

Erlangens Stimmen zum Klima-Aufbruch

Leben in Erlangen 2023

erlangen.de/statistik

Statistik aktuell
06/2024



**Klima
Aufbruch
Erlangen**

Impressum

Herausgeber

Stadt Erlangen
Bürgermeister- und Presseamt
Sachgebiet Statistik und Stadtforschung
Schuhstr. 11
91054 Erlangen

Kontakt

Telefon: 09131 86-2563
E-Mail: statistik@stadt.erlangen.de
www.erlangen.de/statistik

Bildnachweis

© Stadt Erlangen Pressestelle

Erscheinungsdatum

November 2024

Inhaltsverzeichnis

1. Der Klima-Aufbruch in Erlangen	4
2. Bekanntheit des Klima-Aufbruchs	5
3. Klimaschutz im privaten Umfeld	10
4. Angst vor Folgen des Klimawandels	13
5. Nachhaltige Mobilität	20
6. Städtische Ausgaben für Klimaschutz	24
7. Wirksamkeit des Klima-Aufbruchs	27
Abbildungsverzeichnis	32
Tabellenverzeichnis	33
Literaturverzeichnis	34
Anhang	35

Leben in Erlangen 2023

Erlangens Stimmen zum Klima-Aufbruch

1. Der Klima-Aufbruch in Erlangen

Während in der ganzen Welt immer öfter Schäden durch den Klimawandel entstehen, lassen auch in Erlangen die Auswirkungen inzwischen nicht mehr auf sich warten. Klimatische Veränderungen und deren Folgen sind schon jetzt auch in Erlangen in Form von schwankenden Wetterverhältnissen und zunehmenden Extremwetterereignissen zu spüren.

Um sich einerseits an die veränderten klimatischen Bedingungen anzupassen, andererseits weiteres Vorantreiben der Klimaerwärmung zu reduzieren, hat die Stadt Erlangen im Jahr 2019 den Klimanotstand ausgerufen. Dieser wurde in einem partizipativen Prozess mit Bürger*innen sowie ortsansässigen Unternehmen im Jahr 2022 im Rahmen des **Fahrplans Klima-Aufbruch** konkret ausgearbeitet. Im Klima-Aufbruch sind 41 Maßnahmen zusammengefasst, mit denen Erlangen bis 2030 klimaneutral werden möchte.

Der Klima-Aufbruch ist dabei der Beitrag der Stadt Erlangen zur gesamtgesellschaftlichen Aufgabe, mit dem Klimawandel umzugehen. Dazu braucht es neben der Unterstützung der Wirtschaft auch die Unterstützung jeder einzelnen Bürgerin und jedes einzelnen Bürgers. Im Fahrplan Klima-Aufbruch finden sich deshalb einige Maßnahmen, die nur mit ihrer Mithilfe realisierbar sind. Dafür, aber auch für das städtische Handeln in diesem Bereich, braucht es die Unterstützung der Bevölkerung. Einerseits für die konkrete Umsetzung von Veränderungen im Handeln, andererseits für die demokratische Legitimation der strukturellen Maßnahmen.

In diesem Bericht soll daher die Meinung der Erlanger*innen zum Thema Klima-Aufbruch untersucht werden. Dazu wurden in der Bürgerbefragung im Jahr 2023 mehrere Fragen zum Thema Klima-Aufbruch gestellt. Für die Befragung wurden in einem Zufallsverfahren 4000 Bürger*innen ausgewählt und angeschrieben. 1490 der angeschriebenen Personen teilten schließlich ihre Meinungen zu ver-

Fahrplan Klima-Aufbruch

Der Fahrplan Klima-Aufbruch mit all seinen Maßnahmen ist einzusehen unter <https://erlangen.de/aktuelles/klima-aufbruch>

schiedenen Themen rund um die Stadt Erlangen mit. In der Veröffentlichungsreihe **Statistik aktuell** wurde bereits eine grundlegende Auswertung über alle Fragen hinweg veröffentlicht.

Zudem wurden bereits in der Bürgerbefragung 2020 Fragen zum Klimawandel allgemein und zum Klimanotstand gestellt. Für eine umfassendere Betrachtung werden auch Daten aus dieser Befragung herangezogen. Auch diese Befragung erlaubt, aufgrund der zufälligen Stichprobe und der großen Anzahl an Befragten, Schlüsse über die gesamte volljährige Hauptwohnbevölkerung Erlangens.

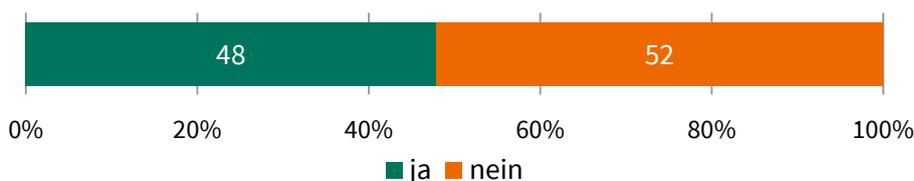
Zunächst wird auf die Bekanntheit des Klimawandels eingegangen. Anschließend wird mit Daten der Bürgerbefragung 2020 die Einschätzung der Befragten zu privaten Maßnahmen des Klimaschutzes und deren Angst vor Klimafolgen betrachtet. Danach werden Fragen zur nachhaltigen Fortbewegung untersucht. Insbesondere aufgrund des geplanten Baus der **Stadt-Umland-Bahn** und der Haushaltslage für das Jahr 2025 sind städtische Finanzen ein wichtiges Thema für den Klima-Aufbruch. Daher werden die Einschätzungen der Bürger*innen zu Ausgaben für ökologische Nachhaltigkeit in den Blick genommen, bevor die Meinung der Befragten zur Wirksamkeit des Klima-Aufbruchs dargestellt wird.

Am Anfang jedes Kapitels werden die thematisch betroffenen Maßnahmen aus dem Fahrplan des Klima-Aufbruchs ausgewiesen. Am Ende jedes Kapitels gibt es zudem Empfehlungen, wie mit den Ergebnissen umgegangen werden könnte.

2. Bekanntheit des Klima-aufbruchs

Die Bürgerbefragung fand im Herbst 2023 statt, somit gut ein Jahr nach dem Erarbeitungsprozess zum Fahrplan Klima-Aufbruch. Angegeben haben 48 Prozent der Erlanger*innen, dass sie bereits vom Klima-Aufbruch gehört haben (siehe Abbildung 1). Jedoch ist die Bekanntheit nicht in allen Bevölkerungsgruppen gleich verteilt. Im Folgenden werden die wichtigsten Einflüsse auf die Kenntnis des Klima-Aufbruchs dargestellt.

Abbildung 1: Bekanntheit des Klima-Aufbruchs (in Prozent)



Statistik aktuell

Das Sachgebiet für Statistik und Stadtforschung der Stadt Erlangen veröffentlicht in dieser Reihe regelmäßig Berichte. In der Ausgabe 01/2024 sind die Ergebnisse der Bürgerbefragung zusammengefasst. Einzusehen sind die Ausgaben unter www.erlangen.de/statistik

Stadt-Umland-Bahn (StUB)

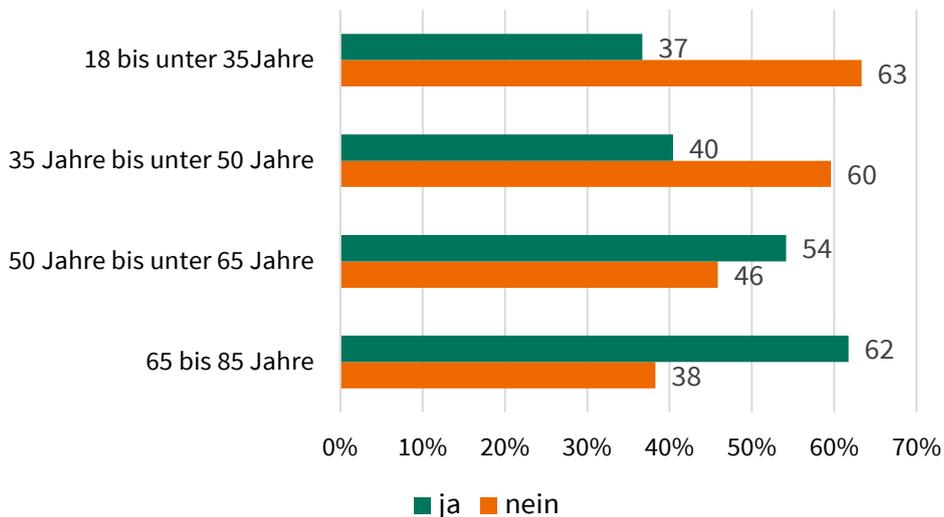
Die StUB ist ein Straßenbahn Projekt, das den Norden Nürnbergs, Erlangen und Herzogenaurach verknüpfen soll. Die Erlanger Bevölkerung entschied sich in einem Bürgerentscheid am 9. Juni 2024 für den Bau nach derzeitigem Planungsstand.

Klima-Aufbruch Maßnahme:

S 10 Verstärkung und Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit

Während es keinen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern gibt, ist ein Zusammenhang zum Alter der Befragten festzustellen: Wie Abbildung 2 zeigt, wissen ältere Bürger*innen häufiger über den Klima-Aufbruch Bescheid als jüngere.

