits mit einer detaillierten Frage in die Beratung. Häufig hätten sie sich im Vorfeld bereits grundlegend informiert und suchten in dem Beratungsgespräch die Antwort und Hilfe auf ihr spezielles Anliegen. Daher sei eine individuelle Beratung nötig, in der passende Handlungsempfehlungen gegeben werden können. Für die Nach-Beratungsphase würden dann eher fachspezifische Internetseiten (z.B. Energie/ Bauen) – und nicht ein allgemeines Beratungsportal – empfohlen, da die Kunden auf der Suche nach einer konkreten Fragestellung seien. Für die „Nachberatung“ sei die Beratungstiefe des Verbraucherportals nicht ausreichend. In einem Fall wurde als Grund für die Nicht-Empfehlung die Textlastigkeit des Portals genannt. Das Portal sei für die eigene Kundschaft zu intellektuell und der Stil zu abgehoben. Daher schrecke es Ratsuchende mit geringen Sprachkenntnissen und niedrigem Bildungsniveau ab, die eher durch ein persönliches Beratungsangebot im häuslichen Umfeld erreicht werden können, das Sprachbarrieren und kulturelle Hemmnisse verringert.

Die Antworten aus den Interviews legen nahe, dass das UBA-Verbraucherportal von Ratsuchenden eher vor dem Aufsuchen einer Beratungsstelle zur eigenen Information genutzt wird. Die Bekanntheit und die Nutzung durch Multiplikatoren scheinen insgesamt noch ausbaufähig zu sein.

5. Fazit

5.1 Prozess der Meinungsbildung

Als eine Erkenntnis aus der Literaturrecherche, der Auswertung der vorhandenen Evaluationen der Akteure selbst und der durchgeführten Interviews lässt sich die Hypothese aufstellen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher sich durch eigene Recherche im Internet grundlegend zu Fragen des umweltfreundlichen Handelns informieren. Verbraucherinnen und Verbraucher wenden sich dann mit ganz speziellen Fragen direkt an die Experten, um hier eine weitere persönliche

Hilfestellung bzw. Beratungsleistung zu erhalten. Hinweise darauf gibt das hier dargestellte Bild der Umweltberatungen in Deutschland.

Am Beispiel der Online-Checks von co2online ist zu vermuten, dass gerade das Ineinandergreifen der verschiedenen Beratungsangebote Online-Tool plus Energieberater vor Ort zur dauerhaften Wirkung beiträgt. Die Auskünfte der Interviewpartner sowie die Ergebnisse der Evaluationen deuten darauf hin, dass der Meinungsbildungsprozess der Verbraucherinnen und Verbraucher idealerweise in drei Stufen abläuft:

1. Eigenständige Recherche im Internet, z.B. Nutzung des UBA-Verbraucherportals
2. Nutzung eines Online-Checks wie co2online
3. Aufsuchen einer Beratungsstelle mit persönlicher Beratung

Es erscheint sinnvoll, den Prozess der Information, Beratung und Umsetzung von Umwelthandeln der Verbraucherinnen und Verbraucher genauer zu untersuchen, um ein möglichst genaues Ineinandergreifen der Angebote und die bestmögliche Wirksamkeit zu erreichen.

5.2 Erfolg der Beratungsformate

Die Wirkung von Umweltberatung im Allgemeinen kann als hoch bezeichnet werden. Die Diskussion ergab, dass die Zufriedenheit der Verbraucherinnen und Verbraucher bei allen untersuchten Akteuren sehr hoch ist. Eine Umsetzung der Handlungsempfehlungen ist demnach sehr wahrscheinlich und kann in einigen Fällen auch nachgewiesen werden (siehe Evaluation des GIH).

Bezüglich der Wirkung der verschiedenen Beratungsformate, konnten in der vorliegenden Studie keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden, da die Datenlage hierfür nicht ausreicht. Die ausgewerteten Evaluationen beziehen sich fast durchweg auf eine intensive, persönliche Fachberatung in einer Beratungsstelle oder im Zuhause der Kunden. Die Evaluationen des Online-Beratungstools co2online lassen jedoch vermuten, dass auch andere Beratungsformate eine hohe Wirksamkeit entwickeln – besonders wenn sie bei Bedarf mit einer persönlichen Beratung (z.B. durch Energieberater) ergänzt werden können. Für die Beratungsformate im Zuhause der Kunden (Stromspar-Check und türkische Umweltbotschafterinnen) gibt es deutliche Hinweise darauf, dass Verhaltensänderungen gut umgesetzt und Zielgruppen erreicht werden, die anderen Formaten nur schwer zugänglich sind. Telefonische Beratungsangebote erzielen aufgrund ihres Formats eine höhere, häufig eine bundesweite Reichweite und sind niedrigschwelliger, da sie weniger Aufwand seitens der Kunden erfordern.

Andere Aktivitäten der Umweltberatungsstellen wie Projekte, Bildungsarbeit und Kampagnen zu spezifischen Handlungsbereichen werden häufig durch externe Finanzierungsträger unterstützt, wie beispielsweise Kühlschranktausch oder Energiesparen, während wenig Gelder für eine allgemein ausgerichtete Beratungsleistung zur Verfügung gestellt werden. Hinweise darauf geben die Experteninterviews in der Darstellung der angebotenen Aktivitäten.

In allen untersuchten Umweltberatungsstellen ist die persönliche Beratung eingebettet in andere Aktivitäten zum Erreichen der gesetzten, umweltrelevanten Ziele. Informationsmaterialien, Bildungsarbeit, Kampagnen sowie zeitlich und inhaltlich begrenzte Projekte dienen dazu, neue Zielgruppen anzusprechen und auf Themen aufmerksam zu machen. Prinzipiell wird auf diese Weise eine große Anzahl von Personen gleichzeitig erreicht. Sie sind eine effiziente Möglichkeit, auf Umweltprobleme aufmerksam zu machen und allgemeingültige Handlungsempfehlungen zu vermitteln. Es kann vermutet werden, dass die Wirksamkeit von Projekten, Kampagnen o.ä. nicht die Wirksamkeit einer persönlichen Beratung erreicht. Aufgrund der größeren Zielgruppe kann dennoch eine gute Zielerreichung angenommen werden. Die persönliche Beratung macht in den meisten Fällen weniger als die Hälfte der Aktivitäten der Beratungsstellen aus. Von den Kunden wird gerade die persönliche Beratung sehr wertgeschätzt, da sie hier eine Lösung für ihr persönliches Handlungsproblem erhalten. Das Aufsuchen einer Beratungsstelle (auch telefonisch, per Mail o.ä.) ist vermutlich eher vom persönlichen Leidensdruck der Kunden als vom Beratungsformat abhängig. Das angebotene Beratungsformat sollte an die individuelle Fragestellung, die Komplexität des Themas und das Beratungsziel angepasst sein.

Auf der anderen Seite muss diskutiert werden, dass die Motivationsform des Menschen eine Verhaltensänderung nachhaltig zu bewirken, nicht allein durch Informationsmaterialien getriggert werden kann. Um einen Erfolg beurteilen zu können, müssen sich nachfolgende Projekte über die Langzeitwirkung sowie die Grundlagen der Motivationspsychologie Gedanken machen. Das heißt, dass Verbraucherinnen und Verbraucher über einen längeren Zeitraum hin beraten und betreut werden sollten, um eine Verhaltensänderung nachweisen zu können und den Erfolg beurteilen zu können.

