

Dokumentation mit Handlungsempfehlungen

# Klima-Coaching für Privathaushalte



gefördert durch:  
Bezirksamt  
Neukölln

**BERLIN**



## Yeşil Çember – ökologisch interkulturell gGmbH

*Für ökologischen Wandel Menschen interkulturell bewegen:* Das ist der Slogan von Yeşil Çember (Jeschil Tschember, Türkisch für Grüner Kreis) – ökologisch interkulturell gGmbH.

Yeşil Çember schafft auf der einen Seite durch kulturspezifische und niederschwellige Aufklärungs- und Lernkonzepte im Umweltschutz attraktive Beteiligungsmöglichkeiten für migrantische Communities. Mit mehrsprachigen Infomaterialien, interkulturellen Umweltfesten, Workshops, Mitmachaktionen, Schulungen und Naturausflüge mobilisiert die mehrfach ausgezeichnete Organisation Menschen dazu, sich für den Umweltschutz einzusetzen. Von Analphabeten über Akademiker\*innen bis hin zu Unternehmer\*innen wurden bisher Tausende Migrant\*innen aktiviert, die ihren ökologischen Fußabdruck reduziert haben.

Auf der anderen Seite unterstützt Yeşil Çember die interkulturelle Öffnung der deutschen Umweltakteure und ermöglicht interkulturelle Begegnungen und Synergien, die sonst kaum von alleine entstehen würden.

Mitgliedschaften: Berlin 21, Gemeinwohlökonomie, Klima-Allianz Deutschland, Landesnetzwerk Bürgerengagement, SEND, SuperCoop, Klimabeirat des Bezirks Friedrichshain-Kreuzberg

### **Projektname:**

Klima-Coaching für Privathaushalte im Stadtteil Rollberg

### **Projektzeitraum:**

1. April 2021– 31. März 2022

### **Projektdurchführung:**

Yeşil Çember – ökologisch interkulturell gGmbH | [www.yesilcember.eu](http://www.yesilcember.eu)

### **Projektteam:**

Ceren Hiç Toletti, Gülcan Nitsch, Güldeniz Şensoy, Simon Rimkus, Yasemin Kıracı-Küçük

### **Projektdurchführung:**



### **Förderung durch:**



## Einleitung

Liebe Leser\*innen, liebe Klimaschützer\*innen,

immer mehr Menschen wollen etwas Gutes für das Klima tun und treffen in ihrem Alltag bewusst klimafreundliche Entscheidungen. Die Schwierigkeiten treten oft dann auf, wenn es darum geht, ein neues Verhalten konkret umzusetzen. Oft hängt es an der Akzeptanz, Zeit oder Begeisterung der Beteiligten. Hier setzt gute Klimakommunikation an: Wie kann man klimafreundliche Projekte so gestalten, dass die Menschen trotz mancher Hürden motiviert sind und auch Spaß haben, klimafreundlich zu handeln?

Gute Klimakommunikation ist einfühlsam, zielgruppenspezifisch, zeigt Handlungsmöglichkeiten auf, sieht Hürden als Chance für neue Lösungsansätze. Dabei werden auch Vorteile des klimafreundlichen Verhaltens beleuchtet und die Lebenswirklichkeit & die Werte der Zielgruppe berücksichtigt. Das Ziel aktivierender Klimaschutzmaßnahmen ist es, Menschen zu befähigen, ihr bisheriges Verhalten zu reflektieren und im Idealfall zu ändern. Das Thema „Klima-Coaching“ bietet ein weites Spektrum an möglichen Handlungsfeldern, in denen Maßnahmen initiiert werden können.

Dieser Leitfaden wendet sich hauptsächlich an Praxisakteure, die verbraucherbezogene Klimaschutzmaßnahmen durchführen. In dieser Publikation erfahren Sie, wie die Privathaushalte motiviert und befähigt werden können, klimaschonende Verhaltensweisen im Alltag umzusetzen und einen ressourcenschonenden Lebensstil anzustreben. Für die erfolgreiche Umsetzung dieser Maßnahmen, haben wir uns ausführlich mit unserem Verständnis vom Coaching auseinandergesetzt und in die Gestaltung unseres Projektansatzes einfließen lassen. Bei der praktischen Umsetzung dieser Maßnahmen konnten wir viele interessante Erkenntnisse gewinnen, die wir in dieser Publikation gesammelt haben.

Für eine strukturierte Analyse haben wir die Potentiale, Hürden und Besonderheiten der Zielgruppe dargestellt und die Erkenntnisse für die Konzeption, Kommunikation und Umsetzung von Maßnahmen vorgestellt, die umwelt- und klimafreundliches, aber auch ressourcenschonendes Verhalten fördern.

Darüber hinaus können die Klima-Tagebücher unter Nennung der Yeşil Çember gGmbH als Autorin und unter gleichen Bedingungen gerne für die eigene Arbeit verwendet werden (CC BY-SA 4.0).

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	5
Tabellenverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis .....	5
<b>1 Projektbeschreibung.....</b>	<b>6</b>
1.1 Das Entwickler*innen-Team des Klima-Coachings .....	6
1.2 Ziele .....	7
1.3 Zielgruppen.....	7
1.4 Vorgehen.....	8
1.5 Indikatoren .....	10
<b>2 Kommunikation .....</b>	<b>11</b>
2.1 Ansatz .....	11
2.2 Öffentlichkeitsarbeit.....	11
2.3 Ansprache.....	11
2.4 Bestandsaufnahme .....	13
2.5 Entwicklung der Aufgaben.....	15
2.6 Coaching.....	16
<b>3 Vernetzung.....</b>	<b>18</b>
3.1 Kickoff Treffen .....	18
3.2 Vernetzungstreffen auf dem Markt am Kranoldplatz.....	19
3.3 Vernetzungstreffen im KiJuZ an der Lessinghöhe.....	19
3.4 Onlinetreffen .....	20
<b>4 Auswertung.....</b>	<b>21</b>
4.1 Erfolge.....	21
4.2 Hürden, Lösungsansätze und Verbesserungspotenziale.....	26
4.3 Datenanalyse .....	32
4.4 Erkenntnisse.....	42

4.5 Ausblick .....	42
5 Handlungsempfehlungen für Praxisakteur*innen .....	43
6 Klimageschichten der Coachees.....	51
7 Anhang.....	62
Anhang A) Ressourcen zum Coaching .....	
Anhang B) Tagebuch zum Thema Ernährung & Konsum.....	
Anhang C) Tagebuch zum Thema Wohnen & Energie .....	
Anhang D) Tagebuch zum Thema Freizeit & Mobilität .....	

## Abbildungsverzeichnis

<a href="#">Abbildung 1: Werbeflyer</a> .....	13
<a href="#">Abbildung 2: Fotos vom Auftakttreffen 12. 08. 2021</a> .....	18
<a href="#">Abbildung 3: Fotos vom Netzwerktreffen 13.11.2021</a> .....	20
<a href="#">Abbildung 4: Beispiel-Einladung</a> .....	25
<a href="#">Abbildung 5: Verteilung der insgesamt erledigten Aufgaben nach Zeit</a> .....	33
<a href="#">Abbildung 6: Verteilung der erledigten Aufgaben nach Zeit und Themenbereich</a> .....	34
<a href="#">Abbildung 7: Verteilung der insgesamt erledigten Aufgaben nach Kosten</a> .....	35
<a href="#">Abbildung 8: Verteilung der erledigten Aufgaben nach Kosten und Themenbereich</a> .....	35
<a href="#">Abbildung 9: Verteilung der insgesamt erledigten Aufgaben nach Motivation</a> .....	36
<a href="#">Abbildung 10: Verteilung der erledigten Aufgaben nach Motivation und Themenbereich</a> .....	37

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Projektindikatoren und deren Umsetzung .....	10
Tabelle 2: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (1-2).....	26
Tabelle 3: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (3-4).....	27
Tabelle 4: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (5-7).....	28
Tabelle 5: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (8-11) .....	29
Tabelle 6: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (12-13) .....	30
Tabelle 7: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (14-15) .....	31
Tabelle 8: Legende für die Auswertung .....	32
Tabelle 9: Auswertung der Tagebücher Themenbereich Ernährung und Konsum .....	39
Tabelle 10: Auswertung der Tagebücher Themenbereich Wohnen und Energie.....	40
Tabelle 11: Auswertung der Tagebücher Themenbereich Mobilität und Freizeit .....	41

## Abkürzungsverzeichnis

BNE	Bildung für Nachhaltige Entwicklung
SWW	Schön Wie Wir
AKI e.V.	Arabisches Kulturinstitut
KiJuZ	Kinder- und Jugend-Zentrum an der Lessinghöhe

# 1 Projektbeschreibung

Wenn es um Klimaschutz geht, stehen meist Industrie und Gewerbe mit ihren hohen Emissionen im Mittelpunkt und Erfolge im Klimaschutz werden häufig an technologische Innovationen geknüpft. Aber auch das persönliche Alltagsverhalten spielt eine entscheidende Rolle für die CO<sub>2</sub>-Bilanz. Jede Person in Deutschland verursachte 2019 durchschnittlich etwa 8 Tonnen CO<sub>2</sub> (statista). Die CO<sub>2</sub>-Einsparpotenziale der privaten Haushalte stellen gesellschaftlich eine wichtige Stellschraube für mehr Klimaschutz dar, die gezielt gedreht bzw. justiert werden sollte.

Oft führen mangelndes Wissen und geringes Bewusstsein zu einem klimaschädlichen Nutzer\*innenverhalten. Hier ist noch ein großer Handlungsbedarf vorhanden, der mit niederschweligen und praxisorientierten Maßnahmen gedeckt werden kann. Neben den sozialen Hürden können auch sprachliche und kulturelle Aspekte eine entscheidende Rolle bei einem klimafreundlichen Verhalten spielen.

Das Projekt wird in der Rollbergsiedlung durchgeführt, weil ein Großteil ihrer ca. 5.600 Bewohner\*innen wenig Zugang zum Thema Klimaschutz hat und das Umweltbewusstsein daher sehr gering ausgeprägt ist. Vielen ist dabei nicht eindeutig klar, dass das eigene Verhalten unmittelbar mit globalem Klimaschutz zu tun hat.

Dieser Leitfaden soll Strategien aufzeigen, wie klimafreundliche Verhaltensmuster gefördert werden und wo Potentiale und Hürde für CO<sub>2</sub>-arme Lebensstile liegen. In diesem Sinn zielt das Klima Coaching Projekt ebenfalls auf einen ressourcenschonenderen Alltag unter den Teilnehmenden. Der folgende Leitfaden bezieht sich auf die Erkenntnisse aus dem durchgeführten Klima Coaching und stellt Möglichkeiten vor, wie Alltagsroutinen geändert werden können.

## 1.1 Das Entwickler\*innen-Team des Klima Coachings

### Gülcan Nitsch

Nitsch, Dipl.-Biologin, Gründerin und geschäftsführende Gesellschafterin von Yeşil Çember. Neben weiteren Auszeichnungen erhielt sie den Bundesverdienstorden Ihre Arbeitsschwerpunkte sind die Umweltbildung in migrantischen Communities, interkultureller Netzwerkaufbau, Dialoggestaltung und Communitybildung. Zu ihrer Kernkompetenz zählt u. a. die Entwicklung von niederschweligen und kultursensiblen Kommunikationskonzepten und Bildungsangeboten für neue Zielgruppen. Darüber hinaus arbeitet sie bundesweit mit vielen Akteuren (z. B. Verwaltungen, Wohnungsgesellschaften, Umweltverbänden) zusammen und berät sie bei ihren interkulturellen Projekten. Sie war Vertrauensperson der Volksinitiative Klima-Bürger\*innenrat und war eine der Teilnehmende des DNS-Labs für die Entwicklung des Impulspapiers „Konsumpolitiken stärken, transformative Schritte einleiten, gesellschaftliches Potential weiter entfalten“ für den Staatssekretärausschuss für Nachhaltige Entwicklung.

### **Ceren Hic Toletti**

Ceren Hic Toletti ist studierte Agrarökonomin, Permakultur-Lehrerin und Umweltpädagogin. Ihr Anliegen ist das Wiederbeleben der Verbindung von Mensch und Natur durch ganzheitliches Denken und unmittelbare Erfahrungen in der Natur. Sie ist Klima-Coachin bei Yesil Cember und bietet Naturführungen und Permakultur-Workshops für Kinder und Erwachsene in Berlin an.

### **Simon Rimkus**

Rimkus hat *Environmental and Resource Management* studiert und sich auf Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) spezialisiert. Er entwickelt Bildungskonzepte für verschiedene Zielgruppen, die komplexe Sachverhalte mit den Dimensionen der Nachhaltigkeit verknüpfen und dabei die Selbstwirksamkeit der Teilnehmenden fördern.

### **Yasemin Kıracı-Küçük**

Kıracı-Küçük, M. A. Turkologie, koordiniert bei Yeşil Çember das Projekt „Teilen, tauschen, reparieren – Nachhaltigkeit im Rollbergkiez“. Sie hat mit der Sensibilisierung der Migrant\*innen für Klimaschutz viel Erfahrung und kennt den Rollbergkiez sowie die ganzen Akteure gut. Türkisch und Deutsch sind ihre Muttersprachen.

### **Güldeniz Şensoy**

Şensoy, M. A. Soziologie, koordiniert bei Yeşil Çember das Projekt „Interkulturelle Mehrwegberatung“ und hat mit der Sensibilisierung der Migrant\*innen für Klimaschutz viel Erfahrung. Sie hat zusätzlich noch eine Ausbildung zu Data Analyst.

## **1.2 Ziele**

10 kulturell und sozial diverse Familien im Rollbergkiez wurden rund um das Thema Klimaschutz sensibilisiert und bei den einzelnen Schritten zu einem klimafreundlichen Leben 6 Monate lang intensiv beraten und begleitet. Damit soll das Projekt aufzeigen, wo genau die Hürden und wo die Potentiale liegen. In Zukunft sollen die gewonnenen Erkenntnisse dafür genutzt werden, um mehr Privathaushalte zu einem klimafreundlichen Verhalten zu bewegen und ähnliche Projekte erfolgreich umsetzen zu können. Dadurch soll der Leitfaden eine wichtige Stellschraube für mehr Klimaschutz drehen.

## **1.3 Zielgruppen**

Die Vielfalt der Zielgruppen sollte einen detaillierten Einblick in die unterschiedlichen Lebenswelten ermöglichen. Dafür haben wir insgesamt zehn Haushalte gefunden:

- 4 Single-Haushalte (drei aus Deutschland und einer aus Serbien)
- Wohngemeinschaften (eine aus Deutschland und eine aus Südafrika)
- Familien mit zwei oder mehr Kindern (eine aus Deutschland und drei aus der Türkei)

## 1.4 Vorgehen

Klimafreundlich zu leben, muss nicht zwangsläufig schwierig sein oder große Entbehrungen bedeuten. Häufig ist klimafreundliches Verhalten sogar mit Vorteilen verbunden. Die Veränderung der klimaschädlichen Situation ist oft mit einfachen Mitteln möglich – die Klimacoaches werden bei diesem Modellprojekt die Haushalte Schritt für Schritt auf diesem Weg unterstützen. Motivation der Haushalte zum Mitmachen können beispielweise hohe Energieausgaben oder -schulden, Schimmel, eingeschränkte Mobilitätsmöglichkeiten oder gesundheitliche Aspekte sein. Aber auch die Steigerung der persönlichen Lebensqualität, die Schonung von natürlichen Ressourcen oder finanzielle Anreize erleichtern klimafreundliche Entscheidungen.

In der Beratung und Bildung zum Klimaschutz werden die soziale Lage ebenso wie die unterschiedlichen Lebensstile und soziokulturellen Milieus bisher kaum beachtet. Vielmehr werden verschiedene Zielgruppen meist undifferenziert ohne Berücksichtigung ihrer tatsächlichen Lebenswelt angesprochen. Ein individuell zugeschnittenes Klimaschutz-Coaching bietet gute Möglichkeiten, MigrantInnen und Geringverdienende für den Klimaschutz zu sensibilisieren und für das Erproben klimafreundlicheren Handelns zu gewinnen.

Das Klima-Coaching greift zentrale Kriterien und Erfolgsfaktoren wie Alltagsbezug, Motivallianzen, Kompetenzstärkung und Kooperation auf, die wichtige Elemente der Ansprache von Privathaushalten sind. Die Erfahrungen und Erfolgsfaktoren bei der Erprobung des Klima-Coachings liefern daher wertvolle Hinweise für methodische Ansätze und Abläufe einer verhaltensorientierten Beratung im Klimaschutz für diese Zielgruppen. Dabei muss das exemplarisch vorgestellte Klima-Coaching nicht eins zu eins umgesetzt werden, sondern kann flexibel an die jeweiligen Rahmenbedingungen angepasst werden

### 1.4.1 Strategien und Maßnahmen

Die Menschen verändern ihr Verhalten umso eher, je mehr sie über die Zusammenhänge zwischen dem Verhalten und Klimaschutz wissen und die Vorteile von klimafreundlichem Verhalten kennen. Information und Beratung sollen Wissenslücken schließen und das Bewusstsein der Haushalte für Fragen der Nachhaltigkeit sensibilisieren; Kommunikation soll zu klimafreundlichem Verhalten motivieren, beispielsweise durch Aktionen im Kiez und Vernetzung aller 10 Haushalte.

10 Haushalte im Rollbergkiez werden 6 Monate lang intensiv begleitet. Es sollen gemeinsam definierte Ziele in den 3 Themenfeldern Ernährung & Konsum, Wohnen & Energie und Mobilität & Freizeit formuliert werden. Es werden realistische und individuelle Handlungsalternativen erarbeitet, die niederschwellig, greifbar und erlebbar sind sowie den Alltag klimafreundlicher umgestalten. Als zusätzlichen Anreiz und Appetizer bekommen die Familien ein kleines, bedarfsorientiertes Klimapaket (z. B. LED-Lampen, Steckerleisten, Hygrometer, Strommessgerät, Obst- und Gemüseetze, Faire Schokolade für die Kinder). Der Umfang wird zum Projektstart mit dem Fördergeber abgesprochen.

## 1.4.2 Drei Themenfelder

**A. Ernährung & Konsum:** Der Konsum der privaten Haushalte ist für einen großen Teil der Ressourceninanspruchnahme und Umweltbelastungen verantwortlich. Der Konsum von Produkten und Dienstleistungen ermöglicht den Konsument\*innen, sich Bedürfnisse wie Essen und Unterhaltung zu erfüllen sowie individuelle Lebensformen zu entfalten. Konsum beeinflusst dabei jedoch in erheblichem Maße nicht nur die wirtschaftliche und soziale Situation der Menschen, sondern auch den Zustand der Umwelt. Die Spuren, die aktuelle Konsummuster weltweit hinterlassen, sind vielfältig: prekäre Arbeits- und Lebenssituationen in manchen Produktionsorten, Plastik-Inseln in der Größe von Kontinenten, Artensterben und Klimawandel. Im Gebrauch und der Herstellung von Produkten liegt folglich ein großes Potenzial zur Verringerung der Umweltbelastung.

Jede Mahlzeit verursacht Emissionen: Ein Kilogramm Rindfleisch verursacht siebzehnmals mehr CO<sub>2</sub> als die gleiche Menge Kartoffeln. Noch ist dies kaum im Bewusstsein der Menschen, obwohl ein Drittel der privaten Emissionen auf die Ernährung zurückgehen. Dabei spielen Regionalität, Saisonalität und weniger tierische Produkte eine enorme Rolle.

**B. Wohnen & Energie:** Die Höhe des Energieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen privater Haushalte werden einerseits durch das individuelle Verhalten der Verbraucher\*innen und andererseits durch sozioökonomische Rahmenbedingungen beeinflusst. Hierzu zählen die Entwicklung der durchschnittlichen Haushaltsgröße und Wohnfläche, warme und kalte Winter, Preisentwicklungen für Heizöl und Kraftstoff sowie langjährige Emissionstrends, wie ein veränderter Anteil erneuerbarer Energien an der Stromerzeugung.

Bei den individuellen Haushaltscoachings ist das Einsparen von Kosten willkommener Effekt. Ziel ist es vor allem, die Menschen in ihrem eigenverantwortlichen Handeln zu stärken und so die Energieeffizienz zu steigern.

**C. Mobilität & Freizeit:** Der Verkehr ist eine wesentliche Quelle für den Treibhausgasausstoß. Denn noch immer basiert er zu über 90 Prozent auf Öl. Ein Fünftel des in Deutschland ausgestoßenen CO<sub>2</sub> geht auf das Konto des Verkehrs. Anders als in anderen Bereichen sind die CO<sub>2</sub>-Emissionen des Verkehrs seit 30 Jahren nicht gesunken. Besonders im Bereich Verkehr sind tiefgreifende Maßnahmen erforderlich. Gegenwärtig übersteigt man allein mit der durchschnittlichen jährlichen Autofahrleistung sein klimaverträgliches Budget.

Bei der letzten Experimentierphase werden das Mobilitäts- und Freizeitverhalten unter die Lupe genommen und entsprechende klimafreundliche Alternativen angeboten, z. B. Leihfahrrad für den Weg zur Arbeit oder zur Schule, Carsharing.

## 1.4.3 Ergebnisse

Es werden qualitativ aussagekräftige Ergebnisse erwartet, die Erkenntnisse über die Potentiale und Hürden des klimafreundlichen Verhaltens in unterschiedlichen Lebenswelten liefern. Diese Handlungsempfehlungen werden detailliert dargestellt und Lösungsansätze aufgezeigt, wie klimafreundliche Verhaltensänderungen gezielt gefördert werden können. Es wird alles

dokumentiert, Klima-Geschichten der Haushalte aufgeschrieben und in sozialen Medien veröffentlicht. Wenn die Familien wollen, können auch manche Videos veröffentlicht werden. Während des gesamten Prozesses werden Ziele, Ergebnisse, Beobachtungen und Erfolge vom Projektteam festgehalten. Pro Familie werden die Besonderheiten in Form von sogenannten Klimageschichten zusammengefasst, um so einen inspirierenden und motivierenden Einblick in die Welt der Haushalte geben zu können. Darüber hinaus haben wir diesen Abschlussbericht geschrieben. Um die Ergebnisse der einzelnen Familien vergleichen und aussagekräftige Schlüsse ziehen können, werden dazu passende Cluster gebildet.

## 1.5 Indikatoren

Zur Evaluation des Projekts haben wir uns an den zuvor formulierten Indikatoren orientiert und in der Tabelle 1 aufgelistet in welchen Kapiteln die jeweiligen Indikatoren thematisiert werden.