Abbildung 2: Bekanntheit des Klima-Aufbruchs nach Alter (in Prozent)

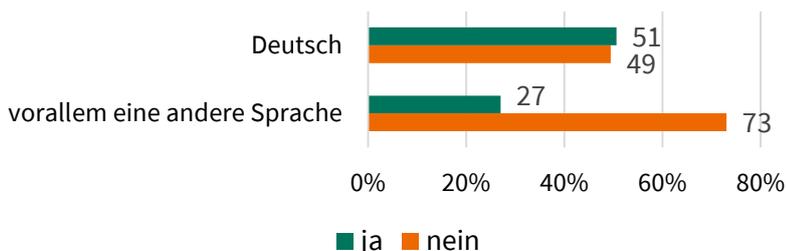


Zudem hängt die Bekanntheit des Klima-Aufbruchs statistisch signifikant mit dem Migrationshintergrund der Befragten zusammen. Dieser wird bei der Bürgerbefragung aus verschiedenen Merkmalen gebildet. Der Geburtsort, die Staatsbürgerschaft und die Sprache, die im Haushalt gesprochen wurde, in dem die befragte Person aufgewachsen ist, fließen in den Migrationshintergrund ein. An dieser Stelle ist allerdings eines dieser drei Merkmale besonders einflussreich und wird daher einzeln dargestellt. 16 Prozent der Befragten gaben an, in ihrem Elternhaus eine andere Sprache als Deutsch gesprochen zu haben. Die Sprache, die in der Kindheit im Haushalt gesprochen wurde, hat einen Einfluss auf die Kenntnis des Klima-Aufbruchs. Personen die in einem deutschsprachigen Haushalt aufgewachsen sind, haben eine höhere Chance den Klima-Aufbruch zu kennen als Personen aus anderssprachigen Haushalten (Abbildung 3).

Statistische Signifikanz

In der Bürgerbefragung wurde nur ein Teil der Bürger*innen befragt. Die statistische Signifikanz bedeutet, dass ein Zusammenhang in den Daten der Befragten mit sehr geringer Fehlerwahrscheinlichkeit auch für die Erlanger Bürgerschaft gilt.

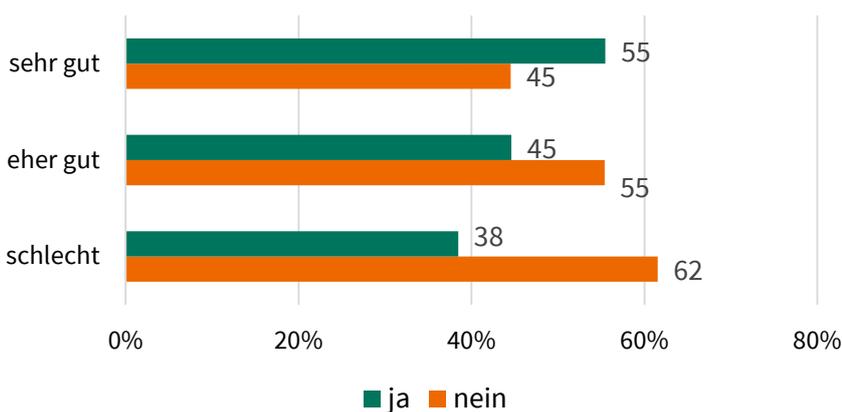
Abbildung 3: Bekanntheit des Klima-Aufbruchs nach Sprache im Elternhaus (in Prozent)



Ein weiterer Faktor in Bezug auf die Kenntnis des Klima-Aufbruchs ist die ökonomische Situation einer Person. Personen mit geringerem Einkommen kennen den Klima-Aufbruch seltener. Neben dem Einkommen ist hier vor allem die eigene Einschätzung, wie gut die befragte Person finanziell zurecht kommt, interessant. Personen, die schlecht mit ihrem Einkommen zurecht kommen, wissen seltener vom Klima-Aufbruch als Menschen, die gut oder sehr gut mit ihrem Einkommen zurecht kommen (Abbildung 4).

Es fällt auf, dass Studierende, Schüler*innen, sowie Auszubildende häufig in einer schlechten ökonomischen Situation sind. Sie gaben besonders oft an, den Klima-Aufbruch nicht zu kennen. Diese Gruppe macht jedoch nur einen kleinen Teil der Befragten aus. Der Zusammenhang zur ökonomischen Lage der Befragten besteht auch in anderen Bevölkerungsgruppen. Besonders selten, nur zu einem Drittel, kennen Alleinerziehende den Klima-Aufbruch.

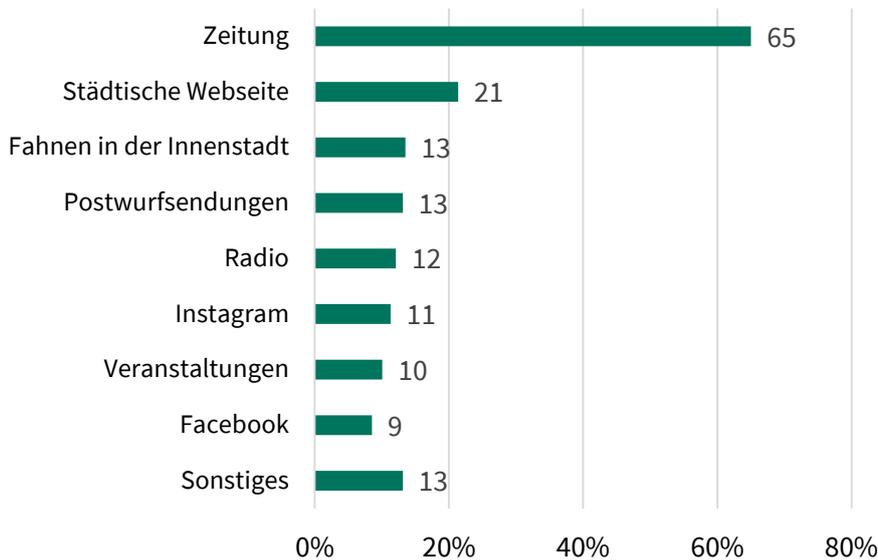
Abbildung 4: Bekanntheit des Klima-Aufbruchs nach dem Zurechtkommen mit dem Haushaltseinkommen (in Prozent)



Um herauszufinden, wovon die Bekanntheit des Klima-Aufbruchs noch abhängt, ist auch ein Blick auf Mediennutzung unumgänglich. Daher wurden Personen, die angaben den Klima-Aufbruch zu kennen, im Anschluss gefragt, über welches Medium sie vom Klima-Aufbruch erfahren haben. In Abbildung 5 ist dargestellt, welches Medium wie häufig angekreuzt wurde. Die Befragten durften auch mehrere Kreuze setzen. Die Prozentwerte beziehen sich nur auf die Personengruppe, die den Klima-Aufbruch kennt.

Spitzenreiter ist die Zeitung, die von zwei Drittel der Befragten genannt wurde. 21 Prozent kennen den Klima-Aufbruch von der städtischen Webseite. Je ca. 10 Prozent kreuzten Fahnen in der Innenstadt, Postwurfsendungen, Radio, Instagram, Veranstaltungen und Facebook an. 13 Prozent gaben sonstige Quellen an. Häufig wurde dazu berichtet, dass die Befragten durch Gespräche mit Bekannten von der Aktion erfuhren.

Abbildung 5: Medium über welches vom Klima-Aufbruch erfahren wurde (in Prozent)



Eine genauere Betrachtung der einzelnen Medien bringt hervor, dass es einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Alter und der Zeitung gibt. Ältere Personen erfuhren häufiger durch die Zeitung vom Klima-Aufbruch. Auch der Migrationshintergrund hat hierauf einen Einfluss: Personen mit Migrationshintergrund erfuhren seltener durch die Zeitung von dem Entschluss, als Stadt klimaneutral zu werden. In einer anderen Frage im Fragebogen wurde nach der genutzten Informationsquelle zum Stadtgeschehen gefragt. Hieraus zeigt sich, dass es einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Alter und der Erlanger Zeitung als Informationsquelle gibt: junge Menschen lesen seltener Zeitung. Doch selbst unter den Personen, die angaben sich allgemein durchs Zeitunglesen zu informieren, kennen die jüngeren Befragten den Klima-Aufbruch signifikant weniger als ältere Befragte. Ähnlich verhält es sich bei Personen mit Migrationshintergrund, allerdings sind hier die Unterschiede im Zeitunglesen geringer als beim Alter. Über die Gründe, wieso junge Zeitungslesende und Zeitungslesende mit Migrationshintergrund weniger vom Klima-Aufbruch wissen, obwohl davon in der Erlanger Zeitung berichtet wird, geben die Daten der Bürgerbefragung keinen weiteren Aufschluss.

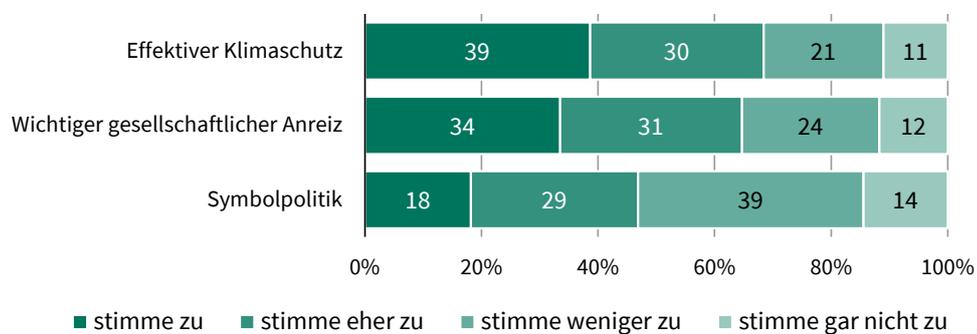
Vermutlich aufgrund des Zusammenhangs mit dem Alter ist auch ein signifikanter Unterschied zwischen verschiedenen Haushaltstypen vorhanden. Personen in Paarhaushalten lesen häufiger Zeitung als Personen aus anderen Haushaltsformen. Wenn Kinder im Haushalt leben, wurde auch seltener über die Zeitung vom Klima-Aufbruch erfahren.

