



| Von der Energie- zur Klimaschutzgenossenschaft: Lokale Akteure ermöglichen Klimaschutz

**Impulse für die Praxis von
Energiegenossenschaften**



Dieser Leitfaden wurde im Rahmen des Projektes „klimaGEN – Von der Energie- zur Klimaschutzgenossenschaft. Strategien der Bürgeraktivierung zur Erschließung von Klimaschutzpotenzialen“ erstellt. Das Projekt wurde im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit gefördert.

Der Leitfaden fasst ausgewählte Projektergebnisse zusammen, um so einen Überblick über wirkungsvolle und inspirierende Aktivitäten einzelner Energiegenossenschaften zu geben. Er richtet sich an aktive und interessierte Menschen in und im Umfeld von Energiegenossenschaften, die frische Impulse für ihre Geschäftstätigkeit sowie die Mitglieder- und Öffentlichkeitsarbeit aufgreifen wollen. Die praxisbezogenen Maßnahmen in diesem Leitfaden sollen Energiegenossenschaften zu einem breiteren Engagement im Klimaschutz anregen. Detaillierte Informationen zu den hier vorgestellten Maßnahmen finden Sie auf der Website www.klimagen.de.



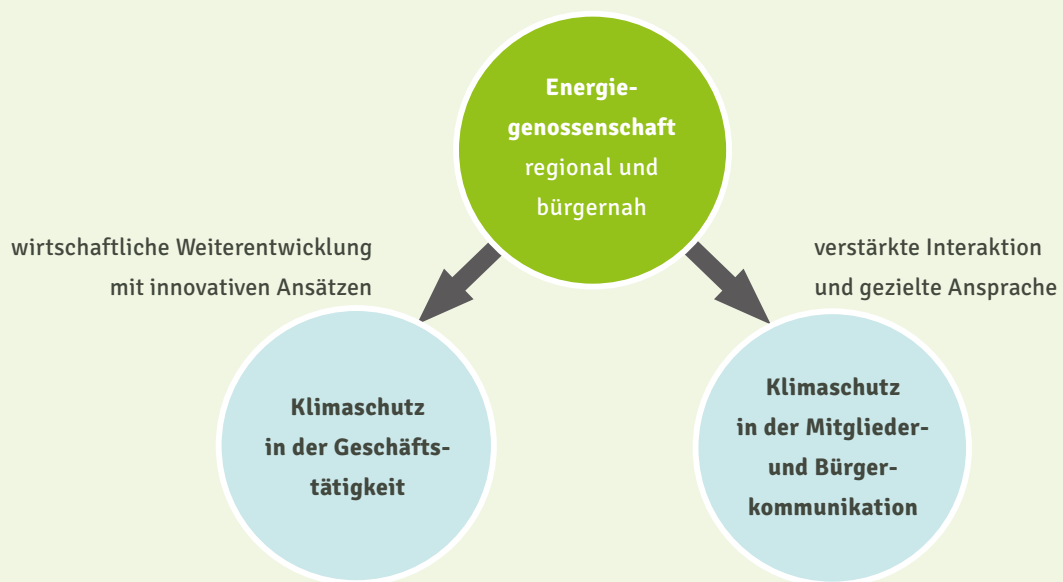
Inhalt

Von der Energie- zur Klimaschutzgenossenschaft	2
Klimaschutzgenossenschaften in der Praxis	8
Die Reichweite von Energiegenossenschaften	12
Die Perspektive der Mitglieder	15
Handlungsfelder für Energiegenossenschaften	18
Geschäftsmodelle	19
Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit	28
Nicht-kommerzielle Aktivitäten und Dienstleistungen	36
Verweise und Impressum	40



Von der Energie- zur Klimaschutzgenossenschaft

In Energiegenossenschaften kommt zusammen, was vielfach in unserer Gesellschaft auseinanderfällt: unternehmerisches Engagement auf der einen Seite und Maßnahmen zum Schutz von Umwelt und Klima auf der anderen Seite. Energiegenossenschaften profitieren dabei von ihrer lokalen Verankerung, häufig in Form des ehrenamtlichen Engagements ihrer aktiven Mitglieder. Naheliegend ist daher die Frage, ob Energiegenossenschaften ihre Wirkung im Klimaschutz verstärken können, indem sie weitere klimaschutzrelevante Geschäftsfelder erschließen und ihre Mitglieder sowie die Öffentlichkeit für konkrete Klimaschutzmaßnahmen gewinnen.



Unter der Leitidee „klimaGEN – Von der Energie- zur Klimaschutzgenossenschaft“ wurde mit 13 Energiegenossenschaften über drei Jahre ausgelotet, welche Geschäftsfelder unter den gegenwärtigen rechtlichen Rahmenbedingungen aussichtsreich sind und inwiefern Energiegenossenschaften als lokale Gemeinschaften eine organisatorische Struktur bieten, um ihre Mitglieder und Bürger*innen in ihrem Umfeld im alltäglichen Klimaschutz zu unterstützen.

Teilnehmende Energiegenossenschaften



Um einen allgemeinen Überblick zu erhalten wurde im Rahmen des klimaGEN-Projekts eine Datenbank zu allen Energiegenossenschaften in Deutschland erstellt. Zudem wurden Befragungen in Kooperation mit der WeilerWärme eG, der Helionat eG, der Bürger-Energiegenossenschaft West eG und der Prokon Regenerative Energien eG durchgeführt, um die Perspektive der Mitglieder zu erfassen. Ergänzend wurden bundesweit Menschen befragt, die keine Mitglieder in einer Energiegenossenschaft sind.

| Das Leitbild einer Klimaschutzgenossenschaft

Fast alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche sind für den Klimaschutz relevant. Energiegenossenschaften bieten einen guten Ausgangspunkt, um bürgerliches Engagement im Klimaschutz zu erweitern und klimagerechte Investitionen sowie Verhaltensänderungen anzustoßen.

Im Rahmen des klimaGEN-Projekts bezeichnet der Begriff „Klimaschutzgenossenschaft“ eine Energiegenossenschaft, die Klimaschutzbelange in besonderer Weise in ihre wirtschaftlichen Tätigkeiten, die Entwicklung ihrer Region oder in ihre externe Kommunikation integriert:

Eine Klimaschutzgenossenschaft errichtet und betreibt klimafreundliche Infrastruktur und macht damit Klimaschutz vor Ort erlebbar. Dabei bietet sie kommerzielle und nicht-kommerzielle Dienstleistungen an, die klimafreundliche Lebensstile erleichtern. Sie beteiligt sich an Kooperationen und befördert den Wissenstransfer zwischen Akteur*innen, um Klimaschutz aus der Nische in die Breite zu bringen.

Klimaschutzgenossenschaften nehmen also ihre originären Aufgaben des Wirtschaftens für ihre Mitglieder wahr und geben sich darüber hinaus vorausschauende Ziele mit einem klaren Fokus auf die Gestaltung einer lebenswerten Zukunft.

Klimaschutzgenossenschaften ...

... sind nah an den Menschen

- > unsere Region, gemeinsame Ziele, Identität

... integrieren vielfältige Akteure

- > Bürger*innen, Kommunen, Unternehmen

... verfolgen ambitionierte Ziele

- > innovative und klimagerechte Lösungen für Strom, Wärme und Verkehr

... wirken in der praktischen Umsetzung

- > Infrastruktur und Organisationsstrukturen für klimagerechtes Verhalten

... machen den Wandel vor Ort sichtbar und erlebbar

- > Öffentlichkeitsarbeit, Wertschätzung klimafreundlicher Lebensstile und Wirtschaftsweisen

| Klimaschutz ist anspruchsvoller Umweltschutz

Umweltschutz hat in der Vergangenheit immer dann Menschen bewegt, wenn das Umweltproblem gut wahrnehmbar war, wenn es viele Menschen betroffen hat und es eine kleine sowie klar abgrenzbare Gruppe von Verursachern gab. All das fehlt beim Klimaschutz in vielerlei Hinsicht und deswegen gehen die klimaschädlichen Emissionen kaum zurück. Eine hoffnungsvolle, wenn auch noch recht junge Entwicklung ist, dass zunehmend mehr Menschen die Klimaveränderungen als problematisch ansehen. So ist der Anteil der Menschen, die sich in Befragungen besorgt über den Klimawandel äußern von 30 % im Jahr 2016 auf 61 % im Jahr 2019 gestiegen.¹



Ein wachsendes Problembewusstsein ist eine wesentliche Voraussetzung für die Veränderungsbereitschaft in Politik und Gesellschaft. So standen 2016 noch über die Hälfte der Menschen einer stärkeren Besteuerung von fossilen Energieträgern zur Förderung von Klimaschutz ablehnend gegenüber. 2019 lehnten dies mit 42 % bereits weniger Menschen ab.² Gleichwohl ist dies noch keine Mehrheit für derartige Maßnahmen und der Dissens über sinnvolle Wege ist groß. Viele Handlungsmöglichkeiten auf politischer und individueller Ebene werden als irrelevant wahrgenommen, weil ihr Beitrag zur globalen Problemlösung nur gering ist und sie politisch noch unpopulär sind. Vielfach stehen die für den Klimaschutz notwendigen Aktivitäten geradezu im Widerspruch zu gesellschaftlichen Vorstellungen von wirtschaftlichem Wachstum und Wohlstand.

Es gilt daher Wege zu finden, wie in der breiten Bevölkerung die Bereitschaft unterstützt werden kann, notwendige Veränderungen politisch mitzutragen und auf persönlicher Ebene umzusetzen. Energiegenossenschaften bringen aufgrund ihrer Regionalität und ihrer Bürgernähe gute Voraussetzungen mit, um Klimaschutzmaßnahmen gemeinsam mit ihren Mitgliedern und Bürger*innen umzusetzen.



„Mit uns wird Klimaschutz zum Volkssport und deshalb sind wir ein Gewinn für die Region Starkenburg.“



ENERGIEGENOSSENSCHAFT STARKENBURG EG

| **Energiegenossenschaften: kurze Wege für den Klimaschutz**

Energiegenossenschaften sind lokal verankert, regional aktiv und demokratisch verfasst. Durch ihren partizipativen Ansatz und ihr Engagement in der Energiewende können sie wichtige Beiträge zum Klimaschutz vor Ort leisten.

Problem: Aus den Augen, aus dem Sinn – Lösung: Erzeugung vor Ort

Energieimporte führen dazu, dass die mit der Förderung und Nutzung fossiler Energieträger verbundene Umweltzerstörung im Alltag kaum erfahrbar ist. Gleiches gilt für die Knappheit natürlicher Ressourcen oder die Aufnahmekapazitäten der Atmosphäre für Schadstoffe. Indem lokale Potenziale zur Energiegewinnung erschlossen werden, gelangt zumindest ein Teil der Umweltauswirkungen wieder stärker in das Blickfeld von kommunalpolitischen Entscheider*innen und Verbraucher*innen. Die Menge der regional erzeugbaren, erneuerbaren Energie kann ein Impuls für einen nachhaltigen Verbrauch sein und so Energieeinsparmaßnahmen anregen.

> **WeilerWärme eG – Vom Bioenergiedorf zum Gemeindegewerk (siehe S. 10)**

Problem: Alles viel zu kompliziert – Lösung: Überschaubar und transparent

Die Infrastruktur zur lokalen Energieerzeugung und Energienutzung ist deutlich einfacher zu überblicken als ein nationales Versorgungssystem mit weitreichenden Verflechtungen. Führungen durch die Anlagen sowie eine aktive Einbindung der Mitglieder bei wesentlichen Entscheidungen verbessern den Wissensstand und die Kompetenzen der Mitglieder (z. B. „Welche Brennstoffe wollen wir verwenden?“, „Welche Filter werden eingesetzt?“, „Welche Umweltbilanz hat ein Elektroauto?“). Eine leicht nachvollziehbare Darstellung des Geschäftsmodells zur Information der Mitglieder und Bürger*innen schafft zudem Vertrauen. Die genossenschaftliche Rechtsform ermöglicht außerdem ein hohes Maß an Transparenz in den Kostenstrukturen und der Gewinnverwendung.

> **Informationskampagnen zu Geschäftsmodellen (siehe S. 27)**

Problem: Allein gegen den Strom – Lösung: Gemeinsam mehr erreichen

Nur wenige Menschen halten eine nachhaltige Lebensführung über längere Zeit durch, wenn sie nicht durch ihr persönliches Umfeld unterstützt, wertgeschätzt oder sogar dazu aufgefordert werden. Energiegenossenschaften mit ihrer demokratischen Struktur und in ihrer Rolle als soziale Gemeinschaften können hier entsprechende Impulse setzen. Durch ihre aktive Mitarbeit in Energiegenossenschaften entstehen für die Mitglieder bestenfalls auch positive Erfahrungen der Selbstwirksamkeit. Energiegenossenschaften können dies durch verschiedene Instrumente zur Mitglieder- und Öffentlichkeitsarbeit unterstützen.