Akquise von <b>10 Haushalten</b> , die mitmachen	April bis September 2021. (Für weitere Informationen siehe Kapitel 4.1)
<b>(Mitmach-) Aktionen</b> mit den Haushalten zu den drei Themenfeldern	Es wurden insgesamt vier Vernetzungstreffen organisiert. (Siehe Kapitel 3)
Erstellung von <b>10 Klimageschichten</b>	10 Klimageschichten (Siehe Kapitel 6)
Erstellung eines <b>Handlungsleitfadens</b>	Dieses Dokument enthält auch einen Handlungsleitfaden. (Für zusammenfassende Handlungsempfehlungen, siehe Kapitel 5)

*Tabelle 1: Projektindikatoren und deren Umsetzung*

## 2 Kommunikation

Dieses Kapitel soll sich um die Frage drehen „Wie haben wir die Leute erreicht?“. Im Zuge dessen möchten wir genauer beschreiben, wie wir vorgegangen sind, wie wir die Haushalte dazu gewinnen konnten, beim Klima-Coaching mitzumachen, welche Herausforderungen während des Klima-Coachings aufgetaucht sind und welche Lösungsstrategien uns eingefallen sind, um diese Hürden zu beheben.

### 2.1 Ansatz

Unser Ansatz der Gestaltung und Umsetzung ist von Ethiken und Prinzipien der Permakultur<sup>1</sup> und der Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE)<sup>2</sup> geprägt. Es war uns wichtig, einen niedrigschwelligen, flexiblen und menschenfreundlichen Ansatz zu wählen und die Zielgruppe dort abzuholen, wo sie stehen, um das Klima-Coaching für eine breite Zielgruppe und ganz unterschiedliche Haushalte zu öffnen. Bei den Ansprachen haben wir stets den gemeinnützlichen Aspekt des Klima-Coachings betont und die Menschen motiviert, etwas Neues auszuprobieren. Die Corona Pandemie und die Lockdowns haben die Möglichkeiten des Projekts stark eingeschränkt, deshalb haben wir versucht, Aufgaben zu kreieren, die die Menschen nach draußen locken, Strukturen hinterfragen und sich selbst befähigen, aktiv ihren Lebensstil zu gestalten. Als praktische Begleiterscheinung können die Haushalte Geld sparen und etwas für ihre Gesundheit tun.

Mehr Information über unsere Methoden und Prinzipien finden Sie im Anhang A.

### 2.2 Öffentlichkeitsarbeit

Zum Projektbeginn wurde eine Postkarte erstellt und im ganzen Kiez verbreitet, um für das Projekt zu werben. Diese Postkarte wurde auch digital verbreitet. Darüber hinaus wurden die Kiezbewohner\*innen persönlich angesprochen, um in dem Rahmen das Projekt vorzustellen. Alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle und das Netzwerk zu anderen Akteur\*innen im Kiez wurden für die Akquise der Haushalte genutzt.

### 2.3. Ansprache

Um unsere Aktion im Kiez zu bewerben, haben wir die uns zur Verfügung stehenden *medialen Kanäle* verwendet. Nach einem anfänglichen Kiezrundgang Ende April 2021, haben wir Mitte Mai Informationen über das Klima-Coaching via E-Mail an verschiedene Akteur\*innen und Bewohner\*innen im Kiez verschickt. Ende Mai haben wir 1000 Flyer in die Briefkästen geworfen und die Flyer zusätzlich noch persönlich im Rollbergkiez verteilt und mit über 100 Menschen gesprochen. Am 12. und 13. Juli haben wir einen Infotisch für das Klimacoaching im Rollberg-

---

<sup>1</sup> <https://www.permakultur.de/was-ist-permakultur>

<sup>2</sup> [https://www.bne-portal.de/bne/de/einstieg/was-ist-bne/was-ist-bne\\_node.html;jsessionid=E8D08CD7716D7833FB7FCCE5A1A51378.live382](https://www.bne-portal.de/bne/de/einstieg/was-ist-bne/was-ist-bne_node.html;jsessionid=E8D08CD7716D7833FB7FCCE5A1A51378.live382)

Kiez gemacht. Außerdem haben wir Ende Juli einen Informationstext auf der Webseite des Bezirksamts Neuköllns<sup>3</sup> veröffentlicht. Auf dem Nachhaltigkeitsfest Neukölln Ende August waren wir mit einem Infostand dabei, um den Besucher\*innen vom Klima-Coaching zu erzählen und Flyer zu verteilen. Mitte September hatten wir auf dem Kiezfest Neukölln ebenfalls einen Infostand und haben mit vielen Interessierten gesprochen.

Uns war es wichtig, dass wir den Kiez zunächst besser kennenlernen. Dafür sind wir Ende April in den Rollbergkiez gefahren und haben Kiezakteur\*innen Kontakt aufgenommen, Fotos gemacht und ein Gefühl für den Ort bekommen. Ende Mai haben wir Flyer an Kiezakteur\*innen verteilt, die lobend aufgenommen wurden, allerdings noch keine Zusagen gemacht haben. Ebenfalls Ende Mai haben wir an einem Online-Frühstück der Stadtteilmütter teilgenommen und vom Klima-Coaching erzählt. Zwei Teilnehmer\*innen waren interessiert, allerdings hat sie der Besuch zur anfänglichen Bestandsaufnahme abgeschreckt, sodass sie im Endeffekt nicht am Klima-Coaching teilgenommen haben. Ende Mai haben wir zusätzlich noch Flyer an die Regenbogen Kita und das Repair Café gegeben und darum gebeten, die Flyer weiterzugeben. Anfang Juni haben wir die Flyer auch an Cornelia Würz von der Wohnbauten-Gesellschaft „Stadt und Land“ weitergegeben und bei einer Outreach-Aktion im Kiez die Menschen persönlich angesprochen.

Für die Öffentlichkeitsarbeit haben wir einen Flyer entworfen:



**Kostenloses Klima-Coaching  
für Rollberger Haushalte**

Der Frühling ist die beste Zeit für Veränderungen...

Liebe Rollberger\*innen,

wollt ihr ein spannendes Experiment beginnen und Teil eines Umweltprojektes werden? Wir begleiten euch dabei, wie ihr bereits mit kleinen Veränderungen und Investitionen im Alltag gesünder leben und Kosten sparen könnt. Zusätzlich tut ihr der Umwelt etwas Gutes und bekommt für euer Engagement ein individuelles Klima-Starter-Paket, z.B. LED-Lampen, Hygrometer, Fairtradeprodukte, Mehrwegbehälter und Samenpakete geschenkt.

An dem Projekt können insgesamt 10 (deutsche, türkische, arabische) Haushalte teilnehmen, ob Singles, Senioren oder Klein- und Großfamilien spielt keine Rolle. Wenn ihr interessiert seid, meldet euch bis zum 07.06. unter: [rollberg@yesilcember.eu](mailto:rollberg@yesilcember.eu) / +49 (0)376 67 46 077

durchgeführt von  gefördert durch   

Abbildung 1: Werbeflyer mit Informationen zum Klimacoaching

<sup>3</sup> Der Artikel ist unter folgendem Link erreichbar: <https://www.berlin.de/ba-neukoelln/politik-und-verwaltung/beauftragte/klimaschutz/artikel.1103277.php> (zuletzt abgerufen 09. Dezember 2021).

Für uns war es deutlich schwieriger Teilnehmer\*innen für das Klima-Coaching zu finden, als wir ursprünglich gedacht hatten. Insgesamt war die Erfolgsquote der einzelnen Kanäle überraschend gleich: Sowohl durch den Flyer, die Präsenzaktionen im Rollbergkiez, persönliche Gespräche beim Repair Café, eine Kontaktaufnahme mit dem Kiezanker e.V. und persönliche Kontakte haben wir jeweils zwei Haushalte gefunden, wodurch wir zu den angestrebten zehn Haushalten gekommen sind.

Im Nachhinein konnten wir feststellen, dass die *persönliche Ansprache* am erfolgreichsten war. Die persönliche Ansprache hat vor allem bei Gesprächen im Kiez, auf dem Falkplatz vor dem Verein Kiezanker und im Repair Café Rollbergkiez stattgefunden. Andere Akteur\*innen, die wir im Kiez kontaktiert haben, waren AKI e.V., das Kinder- und Jugendzentrum Lessinghöhe, das Quartiersmanagement, Morus 14, MaDonna e.V. und die Stadtteilmütter.

## 2.4. Bestandsaufnahme

Mit den zehn Haushalten haben wir zunächst eine ausführliche Bestandsaufnahme durchgeführt, um zu schauen, wie nachhaltig die Haushalte vor dem Klima-Coaching bereits leben, um dementsprechend unsere Betreuung anpassen zu können. Wir haben den folgenden Fragebogen für die Bestandsaufnahme konzipiert:

### **Bestandsaufnahme - Klimacoaching – Rollbergsiedlung**

Name:

Datum:

#### **Allgemeine Informationen:**

Anzahl und Alter der Personen im Haushalt:

Größe der Wohnung /Anzahl der Zimmer:

Altbau / Neubau / Etage:

Art der Heizung:

#### **Ernährung:**

1. Achtest du auf Labels beim Einkaufen?
2. Isst du Fleisch?
3. Kaufst du saisonal ein?
4. Kaufst du regional ein?
5. Wie oft kochst du?
6. Isst du Fastfood?
7. Wie groß ist der Anteil frischer Produkte an deinem Einkauf?

#### **Wohnen:**

1. Wie hoch ist dein jährlicher Stromverbrauch?
2. Kennst du deine Heizkosten?
3. Hast du Energiesparlampen zu Hause?

4. Nutzt du Steckdosen mit Standby-Schaltern?
5. Über welchen Stromanbieter beziehst du deinen Strom?
6. Welche elektronischen Geräte hast du zu Hause?

#### **Mobilität:**

1. Fährst du mit dem Fahrrad?
2. Nutzt du gelegentlich ein Lastenrad?
3. Fährst du mit der BVG?
4. Nutzt du Carsharing-Angebote?
5. Reist du mit dem Flugzeug?
6. Gehst du zu Fuß?

#### **Verschiedenes:**

1. Wie umweltfreundlich würdest du deinen Lebensstil einstufen?
2. Willst du uns etwas Interessantes über dich erzählen?
3. Was für einer Beschäftigung gehst du zurzeit nach?
4. Was hast du früher gemacht?
5. Was wünschst du dir in deinem Starter-Paket, um schnell umweltfreundlicher zu leben?
6. Welche Erwartungen hast du an das Klima-Coaching-Projekt?
7. Wie sind deine Beziehungen zu deinen Nachbarn?
8. Hast du Tipps für mehr Nachhaltigkeit, die du gerne mit uns teilen möchtest?

\*\*\*

Bei den Interviews ist uns vor allem aufgefallen, dass die meisten Teilnehmenden bereits mit einem relativ nachhaltigen Lebensstil ins Klima-Coaching starten (bei der Selbsteinschätzung kam ein **Durchschnittswert von 7/10** heraus). Viele Teilnehmende wussten, wie sie Lebensmittel gemäß den Kriterien der Regionalität und Saisonalität beurteilen, allerdings war es ihnen mitunter unmöglich, sich regional und saisonal zu ernähren, da sie sich die Extrakosten nicht leisten können. Die Teilnehmenden haben meistens selbst gekocht und nur wenig Fast Food konsumiert. Der Einkauf in Second Hand Läden war bei allen Haushalten beliebt.

Im Themenbereich Energie und Wohnen haben die Haushalte bewusst ihre Stromanbieter ausgewählt, mit den Heizkosten haben sich die Haushalte weniger auseinandergesetzt. Energiesparlampen waren den Haushalten bekannt, wurden aber nicht überall verwendet. Einige Haushalte ließen die Elektro-Geräte im Stand-By laufen.

Im Themenbereich Mobilität und Freizeit konnten wir feststellen, dass die Haushalte häufig die BVG nutzen. Diejenigen, die nicht mit der BVG fahren, nutzen meist das Fahrrad oder sind zu Fuß unterwegs. Niemand besaß ein Auto oder hat Car-Sharing Angebot genutzt.

Es war spannend, offene Fragen á la „Was wünschst du dir vom Klima-Coaching?“ oder „Was zeichnet dich aus?“ zu stellen. Die Rückmeldungen auf diese Fragen haben einen persönlicheren Einblick in den Alltag der Haushalte zugelassen.

Auffällig war, dass das Müllproblem im Kiez sehr oft angesprochen wurde. Weitere Wünsche der Teilnehmenden waren „neue Ideen im Kiez umsetzen“, „einen gemeinschaftlichen Garten starten“, „junge Leute mobilisieren“ und „soziale Verbundenheit fördern“. Auf die Frage, welche Nachhaltigkeitstipps die Teilnehmenden haben, wurden Folgendes empfohlen: Gärtnern, kompostieren, aktivieren, selber machen, einfacher machen, das Leben als Kunst sehen, mit Freude arbeiten, bei der Lösungssuche sich in Andere hineinversetzen, das eigene Verhalten reflektieren, Sport und einen aktiven Lebensstil.

## 2.5. Entwicklung der Aufgaben

Im Anschluss an die Bestandsaufnahmen mit den Haushalten wurden die Maßnahmen in Form von Tagebüchern entwickelt. Das Tagebuchformat ermöglicht es den Teilnehmenden, täglich niedrigschwellige Aufgaben auszuprobieren, liefert den Platz für eine kurze Reflexion und kann überall mitgenommen werden. Im Anschluss an die Aufgaben haben wir weiteres Hintergrundwissen vorbereitet, das den Teilnehmenden als informative Lektüre dienen kann. Wir haben uns überlegt, dass die Teilnehmenden zunächst bei sich selbst mit den vermeintlich einfachsten Aufgaben anfangen sollen, um dann ihren Aufmerksamkeitshorizont langsam zu erweitern und zu anspruchsvolleren Aufgaben überzugehen. Im Juni haben wir deshalb Ideen gesammelt, wie wir die Tagebücher am besten aufbauen und unser Coaching-Angebot am gewinnbringendsten konzipieren können. Am 1. August 2021 war dann das erste Tagebuch zum **Thema Lebensmittel und Konsum** fertig (siehe *Anhang A*). Das Tagebuch haben wir tabellarisch aufgebaut und zu den einzelnen Aufgaben weitere Details und Hintergrundinformationen mitgereicht. Das erste Tagebuch haben wir beim Auftakttreffen am 13. August verteilt. Am 7. Oktober war das zweite Tagebuch zum **Thema Wohnen und Energie** fertig (siehe *Anhang B*). Der Aufbau der Tagebücher war relativ ähnlich, weil wir uns so eine bessere Vergleichbarkeit der einzelnen Aufgaben erhofft hatten. Das zweite Tagebuch haben wir dann bei persönlichen Treffen entweder bei den Teilnehmenden oder auf dem Vernetzungstreffen am 13. Oktober verteilt. Am 8. November war das dritte Tagebuch zum **Thema Freizeit und Mobilität** fertig (siehe *Anhang C*). Das dritte und letzte Tagebuch haben wir dann beim Vernetzungstreffen am 13. November, per E-Mail und persönlich an die Teilnehmenden verteilt.

Als zusätzlicher Anreiz haben wir zusammen mit den ersten Tagebüchern auch sogenannte Starterpakete verteilt. Die Starterpakete bestanden aus LED-Lampen, Stoffbeuteln, Becherlupen, Fairtrade-Schokoladentafeln, Bio-Olivenöl, Blumensamen, einem „Entdeckerkalender“ von *Pindactica* und Stoffwachsstifte für Haushalte mit Kindern.

## 2.6. Coaching

Zwei Mitarbeiter\*innen von Yeşil Çember haben sich hauptsächlich um das Coaching der Teilnehmenden gekümmert. Das Coaching sollte vor allem dazu dienen, die Teilnehmenden zu motivieren und an die gestellten Aufgaben zu erinnern. Wie sich bei der Bestandsaufnahme mit den einzelnen Haushalten gezeigt hat, hatten die meisten ganze Menge Vorwissen, sodass sie nicht immer inhaltliche Unterstützung benötigten. Der Haushalt, der einen niedrigen Wert zur Nachhaltigkeit des bisherigen Lebensstils angegeben hat, hat im Verlauf des Coachings auch die meiste inhaltliche Unterstützung gebraucht.

Die Projektmitarbeiter\*innen haben sich wöchentlich per WhatsApp mittels Sprachnachrichten gemeldet, das wurde sehr gut aufgenommen und in Absprache mit den Teilnehmer\*innen so beibehalten. Je nach Bedarf wurde aber auch mit den Teilnehmer\*innen telefoniert. Zusätzlich wurde das zweimal monatlich stattfindende Repair Café als persönlicher Treffpunkt angeboten, um dort mit den Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen und eventuelle Fragen beantworten zu können. Dieses Angebot wurde sehr gut angenommen und hat zu neuen Teilnehmer\*innen beim Klima-Coaching geführt.

### **Der Coachingverlauf wurde mit den folgenden Fragen dokumentiert:**

1. Was ist seit dem kick-off Treffen am 13.08.21 passiert?
2. Wie hat die Kommunikation stattgefunden bzw. wie oft haben wir telefoniert / miteinander gesprochen / uns E-Mails geschrieben / uns persönlich getroffen?
3. Wie haben wir den Haushalt begleitet bzw. wie war der Bedarf fürs Coaching?
4. Wie ist die aktuelle Lebenssituation?
5. Wo steht der Haushalt mit den Tagebüchern?
6. Warum konnten Aufgaben nicht gemacht werden? (Zeitmangel, Kosten oder evtl. die Aufgabe selbst?)
7. Was hat der Haushalt sonst erzählt, wie war das Feedback?
8. Was hat die Menschen motiviert / überzeugt, beim Klima-Coaching mitzumachen?

Zu 4-6: Bei den Rückmeldungen ist insgesamt herausgekommen, dass Zeitmangel und vor allem Alltagsstress (häufig in der Kinderbetreuung) die Gründe waren, warum die Teilnehmenden die Aufgaben nicht erledigt haben. Manche Teilnehmende haben auch rückgemeldet, dass sie wegen einer Coronainfektion nicht viel machen konnten.

Zu 7: Das Feedback der Teilnehmenden war insgesamt sehr positiv. Die Bestandsaufnahme und Tagebücher wurden mehrfach lobend erwähnt. Die Teilnehmenden haben sie als Hilfe in der Selbstwahrnehmung und -reflexion empfunden. Beispielsweise die Filmvorschläge haben die Teilnehmenden inspiriert, sich mit neuen Themenfeldern auseinander zu setzen.

Zu 8: Bei der Akquise haben wir ebenfalls gutes Feedback zur freundlichen und wertschätzenden Ansprache der Klima-Coaches bekommen, deren dreisprachiges Coaching Angebot – Deutsch, Türkisch, Englisch – von den Teilnehmenden auch genutzt wurde. Weitere Aspekte, die zu einer Teilnahme beigetragen haben, waren die Netzwerkmöglichkeiten für die Teilnehmenden, die Starterpakete, das Interesse eine Selbstwirksamkeit zu spüren, neue Kiezakteur\*innen kennenzulernen, die Treffen als Plattform für sozialen Austausch, um dort eigene Erfahrungen teilen zu können und Neues zu lernen.

## 3 Vernetzung

Im Verlauf des Klima-Coachings haben wir insgesamt vier Treffen organisiert. Ein weiteres Treffen steht kurz bevor. Im folgenden Kapitel werden die Treffen näher erläutert.

### 3.1 Kickoff Treffen



Abbildung 2: Fotos vom Auftakttreffen 12. August 2021

Am 13. August hat das Kickoff Treffen stattgefunden, bei dem sowohl Vertreter\*innen des Bezirksamts Neuköllns als auch des Quartiersmanagements anwesend waren. Zum Zeitpunkt des Treffens haben fünf Haushalte am Klima-Coaching teilgenommen, drei davon waren beim Treffen dabei. Wir haben Essen organisiert, einen Input-Vortrag vorbereitet (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**), die ersten Tagebücher und die Starterpakete verteilt. Die Teilnehmenden fanden das Treffen sehr gut und haben sich aktiv eingebracht. Yeşil Çember war mit fünf Mitarbeitenden vor Ort, um das Treffen zu organisieren und die Teilnehmenden kennenzulernen.

## 3.2 Vernetzungstreffen auf dem Markt am Kranoldplatz

Am 30. Oktober 2021 haben wir zu einem Vernetzungstreffen auf den Regionalmarkt am Kranoldplatz eingeladen. Trotz der sehr kalten Temperaturen sind vier von zehn Haushalten dieser Einladung gefolgt, um sich auf dem Markt mit den Coaches auszutauschen, die anderen Teilnehmenden kennenzulernen und sich die Tagebücher zum zweiten Themenblock abzuholen. Die Einladung war sehr erfolgreich, sodass wir probiert haben, Erkenntnisse aus dem Treffen für zukünftige Zusammenkünfte mitzunehmen.

Die Einladung haben wir per WhatsApp-Nachrichten verschickt. Viele kannten den Markt gar nicht, obwohl es von ihrem Wohnort nicht weit ist und waren daher neugierig. Weitere Faktoren waren das kostenlose Essensangebot, das gute Wetter und das Lagerfeuer, um sich an dem kalten Samstag gemeinsam aufzuwärmen. Der Markt als sozialer und lebendiger Treffpunkt ist insgesamt sehr gut angekommen.

## 3.3 Vernetzungstreffen im KiJuZ an der Lessinghöhe

Am 13. November haben wir ein weiteres Vernetzungstreffen im Kinder- und Jugendzentrum Lessinghöhe organisiert. Dieses Treffen diente vor allem dazu, dass sich die Teilnehmenden untereinander kennenlernen und bisherige Erfahrungen miteinander teilen können. Des Weiteren wurden den drei anwesenden Haushalten die dritten Tagebücher zum Themenbereich Mobilität und Freizeit ausgeteilt. Yeşil Çember hat eine Kräuterführung angeboten, Zutaten besorgt, um zusammen Kräuterbutter und Tee zu machen. Außerdem gab es ein Feuer, über dem wir Brot und Äpfel angebraten haben. Das gute Wetter und die angenehme Atmosphäre sind bei den Teilnehmenden und ihren Kindern sehr gut angekommen.

Bei der Zubereitung der Lebensmittel und deren Beschaffung haben wir thematisiert wie selbst die Durchführung und Planung dieses Vernetzungstreffens dazu beitragen kann **ressourcenschonender zu leben**.

Das Vernetzungstreffen sollte ebenfalls dazu dienen Feedback von den Haushalten einzuholen und bereits über mögliche Ideen für die Zukunft zu sprechen.

Wir haben eine Kartenabfrage-Methode benutzt, die wir auf einem mitgebrachten Flipchart-Ständer ausgewertet haben.