Vom Klima-Aufbruch erfuhren jüngere Personen häufiger über digitale Angebote und durch Fahnen in der Innenstadt. Personen mit Migrationshintergrund gaben häufiger das Radio oder Soziale Medien als Informationsquelle zum Klima-Aufbruch an.

Eine Übersicht über genutzte Medien anhand unterschiedlicher Soziodemographischer Merkmale ist am Ende dieses Berichts angehängt. Neben Fragen zur Bekanntheit des Klima-Aufbruchs wurde auch dessen Bewertung erfragt. Dabei konnten die Befragten ihre Zustimmung bzw. Ablehnung zu drei wertenden Aussagen abgeben (siehe Abbildung 6).

Vom Klima-Aufbruch erwarten sich 67 Prozent der Befragten schnelleren und effektiven Klimaschutz in Erlangen. 65 Prozent sehen darin einen wichtigen gesellschaftlichen Anreiz in Erlangen. Hingegen gaben aber auch 57 Prozent an, sie halten den Klima-Aufbruch für reine Symbolpolitik, durch die sich nichts ändern wird.

Abbildung 6: Erwartungen an die Wirkung des Klima-Aufbruchs (in Prozent)



In der Bürgerbefragung 2020 gab es ähnliche Fragen zum Klimanotstand. Den Klimanotstand bewerteten 37 Prozent der Befragten, die bereits vor der Befragung von dessen Ausruf wussten, als reine Symbolpolitik. Dass der Klimanotstand ein wichtiges gesellschaftliches Zeichen ist, haben in der Gruppe, welche die Entscheidung kannte, 41 Prozent genannt. Der Klimanotstand wurde also 2020 seltener als wichtiges gesellschaftliches Zeichen betrachtet als der Klima-Aufbruch drei Jahre später.

Die Bewertung des Klimanotstandes hängt unter anderem mit dem Geburtsort der Befragten zusammen. Insbesondere gebürtige Erlanger*innen bewerten die Effektivität niedriger als andere Bevölkerungsgruppen das tun. Erlanger*innen sehen darin seltener einen gesellschaftlichen Anreiz zu mehr Klimaschutz. Auch Vollzeitberufstätige bewerten den Klima-Aufbruch als weniger effektiv als Personen mit anderem Hauptberufsstatus. Der Schulabschluss zeigt ebenso einen Zusammenhang mit der Bewertung des Klima-Aufbruchs. Personen mit hohem Bildungsabschluss bewerten den Klima-Aufbruch als effektiver und weniger als Symbolpolitik.

Implikationen zur Bekanntheit des Klima-Aufbruchs

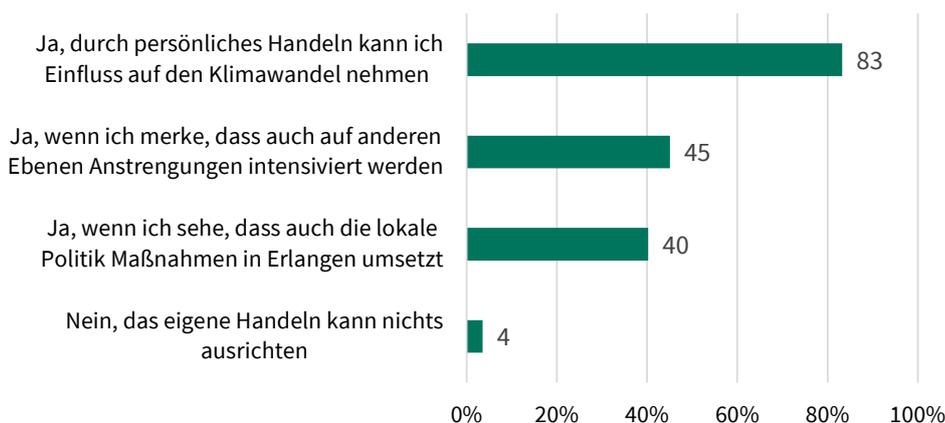
Etwa die Hälfte der Erlanger Bürger*innen kannte im Herbst 2023 den Klima-Aufbruch. Gruppen, die noch von der Aktion erreicht werden sollten, sind insbesondere junge Menschen und Personen mit Migrationshintergrund. Während bereits eine Mehrheit der Befragten den Klima-Aufbruch als ein effektives Mittel für Klimaschutz und auch als einen gesellschaftlichen Anreiz zu mehr Klimaschutz bewertet, sieht knapp die Hälfte die Aktion als Symbolpolitik. Es gilt also neben der Bekanntmachung des Klima-Aufbruchs auch dessen Wirksamkeit zu demonstrieren.

3. Klimaschutz im privaten Umfeld

Der Ausruf des Klimanotstands wurde in der Bürgerbefragung 2020 genauer thematisiert. Mit diesen Daten kann die Einstellung der Erlanger*innen zum Thema Klimaschutz analysiert werden.

Die Befragten wurden gebeten, ihren individuellen Beitrag zum Klimaschutz einzuschätzen. In Abbildung 7 sind die Anteile der Befragten, die den genannten Aussagen zugestimmt haben, dargestellt. So gaben 83 Prozent der Befragten an, persönliches Handeln könne einen Einfluss auf den Klimawandel nehmen, 4 Prozent hingegen gaben an, eigenes Handeln würde nichts ausrichten. 45 Prozent ließen sich zu mehr Klimaschutz motivieren, wenn auch andere ihre Anstrengungen intensivierten, 40 Prozent sehen verstärkte Handlungen der Lokalpolitik als Motivationsquelle. Die Antworten zum Engagement der Lokalpolitik könnten inzwischen anders ausfallen als 2020, schließlich wurde seither mit dem Klima-Aufbruch begonnen.

Abbildung 7: Einschätzung des individuellen Beitrags zum Klimaschutz (in Prozent)



Klima-Aufbruch Maßnahmen:

S 4 Ausweitung der Beratungsangebote

S 13 Einwirkung auf Landes- und Bundespolitik

E 5 One Stop Shop: Fit für die Zukunft

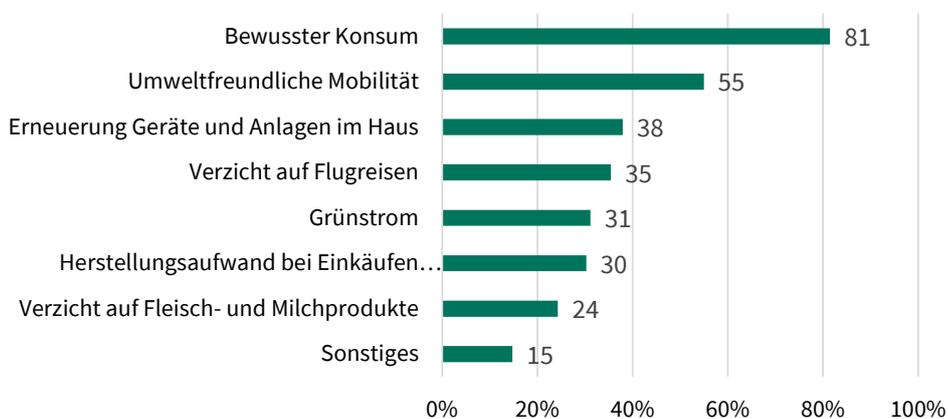
EK 2 Klima- und umweltfreundliche Verpflegung

EK 3 Netzwerk regionale und ökologische Lebensmittel

Die Einschätzung des eigenen Handlungsvermögens steht in einem - wenn auch sehr geringen - Zusammenhang mit der schulischen Bildung. Personen ohne Schulabschluss oder mit einem qualifizierenden Hauptschulabschluss sehen weniger Möglichkeiten für eigenen Einfluss auf den Klimawandel als Personen mit mittlerer Reife oder Abitur. Das Alter steht in einem geringen statistischen Zusammenhang mit der Aussage „Ja, wenn ich merke, dass auch auf anderen Ebenen Anstrengungen intensiviert werden“. Unter-35-Jährige waren zu 57 Prozent der Ansicht, erst selbst einen Betrag leisten zu können, wenn auch andere ihre Bemühungen im Klimaschutz intensivierten. Bei der Altersgruppe ab 50 Jahren stimmten dem hingegen nur 39 Prozent zu.

Ein weiterer Fragenblock widmete sich den privaten Handlungsspielräumen der Befragten. In Abbildung 8 ist dargestellt, welche Maßnahmen von den Befragten als für sie selbst umsetzbar eingeschätzt werden. Ein fast ebenso großer Teil der Befragten (insgesamt 82 Prozent), der eigene Einflussmöglichkeiten zum Klimaschutz sieht, gibt bewussten Konsum als eine umsetzbare Maßnahme zum Klimaschutz. Es gibt dabei einen signifikanten Zusammenhang zur Schulbildung: Personen ohne Schulabschluss oder mit einem Mittelschulabschluss gaben seltener an, eine Möglichkeit zu bewusstem Konsum zu haben. 55 Prozent sehen Handlungsmöglichkeiten im Bereich Mobilität, darauf wird in einem der folgenden Kapitel weiter eingegangen. Bei der Erneuerung von Geräten und Anlagen im Haus sehen 38 Prozent das Potential zu einem klimafreundlichen Lebensstil. Der Verzicht auf Flugreisen wurde von 35 Prozent angegeben.

