

# konsens

Das Jahresmagazin von energiekonsens

## 06 HANDELN ÜBERZEUGT

Aktuelle Herausforderungen in der Klimakommunikation

## 10 GESCHICHTEN DES GELINGENS

Klimaschutzprojekte in Bremen und Bremerhaven

## 20 GEMEINSAME VERANTWORTUNG

Mitarbeitendeneinbindung für erfolgreichen betrieblichen Klimaschutz

... und weitere Artikel

„Im  
Gespräch“



**KLIMASCHUTZ**



**Herausgeber**

Bremer Energie-Konsens GmbH  
Am Wall 172 / 173  
28195 Bremen

**Redaktion**

Luise Buchenau, Jenny Blekker, Lena Gütebier, Anne-Marie Nyhuis, Phillip Petzold, Pina Pohl, Friederike Schomburg, Yannik Stern, Martin Grocholl  
(V.i.S.d.P.)

**Gestaltung**

Marta Daul

**Fotos**

Katja Thiele, S. 12–13, S. 21–23  
Michael Bahlo, S. 14  
Oliver Saul, S. 16

**Druck**

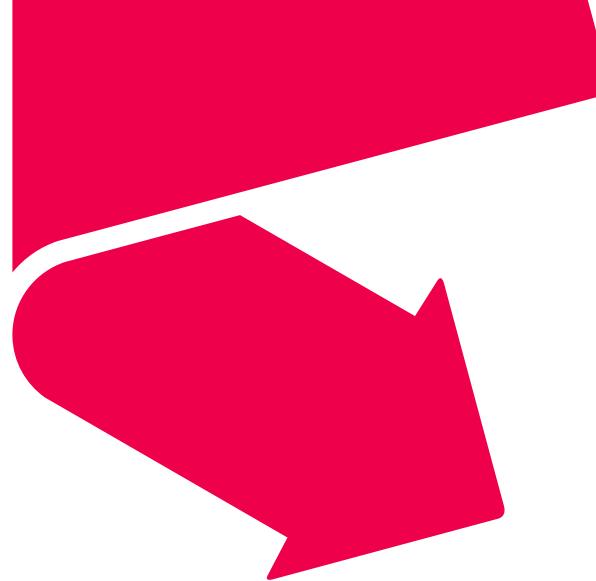
MüllerDitzten GmbH  
Auflage: 650 Stück

Alle Informationen und Zahlen wurden von uns sorgfältig geprüft.  
Wir übernehmen dennoch keine Gewähr.

Drucknummer: 0265/0925-1



/ September 2025



# IM GESPRÄCH

**Krisen, Kriege, gesellschaftliche Umbrüche: Die Welt befindet sich in einem Zustand ständiger Unsicherheit. Inmitten all dessen droht der Klimaschutz in den Hintergrund zu rücken. Dabei ist Klimaschutz kein „Zusatzthema“, sondern eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit – und gleichzeitig eine große Chance für eine lebenswerte Zukunft. Wie können wir diese Dringlichkeit weiterhin vermitteln und zum Handeln motivieren? Journalistin Sara Schurmann zeigt in ihrem Gastbeitrag auf, wie wirksame Klimakommunikation auch in Krisenzeiten gelingen kann (S. 6).**

Denn gerade in unruhigen Zeiten braucht es Orientierung, Vertrauen und klare Kommunikation. Klimaschutz beginnt nicht mit Verboten, sondern mit Gesprächen: Ehrlich, verständlich und auf Augenhöhe. Diese Gespräche führen wir intensiv und regelmäßig: Auf Messen, während Stadtteilaktionswochen (S. 16) sowie im Klima Bau Zentrum. Seit April 2025 gibt es auch in Bremerhaven eine Anlaufstelle für alle, die Orientierung im Bereich des nachhaltigen Modernisierens suchen (S. 14).

Veränderung beginnt bei Menschen, die überzeugt sind, Verantwortung übernehmen und andere mitnehmen. Es sind engagierte Einzelpersonen, Initiativen, Unternehmen und Institutionen, die Klimaschutz im Alltag greifbar machen und die große

Transformationsaufgabe vor Ort umsetzen. Im Land Bremen gibt es viele Akteure, die mit Tatkräft, Kreativität und Ausdauer neue Wege gehen. Einige dieser Menschen stellen wir Ihnen auf den Seiten 18 und 19 vor – als Beispiele für gelebten Klimaschutz und als Inspiration für das, was möglich ist, wenn wir gemeinsam anpacken.

Diese und weitere Themen erwarten Sie im konsens Jahresmagazin 2025. Wir wünschen viel Spaß beim Lesen!

Martin Grocholl,  
Geschäftsführer energiekonsens



# IM GESPRÄCH

## 03 EDITORIAL

## 06 HÄNDELN ÜBERZEUGT

Aktuelle Herausforderungen in der Klimakommunikation



## 08 KLIMA IM KOPF

Strategien für einen gesunden Umgang mit der Klimakrise



## 10 GESCHICHTEN DES GELINGENS



## 12 MIT BERATUNG MEHR KLARHEIT

Handlungsoptionen aufzeigen



## 14 LOKALE LÖSUNGEN

Unsicherheiten abbauen und Hemmschwellen überwinden



## 16 KLIMASCHUTZ IM DIALOG



## 18 BOTSCHAFTER\*INNEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ



## 20 GEMEINSAME VERANTWORTUNG

Warum Mitarbeitendeneinbindung der Schlüssel für erfolgreichen betrieblichen Klimaschutz ist



## 22 DIE MÄCHT DER BILDER



## 25 ZAHLEN UND FAKTEN

energiekonsens im Jahr 2024 – Wegweiser für Klimaschutz im Land Bremen

## 31 WOHIN FÜHRT DER WEG?

# HANDELN ÜBERZEUGT

## Aktuelle Herausforderungen in der Klimakommunikation

Gastbeitrag von Sara Schurmann



Journalistin Sara Schurmann  
empfiehlt den Fokus der  
Klimakommunikation von den  
Problemen hin zu Lösungen und  
Erfolgsgeschichten zu lenken.

**Auf Familienfeiern, in Unternehmen, in Medien und Politik:  
Mit Klimathemen durchzudringen, ist schwieriger geworden. Die Zeit der Multikrisen, in der wir leben, lässt weniger Aufmerksamkeit für die Klimakrise übrig, die Komplexität der nötigen Veränderung überfordert und ermüdet viele.**

In den vergangenen Jahren verlief die Transformation hin zu Klimaneutralität zwar nicht schnell genug, aber in vielen Bereichen und Ländern in die richtige Richtung. Aktuelle politische Entwicklungen hingegen machen wenig Mut. Donald Trump hat in den ersten Monaten seiner zweiten Amtszeit als US-Präsident Klima- und Umweltschutzgesetze massiv zurückgedreht und vielen progressiven Initiativen und Organisationen die Finanzierung entzogen. Auch in der Europäischen Union werden Regelungen aufgeweicht. Die Umsetzung des Lieferkettengesetzes wurde aufgeschoben, eine Gesetzesinitiative zum Verbot von Greenwashing von der EU-Kommission sogar zurückgezogen. Das EU-Klimaziel für 2040 bekam eine Hintertür.

Zwar gibt es immer wieder Umfragen, die belegen, dass sich weltweit eine große Mehrheit mehr Klimaschutz wünscht. Aktuelle Erhebungen zeigen aber auch: Trotz vermehrter Extremwetterereignisse nimmt die Bedeutung von Klimaschutz im Vergleich ab. Klima wird deswegen nicht unbedingt weniger wichtig, aber die Krise verliert an Priorität. Kriege, Katastrophen, Inflation und andere aktuelle Herausforderungen rücken in den Vordergrund.

Laut der im Mai 2025 veröffentlichten Ergebnisse der Umweltbewusstseinsstudie, die seit 1996 alle zwei Jahre von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt erhoben wird, hat der Schutz von Umwelt und Klima bei den meisten Menschen zwar immer noch einen hohen Stellenwert. Die Zahl derjenigen, die ihn für „sehr wichtig“ halten, ist aber auf 54 Prozent gesunken. 2020 waren es 65 Prozent, 2022 noch 57 Prozent. Die Studie Planetary Health Action Survey (PACE) unter der Leitung der Universität Erfurt untersucht regelmäßig Wissen, Einstellungen, Verhalten und Risikowahrnehmung in Bezug auf die Klimakrise. Sie hat unter anderem gezeigt, dass weniger als die Hälfte der Befragten wissen, welche aktuell diskutierten Klimaschutzmaßnahmen wirklich effizient sind – dabei ist das der Studie zufolge der wichtigste Faktor für die Frage, ob Menschen Maßnahmen zustimmen oder nicht. Das Vertrauen in die Fähigkeit, die Krise zu bewältigen, scheint zu schwinden.

Der Neurowissenschaftler und Leiter der Climate Action Unit des University College London, Kris De Meyer, hat genau dieses Problem lange untersucht. „Das Problem ist, dass die Menschen nicht das Gefühl haben, etwas bewirken zu können – sie wissen nicht, wie sie die Hindernisse überwinden können, die sie am Handeln hindern“, sagt De Meyer. Kommunikation müsse sich daher auf das Handeln konzentrieren, „weil im wirklichen Leben Handlungen viel häufiger zu Überzeugungen führen als Überzeugungen zu Handlungen“.

Im Englischen lässt sich das auf eine knackige Formel bringen: „Actions drive beliefs.“ Sie dreht die herkömmliche Annahme der Umwelt- und Klimabildung auf den Kopf, die davon ausgeht, dass Problembewusstsein zu Handeln führt (seine Ansätze führt De Meyer unter anderem in Vorträgen detaillierter aus, die auf YouTube nachzuhören sind). Für Kommunikator\*innen bedeutet dies, die Erzählung umzudrehen. Sie startet nicht mit einer Problemdarstellung, sondern mit der Erfolgsgeschichte und deren positiven Auswirkungen auf teils ganz unterschiedliche Bereiche. Das Problem wird dann später eingeflochten.