Wir haben die Teilnehmenden befragt, welche Erfahrungen sie bisher mit den Aufgaben des Klima Coachings gemacht haben und haben sie eingeladen, diese Erfahrungen mit der Gruppe zu teilen. Ein Teilnehmer hat uns mitgeteilt, dass es für ihn sehr schwierig war langsam zu essen und der Einkauf von Bio- und Fairtrade Artikeln ihm zu teuer war. Ihm ist durch die Aufgaben bewusst geworden, wie schwierig es ist Gewohnheiten zu durchbrechen. Eine andere Teilnehmerin hat berichtet, dass es schwierig für sie war verpackungsfrei einzukaufen und dass die Bioprodukte immer teurer waren.

Alle anwesenden Haushalte hatten bereits mit Freund\*innen über das Klima Coaching gesprochen.

Das gemeinsame Kräutersammeln hat die Haushalte inspiriert sich auch über das Coaching hinaus über Nutzpflanzen und Kräuter informieren zu wollen. Ein Haushalt hat sich

vorgenommen auch über den Projektzeitraum hinaus nachhaltiger zu kochen, Kräuter zu trocknen, Lebensmittel einzuwecken und zu fermentieren.

Die Haushalte würden sich über Informationen freuen, wie sie in Zukunft als Multiplikator\*innen in ihrem Freund\*innenkreis aktiv werden können.



Abbildung 3: Fotos vom Vernetzungstreffen am 13.11.2021

### 3.4 Onlinetreffen

Am 10.02.2022 haben wir ein Onlinetreffen für die Teilnehmenden organisiert. Dafür haben wir eine Präsentation vorbereitet (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**) und uns ein Programm überlegt, um mit den Teilnehmenden das abgeschlossene Klima-Coaching reflektieren zu können. Trotz mehrfachen Erinnerungen, sind leider nur zwei Haushalte zum Treffen erschienen. Obwohl wir gehofft hatten, mehr Teilnehmenden zu erreichen, hat die kleine Runde genug Zeit gegeben, um von beiden anwesenden Haushalten noch detailliertere Rückmeldungen zu bekommen, die wir in die Handlungsempfehlungen haben einfließen lassen.

## 4 Auswertung

In diesem Kapitel wollen wir auf die Erkenntnisse eingehen, die wir aus dem Klima-Coaching für zukünftige Projekte mitnehmen. Zu diesen Erkenntnissen zählen sowohl die Erfolge, die wir erzielen konnten, als auch die Herausforderungen, auf die wir gestoßen sind. Im Anschluss wollen wir festhalten, wie wir mit diesen Herausforderungen umgegangen sind.

### 4.1 Erfolge

Zum Erfolg des Projektes haben verschiedene Aspekte beigetragen, die hier dargestellt werden.

#### 4.1.1 Projektteam

Wir sind mit einem Dreierteam in das Projekt gestartet, um unsere Kompetenzen und Wissen einzusetzen. Yasemin Kiracti-Küçük kannte bereits viele Akteur\*innen im Kiez, weil sie ein vom QM Rollberg gefördertes Projekt koordinierte. Ceren Hic Toletti wohnt in Neukölln und bringt viel Erfahrung im Bereich der Erwachsenenbildung in und mit der Natur mit. Gülcan Nitsch hatte mit ihrer jahrelangen Erfahrung im Umweltbildungsbereich das Projekt konzipiert und wichtige Strukturen geschaffen, mit denen wir sehr gut arbeiten konnten. Zum Ende des Projektzeitraums ist Simon Rimkus und Güldeniz Şensoy zum Team dazugestoßen, haben bei der Planung der Vernetzungstreffen geholfen und die Dokumentation unterstützt.

#### 4.1.2 Das Projekt als Reallabor

„Ein Reallabor bezeichnet einen gesellschaftlichen Kontext, in dem Forscher Interventionen im Sinne von »Realexperimenten« durchführen, um über soziale Dynamiken und Prozesse zu lernen. Die Idee des Reallabors überträgt den naturwissenschaftlichen Labor-Begriff in die Analyse gesellschaftlicher und politischer Prozesse [...]“<sup>4</sup>

**Fokussierung:** Für dieses Projekt war uns der Lernaspekt am wichtigsten, wir sollten laut des Förderers bereit sein, auch zu „scheitern“ und haben daher das Motto *„Der Weg ist das Ziel“* zu unserem Leitprinzip gemacht. Für uns war es stets wichtig, alle Ereignisse ungefiltert und unverpackt zu dokumentieren, um daraus das Maximale zu lernen. Wir haben so viel wie möglich Feedback gesammelt und haben immer sehr motivierend kommuniziert, um die Teilnehmenden zum Experimentieren zu bewegen und am Ball zu halten. Der Weg, festgefahrene Strukturen „umzulernen“ kann ein langwieriger und mühsamer Prozess sein. Mit diesem Projekt wollten wir einen Rahmen schaffen, um diesen Prozess anzustoßen und den notwendigen Spielraum dafür zuzulassen.

---

<sup>4</sup> [Klimaschutz als Weltbürgerbewegung](#), Sondergutachten des Wissenschaftlichen Beirats der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU), S. 93, 2014

### 4.1.3 Kommunikationsstrategie

“Coaching ist ein Sammelbegriff für unterschiedliche Beratungsmethoden, die drei Grundtypen sind Einzel-, Team- und Projektcoaching. Ebenso wie in der psychosozialen Beratung wird dabei die Entwicklung eigener Lösungen begleitet und gefördert.”<sup>5</sup> Zwischen dem Coach und Coachee (Klient\*in) finden strukturierte Gespräche statt, im Fall des Klimacoachings, zu Fragen des Alltags (Lebensmittel, Konsum, Heizung und Strom, Freizeit, Mobilität, Gemeinschaftsbildung). “Die Ziele dieser Gespräche reichen von der Einschätzung und Entwicklung persönlicher Kompetenzen und Perspektiven über Anregungen zur Selbstreflexion [...]“ (ebd.) bis hin zur Beratung bezüglich Gewohnheitsänderungen und dem Wechsel des Stromanbieters. Dabei betreut die\*der Coach\*in als neutrale\*r, kritische\*r Gesprächspartner\*in den Weg und steht mit verschiedenen Ideen und Methoden zur Verfügung.

**Die Kernbereiche für uns als Klimacoaches waren folgende:**

- **Ökologie**  
Wie können wir den persönlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoß so gering wie möglich halten und dafür neue Information über Lebensmittel, Energie und die Umwelt vermitteln.
- **Communitybuilding**  
Wie können wir ein kollektives Engagement und Nachbarschaftsgefühl schaffen, damit die Einwohner\*innen von sich aus in Kontakt miteinander bleiben, sich gegenseitig helfen und von sich aus Änderungen anstoßen, die sie in ihrem Kiez sehen möchten?
- **Ökonomie und Gesundheit**  
Wie können wir mit Gewohnheitsänderungen Geld und Zeit gewinnen und zusätzlich auch die Gesundheit fördern?
- **Verbindung**  
Wie können wir die Begeisterung für die Umwelt wecken und damit das Bewusstsein, dass wir ein Teil der Natur sind und alles mit allem verbunden ist?

### 4.1.4 Akquise

**Das Netzwerk von Yeşil Çember:** Das Quartiersmanagement, der Kiezanker e.V., MaDonna e.V. und das Arabisches Kulturinstitut e.V. haben das Projekt unterstützt und uns bei der Akquise geholfen. Das QM Rollberg hat das Projekt auf seiner Webseite und über seinen Newsletter beworben. Vor dem den Räumlichkeiten des Kiezankers und MaDonnas konnten wir am 09. Juni 13. Juli 2021 einen Info-Stand aufbauen und dadurch mit Menschen im Kiez ins Gespräch kommen. Im Kinder-Jugend-Zentrum an der Lessingshöhe hatten wir Platz für unsere Treffen und konnten dort Flyer verteilen. Über das Arabische Kulturinstitut e.V. haben wir versucht

---

<sup>5</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Coaching> 28. Dezember 2021

Kontakt zu arabischen Familien im Kiez herzustellen, jedoch haben wir auch auf diesem Weg leider keinen Haushalt für das Klima Coaching gewinnen können.

Zwei Haushalte wollten sich im Kiez für einen Gemeinschaftsgarten- und Kinderprojekte engagieren. Diese Haushalte konnten ebenfalls von unseren Netzwerkkontakten profitieren und wir hoffen auf neue zukünftige Projekte, die daraus entstehen können.

**Communitybuilding:** Wir haben stets über die Gemeinschaft gesprochen. Was können wir zusammen verbessern und wie gehen wir das an? Dazu haben wir am Anfang sehr häufig gefragt: Was braucht ihr? Was würdet Ihr euch für den Rollbergkiez wünschen? Was kann verbessert werden? Die Rückmeldungen haben wir dann in die Planung von Treffen und Aktionen einfließen lassen.

Eine weitere Botschaft war: Wir möchten kollektives Engagement fördern. Dazu wollten wir wissen: Was braucht ihr, um euch mit euch, mit der Natur und mit der Gemeinschaft verbundener zu fühlen? Wir haben die Familien bei den Treffen zusammengebracht und die Aktivitäten/Spiele so strukturiert, dass sie sich untereinander austauschen konnten. Es war uns wichtig alle Haushalte miteinander bekannt zu machen und darüber auszutauschen, warum die Familien am Klima-Coaching teilnehmen.

Wir haben uns auf niedrigschwellige und das Individuum betreffende Interventionen konzentriert.

#### 4.1.5 Das Tagebuchformat

Für die Wissensvermittlung haben wir uns für das Tagebuchformat entschieden. Die Gründe dafür waren:

- Tagebücher ermöglichen eine einfache Darstellung der komplexen Verbindungen zwischen den gewählten Themen und den dazugehörigen Aktionsmaßnahmen
- In diesem Format hatten wir Platz für kurze Hintergrundtexte und persönliche Eindrücke der Teilnehmenden und deren Aufzeichnungen.
- Die Tagebücher waren auch ein Format, das jeden Tag neue, niedrigschwellige Aktivitäten liefern konnte.

Die Themen der Experimentierphasen, also Konsum, Energie und Freizeit, sind Alltagsthemen. Da jeder Haushalt sich mit dem Einkauf von Lebensmitteln beschäftigen muss, gesünder sein möchte und viele Einkaufsoptionen in der Nähe des Kiezes finden kann, haben wir mit diesem Thema, also Ernährung und Konsum angefangen. Wir sind alle Konsument\*innen gleichzeitig und Konsum ist ein unverzichtbarer Teil des gesellschaftlichen und ökonomischen Systems. Die Aufgaben, die wir uns in diesem Themengebiet ausgedacht haben, waren dementsprechend Aktionen wie reparieren statt neukaufen, unverpackt und verpackungsfrei oder in Second Hand Läden einkaufen. Ebenso Wochenmärkte besuchen, langsamer essen und sich im mitgelieferten Saisonkalender über das Thema Saisonalität informieren. In den Tagebüchern haben wir Links für weitere Informationen bereitgestellt. Die Teilnehmenden haben Information und Hilfe beim Reparieren bekommen, sich bei „Müllfreier-Kiez“-Aktionen engagiert, vegan gekocht und den eigenen Kleiderschrank ausgemistet.

Im Themenfeld Wohnen und Energie haben wir finanzielle Einsparmöglichkeiten bei Betriebs- und Stromkosten thematisiert. Täglich haben wir kleine Aufgaben vorbereitet, wie z.B. mit Deckel kochen oder das Gefrierfach abtauen, um dadurch die laufenden Kosten der Haushalte zu minimieren.

Im Themenmonat Mobilität und Freizeit haben wir den Inhalt so konzipiert, dass gesundheitsschädliche Faktor wie Stress, erkannt und reduziert werden. Die Einwohner\*innen Berlins haben das große Glück viele Grünflächen innerhalb der Stadt zu haben – auch in der Nähe des Rollbergkiezes. Wir haben den Haushalten Informationen zukommen lassen, welche Outdoor-Bewegungsmöglichkeiten sie in ihrer Nähe besuchen können und ihnen die Broschüre “Brandenburgs wunderbare Natur” von Yeşil Çember mitgegeben, um darin Inspirationen für einen Ausflug zu finden.

Wir wollten die Teilnehmenden dazu befähigen, ihre eigene Selbstwirksamkeit zu erfahren. Dazu haben wir die anfängliche Bestandsaufnahme genutzt, um sehr individuell auf die Bedürfnisse der jeweiligen Haushalte eingehen zu können. Für dieses individuell Coaching haben wir von allen Haushalten zum Ende eines Themenblocks Feedback eingeholt – also welche Aufgaben ihnen schwer und welche leicht fielen.

Außerdem war uns das Thema physische und geistige Gesundheit wichtig. Nur, wenn es dem Menschen selbst gut geht, kann er sich um die Gesundheit seiner Familie, Community und der Umwelt kümmern.

#### **4.1.6 Flexible und niederschwellige Aufgaben**

Unser Tagebuchformat hat die Teilnehmenden motiviert, aktiv zu werden. Die Bearbeitung der Tagebücher war den Teilnehmenden überlassen. Sie konnten sich überlegen, welche Aufgaben sie probieren wollen und auch an welchen Tagen. Wir haben ihnen möglichst viel Zeit gegeben, um neben dem stressigen (Corona-)Alltag keinen zusätzlichen Druck auf sie auszuüben.

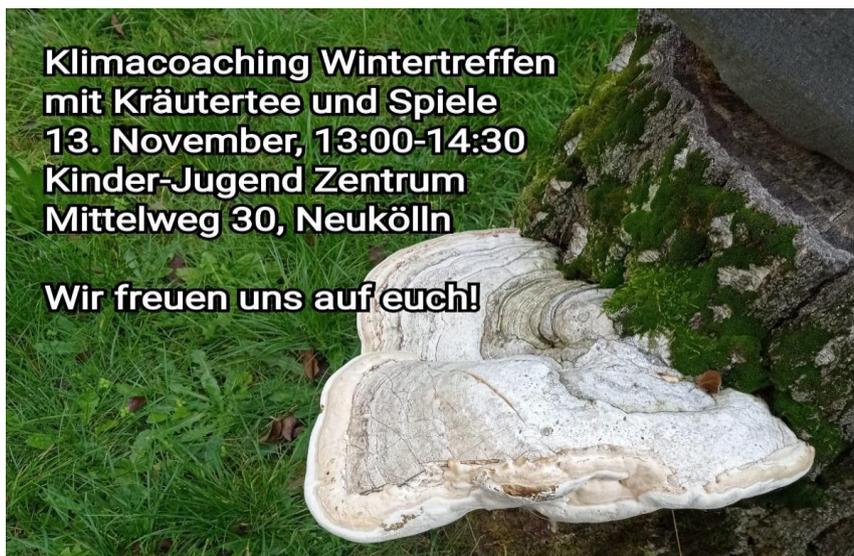
Die Maßnahmen haben wir in drei Kriterien eingeteilt (mehr dazu im Abschnitt 3.1): Zeit, Geld und Motivation und auf Skalen von 0 bzw. 1 bis 3 bewertet. Es war uns wichtig, die Aufgaben möglichst niedrigschwellig zu gestalten, also Aufgaben mit möglichst niedrigen Werten für die Skalen zu entwickeln. Über zwei Drittel der Aufgaben in den Tagebüchern kosten nichts, gut die Hälfte der Aufgaben erfordert einen sehr geringen Zeitaufwand und lediglich drei Aufgaben erfordern eine hohe Motivation.

#### **4.1.7 Vernetzungstreffen**

Uns war es wichtig, dass die Menschen auch gezielt zusammenkommen und sich in einem angenehmen Rahmen (u.a. mit Verpflegung) über die Aufgaben und Erkenntnisse austauschen. Nach jedem Themenbereich haben wir ein Treffen organisiert, um dabei Feedback zu sammeln.

Das Kinder- und Jugendzentrum an der Lessinghöhe (KiJuZ) hat sich für diese Treffen sehr gut geeignet. Im KiJuZ gibt es eine Küche und Toiletten und einen sehr großen Außenbereich, der vor allem den Kindern in Coronazeiten genug Platz und auch verschiedene Spielmöglichkeiten, wie Schaukeln und Rutschen bietet. Die Treffen haben wir so geplant, dass sie im Sommer nachmittags draußen stattfinden. Im Herbst und Winter haben wir sie mittags an Wochenenden organisiert. Im Garten haben wir ein Feuer gemacht, um warm zu bleiben und ein Büffet vorbereitet.

Auf dem Markt “Die Dicke Linda” auf dem Kranoldplatz haben wir ein Treffen organisiert, zu dem viele Haushalte gekommen sind. Wir hatten dort ebenfalls ein Lagerfeuer, einen Yeşil Çember Stand, einen Tisch mit Verpflegung und warmen Tee. Über einen Zeitraum von vier Stunden verteilt konnten wir uns mit vier Familien unterhalten. Durch die Kombination mit einem anderen Event (Teil des Projekts „Schön Wie Wir“) waren viele Mitarbeiter\*innen von Yeşil Çember auf dem Markt. Die Haushalte konnten in dem Rahmen auch die anderen Mitglieder unseres Teams kennenlernen, mehr Informationen zu den anderen Projekten erhalten, sich untereinander austauschen und auf dem Markt einkaufen. Für uns war diese Veranstaltung ein großer Erfolg, da wir das Coaching mit einer der Aufgaben aus dem Tagebuch “Lebensmittel und Konsum” verbinden konnten. Eine der Aufgaben war der Besuch des Markts.



*Abbildung 4: Beispiel-Einladung*

Diese Art von Treffen haben wir uns auch im November, im KiJuZ gewünscht. Es war deutlich kälter und es gab auch keine Einkaufsmöglichkeiten vor Ort, aber dennoch haben sich einige Haushalte die Zeit genommen, vorbeizukommen. Wir haben zusammen um ein Lagerfeuer herum gepicknickt. Die Teilnehmenden wurden durch den Garten geführt und dabei essbare Pflanzen vorgestellt. Dieser kleine Kräuterspaziergang hat den Teilnehmenden sehr gefallen. Einige haben sich weitere Kräuterführungen gewünscht. Als Verpflegung haben wir frisch-gemachte Kräuterbutter, Kräutertee und Apfel vom Grillrost angeboten, was sowohl für die Kinder als auch für die Erwachsene gefreut hat.

## 4.2 Hürden, Lösungsansätze und Verbesserungspotenziale

In diesem Kapitel haben wir die Herausforderungen, auf die wir gestoßen sind, der Übersicht halber, in den Tabellen 2 - 7 mit den dazugehörigen Lösungsansätzen und Verbesserungspotentialen aufgelistet

Nr.	Herausforderung	Lösungsansatz	Verbesserungspotenziale
1	Die Kiezakteur*innen sind sehr <b>beschäftigt</b>	Wir haben probiert möglichst viel unabhängig von den Kiezakteur*innen zu planen und zu organisieren. Die Kiezakteur*innen haben wir lediglich für Räumlichkeiten, Tische und Bänke angefragt. An schönen Tagen haben wir einen Info-Stand im Kiez aufgebaut, um darüber mit den Menschen im Kiez Kontakt aufzunehmen. Um mit den Kiezakteur*innen ins Gespräch zu kommen, sind wir zu deren Veranstaltungen gefahren und haben dort das Klima-Coaching Projekt vorgestellt. Dabei haben wir uns mit Becherlupen und Bastelmaterial für die Kinder um deren Betreuung gekümmert, sodass die Eltern Zeit hatten sich über das Projekt zu informieren.	Für die Teilnehmenden-Akquise sollte noch <b>mehr Zeit</b> eingeplant werden und die Ferienzeit berücksichtigt werden.
2	Die Ansprach über den <b>Flyer</b> war wenig erfolgreich	Wir haben versucht, die Menschen im Kiez zusätzlich noch persönlich auf Veranstaltungen und eigenen Aktionen anzusprechen und sie über das Klima-Coaching Projekt zu informieren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Von Anfang an können <b>mehr Medien</b> miteinbezogen werden z. B. die Zeitschrift "Kiez und Kneipe" oder die "Berliner Woche" wären möglich.</li> <li>- Es könnte noch mehr Werbung in den Supermärkten und auf den Märkten in der Nähe des Kiezes gemacht werden. Für die verschiedenen Zielgruppen können unterschiedliche Formate konzipiert werden.</li> <li>- Im Bereich der sozialen Medien kann noch mehr Werbung gemacht werden, um verschiedene Haushalte zu erreichen.</li> </ul>

Tabelle 2: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (1-2)

Nr.	Herausforderung	Lösungsansatz	Verbesserungspotentiale
3	<p>Auf Grund der <b>coronabedingten</b> Beschränkungen, haben viele Menschen andere Pläne für den Sommer gehabt und wollten nicht am Klima-Coaching Projekt teilnehmen. Wir hatten Schwierigkeiten Teilnehmer zu finden.</p>	<p>Wir haben gemerkt, dass der Sommer den Menschen sehr wichtig ist. Um dennoch einen guten Projektstart zu gewährleisten, haben wir die erste Phase des Projekts auf nach den Sommerferien verschoben und uns bis dahin auf die Entwicklung der Tagebücher und der Coaching Inhalte fokussiert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Den Projektanfang in den Januar/Februar zu legen, dort die Planung und Vorbereitung durchzuführen, sodass die Teilnehmenden-Suche im Frühling stattfindet. Ebenfalls kann ein <b>Gutschein</b> im Starterpaket ein gutes Mittel sein Teilnehmende zu überzeugen.</li> <li>- Die Zeit, in der die einzelnen Themenbereiche bearbeitet werden, sollte besser <b>an die Jahreszeiten angepasst</b> werden: Der Themenbereich Freizeit und Mobilität sollte im Frühling bearbeitet werden. In der Zeit könnten die Teilnehmenden auch Pflanzen aussäen und im Sommer gucken, wie die Pflanzen wachsen. Im Sommer kann der Themenbereich Konsum und Lebensmittel bearbeitet werden. Die Teilnehmenden können Märkte besuchen, und sich über die Saisonalität der Lebensmittel informieren. Im Herbst bis Winter macht es Sinn den Themenbereich Energie und Wohnen zu bearbeiten, da ein veränderter Umgang mit den Ressourcen dann größere Auswirkungen auf die Heiz- und Wasserkosten hat.</li> </ul>
4	<p>Einige Teilnehmende wussten anfangs nicht ganz genau, welchen <b>Mehrwert</b> das Klima-Coaching-Projekt für sie haben würde</p>	<p>Wir haben bewusster auch den Mehrwert des Klima-Coachings an die Teilnehmenden kommuniziert. Insgesamt haben wir darauf hingewiesen, dass ein nachhaltigeres Leben Zeit, Energie und auch finanzielle Vorteile bietet. Auch der Wert des Starterpakets hat die Menschen motiviert, aktiv am Projekt teilzunehmen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Der Mehrwert des Klimacoachings sollte klar <b>mit all seinen Facetten</b> an die Teilnehmenden viel detaillierter kommuniziert werden. Zu diesen Facetten gehört unter anderem finanzielle Ersparnisse, gesünderes Leben, Genuss, Gemeinschaft, Autonomie und Erholung.</li> <li>- Gegebenenfalls ist es auch interessant den Teilnehmenden <b>berufliche Zukunftsoptionen</b> im Bereich der Nachhaltigkeit aufzuzeigen.</li> </ul>