> **Mitmachaktionen zur Bürgeraktivierung (siehe S. 33)**

| **Energiegenossenschaften: Herausforderungen auf dem Weg**

Aufgrund ihrer ehrenamtlichen Führung ergeben sich für Energiegenossenschaften in der Erweiterung ihrer (Geschäfts-)Tätigkeiten und Öffentlichkeitsarbeit besondere Bedarfe und Begrenzungen.

Diversifizierung in den Geschäftsbereichen

Die meisten Energiegenossenschaften haben ihre Geschäftstätigkeit aus den Kompetenzen ihrer Gründer*innen und Mitglieder heraus entwickelt. Eine Erweiterung oder Veränderung des Geschäftsmodells verlangt häufig zusätzliche Qualifikationen, die in der Ehrenamtlichkeit nur schwer nebenbei erworben werden können. Für die Ausweitung oder Diversifizierung der Geschäftsbereiche ist daher die Entwicklung von hauptamtlichen Strukturen oder der Aufbau strategischer Kooperationen wichtig.

> **Bildung von starken Partnerschaften (siehe S. 21)**

Kapazitätsgrenzen in der Ehrenamtlichkeit

Aufgrund der ehrenamtlichen Struktur von Energiegenossenschaften fehlt vielen Beteiligten der Spielraum, sich über ihre Mitgliedschaft hinausgehend einzubringen. Zeit und Energie reichen oft nicht für weitergehende Aktivitäten, wie z. B. die interaktive Ausgestaltung der Generalversammlung, die Aktualisierung der Website oder die Erstellung eines neuen Flyers. Kapazitäten für die Mitgliederaktivierung und die Öffentlichkeitsarbeit zu schaffen ist eine Voraussetzung, um weitere Zielgruppen zu erschließen und neue Geschäftsmodelle erfolgreich einzuführen.

> **Beteiligungsangebote unterbreiten (siehe S. 31)**

Unterschiedliche Vorstellungen der Mitglieder

Begrenzend für die Weiterentwicklung einer Energiegenossenschaft können divergierende Vorstellungen unter den Mitgliedern sein. So plädieren die Mitglieder mitunter eher für das Beibehalten bewährter Geschäftsfelder als für die Erschließung neuer und komplexer Geschäftsmodelle. Inwiefern die Mitglieder dazu bereit sind Veränderungen mitzutragen oder sich stärker in die Genossenschaft einzubringen, lässt sich durch Abfragen herausfinden.

> **Mitgliederbefragung (siehe S. 29)**

Klimaschutzgenossenschaften in der Praxis

Die folgenden drei Porträts verdeutlichen, wie Klimaschutzgenossenschaften in der Praxis bereits gelebt werden und in welcher Vielfalt dies möglich ist. Allen drei portraitierten Genossenschaften ist gemeinsam, dass sie Klimaschutz nicht nur im Energiesektor, sondern auch in anderen Bereichen anstreben. Zudem verfolgen sie jeweils einen partizipativen und gemeinwohlorientierten Ansatz.

| BürgerEnergie Ostland eG – Ein dicht gewebtes Netz(-werk)

Die BürgerEnergie Ostland eG wurde aus einem starken regionalen Netzwerk heraus für den Betrieb einer Bürger-Windkraftanlage gegründet. Über einen Windfonds unterstützt sie regionale Klimaschutzaktivitäten.

Die BürgerEnergie Ostland eG ist das jüngste Kind einer umwelt- und regionalpolitisch aktiven Gruppe im Elbe-Weser-Raum, die sich in einem weit verzweigten Netzwerk seit vielen Jahren für Klimaschutz und Energiewende in Bürgerhand engagiert. Mit der kooperierenden RegionalEnergie Elbe-Weser wird Bildungsarbeit in Schulen

durchgeführt, mit dem Bürgerbus Ostland werden Lücken im öffentlichen Nahverkehr geschlossen und in der Klimawerkstatt Stade wird der Klimaschutz in privaten Haushalten und in Betrieben gefördert. Als Motor für Projektentwicklungen wurde zusätzlich die Energie Oldendorf gegründet, die nach dem Bau von zwei Fotovoltaik-Anlagen die Gründung der Energiegenossenschaft initiiert hat. Mit Erfolg: Die in 2017 errichtete Windkraftanlage in Brobergen ist eine echte Bürger-Windkraftanlage. Insgesamt 130 Menschen haben sich finanziell beteiligt.



Damit möglichst viele Bürger*innen von der Windkraftanlage profitieren, wurde ein Windfonds eingerichtet. Jährlich werden 1 % der Einspeisevergütung, das sind derzeit ca. 8.000 Euro, für Bildungsarbeit sowie für soziale, kulturelle und ökologische Projekte in der Region zur Verfügung gestellt. Im Jahr 2019 konnten erstmals 16 Initiativen und Vereine eine finanzielle Unterstützung für ihre Jugendarbeit, Veranstaltungen, bienenfreundliches Saatgut, energiesparende Beleuchtung, Ortskerngestaltung und für den Fährbetrieb über den Fluss Oste aus dem Windfonds erhalten.

Weitere Informationen

www

www.buergerenergie-osteland.de

www.100ee-elbe-weser.de

www.regionalenergie-elbe-weser.de

Netzwerk der Energieinitiativen im Elbe-Weser-Raum

Informeller Zusammenschluss von Betreibern erneuerbarer Energien und Umweltgruppen, Verwaltung und Politik für Energiewende und Klimaschutz

RegionalEnergie Elbe-Weser gGmbH (REEW)

Öffentlichkeitsarbeit über Bürgerenergie, Bildungsarbeit und Netzwerkaktivitäten, Unterstützung von Energie-Initiativen

Bürgerbus Osteland e.V.

Betrieb als gemeinnütziger Verein mit ehrenamtlichen Fahrer*innen

Klimawerkstatt Stade e.V.

Zusammenschluss von Wirtschaft, Kommunen und Landkreis zur Unterstützung von Unternehmen beim Klimaschutz

Energie Oldendorf GmbH & Co. KG

Projektentwicklung, Betrieb von Fotovoltaikanlagen, Initiatorin für die BürgerWindkraftanlage Brobergen

BürgerEnergie Osteland Genossenschaft eG

Mehrheitsbeteiligung an einer Windkraftanlage mit Windfonds, Vertrieb REGIONALSTROM Osteland, Unterstützung Elektro-Mobilität



| WeilerWärme eG – Vom Bioenergiedorf zum Gemeindewerk

Die WeilerWärme eG ist mit einem Nahwärme-netz gestartet und hat ihr Portfolio zunächst auf Ökostrom und Elektro-Mobilität erweitert. Inzwischen verlegt sie auch Glasfaser für die Gemeinde mit und baut ein eigenes Stromnetz auf.

Kaum eine Energiegenossenschaft ist so vielseitig aufgestellt wie die WeilerWärme eG aus dem etwa 7.000 Einwohner*innen zählenden Pfalzgrafenweiler im Schwarzwald: Rund 600 Gebäude werden inzwischen über das 31 km lange Nahwärmenetz mit Wärme aus nachwachsenden Rohstoffen versorgt. Den Einwohner*innen steht ein

Fuhrpark von Elektro-Autos und -Fahrrädern für ihre klimafreundliche Mobilität zur Verfügung. Zudem können sie über die WeilerWärme eG Ökostrom und schnelles Internet beziehen.



„Unser großes Ziel war und ist es, die Energiewende in unserer Gemeinde und für unsere Region selbst in die Hand zu nehmen. Mit dieser Vision haben wir in den letzten 10 Jahren sehr viel erreicht.“



WEILERWÄRME EG

Ein findiges Team aus 3 Vorständen und 7 Aufsichtsräten vereinen Kompetenz und Gestaltungswillen, um die Weiterentwicklung der Genossenschaft voranzutreiben. So werden staatliche Förderprogramme zielgerichtet eingesetzt, um einen Nutzen für die Menschen vor Ort zu schaffen und den Umweltschutz voranzubringen. Erst jüngst

wurden in Kooperation mit lokalen Unternehmen Ladesäulen auf deren öffentlich zugänglichen Firmenparkplätzen eingerichtet. Für die Grundauslastung des örtlichen Elektro-Car-sharing, das inzwischen 20 Autos umfasst, sorgt die kommunal betriebene Sozialstation, die dadurch ihre Umweltbilanz verbessern und auf einen modernen Fuhrpark zugreifen kann.

Beim weiteren Ausbau des Nahwärmenetzes werden neben Nahwärmeleitungen auch Leerrohre für den Aufbau eines eigenen Stromnetzes sowie Glasfaserkabel für die Telekommunikation verlegt. Die für die Nahwärme eingesetzten Rohstoffe stammen zu 90 % aus der Region. So gelingt es der WeilerWärme eG den wirtschaftlichen mit einem ökologischen Nutzen zu verbinden.



Weitere Informationen

www.weilerwaerme.de

www.weilermobil.de

www.weilerstrom.de



| UrStrom BürgerEnergieGenossenschaft Mainz eG – Stetes Wachstum durch Partizipation

Die UrStrom eG ist im Jahr 2010 mit neun Mitgliedern in Mainz gestartet. Seit ihrer Gründung konnte sie in jedem Jahr ihre Geschäftstätigkeit erweitern und neue Mitglieder aufnehmen. Mittlerweile tragen mehr als 300 Mitglieder die Genossenschaft, die 2019 ihre 15. Fotovoltaik-Anlage in Betrieb genommen hat. Der UrStrom eG ist

es dabei gelungen sowohl mit kommunalen Betrieben der Stadt Mainz, mit Kommunen im Umland von Mainz als auch mit Betrieben aus dem produzierenden Gewerbe und der Landwirtschaft zu kooperieren, um Fotovoltaik-Anlagen zu errichten. Auch das Elektro-Car-sharing der UrStrom eG, das 2018 gestartet ist, wird stetig erweitert. Im Verbund mit der Bürgerwerke eG aus Heidelberg vertreibt die Genossenschaft zudem Ökostrom und Ökogas.

Die anfallenden Arbeiten in der Energiegenossenschaft sind auf viele ehrenamtliche Schultern verteilt, die Kompetenzen, Erfahrungen und Kontakte in die genossenschaftliche Arbeit einbringen. Um die ehrenamtliche Arbeit effektiv zu koordinieren, gibt es einmal im Jahr eine Strategiesitzung, klare Verantwortlichkeiten und thematische Arbeitsgruppen für Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen, Elektromobilität, Projektakquise, Fotovoltaik und Stromvertrieb.

Eine Koordinationsstelle kümmert sich gemeinsam mit Vorstand und Aufsichtsrat um einen kontinuierlichen Kontakt zu den Mitgliedern und interessierten Bürger*innen. Einmal pro Monat wird zum **UrStrom Club** eingeladen, ein offen gestaltetes Treffen, mal ohne feste Tagesordnung, mal mit Referent*innen zu Themen rund um die Energiewende und den Klimaschutz. Außerdem bietet die Genossenschaft jährlich eine Exkursion zu interessanten Energieprojekten oder politischen Veranstaltungen an, wie z. B. zu den Großdemonstrationen 2018 im Hambacher Forst, um das Wir-Gefühl in der Genossenschaft zu stärken und für aktuelle Ereignisse zu sensibilisieren.

Die aktiven Mitglieder sorgen darüber hinaus für Präsenz auf Veranstaltungen in der Region: ob „Sonnenmarkt“, „Faire Welten“ oder „Rise for Climate“, die UrStrom eG nutzt Messen und Veranstaltungen, um neue Mitstreiter*innen und Kund*innen zu gewinnen und so ihren Wirkungskreis zu vergrößern.

In der UrStrom eG werden neue Ideen gemeinsam entwickelt und priorisiert. Projekte werden gezielt in Arbeitsgruppen betreut – das ist sehr effizient und führt zu schnellen Umsetzungserfolgen.



„Es macht Freude, mit anderen Ideen für die Energiewende zu entwickeln und ganz konkret vor Ort zu handeln.“



URSTROM EG

Weitere Informationen

www

www.urstrom.de

Die Reichweite von Energiegenossenschaften

Der genossenschaftliche Grundgedanke wurde im Jahr 2016 durch die UNESCO gewürdigt. Als erste immaterielle Kulturform aus Deutschland wurde die „Idee und Praxis der Organisation gemeinsamer Interessen in Genossenschaften“ als immaterielles Kulturerbe der Menschheit anerkannt.