Abbildung 8: Persönlich umsetzbare Maßnahmen zum Klimaschutz (in Prozent)



Auch wenn Viele die Möglichkeiten in ihrem Privatleben sehen, ökologisch nachhaltig zu handeln, gibt es Gründe, welche die Menschen von der Umsetzung abhalten. Bei der Frage zu Hemmnissen im Privatleben äußerten 19 Prozent nicht genügend Informationen zu haben. Diese Angabe hängt mit dem Schulabschluss zusammen. Personen mit keinem oder niedrigem Bildungsabschluss haben häufiger zu wenige Informationen zu Klimaschutz. So haben von den Personen mit qualifizierendem Hauptschulabschluss 38 Prozent zu wenig

Informationen als Hindernis angegeben, Befragte mit Abitur hingegen nur zu 13 Prozent. Welche Informationen den Befragten fehlen, ob zu möglichen Änderungen im Alltag und deren Einfluss oder Transparenz zur Nachhaltigkeit in der Herstellung konkreter Konsumgüter, geht aus der Bürgerbefragung nicht hervor. Hinderliche Rahmenbedingungen gaben 21 Prozent der Befragten als Grund an, ihr Privatleben nicht im Sinne des Klimaschutzes zu leben. 11 Prozent ist Klimaschutz zu anstrengend. Zu wenig Zeit für Klimaschutz gaben 5 Prozent als Hindernis an. Im freien Textfeld zu sonstigen Hemmnissen gaben viele hohe Kosten von Klimaschutz an.

Andersherum gefragt, was die Bürger*innen zu ökologisch nachhaltigem Leben motivieren würde, beantworteten 40 Prozent damit, dass es finanzielle Anreize bräuchte. Noch mehr, nämlich 44 Prozent, wünschen sich andere Rahmenbedingungen. Auch in dieser Frage zeigt sich ein Defizit an Informationen, denn es gaben 24 Prozent der Befragten an, mehr Informationen zu brauchen, um im Sinne des Klimaschutz zu leben. Mehr Anerkennung für ihren Beitrag bräuchten 18 Prozent. 8 Prozent ließen sich durch nichts zu mehr Klimaschutz motivieren. Sowohl der Wunsch nach finanziellen Anreizen als auch nach anderen Rahmenbedingungen hängen statistisch mit dem Erwerbsstatus der Befragten und ihrem Alter zusammen. Überdurchschnittlich viele Personen in einer beruflichen Ausbildung bzw. im Studium und in Vollzeitarbeit ließen sich durch finanzielle Anreize motivieren, während die geringste Nennung dieser Antwort bei Personen im Rentenalter auftritt. Das Alter verdeutlicht diese Differenz weiter: 18 bis unter 35-Jährige wünschen sich zu 56 Prozent mehr finanzielle Anreize, bei 65 bis 85-Jährigen sind es nur 26 Prozent. Einen Zusammenhang mit dem Einkommen gibt es allerdings nicht.

Insgesamt lassen sich in der Einstellung zu Klimaschutz im privaten Bereich nur geringe Unterschiede anhand von **soziodemografischen Merkmalen** ausmachen. Dies deckt sich mit den Ergebnissen einer Studie des Umweltbundesamts, in der das Umweltbewusstsein der deutschen Bevölkerung untersucht wurde. Auch dort werden kleine Unterschiede insbesondere anhand des Bildungsniveaus erkennbar, jedoch nur in geringem Maß, wie auch in der Bürgerbefragung. „Insgesamt zeigt sich aber, dass oft nur ein kleiner Teil der Unterschiede zwischen Menschen in ihren umweltbezogenen Einschätzungen, Meinungen und Verhaltensweisen durch ihre Unterschiedlichkeit in werterebezogenen und soziodemografischen Merkmalen erklärt werden konnten.“ (Grothmann et al. 2024, S. 140). Dieses Fazit kann auch auf die Auswertung der Erlanger Daten übertragen werden.

Soziodemografische Merkmale

Bei soziodemografischen Merkmalen handelt es sich um gut messbare Unterschiede zwischen Personen. Klassischerweise sind das Geschlecht, Alter, Migrationshintergrund, Einkommen, Bildung, Familienstand und Haushaltsgröße.

Implikationen zum Klimaschutz im privaten Umfeld

Insgesamt sehen die meisten Erlanger*innen in individuellem Engagement die Möglichkeit, dem Klimawandel entgegenzuwirken. Auch sehen sie im Privaten viele Handlungsmöglichkeiten, insbesondere im bewussten Konsum. Allerdings gaben auch ca. ein Fünftel der Befragten an, sie hätten zu wenig Informationen um klimafreundlich zu handeln. Anreize für klimafreundliches Verhalten bieten neben Informationen vor allem finanzielle Vorteile und andere Rahmenbedingungen. Für letzteres ist der Klima-Aufbruch als kommunale Kampagne bedeutend.

Eine wichtige Erkenntnis dieses Kapitels ist, dass die Einstellung zum Klimaschutz nicht maßgeblich von soziodemografischen Merkmalen abhängt. Daher können an dieser Stelle auch nur bedingt Aussagen zu Zielgruppen von Informationsarbeit getätigt werden. Es lässt sich aber festhalten, dass Personen mit hohem Bildungsniveau bereits gut über den Klimawandel informiert sind.

4. Angst vor Folgen des Klimawandels

In der Bürgerbefragung 2020 gab es einen Fragenblock mit 14 unterschiedlichen Folgen des Klimawandels. Hierzu wurde gefragt, ob diese den Erlanger*innen Angst machen. In Abbildung 9 ist dargestellt, wie viel Prozent der Befragten Angst vor der jeweiligen Folge haben.

Ganze 70 Prozent der Befragten gaben an, Angst vor Wasserknappheit zu haben und 68 Prozent haben Angst vor einer Zunahme der Hunger- und Wasserkrisen. Das Sterben von Tieren und Pflanzen bewegt 65 Prozent und vor Unwettern fürchten sich 63 Prozent. Am wenigsten beängstigend war 2020 die Klimamigration für die Erlanger Bevölkerung (33 Prozent). Es wird deutlich, dass ein Großteil der Erlanger Bevölkerung mit Angst auf die Folgen des Klimawandels blickt.

Klima-Aufbruch Maßnahme:

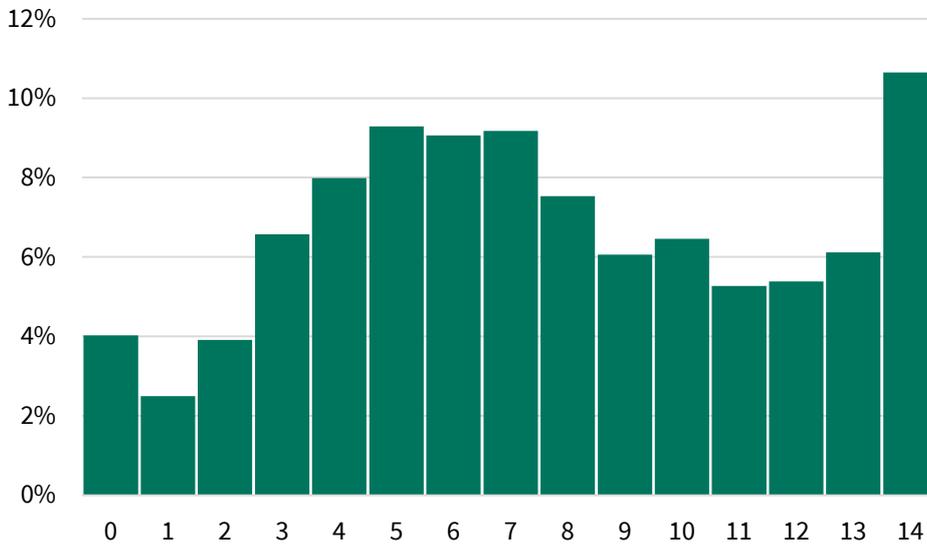
S11 Fortführen der Bildungsaktion

Abbildung 9: Genannte Ängste bezüglich der Folgen des Klimawandels (in Prozent)



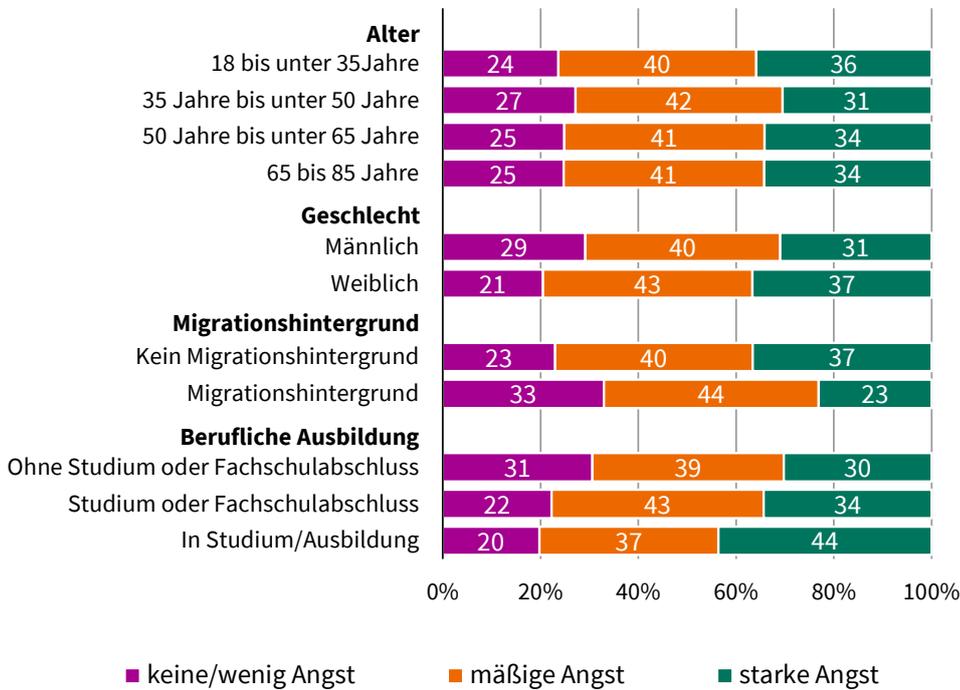
Für die folgenden Untersuchungen wurde ein Index gebildet, der die Anzahl der genannten Ängste erfasst. Dieser zeigt, dass 4 Prozent der Befragten keinerlei Angst vor den Folgen des Klimawandels haben. Im Durchschnitt gaben die Befragten 7,6 Ängste an. Am häufigsten kam der Indexwert 14 vor, den 11 Prozent der Befragten erreichten. Dieser ist der höchste Wert, der angibt, dass die Befragten Angst vor jeder genannten Folge des Klimawandels haben, ihre Angst also sehr groß ist. Die Verteilung der Indexwerte ist in Abbildung 10 zu sehen.