Tabelle 3: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (3-4)

Nr.	Herausforderung	Lösungsansatz	Verbesserungspotentiale
5	Vor allem <b>junge Frauen</b> hatten Interesse am Projekt, allerdings haben sie sich am Ende trotzdem nicht angemeldet.	Es war uns bewusst, dass es vom Interesse hin zum Handeln ein langer Weg ist. Wir sind deshalb mehrfach vor Ort gewesen, um die Menschen besser kennen zu lernen und sie über eine stärkere Verbindung von der Teilnahme zu überzeugen.	<p>- Es ist wichtig den Kiez bereits vor dem Projektstart gut zu kennen. Am besten das Projekt so konzipieren, dass ganz zielgruppenspezifisch geplant wird. Welchen Alltag und welche Probleme beschäftigen die jeweilige Zielgruppe?</p> <p>- <b>Kinderbetreuung</b> ist für manche Zielgruppen existenziell für eine Projektteilnahme. Dieses Angebot muss klar kommuniziert werden, um junge Familien anzusprechen. Partizipativ können die zielgruppenspezifischsten Konzepte entwickelt werden: Was wünschen sich die Menschen vom Projekt?</p>
6	Die angekündigten <b>Besuche der Haushalte</b> konnten pandemiebedingt nicht stattfinden.	Anstelle der "Hausbesuche" haben wir mit den Teilnehmenden Treffen im Freien oder ein Video-call organisiert, um die Bestandsaufnahme durchzuführen. Während dieser Termine haben sich die Teilnehmenden mit ihrem eigenen Lebensstil auseinandergesetzt und konnten bereits überlegen, in welchen Bereichen bei ihnen Verbesserungspotenzial liegt.	<p>- Für die Reflexion des eigenen Handelns sollte <b>mehr Zeit</b> eingeplant werden.</p> <p>- Nach Möglichkeit sollte die Bestandsaufnahme <b>vor Ort</b> stattfinden.</p>
7	Viele Menschen haben das Klima-Coaching mit der <b>Müllproblematik</b> im öffentlichen Raum assoziiert und wollten ein Projekt, das sich ausschließlich mit dieser Problematik beschäftigt. Für eine breitere Ausrichtung waren die meisten Menschen nicht zu begeistern.	Wir haben die Müllproblematik in das Klima-coaching mit aufgenommen. Wir haben verstärkt für die von uns bereits geplanten Kiezputzaktionen beworben und angeboten, das gesammelte Feedback auf an das Quartiersmanagement und das Bezirksamt weiterzugeben. Durch die Aufnahme der Müllproblematik konnten wir 2 weitere Haushalte gewinnen, deren Kinder auf den Spielplätzen im Rollbergkiez spielen.	Vor der Entwicklung der Tagebücher das offene Gespräch mit den Bewohner*innen im Kiez suchen und sie nach ihren Vorstellungen und Bedürfnissen zu befragen, kann bei der Gestaltung des Coachings sehr hilfreich sein.

Tabelle 4: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (5-7)

Nr.	Herausforderung	Lösungsansatz	Verbesserungspotentiale
8	Manche Teilnehmende hatten <b>Zweifel</b> , dass sie nicht genug, oder etwas falsch machen.	Wir haben stets betont, dass das Klima-Coaching dazu da ist, sich ungezwungen auszuprobieren, nicht alle Aspekte erledigen zu müssen, dass jede Rückmeldung für uns eine Erkenntnis ist.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Klare, persönliche</b> Zielsetzungen kommunizieren.</li> <li>- Anreize bzw. Belohnungen <b>periodisch</b> planen.</li> </ul>
9	Bei der Akquise und beim Mitmachen waren der Zeitmangel unter den potentiellen Teilnehmenden, das hektische Leben und die Beschränkungen durch <b>Corona-Maßnahmen Herausforderungen</b> , die den Prozess deutlich verlangsamt hatten.	Wir haben deutlich kommuniziert, dass das Projekt für die Haushalte keinen extra Stress verursachen werde. Wir haben betont, dass die Teilnehmenden mit den Maßnahmen sogar Zeit und Geld sparen können. Die Tagebücher haben wir entsprechend erstellt, dass wenige Aktionen viel Zeit in Anspruch nehmen. Wir haben den Teilnehmenden mehr Zeit gegeben als ursprünglich geplant.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Für eine größere Aussagekraft der Tagebücher, hätte die Clusterung der Tagesaufgaben stärker in die Gestaltung einfließen sollen, also eine <b>ausgeglichene Anzahl der einzelnen Kategorien</b> (Zeit, Kosten und Motivation).</li> <li>- Die <b>Kategorien</b> hätten eventuell auch an die Teilnehmenden <b>kommuniziert werden können</b>, was aber vermutlich zu einem anderen Ergebnis geführt hätte.</li> <li>- Die Maßnahmen hätten in Pandemiezeiten <b>spielerischer und lockerer</b> formuliert werden können.</li> <li>- Ökologische, soziale und ökonomische Aspekte sollten abgedeckt sein und die Zusammenhänge deutlicher dargestellt werden.</li> </ul>
10	<b>Alleinerziehende Eltern</b> hatten Schwierigkeiten mitzumachen.	Wir haben die Treffen in der Nähe oder auf Spielplätzen organisiert und haben uns um Aktivitäten für die Kinder bemüht.	Wir könnten uns noch besser über die <b>Möglichkeiten von sozialer Unterstützung</b> im Kiez informieren, mehr Aktivitäten überlegen, die Eltern mit Kindern probieren können.
11	Eine Teilnehmerin war sehr <b>wenig mobil</b> .	Für die Treffen haben wir stets Orte ausgewählt, die für die Teilnehmerin gut erreichbar sind. Ebenfalls haben wir angeboten sie abzuholen, um gemeinsam z.B. ins Kinder-Jugend-Zentrum Lessinghöhe zu gehen.	Bei den Veranstaltungen und auch den Aktivitäten auf die <b>Barrierefreiheit</b> achten.

Tabelle 5: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (8-11)

Nr.	Herausforderung	Lösungsansatz	Verbesserungspotentiale
12	Die gemeinsame <b>Sprache</b> während der Treffen war Deutsch, was für manche Teilnehmende ein Hinderungsgrund war aktiv am Klima Coaching teilzunehmen.	Das Team hat die Person auf Türkisch unterstützt und hat bei Fragen weiterhelfen können.	Es wäre gut <b>mehrsprachige Materialien</b> vorzubereiten.
13	Es hat leider nicht funktioniert <b>alle Teilnehmenden</b> miteinander <b>zu vernetzen</b> , sodass sich die Teilnehmenden auch untereinander kennenlernen konnten.	Wir haben insgesamt fünf Treffen organisiert, allerdings war es unmöglich alle Teilnehmenden zusammen zu bekommen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es sollten auch <b>Interaktion unter den Teilnehmer*innen</b> möglich gemacht werden, sodass sie sich unabhängig von uns austauschen können. Je nach Gruppe können verschiedene Medien/Kanäle genutzt werden, jedoch müssten dafür Datenschutzfragen beachtet werden.</li> <li>- Um die Attraktivität der Treffen zu steigern und so mehr Teilnehmende zu erreichen, könnte <b>mehr Handwerkliches</b>, oder gemeinsames Kochen interessant sein.</li> <li>- Es ist wichtig, sich um die <b>Kinderbetreuung</b> zu kümmern.</li> <li>- Die Teilnehmenden haben sich einen Kiezspaziergang mit einer Kräuterführung gewünscht. Eventuell könnten auch <b>Vernetzungsaufgaben in die Tagebücher integriert</b> werden, um so auch den sozialen Aspekt stärker in den Vordergrund zu stellen.</li> <li>- Es wäre schön, die <b>Talente und das Wissen der Teilnehmenden</b> besser zu nutzen. Eine Teilnehmende ist Lesepatin. Die Person könnte bei der Planung berücksichtigt werden.</li> <li>- Außerdem könnten die, die es wollen, für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig sein und die Projektveranstaltungen über ihr soziales Netzwerk teilen.</li> </ul>

Tabelle 6: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (12-13)

Nr.	Herausforderung	Lösungsansatz	Verbesserungspotentiale
14	Die Teilnahme und Durchführung des Klima-Coaching Projekts hat <b>Ressourcen</b> wie Papier für die Tagebücher und die Planung hat Energie für viele Stunden vor dem Bildschirm gebraucht.	Um Ressourcen zu schonen, wurden die Tagebücher beidseitig auf recyceltem Papier gedruckt. Wir haben die Texte möglichst prägnant formuliert und mehr Platz für die Teilnehmenden und ihre Notizen gelassen. Während der Veranstaltungen haben wir den Essensbedarf möglichst genau kalkuliert und die Reste verteilt, um keine Lebensmittel zu verschwenden. Es wurde ausschließlich Mehrweggeschirr verwendet.	Die Tagebücher und alle Aktivitäten sollten so weit wie möglich <b>umweltverträglich</b> gestaltet werden: Kein Müll, nur digital, dafür viel frische Luft und biologische Lebensmittel.
15	Das Interesse an den <b>Vernetzungstreffen</b> war trotz mehrfacher Werbung sehr gering	<p>Wir haben mehrfach angerufen und Nachrichten mit Einladungen zu den Vernetzungstreffen verschickt, allerdings sind trotzdem nur zwei bis drei Haushalte zu den online und offline stattfindenden Treffen erschienen. Einen dieser Haushalte haben wir vorher nur sehr schwer erreicht und deshalb hatten wir dann beim Vernetzungstreffen die Möglichkeit uns auch mit dieser Person über ihre Eindrücke auszutauschen und für eine engagierte und aktive Teilnahme am Klima Coaching zu begeistern. Das Format war damit trotz der geringen Teilnehmerzahl ein großer Erfolg für uns.</p> <p>Es ist wichtig, Erfolg sehr flexibel zu verstehen. Eventuell ist der eine erreichte Haushalt und dessen Auseinandersetzung mit einem Tagebuch eine viel größere Errungenschaft als die aktive Teilnahme und die Bearbeitung aller Tagebücher eines bereits nachhaltig orientierten Haushalts.</p> <p>Wir haben durchgängig verschiedene Herangehensweisen ausprobiert und immer einen <b>Plan B</b> in der Hinterhand gehabt.</p>	<p>Die Haushalten können untereinander Tandems bilden, um einen stärkeren Austausch zu anderen Haushalten zu ermöglichen.</p> <p>Nach den Coronabeschränkungen könnten auch verschiedene Haushalte die Gastgeber*innen-Rolle übernehmen und sich gegenseitig einladen.</p>

Tabelle 7: Herausforderungen, Lösungsansätze und Verbesserungspotential (14-15)

## 4.2.1 Datenanalyse

Zur Auswertung des Projektes Klima-Coaching haben wir die Rückmeldungen der einzelnen Haushalte genutzt. Um die Daten genauer auswerten zu können, haben wir die Aufgaben drei Kategorien eingeteilt: Zeit, Kosten und Motivation (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Alle Aufgaben wurden in jeder Kategorie auf einer Skala von eins bis drei eingeordnet. Bei der Zeit geht die Skala von 0 (keine zusätzliche Zeit benötigt) bis 3 (viel zusätzliche Zeit – also mehr als eine Stunde – erforderlich). Bei den Kosten geht die Skala von 0 (keine Extrakosten) bis 3 (hohe Extrakosten – also über 15€). Bei der Motivation geht die Skala von 0 (ohne Probleme umsetzbar) bis 3 (hohe Motivation nötig – was zum Beispiel einer größeren Gewohnheitsänderung entspricht).

Legende:				
Skala	Thema	Zeit	Kosten	Motivation
0	-	keine zusätzliche Zeit benötigt	keine Extrakosten	ohne Probleme umsetzbar
1	Ernährung und Konsum	wenig zusätzliche Zeit benötigt (+5 Minuten)	geringe Extrakosten (<5 €)	geringe Motivation nötig (z.B. kurze Recherche nötig)
2	Wohnen und Energie	eventuell ein Extraweg benötigt (+1 Stunde)	mittlere Extrakosten (5-15€)	mittlere Motivation nötig (z.B. leichte Umstrukturierung)
3	Mobilität und Freizeit	Viel Zeit für erforderlich (mehr als eine Stunde)	hohe Extrakosten (>15€)	hohe Motivation nötig (z.B. größere Gewohnheitsänderung)

Tabelle 8: Legende für die Auswertung

Insgesamt wurden die Tagebücher **zu 52,1 % erledigt**. Mit diesem Vergleichswert konnten wir dann schauen, zu welchen Anteilen die bereits vorgestellten Cluster (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**) von den Haushalten erfolgreich erledigt wurden.

## 4.2.2 Zeit

Die Aufgaben, die keine zusätzliche Zeit erfordern (Zeit = 0), wurden zu 48 % erledigt (insgesamt gab es 5 Aufgaben zu diesem Cluster). 53,3 % der 27 Aufgaben, die wenig zusätzliche Zeit (Zeit = 1) erfordern, wurden erledigt. Zum Cluster Zeit = 2, also Aufgaben, die mittlere Zusatzzeit erfordern, gab es ebenfalls 27 Aufgaben, die zu 46,3 % erledigt wurden. Aufgaben, die viel zusätzliche Zeit (Zeit = 3), also über eine Stunde benötigen, waren in den Tagebüchern unterrepräsentiert. Zu diesem Cluster gab es lediglich vier Aufgaben, die allerdings zu überdurchschnittlichen 57,5 % erledigt wurden. Diese interessante Verteilung ist allerdings mit Vorsicht zu betrachten, da die Hälfte der vier Aufgaben aus dem Themenbereich 1 zu Ernährung und Konsum kommt. Zu diesem Themengebiet haben wir die meisten Rückmeldungen (9) bekommen.

Die Verteilung der geringen und mittleren Zusatzzeit sind mit jeweils 27 Aufgaben gut abgebildet (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Hier ist festzustellen, dass das erfolgreiche Abschließen der Aufgaben unter 5 Minuten noch bei 53,3% gelegen hat, das Abschließen der Aufgaben unter einer Stunde nur noch von 46,3 % erledigt wurden.

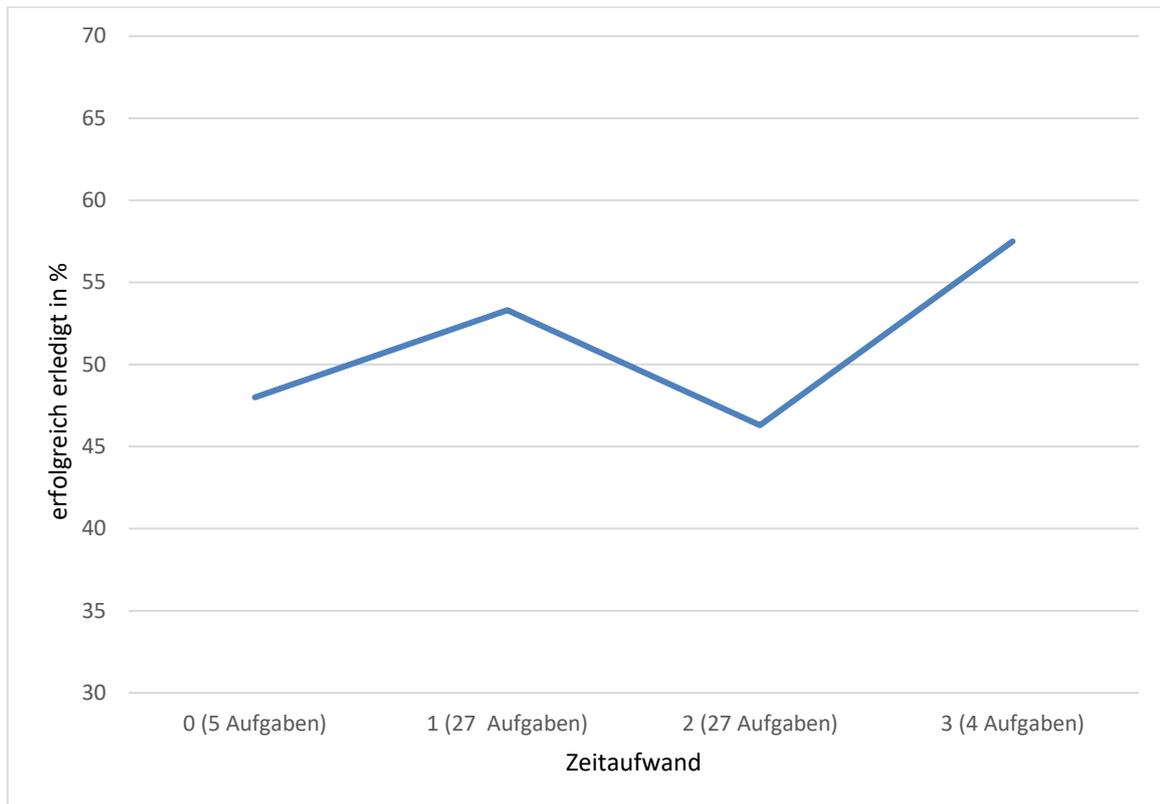


Abbildung 5: Verteilung der insgesamt erledigten Aufgaben nach Zeit

- 0 = keine Zusatzzeit
- 1 = wenig Zusatzzeit Zeit (ca. 5 Min.)
- 2 = mittlere Zusatzzeit (< 1 Std.)
- 3 = viel Zusatzzeit (> 1 Std.)

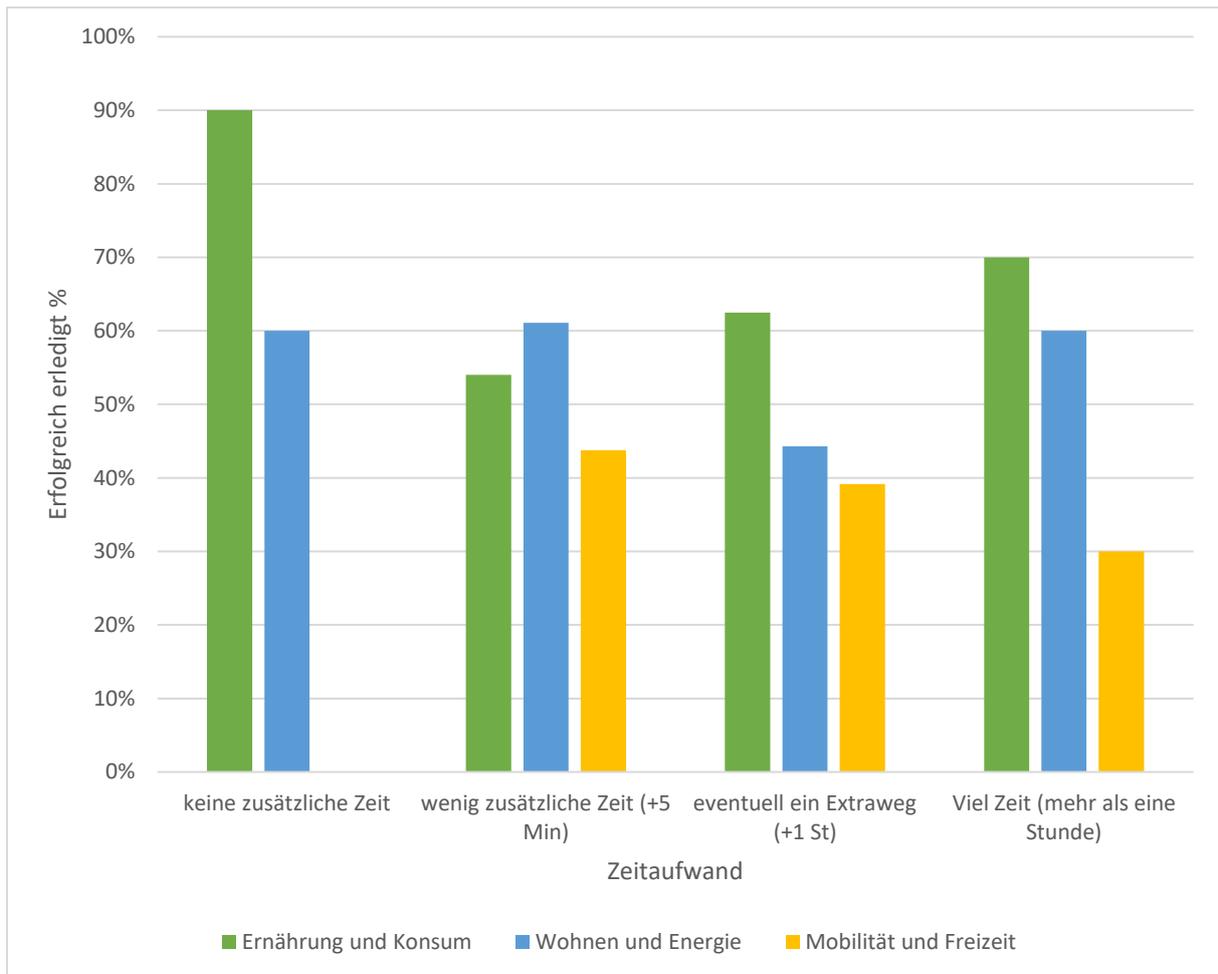


Abbildung 6: Verteilung der erledigten Aufgaben nach Zeit und Themenbereich

### 4.2.3 Kosten

Bei den Kosten ist festzustellen, dass wir die Aufgaben so gestaltet haben, dass sie möglichst keine großen Extrakosten von den Teilnehmenden erfordern. Dementsprechend haben 46 der 63 Aufgaben gar keine Kosten mit sich gebracht, sieben Aufgaben haben geringe Extrakosten bedeutet, weitere sieben haben mittlere Extrakosten mit sich gebracht und lediglich drei Aufgaben haben mit über 15 € hohe Extrakosten bedeutet, aber im weiteren Verlauf meistens zu einer Ersparnis geführt. 48,3 % der Aufgaben des Clusters „Keine Extrakosten“ wurden erfolgreich erledigt. Wenige und mittlere Extrakosten waren mit 65,7 % bzw. 60,0 % auf einem ähnlich hohen Niveau, währenddessen die drei Aufgaben mit hohen Extrakosten zu 50,0 % erledigt wurden (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**).