Steigt man mit dem Problem ein, läuft man Gefahr, dass das Publikum direkt wieder aussteigt. Endet man mit der Krise und den Problemen, kann das die zuvor gezeigten Lösungen überschatten und demotivieren. Falls möglich, empfiehlt es sich daher, eine kommunikative Sandwich-Technik anzuwenden: Mit dem Lösungsansatz beginnen, anschließend einen Absatz einbauen, warum dieser angesichts der Probleme relevant ist. Weiter mit Ausführungen und anschaulichen Beispielen zu Handlungsmöglichkeiten, bevor man ehrlich die Einschränkungen und Kritikpunkte bespricht und dann mit einem konstruktiven Ausblick abschließt. Wer aktivierend kommunizieren möchte, sollte den Handlungsmöglichkeiten außerdem mehr Raum einräumen: mindestens zwei Drittel Lösung, höchstens ein Drittel Problem.

De Meyer ist überzeugt: „Geschichten von Taten stärken das Gefühl der Handlungsfähigkeit, und Taten inspirieren zu weiteren Taten.“ Wer Klima- und Umweltlösungen kommuniziert, muss anderen helfen, zu verstehen, wie sie ihr Handeln verändern können – und ihnen nicht nur sagen, dass sie es tun sollen.

**Quelle:** <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2024>, <https://projekte.uni-erfurt.de/pace/>, <https://webershandwick.co.uk/news/actions-drive-beliefs-ucls-kris-de-meyer-on-the-stories-of-human-agency-that-can-beat-climate-doomism>

**Sara Schurmann** ist freie Journalistin, Autorin und Trainerin für Klimaberichterstattung. In der Vergangenheit war sie unter anderem als Redaktionsleiterin, Textchefin und Beraterin tätig, für den Tagesspiegel, Gruner+Jahr, Vice, Zeit Online, funk und den SWR. 2020 schrieb sie einen offenen Brief an die Branche, um eine Diskussion über die Klima-Berichterstattung anzustoßen; im Sommer 2021 gründete sie das Netzwerk Klimajournalismus Deutschland mit. 2022 erschien ihr erstes Buch „Klartext Klima“, im selben Jahr wählte die Jury des Medium Magazins sie zur Wissenschaftsjournalistin des Jahres.

# KLIMA IM KOPF

## Strategien für einen gesunden Umgang mit der Klimakrise

Hochwasser, Stürme, Dürren, Hitze – die Schreckensnachrichten rund um die Klimakrise nehmen nicht ab. Diese Bedrohung macht nicht nur etwas mit unserer physischen Umwelt, sondern auch mit unserem Inneren. Sie löst oft Emotionen wie Wut, Angst, Trauer und Frustration aus. Viele fühlen sich überwältigt, überfordert und hilflos. Diese Gefühle erhöhen das Stressniveau und können langfristig die mentale Gesundheit beeinträchtigen. Doch es gibt Strategien, um der Belastung etwas entgegenzusetzen.

Jeder Mensch reagiert unterschiedlich auf negative Nachrichten. Um mit der Belastung der Klimakrise umzugehen, entwickeln Menschen häufig unbewusste Bewältigungsmechanismen: Manche verdrängen die Problematik, verleugnen sie oder geben ganz auf, weil sie denken, es sei ohnehin zu spät noch etwas zu verändern. Andere hingegen stürzen sich in Aktionismus, ohne dabei auf das eigene Wohlbefinden zu achten. Es ist wichtig, Strategien zu finden, die einen gesunden Umgang mit der Klimakrise ermöglichen, ohne auszubrennen oder Gefühle zu verdrängen. Indem Gefühle anerkannt und bewusst verarbeitet werden, kann die innere Widerstandskraft gestärkt werden, um mutig und hoffnungsvoll an Lösungen für eine nachhaltige Zukunft zu arbeiten.

### Der erste Schritt ist Akzeptanz

Am Anfang steht immer die Akzeptanz: Die Klimakrise ist Realität, sie beeinflusst schon heute das Leben auf der Erde und wird es in Zukunft noch mehr tun. Diese unangenehme Wahrheit zu akzeptieren kann sehr befreiend sein: Es muss keine Energie mehr verwendet werden, um Dinge schönzureden oder zu verdrängen. Stattdessen kann aktiv Verantwortung übernommen werden. Gleichzeitig kann die Akzeptanz der Klimakrise aber auch schmerhaft sein und eine ganze Reihe von Emotionen auslösen.

### Es ist okay, dass die Klimakrise Gefühle auslöst

Gefühle haben eine wichtige Funktion: Sie sind Signale, die auf etwas aufmerksam machen und vor potenziellen Gefahren warnen. Sie sollten deswegen nicht unterdrückt, sondern wahrgenommen werden. Es lohnt sich, einen freundlichen Umgang mit ihnen zu üben und die Emotionen dabei nicht zu bewerten. Atemübungen, Zeit in der Natur und Bewegung können dabei unterstützen, die eigenen Gefühle besser zu regulieren.

Oft weisen Gefühle auf eine akute Situation hin, die man selbst verändern kann. Die Klimakrise hingegen ist eine globale Problematik, die von niemandem allein gelöst werden kann und der man sich

nicht vollständig entziehen kann. Umso wichtiger ist es, einen achtsamen Umgang mit ihr zu üben.

### Aktiv gegen Hilflosigkeit: kleine Schritte und Gemeinschaft

Gegen das Gefühl der Hilflosigkeit kann es hilfreich sein, aktiv zu werden und sich für den Klimaschutz einzusetzen. Es ist jedoch wichtig, den eigenen Einflussbereich zu erkennen und realistische Ziele zu setzen. Kleine Schritte sind oft am erfolgreichsten, insbesondere wenn sie mit den eigenen Stärken verbunden sind. Dabei sollte aber darauf geachtet werden, persönliche Grenzen zu wahren. Es ist hilfreich, realistische Erwartungen zu haben und liebevoll mit sich selbst umzugehen, anstatt Perfektion anzustreben.

Besonders erfüllend kann es sein, wenn man sich mit Gleichgesinnten zusammenschließt und im Gespräch mit Menschen im eigenen Umfeld zu erfahren, wie sie die Klimakrise wahrnehmen und gemeinsam nach Lösungen zu suchen. Möglichkeiten zum Engagement und Austausch finden sich auf der Klimaschutzkarte, die auf Seite 10 verlinkt ist.

### Sich selbst nicht vergessen

Wer sich im Klimaschutz engagiert, läuft Gefahr, durch Aktionismus oder Überforderung auszubrennen. Um sich langfristig einzubringen, ist es deshalb sehr wichtig, auf sich selbst zu achten. Das bedeutet zum Beispiel, dass man bewusst Nachrichten konsumiert, anstatt sich ständig mit Informationen überfluten zu lassen. Das bekannte Sprichwort „You cannot pour from an empty cup“ erinnert daran, dass die eigenen Grundbedürfnisse immer Priorität haben sollten. Trotz des Engagements für den Klimaschutz sollten zum Beispiel Hobbies, Freund\*innen und Familie stets einen festen Platz im Leben haben.

### Positiv bleiben trotz Klimakrise

In der Klimakrise fällt es oft leichter, den Blick auf negative Aspekte zu richten. Dieser Effekt wird durch das Negativitäts-Bias verstärkt, das besagt, dass Menschen stärker auf negative Informationen und Erlebnisse reagieren als auf positive. Es ist jedoch wichtig zu erkennen, dass nicht alles, was man denkt, der Wahrheit entspricht. Eine hilfreiche Methode ist es, die eigenen Gedanken aufzuschreiben, um einen klareren Überblick zu gewinnen und sich nicht in negativen Gedankenspiralen zu verlieren. Das bewusste Wahrnehmen der eigenen Gedanken kann dabei helfen, Abstand zu ihnen zu gewinnen. Zudem kann es nützlich sein, alternative, positive Gedanken zu formulieren und den Fokus entsprechend zu verschieben. Anstelle von „Ich allein kann doch eh nichts gegen den Klimawandel tun“ könnte man beispielsweise sagen: „Es gibt viele Menschen, die Verantwortung übernehmen, und ich möchte einer von ihnen sein.“

Was tun, wenn einen die drohende Klimakrise emotional belastet? Gemeinschaft und Austausch ist eine von mehreren Umgangsstrategien.



In Bremen und Bremerhaven tut sich viel beim Klimaschutz. Immer mehr Menschen engagieren sich aktiv und schaffen dabei Orte und Initiativen, die beispielhaft zeigen, wie nachhaltiges Handeln in der Praxis aussehen kann. Ob in Gemeinschaftsgärten, bei nachhaltigen Einkaufsmöglichkeiten oder in den Wohnquartieren - im Land Bremen wird Klimaschutz tagtäglich gelebt und erlebbar gemacht.

Die Klimakrise ist komplex und allein nicht zu lösen. Das hemmt viele Menschen, sich für Klimaschutz einzusetzen. Umso wichtiger ist es, Geschichten des Gelungens zu erzählen und positiven Beispielen eine Bühne zu geben. Sie zeigen, dass Veränderung möglich ist und laden zum Mitmachen oder Nachahmen ein.



Im Zuge der Klimaschutzkampagne #senkmit als „Senkmal“ ausgezeichnet: Engagierte Projekte und Klimaorte in Bremen und Bremerhaven.

### Klimaschutz-Werkstatt in Bremerhaven

Die Klimaschutz-Werkstatt ist ein Projekt der Förderwerk Bremerhaven GmbH, das in Zusammenarbeit mit arbeitslosen Menschen und Menschen mit psychischen Erkrankungen für Klimaschutz im Alltag und Nachhaltigkeit sensibilisieren möchte, u.a. mit Angeboten wie Upcycling-Projekten, einem Tauschladen oder kostenlosem E-Lastenräder-Verleih. Ziel ist es, aufzuzeigen, wie durch Wieder- und Weiterverwendung wertvolle Ressourcen eingespart, autofreie Mobilität in der Stadt gefördert und das eigene Konsumverhalten durch Tauschbörsen überdacht werden kann.



### Überseeinsel Bremen

Die Überseeinsel in Bremen ist ein zukunftsweisendes Stadtentwicklungsprojekt mit dem Ziel, Klimaschutz und urbane Transformation konkret umzusetzen. Auf dem ehemaligen Kellogg-Gelände entsteht ein innovatives Quartier, das auf nachhaltige Energieversorgung setzt. Herzstück ist ein klimafreundliches Versorgungssystem, das weitgehend ohne fossile Energien auskommt. Wärme und Kälte werden überwiegend aus der Weser gewonnen – effizient und emissionsarm. Ergänzt wird das System durch erneuerbaren Strom und intelligente Speicherlösungen. So wird lokal erzeugte Energie bestmöglich genutzt. Die Überseeinsel zeigt, wie nachhaltiges Bauen, Leben und Wirtschaften gelingen kann.