Abbildung 10: Verteilung der Indexwerte zur Angst vor Folgen des Klimawandels (in Prozent)



In Abbildung 11 wird dargestellt, wie sich verschiedene soziodemografische Merkmale auf die Angst vor Folgen des Klimawandels auswirken. Dazu stehen die Merkmale in den Zeilen. Die Balken auf der rechten Seite sind unterteilt nach der Stärke der Angst. Dazu wurden aus dem Index drei gleich große Klassen gebildet. Die erste Klasse geht von null bis vier Indexpunkten, die zweite bis zu neun Indexpunkten und in der dritten Klasse sind alle Werte ab zehn Indexpunkten.

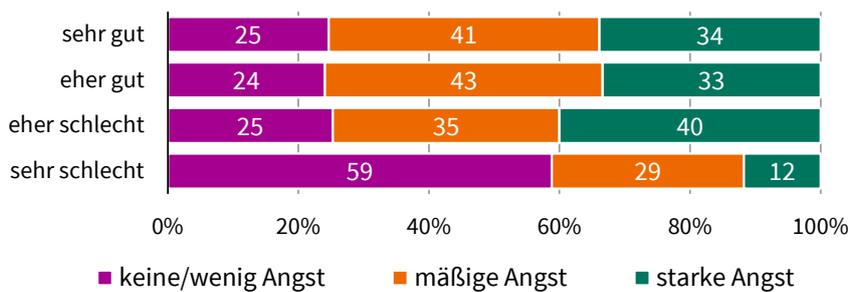
Abbildung 11: Ängste vor Folgen des Klimawandels nach soziodemografischen Merkmalen (in Prozent)



Auch hier zeigt sich, dass nur sehr geringe Einflüsse von soziodemografischen Merkmalen ausgehen. Die Ängste scheinen also mit anderen Faktoren zusammen zu hängen.

In der Bürgerbefragung konnte ein möglicher weiterer Faktor ausgemacht werden. Die Stärke der Angst ist in Abbildung 12 anhand der eigenen Einschätzung zum Gesundheitszustand abgebildet. Hier gaben Personen mit einem sehr schlechten Gesundheitszustand auffällig häufig an keine oder wenig Angst vor Folgen des Klimawandels zu haben. Dies betrifft jedoch nur eine sehr kleine Personengruppe. Das könnte zum einen daran liegen, dass diese Personen nicht erwarten, die Folgen des Klimawandels zu erleben. Zum anderen haben diese Personen andere, akutere Sorgen, die mit dem Thema Klimawandel in Konkurrenz stehen.

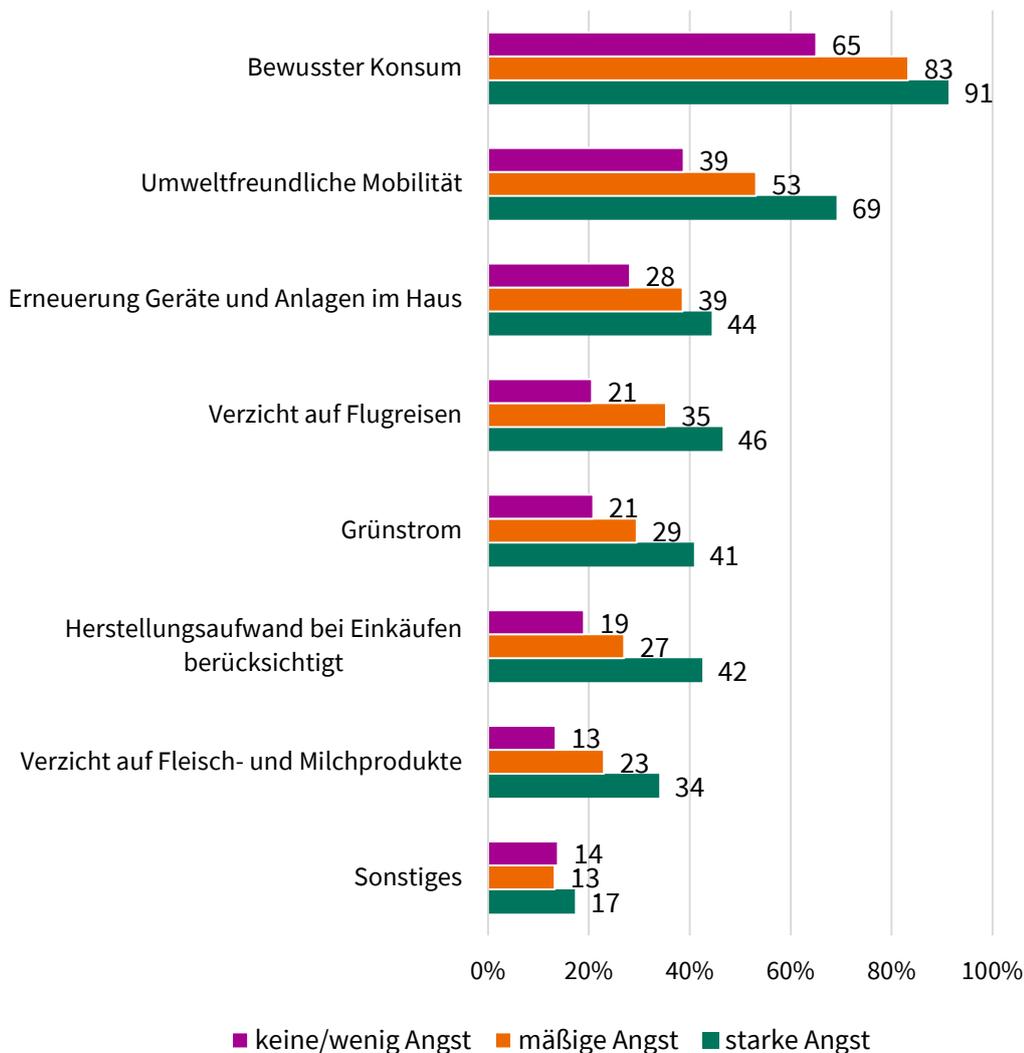
Abbildung 12: Angst vor Folgen des Klimawandels nach Gesundheitszustand (in Prozent)



Ängste vor den Folgen des Klimawandels stehen auch im Zusammenhang mit der Einstellung zu Klimaschutz. Hierbei ist nicht zu differenzieren, ob mehr Ängste eine positivere Einstellung gegenüber dem Klimaschutz bedingen oder das Interesse am Klimaschutz die Menschen animiert sich verstärkt zu informieren und dadurch Ängste zunehmen. Die Richtung des Einflusses ist also nicht eindeutig.

Die Ängste stehen im Zusammenhang mit der Einschätzung, einen individuellen Beitrag zum Klimaschutz leisten zu können. Diese sind in Abbildung 13 aufgeführt. Dazu sind umsetzbare private Maßnahmen in den Zeilen angetragen. Die Balken zeigen, welcher Anteil der Personen mit ähnlich vielen Ängsten vor Klimafolgen diese Maßnahme angekreuzt hat.

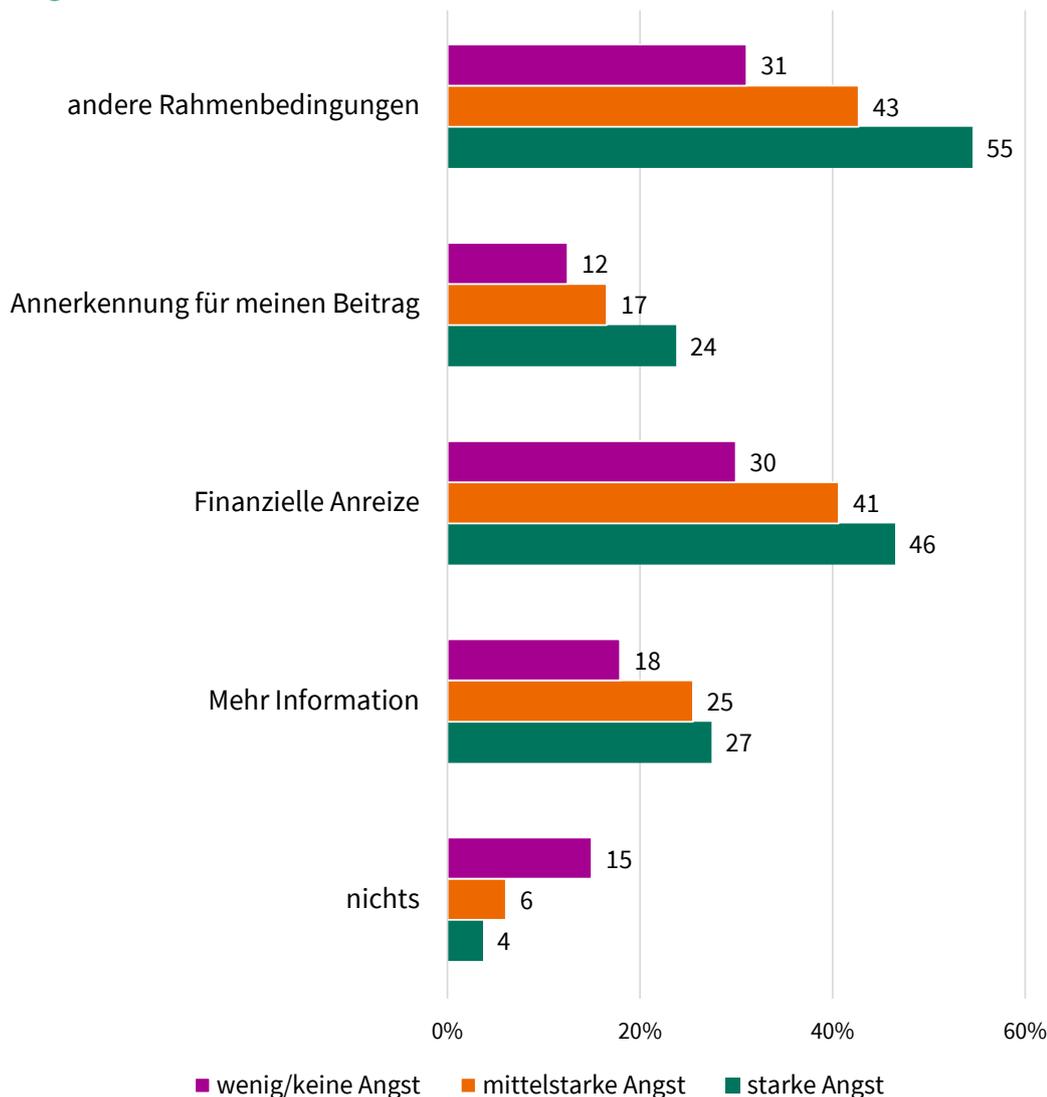
Abbildung 13: Umsetzbare Maßnahmen zum Klimaschutz nach Angst vor den Folgen des Klimawandels (in Prozent)