5.3 Attraktivität einzelner Handlungsbereiche

Zur Attraktivität der Beratungsangebote für einzelne Handlungsbereiche können hier nur erste Vermutungen angestellt werden. Eine genauere Analyse wird erst nach dem folgenden Arbeitsschritt möglich sein, in dem die Nachfrage der Verbraucherinnen und Verbraucher nach einzelnen Beratungsthemen in Interviews untersucht werden soll.

Festgestellt werden kann, dass in der Umweltberatungslandschaft einzelne Handlungsbereiche deutlich überrepräsentiert sind. Das betrifft vor allem den Bereich Bauen und Wohnen. Als ein Grund hierfür ist anzunehmen, dass die persönliche Motivation der Kunden, eine Beratungsstelle aufzusuchen, bei diesem Thema besonders hoch ist. Gerade beim Hausbau und bei der Sanierung investieren Verbraucherinnen und Verbraucher große Summen Geld. Ein Hauskauf ist häufig die größte Investition im Leben. Daher „lohnt“ sich eine Beratung, die nach Einschätzung der Kunden dabei helfen kann, das Geld nachhaltig zu investieren, auf die Dauer Geld zu sparen und möglicherweise Fördermittel zu erhalten. Bei anderen Themen wie Innenraumschadstoffe oder Schimmelbildung in Innenräumen ist es die eigene Betroffenheitssituation und Gesundheit oder die Sorge um die Gesundheit der Kinder, die Kunden eine persönliche Beratung in Anspruch nehmen lässt. Allgemeine Informationen helfen hier nicht weiter, weil die Zusammenhänge zu komplex sind.

Im Bereich Ernährung wird ein Ernährungsberater häufig erst dann konsultiert, wenn eine Erkrankung die Umstellung der Ernährung erfordert. Allerdings gibt es gerade im Bereich Ernährung sehr viele, leicht zugängliche Informationen sowie Bildungsangebote und Projekte. Auch dies ist sicherlich ein Grund, warum nicht unbedingt eine neutrale, persönliche Beratung in Anspruch genommen werden muss.

In einigen Handlungsbereichen spielt auch das Vorhandensein von anderen – nicht unabhängigen – Beratungsangeboten eine Rolle. So erhalten Kunden z.B. in Bioläden oder Reformhäusern eine Beratung zu bestimmten Nahrungsmitteln und Ernährung. Ein Naturtextilladen kann im Idealfall Auskunft über die Herstellung und Verträglichkeit der angebotenen Kleidung geben. In anderen Handlungsbereichen nehmen Verbraucherinnen und Verbraucher gewohnheitsmäßig andere Beratungsangebote in Anspruch, u.a.: Tourismusberatung durch Reisebüros, Geldanlagen durch Banken oder Finanzberater.

Als Hypothese werden folgende Motivationen für die Inanspruchnahme von unabhängigen Umweltberatungsleistungen durch Verbraucherinnen und Verbraucher postuliert:

- persönliche Betroffenheit – Leidensdruck
- Komplexität des Handlungsproblems
- Finanzielle Vorteile
- Nicht-Vorhandensein von leicht zugänglichen Informationsquellen
- Nicht-Vorhandensein von vertrauenswürdiger Beratung durch abhängige Beratung

Diese Hypothese soll im nächsten Arbeitsschritt überprüft werden, in dem die Erfahrungen der Umweltberatungseinrichtungen zu verschiedenen Beratungsangeboten erfragt werden.

Zusätzlich könnten sich die bereits vorhandenen Beratungsangebote ohne Umweltbezug als Zielgruppe für Projekte eignen, da auf diese Weise Multiplikatoren angesprochen werden.

6. Zusammenfassung

Zusammenfassend werden hier die Leitfragen aus dem ersten Kapitel beantwortet:

1. Wie lässt sich für das Projekt der Begriff Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher sinnvoll und pragmatisch abgrenzen von den Begriffen der Umweltinformation und Umweltbildung?

Umweltberatung ist eine Dienstleistung, die nachhaltiges, an Umweltbelangen ausgerichtetes Verbraucherhandeln zum Ziel hat. Als Beratungsleistung steht hier die Lösung eines individuellen Handlungsproblems im Mittelpunkt. Dabei werden allgemeine Umweltinformationen berücksichtigt und weitergegeben. Primärer Zweck ist aber nicht die Wissensvermittlung oder die Kompetenzerhöhung des Kunden, sondern die interaktive, umweltgerechte Lösung seiner Fragestellung.

Im Rahmen dieser Studie wurden darüber hinaus nur neutrale, unabhängige Beratungseinrichtungen erfasst. Wichtigste Kriterien für die Abgrenzung sind daher:

- Umweltberatung ist interaktiv (im Gegensatz zur Umweltinformation).
- Umweltberatung hat die Lösung eines konkreten Handlungsproblems des Kunden zum Ziel (im Gegensatz zur Umweltbildung).
- Umweltberatung ist neutral und frei von Verkaufsinteressen.

2. Welche Verbraucherthemen werden im Rahmen der Umweltberatung behandelt?

Umweltberatung befasst sich prinzipiell mit allen Themen, die für Verbraucherinnen und Verbraucher relevant sind. Die Recherche ergab, dass für den Handlungsbereich Bauen und Wohnen mit Abstand die meisten Beratungsangebote existieren. Es konnten über 4.000 Einrichtungen identifiziert werden, die zu diesem Handlungsbereich beraten. Ebenfalls viele Beratungsangebote gibt es für die Themen Energieerzeugung, Abfall und Wasser-(sparen). Jeweils rund 1.200 Einrichtungen bieten eine Umweltberatung zu einem dieser drei Themen an. Für alle weiteren Handlungsfelder gibt es deutlich weniger Beratungsangebote. Vergleichsweise wenig Beratungsangebote wurden zu den Handlungsbereichen Mobilität und Ernährung gefunden, die in AP1 als prioritär aufgrund ihrer Umweltrelevanz identifiziert wurden. Auch für die Handlungsbereiche IKT und ökologische Geldanlagen, für die laut AP1 das Verbraucherhandeln einen großen gesamtökologischen Hebel hat, gibt es derzeit nur sehr wenige unabhängige Beratungsangebote.

3. Wer sind die großen und wichtigen Akteure der Umweltberatung in Deutschland (online und offline)?

Es wurden insgesamt 16 Akteursgruppen (siehe Tabelle 2) mit insgesamt rund 10.000 Beratungsstellen gefunden, welche das definierte Bild der Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher erfüllen. Hiervon stellen aufgrund der Anzahl der Beratungsstellen (Berater) die unabhängigen Energieberater, die Energieversorger sowie die Behörden die Hauptakteure dar. Ein Drittel der gefundenen Akteure bietet eine Beratung zu einem breiten Themenspektrum an. Zwei Drittel sind auf ihren Bereich spezialisiert. Die in der (Fach-)Beratung am häufigsten angebotenen Handlungsbereiche sind Bauen und Wohnen. Zu den Hauptakteuren, die zu einem breitgefächerten Themenspektrum beraten, gehören die Behörden (Umweltämter), BUND-Landesverbände, Umweltzentren, die Verbraucherzentralen sowie der türkische Umweltverband.