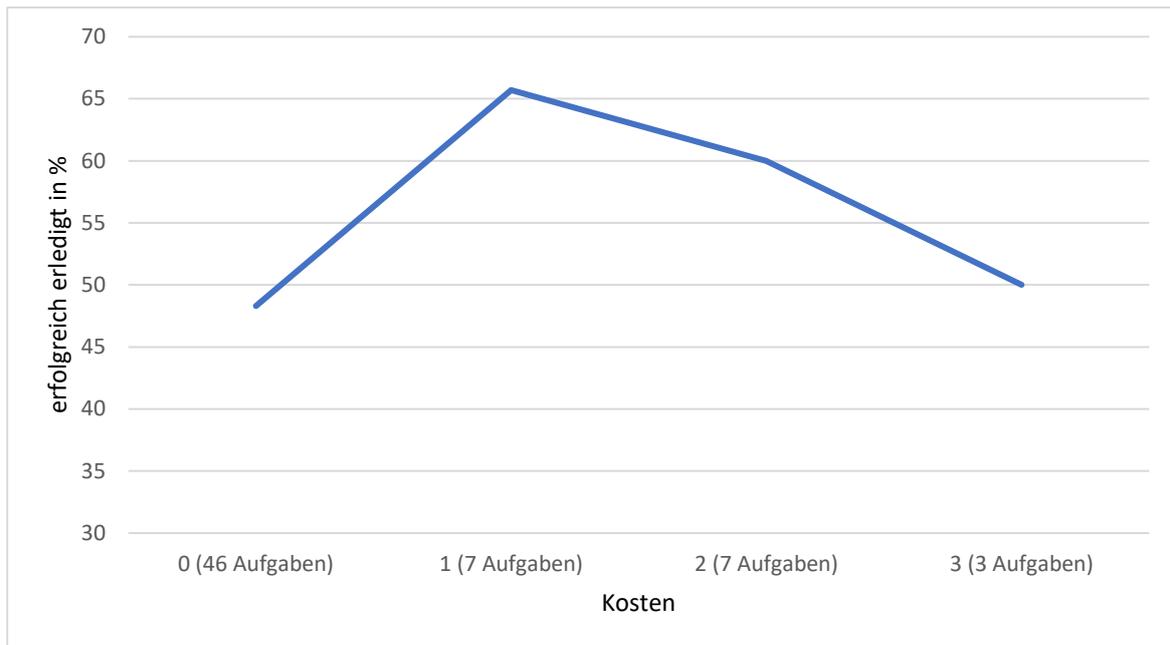


Abbildung 7: Verteilung der insgesamt erledigten Aufgaben nach Kosten

0 = keine Extrakosten

1 = geringe Extrakosten (<5 €)

2 = mittlere Extrakosten (5-15 €)

3 = hohe Extrakosten (>5 €)

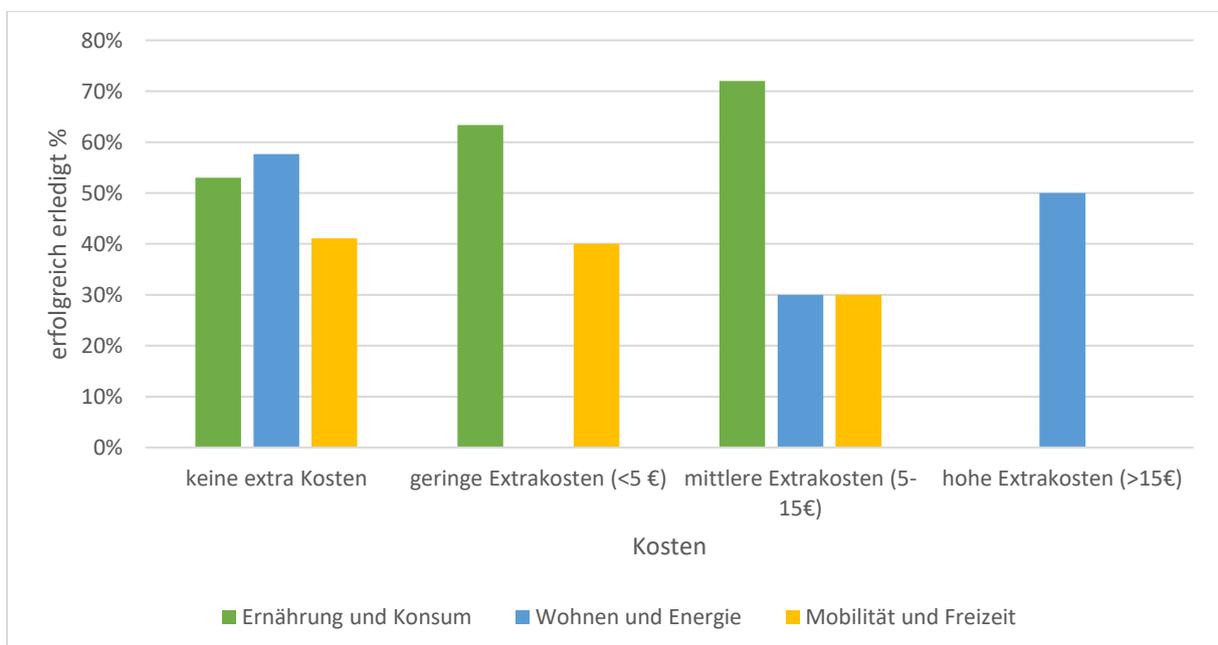


Abbildung 8: Verteilung der erledigten Aufgaben nach Kosten und Themenbereich

#### 4.2.4 Motivation

In der Kategorie Motivation gab es lediglich 3 Cluster. 23 Aufgaben erforderten eine geringe Motivation und wurden zu 56,5 % erledigt. Mittlere Motivation wurde von 37 der 63 Aufgaben benötigt und interessanterweise zu 50,0 % erfolgreich erledigt. Hohe Motivation wurde lediglich von drei Aufgaben erfordert (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Dieses Cluster weist mit 33,3 % unterdurchschnittliche Abschlusszahlen auf.



Abbildung 9: Verteilung der insgesamt erledigten Aufgaben nach Motivation

- 1 = geringe Motivation nötig
- 2 = mittlere Motivation nötig
- 3 = hohe Motivation nötig

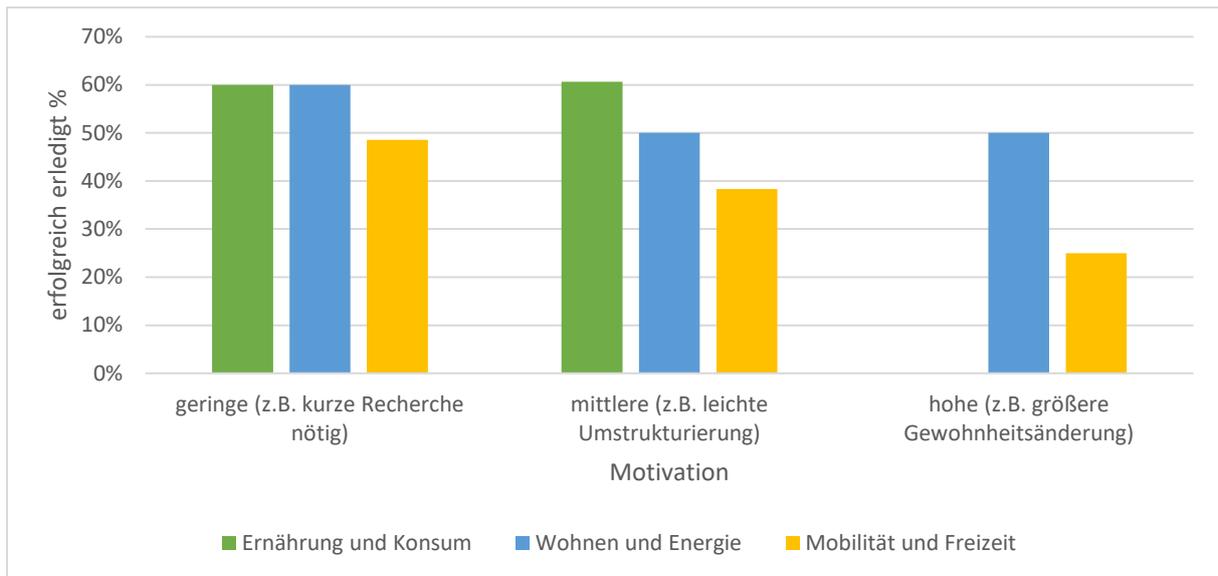


Abbildung 10: Verteilung der erledigten Aufgaben nach Motivation und Themenbereich

## Umsetzungsquoten und Besonderheiten

- 7 Aufgaben wurden von 80-90%** der Personen umgesetzt (siehe Tabelle 9):

  - Leitungswasser trinken
  - NUR pflanzliche Lebensmittel essen
  - NUR mit frischen Produkten kochen
  - Regionale/Saisonale Produkte kaufen
  - Trinkflasche/Mehrwegbecher für unterwegs mitnehmen
  - Getränke in Mehrweg kaufen
  - Miste deinen Kleiderschrank aus und verschenke die Sachen, die du nicht brauchst

Alle 7 Aufgaben gehören zum Thema Ernährung & Konsum und haben eine sehr hohe Umsetzungsquote. Diese Themen scheinen den Haushalten besonders leicht zu fallen
- 18 Aufgaben wurden von 60-70%** umgesetzt (siehe Tabelle 9-11, braun):

  - 5 Aufgaben gehören zum Thema Ernährung & Konsum
  - 12 Aufgaben gehören zum Thema Energie & Wohnen
  - 1 Aufgabe gehören zum Thema Mobilität & Freizeit (*Stell dir deinen perfekten Tag vor. Wie sieht der Morgen aus?*)
- 12 Aufgaben wurden von 50%** umgesetzt (siehe Tabelle 9-11, lila):

  - 2 Aufgaben gehören zum Thema Ernährung & Konsum
  - 4 Aufgaben gehören zum Thema Energie & Wohnen
  - 6 Aufgaben gehören zum Thema Mobilität & Freizeit

- **26 Aufgaben wurden von 20-40%** umgesetzt (siehe Tabelle 9-11, schwarz)  
7 Aufgaben gehören zum Thema Ernährung & Konsum  
5 Aufgaben gehören zum Thema Energie & Wohnen  
14 Aufgaben gehören zum Thema Mobilität & Freizeit

Es ist auffällig, dass gerade die digitalen Aufgaben eine besonders geringe Umsetzungsquote haben, z. B. Codecheck, Kühlcheck, CO<sub>2</sub>-Fußabdruck berechnen, ein Tag ohne Internet

Wenn die Teilnehmenden in die in Kapitel 1.3 aufgeführten Kategorien Single-Haushalt, Wohngemeinschaft oder Familie einteilen, dann haben die vier Single-Haushalte und die vier Familien jeweils 52% der Aufgaben erledigt. Die beiden Wohngemeinschaften, die am Klima Coaching teilgenommen haben, haben zusammen 79% der Aufgaben erledigt.

3 Haushalte haben zum Ökostrom gewechselt.

Nr.	Frage	Thema	Zeit- auf- wand	Kos- ten	Mo- tiva- tion	Haus- halte	Rück- mel- dun- gen	Er- fol- reich- erle- digt	Pro- zent- satz
1	Jedes Häppchen langsam und bewusst essen	1	1	0	2	10	9	4	40,0
2	Leitungswasser trinken	1	0	0	1	10	9	9	90,0
3	NUR pflanzliche Lebensmittel essen	1	2	1	2	10	9	8	80,0
4	NUR unverpackte Produkte kaufen	1	2	2	2	10	9	7	70,0
5	NUR mit frischen Produkten kochen	1	2	2	2	10	9	9	90,0
6	Lade die App CodeCheck herunter	1	1	0	2	10	9	2	20,0
7	Ein Produkt mit "Blauer Engel" Umweltsiegel kaufen, z.B. Klopapier	1	1	0	1	10	9	6	60,0
8	CO <sub>2</sub> - Fußabdruck messen	1	2	0	2	10	9	3	30,0
9	Schaue den Film "Minimalismus - weniger ist jetzt" an	1	2	1	2	10	9	5	50,0
10	Bio-Eier aus ökologischer Erzeugung kaufen	1	1	1	1	10	9	7	70,0
11	Regionale/Saisonale Produkte kaufen	1	2	2	2	10	9	8	80,0
12	Trinkflasche/Mehrwegbecher für unterwegs mitnehmen	1	1	0	2	10	9	8	80,0
13	Getränke in Mehrweg kaufen	1	1	1	2	10	9	8	80,0
14	Ein Produkt mit "Fairtrade" Umweltsiegel kaufen	1	1	2	2	10	9	7	70,0
15	Kaufe bei Sirplus in der Karl-Marx-Straße 108 ein	1	2	1	2	10	9	3	30,0
16	Kaufe ein gebrauchtes Produkt ein	1	2	1	2	10	9	7	70,0
17	Putzmittel oder Kosmetik selber machen	1	3	2	2	10	9	5	50,0
18	Probiere mal "Kauf-nix-Tag"	1	1	0	1	10	9	4	40,0
19	Miste deinen Kleiderschrank aus und verschenke die Sachen, die du nicht brauchst	1	3	0	2	10	9	9	90,0
20	Bring deine kaputten Sachen zum Rollberger Repaircafé im KiJuZ Lessinghöhe	1	1	0	2	10	9	4	40,0
21	Schreib einen kleinen Zettel mit "Bitte keine Werbung" und kleb ihn an deinen Briefkasten	1	1	0	1	10	9	4	40,0

Tabelle 9: Auswertung der Tagebücher Themenbereich Ernährung und Konsum (1-21)

Nr.	Frage	Thema	Zeit- auf- wand	Kos- ten	Mo- tiva- tion	Haus- halte	Rück- mel- dun- gen	Erfolg- reich- erle- digt	Pro- zent- satz
22	Achte auf die Standby Betriebe & spare viel Energie	2	1	0	1	10	7	6	60,0
23	Kontrolliere wie hoch dein jährlicher Stromverbrauch ist	2	1	0	2	10	7	4	40,0
24	Steige auf LED Lampen um	2	2	3	2	10	7	6	60,0
25	Taue deinen Kühlschrank ab	2	3	0	2	10	7	6	60,0
26	Achte darauf die Kühlschranktür schnell wieder zu schließen	2	1	0	1	10	7	7	70,0
27	Stell die Kühlschranktemperatur auf 7°C	2	1	0	1	10	7	6	60,0
28	Nutze den Kühlcheck	2	2	0	2	10	7	2	20,0
29	Verwende beim Kochen auch den Deckel	2	1	0	1	10	7	7	70,0
30	Befülle den Wasserkocher richtig und entkalke ihn	2	2	0	1	10	7	7	70,0
31	Wähle die richtige Herdplatte für Kochtopf oder Pfanne	2	0	0	1	10	7	7	70,0
32	Bei Elektroherden: Schalte den Ofen oder Herd ein paar Minuten früher aus als nötig	2	0	0	1	10	7	7	70,0
33	Wasche ohne Vorwäsche	2	0	0	1	10	7	5	50,0
34	Kaufe einen Sparduschkopf	2	2	3	1	10	7	5	50,0
35	Wasche die Wäsche bei einer niedrigeren Temperatur als sonst	2	0	0	1	10	7	5	50,0
36	Nutze ein Thermometer, statt auf gut Glück zu heizen	2	2	3	1	10	7	4	40,0
37	Besser wärmer anziehen, als mehr zu heizen	2	1	0	3	10	7	5	50,0
38	Die Fenster mehrmals täglich weit öffnen und einige Minuten durchlüften, statt zu kippen	2	1	0	2	10	7	6	60,0
39	Achte darauf, dass die Heizkörper nicht zugedeckt sind	2	1	0	2	10	7	7	70,0
40	Halte beim Heizen Fenster und Türen dicht	2	1	0	2	10	7	7	70,0
41	Schau dir diesen Film an: Energiesparen und Klimaschutz - Tipps für Zuhause	2	2	0	2	10	7	4	40,0
42	Wechsle zu einem Ökostromanbieter	2	2	2	2	10	7	3	30,0

Tabelle 10: Auswertung der Tagebücher Themenbereich Wohnen und Energie (22-42)

Nr.	Frage	Thema	Zeit- auf- wand	Kos- ten	Mo- tiva- tion	Haus- halte	Rück- mel- dun- gen	Erfolg- reich erle- digt	Pro- zent- satz
43	Gucke dir die Broschüre Brandenburgs wunderbare Natur an	3	1	0	1	10	6	4	40,0
44	Besuche das Quartiersmanagement der Rollbergsiedlung	3	2	0	2	10	6	4	40,0
45	Verbringe einen Tag ohne Internet	3	1	0	3	10	6	2	20,0
46	Erkunde bei einem Besuch im Körnerpark bewusst deine Umgebung	3	2	0	2	10	6	4	40,0
47	Fahre mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	3	2	1	2	10	6	4	40,0
48	Einen Ausflug zum Regional Markt "Die dicke Linda" auf dem Kranoldplatz machen	3	2	1	2	10	6	4	40,0
49	Einen Ausflug zum Britzer Garten machen	3	3	2	2	10	6	3	30,0
50	Den Körper bewegen und sich über die Bewegungsangebote im Kiez informieren	3	2	0	2	10	6	4	40,0
51	Stell dir deinen perfekten Tag vor. Wie sieht der Morgen aus?	3	1	0	1	10	6	6	60,0
52	Schau dir einen Baum oder eine Pflanze an und probiere diese für dich zu zeichnen	3	2	0	1	10	6	4	40,0
53	Fahre eine Runde über das Tempelhofer Feld	3	2	0	2	10	6	4	40,0
54	Liste Aktivitäten auf, die dir Spaß machen. Versuche fünf Aktivitäten aufzulisten	3	1	0	1	10	6	5	50,0
55	Gibt es eine Aktivität, die du schon lange nicht mehr gemacht hast? Nimm dir dafür Zeit	3	2	0	2	10	6	5	50,0
56	Entdecke deinen Kiez, nimm dir dafür gerne eine Stunde Zeit	3	2	0	2	10	6	4	40,0
57	Was würdest du in deiner Morgen-Routine ändern, damit dein Tag perfekt wird?	3	2	0	2	10	6	5	50,0
58	Eine Atem Übung machen (5 Minuten)	3	1	0	1	10	6	5	50,0
59	Liste Dinge auf, die du gerne tun würdest. Versuche 10 Dinge aufzulisten	3	1	0	1	10	6	5	50,0
60	Leihe dir von deinen Bekannten etwas für den nächsten Ausflug aus	3	2	0	2	10	6	2	20,0
61	Verbringe einen Tag ohne Bildschirm	3	1	0	3	10	6	3	30,0
62	Schau dir eine Pflanze oder Kleintier genau an. Wie sieht es aus?	3	1	0	1	10	6	5	50,0
63	Sprich mit deinen Bekannten über deine Erfahrungen während des Klima-Coachings	3	2	0	2	10	6	3	30,0

Tabelle 11: Auswertung der Tagebücher Themenbereich Mobilität und Freizeit (43-63)

## 4.4 Erkenntnisse

Die Motivation der meisten Haushalte hat im Verlauf des Projekts nachgelassen. Haben wir zum ersten Tagebuch noch neun von zehn möglichen Rückmeldungen bekommen, so waren es zum zweiten und dritten Tagebuch nur noch sieben bzw. sechs Rückmeldungen. In der Analyse sind wir davon ausgegangen, dass die fehlenden Rückmeldungen nicht erledigten Aufgaben entsprechen. Eine ausgewogenere Verteilung der Rückmeldungen hätte aber vermutlich mehr Rückschlüsse für die Handlungsempfehlungen (siehe Kapitel 4) zugelassen. Interessant wäre es zu prüfen, ob zeitlich kürzere Themenphasen zu mehr Rückmeldungen bezüglich der Themenbereiche zwei und drei geführt hätten.

Ebenfalls wäre eine ausgewogenere Verteilung der verschiedenen Cluster interessant gewesen, so haben zum Beispiel fünf der Aufgaben keine zusätzliche Zeit gebraucht, allerdings haben 27 Aufgaben wenig und weitere 27 Aufgaben mittel viel Extrazeit (Skalenwerte 1 und 2) erfordert. Vier weitere Aufgaben haben viel zusätzliche Zeit benötigt. Eine ausgewogenere Verteilung hätte vermutlich aussagekräftigere Ergebnisse geliefert. Da wir jedoch bei einem Stichprobenumfang von 10 Haushalten nicht den Anspruch einer repräsentativen Umfrage hatten, haben wir probiert, die Aufgaben niedrigschwellig zu halten. Bei den Kategorien, die über ähnlich viele Aufgaben verfügen, war zu erahnen, dass die eher niedrigschwelligen Aufgaben häufiger erfolgreich erledigt wurden (Zeit = 1: 53,3 % ☐ Zeit = 2: 46,3 %; Kosten = 1: 65,7 % ☐ Kosten = 2: 60 %; Motivation = 1: 56,5 % ☐ Motivation = 2: 50 %).

## 4.5 Ausblick

Im Anschluss an dieses Pilot-Projekt mit den zehn Haushalten im Rollbergkiez wäre es spannend die Erkenntnisse mit anderen Bezirksämtern zu teilen und ähnliche Projekte in anderen Bezirksteilen Neuköllns und auch in anderen Bezirken Berlins zu starten, um die Anwendbarkeit des Handlungsleitfadens zu überprüfen und zu verfeinern. Sollten Gesprächsrunden zu einem passenden Thema anstehen, so können Mitarbeiter\*innen von Yeşil Çember anbieten, dort die Erkenntnisse des Pilotprojektes vorzustellen.

Wir hatten ursprünglich geplant die Haushalte nach Nationen und Alter stärker zu strukturieren. Auf Grund der Schwierigkeiten während der Akquise, haben wir von diesem Vorhaben jedoch wieder Abstand genommen.

## 5 Handlungsempfehlungen für Praxisakteur\*innen

Diese Handlungsempfehlungen sollen dabei helfen, Projekte zu planen und durchzuführen, die Nachhaltigkeit in den Alltag integrieren wollen. Die Handlungsempfehlungen sind die Quintessenz des Klima-Coachings und formulieren – ausgehend von unseren Erkenntnissen – Empfehlungen für zukünftige Projekte dieser Art.

### a. Genug Zeit zum Beobachten einplanen

Es ist wichtig, den Kiez bereits vor dem Projektstart gut zu kennen. Am Anfang des Projekts liegt die meiste Arbeit. Bei einer oder mehreren Begehungen sollten die ortsspezifischen Charakteristika erfasst werden und für spätere Aufgaben dokumentiert werden (Wie sauber ist es? Gibt es Spielplätze oder zentrale Treffpunkte? Was zeichnet den Ort aus? Welche Einrichtungen gibt es?) In dieser Zeit bietet es sich an, zusätzliche Interviews mit den Menschen vor Ort durchzuführen. Dabei kann mit Fragen wie “Was wünschst du dir in deinem Kiez?” ein noch unbekannter Aspekt auftauchen, der für ein umfassendes Klima-Coaching Projekt nicht vergessen werden darf. Die Erkenntnisse aus der Beobachtung und den Interviews sollten in die Planung mit einfließen.