Personen mit mehr Angst sehen signifikant mehr individuellen Einfluss durch ihr Handeln als Personen mit weniger Ängsten. Zudem wissen sie häufiger vom Klimanotstand und erwarten öfter die Ableitung konkreter Maßnahmen daraus. Auch sehen Befragte mit starken Ängsten mehr Potentiale für die Umsetzung von Maßnahmen im Privaten. Alle genannten Maßnahmen zeigen einen signifikanten Zusammenhang mit der Angst der Befragten, am stärksten ist dieser bei bewusstem Konsum und der Nutzung von umweltfreundlichen Formen der Mobilität.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Anreizen, im Sinne des Klimaschutzes zu leben. Diese sind in Abbildung 14 auf die gleiche Art dargestellt, wie in der vorherigen Abbildung. Alle Antwortmöglichkeiten werden von Personen mit viel Angst vor den Folgen des Klimawandels häufiger genannt. Durch andere Rahmenbedingungen gaben 55 Prozent der Personen mit viel Angst an, sich zu mehr Klimaschutz bewegen zu lassen, während dies nur 31 Prozent der Personen mit wenig bis keiner Angst angaben. Gar nicht zu Klimaschutz motivieren lassen sich hingegen deutlich mehr Personen mit wenig oder keiner Angst.

Abbildung 14: Anreize im Sinne des Klimaschutz zu leben nach Angst vor Folgen des Klimawandels (in Prozent)



Die Emotion Angst weist darauf hin, dass komplexe psychologische Prozesse die Einstellung zum Klimaschutz maßgeblich beeinflussen. Mehr sogar als soziodemografische Merkmale. Das geht auch aus einer Untersuchung des Sachverständigenrats für Umweltfragen hervor. Darin werden für die Erstellung politischer Maßnahmen zum Klimaschutz nach Handlungsanreizen für die Bevölkerung gesucht. Angst ist hier als ein Faktor aufgeführt (vgl. SRU 2023).

Allerdings kann Angst auch eine hemmende Wirkung entfalten. Sogenannte Climate-Anxiety (*deutsch: Klima-Angst*) entsteht dann, wenn die Angst vor klimatischer Veränderung mit einem geringen Gefühl der Selbstwirksamkeit in Verbindung steht. Das bedeutet, dass betroffene Personen das Gefühl haben, alleine gegen den Klimawandel ankämpfen zu müssen, weil andere sich nicht darum bemühen. Zudem ist eine Umstellung zu einem nachhaltigen Lebensstil anstrengend, solange gesellschaftliche Strukturen diesem im Weg stehen. Dadurch verlieren Betroffene von Klimaangst wegen der ohnehin negativen Zukunftsaussicht die Kraft, sich gegen diese Strukturen durchzusetzen. Entgegenwirken können gemeinschaftlicher Austausch über die Gefühle, aber natürlich auch eine Bekämpfung der Auslöser (vgl. Weihgold 2021).

Der Klima-Aufbruch steht eben dafür, die nötige strukturelle Veränderung anzustoßen. Besonders der Endbericht zum Fahrplan Klima-Aufbruch macht die Notwendigkeit zu umgehendem Handeln deutlich. Bereits in diesem Endbericht wird nahegelegt, dass Erlangen das Ziel der Klimaneutralität bis 2030 verfehlen wird. Aufgrund der voraussichtlichen Zielverfehlung wurden weiterhin stark ambitionierte Vorhaben in Szenarien mit späteren Zeitpunkten der Klimaneutralität gerechnet (vgl. Stadt Erlangen 2022). Auch diese obliegen aber der Gefahr, insbesondere in der akuten finanziellen Krisenlage aus dem Blick zu geraten.

Das erhöht die Gefahr, motivierte Personen in ihrer Handlungsbereitschaft zu dämpfen, aber auch die restliche Gesellschaft nicht baldmöglichst mit Maßnahmen zu erreichen.

Implikationen zur Angst vor Folgen des Klimawandels

Die Emotion Angst scheint unter den Erlanger*innen verbunden mit erhöhtem Willen zum Klimaschutz verbunden zu sein. Sie könnte als Hebel in der Kommunikation dienen, den Bürger*innen durch Aufklärung über negative Auswirkungen des Klimawandels, auch auf das Leben in Erlangen, Handlungsnotwendigkeit aufzuzeigen.

Dabei besteht die Gefahr, dass die Angst vor Folgen des Klimawandels auf ein Gefühl der Machtlosigkeit trifft und Klimaangst auslöst. Daher ist immer auch die Beteiligung der Bevölkerung mit darzulegen, wie jede und jeder konkret dabei helfen kann, die Folgen des Klimawandels zu beschränken.

Auch Möglichkeiten zum solidarischen Austausch über diese Emotionen könnte Betroffenen helfen, da sie sehen, dass sie der Aufgabe Klimaschutz nicht als Einzelkämpfer*in entgegenstehen.

Insbesondere zeigen die Ängste der Bevölkerung jedoch die Dringlichkeit für strukturelle Veränderungen.

5. Nachhaltige Mobilität

Für eine nachhaltige Lebensweise von Privatpersonen stellt Mobilität einen wichtigen Teilbereich dar. Doch auch für die Stadt Erlangen ist Mobilität ein Schlüsselsektor für die Erreichung der Klimaziele, da die Stadt Erlangen hier viele Handlungsspielräume hat. Es soll vor allem eine Veränderung des **Modal Splits** zugunsten des öffentlichen Nahverkehrs und Radfahrens erreicht werden. Zudem fungiert die Parksituation als eine weitere Stellschraube in der Stadt Erlangen. Zu beiden Themen wurde auch in der Bürgerbefragung befragt. Hierzu ist anzumerken, dass die Bürgerbefragung nur die Selbsteinschätzung der Erlanger Wohnbevölkerung abbildet. Diese weichen von objektiv erhobenen Verkehrsdaten ab, können aber dennoch Aufschlüsse über die Hintergründe der Verkehrsmittelwahl der Bürger*innen geben. Neben der Erlanger Bevölkerung ist hier jedoch auch eine Veränderung bei Einpendler*innen für die Erreichung der Klimaneutralität nötig.

Innerhalb Erlangens ist das meistgenutzte Verkehrsmittel laut der Bürgerbefragung mit 54 Prozent das Fahrrad. Das Auto wird mit 23 Prozent bevorzugt genutzt, der öffentliche Nahverkehr wird von 12 Prozent bevorzugt und 11 Prozent gehen überwiegend zu Fuß. Für den Verkehr zu Zielen außerhalb Erlangens nutzen die Befragten nur zu 4 Prozent bevorzugt das Fahrrad. Hingegen benutzen 71 Prozent für diese Strecken das Auto und 25 Prozent öffentliche Verkehrsmittel. Die Anteile der Verkehrsmittel sind in Abbildung 15 dargestellt.

Klima-Aufbruch Maßnahme:

M 1 Menschenfreundliche Quartiere

M 2 Klimafreundliche Parkraumbewirtschaftung

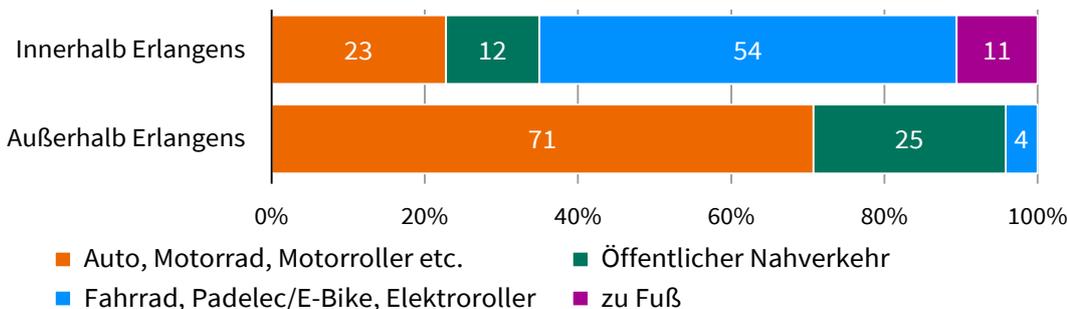
M 3 Attraktiver ÖPNV

M 4 Sharingsysteme

Modal Split

Der Modal Split beschreibt, welchen Anteil verschiedene Fortbewegungsarten und Verkehrsmittel an allen zurückgelegten Wegen in einem bestimmten Gebiet haben.