### Mehr entdecken

Das *konsens* Jahresmagazin kann nur einen Bruchteil der Klimaschutzzorte im Land Bremen vorstellen. Viele weitere Projekte, die sich über Mitstreiter\*innen freuen, finden sich hier:



# GESCHICHTEN DES GELINGENS





Handlungsoptionen aufzeigen

# MIT BERATUNG ZU MEHR KLARHEIT

---

Wie kann das Dachgeschoss bestmöglich gedämmt werden? Die Antworten können je nach Haus variieren. Mit seinen geförderten Angeboten bietet energiekonsens individuelle und neutrale Beratung.

**Fast 40 Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen entfallen in Deutschland auf die Wärmeversorgung. Wer das Klima schützen will, muss also die Wärme wende vorantreiben - im Eigenheim ebenso wie im Gewerbebetrieb. Doch herrscht gerade bei diesem Thema viel Unsicherheit angesichts hoher Investitionen, neuer Technologien und einer komplexen Förderlandschaft. Klimakommunikation ist darum entscheidend, um verständliche Informationen bereitzustellen und konkrete Handlungsoptionen aufzuzeigen. Darum verbinden die passgenauen Beratungsangebote für Private und Unternehmen von energiekonsens individuelle Ansprache und konkrete Lösungswege.**

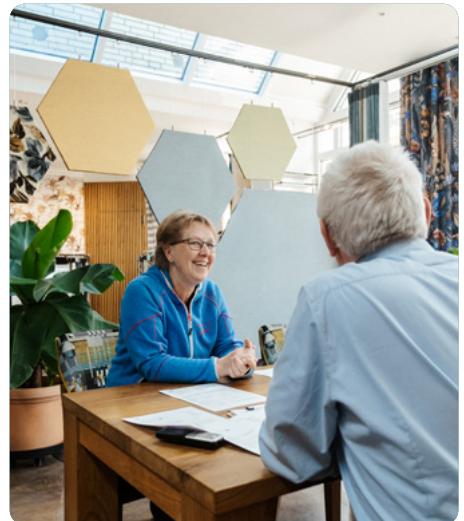


Seit 2024 erhalten Hauseigentümer\*innen mit der Wärmepumpenvisite eine fundierte Einschätzung, welche Wärmepumpe sich am besten eignet, wo sie aufgestellt werden kann und wie sie ausgelegt sein sollte. Auch das Thema Förderung ist Teil der unabhängigen Beratung, die praxisnah und verständlich vor Ort durchgeführt wird. „Die Wärmepumpenvisite wird dankbar angenommen“, sagt Heinfried Becker, zuständiger Projektleiter bei energiekonsens. „Wir haben schon 270 Beratungen durchgeführt. Das zeigt, dass der Bedarf an Informationen sowie die Bereitschaft zu handeln definitiv vorhanden sind. Das Angebot baut viele Unsicherheiten ab, die in den vergangenen Jahren zum großen Teil unnötig erzeugt wurden, und erleichtert die Umstellung auf eine klimafreundliche und effiziente Heiztechnik.“

Eine weitere Anlaufstelle für Hauseigentümer\*innen sind die Sanierungsloten Andreas Merck, Fabian Rauscher und Knut Fuge. In Blumenthal, Borgfeld sowie Klein-Mexiko und umzu stehen sie als Ansprechpartner zu allen Fragen rund um die energetische Sanierung zur Verfügung – von der Heizungsmodernisierung über Dämmung bis zu Photovoltaik. Sie kommen auf Wunsch auch nach Hause und gehen auf individuelle Situationen ein.

„Die Entscheidung für eine neue Heizung oder eine Sanierung fällt leichter, wenn jemand neutral berät und konkrete Lösungen vorschlägt“, sagt Sanierungsloten Andreas Merck. „Beim Heizen gibt es heute unterschiedliche klimafreundliche Optionen, die effizient und zukunftssicher sind. Unser Ziel ist es, diese verständlich und ohne Verkaufsinteresse zu erklären und passende Wege aufzuzeigen.“

Auch für kleine und mittlere Unternehmen spielt das Thema Wärme eine große und stetig wachsende Rolle; denn der steigende CO<sub>2</sub>-Preis wirkt sich auf die Erzeugungskosten für die Prozesswärme, Heizsysteme und Warmwasserbereitung aus. Die energievisite:heizung von energiekonsens bietet hier gezielte Unterstützung bei der Umstellung von fossilen Energieträgern auf klimafreundliche und effiziente Alternativen. Dafür analysieren unabhängige Fachleute vor Ort die Verbrauchssituation, identifizieren Einsparpotenziale und zeigen, welche Maßnahmen sich wirtschaftlich lohnen.



Auch Unternehmen wie Raumausstattung Peters können von den kostenfreien Beratungsangeboten der Klimaschutzagentur profitieren.

„Viele Betriebe wissen, dass sie bei der Energienutzung weg von Öl und Gas müssen, aber es fehlt an Klarheit über die nächsten Schritte“, erklärt Marcel Johannsen, Projektmanager im Team Unternehmen bei energiekonsens. „Wie bei vielen anderen Prozessen wird Strom auch bei der Wärmeversorgung in den Betrieben an Bedeutung gewinnen. Wer sich frühzeitig damit auseinandersetzt, kann sich Kapazitäten für die Umsetzung sichern, die angesichts der zu erwartenden Konkurrenzsituation knapp und teuer werden können.“

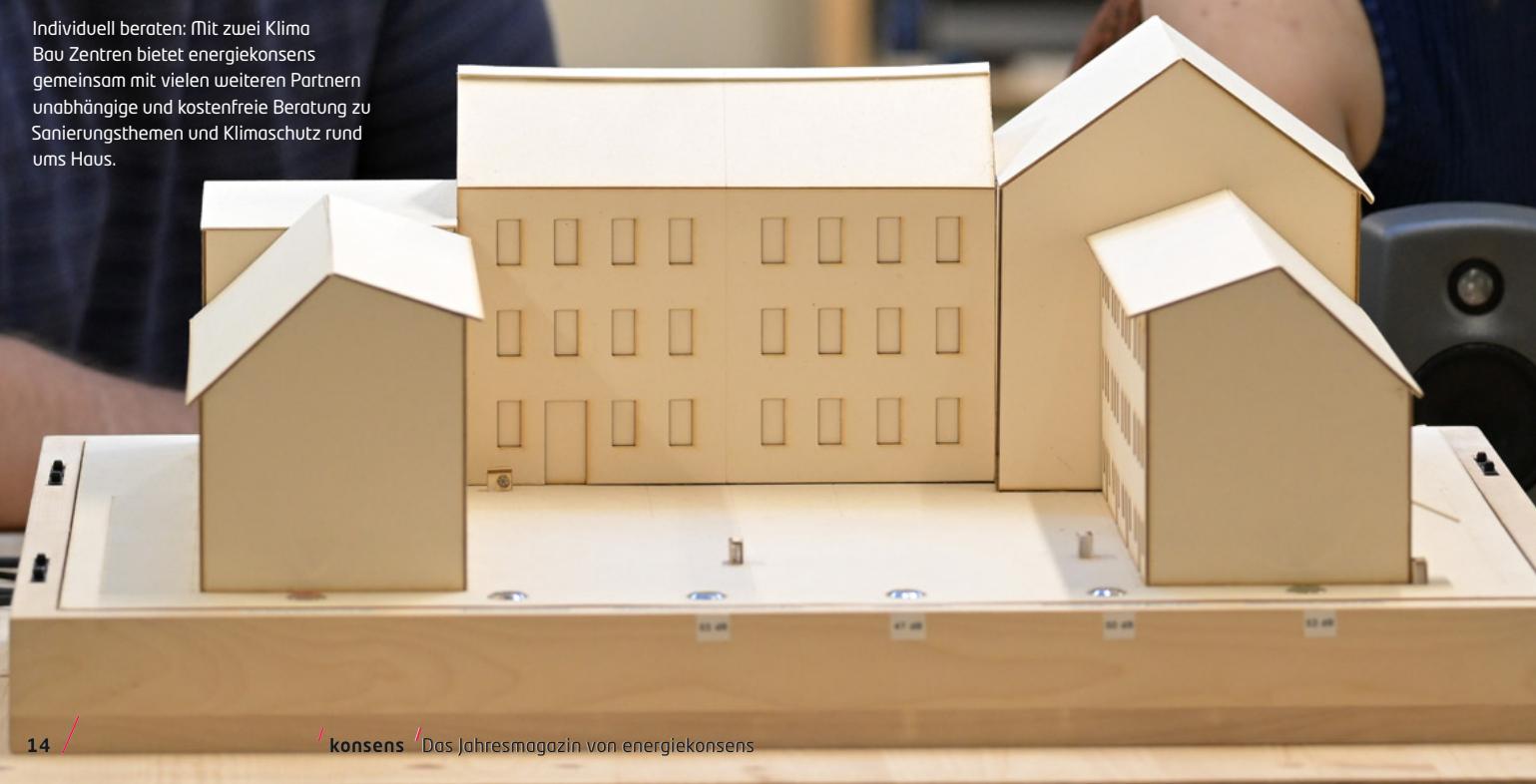
Doch sind Unternehmen nicht nur Zielgruppe von Klimakommunikation, sondern auch relevante Absender. „Wenn Betriebe transparent handeln, prägen sie nicht nur das gesellschaftliche Verständnis von Klimaschutz, sondern stärken gleich auf mehreren Ebenen ihre Zukunftsfähigkeit: Sie profitieren langfristig finanziell durch die Maßnahmen und durch ein positives Image bei der Kundengewinnung sowie beim Recruiting“, so Johannsen.