Bei der Ortsbegehung kann darauf geachtet werden, wo sich die Bewohner\*innen treffen und wo sie die meiste Zeit verbringen? Mögliche Orte sind Spielplätze, ein Kinder- und Jugend-Zentrum, ein vernetzender Imbiss oder auch ein Platz mit Sitzgelegenheiten.

Weitere wichtige Beobachtungen können die Akteur\*innen vor Ort liefern. Die Kiezakteur\*innen wissen am besten Bescheid, wie die Menschen im Kiez ticken. Was machen die Menschen in ihrer Freizeit? Was ist ihnen wichtig? Welche Aktivitäten kommen gut an? Welche Probleme beschäftigen die jeweilige Zielgruppe?

Die Vereine und Treffpunkte im Kiez können die Planung und Durchführung des Klima-Coachings durch gezielte Zusammenarbeit sehr bereichern und vereinfachen. Kiezakteur\*innen können auf Netzwerktreffen persönlich angesprochen werden. Am besten wird in diesen Gesprächen überlegt, wie das zukünftige Projekt für beide Seiten hilfreich sein kann. Aus diesen Beobachtungen und zusätzlichen Informationen können die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken analysiert werden (SWOT-Analyse), um den Bedarf und die Ausrichtung des Klima Coachings zielorientiert kartieren zu können.

Je nachdem welche Zielgruppe (Jugendliche, junge Mütter, oder mehrere Generationen) das Klima Coaching erreichen soll, sollte eine darauf abgestimmte Akquise Strategie entwickelt werden. Es sollte ein breites Spektrum an Aktivitäten vorbereitet werden: Es kann ein Info-Stand im Kiez aufgebaut werden, das Team kann zu Veranstaltungen der Kiezakteur\*innen fahren und dort das Projekt vorstellen, Flyer im Kiez verteilen und Werbung bei den Festivals & Events im Kiez machen. Von Anfang an sollte eine breit

aufgestellte Öffentlichkeitsarbeit angestrebt werden, die auch konventionelle Medien miteinbezieht wie z.B. die Zeitschrift "Kiez und Kneipe" oder die "Berliner Woche". Das Team kann Werbung in den lokalen Supermärkten und auf den Märkten in der Nähe des Kiezes machen. Die sozialen Medien sollten zielgruppenorientiert genutzt werden.

Um einen guten Überblick über die teilnehmenden Haushalte zu bekommen, inklusive der jeweiligen Erwartungen bietet sich eine anfängliche Bestandsaufnahme an. Mit Fragen wie „was brauchst du um einen schönen Tag draußen (mit deinen Kindern) zu verbringen?“, „wo kaufst du am liebsten regional und/oder saisonal ein?“, „wie viele Elektrogeräte hast du?“, „wie groß ist der Anteil frischer Lebensmittel?“, „von welchem Anbieter bekommst du deinen Strom?“, „was bedeutet Nachhaltigkeit für dich?“, „wie umweltfreundlich würdest du deinen Lebensstil einstufen?“ und „wie gut bist du im Kiez vernetzt?“ kann das Team die anfängliche Situation evaluieren, mögliche Herausforderungen erkennen und diesen von Anfang an entgegen zu wirken. Diese Fragen haben den Haushalten bereits Ansatzpunkte geliefert, wo das eigene Handeln hinterfragt werden kann und in welche Richtung das Projekt gehen wird. Für die Bearbeitung der Fragen sollte den Haushalten ausreichend Zeit gegeben werden. Für die Bestandsaufnahme hat sich bei uns eine Woche etabliert. Das anfängliche einander Kennenlernen ist immens wichtig für den Erfolg des folgenden Projekts. Das Eingehen auf die verschiedenen Bedürfnisse und die Kenntnis bestimmter Hobbies lässt das Klima Coaching deutlich persönlicher werden.

## **b. Klare Ziele formulieren und kommunizieren**

Für das Klima Coaching war es sehr wichtig, die Ziele, an denen wir uns orientieren, aufzuschreiben und unsere Aktionen daran auszurichten. Das Projekt ist eine Art Reallabor mit vielen Variablen, deren Interaktionen schnell sehr komplex werden können. Die Rückbesinnung auf die anfangs gesteckten Ziele ist deshalb sehr hilfreich. Die Ziele können beispielsweise sein, die Haushalte zu motivieren, Verantwortung im Kiez zu übernehmen oder Gewohnheitsänderungen in Gang zu setzen und mit Kiezakteur\*innen zu kooperieren. Im Sinne des Reallabors war alles für uns eine Erkenntnis, sowohl Erfolge als auch Misserfolge wurden dokumentiert und analysiert. Diese internen Feedbackschlaufen haben wir dann in die weitere Ausgestaltung des Klima Coachings einfließen lassen.

Über das Coaching Format wollten wir die Haushalte bei der Erreichung ihrer selbstgesteckten Ziele unterstützen. Wir haben uns vor allem als Betreuung verstanden und unser Handeln daran ausgerichtet. Auf diese Art und Weise wollten wir die Selbstwirksamkeit der Teilnehmenden stärken. Über das Erfahren der Selbstwirksamkeit wurden die Haushalte neugierig und haben sich teilweise selbstständig über die komplexen Zusammenhänge der Nachhaltigkeitsdimensionen informiert und so selbst für sie neue Felder erschlossen.

Ein weiteres Ziel ist die Ausbildung von Multiplikator\*innen, die auch über den Projektzeitraum hinaus im Kiez aktiv sind und das Wissen aus dem Klima Coaching an andere Bewohner\*innen im Kiez weitergeben. Diese Zielsetzung sollte vom Beginn des Projekts mitgedacht werden und auch an die Teilnehmenden klar kommuniziert werden.

Da es sich beim Klima Coaching um Arbeit mit Menschen handelt, ist es sehr wichtig, sich kennenzulernen und eine gute Kommunikation zu etablieren, sowohl im Team, mit weiteren Akteur\*innen und mit den teilnehmenden Haushalten. Das Konzept des Klima Coachings sollte mit den Teilnehmenden offen kommuniziert werden. Zu diesem Konzept gehören Fragen wie „wie definieren wir Coaching?“, „was ist für uns Nachhaltigkeit?“, „was verstehen wir unter niedrigschwellig?“, „was wollen wir mit dem Projekt erreichen?“, „welchen konkreten Nutzen werden unsere Teilnehmenden vom Klima Coaching haben?“ und „welche Kompetenzen bringen die Beteiligten mit?“. Diese Informationen sollten bei Interesse klar an die potenziellen Teilnehmenden während der Akquise kommuniziert werden können. Ebenfalls hilfreich ist die Didaktik, also die Frage warum wir uns für diese Themenfelder und dieses Vorgehen entschieden haben.

### **c. Lösungsorientierte Herangehensweise an Herausforderungen**

Die Themenbereiche der Experimentierphasen sollten so ausgewählt werden, dass die wichtigen Aspekte des alltäglichen Lebens wie z.B. Lebensmittelkonsum, Energie und Mobilität abgedeckt sind. Gesellschaftliche Verflechtungen zu sozialen und politischen Themen sollten bei der Gestaltung der Aufgaben stets berücksichtigt werden. Eine Experimentierphase sollte die Teilnehmenden nicht überfordern, sondern mit niedrigschwelligen Aufgaben die Komplexität und die Zusammenhänge der Nachhaltigkeitsdimensionen verdeutlichen. Ein Bezug zum Alltag der Teilnehmenden kann zeigen, dass alle etwas für mehr Nachhaltigkeit tun können. Der Spaßfaktor bei der Konzeption und bei der Formulierung der Aufgaben hilft dabei die Teilnehmenden zu motivieren, dabei zu bleiben und hilft sich für die Aufgaben zu begeistern. Über diese Begeisterung sollten sich die Teilnehmenden wiederum motivieren aktiv zu sein bzw. bleiben. Diese Motivation hilft dabei Hürden als Herausforderungen zu verstehen und selbst Ideen und Lösungsansätze zu entwickeln.

Für das durchführende Coaching Team sind gerade diese Ideen und Lösungsansätze, aber auch die Arten der (Selbst-)Motivation sehr spannend und sollten gut dokumentiert werden und in die weitere Gestaltung mit einfließen. Dementsprechend gibt es keine negativen Rückmeldungen, nur weitere Erkenntnisse und Verbesserungsmöglichkeiten.

### **d. Anreize gezielt einsetzen**

Wir beabsichtigen, Menschen zu motivieren, etwas Neues zu probieren, etwas Neues anzufangen. Um zuvor fremde Menschen davon zu überzeugen, ihre eigene Zeit in ein zunächst fremdes Projekt zu stecken, müssen wir viel Zeit, Energie, Mühe aufbringen, um

eine Atmosphäre der Empathie, des aktiven Zuhörens, der gegenseitigen Aufmerksamkeit, sprich einen sicheren Platz, an dem sich Menschen willkommen fühlen, zu kreieren. Für diese Atmosphäre ist eine persönliche Ansprache und Wertschätzung sehr elementare Merkmale. Dies gilt vom Projektanfang bis zur Akquise, von der Betreuung bis zur Feedback-Sammlung, also für die komplette Projektlaufzeit.

Wir haben probiert, möglichst viel unabhängig von den Kiezakteur\*innen zu planen und zu organisieren. Die Kiezakteur\*innen haben wir lediglich für Räumlichkeiten, Tische und Bänke angefragt. An schönen Tagen haben wir einen Info-Stand im Kiez aufgebaut, um darüber mit den Menschen im Kiez Kontakt aufzunehmen. Um mit den Kiezakteur\*innen ins Gespräch zu kommen, sind wir zu deren Veranstaltungen gefahren und haben dort das Klima-Coaching Projekt vorgestellt. Dabei haben wir uns mit Becherlupen und Bastelmaterial für die Kinder um deren Betreuung gekümmert, sodass die Eltern Zeit hatten sich über das Projekt zu informieren.

Der Mehrwert des Klimacoachings sollte klar mit all seinen Facetten an die Teilnehmenden kommuniziert werden. Zu diesen Facetten gehören unter anderem die finanziellen Ersparnisse, ein gesünderes Leben, Genuss, Gemeinschaft, Autonomie und Erholung. Gegebenenfalls ist es auch interessant den Teilnehmenden berufliche Zukunftsoptionen im Bereich der Nachhaltigkeit aufzuzeigen. Dabei sollte die Nachhaltigkeit als komplexes Konzept verstanden werden und mitunter können Teilnehmende mit eigenem Wissen in bestimmten Gebieten als Expert\*innen helfen. Auf diese Weise kann auch das Team dazu lernen.

Zum Beginn des Coachings haben alle Haushalte ein Starterpaket bekommen und das Team hat ein Kick-Off Treffen organisiert. Wir haben den Haushalten LED-Lampen, Becherlupen und Entdecker-Kalender mitgebracht, die bei den Haushalten sehr gut angekommen sind. Während des Kick-Off Treffens gab es ein gemeinsames Picknick und Spiele, die den Raum aufgemacht haben, untereinander ins Gespräch zu kommen. Für zukünftige Projekte dieser Art könnten Gutscheine für nachhaltige Kiezläden dem Starterpaket beigelegt werden, um den Teilnehmenden einen weiteren Anreiz anzubieten.

## **e. Institutionelle Nachhaltigkeit und der Einklang mit der Natur**

Um über Nachhaltigkeit reden zu können, ist das Nachhaltigkeitsverständnis des Teams entscheidend. Die Mitarbeitenden sollten sich untereinander dazu austauschen und die Arbeitspakete sowohl nach Stärken als auch nach Interessen aufteilen. Ein genervtes oder gelangweiltes Teammitglied kann keine authentische Begeisterung vermitteln, deshalb ist die Arbeitsteilung gemeinsam mit einer gut dosierten Belastungssteuerung sehr wichtig. Die Betreuung erfordert Konsistenz. Die Ansprechpersonen fürs Coaching sollten über den gesamten Zeitraum am Projekt arbeiten. Um auf etwaige Eventualitäten vorbereitet zu sein, sollte nach Möglichkeit ein kleines Team das Coaching übernehmen und als Ansprechpersonen dienen.

Die Themenbereiche sollten sich an den Jahreszeiten orientieren. Bei unserer Konzeption hat es sich angeboten, den Projektanfang in den Januar/Februar zu legen, um in dieser Zeit die Planung und Vorbereitung durchzuführen, sodass die Teilnehmenden-Akquise im Frühling stattfindet. Der Themenbereich *Freizeit und Mobilität* sollte im Frühling bearbeitet werden. In der Zeit könnten die Teilnehmenden Pflanzen aussäen und im Sommer beobachten, wie die Pflanzen wachsen. Im Sommer kann der Themenbereich *Konsum und Lebensmittel* bearbeitet werden. Die Teilnehmenden können auf die (Wochen-)Märkte gehen, und sich über Saisonalität und Regionalität der Lebensmittel informieren, bevor die Haushalte in die Sommerferien fahren. Im Herbst bis Winter bietet es sich an, den Themenbereich *Energie und Wohnen* zu bearbeiten, da die Aufgaben in dieser Zeit den größten Einfluss auf die Heiz- und Wasserkosten haben und die finanziellen Ersparnisse am deutlichsten werden. Der Winter dient dann zur Reflexion, die mit gemütlichem Beisammensein und Essen verbunden werden kann. Zum Abschluss kann das erfolgreiche Klima Coaching gefeiert werden und so der dunklen Jahreszeit entkommen werden.

Bei der Gestaltung der Aufgaben ist es wichtig, die verschiedenen Lerntypen zu berücksichtigen: Manche Menschen lernen beim Lesen oder Schreiben, beim Hören oder beim selbst machen und im Dialog mit Anderen. Entsprechende Vorlieben können im Rahmen der anfänglichen Bestandsaufnahme abgefragt werden.

Im Kiez werden viele verschiedene Sprachen gesprochen. Das Klima-Coaching sollte deshalb möglichst mehrsprachig angeboten werden. Wir konnten die Betreuung auf Deutsch, Englisch und Türkisch anbieten, was bei den Teilnehmenden sehr gut angekommen ist und mehrfach gelobt wurde. Auf diese Art und Weise können auch Menschen erreicht werden, die sonst nicht an solchen Angeboten teilnehmen können.

## **f. Kreativ und flexibel auf Herausforderungen reagieren**

Durch die Pandemie waren wir gezwungen, das Klima Coaching umzugestalten. Wir haben aus der Not eine Tugend gemacht und die Gelegenheit genutzt, alle Treffen an der frischen Luft durchzuführen. Diese Maßnahme ist in Zeiten des Home-Office-Überdrusses sehr gut angekommen. Die Begeisterung Zeit abseits des Bildschirms zu verbringen, die Natur kennen zu lernen und gemeinsam Spaß zu haben war sehr groß.

Neben den Treffen haben wir auch die einzelnen Aufgaben und gemeinsamen Aktivitäten draußen stattfinden lassen. Wir haben die Teilnehmenden gebeten, ihre Umwelt genauer unter die Lupe (wörtlich gemeint) zu nehmen und zu gucken, welche Lebewesen sie entdecken können. Zusätzlich haben wir sie gebeten Aktivitäten aufzulisten, zu denen sie schon lange nicht mehr gekommen sind und für diese aktiv Zeit einzuplanen, um so Gewohnheiten zu hinterfragen und proaktiv zu ändern. Bei all diesen Maßnahmen war der Spaß an der Sache sehr wichtig, um die Motivation während des Klima-Coachings hochzuhalten.

Die flexible Herangehensweise und Zielsetzung waren bei der Durchführung des Projekts sehr hilfreich. So kann die Bearbeitung eines Tagebuchs durch einen schwer zu erreichenden Haushalt eventuell als größerer Erfolg erachtet werden als die Bearbeitung aller drei Tagebücher durch einen bereits nachhaltig lebenden und vernetzten Haushalt (*don't preach to the converted*). Wenn bei der Bearbeitung der Tagebücher Schwierigkeiten auftreten, sollten diese in Feedbackrunden früh identifiziert und den Schwierigkeiten entgegengewirkt werden.

### **g. Niedrigschwellige Veränderungen anregen**

Das Tagebuch-Format ermöglicht es den Teilnehmenden, täglich kleine Veränderungen selbstgesteuert zu probieren. Darüber hinaus werden weitere Hintergrundinformationen mitgeliefert und Platz auf den Tagebüchern eingeräumt, um die eigenen Erfahrungen und Eindrücke dokumentieren und reflektieren zu können.

Für eine wissenschaftliche Analyse der Maßnahmen, wäre eine ausgewogene Verteilung der Kategorien anzustreben. In diesem Fall sollten die Aufgaben so formuliert werden, dass der Zeitaufwand, die Kosten und die erforderliche Motivation zu gleichen Teilen niedrig, gering, mittel oder hoch sind. Interessant wäre auch der Unterschied, wenn die Einschätzung der Aufgaben an die Teilnehmenden kommuniziert wird, verglichen mit einer Referenzgruppe, die selbst und ohne Kennzahlen entscheidet, ob sie die Aufgaben machen möchte oder nicht.

Die ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimensionen sollten durch die Maßnahmen abgedeckt werden und die Zusammenhänge zwischen den Aspekten und den individuellen Aufgaben deutlich gemacht. Dadurch soll den Teilnehmenden ein realistisches Bild der Komplexität von Nachhaltigkeit vermittelt werden. Auf diese Art können die Haushalte erfahren, wie viele Nachhaltigkeitsdimensionen Schnittmengen zum Themenbereich Energie und Wohnen haben. Ebenso sollten politische Diskussionen und Entscheidungen in den Gesprächen und Tagebüchern thematisiert und eingeordnet werden.

### **h. Unterschiedliche Levels anbieten**

Bei der Gestaltung der Aufgaben sollte das Vorwissen der Teilnehmenden berücksichtigt werden. Menschen, die sich selbstständig für ein Klima-Coaching anmelden, verfügen häufig über überdurchschnittliches Vorwissen und sind mitunter durch ausschließlich niedrigschwellige Aufgaben gelangweilt oder unterfordert. Je nach Größe des Projekts, könnten unterschiedliche Tagebücher (z.B. Anfänger\*innen und Fortgeschrittene) angeboten werden.

### **i. Den richtigen Rahmen für Feedback schaffen**

Im Verlauf des Projekts sollten mehrere Möglichkeiten für Feedback eingeplant werden,

denn das Feedback hilft die Ausrichtung des Projekts noch konkreter auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden abzustimmen. Diese Feedbackkanäle sollten relativ einfach gestaltet werden, um eine rege Beteiligung und viele Rückmeldungen zu bekommen. In unserem Fall haben regelmäßige Nachfragen während der Klima-Coaching-Treffen und extra Feedbackbögen am Ende der Tagebücher gut funktioniert. Eine gute Dokumentation von Seiten des Teams und eine zügige Reaktion bei Schwierigkeiten sind für den Erfolg wichtig.

Für das Coaching-Format sind regelmäßig stattfindende Treffen sehr hilfreich. Ursprünglich hatten wir sogenannte Vernetzungstreffen geplant, zu denen möglichst alle Haushalte erscheinen und sich untereinander kennenlernen können. Dieses Vorhaben konnten wir trotz großen Bemühungen von Seiten des Teams nicht umsetzen. Mehrfache Einladungen, aufwendiges Programm und eine schöne Location konnten maximal vier Haushalte zusammenbringen. Dementsprechend ist es hilfreich zu überlegen, wie viele Ressourcen auf diese Vernetzungstreffen verwendet werden sollen. Eventuell hilft es den Mehrwert dieser Vernetzung klarer zu kommunizieren und das Interesse an solchen Treffen regelmäßig abzufragen. Für uns waren die Treffen dennoch ein Erfolg, da wir durch diese Treffen viel mehr Zeit für den Austausch mit manchen Haushalten hatten. Dieser Austausch war für uns sehr wichtig, um die Coaching-Angebote entsprechend anpassen zu können. Eventuell kann auch ein anderer Ansatz gewählt werden, um die Vernetzung von der Gruppe selbst kommen zu lassen. Gemeinsame Kennenlernspiele beim Kick-Off Treffen, Teambildende Maßnahmen, ein gemeinsamer Gruppenchat und die Verflechtung mit den Aufgaben aus den Tagebüchern (z.B. „Schreib einem anderen Haushalt eine Nachricht mit deiner spannendsten Erkenntnis aus dem Klima Coaching“) könnten hilfreich sein.

Am Ende ist es wichtig, auch über die Zukunftsperspektiven mit den Haushalten zu sprechen. Im Tagebuch kann gefragt werden: Was würdest du deinem Nachbarn weiterempfehlen?

## **j. Nachhaltigkeits-Multiplikator\*innen ausbilden**

Das Klima-Coaching-Projekt versucht interessierten Teilnehmenden Wissen und Werkzeuge zur Verfügung zu stellen, um ihren Lebensstil und ihre Beziehungen zu sich selbst, zu Anderen und zur Natur nachhaltiger zu gestalten. Die Teilnehmenden kennen ihren Kiez, ihre Bezugsgruppen, die Herausforderungen und Bedürfnisse am Besten. Wenn wir uns die Haushalte als Vermittler\*innen zwischen einem nachhaltigen Lebensstil und der Konsumgesellschaft in ihrem Kiez vorstellen, dann haben wir durch das Klima-Coaching Projekt versucht, eine Brücke zwischen den beiden Welten zu bauen. Diese Brücke dient zum Austausch, zur Entwicklung von kreativen Lösungsstrategien und zu einem besseren Verständnis, was vor Ort gebraucht wird. In dem Sinne sollten die Haushalte zu Nachhaltigkeits-Multiplikator\*innen ausgebildet werden und neue Ideen in ihre Bezugsgruppen tragen und dafür ihre eigenen Kanäle verwenden.

Während der Experimentierphasen können die Haushalte sich selbst mit den verschiedenen Aspekten praktisch auseinandersetzen und sich bei Fragen an das Projektteam wenden. Für die zukünftige Verstetigung des Projekts war es sehr hilfreich, das Klima-Coaching-Projekt mit etablierten und auch über die Projektzeit hinweg stattfindenden Angeboten zu verbinden. Das Repair Cafe, das zweimal monatlich von der Yeşil Çember gGmbH durchgeführt wird, war ein ebenso willkommener Treffpunkt, wie der regionale und ökologische Wochenmarkt „die Dicke Linda“ am Kranoldplatz. Beides waren Orte, die manchen Teilnehmenden zuvor noch unbekannt waren.