Abbildung 15: Bevorzugt genutztes Verkehrsmittel (in Prozent)



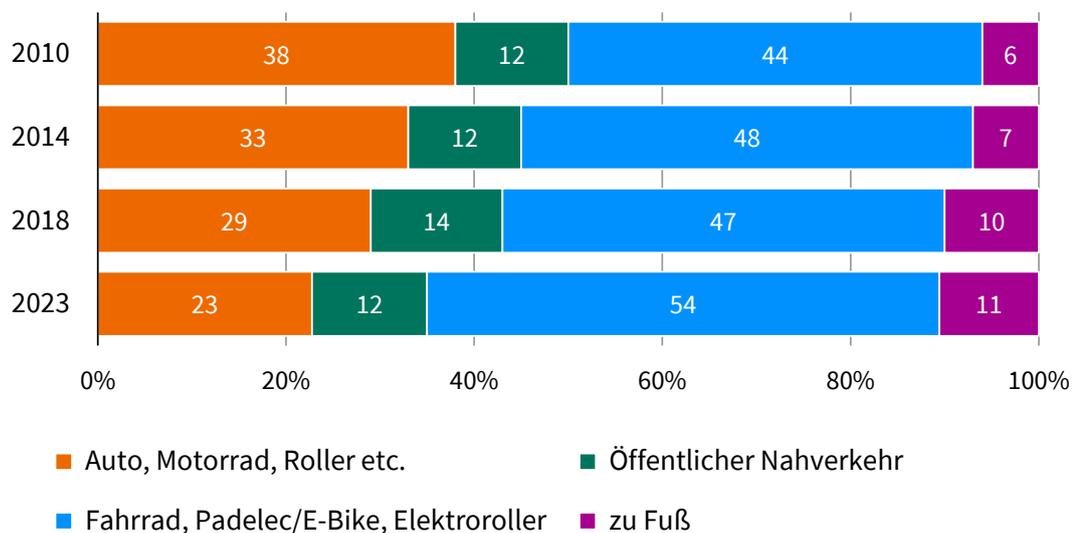
Dabei ist auffällig, dass sich die Verkehrsmittelnutzung innerhalb Erlangens mit dem Merkmal Migrationshintergrund signifikant verändert. Während Personen ohne Migrationshintergrund zu 58 Prozent das Fahrrad nutzen, sind es bei Personen mit Migrationshintergrund nur 41 Prozent. Hingegen fährt ein Viertel der Befragten dieser Gruppe mit dem öffentlichen Nahverkehr, während es bei den Personen ohne Migrationshintergrund nur 9 Prozent sind. Bei der Autonutzung gibt es allerdings kaum Unterschiede in Abhängigkeit vom Migrationshintergrund.

Auch auf Mobilität außerhalb Erlangens hat der Migrationshintergrund einen Einfluss. Während insgesamt 71 Prozent für Strecken außerhalb Erlangens motorisierten Individualverkehr nutzen, sind es unter Personen mit Migrationshintergrund nur 57 Prozent. Auch das Einkommen und das Alter haben einen Einfluss. Ältere Menschen und Menschen mit höherem Einkommen sind seltener mit öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs.

In Abbildung 16 ist die Veränderung der Verkehrsmittelnutzung seit 2010 dargestellt. Grundlage sind hier die Bürgerbefragungen aus den Jahren 2010, 2014, 2018 und 2023, in der dieselbe Fragestellung zu beantworten war. Seit 2010 sank die primäre Nutzung von Autos für Strecken innerhalb Erlangens bereits um 15 Prozentpunkte zugunsten des Rad- und Fußverkehrs ab.

Die Verlagerung auf das Fahrrad als primäre Mobilitätsform ist allerdings stark von der Witterung abhängig. So gaben in der Bürgerbefragung 2020, in der die Verkehrsmittelnutzung in Erlangen nach Jahreszeit abgefragt wurde, 38 Prozent die Nutzung von Fahrrädern und Pedelecs im Winter an. Das waren 26 Prozentpunkte weniger als im Sommer. Die Befragten stiegen dabei vor allem auf den Autoverkehr um, dieser wurde im Sommer von 22 Prozent genutzt und im Winter von 44 Prozent. Einen Anstieg gab es auch beim Busverkehr von 6 Prozent im Sommer zu 12 Prozent im Winter.

Abbildung 16: Entwicklung der Verkehrsmittelnutzung innerhalb Erlangens seit 2010 (in Prozent)

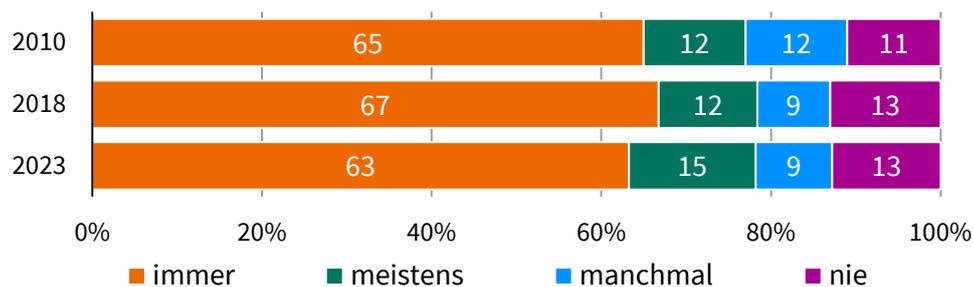


Da es sich hierbei um eine Selbsteinschätzung der Bürger*innen handelt und nur nach dem bevorzugten Verkehrsmittel gefragt wurde, muss davon ausgegangen werden, dass die Verteilung auf den insgesamt in Erlangen zurückgelegten Strecken hiervon abweicht. Im Verkehrsentwicklungsplan von 2020 wird die Verkehrsmittelnutzung im Jahr 2015 im Binnenverkehr mit 44 Prozent motorisiertem Individualverkehr, 34 Prozent Fahrradfahrenden, 16 Prozent Fußläufigen und 6 Prozent im öffentlichen Nahverkehr angegeben.

Hierbei unterscheidet sich das Hauptverkehrsmittel von den Ergebnissen der Bürgerbefragung von 2014, das zeitlich nächste Jahr zu den Daten aus dem Verkehrsentwicklungsplan. In der Bürgerbefragung 2014 nutzte die Mehrheit mit 48 Prozent das Fahrrad und in der Verkehrsentwicklungsplanung sind die häufigsten Fahrten mit Auto, Motorrad und Roller gemacht worden (vgl. Amt für Stadtentwicklung und Stadtplanung, Stadt Erlangen 2020). Trotz der Abweichungen aufgrund der unterschiedlichen Erhebungen lässt sich innerhalb der Bürgerbefragung die Entwicklung zu umweltfreundlicherer Fortbewegung feststellen.

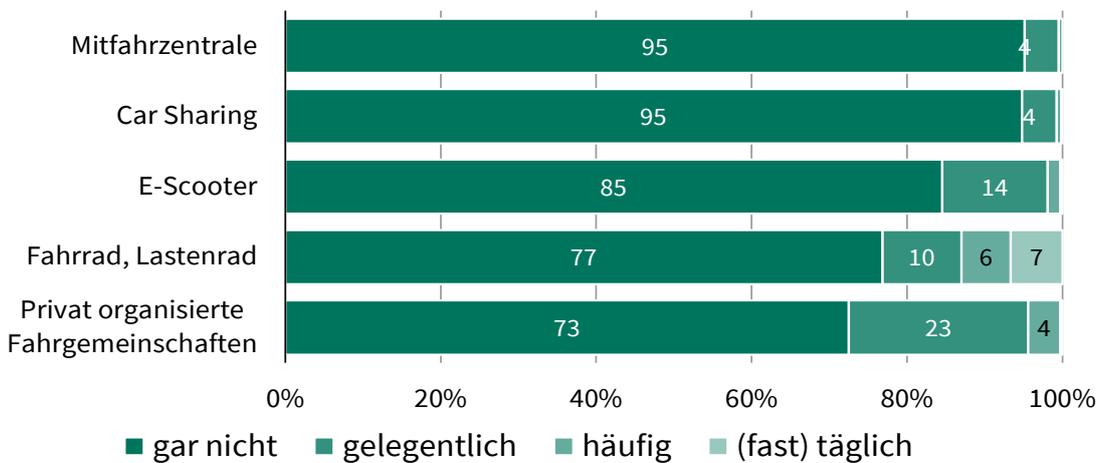
Die Nutzung von Verkehrsmitteln, insbesondere von Autos, ist eng verbunden mit der Verfügbarkeit dieser. 63 Prozent gaben in der Bürgerbefragung 2023 an, immer Zugriff auf ein Auto zu haben, während 13 Prozent nie ein Auto zur Verfügung steht. Im Gegensatz zur Verkehrsmittelnutzung hat sich die Verfügbarkeit von einem Auto seit 2010 kaum verändert. Dargestellt ist dies in Abbildung 17. Besonders häufig haben Personen mit hohem Einkommen Zugriff auf ein Auto. Während auch ältere Menschen signifikant häufiger ein Auto zur Verfügung haben, ist der Einfluss von Migration umgekehrt. Personen mit Migrationshintergrund haben seltener ein Auto zur Verfügung.