Die Stärke all dieser Beratungsangebote liegt in ihrer Kombination aus technischer Expertise und wirksamer Klimakommunikation. Sie nehmen Sorgen ernst, vermitteln Wissen und übersetzen abstrakte Klimaziele in nachvollziehbare Entscheidungen. So wird aus Klimapolitik konkretes Handeln – in Eigenheimen, Bürogebäuden und Werkhallen.

# LOKALE LÖSUNGEN

Unsicherheiten abbauen und Hemmschwellen überwinden

Individuell beraten: Mit zwei Klima  
Bau Zentren bietet energiekonsens  
gemeinsam mit vielen weiteren Partnern  
unabhängige und kostenfreie Beratung zu  
Sanierungsthemen und Klimaschutz rund  
ums Haus.



**Mitten in den Innenstädten von Bremen und Bremerhaven, nur wenige Schritte von den Haupteinkaufsstraßen entfernt, bieten die Klima Bau Zentren von energiekonsens unabhängige und anschauliche Beratung rund um Klimaschutz, Energieeffizienz und energetische Sanierung. In den Orten mit bundesweiter Strahlkraft erhalten Hausbesitzer\*innen, Fachleute aus der Praxis sowie alle anderen Interessierten kostenlos Orientierung und können an einer Vielzahl von Veranstaltungen teilnehmen.**

„Viele Menschen wissen einfach nicht, wo sie anfangen sollen, und die Unsicherheit ist besonders groß, wenn es um Heizung, Dämmung oder die Wirtschaftlichkeit von Investitionen geht“, sagt Christian Ehlers vom 2025 in Bremerhaven errichteten Klima Bau Zentrum.

In beiden Klima Bau Zentren geht es neben der Beratung auch um das praktische Erfahren: In der Ausstellung können Besucher\*innen verschiedene Dämm-Materialien befühlen, begutachten und vergleichen – samt Musterdach und Kabeldurchführungen. Auch Wärmepumpen, Photovoltaik- und Solarthermieanlagen stehen im Mittelpunkt. „Wir wollen Technologien greifbar machen, damit sie ihren Schrecken verlieren“, so Ehlers. „Das baut Hemmschwellen ab.“ Und genau das gelingt: Viele Besucher\*innen kommen mit vagen Vermutungen – und gehen mit klaren nächsten Schritten.

So wie Peter Abramjuk in Bremen: „Wir wohnen in einem Altbremer Haus, das nicht groß saniert wurde und dachten mit unserem Halbwissen, eine Wärmepumpe lohnt sich bestimmt nicht. Dann haben wir aber gesehen, dass unsere Nachbarn sich diese Geräte einbauen lassen“, berichtet der Bremer. „Wir wollen das jetzt auch machen, weil Gas immer teurer wird und weil keiner weiß, wie lange es die Förderung noch gibt.“

Berater Harald Klussmeier erläuterte ihm im Klima Bau Zentrum, welche Möglichkeiten er hat und welches die nächsten sinnvollen Schritte sind. „Wenn einem das jemand erklärt, hilft das ein großes Stück weiter“, so Abramjuk. Jetzt will er Angebote von umsetzenden Betrieben einholen und vor der Entscheidung nochmal wiederkommen.

„Das Klima Bau Zentrum gibt den Menschen Sicherheit bei Entscheidungen, die oft mit vielen Fragen rund um die eigenen vier Wände verbunden sind“, so

Kathrin Moosdorf, Senatorin für Umwelt, Klima und Wissenschaft, deren Haus die beiden Klima Bau Zentren fördert. „Wie eine Sanierung oder der Umstieg auf eine neue Heiztechnik gelingen kann, bewegt viele Menschen. Umso wichtiger ist eine ehrliche, verständliche Beratung auf Augenhöhe. Im Klima Bau Zentrum bekommen die Menschen Antworten auf ihre Fragen. Die Ausstellung macht Klimaschutz im eigenen Zuhause greifbar, und bei den Veranstaltungen trifft man nicht nur Expert\*innen, sondern auch Menschen in ähnlicher Situation – das gibt Sicherheit und Rückenwind,“ betont die Senatorin.

Ehlers weiß, dass diese Wege ganz unterschiedlich sind: „Es muss nicht gleich die energetisch perfekte Vollsanierung sein. Ich bin auch großer Fan von den niedrig hängenden Früchten – etwa einfach mal den Mut haben, den Stecker zu ziehen.“ Nicht genutzte Geräte vom Netz zu nehmen, sei schnell gemacht und spare übers Jahr gesehen schon einiges an Energie. Wichtig sei vor allem, dass die Menschen anfangen: „Hauptsache, man kommt ins Tun – perfekt wird's später.“



Weitere Informationen, alle Veranstaltungstermine sowie die Möglichkeit, individuelle Beratungstermine zu buchen, gibt es auf der Webseite [klimabauzentrum.de](http://klimabauzentrum.de)

### Klima Bau Zentrum

**Standort Bremen:**

Knochenhauer Straße 9, 28195 Bremen

**Standort Bremerhaven:**

Theodor-Heuss-Platz 1-3, 27568 Bremerhaven



---

Auf Messen, Stadtteilfesten und Aktionswochen ist die Klimaschutzagentur energiekonsens regelmäßig präsent, um direkt mit Bürger\*innen ins Gespräch zu kommen.

# KLIMASCHUTZ IM DIALOG

**Als gemeinnützige Klimaschutzagentur für Bremen und Bremerhaven verfolgt energiekonsens das Ziel, Klimaschutz ganz konkret in den Alltag der Menschen zu bringen. Denn nachhaltige Veränderung gelingt nur, wenn möglichst viele mitwirken. Dafür braucht es nicht nur gute Konzepte, sondern vor allem eine Kommunikation, die Menschen erreicht und verbindet. Deshalb spielt der persönliche Dialog eine zentrale Rolle in der Kommunikationsarbeit von energiekonsens.**

Ob auf Messen, Stadtteilfesten oder im Rahmen thematischer Aktionswochen – energiekonsens sucht regelmäßig das Gespräch mit Bürger\*innen im Land Bremen. Denn Klimaschutz beginnt mit einem Dialog: sei es auf einem Stadtteilfest in Gröpelingen, bei den Bremer Altbautagen oder während der Wärmepumpen-Aktionswochen in den Bremer Stadtteilen. An Infoständen beantworten Expert\*innen Fragen, geben praxisnahe Tipps und informieren zu Themen wie energieeffiziente Sanierung, Fördermöglichkeiten oder klimafreundlichem Verhalten im Alltag. Dabei geht es nicht nur um die reine Wissensvermittlung. Entscheidend ist, zuzuhören, Bedürfnisse zu erkennen und Menschen zu motivieren, sich aktiv einzubringen.

### Klimakommunikation als Brücke zwischen Wissen und Handeln

Die regelmäßige Teilnahme an öffentlichen Veranstaltungen ist ein fester Bestandteil der Kommunikationsstrategie von energiekonsens. Dabei steht nicht allein die Weitergabe von Informationen im Vordergrund. Vielmehr sollen Zugänge geschaffen werden, die den Einstieg ins Thema erleichtern. Ziel ist es, Klimaschutz als ein machbares, alltagsnahes Thema sichtbar zu machen – unabhängig vom Vorwissen oder Alter der angesprochenen Personen.

„Es zeigt sich immer wieder, dass ein persönliches Gespräch den entscheidenden Unterschied machen kann“, erklärt Laura Blode, Teamleiterin Veranstaltungsmanagement bei energiekonsens. „Gerade im direkten Kontakt lassen sich Hemmschwellen abbauen, und aus einem vagen Interesse entsteht nicht selten ein konkreter Plan.“

### Beteiligung stärken mit einfachen Mitteln

Interaktive Formate wie das CO<sub>2</sub>-Quiz oder gezielte Beratungsangebote ermöglichen einen unkomplizierten Einstieg und machen das Thema greifbar. Die Infostände von energiekonsens sind bewusst so gestaltet, dass sie Neugier wecken und gleichzeitig fundiertes Wissen vermitteln. Auf diese Weise lassen sich unterschiedliche Zielgruppen ansprechen – auch jene, die bisher wenig Berührungen mit dem Thema hatten.

### Gemeinsam im Stadtteil, gemeinsam fürs Klima

Gleichzeitig sind Veranstaltungen eine wertvolle Gelegenheit zur lokalen Vernetzung. In Zusammenarbeit mit Stadtteilbeiräten, Schulen, Handwerksbetrieben und zivilgesellschaftlichen Initiativen entsteht ein stabiles Netzwerk, das den Klimaschutz dauerhaft in den Quartieren verankert. Der persönliche Austausch liefert zudem wichtige Rückmeldungen: Welche Themen beschäftigen die Menschen? Wo bestehen Unsicherheiten? Welche Formate kommen gut an? Solche Impulse fließen direkt in die Weiterentwicklung der Angebote von energiekonsens ein.

### Miteinander reden, gemeinsam handeln

Der persönliche Dialog bleibt auch in Zukunft ein zentrales Element der Klimaschutzarbeit von energiekonsens. Gerade in Zeiten vielfältiger gesellschaftlicher Herausforderungen ist es entscheidend, Menschen mitzunehmen, verständlich zu informieren und zum Mitgestalten zu ermutigen. Im Jahr 2026 wird energiekonsens diesen Ansatz weiter ausbauen – mit vielfältigen Beratungsangeboten, lokalen Netzwerken und verstärkter Präsenz in den Stadtteilen. Ziel ist es, Klimaschutz noch stärker im Alltag zu verankern und gemeinsam mit den Menschen vor Ort tragfähige Wege in eine klimafreundliche Zukunft zu entwickeln.



# BOTSCHAFTER\*INNEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Veränderung geht von Menschen aus, die überzeugt handeln, Verantwortung übernehmen und andere für gemeinsame Ziele gewinnen. Im Land Bremen gibt es zahlreiche Menschen, die mit Engagement, Ideenreichtum und Ausdauer neue Lösungswege erproben. In Unternehmen, Institutionen oder der eigenen Nachbarschaft: Die „Botschafter\*innen“ wirken als Multiplikator\*innen für innovative Ideen und leisten einen wichtigen Beitrag für den Klimaschutz im Land Bremen.