Die Haushalte, die sich aktiv am Klima-Coaching-Projekt beteiligt haben, hatten auch Interesse an weiteren Projekten signalisiert. Eine explizite Multiplikator\*innen-Schulung könnte hilfreich sein, um die entsprechenden Haushalte miteinander zu vernetzen und weiteres Wissen, nützliche Kontakte und passende Methoden zu vermitteln.

## **k. Präsenztreffen planen**

Präsenztreffen sollten einen zwanglosen Charakter haben. Am besten sind sie mit anderen Aktivitäten zu verbinden. Das Vernetzungstreffen, das wir auf dem regionalen Wochenmarkt am Kranoldplatz veranstaltet haben, hat die meisten Haushalte angelockt. Eine Mischung aus sehr gutem Wetter, die Möglichkeit einen neuen Ort kennen zu lernen und etwas Praktisches wie den Einkauf damit zu verbinden, ist sehr gut angekommen. Für weitere Treffen hat sich das Kinder- und Jugend-Zentrum an der Lessinghöhe angeboten, dort konnten wir die Küche und die Sanitäreinrichtungen nutzen. Das KiJuZ hat einen riesigen Außenbereich, den wir bei gutem Wetter nutzen konnten, um Kräuterführungen durchzuführen und gemeinsam ein Lagerfeuer zu machen. Bei der Planung der Treffen ist es wichtig, auf die Bedürfnisse der Haushalte einzugehen. Die Zeit sollte ggf. an Schul- und Arbeitszeiten angepasst werden. Kinderbetreuung muss bedacht werden, wenn junge Familien angesprochen werden sollen. An die Barrierefreiheit des Treffpunktes, die kulinarische Verpflegung und an eine rechtzeitige Einladung sollte das Team denken. Für Fotodokumentationen sollten Formulare für die Bildrechte mitgebracht werden.

Der Besuch solcher Orte kann auch abseits von Gruppentreffen durch entsprechende Aufgaben in den Tagebüchern angeregt werden.

## **l. Ressourcen schonen**

Um Nachhaltigkeit vom Team vorzuleben, ist es wünschenswert ressourcenschonend zu planen. Die Tagebücher sollten beidseitig auf recyceltem Papier gedruckt werden. Die Verpflegung während der Treffen sollte möglichst genau kalkuliert werden und anfallende Reste den Teilnehmenden mitgegeben werden.

Speziell in Corona-Zeiten waren die Teilnehmenden neuartigem mentalem Stress ausgesetzt. Dieser Stress wurde häufig als Herausforderung in den Gesprächen kommuniziert und hat die Teilnehmenden davon abgehalten sich intensiver mit den Aufgaben auseinanderzusetzen. Die psychischen Ressourcen aller Beteiligten sollten respektiert werden und die Gestaltung des Projekts an die aktuellen Gegebenheiten angepasst werden.

## 6 Klimageschichten der Coachees

Hier werden einige Erfahrungen und Erlebnisse der Haushalte als inspirierende und motivierende Geschichten erzählt. Diese sollen einen kleinen Einblick in die Gefühls- und Gedankenwelt der einzelnen Haushalte geben.

*Datenschutzinformation: Alle Namen der Coachees und die Klimageschichten wurden zur Anonymisierung abgeändert.*

### a. Ömer, 27, Datawissenschaftler

Ömer ist in Süddeutschland geboren und in Berlin aufgewachsen. Er hatte seine Masterarbeit gerade fertiggestellt, als die erste Corona-Welle anging. Es war kaum möglich, sich zu konzentrieren und einen Job zu suchen. Ömer hatte entschieden, sich weiter auszubilden. Ein Jahr lang hat er sich mit dem Thema Volksgesundheit beschäftigt. Wie steht es heutzutage um die Gesundheit der Bevölkerung? Wie spiegeln sich persönliche Gesundheitsmerkmale in der Gesundheit der Bevölkerung wider und andersherum? Er interessierte sich für die Epidemien, die seit Jahrzehnten die Gesundheitssysteme der Nationen beschäftigen: Diabetes und Übergewicht. Wie können in wohlhabenden Nationen diese Krankheiten so verbreitet sein? Und wieso sind zuckerhaltige Produkte so günstig und überall erhältlich? Als er sich diese Fragen stellte, stieß er auf das Klima-Coaching Projekt. Er war begeistert, als die Coachin ihm erklärte, dass das Projekt eigentlich ein Volksgesundheitsprojekt ist. „Unser Ziel ist ein gesundes gemeinschaftliches Leben auf Dauer, daher bemühen wir uns alle.“ Er dachte, ihm fehlte genau dieser Teil, um das komplette Bild sehen zu können.

Er fing an, die Tagebücher zu bearbeiten. Seine Coachin war erstaunt, wie leidenschaftlich und engagiert er die Maßnahmen ausprobierte. Er schlief eine Nacht ohne Heizung, führte Gespräche mit seinem Mitbewohner über Ökostrom. Er konnte mit kleinen Gesprächen Samen in die Köpfe säen und glaubte an die Kraft der Samen. Bei einer Coaching-Veranstaltung lernte er die Samen einer „Wunderpflanze“ kennen, die ihn in der Türkei immer verbrannt hatte: die Samen der Brennessel. Er konnte sogar einige Blätter roh abschmecken. Er wollte lernen, für sich gesund zu kochen. Bei dem Treffen war auch ein Koch dabei, der bei dem Projekt mitmachte. Er konnte sich mit ihm darüber austauschen und erfuhr den Trick, dass er für leckere Speisen unbedingt frische Kräuter nutzen und diese am besten selbst zu Hause ziehen sollte.

An einem Abend beim Essen war Ömer erstaunt, wie gut sein Veggie-Eintopf schmeckte. Er hatte angefangen, einen Job im Bereich Volksgesundheit zu suchen. Er freute sich auf Gespräche über Nachhaltigkeit, die er gerne mit seinen Kollegen führen würde. Er hat Buchtipps und Ressourcen zur Vertiefung bekommen, die über Systemgedanken und

Lösungsansätze berichten. Er wollte nur noch seiner Neugier und Leidenschaft für das Thema folgen und weiter kochen.

## **b. Yeliz, 39, Handwerkerin**

Yeliz ist in der Türkei geboren und wohnt mit ihrem Mann und drei kleinen Kindern in Berlin. An einem Tag im Sommer 2021 war sie mit ihren Kindern auf dem Nachhaltigkeitsfest. Sie lernte dort auch das Repair-Café-Konzept kennen. Yeliz ist eine Handwerkerin. Sie stellt selber Schmuckstücke her und machte sich damit selbstständig. Ihr Leben war sehr ausgefüllt und sie hatte manchmal Schwierigkeiten, Zeit für ihre eigene Erholung zu nehmen. An einem Nachmittag im Herbst schaute sie sich ihre To-do-Liste an: ein Hemd zum Reparieren. Sie wollte schon lange Nähen lernen, aber kam nie dazu. Das, was sie am Wochenende inspiriert hatte, überzeugte sie in diesem Moment. „Geh zum Repair-Café und hol dir die Hilfe, die du brauchst“, sagte sie zu sich selbst.

Yeliz hatte eine gemütliche Zeit im Repair-Café. Sie lernte die Nähmaschine kennen und bekam Tipps zu Textil-Reparaturen. Da bekam sie auch die Anfrage, ob sie bei dem Klima-Coaching Projekt mitmachen wollte. Schon während des Anfangsinterviews wurde ihr bewusst: Sie ist schon ein Profi in nachhaltigem Konsum! Sie gibt ihren Kindern keine Süßigkeiten als Belohnung, auf dem Markt wird viel frisch gekauft und zu Hause gekocht, Saisonalität und Regionalität werden dabei beachtet. Sie erlaubt keine Lebensmittelverschwendung, kauft bei Secondhandladen und repariert Dinge so weit wie möglich. Sie geht viel spazieren. Was könnte sie noch machen? Sie sah eine Frage im Feedbackformular eines Tagebuches: Welche Maßnahmen würdest du weitergeben? Sehr viel, dachte sie. Ihren Nachbarn war z. B. nicht bewusst, wie viel Geld das komplette Haus sparen würde, wenn alle den Biomüll trennen würden. Und wie schön wäre es, wenn die Mülltonnen nicht so voll und durchmischt wären. Was würde sich ändern, wenn sie mit ihnen sprechen würde?

Sie erzählte ihrer Coachin von ihren Gedanken. Als sie erzählte, kam ihr die entscheidende Idee. Am folgenden Samstag gab es ein Coaching-Treffen auf einem Markt in der Nähe des Kiezes. Sie hat ihre Freunde und deren Kinder dazu eingeladen, Lebensmittel regional und ohne Verpackung einzukaufen, und dabei haben auch die Kinder Spaß. Ihre Freundinnen waren begeistert, wie viel sie über Nachhaltigkeit gelernt hatte. Sie hatte es geschafft, sie auch zu inspirieren. Nach drei Wochen erzählte sie ihrer Coachin, dass sie ein müll- und verschwendungsfreies Mittagessen mit Freundinnen organisiert hatte. Dieses Mal war die Coachin begeistert. Sie lobte sie mit den Worten: „Oft ist Mut alles, was eine Person braucht, um ihrer Begeisterung zu folgen.“ Yeliz führte ein reflektives Gespräch und stieß auf offene Ohren. Yeliz bemüht sich weiter, die Themen, die sie durch die Tagebücher gelernt hat, in ihre Gemeinschaft hineinzutragen. Als Nächstes plant sie einen Gruppenspaziergang mit Brennnessel-Sammeln und einem Abendessen mit hausgemachter Brennnesselsuppe und Kräuterbutter, um den Frühling zusammen zu feiern. Sie möchte dieses Mal den Hausmüll thematisieren. Sie ist eine leidenschaftliche

Multiplikatorin und als ihre wichtigste Erkenntnis nannte sie der Coachin bei dem Projektabschluss: Lernen findet *nur* statt, wenn man dabei Spaß hat. Mit meinem Freundeskreis habe ich beides, denn Nachhaltigkeit ist kein Thema, das als ein intellektuelles Thema „gelernt“ wird, sondern ein Thema, das als lebendiges Thema zusammen „erlebt“ wird!

### c. Roger, 47, Journalist

Plötzlich war Roger wach. Er saß auf einem Stuhl draußen im Park, als er sich selbst sagen hörte: „Ich habe über 20 Jahre als Journalist gearbeitet und bin überall durch die Welt gereist und geflogen. Jetzt fühle ich mich schuldig.“ Er stellte sich anschließend die Frage: „Wie fühlt das sich an?“ Er musste eine Sekunde nachdenken und in sich hineinspüren. Vermisste er die Abenteuer und das ständige Reisen? Roger seufzte. Jein, also das Reisen machte ihm schon Spaß. Gleichzeitig war es sehr anstrengend. Sein ökologischer Fußabdruck war sehr groß. Er war froh, dass er von Berlin aus schreiben kann. Seit fünf Jahren schreibt er über nachhaltige Lebensstile.

Roger war bei der Auftakt-Veranstaltung dabei. Er spielte das *Warum-Spiel* sehr gerne, bei dem die anderen Teilnehmer sich gegenseitig interviewen und nur die Frage *warum* stellen. Dann bekam er sein erstes Tagebuch und fing am nächsten Tag gleich damit an. Gleich bei der ersten Aufgabe war er genervt: „Jedes Häppchen langsam essen.“ Was sollte das? Er hatte keine Zeit oder Geduld fürs langsame Essen. Er hat es trotzdem die ganze Woche probiert. *Warum* konnte er sich nicht darauf konzentrieren? Dann kam eine andere Aufgabe, nämlich in einen Unverpackt-Laden zu gehen. *Warum* durften die unverpackten und die Bio-Lebensmittel mehr kosten? Er schrieb über diese Fragen. Gleichzeitig fing er an, Küchenkräuter und Wurzelgemüse in seinem Garten anzupflanzen. Er überlegte sogar, einen Community-Garten im Kiez zu starten. *Warum* musste der ganze Kiez diese Erzeugnisse im Supermarkt kaufen, anstatt sie selber anzubauen? Die wären dann sogar extra Bio! Im zweiten Monat war Roger sehr locker mit dem Tagebuch „Energie und Wohnen“, bis er am Ende zu der Aufgabe kam, zu Ökostrom zu wechseln. Er informiert sich, Ökostrom ist teurer. *Warum?* Er thematisierte das in seinem Freundeskreis. „Ich bin einfach neugierig. Warum kosten die nachhaltigen Alternativen bei Lebensmitteln und Energie mehr?“ Der Austausch ging über zwei Stunden, und am Ende war er sehr zufrieden. Obwohl er nicht „die richtigen Antworten“ bekam, hatte er ein lebendiges Gespräch über das Thema moderieren können.

In dem dritten Monat weigerte sich Roger, einen Tag ohne Bildschirm zu verbringen. Als die Coachin ihn fragte, warum, musste er tief in sich gehen. Er machte so viel, um nachhaltig zu leben. Dazu gab er sich die Mühe, neue Aufgaben zu probieren. Aber der Bildschirm war seine Existenzgrundlage. Um nachhaltig zu sein, sollte er auf seine Existenzgrundlage verzichten? Warum sind immer die Bürger, die kleinen Menschen, verantwortlich? Könnte er einen Kaffee trinken, ohne dass er Schuldgefühle wegen der Rodung des Amazonas fühlt? Wie viele Eis mit echter Kuhmilch dürfte er im Sommer

essen? Müsste er 30 Minuten länger im Supermarkt bleiben, um alle Herkunfts- und Inhaltsangaben zu prüfen, und am Ende hätte er nicht mal die Hälfte der Einkaufsliste abgehakt? Warum muss er Schuldgefühle haben, als zerstöre er die Welt alleine dadurch, dass er lebt? Er konsumierte sowieso das Minimum und durch seinen Bildschirm und die Internetnutzung konnte er Menschen in Bezug auf das Thema Nachhaltigkeit inspirieren. War auch das schlecht? Die Coachin konnte dazu nicht viel sagen. Das war ihr letztes Gespräch und sie wusste, dass er auf dem Weg war. Denn nur wenn die Menschen ein Bewusstsein entwickeln, tauchen diese Fragen auf: „Was muss ich beibehalten, weil es für mich wichtig ist, und was lasse ich weg?“ Sie und Roger haben sich über Systemdenken, persönliche Werte und Gleichgewicht unterhalten. Roger nannte als Feedback, dass das, was ihn aufregte, ihn auch veranlasste, die Systeme weiter zu hinterfragen und mehrere Beiträge zu schreiben. Was folgt daraus? Mit Neugier würde er diesem Weg weiter folgen.

#### **d. Nilgün, 43, Sozialarbeiterin**

Fünf Minuten vor dem Online-Treffen setzte sich Nilgün vor den PC. Sie dachte: „Was werde ich sagen? Warum bin ich überhaupt vor dem PC, mit Menschen, die ich nicht kenne?“ Die Person, die sie eingeladen hatte, hatte ihr in den letzten Monaten mehrere Male geschrieben und sie angerufen. Sie hatte sich zunächst gefragt, ob sie die Zeit und Energie hatte, sich ein Tagebuch über nachhaltiges Leben anzuschauen. Nilgün war jedoch neugierig und sagte zu.

Es nahmen fünf Personen teil, vier sprachen ihre Muttersprache. Die Atmosphäre war angenehm. Am Anfang gab es eine Meditation. Stillsitzen? Das hatte sie seit ihrer Schulzeit nicht mehr gemacht. Auch damals war es für sie nicht einfach, in der Klasse zu sitzen und zuzuhören. Sie war ein aktives Kind, das bei jeder Gelegenheit gerne draußen war. Als diese und andere Gedanken ihr im Kopf kreisten, erzählte die Moderatorin etwas ganz anderes. Wie und wo fühlte sie den Atem? Ihr Atem war langsam, sie hörte ihren Herzschlag. Danach kam eine spannende Frage: „Wenn du Superkräfte hättest, was würdest du dir wünschen?“ Sie spürte ihr Herz wieder. Fliegen... Loslassen... Ändern... Sie war kein großer Fan ihres eigenen Lebens, das kam ihr spontan in den Sinn. Das Treffen war nicht, wie sie es sich vorgestellt hatte. Als ein anderer Teilnehmer sein Feedback über das Projekt mitteilte, hörte Nilgün zu. Er hatte „richtig coole Erfahrungen“ mit den Tagebüchern gemacht, als er damit durch den Alltag ging. Nilgün dachte, sie könnte dem Projekt eine Chance geben und sagte zu, dass sie sich mit den Tagebüchern befassen will. Die Coachin war darüber sehr glücklich. Nilgün wunderte sich, warum.

An den drauffolgenden Tagen ging sie blitzschnell durch das Tagebuch „Mobilität und Freizeit“. Sie entdeckte, dass sie schon ganz viel richtig machte. Sie war erneut motiviert, mehr zu lernen. Sie machte mit den anderen Tagebüchern weiter. Nach einer Woche war sie damit auch fertig und sie entdeckte, dass auch sie es „richtig cool“ fand, sich zu beobachten und sich mit ihren Gewohnheiten auseinanderzusetzen. Sie entschloss sich, die Tagebücher zu ihrem Frauenverein mitzunehmen. Sie könnte mit den

Vereinsmitgliedern über die Themen sprechen und ihre positiven Erfahrungen teilen. Denn sie war vielleicht kein großer Fan von großen Änderungen in ihrem Leben, aber sie konnte gerne die Aufgaben, die Meditation und das Superkraft-Spiel in ihre Moderation einbinden, um über das alltägliche Leben reflektieren zu lassen und Neugier für die Nachhaltigkeitsthemen zu wecken – darüber hinaus auch positive Gefühle.

#### **e. Renza, 78, Rentnerin**

Es war ein warmer Nachmittag im Juli. Der Schultag war gerade zu Ende gegangen und Renza freute sich, dass langsam die Kinder und Eltern zurück in die Siedlung kommen. Es gab so viel Leben auf dem Platz! Sie sah sich die Menschen an. Sie sprach mit wenigen aber hatte das Gefühl, dass alle zu ihrer großen Familie in der Nachbarschaft gehörten. Um die Ecke kamen zwei Frauen, die einen riesigen Tisch auf den Platz trugen. Sie war neugierig, da sie sie hier noch nie gesehen hatte. Die Frauen bauten einen Stand auf und begannen, mit den Passanten zu sprechen. Nicht viele waren interessiert genug, stehen zu bleiben. Eine Person rannte versehentlich in ihren Stand und sie führten ein langes Gespräch. Selbst dieser Typ ist ihr nie aufgefallen. Eine der Frauen kam zu ihr und fragte sie, ob sie Interesse hätte, an einem Projekt teilzunehmen, in dem sie etwas über Nachhaltigkeit lernen würde. Was war das? Sie hatte das Wort schon gehört, aber nie erfahren, was es bedeutete. Als die Frau ihr die Bedeutung erklärte, fragte sie sich, was für ein nachhaltiges Leben sie führen wollte. Draußen zu sein, sich als Teil des Lebens zu fühlen, wissen, dass sie nicht ausgeschlossen wird. Sie wurde gefragt, wovon sie sich mehr in der Nachbarschaft wünschen würde. Sie musste nicht lange überlegen: mehr Zusammenhalt in der Gemeinschaft. Die Menschen sollten sich mehr umeinander kümmern. Die Frau hörte ihr zu. Also blieb sie. Sie unterhielten sich über zwei Stunden lang. Sie hörte sich ihre Geschichten an: Wie sie aus Deutschland floh, um die Gemeinschaft zu finden, die sie vermisste und am anderen Ende der Welt, in Südostasien, findet. Sie liebte es, für viele Leute asiatisch zu kochen, aber sie lebte alleine. Sie teilte ihre Gedanken mit, dass die jungen Leute in der Nachbarschaft so schlau sind, aber ihre Zeit untätig verbringen, weil nicht mehr an die jungen Leute geglaubt wird. Sie glaubte an die Menschen. Also sagte sie die Teilnahme zu. Die Frau gab ihr eine Tüte mit Leckereien und Dokumenten. Sie sagte auch, dass sie sie nächste Woche anrufen würde. Renza war glücklich. Mit einer Welle positiver Energie ging sie nach Hause und schaute sich das erste Tagebuch „Konsum und Ernährung“ an. An dem Abend kochte sie zum ersten Mal seit Monaten wieder ihr Lieblingsgericht: Gemüsecurry. Sie aß es so langsam, dass es sie in Gedanken zu ihren Wanderjahren führte, die sie in Pakistan verbracht hatte. Die Projektmitarbeiterin rief in der folgenden Woche an und sie kam in den folgenden Wochen auf den Platz, um sie zu treffen. Sie unterhielten sich über Essen. Renza kaufte nichts Neues außer Essen und sprach nicht so viel, es sei denn, sie hatte das Gefühl, dass die Person sie hören wollte. Jedes Mal, wenn sie miteinander sprachen, erinnerte sie sich an neue Dinge. Dinge, die sie nicht kannte, die sie erzählen wollte. Die Monate danach drehten sich um ihren Energieverbrauch und ihre Mobilität. Weder ihre Stromrechnung noch die Heizkosten kümmerten sie sonderlich. Ihre Mobilität war bereits sehr eingeschränkt, um überall

hinzugehen, außer zum Supermarkt in der Nähe, weil sie im Rollstuhl saß. Monate vergingen, in denen sie ihre Klima-Coachin traf und mit ihr telefonierte. Als die Tage im Herbst kälter wurden, fing sie an, in das Supermarkt-Café zu gehen. Sie verbrachte ihre Tage dort und sah den Passanten zu.

Eines Tages im Winter wachte sie auf und fühlte sich nicht gut. An den meisten Tagen fiel es ihr schwer, aus dem Bett aufzustehen, aber heute war es anders. Ihr Pfleger rief einen Krankenwagen und sie fuhren ins Krankenhaus. Sie hatte hohes Fieber und man sagte ihr, sie müsse dortbleiben. Wochenlang wurden ihr keine Besucher erlaubt. Ihr fehlten die Gespräche und das Obst, wie sie ihrer Coachin am Telefon mitteilte. Sie war aufgeregt. Würde sie die Hilfe bekommen, die sie brauchte?

Als das Projekt zu Ende ging, hatte ihre Coachin sie nicht so oft angerufen. Als sie nach einem Monat anrief, blieben sie so lange am Telefon, wie sie durfte. Sie verabschiedeten sich und ihre Coachin versprach, sie mit Obst zu besuchen. Renza erinnert sich und wartet darauf, dass sie mit einem Lächeln und einem offenen Ohr kommt, bereit, ihr zuzuhören.