4. Welche Formate der Beratung finden in welchem Maße Anwendung?

Es wurden folgende Beratungsformate identifiziert:

- Fach- oder Universalberatungen – nach Grad der Spezialisierung
- Online- und Offline-Beratungen – nach Angebot im Internet
- Telefonberatung, schriftliche Beratung per Mail, Post oder Fax, Beratung in der Beratungsstelle/ an einem Infostand, Vor-Ort-Beratung (im Haus der Kunden) - nach Angebotsort

- Kurz- oder Intensivberatungen – nach Beratungsdauer von 5 Minuten bis hin zu einem halben Tag (in Anlehnung an den Angebotsort; 5 Minuten-Beratungen in Anlaufstellen – halbtägige Vor-Ort-Beratungen).

Bei den untersuchten Umweltberatungseinrichtungen waren die persönliche Beratung in der Beratungsstelle oder telefonische Beratung die häufigsten Formate. Auch Beratung an Infoständen gehört zu den durchgängig genutzten Formaten. Weniger häufig treffen Anfragen per Mail ein und werden dann beantwortet. Verbraucherfragen per Fax oder per Post sind sehr selten geworden. Eine Besonderheit stellen die Projekte Stromspar-Check und die Beratung durch türkische Umweltbotschafterinnen dar. Hier findet eine intensive Beratung im Haushalt der Kunden statt. Auch ein zweiter Hausbesuch gehört im Falle des Stromspar-Checks stets zum Programm.

Kurzberatungen von wenigen Minuten wie zum Beispiel im M-Punkt in Stuttgart erreichen eine sehr hohe Anzahl von Beratungsleistungen (70.000 Beratungen / Jahr). Sie sind jedoch naturgemäß nicht so intensiv wie ausführliche Beratungen in einer Beratungsstelle oder im Haushalt des Kunden.

Darüber hinaus existieren verschiedene Online-Tools, die mit Hilfe eines Algorithmus und anhand der abgefragten Kundeninformationen eine individuell angepasste Empfehlung geben. Diese Online-Tools existieren zwar in vergleichsweise geringer Anzahl, weisen aber aufgrund ihrer ständigen Verfügbarkeit und dem niedrighwelligen Zugang eine sehr hohe Anzahl von „Beratungen“ auf (z.B. 500.000 bei co2online).

Wie die Recherche ergab, lassen sich etwa 69 Prozent der Beratungsstellen als Fach-Beratung einstufen, während rund 31 Prozent eine Beratung zu vielfältigen Handlungsbereichen anbietet.

5. Welche Reichweite haben die einzelnen Beratungsangebote?

Die meisten Umweltberatungsangebote erreichen die Stadt oder den Kreis. Da die Kunden die Beratungsstelle persönlich aufsuchen müssen, beschränkt sich die Reichweite auf die nähere Umgebung. Dies betrifft häufig auch die angebotene telefonische Beratung. Spezielle Telefon-Hotlines oder telefonische Fachberatungen erreichen jedoch eine bundesweite Reichweite. Online-Tools sind generell bundesweit nutzbar.

6. Wie ist der Erfolg der einzelnen Beratungsformate zu beurteilen?

Um den Erfolg der Umweltberatung insgesamt zu beurteilen, wurden die durchgeführten Interviews sowie die zur Verfügung gestellten Evaluationsberichte ausgewertet. Nahezu alle Interviewpartner sowie alle ausgewerteten Evaluationsberichte stellen fest, dass die Kunden sehr gut oder gut zufrieden mit der persönlichen Beratung waren. Sowohl die Freundlichkeit als auch die Kompetenz und die empfohlenen Maßnahmen wurden von den Kunden gelobt. Ein Interviewpartner erläuterte, dass die Ratsuchenden die persönliche Beratung sehr wertschätzen, in der auf ihre speziellen Fragen eingegangen wird. Allgemeine Tipps fände inzwischen nahezu jede/r im Internet. Daher sei das persönliche Beratungsgespräch, in dem die Empfehlungen individuell angepasst sind,

seltener, aber dadurch besonders wertvoll geworden. Der Output war also in allen untersuchten Einrichtungen gut, bzw. sehr gut. Veränderungen im Handeln und in der Lebenssituation festzustellen, ist bei Beratungsstellen schwierig. Die Interviewpartner vermuten aufgrund der Rückmeldungen in den persönlichen Gesprächen, dass die meisten Kunden die Handlungsempfehlungen umsetzen (Outcome). Eine direkte Überprüfung ist jedoch nur in Ausnahmefällen möglich – etwa wenn Kunden erneut in die Beratung kommen. Auch in den Evaluationen war diese Stufe der Wirkungstreppe kaum noch überprüfbar. Bei den Energie- oder Bauberatungen zeigten die Evaluationen, dass ein großer Teil der Empfehlungen umgesetzt wurde. Beim Stromspar-Check konnte auch eine Verbesserung der Lebenssituation (Einsparung von Energie- und Wasserkosten) dokumentiert werden. Die Evaluationen des Online-Tools co2online geben einen Hinweis darauf, dass auch bei diesem Format eine gute Wirksamkeit erreicht wird.

Insbesondere für spezielle Fragen ist der individuelle Kontakt zu einer/m Berater/in wichtig. Die Zufriedenheit der Kunden mit der Beratung ist hoch und eine Umsetzung der Handlungsempfehlungen wahrscheinlich. Die ausgewerteten Evaluationen belegen dies, wobei es für die Handlungsbereiche Bauen/ Wohnen (inkl. Energiesparen) die besten Daten zur Umsetzung der Empfehlungen gibt. Gerade das Ineinandergreifen der verschiedenen Informations- und Beratungsangebote, wie sie zum Beispiel im Energiebereich mit Informationsmaterial (online und offline), Online-Checks sowie persönlichen Beratungsangeboten vorhanden ist, tragen sicherlich zur Wirksamkeit von Umweltberatung bei.

Das jeweils passende Beratungsformat ist abhängig vom Thema und der individuellen Fragestellung. Einfache Fragen, wie sie in der Abfallberatung häufig vorkommen, lassen sich mit einer telefonischen Kurzberatung sehr gut klären, während sich komplexe Themen wie z.B. eine Hausdämmung in einer intensiven Beratung mit persönlicher Anwesenheit besser behandeln lassen. Um Zielgruppen zu erreichen, die von sich aus keine Beratungsstelle aufsuchen würden, oder um die Situation vor Ort fachlich beurteilen zu können, eignen sich Vor-Ort-Beratungen im Haushalt der Kunden. Online-Checks liefern einen guten Einstieg und können bereits Verhaltensänderungen initiieren.

7. Inwieweit kann das UBA-Verbraucherportal einen Beitrag zur Beratung leisten?

Das UBA-Verbraucherportal bietet mit seinen umfangreichen, verlässlichen und schnell auffindbaren Informationen eine gute Möglichkeit, sich rasch einen Überblick zu einem bestimmten Thema zu verschaffen. Wie die statistische Auswertung der Klickzahlen zeigt, wird es umfangreich genutzt (216.000 Seitenaufrufe pro Jahr). Die Antworten aus den Interviews legen nahe, dass das UBA-Verbraucherportal von Kunden vor dem Aufsuchen einer Beratungsstelle zur eigenen Information genutzt wird. Mehr als die Hälfte der Interviewpartner aus Umweltberatungsstellen kannte das Verbraucherportal. Diese Multiplikatoren nutzen es zur Information und zur Vorbereitung von Projekten. Häufig recherchieren sie jedoch eigenständig auf den Seiten des UBA und gehen dabei nicht unbedingt den „Umweg“ über das Verbraucherportal. Die Bekanntheit und die Nutzung durch Multiplikatoren scheinen noch ausbaufähig zu sein.