## Familienbetrieb mit Zukunft

**Martina Komöß**, Geschäftsführerin in dritter Generation bei Raumausstattung Peters:

„Wir wollten wissen, wo wir konkret ansetzen können, was Energieeffizienzmaßnahmen angeht – nicht nur aus Kostengründen, sondern auch, weil uns Nachhaltigkeit am Herzen liegt. Als Familienbetrieb kümmern wir uns damit auch um Generationengerechtigkeit. Wir wollen unseren Nachfolger\*innen ja einen langfristig gesunden Betrieb und ein möglichst gesundes Klima hinterlassen.“

## Sonnenenergie als Familientradition

„Mein Vater hat als Vorgänger in unserem Familienbetrieb bereits 1990 das Potenzial von erneuerbaren Energien erkannt und mit seinem Bruder in die erste kommerziell betriebene 150 kW-Windkraftanlage im Lande Bremen investiert. Seit 2012 betreiben wir insgesamt drei PV-Anlagen mit einer Gesamtleistung von 244 kWp. Heute freuen wir uns doppelt, wenn die Sonne scheint; einmal wegen des schönen Wetters und außerdem, weil die Photovoltaikanlagen auf unseren Firmendächern so viel Strom produzieren, dass wir in den Sommermonaten fast unabhängig vom Anbieternetz agieren.“

**Felix Huth**, Geschäftsführer bei Huth Metall und Zaunbau in Bremerhaven





### Klimaschutz beginnt im Arbeitsalltag

„Gerade auch beim Thema Klimaschutz ist es uns als Bildungsträger und mir ganz persönlich besonders wichtig, dass wir nicht belehrend, sondern vielmehr aktivierend wirken. Deshalb setzen wir in der Aus- und Fortbildung auf motivierende Impulse, die jede\*r Beschäftigte im eigenen Arbeitsfeld umsetzen kann – auch in allgemein verwaltenden Tätigkeiten. Hier helfen auch kleinere Beiträge, das Bewusstsein für Klimaschutz und Nachhaltigkeit zu stärken und multiplizierend weiterzutragen.“

**Katja Lessing**, Leiterin des Aus- und Fortbildungszentrum für den bremischen öffentlichen Dienst (AFZ) und Direktorin der Verwaltungsschule Bremen



### Gemeinsam transformieren

**Philipp Metz**, Gründungsmitglied von Verein und Genossenschaft „ErdwärmelDich“

„Die Transformation der Wärmeversorgung rückt näher und viele fragen sich: Wie heizen wir in Zukunft? Wir haben zunächst den gemeinnützigen Verein „ErdwärmelDich e.V.“ und dann für die Umsetzung unserer Projekte die Genossenschaft „ErdwärmelDich Anergienetze eG“ gegründet, um diese Frage gemeinsam selbst in die Hand zu nehmen. Als Genossenschaft planen wir kalte Wärmenetze (Anergienetze) und zeigen gemeinsam, wie die Wärmewende für alle bezahlbar und zukunftssicher gelingen kann.“

# GEMEINSAME VERANTWORTUNG

## Warum Mitarbeitendeinbindung der Schlüssel für erfolgreichen betrieblichen Klimaschutz ist

Klimaschutz in Institutionen und Unternehmen ist mehr als die Summe technischer Maßnahmen. Er lebt von den Menschen, die ihn mittragen – und genau darin liegt eine entscheidende Stellschraube für seine Wirksamkeit: die aktive Einbindung der Mitarbeitenden. Wenn Veränderung nachhaltig wirken soll, braucht sie Beteiligung, Identifikation und Vielfalt. Nur so kann sie zum Teil der Betriebskultur werden.

### Technische Maßnahmen allein reichen nicht

In vielen Institutionen und Betrieben wurden in den vergangenen Jahren bereits erhebliche Fortschritte bei der technischen Optimierung von Anlagen, Beleuchtung, Heizung und IT-Infrastruktur erzielt. Doch trotz moderner Technik bleibt das Einsparpotenzial oft hinter den Erwartungen zurück. Ein Grund: Die alltägliche Nutzung, das Verhalten der Mitarbeitenden und ihre Bereitschaft, sich auf neue Routinen einzulassen, entscheiden mit darüber, ob Maßnahmen wirklich greifen – oder versanden.

oder zur Organisation des innerbetrieblichen Verkehrs – große Wirkung entfalten, wenn sie ernst genommen werden.

Mitarbeitende sind Expert\*innen ihres eigenen Arbeitsplatzes. Ihre Einbindung ist kein Nice-to-have, sondern ein entscheidender Beitrag zur Realisierbarkeit und Wirksamkeit von Maßnahmen.

### Klimaschutz als geteilte Praxis

Wenn Klimaschutz als Querschnittsaufgabe verstanden wird, kann er nicht allein in der Verantwortung der Nachhaltigkeitsbeauftragten liegen. Nur wenn Menschen aus allen Abteilungen und Arbeitsbereichen eingebunden werden, entsteht eine geteilte Praxis: ein Alltag, in dem klimafreundliches Handeln selbstverständlich wird. Häufig wissen die Mitarbeitenden bei energiekonsens am besten, welche Potenziale es in ihren Bereichen gibt, aber auch welche Hürden auftreten können.

### Beteiligung organisieren - Formate schaffen

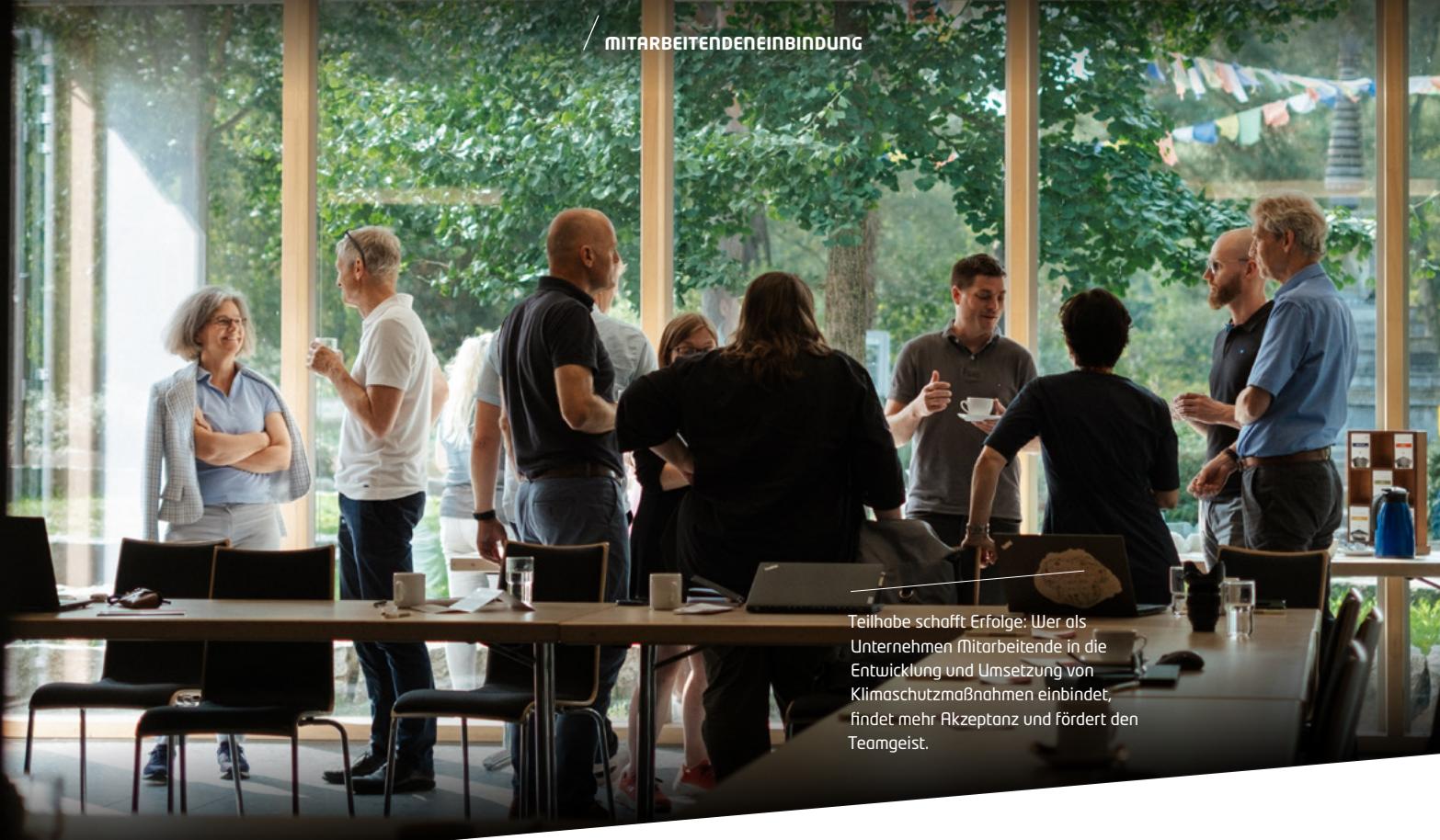
Ob in Workshops, internen Schulungen oder durch thematische Arbeitsgruppen: Formate zur Mitarbeitendeinbindung entfalten dann ihre Wirkung, wenn sie auf echte Teilhabe setzen. Das bedeutet nicht nur Informationsvermittlung, sondern Raum für Diskussion, Reflexion und Mitgestaltung. Niedrigschwellige Beteiligungsformate ermöglichen eine breite Beteiligung unter den Mitarbeitenden. Wichtig ist dabei: Beteiligung braucht Verbindlichkeit. Wenn Ideen eingebracht werden, muss auch klar sein, wie mit ihnen umgegangen wird.

### Vielfalt nutzen: Perspektiven zusammenbringen

Menschen bringen ihre Erfahrungen, Werte und Routinen mit an ihren Arbeitsplatz. Wer die Vielfalt dieser Perspektiven systematisch einbindet, erkennt früh, wo Maßnahmen auf Widerstände stoßen – und wo Chancen liegen. Eine Lüftungsregelung, die auf dem Papier effizient ist, kann in der Praxis scheitern, wenn sie Arbeitsabläufe erschwert. Ebenso können kleine Hinweise aus dem Team – etwa zur Standby-Nutzung von Geräten

### Verhalten verändern - ohne Zeigefinger

Automatisch voreingestellter doppelseitiger Druck, sichtbar platzierte Fahrradabstellplätze oder Feedback zu Stromverbräuchen sind einfache, aber wirksame Mittel, um neue Gewohnheiten zu fördern. Solche kleinen Anstöße werden auch „Nudges“ genannt. Projektleiterin Astrid Stehmeier betreute bis vor kurzem das NKI-Projekt „Green Nudging“ und berichtet von den Projektinhalten, die nach wie vor häufig angefragt werden: „Was Green Nudging so erfolgreich gemacht hat, war unser Vertrauen in die Veränderungsbereitschaft der



Teilhabe schafft Erfolge: Wer als Unternehmen Mitarbeitende in die Entwicklung und Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen einbindet, findet mehr Akzeptanz und fördert den Teamgeist.