„Die Genossenschaftsidee ist ein überkonfessionelles Modell der Selbsthilfe, Selbstverwaltung sowie Selbstverantwortung. Ihr grundlegender Rahmen beruht auf Werten wie Solidarität, Ehrlichkeit und Verantwortung. Diese Vereinigungen mit gemeinschaftlichem Geschäftsbetrieb stehen allen Menschen offen, stärken individuelles Engagement und ermöglichen soziale, kulturelle und ökonomische Partizipation.“



DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION

| Energiegenossenschaften als Hilfe zur Selbsthilfe

Die genossenschaftliche Idee der Selbstversorgung mit Energie ist keineswegs neu. So wurden Ende des 19. Jahrhunderts die Städte in Deutschland zunehmend elektrifiziert, während dünn besiedelte Gebiete wenig lukrativ für die etablierten Energieunternehmen waren. In Reaktion auf diese Unterversorgung schlossen sich Teile der Landbevölkerung zusammen, um sich über selbst errichtete Elektrizitätsgenossenschaften Zugang zur Stromversorgung zu verschaffen. Im Zuge dessen entstanden rund 6.000 Elektrizitätsgenossenschaften im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts, von denen allerdings heute nur noch etwa 50 aktiv sind.

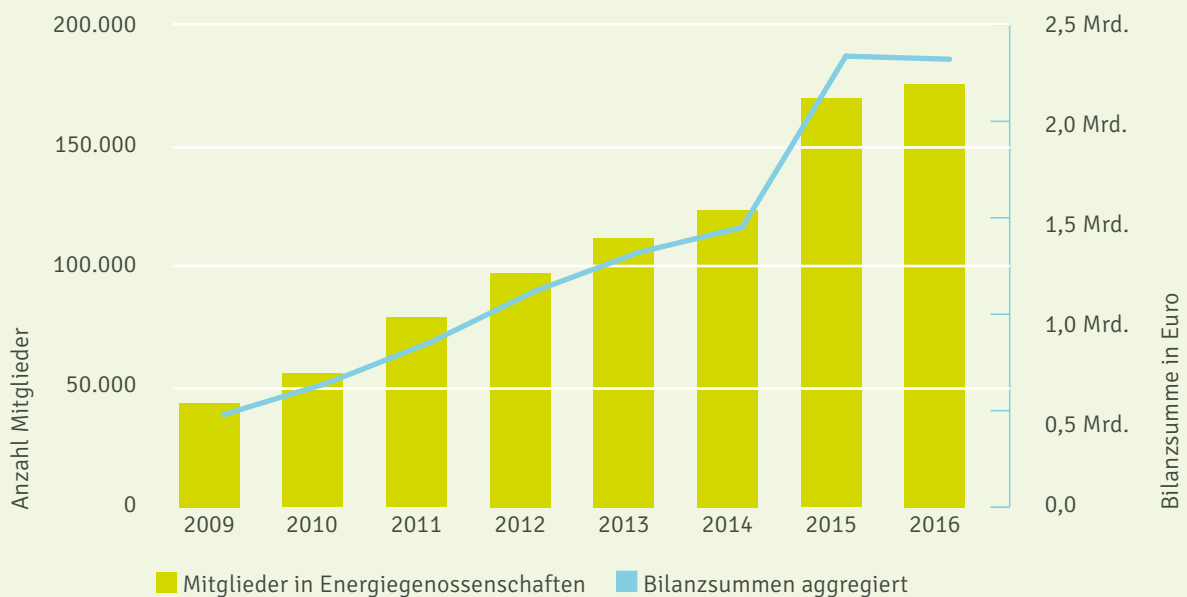


Diese historische Situation weist Parallelen zur Jahrtausendwende auf. Mit Fotovoltaik, Windkraft und Biogas waren dezentrale und umweltschonendere Technologien zur Energieproduktion verfügbar, die aufgrund ihrer Kleinteiligkeit von bestehenden Energieunternehmen kaum eingesetzt wurden. In diese Lücke stießen Energiegenossenschaften, die ab 2006 einen Gründungsboom erlebten. Bis 2018 wurden u. a. über 1.000 Energiegenossenschaften in Deutschland gegründet. In den letzten Jahren entsprachen die Neugründungen in etwa den Auflösungen, sodass der Bestand der Energiegenossenschaften stabil ist.³ Damit gibt es in Deutschland ungefähr so viele Energiegenossenschaften wie Netzbetreiber.

Energiegenossenschaften wachsen

Fortlaufende Reformen der gesetzlichen Rahmenbedingungen haben in den letzten Jahren ein energiewirtschaftliches Engagement von Energiegenossenschaften erschwert. Trotzdem konnten alle Energiegenossenschaften zusammen immer mehr Menschen für eine Mitgliedschaft gewinnen, wie Daten aus den online verfügbaren Bilanzen von Energiegenossenschaften aufzeigen. Auch der Wirtschaftsbetrieb konnte bis 2015 nach und nach ausgedehnt werden und stabilisierte sich auf hohem Niveau im Jahr 2016.⁴

Entwicklungsdynamik von Energiegenossenschaften



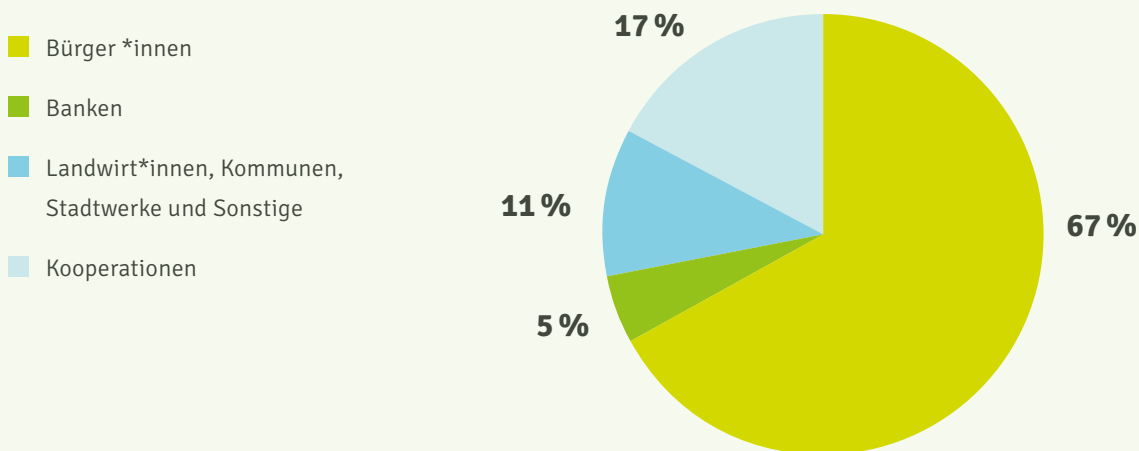
So verschieden die Menschen, so verschieden die Energiegenossenschaften

Energiegenossenschaft ist nicht gleich Energiegenossenschaft: sie werden von Menschen mit ganz verschiedenen persönlichen und beruflichen Hintergründen gegründet.⁵ Mit 67 % stellen Bürger*innen den größten Anteil an Gründungsakteuren. 17 % werden durch Kooperationen zwischen privaten und institutionellen Akteuren gegründet, darunter fallen z. B. Kooperationen zwischen Kommunen, Stadtwerken, Banken und engagierten Bürger*innen.

11 % der Energiegenossenschaften gehen auf die Initiative eines landwirtschaftlichen Betriebes, einer Kommune, eines Stadtwerkes oder eines Unternehmens zurück und schließlich 5 % auf lokal verankerte Banken. Damit vereinen Energiegenossenschaften eine ungewöhnlich große Vielfalt an Akteuren und können verschiedene Zielgruppen erreichen.



Gründungsakteure in Energiegenossenschaften



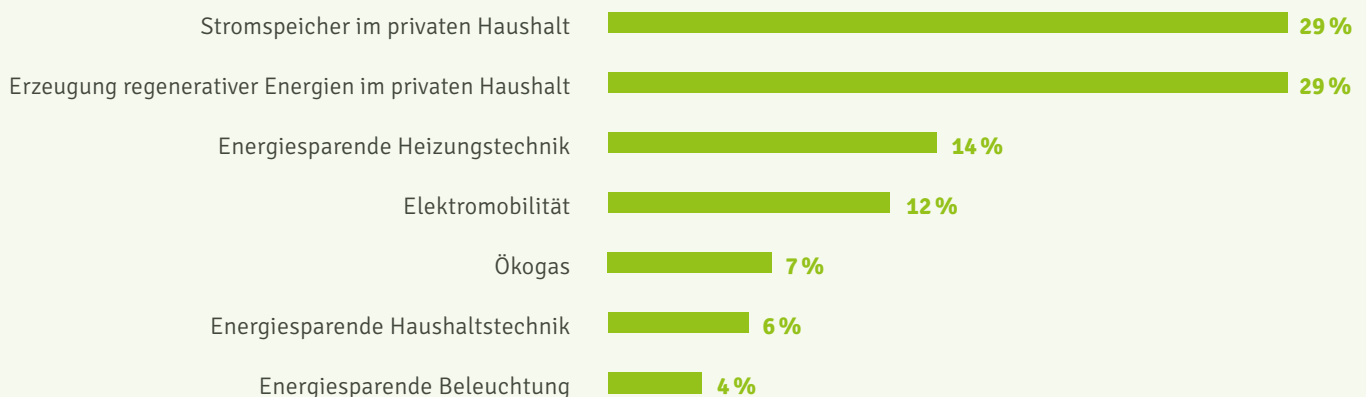
Die Perspektive der Mitglieder

Im Rahmen des klimaGEN-Projektes wurden Mitglieder in vier Energiegenossenschaften befragt, inwiefern sie ein stärkeres Engagement ihrer Energiegenossenschaft im Klimaschutz mittragen. So wurden die Mitglieder der WeilerWärme eG als Nahwärmegenossenschaft, der Bürger-Energiegenossenschaft West eG und der Helionat eG als Fotovoltaikgenossenschaften sowie der Prokon Regenerative Energien eG als bundesweit agierender Windkraftgenossenschaft befragt. Gut jedes vierte Mitglied dieser Energiegenossenschaften hat an den Befragungen teilgenommen.

Generell lässt sich beobachten, dass es eine größere Zustimmung zu Geschäftsfeldern gibt, die dem bestehenden Geschäftsmodell entsprechen. Ganz neue Geschäftsfelder werden eher kritisch hinterfragt. Damit zeigen sich die Mitglieder also offener gegenüber Geschäftsmodellen zum Ausbau der Erneuerbaren Energien und weniger zur Steigerung der Energieeffizienz bzw. zur Förderung der Suffizienz. Das deutet darauf hin, dass neue Angebote für die Mitglieder anschlussfähig ausgestaltet werden sollten.⁶

Je weiter vom bestehenden Geschäftsfeld entfernt, desto geringer die Zustimmung der Mitglieder

Interesse von Mitgliedern der Prokon Regenerative Energien eG an zusätzlichen Angeboten



Jedes siebte Mitglied möchte mehr Informationen zum Klimaschutz

Um die langen Zeithorizonte beim Klimaschutz durchzuhalten, reichen rein medial aufbereitete Informationen nicht aus. Denn schnell sind die Klimaschutznews verbraucht und die Medien wenden sich einem anderen aktuellen Thema zu. Hier können Energiegenossenschaften Kontinuität herstellen. So hat jedes zweite befragte Mitglied angegeben, interessiert an Informationen über Klimaschutzthemen zu sein. Umgerechnet auf alle Mitglieder der befragten Energiegenossenschaften sind dies etwa 15 %.⁷

Nicht nur Technik, sondern auch Verhalten

Am Beispiel „Ökostrom“ wird deutlich, dass im Verhalten der Mitglieder in puncto Klimaschutz zwar noch Luft nach oben ist, aber schon mehr Mitglieder Ökostrom beziehen als der Durchschnitt der deutschen Bevölkerung. Obwohl der Anteil unter den befragten Mitgliedern doppelt so hoch ist wie im Bundesdurchschnitt, bezieht mehr als die Hälfte konventionellen Strom.⁸

Mitgliedernutzen steht für viele im Vordergrund

Für Genossenschaften steht der Mitgliedernutzen im Vordergrund. Dies wirkt sich auch auf das Selbstverständnis vieler Mitglieder aus. In einer lokalen Nahwärmegenossenschaft wie der WeilerWärme eG sehen sich 81 % der befragten Mitglieder als Kunden*innen. 59 % verstehen sich als Miteigentümer*innen der Genossenschaft. 33 % würden Verantwortung für die Entwicklung der Genossenschaft übernehmen.⁹ Ähnlich verhält es sich bei der kleineren Helionat eG als Fotovoltaikgenossenschaft, in der sich 65 % als Miteigentümer*innen und 50 % in der Mitverantwortung sehen.¹⁰ Das verdeutlicht, dass es eine zu gestaltende Aufgabe ist, den genossenschaftlichen Gedanken der Miteigentümerschaft mit Leben zu füllen.