Da Umweltberatung nach eigenem Anspruch den Schritt „vom Wissen zum Handeln“ bei ihren Kunden begleitet und fördert, erscheint die persönliche Umweltberatung als wichtiger Baustein für das Erreichen eines „ressourcenschonenden Konsums“. Das individuelle Beratungsgespräch bietet die Möglichkeit, auch bei komplizierten Zusammenhängen oder bei vermeintlichen oder tatsächlichen Zielkonflikten eine Lösung für die persönliche Fragestellung und Situation des Kunden herauszuarbeiten. Um auch die Handlungsbereiche zu erreichen, die bislang unterrepräsentiert sind, wäre allerdings ein entsprechender Ausbau der Beratungslandschaft erforderlich. Dabei ist die Beratungsleistung nicht isoliert zu betrachten. Vielmehr sollte sie, wie auch derzeit üblich, in andere Aktivitäten wie Projekte, Kampagnen oder Umweltbildung eingebettet sein. Diese bieten die Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erschließen oder allgemeingültige Handlungsrichtlinien an eine große Zielgruppe weiterzugeben.

7. Literaturverzeichnis

Adelmann, Gerd; Eckert, Angelika; Kräusche, Kerstin; Preuß, Volker (2000): Erfolg durch Qualität. Leitfaden zur Einführung von Qualitätsmanagement in die Umweltberatung. Bundesverband für Umweltberatung e.V., Bremen.

ARIS UMFRAGEFORSCHUNG (2015): Evaluation der energetischen und bautechnischen Beratungsleistung. Energiebauzentrum Hamburg. Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hamburg.

Ashoka Deutschland (2016): Wissen was wirkt | Wirkungsprofile 2015 der Ashoka Fellows. München. Online verfügbar unter http://germany.ashoka.org/sites/germany.ashoka.org/files/Ashoka-Wirkungsprofile2015_web_1.pdf, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit: Kurzinformativ. Online verfügbar unter <http://www.bmub.bund.de/themen/umweltinformation-bildung/umweltinformation/kurzinfo/>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, Umweltbundesamt (Hrsg.) (2017): Umweltbewusstsein in Deutschland 2016. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin. Online verfügbar unter http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/umweltbewusstsein_deutschland_2016_bf.pdf, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Bundesverband Deutscher Banken (2016): Wie viele Bankfilialen gibt es in Deutschland? Online verfügbar unter <https://bankenverband.de/statistik/banken-deutschland>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Bundesverband für Umweltberatung e.V. (2003): Positionspapier des Bundesverbandes für Umweltberatung zum Berufsbild des/der Umweltberaters/-in. Online verfügbar unter www.umweltberatung-info.de/documents/Leistungsbild.pdf, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Deutscher Caritasverband e.V. (2017): Stromspar-Check kommunal. Ein Projekt, das viele(s) erreicht! Freiburg. Online verfügbar unter http://www.stromspar-check.de/fileadmin/user_upload/Dokumente/Downloads/Stromspar-Check_Kommunal_Basisinformation.pdf, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Elger, Ursula; Schluchter, Wolf (2012): Wissenschaftliche Begleitung und Evaluation des Projektes Bizim Dünya: Aktivierung von türkeistämmigen Migranten für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz von BUND, TGD und TEMA-Stiftung. BTU Cottbus, Humanökologisches Zentrum, Cottbus.

Fachverlag Dr. Helmut Arnold GmbH (2016): VAG-Mobilitätsberatung: Auch 2016 wieder Informationen rund um den ÖPNV. Nahverkehrspraxis, Dortmund. Online verfügbar unter <http://www.nahverkehrs-praxis.de/news/nahverkehrspraxis-top-news/article/vag-mobilitaetsberatung-auch-2016-wieder-informationen-rund-um-den-oepnv/>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Forum anders reisen e.V. (2017): Unsere Mitglieder stellen sich vor. Online verfügbar unter <https://forumandersreisen.de/mitglieder/unsere-mitglieder>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

GIH Bundesverband Gebäudeenergieberater Ingenieure Handwerker e.V. (2017): Auswertung Mitgliederbefragung 2016.

Hunecke, Marcel; Toprak, Ahmet (2014): Empowerment von Migrant_innen zum Klimaschutz. Konzepte, empirische Befunde und Handlungsempfehlungen. oekom verlag München.

Jahnke, Katy; Weiß, Julika (2014): Evaluation WärmeCheck - Kampagne „Meine Heizung kann mehr“, co2online gemeinnützige GmbH & Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gemeinnützige GmbH, Berlin. Online verfügbar unter <https://www.co2online.de/fileadmin/co2/research/Evaluation-WaermeCheck-2014.pdf>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Kurz, Bettina; Kubek, Doreen (2015): Kursbuch Wirkung. PHINEO gAG, Berlin, 3. Aufl. Online verfügbar unter https://www.phineo.org/downloads/PHINEO_KURSBUCH_WIRKUNG.pdf, zuletzt geprüft am 08.06.2017.

Meyer, Wolfgang; Jacoby, Klaus-Peter; Stockmann, Reinhard; Universität des Saarlandes, Fak. 05 Empirische Humanwissenschaften, CEval - Centrum für Evaluation (Ed.) (2002): Evaluation der Umweltberatungsprojekte des Bundesumweltministeriums und des Umweltbundesamtes. Saarbrücken (CEval-Arbeitspapier 7). Online verfügbar unter <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-113456>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Michelsen, Gerd (1997): Umweltberatung. Grundlagen und Praxis. Economica Verlag, Bonn.

Michelsen, Gerd; Fischer, Daniel (2015): Bildung für nachhaltige Entwicklung. Hessische Landeszentrale für politische Bildung, Wiesbaden.

Natürlich Reisen Tourdesign GmbH & Co. KG (2015): Kennzahlen Reiseveranstalter Deutschland. Online verfügbar unter <https://www.natuerlich-reisen.net/kennzahlen-reiseveranstalter-deutschland/>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Scheffler, Dirk; Timper, Michael (2009): Evaluation der Beratung zu Schadstoffen in Innenräumen der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen. Univation, Institut für Evaluation Dr. Beywl & Associates GmbH, Köln und SALSS – Sozialwissenschaftliche Forschungsgruppe GmbH, Bonn.

Schüle, Ralf; Hanke, Thomas (2006): Evaluation des Online-Modernisierungsratgebers von co2online. Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH, Wuppertal. Online verfügbar unter https://www.co2online.de/fileadmin/co2/research/Bewertung_WI_Evaluation_Mod_Rat-1.pdf, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Statista (2017): Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Bereich Ernährungsberatung in Deutschland in den Jahren von 2012 bis 2016. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/520522/umfrage/anzahl-der-beschaeftigten-ernaehrungsberater-in-deutschland>, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Stockmann, Reinhard; Meyer, Wolfgang; Gaus, Hansjörg; Urbahn, Julia; Kohlmann, Uwe (2001): Nachhaltige Umweltberatung. Evaluation eines Förderprogramms der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. Sozialwissenschaftliche Evaluationsforschung Band 2, Leske + Budrich, Opladen.