## Workshop in der Kunsthalle Bremen

Für öffentliche Institutionen bietet energiekonsens den Workshop „Klimaschutz im Arbeitsalltag“ an, bei dem sich Mitarbeitende gemeinsam aktiv mit dem Thema Klimaschutz auseinanderzusetzen. Dieser Workshop wurde im März 2025 zwei Mal in der Kunsthalle mit jeweils über 20 Mitarbeitenden durchgeführt. Neben Wissenvorträgen erarbeiteten die Mitarbeiterinnen in kleinen Gruppen vielfältige Ideen für mehr Klimaschutz: Von optimierter Koordination bei Kurierreisen, über die Verwendung

dung ökologischer Wandfarbe in den Ausstellungsräumen, der Einrichtung einer neuen Rubrik „Kunsthalle Bremen nachhaltig“ auf der Homepage bis hin zu Sensibilisierungsgesprächen mit Künstler\*innen über die Verwendung von nachhaltigen Materialien. Diese vorgeschlagenen Maßnahmen wurden dann im Plenum priorisiert und gemeinsam überlegt, wie die Ideen in konkrete Umsetzungsmaßnahmen überführt werden können.

„Die gelungene Mischung aus Wissens-Input und kreativer Team-Arbeit hat uns viele neue Ideen gebracht, die uns in der Menge selbst überrascht haben. Das wird nachwirken - in der Kunsthalle und auch für jede\*n privat. Ich bin mir sicher, dass wir einiges davon umsetzen werden“, so Berit Krumbein, Mitglied der AG Klimaschutz der Kunsthalle.

Mitarbeitenden. Die kleinen Impulse, die wir gemeinsam im Alltag verankert haben, entfalten dort ihre größte Wirkung wo Menschen täglich entscheiden, handeln und gestalten. Das Projekt hat eindrucksvoll gezeigt, wie viel wir bewegen können, wenn wir Veränderung nicht ordnen, sondern gemeinsam entwickeln.“

## Nachhaltigkeit braucht Sichtbarkeit und Rückkopplung

Ein oft unterschätzter Faktor: der Umgang mit Zwischenergebnissen. Wo Mitarbeitende sehen, dass ihr Engagement wirkt – sei es durch eingesparte Energie, geänderte Abläufe oder neue Standards – steigt die Motivation. Sichtbarkeit erzeugt Stolz und regt zur Nachahmung an. Ebenso wichtig ist, dass Rückmeldungen ernst genommen und regelmäßig eingeholt werden. Mitarbeitendeinbindung ist kein Projekt mit klarer Deadline, sondern ein fortlaufender Prozess.

## Fazit: Beteiligung ist der Erfolgsfaktor

Technische Lösungen sind wichtig – aber sie entfalten ihre volle Wirkung erst im Zusammenspiel mit den Menschen, die sie nutzen. Mitarbeitendeinbindung bedeutet nicht nur Information, sondern aktive Teilhabe, vielfältige Perspektiven und soziale Dynamik. Wer es schafft, die Belegschaft als Mitgestaltende des betrieblichen Klimaschutzes zu gewinnen, legt das Fundament für nachhaltigen Erfolg – organisatorisch, kulturell und klimapolitisch.

Die Klimakrise wird von Bildern begleitet. Sie begegnen uns in Nachrichtensendungen, auf Plakatwänden oder in den sozialen Medien. Oft bilden sie Katastrophen ab: Waldbrände, Überschwemmungen, ein einsamer Eisbär auf einer immer kleiner werdenden Eisscholle. Diese Bilder lösen Emotionen in uns aus, stärker als Texte es können. Und sie transportieren viele Signale, die je nach Empfänger\*in unterschiedlich aufgenommen werden können. Mit der Nutzung starker Bilder geht also auch eine große Verantwortung einher. Die Klimaschutzagentur energiekonsens stützt sich bei ihrer Kommunikation auf Erkenntnisse aus der Wissenschaft, um dieser Verantwortung gerecht zu werden.

# DIE MACHT DER BILDER

Eine Forschungsgruppe um Julia Metag untersuchte 2016 die Wirkung von Bildsprache in der Berichterstattung über die Klimakrise. Teilnehmer\*innen der Studie sortierten Bilder nach zwei Kategorien. In der ersten Kategorie wurde abgefragt, welche Bilder den Klimawandel als wichtiges Thema einordnen. Hier sortierten die Teilnehmenden hauptsächlich Bilder ein, welche die Gefahren der Klimakrise darstellten, wie Fotos von Klimakatastrophen oder dem Artensterben. In der zweiten Kategorie wurde erfragt, welche Fotos die Teilnehmenden zum Handeln motivieren. Dort wurden Aufnahmen von Klimaschutzmaßnahmen eingesortiert, beispielsweise Fotos von Photovoltaikanlagen oder Windparks. Auch Bilder von Klimawandelursachen, wie zum Beispiel Staus oder Fleischverzehr wurden als motivierend eingestuft.

Die Forschungsgruppe kam deshalb zu dem Schluss, dass Bilder von Klimawandelfolgen zwar die Relevanz des Themas unterstreichen, aber wenig zum eigenständigen Handeln anregen. Fotodokumentationen von Klimakatastrophen lassen die Betrachter\*innen eher mit Gefühlen der Hilflosigkeit zurück. Auf der anderen Seite stehen Bilder, die Lösungen zeigen. Diese motivieren zur Selbstwirksamkeit. Doch auch hier gibt es eine Problematik: Da diese Bilder keine Gefahren zeigen, bilden sie die Dringlichkeit der Klimakrise nicht ab.

Für Jenny Blekker, Pressesprecherin von energiekonsens, heißt das: „Klimakommunikation braucht mehr als Katastrophenbilder – wir müssen auch Lösungen sichtbar machen. Die Kunst besteht darin, sowohl die Dringlichkeit deutlich zu machen, ohne dabei zu lähmeln, als auch einen Rahmen für Identifikation und Inspiration zu schaffen.“ Doch wie kann das konkret aussehen?

**1. Echte Menschen zeigen:** Geschichten aus der eigenen Stadt oder der Nachbarschaft motivieren am meisten. Ob die Schulleitung mit ambitionierten Klimazielen, die Nachbarin mit der neuen Photovoltaikanlage oder der Energieberater aus dem Stadtteil: Sie alle sind wirksame Botschafter\*innen für lokale Lösungen.

**2. Positiv bleiben:** Die Klimaschutzkampagne #senkmit – weniger CO<sub>2</sub>, mehr Zukunft von energiekonsens war drei Jahre im Land Bremen präsent. Die Kampagne hatte eine durchweg positive Tonalität, bunte Plakate zierten Bushaltestellen und motivierten zum Klimaschutz. Und die Zahlen sprechen für sich: Rund tausend Menschen aus dem Land Bremen nahmen in diesem Zeitraum an #senkmit-Klimaschutzveranstaltungen teil.

**3. Neue Bilder entwickeln:** Um wirksamen Klimaschutz umzusetzen, dürfen nicht nur wiederkehrende Katastrophenszenarios gezeigt werden. Im Gegenteil: Um Menschen zu motivieren, braucht es Visionen von einer klimaneutralen Zukunft, für die sich alle Anstrengungen lohnen. Mit der Installation „Moin 2038“ erzählt energiekonsens Geschichten aus dem klimaneutralen Bremen und Bremerhaven. Beim Zuhören entstehen neue Bilder im Kopf. So wird eine klimaneutrale Zukunft vorstellbar. Ein erster Schritt, damit sie zur Realität werden kann.

---

**Quelle:** Metag, J., Schäfer, M. S., Füchslin, T., Barsuhn, T., & Kleinen-von Königsłow, K. (2016). Perceptions of Climate Change Imagery: Evoked Salience and Self-Efficacy in Germany, Switzerland, and Austria. *Science Communication*, 38(2), 197–227.





---

Wie kann die Zukunft aussehen?  
Die Installation „Moin 2038“  
zeigt positive Visionen eines  
neutralen Landes Bremen statt  
Schreckensszenarien der Klimakrise.

Gemeinsam für mehr Klimaschutz

# FÖRDERVEREIN UNTERSTÜTZT ANGEBOTE

Klimaschutz ist eine zentrale Aufgabe und braucht neben guten Ideen und positiver Kommunikation auch finanzielle Unterstützung, um Projekte, Beratungsangebote und Veranstaltungen zu realisieren. Das wissen auch die Mitglieder des „Fördervereins der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens e.V.“ Seit 2017 unterstützen sie ausgewählte Vorhaben und leisten so einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung konkreter Maßnahmen der Klimaschutzagentur. Inzwischen engagieren sich 14 Unternehmen und Institutionen aus Bremen und Bremerhaven im Förderverein – gemeinsam setzen sie sich dafür ein, den Wandel hin zu einer nachhaltigeren Zukunft in der Region aktiv mitzugestalten.

Auf den Altbautagen 2025 hat der „Förderverein der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens e.V.“ wiederholt die Sonderausstellung ermöglicht, in diesem Jahr erneut zum wirkungsvollen Thema „Clever dämmen“. Dank der finanziellen Unterstützung des Fördervereins konnten die Besucher\*innen der größten Baumesse Nordwestdeutschlands an Vorträgen zu innovativen Dämmmaßnahmen und Förderungen teilnehmen, unterschiedliche Dämmmaterialien unter die Lupe nehmen und sich vor Ort von Expert\*innen beraten lassen. Des Weiteren unterstützt der Förderverein zwei Projekte in der Klimabildung:

**klima:kita** ist ein Pilotprojekt, bei dem zwei Kitas auf dem Weg zur Klimaneutralität begleitet werden. Die Kitas ermitteln ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, entwickeln einen eigenen Klimaschutzplan und setzen konkrete Klimaschutzmaßnahmen um. Das Projekt setzt auf eine partizipative Herangehensweise: Kita-Leitung, Erzieher\*innen, Kinder, Eltern und das Personal im Gebäudemanagement und der Verpflegung bringen sich aktiv in den Prozess ein. Mit Blick auf bewährte Ansätze knüpft klima:kita an das Projekt ener:kita an, erweitert die Handlungsfelder und entwickelt diese weiter.