Die Gewinnung von Ehrenamtlichen ist eine Herausforderung

Es gibt ein Potenzial für die ehrenamtliche Mitarbeit. Allerdings ist dies von Genossenschaft zu Genossenschaft unterschiedlich. Während bei der WeilerWärme eG und der Helionat eG die Bereitschaft punktuell Aufgaben zu übernehmen (z. B. Mithilfe bei Veranstaltungen, Werbung neuer Mitglieder) größer war als für ein dauerhaftes Engagement, gaben bei der Bürger-Energiegenossenschaft West eG über 40 Personen ein Interesse an einer Tätigkeit im Aufsichtsrat an.¹¹ Es lohnt sich daher, die Situation in der eigenen Genossenschaft abzufragen.

Viele Aktive in Energiegenossenschaften beanspruchen, nicht nur für eine begrenzte Klientel, sondern für die lokale Gemeinschaft oder ihre Region wirken zu wollen. Doch wie bekannt sind eigentlich Energiegenossenschaften bei Menschen, die keine Mitgliedschaft haben?

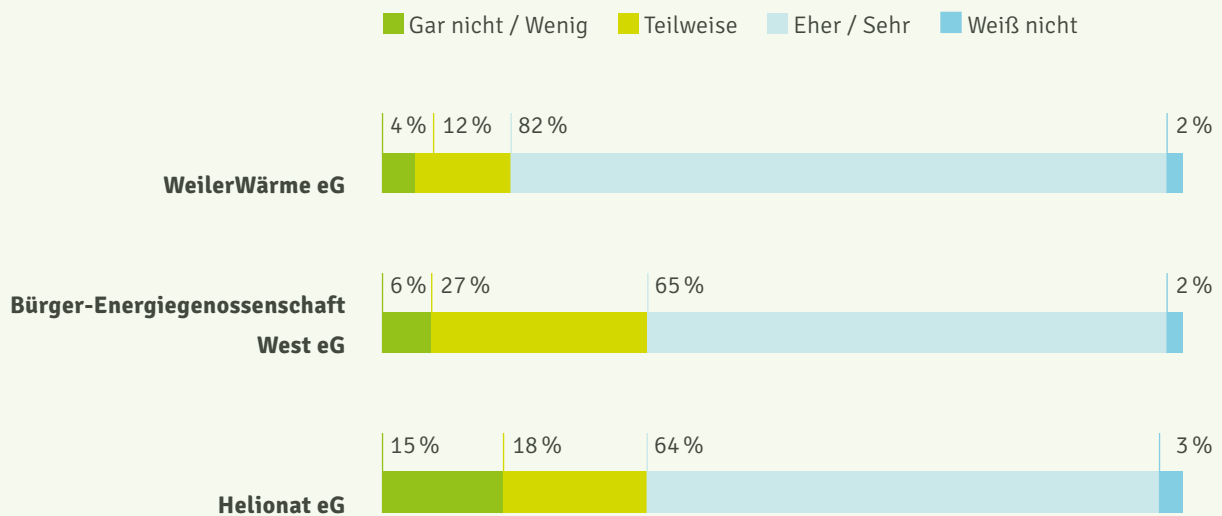
Energiegenossenschaften genießen ein gutes Image

Repräsentative bundesweite Befragungen haben 2014 und 2019 ergeben, dass Energiegenossenschaften ca. 35 % der Bevölkerung bekannt sind. Demnach konnten Energiegenossenschaften in dem genannten Zeitraum ihre Bekanntheit nicht erhöhen.¹² Allerdings verbinden 77 % der Befragten positive Assoziationen mit Energiegenossenschaften.¹³

Die befragten Mitglieder bescheinigen ihrer Energiegenossenschaft positive Beiträge zum Klimaschutz. Die WeilerWärme eG als breit aufgestellte Energiegenossenschaft schneidet dabei besser ab als die Helionat eG und die Bürger-Energiegenossenschaft West eG. Möglicherweise würdigen die Mitglieder dabei, dass es der WeilerWärme eG gelungen ist, auf einem geografisch kleinen Raum Klimaschutz in allen drei Energiesektoren substanziell zu verankern.¹⁴

Mitglieder attestieren Wirksamkeit im Klimaschutz

Beitrag der Energiegenossenschaft zum Klimaschutz



Handlungsfelder für Energiegenossenschaften

Um als Energiegenossenschaft im Klimaschutz stärker aktiv zu werden, bieten sich verschiedene Möglichkeiten an. Klimaschutz kann sowohl im unternehmerischen Betrieb forciert werden als auch in der Einbindung und Ansprache der Mitglieder und der Bürger*innen im Umfeld der Energiegenossenschaft.



Bereits im Leitbild einer Energiegenossenschaft lässt sich ein umfassendes Engagement im Klimaschutz verankern und in die Kommunikation mit den Mitgliedern sowie die Öffentlichkeitsarbeit einbinden. Für die Erschließung neuer klimaschutzrelevanter Geschäftsfelder, wie z. B. im Bereich Mobilität, ist häufig auch eine Änderung der Satzung notwendig.

Welche Möglichkeiten für Energiegenossenschaften bestehen, wird für die drei Handlungsfelder „Geschäftsmodelle“, „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ und „Nicht-kommerzielle Aktivitäten“ beschrieben.



„Wir sind ein Gewinn für Deutschland, weil wir die Umsetzung von Projekten, die einen Beitrag zum Klimaschutz leisten, mit Bürgerinnen und Bürgern realisieren.“



HEG HEIDELBERGER ENERGIEGENOSSENSCHAFT EG



Geschäftsmodelle

Derzeit lassen sich 14 unterschiedliche Geschäftsmodelle identifizieren, die bereits erfolgreich in der Praxis umgesetzt werden. Neben der Produktion von erneuerbaren Energien finden sich auch einzelne Geschäftsmodelle zur Energieeffizienz und zur Elektromobilität.

	Geschäftsmodell	Wirtschaftlichkeit/ Funktionalität	Beispiel
STROM	Fotovoltaik – EEG-Vergütung < 100 kWp	zu aktuellen Vergütungssätzen auch 100 % EEG-Vergütung bei Anlagen bis 100 kWp und idealen Bedingungen vor Ort, wie z. B. ohne Dachpachtzahlungen, wirtschaftlich	BürgerEnergieGenossenschaft eG www.beg-58.de
	Fotovoltaik – Anlagenpachtmodell < 750 kWp	hohe Wirtschaftlichkeit und Absatzpotenzial, abhängig von Kundenakzeptanz, verstärkte Akquise erforderlich	UrStrom BürgerEnergieGenossenschaft Mainz eG www.urstrom.de
	Fotovoltaik – Freiflächen < 750 kWp	Wirtschaftlichkeit gegeben, aber ggf. längerfristiger Umsetzungsprozess (Flächennutzung, Bebauungspläne)	EnergieGenossenschaft Inn-Salzach eG www.egis-energie.de
	Mieterstrom / Stromlieferung / Mitgliederversorgung	höhere Rechtssicherheit durch Mieterstromgesetz, Marktreife nimmt dadurch zu, teilweise komplexe Projekte	HEG Heidelberger Energiegenossenschaft eG www.heidelberger-energiegenossenschaft.de
	Vermietung Balkonmodule	lange Amortisation, eher ideeller Faktor, VDE-Norm für Anschluss fertiggestellt, Produktnorm wird für 2019 erwartet	Lauterstrom eG www.lauter-strom.de
	Windkraftanlagen	gute Wirtschaftlichkeit, aber langwieriger und komplexer Projektierungsprozess	NaturEnergie Region Hannover eG www.naturenergie-hannover.de
	Stromtarif im Verbund / Direktvermarktung	eher geringe Margen, aber praktikabel	Bürgerwerke eG www.buergerwerke.de
	LED(Licht-)Contracting	gute Wirtschaftlichkeit, teilweise jedoch lange Amortisation	BürgerEnergiegenossenschaft Riss eG www.buergerenergie-riss.de

	Geschäftsmodell	Wirtschaftlichkeit/ Funktionalität	Beispiel
STROM/ WÄRME	BHKW + Wärme- speicher (Strom- / Wärmecontracting)	gute Wirtschaftlichkeit, Marktreife, lange Planbarkeit	Wärme-Strom-Gemeinschaft eG www.waerme-strom-gemeinschaft.de
	Holzpellettheizung + PV + Stromspeicher (Strom- / Wärmecon- tracting)	erste Pilotprojekte, Wirtschaftlichkeit ab- hängig von weiter fallendem Speicherpreis	BürgerEnergieRheinMain eG (BERMeG) www.bermeg.de
WÄRME	Nahwärmenetze auf Basis von Abwärme und biogenen Substraten	Wirtschaftlichkeit ist eine Einzelfall- betrachtung	Venner Energie eG www.venner-energie.de
	Solare Wärmenetze	erst 3 Projekte bekannt, angemessene Wirtschaftlichkeit ab 2000 m ² Solar- thermiefläche	BürgerGemeindeWerke Breklum eG www.bgw-breklum.de
MOBILITÄT	Ladeinfrastruktur für Elektro-Autos	Nutzerintensität zunehmend, Wirtschaft- lichkeit ohne Förderung derzeit schwer darstellbar	Inselwerke eG www.inselwerke.de
	Elektro-Carsharing	ergänzendes Geschäftsfeld im Portfolio, i. d. R. sind die Projekte mit großem ehrenamtlichen Engagement wirtschaft- lich tragfähig, Wirtschaftlichkeit verbessert sich bei Werbung auf den E-Autos, Angebote nehmen zu	WeilerWärme eG www.weilerwaerme.de

Um den Weg für Energiegenossenschaften in neue Geschäftsmodelle zu ebnen, wurden ausführliche Informationen rund um die Themen Energieeinspar- und Energieliefercontracting, Elektromobilität und Mieterstrom in drei Ratgebern zusammengefasst.



Zum Download auf www.klimagen.de

- > Ratgeber Energiespar- und Energieliefercontracting
- > Ratgeber Elektromobilität
- > Ratgeber Mieterstrom

| Bildung von starken Partnerschaften – den Wirkungskreis erweitern

Die meisten Energiegenossenschaften könnten mehr Bürgerkapital investieren, wenn es nicht einen Engpass auf der Seite der Projektentwicklung gäbe. So sind die ertragreichen und technisch bzw. organisatorisch unkomplizierten Projektstandorte häufig schon erschlossen. Strategische Kooperationen können dabei unterstützen, zusätzliche Kompetenzen in die Geschäftstätigkeit einzubinden und die vor Ort vorhandenen Potenziale für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder zu erschließen. Die kooperierenden Partner*innen können unter anderem von günstigeren (Energie-)Preisen, neuen Kund*innen oder einem grünen Image profitieren.

Auch ein gutes Geschäftsmodell stagniert, wenn sich keine Standorte und Kooperationspartner*innen für die Umsetzung finden.

Kooperationen können mit den verschiedensten regionalen Akteuren sinnvoll sein: mit Kommunen und ihren (Eigen-)Betrieben, mit halböffentlichen Unternehmen aus der Sozialwirtschaft, mit privatwirtschaftlichen Unternehmen aus der Landwirtschaft und dem produzierenden Gewerbe sowie mit anderen Energiegenossenschaften. Um Kooperationen passend zu den Angeboten der eigenen Genossenschaft zu identifizieren, ist ein prozessorientiertes Vorgehen in mehreren Schritten sinnvoll:

- 1. Festlegung des geografischen Suchraums:** In welchem Gebiet sind Projekte für die Energiegenossenschaft umsetzbar? Wo befinden sich potenzielle Kooperationspartner*innen?
- 2. Definition von Kriterien für mögliche Kooperationspartner:** z. B. Welche Liegenschaften sind geeignet? Sollte bereits ein ökologisches Engagement vorhanden sein?
- 3. Potenzialermittlung:** Recherche zu Dienstleistungsbedarfen möglicher Kooperationspartner*innen, Auswertung von Satellitenaufnahmen und Internetkarten zur Lage und Ausstattung von Gebäuden, Parkplätzen usw.
- 4. Kontaktaufnahme und Ansprache:** Persönliche Kontakte von Mitgliedern und Vernetzungsstrukturen von Verbänden nutzen, Informationsmaterial erstellen und Informationsangebote unterbreiten.
- 5. Steuerung der Kooperationsanbahnung:** Eine Datenbank mit potenziellen Kooperationspartner*innen, dem Stand der Kontaktaufnahme und getroffenen Absprachen erleichtert den Prozess.



| Kooperationen mit regionalen Unternehmen

Die Kooperation mit mittelständischen Unternehmen in der Region kann neue Möglichkeiten schaffen, um z. B. Fotovoltaik-Anlagen oder Ladesäulen für Elektromobilität zu errichten. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, Betriebe über einschlägige Branchenverbände oder die Vernetzungsstrukturen der Wirtschaftsförderung zu identifizieren und zu kontaktieren.