Stockmann, Reinhard; Urbahn, Julia (2001): Umweltberatung und Nachhaltigkeit. Dokumentation einer Tagung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt, Osnabrück 28./29.05.2000. Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Verhoog, Mart (2012): Evaluation des Modernisierungsratgebers – Ergebnisbericht. co2online gemeinnützige GmbH, Berlin. Online verfügbar unter https://www.co2online.de/fileadmin/co2/research/2012_Evaluation_Modernisierungsratgeber_co2online_gGmbH.pdf, zuletzt geprüft am 18.12.2017.

Anhang

Liste der Verbände

ADFC – Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club (Bundesverband) e. V., <http://www.adfc.de/>

Arbeitsgemeinschaft ökologischer Forschungsinstitute e.V. (AGÖF), <http://www.agoef.de>

Arbeitsgruppe Nachhaltige Ernährung, Beratungsbüro für ErnährungsÖkologie in München, <http://www.nachhaltigeernaehrung.de>

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND), <https://www.bund.net/>

Bundesverband der Energie- und Klimaschutzagenturen Deutschland e.V. (EAD), <http://energieagenturen.de/>

Bundesverband Die Verbraucher Initiative e.V., <http://verbraucher.org/>

Bundesverband für Umweltberatung (bfub) e.V., incl. Landes-, Regional- und Fachverbände, <http://www.umweltberatung-info.de/>

Deutsches Energieberater-Netzwerk e.V. (DEN), <http://den-ev.de/>

DNR Deutscher Naturschutzring, Dachverband der deutschen Natur-, Tier- und Umweltschutzverbände, www.dnr.de

Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH), <http://www.duh.de/>

Förderkreis Umweltschutz Unterfranken e.V. (FUU), <http://www.umweltschutz-unterfranken.de/seite/de/fuu/02/-/Startseite.html>

Förderverein fair beraten e.V., <https://www.fairberaten.net>

Interkulturelles Bündnis für Nachhaltigkeit, <http://interkulturelles-buendnis-fuer-nachhaltigkeit.de/das-buendnis/startseite/>

Klimaallianz Deutschland – Das Bündnis für den Klimaschutz, www.klima-allianz.de

Landesverein der UmweltberaterInnen in Berlin und Brandenburg e.V. (LAUB), <http://www.laub-ev.de/>

NABU - Naturschutzbund Deutschland e.V., <https://www.nabu.de/>

Ökomarkt Verbraucher- und Agrarberatung e.V., <https://www.oekomarkt-hamburg.de/>

Regionalverband Umweltberatung Nord e.V. (R.U.N.), www.umweltberatung-nord.de

Schutzgemeinschaft Deutscher Wald e.V. (SDW), <http://www.sdw.de>

Umweltberatung und kommunaler Umweltschutz in Hessen und Rheinland-Pfalz e.V. (UHR), www.umweltberatung-info.de/Netzwerke-Landes-und-Fach-und-Regionalverbaende.html

Umweltberatungsnetzwerk in Nordrhein-Westfalen, www.umweltberatung-info.de/Netzwerke-Landes-und-Fach-und-Regionalverbaende.html

Verband für Unabhängige Gesundheitsberatung e.V. (UGB), <https://www.ugb.de/>

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv), <http://www.vzbv.de/>

Verkehrsclub Deutschland e.V. (VCD), <https://www.vcd.org/startseite>

Yeşil Çember – ökologisch interkulturell gGmbH, <http://yesilcember.eu/de/>

Liste der Interviewpartner

Regina Brück, Abfallberatung

AWA Entsorgung GmbH
Zum Hagelkreuz 24
52249 Eschweiler
Telefon: +49 (0) 2403 8766-353
Telefax: +49 (0) 2403 8766-350
E-Mail: abfallberatung@awa-gmbh.de
www.awa-gmbh.de

Dr. Jürgen Ritterhoff, BEKS Energieeffizienz GmbH Bremen

BEKS EnergieEffizienz GmbH
Am Wall 172 /173
28195 Bremen
Tel. 0421.835 888-10
Fax 0421.835 888-25
E-Mail: info@beks-online.de
<http://www.beks-online.de/>

Dr. Karin Kreutzer, Bremer Umwelt Beratung e.V.

Bremer Umwelt Beratung e.V.
Am Dobben 43a
28203 Bremen
(0421) 707 010-0
(0421) 707 010-9
Frau Dr. Karin Kreutzer
E-Mail: info@Bremer-Umwelt-Beratung.de
<http://www.bremer-umwelt-beratung.de/>

Ralf Bühring, BUND Leipzig

BUND Regionalgruppe Leipzig
Bernhard-Göring-Straße 152
04277 Leipzig
Tel./Fax: 0341/ 3 06 53 95
E-Mail: kontakt@bund-leipzig.de
<https://www.bund-leipzig.de/>

Sebastian Metzger, co2online gGmbH

co2online gGmbH
Gemeinnützige Beratungsgesellschaft
Hochkirchstr. 9
D-10829 Berlin
Telefon: +49 (30) 76 76 85 0
Fax: +49 (30) 76 76 85 11
E-Mail: kontakt@co2online.de
<https://www.co2online.de>

Nicola Beck, EnergieBauZentrum Hamburg

EnergieBauZentrum Hamburg
ELBCAMPUS
Zum Handwerkszentrum 1
21079 Hamburg
Tel: +49 (0)40 - 359 058 22
E-Mail: energiebauzentrum@elbcampus.de
<http://www.energiebauzentrum.de>

Annette Alfermann, fairberaten.net

Kolpingstraße 3
D-59368 Werne
Tel.: 02389/534896
Sprechzeiten:
nach Vereinbarung
E-Mail: alfermanns@t-online.de
<https://www.fairberaten.net/annette-alfermann/>

Benjamin Weismann, GIH

GIH Gebäudeenergieberater Ingenieure
Handwerker e.V.
Unter den Linden 10
10117 Berlin
Telefon: 030 340 60 23-70
Telefax: 030-340 60 23-77
E-Mail: info@gih.de
<http://www.gih.de>

**Regina Lüdert, Mobilitätsberatung
Stuttgart**

SBB Stuttgart
Königstraße 1A
70173 Stuttgart
Telefon 0711 216-88900
E-Mail: mobil@stuttgart.de
<http://www.ssb-ag.de>

Dr. Michael Bilharz, Umweltbundesamt

Umweltbundesamt
Fachgebiet III 1.1 – Nachhaltige
Konsumstrukturen
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Telefon: +49-340-2103-2416
E-Mail: Michael.Bilharz@uba.de
<https://www.umweltbundesamt.de>

Anja Knieper, Umweltstation Würzburg

Umweltstation - Die Stadtreiniger
Zeller Straße 44
97082 Würzburg
Tel: 09 31 - 4 44 40
Fax: 09 31 - 4 43 30
E-Mail: umweltstation@stadt.wuerzburg.de
<http://www.wuerzburg.de/de/themen/umwelt-verkehr/umweltstation/index.html>

Alexander Ahrens, VCD-Verkehrsberatung

Verkehrsclub Deutschland e.V.
Wallstraße 58
10179 Berlin
Fon (030) 280351-0
Fax (030) 280351-10
E-Mail: mail@vcd.org
www.vcd.org

Petra Niesbach, Verbraucherzentrale NRW

Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen
e.V.
Mintropstr. 27
40215 Düsseldorf
Tel: 0211 3809-0
Fax: 0211 3809-216
E-Mail: kontakt@verbraucherzentrale.nrw
<https://www.verbraucherzentrale.nrw>