Mitglieder des Fördervereins:



# **ENERGIEKONSENS**

# **ZAHLEN UND FAKTEN**

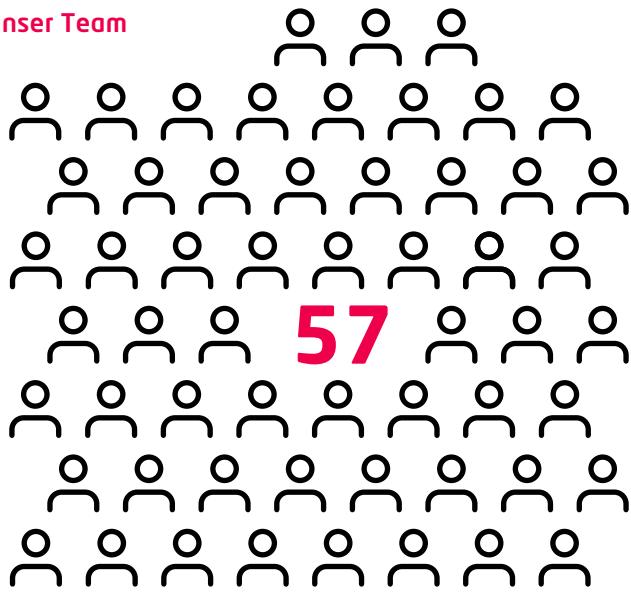
## **2024**

\*Stand 30.06.2025, die Angaben zu unseren Geschäfts- und Beratungszahlen, Veröffentlichungen und Veranstaltungen sowie den CO<sub>2</sub>-Einsparungen in unseren Projekten beziehen sich auf den Zeitraum Januar bis Dezember 2024.

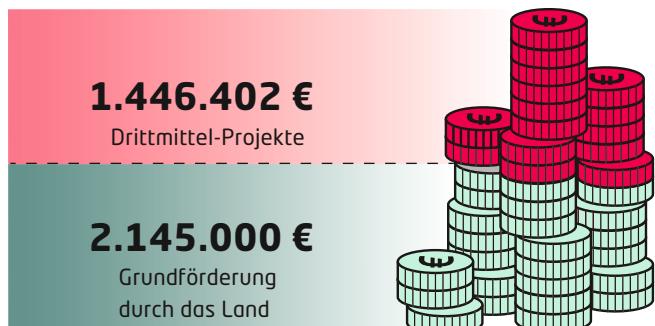
# energiekonsens

## Wegweiser für Klimaschutz im Land Bremen

### Unser Team



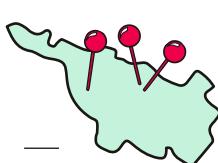
### Geschäftszahlen 2024 (Stand: 31.12.2024)