Fotovoltaik für Ökowinzer*innen

Im Rahmen einer Strategiesitzung wurde von der UrStrom eG die Zielgruppe der Ökoweingüter als erfolversprechend für die Umsetzung weiterer Fotovoltaik-Projekte priorisiert. Darauf aufbauend wurde ein systematisches Vorgehen gewählt, bei dem Recherchen über den Weinbauverband ECOVIN sowie über Bioland- und Demeterbetriebe im Mainzer Umland letztlich zu zwei konkreten Projektierungen geführt haben.

Ladesäulen als Werbeträger

Um zusätzliche Einnahmen für die Errichtung von Ladesäulen zu generieren, hat die Inselwerke eG Einzelhandelsbetriebe wie Super- und Baumärkte im Umfeld von Ladesäulen angesprochen. Diese können Werbung auf der Ladesäule platzieren. Eine Mietzahlung in Höhe von 1.000 - 2.000 Euro kann hierbei als realistisch angesehen werden und so einen Teil der Investitionskosten für die Ladesäulen abdecken.

| Kooperationen mit Kommunen

Kommunen und ihre Betriebe, kirchliche Einrichtungen wie Caritas und Diakonie, freigemeinnützige Träger von Pflegeeinrichtungen oder Wohnungsbaugenossenschaften verfügen über Liegenschaften, die Anknüpfungspunkte für Klimaschutzmaßnahmen bieten. Häufig gibt es bereits Ansprechpartner*innen, die sich um Klimaschutz und Umweltbelange kümmern, was den Zugang erleichtern kann.

Sozialstation sorgt für Grundauslastung im Elektro-Carsharing

Ein funktionierendes Elektro-Carsharing im ländlichen Raum ist für viele kaum denkbar. Die WeilerWärme eG hat dies erfolgreich umgesetzt, indem die örtliche Sozialstation für die Grundauslastung sorgt. Mittlerweile wird der Fuhrpark kontinuierlich weiterentwickelt und in Kooperation mit der Kommune und den lokal ansässigen Unternehmen ein dichtes Netz an Ladesäulen angeboten.

Wärmeversorgung für die kommunale Kindertagesstätte

Für den Neubau einer kommunalen Kindertagesstätte hat die BürgerEnergieRheinMain eG in Mörfelden-Walldorf ein Wärmeversorgungskonzept auf der Basis von Holzpellets realisiert. Sie errichtet und betreibt die Wärmeversorgungsanlage im Rahmen eines Contracting-Vertrages und beliefert die Einrichtung mit Wärme für Raumheizung und Warmwasser.

Kooperationen mit anderen Energiegenossenschaften

Unter Umständen kann auch der Kontakt zu anderen Energiegenossenschaften neue Möglichkeiten eröffnen. Lohnenswert kann eine Anfrage beim Prüfungsverband sein, der Referenzen, Good Practice-Beispiele sowie Kontakte vermittelt.

Kooperationsanbahnung mit Unterstützung durch Referenzprojekt

Die Bürgerenergiegenossenschaft BENG eG will gemeinsam mit einer Kommune im Umland von München ein BHKW-Projekt unter Einsatz von Speichertechnologie anbahnen. Da dies für die beiden Partner*innen Neuland ist, lud die Bürgerenergiegenossenschaft BENG eG den Bürgermeister der Kommune und die BürgerEnergieRheinMain eG, die bereits erfolgreich ein kommunales Strom- und Wärme-Projekt realisiert hat, zu einem Workshop ein, um eine gemeinsame Vorgehensweise zu entwickeln.



Zum Download auf www.klimagen.de

- > Kooperation mit Kommunen
- > Kooperation mit Unternehmen



Weitere Informationen

- > Gemeinsam stärker. Wie Kommunen und Bürgerenergiegenossenschaften gut zusammenarbeiten, Landesnetzwerk Bürgerenergiegenossenschaften Rheinland-Pfalz e. V. 2016, www.laneg.de/fileadmin/media/dokumente/downloads/Gemeinsam_Staerker_2016.pdf



| 20 Jahre EEG – Möglichkeiten nach Auslaufen der Förderung

Bestehende Erneuerbare-Energie-Standorte sind wichtig für die Energiewende.

Ende 2020 werden die ersten Anlagen, die im Rahmen des Erneuerbare-Energien-Gesetzes vergütet werden, aus der gesetzlichen Förderung herausfallen. Dies betrifft über-

wiegend private Anlagenbetreiber mit kleinen Fotovoltaik-Anlagen bis ca. 5 kW installierter Leistung, die über die zukünftige Nutzung ihrer Anlagen und die Vermarktung des Stroms entscheiden müssen. Fotovoltaik-Anlagen von Energiegenossenschaften fallen überwiegend erst ab 2026 aus der EEG-Vergütung. Bei allen Erneuerbare-Energie-Anlagen stehen im Wesentlichen drei Optionen zur Verfügung: Weiterbetrieb der bestehenden Anlage, Errichtung einer neuen Anlage am gleichen Standort oder Verkauf bzw. Stilllegung der Anlage.



Betrieb von Fotovoltaik-Anlagen

Vorraussichtlich wird für die meisten Fotovoltaik-Anlagen nach Ende des Vergütungszeitraums aus rechtlicher Sicht ein Weiterbetrieb möglich sein, da es sich weiterhin um „Anlagen gemäß EEG“ handelt. Dies garantiert den Netzanschluss und eine vorrangige Stromabnahme. Ein Anspruch auf eine Anschlussvergütung besteht bisher aber nicht. Die derzeit wirtschaftlichste Variante ist die Umstellung auf Eigenversorgung, um den Strom z. B. zum Laden von Elektro-Autos zu nutzen.

Für den Weiterbetrieb der bestehenden Anlagen bestehen folgende Optionen:

- > Verlängerung des Pachtvertrags zu neuen Konditionen. Ebenso lohnt sich der Einsatz von Stromspeichern, um den zeitlichen Versatz von Stromproduktion und -verbrauch auszugleichen. Final kann so ein höherer Eigenverbrauch erzielt werden.
- > Vermarktungsoptionen beim Weiterbetrieb der Anlage:
 - o Volleinspeisung des produzierten Stroms, Vergütung in Höhe des Strombörsenpreises, ggf. sind weitere Kostensenkungen für die Wirtschaftlichkeit notwendig
 - o Lieferung des Stromes (Direktlieferung) an den Dachverpächter
 - o digitale Vermarktung über regionalen Energieversorger (z. B. www.wsw-talmarkt.de)
 - o Zusammenfassung von Altanlagen > Direktvermarktung, Stromliefervertrag mit Ökostromanbieter, Vermarktung an Großabnehmer, langfristige Power Purchase Agreements (bisher eher bei großen Fotovoltaik-Anlagen)

Für einen Neubau der Anlage kann auch ein Repowering in Frage kommen.



Weitere Informationen

Weiterbetrieb von intakten PV-Altanlagen muss sichergestellt werden, Solarenergie Förderverein e. V. 2019, www.sfv.de/artikel/weiterbetrieb_von_intakten_pv-altanlagen_muss_sichergestellt_werden_.htm

Betrieb von Windkraftanlagen

Etwa vier Gigawatt Windstrom werden zum Ende des Jahres 2020 aus der EEG-Förderung fallen. Einige Anlageninhaber wollen oder können aus betriebswirtschaftlichen Gründen keine Neuinvestitionen ergreifen. Durch Standortbeschränkungen (z.B. Mindestabstandsregelungen) sind zudem einige Standorte vom Repowering ausgenommen, wobei ein Weiterbetrieb aus ökologischen Gesichtspunkten sinnvoll wäre. Daher werden Inhaber*innen von Windkraftanlagen sich stärker auf die Betriebskostensenkung oder eine alternative Vermarktung konzentrieren, um einen Weiterbetrieb zu ermöglichen. Wichtig hierbei ist, dass ein Weiterbetriebsgutachten eingeholt werden und die Weiterbetriebsgenehmigung von der Genehmigungsbehörde vorhanden sein muss. Diese Kosten und rechtlichen Prozesse sind in einer Weiterbetriebsoption zu berücksichtigen. Möglichkeiten können sein:



- > starke Betriebskostenreduktionen, z. B. durch Nachverhandlungen wesentlicher Kostenbausteine wie Wartung, Pacht, Versicherungen
- > Vermarktungsoptionen beim Weiterbetrieb der Anlage:
 - o vom Netzbetrieb in die Eigenversorgung wechseln (eher bei kleinen Windkraftanlagen), dadurch teilweise Einsparung von EEG-Umlage und Netzentgelten, Einspeisung des Reststroms
 - o digitale Vermarktung über regionalen Energieversorger (z. B. www.wsw-talmarkt.de)
 - o Zusammenfassung von Altanlagen > Direktvermarktung, Stromliefervertrag mit Ökostromanbieter, Vermarktung an Großabnehmer, langfristige Power Purchase Agreements

Wenn es der Standort zulässt, kann ein Repowering im Rahmen eines Neubaus sinnvoll sein. Die Entwicklung von Power to Gas und die Integration von Speichern sind weitere perspektivische Optionen.

www

Weitere Informationen

- > Was tun nach 20 Jahren? Repowering, Weiterbetrieb oder Stilllegung von Windenergieanlagen nach Förderende, Fachagentur Windenergie an Land 2018, www.fachagentur-windenergie.de/aktuell/detail/was-tun-nach-20-jahren.html
- > Weiterbetrieb von Windenergieanlagen nach 2020, Deutsche Windguard 2016, publikationen.windindustrie-in-deutschland.de/weiterbetrieb-von-wea-nach-2020/57343415

Betrieb von Bioenergie-Anlagen

Biogas bzw. Biomasse bilden die Haupt- und Nebenquellen der meisten Nahwärmeprojekte. Zukünftig wird eine Absicherung von Bioenergie-Anlagen vermutlich nur dann möglich sein, wenn die Einsatzstoffe sehr günstig sind, bestenfalls aus Reststoffen bestehen und Wärme sowie Strom zu wettbewerbsfähigen Preisen verkauft werden können. Dementsprechend gilt für Energiegenossenschaften, die in diesem Geschäftsfeld tätig sind, sich vor Auslaufen der EEG-Vergütung bei der bisherigen Wärmequelle nach alternativen Wärmequellen bzw. Ersatzstoffen umzuschauen. Einige Möglichkeiten hierbei können sein:



- > Umstellung auf Abwärme z. B. aus Industrieanlagen oder Holzkesselanlagen unter Einsatz von Holz hackschnitzeln oder Pellets
- > Reststoffverwertung: Erhöhung des Anteils von Wirtschaftsdünger, Futter- und Ernteresten sowie kommunalen Biomassen zur Reduktion der Betriebsausgaben
- > Einbindung ergänzender Technologien: Anpassung der bestehenden Nahwärmeversorgung an veränderte technische Bedingungen durch ergänzende Wärmequellen und Speichersysteme
- > regionale Grünstromvermarktung: Etablierung von regionalen Grünstromprodukten zur Vermarktung von Strom aus Biogas

www

Weitere Informationen

- > Wie weiter nach 20 Jahren EEG? Zukunft der Biogasanlagen nach Auslaufen der EEG-Vergütung, Deutsches Biomasseforschungszentrum 2019, www.tll.de/www/daten/veranstaltungen/materialien/biogas/1_dotzauer.pdf
- > Forschungsprojekt „Innovative Konzepte und Geschäftsmodelle für zukunftsfähige Bioenergiedörfer - klimafreundlich, demokratisch, bürgernah“, Universität Kassel, Fachgebiet Volkswirtschaftslehre mit Schwerpunkt dezentrale Energiewirtschaft 2019, www.uni-kassel.de/fb07/institute/ivwl/faculty-chairs/wetzel-prof-dr/forschungsprojekte/perspektiven-bed.html

Informationenkampagnen zu Geschäftsmodellen – gute Materialien erleichtern die Akquise

Potenzial für die weitere Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen gibt es reichlich, z. B. ungenutzte Dachflächen für Fotovoltaik in Wohnanlagen oder Bedarfe für neue Carsharing-Angebote. Aufgrund von technischen oder rechtlichen Gegebenheiten macht deren Erschließung allerdings vergleichsweise komplexe Geschäftsmodelle erforderlich. Die Überzeugungsarbeit für eine gute, aber in sich vierteilige Geschäftsidee kann ein Hindernis bei der Akquise und Kundengewinnung darstellen. Insbesondere wenn unklar bleibt, welche Leistungen genau von wem erbracht werden müssen, wer für was zuständig ist, wo die konkreten Vorteile für die Kooperationspartner*innen liegen und wie der Prozess im Detail abläuft. Gespräche werden zielgerichteter, wenn professionell aufbereitetes Informationsmaterial eingesetzt wird.