**Antje Rohde-Carbach, Umweltberatung
Stadt Wiesbaden**

Umweltladen/ Umweltberatung Stadt
Wiesbaden
Luisenstraße 19
65185 Wiesbaden
Telefon 0611-31-3600
Telefax 0611-31-3957
E-Mail: umweltamt@wiesbaden.de
www.wiesbaden.de

**Gülcan Nitsch, Yeşil Çember – ökologisch
interkulturell gGmbH**

Yeşil Çember – ökologisch
interkulturell gGmbH
c/o Thinkfarm | Oranienstr. 183
Im Oranienhof | D-10999 Berlin
E-Mail: info@yesilcember.eu
<http://yesilcember.eu/de/>

Leitfaden der strukturierten Interviews

Interviewleitfaden AP2 – AS3

„Umweltberatung für Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland – Evaluation“

Datum:

Dauer:

Name:

Einrichtung:

1. Angebotene Leistungen der Beratungsstelle

a. Welche Umweltberatungsleistungen bieten Sie an? (offene Frage)

- Persönliche Beratung (vor Ort, Telefon, Mail, Fax, Post, Online-Tool)
- Infomaterialien
- Give-Aways
- Aktionen und Öffentlichkeitsarbeit
- Marktchecks
- Einrichtung von Sammelstellen (Korken, Energiesparlampen,...)
- Kampagnen (Bündel von Maßnahmen)
- Bildungsangebote
- Projekte
- Wettbewerbe
- Interessenvertretung
- Sonstige:

- Wie viel % von den Leistungen macht die persönliche Beratung aus?

b. Zu welchen Themen beraten Sie? (Auswahl Möglichkeiten nach vorgegebenen Kategorien)

Naturschutz	Tourismus	Abfall	Kleidung	Verbrauchsgüter	Langlebige	IKT	Geldanlage	Ernährung	Gesundheit/ Ernährung	Mobilität	Wohnen	Energie/ energie- verbrauch. Geräte	Energieerzeugung	Wasser	Bauen
-------------	-----------	--------	----------	-----------------	------------	-----	------------	-----------	--------------------------	-----------	--------	--	------------------	--------	-------

2. Fragen nach der Zielgruppe der Beratungsleistung (Reichweite der Beratung im Sinne des Multiplikatoreffekts)

a. Welche Zielgruppen wollen Sie in der Beratung erreichen?

- Private Haushalte Gewerbe kommunale Gebietskörperschaften (einschl. Vereine, Institutionen)

b. ... und welche erreichen Sie? (Wie viel % Anteil haben private Haushalte?)

Welche Reichweite im geographischen Sinne erreichen Sie mit ihrer Beratungsleistung?

- Stadtteil/ Wohnviertel Stadtgebiet Kreisebene Länderebene Deutschlandweit

3. Fragen zur Zufriedenheit der Kunden mit der Beratung

- a. Welchen Nutzen zieht der Verbraucher aus der Beratung? Wie wird die Kundenzufriedenheit erfasst? (*offene Frage*)
- b. Wie werden Beratungshinweise (-vorschläge) kommentiert/angenommen?
 - Sehr gut* *gut* *mittel* *schlecht* *sehr schlecht*
 - *Als praxisrelevant/hilfreich?* *sehr häufig* *häufig* *selten*
 - *Als theoretisch vielleicht richtig, aber praktisch schwierig umsetzbar?*
 - sehr häufig* *häufig* *selten*
- c. Wie schätzen die Kunden den Nutzen der Beratung ein bzw. (wenn nicht explizit diskutiert) wie mögen sie ihn einschätzen?
 - Sehr gut* *gut* *mittel* *schlecht* *sehr schlecht*

4. Fragen zur Evaluation der Beratungsleistung

- a. Wie evaluieren Sie ihre Beratungsleistung? (*offene Frage*)
 - Daten erfassen, sammeln:
 - Anzahl Beratungen
 - Beratungswege (Mail, Telefon, vor Ort, zu Hause,...)
 - Themen der Beratungen
 - Zeitdauer der Beratung
 - Datum der Beratung
 - Sonstiges:
 - jährlicher Bericht:.....
 - erneuter Kontakt zum Kunden nach einiger Zeit
 - telefonisch nachfassen nach
 - Hausbesuch nach
 - externe Evaluation
 - Sonstiges
- b. Welche Ziele setzen Sie sich? (*offene Frage*)
- c. Wie erheben Sie die Anzahl der Beratungen, wie viele Beratungen führen Sie durch? (*offene Frage*)
Anzahl der Beratungen:
- d. Erreichen Sie ihre Ziele? (*offene Frage*)

5. Fragen zur Hilfestellung nach der Beratungsphase

- a. Welche Weiterempfehlungen hinsichtlich der Information und Beratung geben Sie? (*offene Frage*)
- b. In wie weit kennen und nutzen Sie das UBA Verbraucherportal? Welche Empfehlungen sind für Sie sinnvoll und anwendbar in der Beratung?
UBA-Portal bekannt? *ja* *nein*
- c. Empfehlen Sie konkrete „Tools“ wie bspw.
 - UBA Verbraucherportal - umweltbundesamt.de/umwelttipps-fuer-den-alltag

- Eco top ten
- Labelonline? / Siegelklarheit.de (auch als App)?
- Co2 Rechner?
- Apps, etc.
-

6. Fragen zur Qualifikation der Beratungsleistungen

- a. Welche Quellen nutzen Sie zur Informationsbeschaffung?

7. Fragen zur Institutionalisierung einer Evaluation

- a. Wie oft evaluieren Sie ihre Beratungsleistungen? (*offene Frage*)
- b. Welche Anpassungsmaßnahmen nehmen Sie aufgrund der Evaluationsergebnisse vor? (*offene Frage*)
- c. Erfragen Sie regelmäßig die Anliegen, Wünsche und Anregungen der Kunden? Und wenn ja, wie fließen diese in ihre Arbeit ein? (*ja/nein*)

8. Fragen zur Verhaltensänderung- Fragen zur Zielerreichung der Beratung

- a. Erreichen Sie eine Verhaltensänderung beim Kunden durch ihre Beratung? Wie prüfen Sie das nach? (*offene Frage*)
- b. Ändert sich die Lebenssituation Ihrer Kunden durch Ihre Beratung? (z.B. Kosteneinsparung im Energiebereich, Wassereinsparung, gesunde Luft)? Wie prüfen Sie das nach? (*offene Frage*)

9. Nicht gestellte Fragen und Anregungen von Seiten des Interviewpartners

- a. Gibt es weitere Evaluationstools, Methoden, Möglichkeiten die Sie anwenden?