### Unternehmen

#### Bremen

Am Wall 172/173  
Knochenhauerstraße 9  
Liegnitzstraße 26

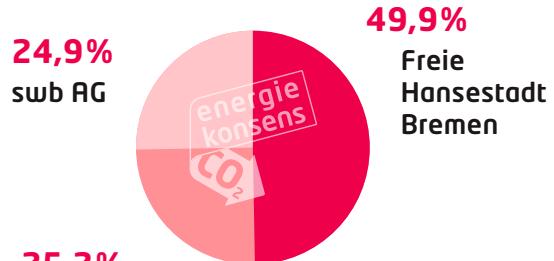


#### Bremerhaven

Deichstraße 23a  
Theodor-Heuss-Platz 1-3



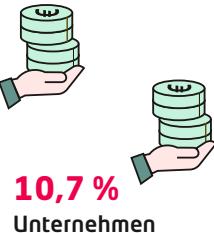
### Gesellschafteranteile



### Tochterunternehmen



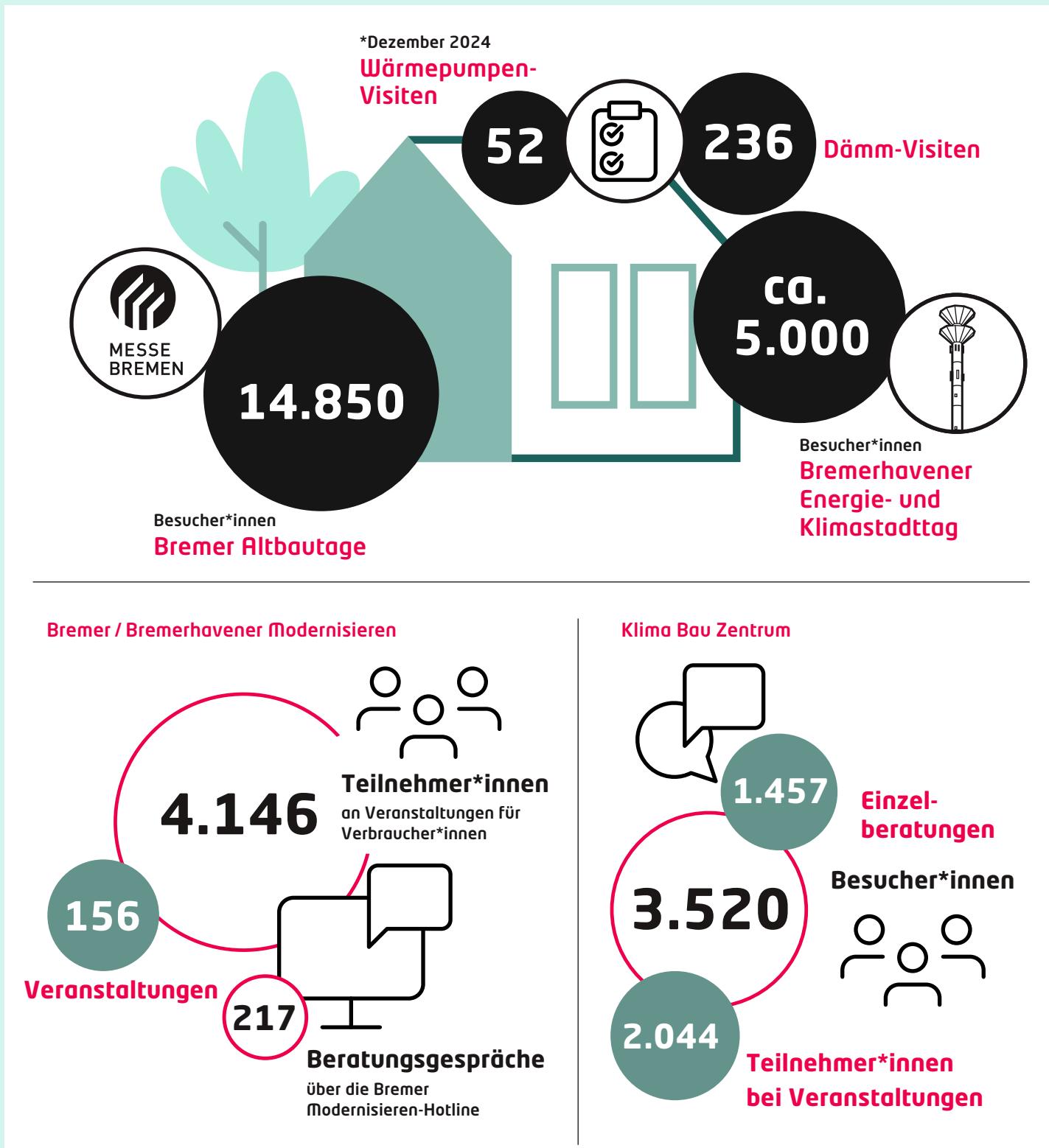
### Projektvolumen



AUSGEZEICHNET  
FAMILIEN  
FREUNDLICH  
UNTERNEHMEN IM LAND BREMEN

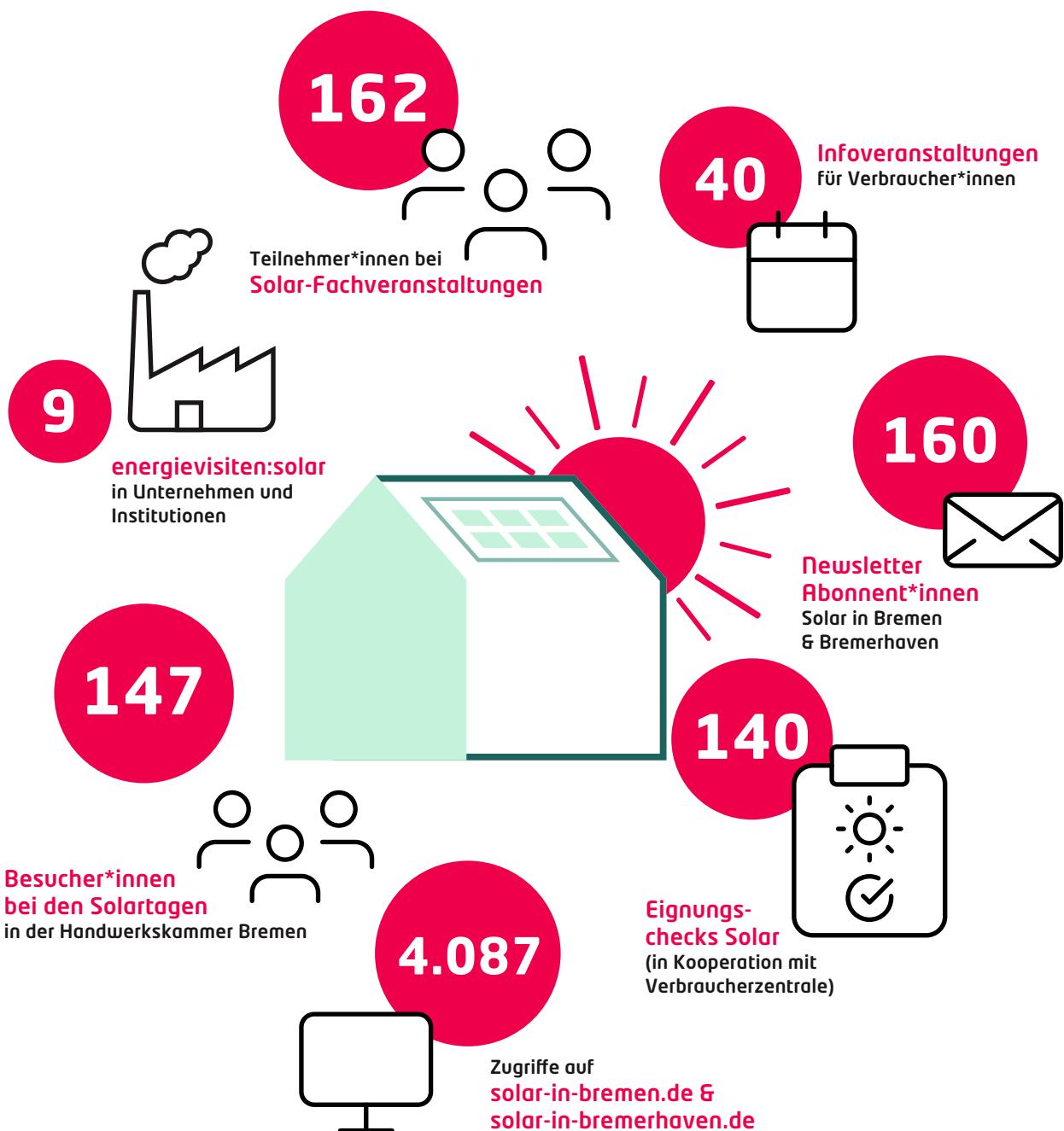
Zahlen und Fakten

# WÄRMEWENDE 2024



## Zahlen und Fakten

# SOLARENERGIE 2024



## Zahlen und Fakten

## INFORMATION 2024

## Öffentlichkeitsarbeit

**441****Erwähnungen in Presse- und Fachmedien**

## Social Media Follower\*innen

**1.687****1.015****175****1.173**

## Newsletter Abonnent\*innen

**1.770****Newsletter energiekonsens****160****Solar in Bremen & Bremerhaven****1.150****Newsletter für Unternehmen****280****Klima Bau Zentrum**

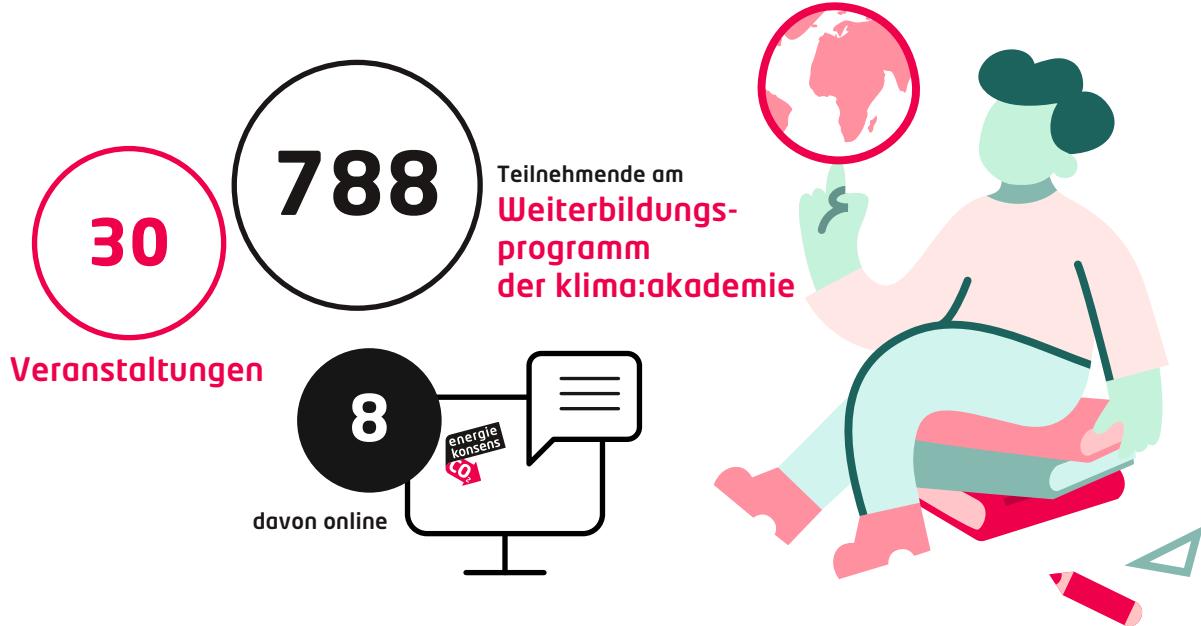
## Kampagne #senkmit

**Senkmal-Karte mit 48 Klimaschutzorten****699.090 Personen über Social Media erreicht****#senkmit-Wanderausstellung an 6 Orten****Moin 2038: 5 Zukunftsgeschichten**

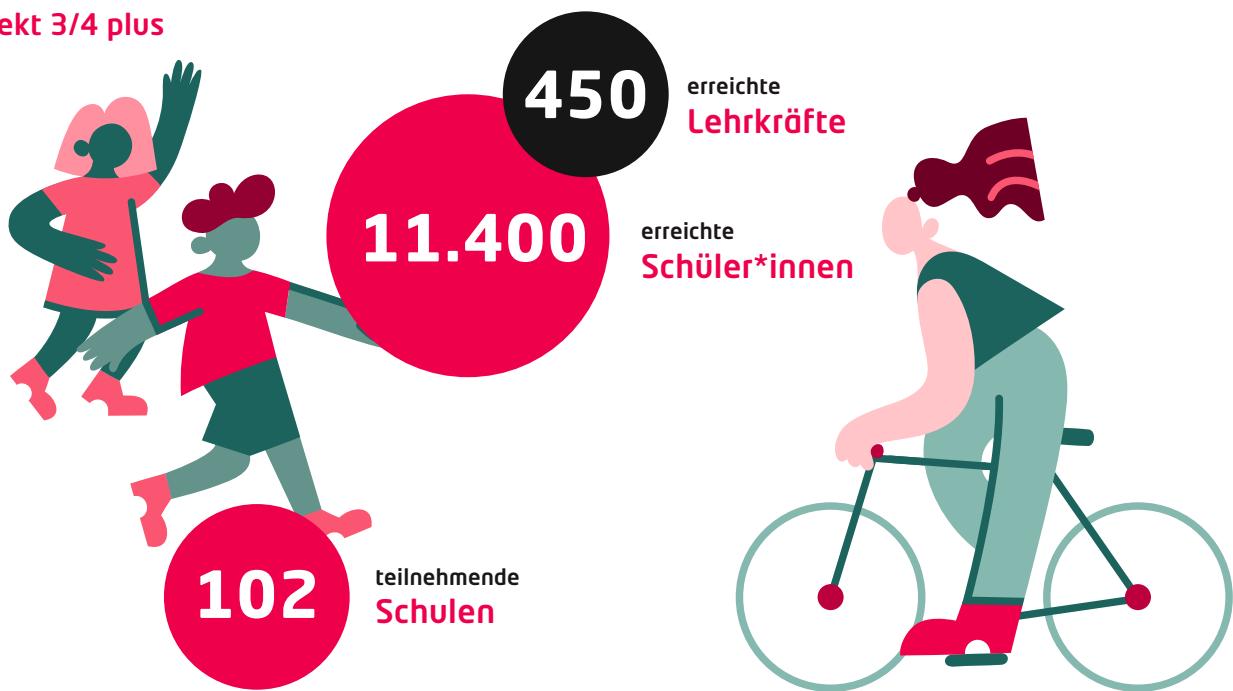
## Zahlen und Fakten

# KLIMABILDUNG 2024

### klima:akademie / Fachveranstaltungen



### Projekt 3/4 plus





# WOHIN FÜHRT DER WEG?

Zu einer lebenswerten Zukunft im Einklang mit unserem Planeten! Diese Vision werden wir auch 2026 teilen, um Menschen für mehr Klimaschutz zu begeistern und zu motivieren - mit Informationen, Veranstaltungen und Beratungen vor Ort im Quartier, im Unternehmen und dort, wo sich Menschen aufhalten. Denn wir sind überzeugt, dass Klimaneutralität weniger Verzicht, sondern vor allem ein Mehr für Bremen und Bremerhaven bedeutet. Zu sehr liegt der Fokus aktueller gesellschaftlicher Klimakommunikation auf den drohenden Auswirkungen der Klimakrise - zwar zutreffend, aber oftmals in ihrer Wirkung lähmend. Die Herausforderungen bleiben natürlich immens - vor allem im Bereich der Wärmewende - aber ebenso groß sind das gesellschaftliche Engagement, die positiven Beispiele sowie die Strahlkraft von Klimaschutz-Leuchttürmen aus dem Land Bremen. „Mit Handlungen überzeugen“ - Diesem Prinzip folgend, wollen wir im kommenden Jahr berichten, erzählen, informieren und ins Gespräch kommen.

## 2026

KLIMA BAU  
ZENTREN

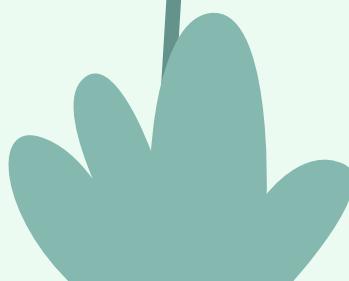
BREMER  
ALTBAUTAGE

KLIMAQUARTIER  
GRÖPELINGEN

ENERGIE- UND  
KLIMASTADTTAG

MEHR EFFIZIENZ FÜR  
BREMER UNTERNEHMEN

SANIERUNGSLOTSEN



---

**energiekonsens - Klimaschutzagentur  
für Bremen und Bremerhaven**

Am Wall 172/173  
28195 Bremen  
0421-37 66 71 0  
[energiekonsens.de](http://energiekonsens.de)