Zentrale Informationen müssen gut verständlich aufbereitet sein.

Am Beispiel des Mieterstroms wird dies deutlich: Damit in der Projektakquise nicht nur technische und administrative Fragen das Gespräch dominieren, kann ein Factsheet die Kommunikation erleichtern, indem es die Vorteile und die Rollen klar benennt. Der Verweis auf Referenzanlagen kann zudem zur Vertrauensbildung beitragen. Gleichzeitig ist es sinnvoll, Informations- und Werbematerial für die Mieter*innen zur Hand zu haben.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Mieterstrom Kampagne

> Elektro-Carsharing Kampagne

Informationsblatt | Das neue Mieterstrommodell – mehr Gerechtigkeit in der Energiewende

BENG Bürgerenergiegenossenschaft e.V. **Klimagen** Gemeinsam für den Klimaschutz

Mieterstrom aus Bürgerhand

Eigentümer und Mieter als regionale Vorreiter

Innovative, regionale Energieversorgung

Für eine zukunftsfähige Energiewende spielt die lokale Energieversorgung eine elementare Rolle! 100 % Öko-Strom kann auf Gebäuden über Photovoltaik-Dachanlagen oder Blockheizkraftwerken vor Ort erzeugt und durch das Mieterstrommodell an Mieter verteilt werden.

Mieterstrom in Bürgerhand ist ein klimafreundlicher Teil der dezentralen Energieversorgung. Die Umsetzung des Mieterstrommodells erfordert interdisziplinäres Fachwissen und Erfahrung mit der Technik. Genau über dieses Gesamtpaket verfügen regionale Bürgerenergiegenossenschaften (BEG).

Direkter Strom – direkte Vorteile

- Mieterbindung und Wertsteigerung der Immobilie: Modernisierung der Haustechnik
- Reduktion der Stromnebenkosten für Mieter
- Möglichkeit der finanziellen Beteiligung an der Anlage mit entsprechender Verzinsung
- Unabhängigkeit von steigenden Strompreisen: **Mieterstrom ist min. 10 % günstiger!**

So einfach geht es!

Nach einer Eignungsprüfung installiert und betreibt die Bürgerenergiegenossenschaft die Anlage, welche 100 % Öko-Strom erzeugt und allen teilnehmenden Mietern zur Verfügung gestellt wird. Bei Bedarf wird der Stromverbrauch durch Öko-Strom aus dem öffentlichen Netz ausgeglichen und wie bisher, unkompliziert und individuell pro Mieter gemessen.

Klare Aufgaben, klare Ziele!

Eigentümer (Vermieter)	<ul style="list-style-type: none"> • Bereitstellung der Flächen / Räumlichkeiten zur Stromerzeugung
Bürgerenergiegenossenschaft (Anlagenbetreiber, eigenständig oder in Kooperation mit einem externen Dienstleister)	<ul style="list-style-type: none"> • Planung, Installation, Finanzierung, Wartung und Betrieb der Anlagen • Umsetzung Messkonzept: Tarifierung, Messstellenbetrieb, Abrechnung • Energieversorgung (Strom der Bürgerenergiegenossenschaften) • Kundenservice: Beratung und Kommunikation mit Mietern
Mieter	<ul style="list-style-type: none"> • Abschluss eines Stromvertrages mit nur einem Energieversorger. In der Rechnung befindet sich die detaillierte Zusammensetzung des Stroms (Mieterstrom + Netzstrom) • Möglichkeit auch in Anlagen der Bürgerenergiegenossenschaft zu investieren

Quelle: Klimagen.de

Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Eine gut gemachte Öffentlichkeitsarbeit stärkt nicht nur die Identifikation der Mitglieder mit ihrer Genossenschaft, sondern kann zur Etablierung und Erweiterung von Geschäftsmodellen beitragen. Ehrenamtliche Helfer*innen und genossenschaftlicher Nachwuchs kann so leichter gewonnen werden. Schließlich können über die Öffentlichkeitsarbeit die Intentionen hinter der Geschäftstätigkeit transportiert, das Bewusstsein für Klima- und Umweltschutz geschärft und das gesellschaftspolitische Engagement verdeutlicht werden.

Generell kann die Kommunikation in die interne und die externe Öffentlichkeitsarbeit unterteilt werden:

- > **Externe Öffentlichkeit:** Hierzu zählt der Austausch von Informationen mit dem gesamten Umfeld, das nicht Teil der Energiegenossenschaft ist, z. B. Presse, Förderer, Partner*innen, Kritiker*innen und Dienstleister. Die Öffentlichkeitsarbeit kann in einer Kombination aus digitaler und analoger Ansprache, über kurzfristige (z. B. einmalige Mitmachaktion) oder langfristige Aktivitäten (z. B. Informationskampagne) umgesetzt werden.
- > **Interne Öffentlichkeit:** Sie bezieht sich auf die Mitarbeitenden und Mitglieder in der Energiegenossenschaft und hat das Ziel zu informieren, einzubinden und zu aktivieren. Bewährte Instrumente sind Mitgliederbefragungen, Rundbriefe, Mitmachangebote, Einladungen zur Mitarbeit und zum Stammtisch.

Die Analyse der bestehenden Kommunikationsbeziehungen, die Beschreibung der verschiedenen Zielgruppen und die Überprüfung der zur Verfügung stehenden Ressourcen sind notwendige erste Schritte auf dem Weg zu einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit. Leitende Fragen sollten sein:



| Mitgliederbefragung – ein Beitrag zu gelebter Demokratie

Demokratische Entscheidungen setzen Meinungsbildungsprozesse voraus. Hierzu können Befragungen von Mitgliedern einen Beitrag leisten, indem die verschiedenen Sichtweisen, Wünsche und Kritikpunkte erfasst werden. Die Identifikation mit der Genossenschaft wird positiv unterstützt, indem die Mitglieder sich involviert und gehört fühlen. Vorstand und Aufsichtsrat werden in die Lage versetzt reagieren zu können.

Die direkte Ansprache der Mitglieder trägt zu einer schnellen Klärung von Bedarfen bei.

Eine Befragung macht allerdings nur dann Sinn, wenn die gewonnenen Informationen eine Relevanz für Vorstand und Aufsichtsrat haben. So können die Ergebnisse z. B. bei der Ausrichtung der Genossenschaft berücksichtigt werden. Auf sichtbar gewordene Informationsdefizite und Informationswünsche sollte mit entsprechenden Auskünften eingegangen werden. Idealerweise werden die Befragungsergebnisse auch an die Mitglieder kommuniziert, so dass diese sich ein Bild vom Meinungsspektrum in ihrer Genossenschaft machen können. Dafür können die Ergebnisse z. B. auf der Generalversammlung, in einem Rundbrief oder auf der Homepage vorgestellt werden.

Eine Umfrage lässt sich für verschiedene Fragestellungen sinnvoll einsetzen, wie z. B.

- > Zufriedenheit der Mitglieder
- > Wünsche bezüglich der zukünftigen Ausrichtung der Genossenschaft
- > Interesse an weiterer finanzieller Beteiligung
- > Interesse an ehrenamtlicher Mitarbeit
- > Bekanntheit und Wahrnehmung der Genossenschaft durch Nicht-Mitglieder
- > Interesse an zusätzlichen Dienstleistungen (z. B. Ökostrom, Carsharing).

Es ist zu überlegen, ob eine schriftliche Befragung oder eine Online-Befragung sinnvoll ist. Wenn auch die Ansichten der Nicht-Mitglieder interessieren, lassen sich mit einer schriftlichen Befragung leichter alle Haushalte in einem Ort mit einem Fragebogen versorgen. Eine Online-Befragung hingegen ist schnell programmiert und lässt sich leichter auswerten als eine schriftliche Befragung.



Zum Download auf
www.klimagen.de

- > Leitfaden Befragungen in Energiegenossenschaften



„Wir haben viele Ideen und wollen nun erfahren, welche unserer Ideen von den Mitgliedern der WeilerWärme und den Bürgern in Pfalzgrafenweiler gewünscht und mitgetragen werden.“



WEILERWÄRME EG

| Die Generalversammlung gestalten – in der Pflicht die Kür entdecken

Aktivierende Elemente können Generalversammlungen zu einem verbindenden Event machen.

Generalversammlungen gehören zur genossenschaftlichen Selbstverwaltung. Um noch mehr Mitglieder zu aktivieren, sollte die Generalversammlung abwechslungsreich und interessant gestaltet werden. Es braucht nicht viel, um die formalen Inhalte um Veranstaltungselemente zu ergänzen die Interaktion fördern:



Mitglieder aktiv in die Organisation einbeziehen, indem sie z. B. zum Mitbringen von Buffetspenden oder zur Mitgestaltung der Veranstaltung eingeladen werden.



Zum offenen Gespräch einladen, z. B. ergänzend zum frontalen Vortrag im Raum verteilte Themeninseln anbieten oder nach der Veranstaltung zum informellen Austausch einladen.



Vorträge interaktiv gestalten, dazu kann u. a. der Einsatz von Smartphone-basierten Umfragetools beitragen, die in Echtzeit Abstimmungs- oder Umfrageergebnisse abbilden können.



Eine gemütliche Atmosphäre schaffen, z. B. durch die Einbindung von lokalen Vereinen wie dem Musikverein oder der Theatergruppe.



Zelebrieren von gemeinsamen Erfolgen anhand von Bildern und Fotos, die auf Plakaten im Raum verteilt oder als Ausstellung aufbereitet werden.



Generationenübergreifenden Dialog fördern, z. B. eine Podiumsdiskussion in die Generalversammlung integrieren und Vertreter*innen aus Vereinen, Lokalpolitik oder Schulen zu Wort kommen lassen.

| Beteiligungsangebote unterbreiten – Mitstreiter*innen ins Boot holen

Arbeitskraft und Zeit sind in Energiegenossenschaften knapp bemessen. Umso wichtiger ist es, diese knappen Ressourcen effizient einzusetzen und neue Mitstreiter*innen zu gewinnen – aber wie?

Die meisten Energiegenossenschaften sind auf ehrenamtliche Unterstützung angewiesen.

Es ist nicht ungewöhnlich, dass das Tagesgeschäft einer Energiegenossenschaft auf wenigen Schultern ruht. Gleichzeitig gibt es unter den Mitgliedern meist einige, die sich durchaus stärker engagieren würden, dies aber bisher nicht tun, z. B. weil sie keine direkten Anknüpfungspunkte sehen oder das Gefühl haben, dass alle notwendigen Funktionen ausgefüllt sind. Um bisher eher passive Mitglieder für eine aktive Mitarbeit zu gewinnen, sollte in regelmäßigen Abständen über Unterstützungsbedarfe und notwendige Kompetenzen informiert werden. Manchmal weckt ein Standdienst auf einer öffentlichen Veranstaltung oder die Organisation eines Mitbring-Bufferets Lust auf eine intensivere Mitarbeit.

Gerade wenn spezielle Kompetenzen für eine Aufgabe benötigt werden, sollte auch gezielt im Umfeld der Genossenschaft nach geeigneten Personen gesucht werden. Die Formulierung von Aufgabenprofilen in Form von Stellenausschreibungen kann ein Weg sein, um auf die Mitwirkungsmöglichkeiten in der Genossenschaft aufmerksam zu machen.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Vorlagen und Beispiele für Stellenausschreibungen



| Die positive Außendarstellung – eine einprägsame Visitenkarte

Eine ansprechende Außendarstellung macht gute Arbeit sichtbar.

Eine veraltete Website, wenig Kommunikation mit den Mitgliedern und eine fehlende öffentliche Präsenz kann dem Ansehen der Energiegenossenschaft schaden. Daher ist es sinnvoll die Außendarstellung der Genossenschaft zu pflegen und regelmäßig Kontakt zu den Mitgliedern sowie der Öffentlichkeit herzustellen.