## **f. Sally, 35, Studentin**

Sally wachte auf. Wieder grau! Obwohl es ein sehr sonniger Oktober gewesen war, hatte sie die Sonne schon wieder vermisst. Sie war in Südafrika geboren und aufgewachsen. Für sie war dieser Morgen nichts Besonderes, außer, dass sie sich über das Wetter beschwerte und mit der Angst aufgewacht war, dass der Tag wieder schnell vorbei gehen würde, ohne dass sie sich zwischendurch mal gut fühlte. Und die Tage vergingen so schnell! Das machte sie fertig. Was wollte sie denn heute machen, damit das Gleiche nicht wieder passiert? Was hatte sie gestern gemacht?

Gestern hatte ihr eine Freundin über das Klima-Coaching Projekt erzählt. Sie hatte gedacht, warum brauche ich Coaching, um nachhaltig zu sein? Ich bin vegan, ich fahre überall Fahrrad, ich trenne meinen Müll, ich kaufe fast nichts Neues, ich beziehe Ökostrom, ich stehe für meine Gemeinschaft ein und unterstütze die Läden in meinem Kiez. Trotzdem wollte sie es ausprobieren. Das Starterpaket machte sie neugieriger.

Als sie das Paket öffnete, war das Erste, was herauskam, eine Becherlupe! Sie fragte sich, was sie zu Hause beobachten soll. Alles ist mit dem bloßen Auge sichtbar. Oder? Als sie die Pflanzen auf dem Balkon bemerkte, dachte sie: „Meine Pflanzen sehen schlapp aus.“ Sie ging näher und schaute nach. Nichts. Noch ein bisschen länger beobachten. Nichts. Ihr wurde schon langweilig, aber Moment! Irgendwas bewegte sich im Topf. Ein winziges, grünliches Insekt. Oh – so viele davon! Was ist das? Sie könnte ein Foto machen und im Internet suchen. Wo ist ihr Telefon? Sie hörte: „Lass es und guck weiter!“ Sie hatte sich an eine kluge Aussage ihrer Gärtnerfreundin erinnert: „Die Pflanzen kennen ihre Namen nicht.“ Kennen die Insekten deren Namen? Sie war so fasziniert, als sie weiter beobachtete. Es gab so viel Leben in dem Topf, was sie vorher gar nicht bemerkt hatte. Sie hat einige

Insekten in die Becherlupe gesetzt und sich näher angeschaut: sechs Beine, zwei Antenne, die Augen!

An den folgenden Tagen nahm Sally sich täglich 10-15 Minuten Zeit, um sich ihre Pflanzen und deren Insekten anzuschauen, manchmal mit der Lupe, manchmal ohne. Sie hatte immer gedacht, dass sie keinen grünen Daumen hätte. Am dritten Tag der Beobachtung hörte sie „Lern weiter!“. Sie wollte einen grünen Daumen entwickeln. Sie wollte bewusster mit Ihren Pflanzen umgehen und sie nicht einfach nur gießen. Sie lernte erst die Blattläuse kennen. Sie fand es faszinierend, dass sie mit den Ameisen befreundet sind, wie sie sich vegan mit Pflanzensäften ernähren, wie die Marienkäfer und deren Larven ohne Blattläuse nicht überleben würden. Sie lernte weiter über das Bodenleben, wie alle Lebewesen zusammen ein Nahrungsnetz bilden. Sie schrieb in das Tagebuch über das Bodenleben. Sie fand es sehr angenehm, ohne weitere Bedingungen zu schreiben, einfach und mit Freude. Am 7. Tag der Beobachtung kam ihr der Gedanke, dass das Bodenleben ähnlich wie unsere Gesellschaft war. Es war lebendig. Die Lebewesen hängen zusammen, sind miteinander verbunden. Die Gesellschaft brauchte Gesundheit und Gleichgewicht, um weiterzuleben. Plötzlich bekam sie Lust zu malen. Sie hatte eine Aufgabe im Tagebuch gesehen. Die folgenden Tage malte sie die Pflanzen, Insekten, Vögel und Bäume, die sie auf dem Balkon gesehen hatte. Als die Klima-Coachin sie bei einem Treffen nach ihrem Feedback fragte, meinte Sally: „Ich entdecke mich jeden Tag neu. Ich werde diese Becherlupe jedem mit dem Tipp schenken: „Beobachte, was du auf dem Boden vor deinen Augen hast und zeichne es, wenn du etwas Gutes für dein inneres Kind und deine Umwelt tun möchtest!“ Sally nimmt jetzt jeden Morgen als eine echte Chance wahr, den Tag und das Leben neu zu entdecken, sich bei Kleinigkeiten in das Leben zu verlieben. Sie hat ihren Neffen Becherlupen geschenkt und geht gerne mit ihnen in den Park nebenan, um dort das Bodenleben zusammen zu erforschen.

### **g. Markus, 38, Architekt**

Markus war fertig mit seiner Runde Joggen und war auf dem Weg nach Hause, als ihn jemand auf dem Falkplatz ansprach. Die Person fragte ihn, was er sich für den Kiez wünschte. Die Antwort auf genau diese Frage hatte ihn schon früher beschäftigt. Einen Dachgarten! Einen anderen, neuen Ort für den Kiez, um zusammenzukommen, Schönheit und Gemeinschaft zu schaffen, sich in das Ökosystem integriert zu fühlen. Wäre das möglich? Er wohnte erst seit einem Jahr im Kiez. Er interessierte sich dafür, neue Menschen kennenzulernen. Die Person erzählte, dass das Projekt, das gestartet wurde, den Kiezbewohner\*innen und den Kiezakteur\*innen die Möglichkeit bot, sich miteinander zu vernetzen. Würde er sich trauen, sich mit anderen Menschen nicht nur auf Deutsch zu unterhalten, sondern auch mit ihnen zusammenzuarbeiten?

Markus war alleinerziehender Vater und arbeitete selbstständig. Er hatte viele Sorgen. Sein Sohn sollte im September mit der Schule anfangen. Sein Sohn... Er erinnerte sich daran, dass er später mit seinem Sohn zum Spielplatz gehen würde. Ach, das war es! Er

wünschte sich auch saubere Spielplätze im Kiez. Die Person antwortete ihm: „Ja, wir organisieren auch Kiezputzaktionen auf Spielplätzen.“ Er war überzeugt. Zwei Monate später kam er mit seinem Sohn nach Hause und sie packten ihr Starterpaket aus, das sie gerade vom Coaching-Treffen mit nach Hause gebracht hatten. Er fand einen bunten Kalender darin. Ein Kalender im August? Er erinnerte sich daran, was einer aus dem Projektteam zu ihm gesagt hatte: „Der Kalender ist zu schön, um ihn sich nicht nur einfach anzuschauen.“ Es stimmte. Sie fanden den Monat August. Sein Sohn erkannte den Haselnussstrauch sofort! Er war stolz. Und der Ahorn? Den kannte er nicht. Markus sagte zu ihm: „Komm, lass uns rausgehen und es herausfinden!“ Vater und Sohn verbrachten den restlichen Nachmittag zusammen draußen und schauten sich Bäumen an. Sie versuchten, jeden Baum, der in dem Kalender war, zu finden. Sie haben es nicht zu 100 % geschafft, aber die Begeisterung seines Sohnes für die Bäume berührte Markus tief.

Danach nahmen Markus und sein Sohn an dem Projekt nicht länger aktiv teil. Markus hatte ein schlechtes Gewissen, aber fand er keine Zeit und Kapazität mehr dafür. Seine Coachin verstand die Lage und stellte keine weiteren Anfragen an ihn. Im Dezember war Markus daher sehr überrascht, ein Paket vom Coaching-Team zu bekommen. Darin waren eine Weihnachtskarte und ein neuer Kalender. „Dieses Mal kam der Kalender rechtzeitig“, dachte Markus und lächelte. Er zeigte den Kalender seinem Sohn, als dieser von der Schule zurückkam. In dem Kalender waren ganz viele Vögel und er fing an mit der Blaumeise. Es war ein sonniger Wintertag und Markus dachte daran, wie viel seit August passiert war. Der ganze Stress des Schulanfangs war vorbei und die beiden freuten sich über die Ferien. Markus fühlte, dass dies der richtige Moment war, wieder zusammen rauszugehen und die Bäume im Winter zu entdecken, als sie die Vögel hörten. Er schickte eine Nachricht an die Coachin, um sich bei ihr zu bedanken. Er bekam den Namen einer Vogel-App von der Coachin, damit sie die Vogelgesänge erkennen konnten. Am Wochenende waren Markus und sein Sohn auf der Suche nach Vogelgesängen. Dank der App konnten sie ganz viele Vögel erkennen: Krähen, Rotkelchen, Ringeltauben, Enten und letztendlich auch die Blaumeisen. Er hatte sich noch einmal bei der Coachin gemeldet und seine Dankbarkeit dafür zum Ausdruck gebracht, dass er sich so wertgeschätzt fühlte. „Diese Wertschätzung steht dir auch zu“ sagte die Coachin und wünschte ihm ein frohes neues Jahr, in dem er seine Träume für seine Familie und seinen Kiez verwirklichen kann. Markus antwortete ihr: „Meine Träume sind schon dahingehend wahr geworden, dass wir auch dieses Jahr gesund abschließen. Wir sehen uns vielleicht im Frühling wieder.“

#### **h. Aylin, 39, Pflegerin**

Aylin wachte auf. Sie war heute aufgeregt. Ungefähr 4 Wochen waren sie und ihre Familie krank gewesen. Heute fühlte sie sich endlich gut und war bereit, in die Woche zu starten. Sie dachte: „Ich kann sogar zum Verein gehen!“ Sie hatte gestern eine Nachricht von einer Person erhalten, die mit dem Projekt „Klima und Nachhaltigkeit im Kiez“ befasst war und mit ihr sprechen wollte. Aylin war interessiert, und als die Person in den Verein kam, konnte sie sie bei der Vorstellung des Projekts kennenlernen. Sie konnte an dem Tag die

Eltern im Verein mit Nachhaltigkeitstipps begeistern, mit denen sich Energie, Zeit und Geld sparen ließen. Aylin hatte sich damals bereit erklärt, es zu versuchen. Sie könnte weitergeben, was sie in dem Projekt gelernt hat, dachte sie. Sie war sehr spät zu dem Projekt dazugestoßen, da zwischen August und Januar so viel passiert war. Sie war jetzt bereit, etwas Neues anzufangen.

In der Nachricht stand, dass sie eine E-Mail mit einem Tagebuch bekommen würde: 21 Tage mit Aktivitäten zum Thema Konsum und Lebensmittel. Sie liebte es, zu kochen und zu essen aber nachdem die Pandemie angefangen hatte, hatte sie ihre Lust zum Einkaufen verloren. Sie druckte das Tagebuch aus und fing damit an. Die drei Wochen gingen sehr schnell vorbei, und als Ende Januar gekommen war, war sie fertig. Bei dem Gespräch mit der Klima-Coachin erläuterte sie ihre Herausforderungen und was sie aufregte: Bewusstes Essen und Atmen waren für sie sehr einfach. Andererseits war es eine Herausforderung, unverpackt einzukaufen und nur vegan zu kochen. Trotzdem wollte sie es im nächsten Ramadan umsetzen und schauen, was passieren würde. Sie war traurig, als sie las, dass sie auf ihren Briefkasten „Keine Werbung“ kleben sollte. Sie liebte es, Werbung zu lesen. Sie wusste auch, dass Menschen, die diese verteilen, davon abhängig waren. Sie kannte das von ihrem Onkel. Er war über 70 und schon in Rente, aber seine Rente musste er mit diesem Job aufbessern. Sie erzählte der Coachin davon. „Das ist kein Müll, sondern für manche der Lebensunterhalt.“ Die Coachin meinte: „Was wir als Müll bezeichnen, sind meistens wertvolle Ressourcen, die im Überfluss anfallen und deswegen Verschwendung und Verschmutzung verursachen. Wenn der Kreislauf nicht geschlossen ist, haben wir kein gesundes System.“ Die Coachin erzählte ihr von einem anderen Teilnehmer, der den Papiermüll mit Würmern kompostiert. Yeşil Çember gibt auch Biomüll-Boxen an Haushalte aus und die Coachin versprach, einige zu ihrem Verein zu bringen. Aylin fühlte sich inspiriert und bedankte sich bei ihr. Sie hätte nie gedacht, dass sie das Thema Müll inspirierend finden würde, aber warum nicht? Vielleicht ist jetzt auch die Zeit zu probieren, die gebrochenen Kreisläufe, die auf die sie aufmerksam geworden ist, zu schließen.

## **i. Andrea, 71, Sozialpädagogin**

Andrea frühstückte, als im Radio ein Beitrag über Kompostierung begann. Sie dachte, sie müsste heute in den Garten gehen und sich um ihren Kompost kümmern. Sie hatte ein volles Wochenende mit ihrer Familie gehabt, an dem sie viel gekocht hatten und daher hatte sie jede Menge Biomüll. Sie fand es frustrierend, auf den Müllplätzen in der Nachbarschaft so viel gemischten Müll zu sehen. Es war überwältigend, und sie hatte sogar versucht, mit einigen ihrer Nachbarn darüber zu sprechen. Eine Nachbarin sagte ihr, dass sie zu siebent im Haus seien und sie es einfach nicht schaffe.

Ihr Blick fiel auf den Papierstapel in der Ecke. Sie bemerkte, dass das Klima-Coaching-Tagebuch dort lag, mit dem sie diese Woche anfangen sollte. Sie fing an, es zu lesen. Es war ihr sehr wichtig, jeden Tag etwas Neues zu lernen. Die erste Aufgabe der Woche bestand

darin, jeden Bissen sehr langsam zu essen. Als sie es probierte, merkte sie, dass das Radio ablenkend wirkte, dass die Vögel sehr laut waren, dass es ihr warm war usw. Es war schwierig, achtsam zu bleiben. Sie atmete tief ein, und fing nochmal an, ganz langsam zu kauen. Statt kleiner zu werden, wurden die Müslistücke in ihrem Mund scheinbar immer größer. Sie trank einen großen Schluck Kaffee und merkte eine riesige Geschmacksexplosion in ihrem Mund. Der Kaffee war so gut! Sie dachte: „Ich kaufe ab sofort immer diesen Bio-Fairtrade-Kaffee!“ Andrea sagte bei ihrem Anfangsinterview mit der Klima-Coachin, dass sie ein nachhaltig lebender Mensch sei. Sie war sehr engagiert in ihrer Nachbarschaft. Sie findet es leicht, mit Menschen ins Gespräch zu kommen. Besonders interessant fand sie die jungen Mütter, weil sie sehr oft draußen waren. Sie fand es traurig, dass es in der Nachbarschaft keine Initiative gab, die diese jungen Frauen unterstützte, nachhaltiger für sich selbst, für ihre Kinder und für die Gemeinschaft im Allgemeinen zu sein. Sie hatte einen Kleingarten und versuchte, ihre Begeisterung dafür weiterzugeben.

Am nächsten Wochenende rief ihre Klima-Coachin an. „Wie war deine erste Woche? Was fandest du interessant? Was war für dich schwierig?“ Andrea hatte die ganze Woche probiert, achtsam zu essen, was noch eine Herausforderung war. Alles andere war für sie einfach, da sie es bereits tat. Aber diese neue Angewohnheit, absolut aufmerksam in Bezug darauf zu sein, was in ihrem Mund passiert... „Noch etwas?“ Ja, sie hatte noch eine andere Herausforderung, die sie angehen wollte. Wie könnte sie mehr Engagement in ihrer Gemeinde schaffen? Was könnte sie tun? Die Coachin meinte, dass sie gerne ihre Kontakte im Kiez an sie weitergeben würde. Agate begann, sie zu besuchen. Sie fand, dass die gleichen Themen, für die sie sich interessierte, auch wichtige Themen für die Vereine waren: Müllbeseitigung, Unterstützung für Jugendliche und Mütter. Sie fing sogar an, Lesestunden für Kinder zu halten, solange die Pandemie-Bedingungen dies erlaubten. Sie bat ihre Klima-Coachin um Buchtipps und Tipps für Aktivitäten mit Kindern in der Stadtnatur. Sie war von dem Buch „Die Kinder entdecken Natur in der Stadt“ begeistert. Sie meinte, wenn der Frühling kommt und wir wieder rauskommen und zusammen sein können, werde ich dieses Buch in meinem Lesekreis für Kinder vorlesen und zeigen. Dann gehen wir vielleicht Tiere suchen, die wir uns in der Becherlupe anschauen oder deren Spuren wir folgen. Sie lebten in der Mitte der Stadt, wo es jede Menge Beton gab. Aber sie war dankbar, dass sie die Initiativen in dem Kiez entdecken konnte. Es gab auch jede Menge sehr schöne Parks in der Nähe. Beim Abschlussinterview sagte Andrea zu der Coachin: „Was das Projekt mir beigebracht hat, ist, dass ich immer etwas Neues lernen kann, wenn ich mit Menschen zusammenarbeite. Das Beste ist, es einfach auszuprobieren!“

#### **k. Aaron, 39, IT-Leiter**

Aaron leerte seinen Briefkasten. Wie immer war er voller Werbung und Gratiszeitungen. Auf ihm klebte einen Aufkleber, auf dem stand: „Keine Werbung bitte :)“ aber es schien nicht zu funktionieren. Also warf er alles auf den Papierstapel in der Ecke. Heute gab es

auch etwas anderes, eine Postkarte, auf der stand: „Fangen Sie etwas Neues an mit Klimacoaching.“ Er fragte sich, was das sein könnte.

Er erzog seine eigene Familie zu einem nachhaltigeren Leben. Er machte sich manchmal Sorgen um seine zwei kleinen Kinder. Wie würde es ihnen in 20 Jahren gehen? Er und seine Partnerin konsumierten nicht viel und hatten Spaß daran, sparsam zu leben. Sie dachten, dass es nett wäre, etwas Neues über Nachhaltigkeit zu lernen. Zumindest für ihre Kinder. Sie buchten einen Termin mit der Betreuerin, um ihr erstes Vorstellungsgespräch zu führen. Sie fanden heraus, dass sie schon viel darüber wussten. Sie fragten die Betreuerin, was sie noch tun könnten. Zusammen fingen sie an, die Themenbereiche durchzugehen. „Gibt es irgendwelche Bereiche, die ihr schwierig findet, etwas, was nicht funktioniert?“, fragte die Betreuerin. „Beobachtet diese Woche und sagt mir bei dem nächsten Treffen Bescheid.“

Aaron hatte sich den Papierstapel kurz angesehen. Dort war das Tagebuch, das ihm die Betreuerin gegeben hatte. Als er die Aufgaben schnell durchging, las er „Klebe auf deinen Briefkasten ‚Keine Werbung:‘“ Er dachte, „ich habe das seit drei Jahren und es funktioniert nicht.“ Ihm kam eine Idee, was er der Betreuerin sagen könnte.

Die Betreuerin fand es spannend, über Müll zu sprechen. Sie fragte, ob die Familie Kompost hatte. Sie hatten einen Garten. Aaron wusste nicht, dass seine Familie sich bald vergrößern würde. Ein neues Abenteuer begann mit der Frage: „Welche Art von Kompost können wir ansetzen?“ Weil sie in einer Siedlung lebten, war die beste Option ein Wurmkompost. Das wäre super auch für die Kinder, informativ und einfach. Die Familie sagte zu und fing an, im Kiez nach einer großen Tonne zu suchen. Sperrmüll war im Kiez nicht schwierig zu finden und so kamen sie zu zwei großen Eimern. Sie bekamen Anleitungen von der Betreuerin, bestellten Kompostwürmer und legten los. Aaron und seine Partnerin kochten sehr gerne und vegetarisch, daher fiel jede Menge Biomüll an. Papiermüll hatten sie auch jede Menge, was die Würmer gerne fressen. Als die Würmer angeliefert wurden, freuten sich die Kinder am meisten. Sie fingen gleich an, mit den Würmern zu spielen. Die ganze Familie war glücklich, als die Würmer ihre Essensreste und Papierreste fraßen. Die Kinder haben für die Würmer gesungen und mit ihnen gesprochen. Sie bekamen nach drei Monaten eine gute Menge Kompost und Komposttee, die sie in ihrem Garten verwenden konnten, um die Kohlsamen einzupflanzen, die sie von ihrer Betreuerin bekommen hatten.

Aaron und seine Familie sind jetzt eine große Familie mit zwei kleinen Kindern und mehr als 1000 Würmern, mitten in der Stadt. Sie schätzen die Möglichkeit sehr, dass sie in Zusammenarbeit mit den Bodenlebewesen etwas Neues ausprobieren durften und die Kinder ihre zahlreichen Haustiere mit so viel Freude pflegen!

## 7 Anhang

### Anhang A) Links & Quellen

- Online-Workshop für gute Klimakommunikation (22.05.21), SoLocal Energy e. V. : <https://www.solocal-energy.de/klimakommunikation/>
- Webseite: <https://klima-psychologie.de>
- Online-Ideenwerkstatt Villa Fohrde (07./08.05.21): <https://www.villa-fohrde.de/seite/286900/ideenwerkstatt.html>
- [https://td-academy.org/downloads/Dokumentation tdAcademy-RL-WS.pdf](https://td-academy.org/downloads/Dokumentation%20tdAcademy-RL-WS.pdf)
- <https://enorm-magazin.de/gesellschaft/zusammenleben/klimaschutz-in-der-nachbarschaft>
- <https://stadtprojekte.org/stadtteilgeschichten/>
- Publikation „Nachhaltiger Konsum im Dialog“: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/nachhaltiger-konsum-im-dialog>
- Webseite „Bürgerbeteiligung und soziale Teilhabe für Nachhaltigen Konsum“: <https://www.bmu.de/themen/bildung-beteiligung/beteiligung/buergerbeteiligung-und-soziale-teilhabe-fuer-nachhaltigen-konsum>
- [https://www.zukunftsrat.de/fileadmin/pdf/2017-09-30 Pr%C3%A4s. HUN-ECKE.pdf](https://www.zukunftsrat.de/fileadmin/pdf/2017-09-30_Pr%C3%A4s._HUN-ECKE.pdf)
- [https://www.stroeer.de/media/02\\_downloads/03\\_nachhaltigkeit/stroeer nachhaltigkeitsstudie teaser.pdf](https://www.stroeer.de/media/02_downloads/03_nachhaltigkeit/stroeer_nachhaltigkeitsstudie_teaser.pdf)
- <https://www.klimaschutz.de/de/projekte/klimaneutral-leben-berlin-klib>

### Anhang B) Tagebuch zum Thema Ernährung & Konsum

### Anhang C) Tagebuch zum Thema Wohnen & Energie

### Anhang D) Tagebuch zum Thema Freizeit & Mobilität