Liste der Quellen zur Akteurs-Recherche

Akteur	Anzahl Beratungsstellen	Internetquelle/ Auflistung																																				
Behörden	Ca. 1000 Umweltberatungsstellen bei Behörden, angesiedelt bei Umweltämtern oder Naturschutzämtern	http://www.ortsdienst.de/umweltamt/ (Stand: 06.03.2017)																																				
BUND-Landesverbände	16 BUND Landesverbände	https://www.bund.net/ueber-uns/organisation/landesverbaende/ (Stand: 06.03.2017)																																				
Umweltzentren	35 Umweltzentren in Deutschland	<table border="0"> <tr> <td>Bildung und Umwelt GmbH in Kappel</td> <td>Chemnitz</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Bildungs-, Beratungs- und Aktionszentrum für die Umwelt am Wiesenweg in Steudnitz</td> <td>Steudnitz</td> <td></td> </tr> <tr> <td>BUND - Umweltschutzzentrum Konstanz</td> <td>http://www.bund-konstanz.de/umweltzentrum/</td> <td>01.03.2017</td> </tr> <tr> <td></td> <td>http://www.umweltforum-mannheim.de/umweltforum/das-umweltzentrum-mannheim</td> <td>01.03.2017</td> </tr> <tr> <td>BUND-Umweltzentrum Mannheim</td> <td>http://www.umweltzentrum-karlsruhe.de/html/umweltzentrum.html</td> <td>01.03.2017</td> </tr> <tr> <td>Umweltzentrum Karlsruhe</td> <td>www.euz-nrw.de</td> <td>01.03.2017</td> </tr> <tr> <td>Energieeffizienz- und Umweltzentrum NRW</td> <td>www.lwg.bayern.de</td> <td>27.02.2017</td> </tr> <tr> <td>Bayerische Landesanstalt für Wein- und Gartenbau</td> <td>www.lra-wue.bayern.de</td> <td>01.03.2017</td> </tr> <tr> <td>Kompetenzzentrum für Gesundheit, Ernährung und Verbraucherschutz (Komgesund)</td> <td>www.wuerzburg.de/umweltstation</td> <td>27.02.2017</td> </tr> <tr> <td>Umweltstation der Stadt Würzburg</td> <td>www.wuerzburg.bund-naturschutz.de</td> <td>27.02.2017</td> </tr> <tr> <td>Ökohaus Würzburg des Bundes Naturschutz</td> <td>http://www.e-u-z.de/</td> <td>27.02.2017</td> </tr> <tr> <td>Energie- und Umweltzentrum am Deister e. V.</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	Bildung und Umwelt GmbH in Kappel	Chemnitz		Bildungs-, Beratungs- und Aktionszentrum für die Umwelt am Wiesenweg in Steudnitz	Steudnitz		BUND - Umweltschutzzentrum Konstanz	http://www.bund-konstanz.de/umweltzentrum/	01.03.2017		http://www.umweltforum-mannheim.de/umweltforum/das-umweltzentrum-mannheim	01.03.2017	BUND-Umweltzentrum Mannheim	http://www.umweltzentrum-karlsruhe.de/html/umweltzentrum.html	01.03.2017	Umweltzentrum Karlsruhe	www.euz-nrw.de	01.03.2017	Energieeffizienz- und Umweltzentrum NRW	www.lwg.bayern.de	27.02.2017	Bayerische Landesanstalt für Wein- und Gartenbau	www.lra-wue.bayern.de	01.03.2017	Kompetenzzentrum für Gesundheit, Ernährung und Verbraucherschutz (Komgesund)	www.wuerzburg.de/umweltstation	27.02.2017	Umweltstation der Stadt Würzburg	www.wuerzburg.bund-naturschutz.de	27.02.2017	Ökohaus Würzburg des Bundes Naturschutz	http://www.e-u-z.de/	27.02.2017	Energie- und Umweltzentrum am Deister e. V.		
Bildung und Umwelt GmbH in Kappel	Chemnitz																																					
Bildungs-, Beratungs- und Aktionszentrum für die Umwelt am Wiesenweg in Steudnitz	Steudnitz																																					
BUND - Umweltschutzzentrum Konstanz	http://www.bund-konstanz.de/umweltzentrum/	01.03.2017																																				
	http://www.umweltforum-mannheim.de/umweltforum/das-umweltzentrum-mannheim	01.03.2017																																				
BUND-Umweltzentrum Mannheim	http://www.umweltzentrum-karlsruhe.de/html/umweltzentrum.html	01.03.2017																																				
Umweltzentrum Karlsruhe	www.euz-nrw.de	01.03.2017																																				
Energieeffizienz- und Umweltzentrum NRW	www.lwg.bayern.de	27.02.2017																																				
Bayerische Landesanstalt für Wein- und Gartenbau	www.lra-wue.bayern.de	01.03.2017																																				
Kompetenzzentrum für Gesundheit, Ernährung und Verbraucherschutz (Komgesund)	www.wuerzburg.de/umweltstation	27.02.2017																																				
Umweltstation der Stadt Würzburg	www.wuerzburg.bund-naturschutz.de	27.02.2017																																				
Ökohaus Würzburg des Bundes Naturschutz	http://www.e-u-z.de/	27.02.2017																																				
Energie- und Umweltzentrum am Deister e. V.																																						

	Umweltzentrum Hannover e.V	http://www.umweltzentrum-hannover.de/	27.02.2017
	Umweltzentrum Chemnitz / Agenda-Büro	http://www.chemnitz.de/chemnitz/de/die-stadt-chemnitz/umwelt/umweltzentrum/	27.02.2017
	Umweltzentrum Stuhr e. V.	http://www.umweltzentrum-stuhr.de	27.02.2017
	Umweltzentrum & Gartenkultur Fulda e.V.	www.umweltzentrum-fulda.de	27.02.2017
	Umweltzentrum Schwäbisch Hall e.V.	http://www.umweltzentrum-schwaebisch-hall.de/	27.02.2017
	Biologische Station UMWELTZENTRUM Hagen e.V.	http://biostation-hagen.de/	27.02.2017
	BUND-Umweltzentrum Ulm	http://www.bund-ulm.de/ueber-uns/bund-umweltzentrum-ulm/	27.02.2017
	BUND - Umweltzentrum Nienburg	www.bund-nienburg.de	27.02.2017
	Umweltzentrum Freital e.V.	http://www.umweltzentrum-freital.de/	27.02.2017
	Umweltzentrum Ronney	http://www.umweltzentrum-ronney.de	27.02.2017
	Landshuter Umweltzentrum e.V.	http://www.la-umwelt.de	27.02.2017
	Natur- und Umweltschutzzentrum Rinteln	https://www.nabu-rinteln.de/	01.03.2017
	Natur-, Umwelt- und Abfallberatungsstelle im Kreis Plön - Naturschutzbund Deutschland (NABU)	https://schleswig-holstein.nabu.de/wir-ueber-uns/organisation/landesstellen/natur-und-abfallberatung/	27.02.2017
	BUND Umweltbüro Preetz	http://kg-ploen.bund.net/	27.02.2017
	Umwelt- und Abfallberatung in Schwentinental	http://www.bund-sh.de/ueber_uns/natur_umwelt_und_abfallberatung_gsstellen/	27.02.2017
	Ökomarkt Verbraucher- und Agrarberatung e. V. Hamburg	https://www.oekomarkt-hamburg.de/verbraucherinformation	27.02.2017
	Ökostation Freiburg	http://www.oekostation.de/de/	27.02.2017
	Umwelt- und Energieberatungszentrum (UEBZ) Landkreis Bingen	http://www.uebz-mainz-bingen.de/home/	27.02.2017
	UmweltHaus Kassel e.V.	http://umwelthaus-kassel.de/	27.02.2017
	Umwelthaus Oldenburg e.V.	www.umwelthaus-oldenburg.de	27.02.2017
	Umweltladen Wiesbaden	http://www.wiesbaden.de/vv/produkte/36/14101010000237832.php	27.02.2017
	Umweltzentrum-Itzehoe	http://www.bund-steinburg.de/umweltzentrum-iz.html	27.02.2017
	Bremer Umwelt Beratung e.V.	http://www.bremer-umwelt-beratung.de/	27.02.2017
	Umweltzentrum Bielefeld	http://www.umweltzentrum-bielefeld.de/index.php?id=beratung	02.03.2017