Ein attraktives Logo sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert, ein informativer Flyer transportiert Leistungen und Angebote der Genossenschaft auf einen Blick. Um die Sichtbarkeit auf Veranstaltungen zu erhöhen, bieten sich Roll-Ups, Banner und Messetheken an. Ein regelmäßiger Newsletter an die Mitglieder unterstützt dabei, dass diese sich als Multiplikatoren verstehen und zur Bekanntheit und positiven Außenwahrnehmung der Genossenschaft beitragen.

Websites sind die Informationsdrehscheibe zwischen Mitgliedern, Kooperationspartnern und der interessierten Öffentlichkeit. Eine aktuell gehaltene Website unterstützt dabei, alle Interessierten ins Geschehen einzubinden. Denn nicht jeder hat Zeit, bei allen Veranstaltungen mitzuwirken oder diese zu besuchen. Aber wer an den Aktivitäten interessiert ist, der informiert sich oft nachträglich im Internet darüber.



Zum Download auf www.klimagen.de

- > Checklisten für die Gestaltung von Logo, Flyer und Präsentationen
- > Vorlagen für Flyer und Roll-Ups
- > Checkliste und Vorlage für die Gestaltung eines Newsletters
- > Grafikvorlagen für ein Weihnachtsmailing



| Mitmachaktionen zur Bürgeraktivierung – ein vielfältiger Blumenstrauß

Partizipative Angebote motivieren Genossenschaftsmitglieder und Bürger*innen sich mit dem Thema Klimaschutz auseinanderzusetzen. Geeignet sind interaktive Formate, die sich leicht in bestehende Veranstaltungen integrieren lassen oder die Ausrichtung größerer Veranstaltungen, die unterschiedliche Formate miteinander kombinieren.

Energiegenossenschaften sind Impulsgeber für die Energiewende.

Klimaschutzfest – von der Energiegenossenschaft für die Region

Um Menschen an den Klimaschutz heranzuführen und sie für regionale Handlungsoptionen zu begeistern, bieten sich größere Veranstaltungsformate über ein oder zwei Tage an. In diesem Rahmen lassen sich alle klimaschutzrelevanten Themen sowie Akteure adressieren und nachhaltige regionale Alternativen präsentieren.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Leitfaden zur Vorbereitung und Durchführung eines Klimaschutztages

Tombola – „Klimaschutz gewinnt“

Eine Tombola eignet sich gut, um bereits im Vorfeld die Aufmerksamkeit für eine Veranstaltung zu erhöhen und gleichzeitig neue Zielgruppen anzusprechen. Gewinne mit einem Bezug zum Klimaschutz und zur Region bieten sich an (z. B. ein Aufstieg auf die Windkraftanlage, Einkaufsgutscheine für den Bioladen, Fahrscheine für den Bürgerbus).



Zum Download auf www.klimagen.de

> Interview zur Durchführung einer Tombola



Regionaler Klimaschutzmarkt



Regionale Bio-Betriebe, Initiativen, Vereine und Händler*innen auf einem nachhaltigen Markt zusammenbringen – so entsteht ein buntes Event, bei dem die Besucher*innen verschiedene Ansätze und Ideen rund um das Thema Nachhaltigkeit vor Ort entdecken und sich durch nachhaltige Produkte inspirieren lassen können. Auch die Organisation rund um die Veranstaltung sollte nachhaltig ausgerichtet werden (Anreise mit dem ÖPNV, Müll vermeiden usw.).

Klima-Quiz

Was wissen Mitglieder und Bürger*innen über den Klimawandel und seine Folgen? Ein Klima-Quiz trägt zur aktiven Auseinandersetzung mit dem Thema bei und erweitert den Wissenshorizont bei den Teilnehmer*innen. Eine Betreuung des Quiz mit Hintergrundinformationen ermöglicht intensive Gespräche. Durch eine geschickte Auswahl der Quiz-Fragen kann der Schwierigkeitsgrad an das Alter der Zielgruppe angepasst werden.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Vorlagen und Beispiele für ein Klimaquiz

Foto-Box

Als auflockerndes Element eignen sich Foto-Boxen für verschiedenste Budgets und Veranstaltungsformate, z. B. als Bestandteil eines Informationsstandes. Genossenschaftsmitglieder können im Rahmen der Konzeption, des Aufbaus und der Betreuung einbezogen werden und während der Veranstaltung Bürger*innen zur Teilnahme einladen. Durch die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten einer Foto-Box lassen sich unterschiedliche Zielgruppen ansprechen.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Fotospaß für Klimaschützer*innen

Klimaschutz Escape-Room

„Exit-Spiele“ oder „Escape-Rooms“ sind die modernen Varianten der Schnitzeljagd. Dabei werden mehrere Teilnehmer*innen in einem Raum eingeschlossen und müssen in einem bestimmten Zeitraum entkommen. Hier gilt es als Team zusammenzuarbeiten, um Hinweise für den Ausweg zu finden und zu lösen.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Anleitung Durchführung eines Klimaschutz Escape-Room

Ökologischer Kurbelspaß

Wie ist das, wenn der Strom nicht aus der Steckdose kommt? Insbesondere Kindern und Jugendlichen kann mit einer fahrradbetriebenen Carrerabahn verdeutlicht werden, wieviel Energie in Form von Muskelkraft notwendig ist, um die Autos im Kreis fahren zu lassen. Mit anderen Zielgruppen lässt sich z. B. auch ein Sommerkino mit Fahrradbetrieb umsetzen.



Zum Download auf www.klimagen.de

> Anleitung Bau und Durchführung eines Fahrradkinos



Nicht-kommerzielle Aktivitäten und Dienstleistungen

Für eine stärkere Wirksamkeit im Klimaschutz steht Energiegenossenschaften ein breites Spektrum an Maßnahmen zur Verfügung, die zwar keinen direkten kommerziellen Nutzen haben, aber einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten.

Mitgliederprogramme	Informationsarbeit	Netzwerkarbeit	Nahversorgung
Zuschüsse zu nachhaltigen Produkten	aufbereitete Informationen zum Klimaschutz	Mitarbeit in kommunalen Klimaschutzprozessen	Werbung für regionale Alternativen (z. B. Solidarische Landwirtschaft)
Verleihsysteme / vergünstigte Nutzung von nachhaltigen Produkten	Klimacheck für Mitglieder	Präsenz auf regionalen Klimaschutzveranstaltungen, Teilnahme an Messen und Märkten	finanzielle Unterstützung regionaler Projekte (z. B. Sponsoring von Klimaschutzaktivitäten)
Abo-Programme für regionale Erzeugnisse	Bildung für nachhaltige Entwicklung	Kooperation mit Umweltverbänden und Klimaschutzgruppen	Nutzung von regionalen Dienstleistungsangeboten
Sammelbestellungen für nachhaltige Produkte	Erstellung einer Gemeinwohlbilanz		

Die möglichen Ansatzpunkte sind vielfältiger Natur: die Genossenschaft kann ihr Engagement kommunikativ stärker im Klimaschutz verankern, ihre Expertise in kommunale Klimaschutzprozesse einbringen, den Handlungsspielraum anderer Klimaschutzakteure durch Sponsoring oder die Bereitstellung von Infrastruktur erweitern oder das klimagerechte Verhalten ihrer Mitglieder durch Zuschussprogramme oder Sammelbestellungen erleichtern.



| Der Alternative Unternehmensbericht – Transparenz herstellen, Kompetenz aufbauen

Für Energiegenossenschaften kann die Erstellung eines alternativen Unternehmensberichtes sinnvoll sein, um Mitglieder und Bürger*innen besser zu informieren. Es können dabei unterschiedliche Inhalte adressiert werden, z. B.:

Berichte über Aktivitäten und Pläne schaffen Transparenz für Mitglieder und Bürger*innen.

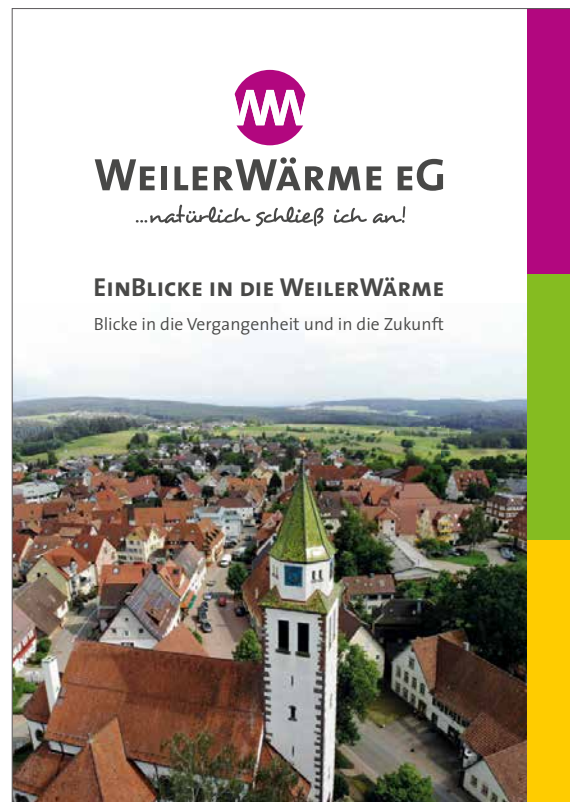
- > **Einblicke geben:** Transparenz über wirtschaftliche Entwicklungen und Herausforderungen herstellen.
- > **Engagement hervorheben:** Aktivitäten betonen, die neben der wirtschaftlichen Tätigkeit eher unbeachtet bleiben.
- > **Anregungen und Kritik aufgreifen:** Wiederholt angefragte Themen oder kritisch behauptete Aktivitäten und Entwicklungen erläutern.
- > **Bürger*innen ansprechen:** Neben den Genossenschaftsmitgliedern kann auch eine größere Öffentlichkeit informiert werden.

Dabei empfiehlt es sich, die einzelnen Geschäftsbereiche aus einer ökologischen Perspektive zu beleuchten und die Einflüsse auf weitere gesellschaftlich relevante Bereiche wie den Klimaschutz und das Gemeinwohl, die regionale Wertschöpfung, nachhaltige Kapitalanlagen und die Unterstützung der globalen „Ziele nachhaltiger Entwicklung“ der Vereinten Nationen zu erläutern.



Zum Download auf www.klimagen.de

- > Beispiel Alternativer Unternehmensbericht der WeilerWärme eG
- > Checkliste Erstellung eines alternativen Unternehmensberichtes



| Bildungsangebote von Energiegenossenschaften – Wege in eine klimafreundliche Zukunft

Bildungsarbeit trägt zur regionalen Vernetzung und größerem Bewusstsein für den Klimaschutz bei.

Die Energiewende und der Klimaschutz brauchen ein breites bürgerliches Engagement. Energiegenossenschaften können über gezielte Bildungsangebote für Kinder und Jugendliche sowie Fortbildungsangebote für Bürger*innen den Kreis der Unterstützenden erweitern.

Mit geringem Aufwand können auf Veranstaltungen Mitmachaktionen wie solares Basteln, der Bau von Insektenhotels oder ein Malwettbewerb gestaltet werden. Eine größere Kontinuität schafft der Aufbau von Kooperationen mit Bildungspartnern wie Kindergärten, Schulen und Umweltbildungszentren. Gemeinsam lassen sich Lerneinheiten entwickeln, die Kinder und Jugendliche für den Klima- und Umweltschutz sensibilisieren.

Sollen langfristig Mitstreiter*innen für den Klimaschutz aus der Bevölkerung heraus gewonnen werden, eignen sich Fortbildungsangebote z. B. in Form eines Trainings für Bürger*innen aus der Region, das Handlungsmöglichkeiten für den Klimaschutz vermittelt.



Zum Download auf www.klimagen.de

- > Ideensammlung Klimakoffer
- > Beispiel Trainingskonzept Botschafter*innen für den Klimaschutz und die Energiewende



Weitere Informationen

- > „Schule-Klima-Wandel“, ein Projekt vom Bildungswerk für Schülervertretung und Schülerbeteiligung e.V. (SV-Bildungswerk), www.schule-klima-wandel.de/wissen-materialien/methodenkoffer
- > Klimaschutz macht Schule, Materialien für den Unterricht, Bayerisches Landesamt für Umwelt 2011, www.regensburg.de/fm/121/uw_112_klimaschutz_schule.pdf

| Fördermöglichkeiten nutzen – Vielfalt für das Gemeinwohl

Nimmt die Genossenschaft Aufgaben wahr, wie die Ausrichtung einer Klimaschutzveranstaltung, die Entwicklung von bürgeraktivierenden Formaten oder die Erstellung von themenspezifischen Informationsmaterialien, kann sie zur Finanzierung dieser Maßnahmen die Akquise von Fördermitteln in Betracht ziehen. Geklärt werden muss vorab der thematische Schwerpunkt der geplanten Aktivität und die Frage, in welcher Art und Höhe eine Unterstützung nötig ist. Anschließend sollten die verschiedenen Optionen auf Eignung und Erfolgswahrscheinlichkeit geprüft und angefragt werden.

Aktivitäten zum Klima- und Umweltschutz mit gemeinnütziger Ausrichtung werden finanziell gefördert.

Sponsoren finden: Regionale Unternehmen und Institutionen können angefragt werden, um z. B. Veranstaltungen mitzufinanzieren. Oftmals sind Sachspenden leichter zu erhalten als Geldspenden.

LEADER-Förderung in Betracht ziehen: Viele ländliche Regionen in Deutschland sind sogenannte LEADER-Regionen, die im Rahmen regionaler Entwicklungskonzepte innovative Aktionen im ländlichen Raum finanziell fördern. Inzwischen können auch mehrere kleine Projekte mit einem gemeinsamen Ziel einen Förderantrag stellen.

Crowdfunding initiieren: Es existiert eine Vielzahl von webbasierten Crowdfunding-Plattformen. Auch einige regionale Volks- und Raiffeisenbanken haben dieses Instrument inzwischen in ihr Portfolio aufgenommen.

Bundes- und Landesstiftungen anfragen: Einige Stiftungen fördern explizit Umwelt- und Klimaschutzprojekte. Beispiele sind die Deutsche Bundesstiftung Umwelt und die Allianz Umweltstiftung. Auf Ebene der Bundesländer finanziert z. B. die Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung Umwelt- und Naturschutzprojekte.

Förderprogramme von Bundes- und Landesministerien prüfen: Förderprogramme von Ministerien streben meist komplexere Projekte im Verbund mit weiteren Partnern wie Universitäten, Unternehmen oder Kommunen an. Regelmäßig werden aber auch Programme für gemeinwohlorientierte Organisationen im Klima- und Umweltschutz aufgelegt, die auf regionale Initiativen abzielen.

Verweise und Impressum

| Endnoten

- 1 Daten aus für Deutschland repräsentativen Befragungen: European Perceptions of Climate Change, Befragung 2016 (n=1.000); eigene Erhebung, Nicht-Mitglieder-Befragung 2019 (n=1.096); „Wie beunruhigt sind Sie, wenn überhaupt, über den Klimawandel?“
- 2 Daten aus für Deutschland repräsentativen Befragungen: European Perceptions of Climate Change, Befragung 2016 (n=1.000); eigene Erhebung, Nicht-Mitglieder-Befragung 2019 (n=1.096); „Inwieweit unterstützen Sie folgende politische Maßnahmen in Deutschland oder lehnen diese ab?“, u. a. abgefragt: „Die Erhöhung von Steuern auf fossile Brennstoffe (z. B. Kohle, Diesel, Petroleum, Benzin).“
- 3 Datenbank Universität Kassel, Stand April 2019.
- 4 Datenbank Universität Kassel, Stand April 2019; berücksichtigt sind nur Genossenschaften mit online verfügbarer Bilanz für 2016 (n=619); Quelle: Bundesanzeiger.
- 5 Datenbank Universität Kassel, Stand April 2019; Auswertung verfügbarer Online-Informationen (n=735), Angaben für 2016.
- 6 Daten aus Mitgliederbefragung der PROKON Regenerative Energien eG: eigene Erhebung 2019 (n=1.758); „In welchen Bereichen sollte die Prokon Angebote entwickeln, um ihre Mitglieder stärker im Klimaschutz zu unterstützen? Bitte wählen Sie maximal zwei Bereiche aus.“
- 7 Daten aus Mitgliederbefragungen in drei Energiegenossenschaften: Helionat eG, eigene Erhebung 2018 (n=34); WeilerWärme eG, eigene Erhebung 2018 (n=167), Bürger-Energiegenossenschaft West eG 2018 (n=277); „Uns interessiert Ihre Meinung, wie stark sich die jeweilige Energiegenossenschaft in den nächsten zehn Jahren in den folgenden Bereichen engagieren sollte?“, u. a. abgefragt: „Informationen zu Klimaschutzthemen.“
- 8 Daten aus Mitgliederbefragung der WeilerWärme eG: eigene Erhebung, 2018 (n=167); „Was für ein Stromprodukt beziehen Sie gegenwärtig?“; „Wie wichtig sind Ihnen folgende Eigenschaften eines Stromprodukts? Günstiger Preis. Ohne Atomenergie. Ohne Kohlekraft. Regional erzeugt.“
- 9 Daten aus Mitgliederbefragung der WeilerWärme eG: eigene Erhebung, 2018 (n=168); „Wir möchten gerne erfahren, wie Sie sich als Mitglied der WeilerWärme verstehen. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Ich verstehe mich als Kunde der WeilerWärme. Ich verstehe mich als Miteigentümer der WeilerWärme. Ich trage Mitverantwortung für die Entwicklung der WeilerWärme.“
- 10 Daten aus Mitgliederbefragung Helionat eG, eigene Erhebung 2018 (n=34); „Wir möchten gerne erfahren, wie Sie sich als Mitglied der Helionat verstehen. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu? Ich verstehe mich als Miteigentümer der Helionat. Ich trage Mitverantwortung für die Entwicklung der Helionat.“
- 11 Daten aus Mitgliederbefragungen in drei Energiegenossenschaften: Helionat eG, eigene Erhebung 2018 (n=32); WeilerWärme eG, eigene Erhebung 2018 (n=173); Bürger-Energiegenossenschaft West eG 2018 (n=285); „In welchen Bereichen können Sie sich zukünftig eine stärkere Mitarbeit vorstellen?“ (Mehrfachnennung möglich), z. B. Teilnahme an Veranstaltungen, Unterstützung bei Veranstaltungen, Werbung neuer Mitglieder, Mitarbeit im Aufsichtsrat.
- 12 Daten aus für Deutschland repräsentativen Befragungen: Mitglieder-Zuwachspotenzial für Energiegenossenschaften in Deutschland (n=550); eigene Erhebung, Nicht-Mitglieder-Befragung 2019 (n=1.056); „Ist Ihnen der Begriff ‚Energiegenossenschaft‘ bekannt?“
- 13 Daten aus Nicht-Mitglieder-Befragung: eigene Erhebung, 2019; (n=369); „Mit welchen Assoziationen ist der Begriff ‚Energiegenossenschaft‘ bei Ihnen verbunden?“
- 14 Daten aus Mitgliederbefragungen in drei Energiegenossenschaften: Helionat eG, eigene Erhebung 2018 (n=33); WeilerWärme eG, eigene Erhebung 2018 (n=170); Bürger-Energiegenossenschaft West eG 2018 (n=291); „Wie stark trägt die jeweilige Energiegenossenschaft Ihrer Meinung nach dazu bei, das Klima zu schützen?“

| Impressum

Herausgeber

DGRV – Deutscher Genossenschafts- und
Raiffeisenverband e. V.

Linkstraße 12
10785 Berlin

Universität Kassel
Fachgebiet Volkswirtschaftslehre mit Schwerpunkt
dezentrale Energiewirtschaft
Nora-Platiel-Straße 4
34109 Kassel

deENet Kompetenznetzwerk dezentrale Energie-
technologien e.V.
Ständeplatz 15
34117 Kassel

V. i. S. d. P.: Dr. Andreas Wieg, Linkstraße 12
10785 Berlin
Stand: September 2019

Redaktion

Beate Fischer, Universität Kassel

Sascha Görlitz, DGRV – Deutscher Genossenschafts-
und Raiffeisenverband e. V.

Lioba Kucharczak, Universität Kassel

Bianca Strobel, deENet Kompetenznetzwerk de-
zentrale Energietechnologien e.V.

Josephine Zana, deENet Kompetenznetzwerk de-
zentrale Energietechnologien e.V.

Wir bedanken uns bei unseren Kooperationspartnern für die Bereitstellung der Bildmaterialien

S. 1 links, S.25, S. 27, S. 32, S. 38: © deENet e.V.

S. 1 rechts, S. 21, S. 35: © Umweltfreundliche
Energien Wadersloh eG

S. 5, S. 8, S. 33, S. 34, S. 36: © BürgerEnergie
Osteland eG

S. 10, S. 24, S. 26, S. 37: © WeilerWärme eG

S. 12: © Energie Partagée

S. 14: © Bürgerwerke eG

S. 18 klein: © Universität Kassel

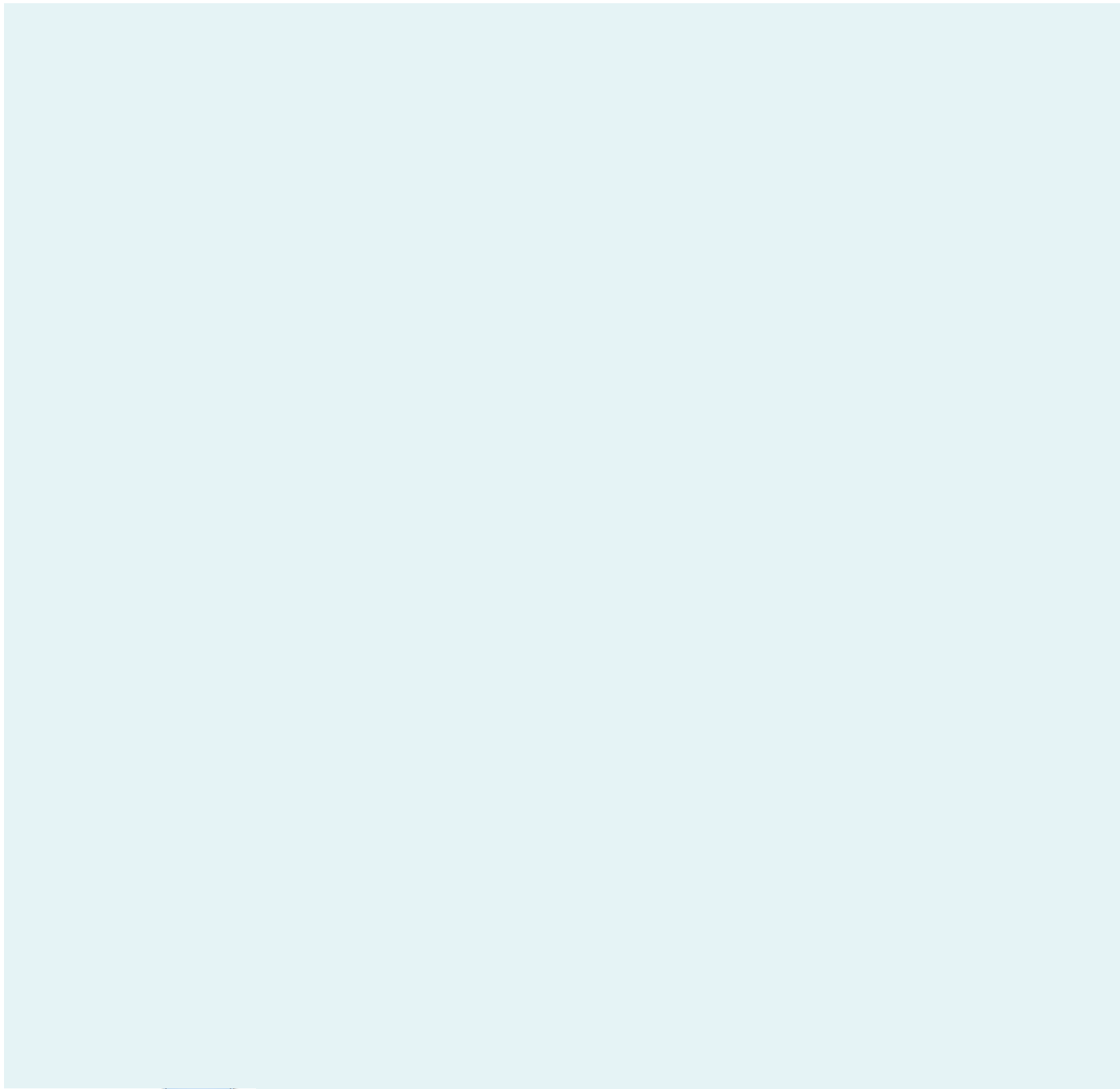
S. 18 groß: © UrStrom BürgerEnergieGenossenschaft
Mainz eG

S. 23: © Rehfelde-EigenEnergie eG

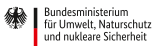
S. 31: © Olegeno Oldenburger Energie-Genossen-
schaft eG

Layout

www.carolineenders.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und nukleare Sicherheit

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Projektträger Jülich
Forschungszentrum Jülich



BUNDESGESCHÄFTSSTELLE
ENERGIEGENOSSENSCHAFTEN

U N I K A S S E L
V E R S I T Ä T