		Energiebauzentrum Handwerkskammer HH	http://www.energiebauzentrum.de/beratung-und-service/	30.03.2017
türkischer Umweltverband	11 Standorte		www.yesilcember.de (Stand: 01.03.2017)	
Verbraucherzentralen	510 Beratungsstellen sowie Energieberatungsbüros		www.verbraucherzentrale.de (Stand: 01.03.2017)	
Online Tools	15 Online Tools, die individuell zugeschnittene „Antworten“ liefern	CO2-Online	http://www.co2online.de/service/energiesparchecks/	19.04.2017
		Umweltbundesamt	http://www.uba.co2-rechner.de/de_DE	19.04.2017
		WWF	http://wwf.klimaktiv-co2-rechner.de/de_DE/popup/	19.04.2017
		Unilever Deutschland GmbH - Klimatarier	https://www.klimatarier.com/de/CO2_Rechner http://www.fussabdruck.de/fussabdrucktest/#/start/index/	19.04.2017
		Brot für die Welt	http://www.footprint-deutschland.de/	19.04.2017
		BUNDjugend	https://co2.myclimate.org/de/offset_further_emissions	20.06.2017
		Myclimate	https://www.atmosfair.de/de/kompensieren	20.06.2017
atmosfair				
Stadtreinigungen	562 Stadtreinigungen		http://www.abfallberatung.de/kommunen/kommunen.aspx (Stand: 07.03.2017)	
Repair-Cafés	501		https://www.reparatur-initiativen.de/initiativen/ (Stand: 07.03.2017)	
Ernährungsberater gepr.	57		https://www.fairberaten.net/trainer-berater/ (Stand: 10.04.2017)	
Verkehrsverbände	25	WVV-Kundenzentrum	www.wvv.de	27.02.2017
		Leipziger Verkehrsbetriebe	https://www.l.de/verkehrsbetriebe/kundenservice/services/mobiltaetsberatung	03.03.2017
		Mobilitätsberatung Herford	https://www.owlverkehr.de/owlv/geschaeftsstellen/mobilitaetsberatung-herford.php?navanchor=2110010	03.03.2017
		OWL Verkehrs GmbH	https://www.owlverkehr.de/owlv/geschaeftsstellen/index.php?navanchor=2110010	03.03.2017
		Nordhessischer VV	http://www.nvv.de/tickets-tarife/kundenzentren-infopoints-und-mobilitaetszentrale/	03.03.2017
		Rhein-Main VV	http://www.rmv.de/de/Fahrkarten/Fahrkarten_kaufen/Mobilitaetszentralen_Uebersicht/	03.03.2017
		Nürnberger Verkehrs AG	http://www.nahverkehrs-praxis.de/news/nahverkehrspraxis-	03.03.2017

		news/article/vag-mobilitaetsberatung-auch-2016-wieder-informationen-rund-um-den-oepnv/	
		https://www.vrsinfo.de/service/mobilitaetsmanagement.html	03.03.2017
		http://www.mvg-mainz.de/service/mobilitaetsmanagement.html	03.03.2017
		https://www.mdv.de/site/uploads/mob_personen.pdf	03.03.2017
		http://www.vvs.de/rundum-mobil/unterwegs/mobilitaetspunkte/mobilitaetsberatung-waiblingen/	03.03.2017
		http://www.hvv.de/service/fluechtlinge/mobilitaetsberatung_fluechtlinge/	03.03.2017
		https://www.stuttgart.de/mobilitaetsberatung	03.03.2017
		http://www.kvg-kiel.de/service/mobilitaetsberatung/	03.03.2017
		http://www.vms.de/service/kundenbuero/	03.03.2017
		http://www.cvag.de/cgi-bin/click.system?navid=1524&sid=c	03.03.2017
		http://www.kvgof.de/fahrgastservice/kontakt/mobipartner/	03.03.2017
		http://stadtwerke-marburg.de/mobilitaetszentrale.html	03.03.2017
		https://www.vvo-online.de/doc/VVO-Flyer-Kombiticket-SDS.pdf	03.03.2017
		https://www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Kreisverwaltungsreferat/Verkehr/Mobilitaetsberatung.html	03.03.2017
		http://www.wolfsburg.de/tourismus/tourist-information/mobilitaetsberatung	03.03.2017
		http://www.mhv-info.de/mobilitaetsberatung-herford-eroeffnet/	03.03.2017
		https://www.sv-luebeck.de/de/service/mobilit%C3%A4tsberatung.html	03.03.2017
		http://www.neuenburg.de/,Lde/mobilitaetsberatung.html#id579825	03.03.2017
		https://www.tuebingen.de/tuebingen-macht-blau/17916.html	03.03.2017
ADFC-Infoläden + VCD	453	https://www.vcd.org/vorort/suedlicher-oberrhein/service/mobilitaetsberatung/	03.03.2017
		https://www.adfc-leipzig.de/termin/mobilit%C3%A4tsberatung-341	03.03.2017
		http://www.adfc.de/ueber-uns/adfc-vor-ort/adfc-vor-ort	30.03.2017
		https://www.vcd.org/infothek/vcd-verkehrsberatung-fragen-antworten/	10.04.2017

Energie-agenturen	80 regionale Energieagenturen	http://www.die-hauswende.de/de/sanierung-starten/regional-aktiv-energieagenturen/ (Stand: 12.04.2017)
unabhängige Energie-berater	Unabhängige Energieberater der BAFA Vor Ort Beratung (4202) sowie unabhängige Berater, welche eine Beratung zu den Themen Energiecheck, Stromsparen, oder sonstige Energieberatung, unabhängig von einer Baumaßnahme, anbieten (836)	Unabhängige Energieberater der BAFA Vor Ort Beratung (4202): https://www.energie-effizienz-experten.de/sie-sindbauherr/expertensuche/ (Stand 12.04.2017); weitere Listen unabhängiger ¹⁰ Berater (außerhalb der BAFA Beratung): Liste der Energiedienstleister der Bundesstelle für Energieeffizienz (BfEE): https://elan1.bafa.bund.de/bafa-portal/bfee-suche/ , Liste Energieberater-2020 vom Bundesarbeitskreis Altbauerneuerung (BAKA), Deutsches Energieberater Netzwerk (DEN) und Gebäudeenergieberater Ingenieure Handwerker Bundesverband (GIH-BV): http://www.den-ev.de/ , Energieberaterliste des Europäischen Verbands der Energie- und Umweltschutzberater (EVEU e.V.): http://www.eveu.de/
Energie-versorger	1092	http://www.stadtwerke-in-deutschland.de/ (Stand: 06.03.2017)
Stromspar-Check (Caritas)	109	http://www.stromspar-check.de/standorte/standorte-karte.html (Stand: 06.03.2017)
Baubio-logische Beratungsstellen IBN	47	https://www.baubiologie-verzeichnis.de/ (Stand: 06.03.2017)

¹⁰ Hier bezeichnen sich die Berater selbst als „unabhängig“ bzw. treten unter dieser Kategorie im Internet auf, eine weitere Nachprüfung ob hier eine Unabhängigkeit im Sinne der unter Kapitel 2.1 definierten ‚Unabhängigkeit‘ der Berater gegeben ist, konnte im Rahmen dieser Studie nicht erfolgen.