Abbildung 17: Verfügbarkeit eines Autos (in Prozent)



Während in den meisten Haushalten ein Auto zur Verfügung steht, leben 16 Prozent der Befragten in einem Haushalt ohne Auto. In 24 Prozent der Haushalte gibt es zwei Autos und in 3 Prozent drei oder mehr Autos. Die Zahl der verfügbaren Autos steigt dabei signifikant mit der Haushaltsgröße, insbesondere bei mehreren Erwachsenen im Haushalt.

Als Alternative zu mobilisiertem Individualverkehr bieten sich neben dem öffentlichen Nahverkehr auch immer mehr Sharing-Optionen an. Abbildung 18 zeigt, wie oft die Befragten unterschiedliche Sharing-Möglichkeiten in Anspruch nehmen. Am häufigsten genutzt werden laut den Daten der Bürgerbefragung 2023 privat organisierte Fahrgemeinschaften und Leihfahrräder, bzw. Lastenräder. Letztere Kategorie nutzen immerhin 7 Prozent fast täglich. Dennoch werden sowohl private Fahrgemeinschaften als auch Leihräder von über 70 Prozent der Befragten nie genutzt. Bei weiteren Sharing Angeboten ist die Nicht-Nutzung noch höher. E-Scooter nutzen 85 Prozent nie, die Nutzung von E-Scootern ist allerdings unter den jüngeren Befragten verbreiteter. Car-Sharing und die Mitfahrzentrale nutzten 95 Prozent noch nie.

Abbildung 18: Nutzung von Sharing-Angeboten (in Prozent)

Auch allgemein wurde die Nutzung von Lastenrädern bzw. Fahrradanhängern abgefragt. Während hier 82 Prozent Angaben diese nie zu nutzen, sind sie bei 4 Prozent der Befragten fast täglich im Einsatz und bei weiteren 3 Prozent häufig. Signifikant hängt die Nutzung von Lastenrädern und Fahrradanhängern mit der Familiensituation zusammen. Je mehr Kinder im Haushalt leben, desto häufiger werden diese Mobilitätsformen genutzt. Allerdings gibt es auch einen signifikanten Zusammenhang mit dem Haushaltseinkommen, eine tägliche Nutzung ist unter Personen mit einem monatlichen Haushaltseinkommen von 5.000€ bis 5.500€ am meisten verbreitet. Dies hängt vermutlich mit den hohen Anschaffungskosten eines Lastenrads zusammen. Es verdeutlicht die sozialen Unterschiede bei der Beschaffung von Produkten für einen nachhaltigeren Lebensstil und der damit verbundenen Unabhängigkeit vom öffentlichen Nahverkehr oder dem Auto.

Implikationen zu nachhaltiger Mobilität

Ein Wandel bei der Verkehrsmittelnutzung in Erlangen zeigt sich bereits: immer weniger Personen fahren innerhalb Erlangens mit dem Auto. Für die Erreichung der Klimaneutralität gilt es weiter den motorisierten Individualverkehr zu senken.

Zudem haben die meisten Erlanger*innen immer Zugriff auf ein Auto. Für eine Reduktion der parkenden Autos («Stehzeuge» statt Fahrzeuge) könnte insbesondere die Nutzung von Sharing-Angeboten entscheidend sein. Hierin schlummert noch großes Potential sowohl darin, dass Personen durch effektive Sharing-Netzwerke langfristig ohne eigenes Auto auskommen, aber auch in der effektiven Nutzung vorhandener PKWs.

6. Städtische Ausgaben für Klimaschutz

Für das Erreichen der Klimaneutralität Erlangens ist neben dem Verhalten der Bürger*innen eine Veränderung in der städtischen Infrastruktur nötig. Diese braucht es an all jenen Stellen, in denen der Verbrauch von Ressourcen nicht weiter durch persönliche Maßnahmen geändert werden kann. So senkt sich beispielsweise der CO² Ausstoß, wenn eine Einzelperson nicht mit einem privat PKW fährt, sondern mit einem Linienbus. Allerdings stößt auch dieser noch eine gewisse Menge CO² aus. Für eine stärkere Reduktion sieht der Fahrplan des Klima-Aufbruchs als strukturelle Maßnahme die Umstellung der Erlanger Busflotte auf Elektromobilität vor, welche mit Strom aus erneuerbaren Energiequellen betrieben werden. Diese und viele weitere Maßnahmen benötigen hohe Investitionen insbesondere in die Energieversorgung, den städtischen Verkehr und in die Sanierung städtischer Immobilien.

Bei diesen Ausgaben hat die Stadt jedoch nicht freie Hand. Neben der Erfüllung städtischer Aufgaben müssen Ausgaben auch immer durch die eigene Bevölkerung bzw. ihre Vertreter im Stadtrat legitimiert sein. Um ein Bild der Meinung Erlanger Bürger*innen zu kommunalen Ausgaben zu erhalten, wurden diese in der Bürgerbefragung 2023 thematisiert. In diesem Kapitel werden sie dargestellt und in Zusammenhang mit den wahrgenommenen Problemen im Stadtgebiet gebracht.

Gefragt wurden die Bürger*innen, in welchen der 20 angegebenen Bereichen sie mit den Ausgaben zufrieden sind bzw. mehr oder weniger ausgeben wollen. Nur in einem einzigen Bereich gab es mehr Personen, die Einsparungen befürworten, als sich Mehrausgaben gewünscht haben. Dabei handelt es sich um den Neubau von Straßen. Von drei Vierteln der Bürger*innen, die sich Mehrausgaben wünschen, wird die Sanierung von Schulgebäuden am meisten unterstützt. Danach folgen weiter Ausgaben für Soziales und Wohnen. Erst auf Platz sechs der meisten Stimmen für Mehrausgaben folgen der öffentliche Nahverkehr und der Klima- und Umweltschutz mit je 56 Prozent. Bei den Wünschen nach Einsparungen hat allerdings der öffentliche Nahverkehr etwas weniger Gegner: nur 4 Prozent wünschen sich dort Einsparungen, während es beim Klima- und Umweltschutz 9 Prozent sind.

In Tabelle 1 wird die Zustimmung bzw. Ablehnung zu einer Auswahl an für den Klima-Aufbruch relevanten Ausgaben dargestellt. Diese sind in den Zeilen differenziert anhand soziodemografischer Merkmale. Der sozioökonomische Status setzt sich dabei aus dem verfügbaren Einkommen und dem schulischen sowie dem beruflichen Bildungsniveau zusammen. Die Werte dieses Index wurden in vier Klassen eingeteilt. Personen mit einem niedrigen Status haben keinen oder einen niedrigen Schulabschluss und beruflichen Bildungsabschluss. Zudem steht ihnen in Relation zu der Haushaltsgröße nur wenig Einkommen zur freien Verfügung. Personen mit hohem Einkommen und hohen

Klima-Aufbruch Maßnahmen:

G1a Klimaneutrale städtische Liegenschaften

M 1 Menschenfreundliche Quartiere

M 2 Klimafreundliche Parkraumbewirtschaftung

M 3 Attraktiver ÖPNV

M 7 Drittnutzerfinanzierung des ÖPNV

Bildungsabschlüssen haben auch einen hohen sozioökonomischen Status. Die Prozentwerte in der Tabelle geben den Saldo aus Zustimmung und Ablehnung der soziodemografischen Gruppe zu den Ausgaben in der Spalte an.

Dazu wurde die Differenz der Anteile für Mehrausgaben und für Einsparungen berechnet. Je höher die Werte sind, desto dunkler ist die Zelle eingefärbt, bei einem positiven Saldo für Mehrausgaben in Grün, bei einem negativen Saldo in Rot.

Tabelle 1: Zustimmung zu klimawirksamen, städtischen Ausgaben nach soziodemografischen Merkmalen (in Prozent)

	Neubau von Straßen	Unterhalt von Straßen und Brücken	Unterhalt von städtischen Gebäuden	Öffentlicher Nahverkehr	Radverkehr	Grün und Freiflächen	Sauberkeit in der Stadt, Abfallbeseitigung	Lärmschutz	Klima und Umweltschutz
Geschlecht									
Männlich	-26%	30%	15%	50%	33%	39%	25%	23%	40%
Weiblich	-26%	31%	17%	55%	31%	41%	24%	21%	55%
Alter									
18 - <35	-33%	8%	9%	65%	44%	49%	20%	14%	58%
35 - <50	-24%	27%	15%	50%	32%	42%	20%	22%	46%
50 - <65	-28%	39%	22%	50%	24%	38%	28%	29%	42%
65 - 85	-20%	47%	17%	44%	27%	31%	30%	22%	44%
Migrationshintergrund									
nein	-29%	32%	17%	54%	34%	40%	23%	22%	51%
ja	-13%	26%	10%	47%	23%	40%	28%	18%	33%
Schulischer Bildungsabschluss									
kein Schulabschluss	-20%	29%	36%	50%	25%	44%	31%	19%	53%
(qualifizierender) Hauptschulabschluss	-4%	45%	19%	40%	15%	31%	37%	30%	34%
mittlere Reife	-6%	44%	13%	47%	12%	40%	28%	22%	40%
(Fach-)Abitur	-36%	24%	16%	57%	41%	42%	20%	20%	53%
Erwerbsstatus									
Vollzeitarbeit	-24%	29%	14%	53%	30%	42%	24%	22%	44%
Teilzeitarbeit	-36%	30%	22%	56%	38%	40%	18%	23%	55%
Rente	-21%	45%	16%	44%	29%	33%	31%	23%	45%
Studium	-31%	11%	21%	69%	45%	54%	19%	15%	65%
Sonstiges	-30%	18%	7%	53%	27%	42%	26%	22%	48%
Verfügbares Haushaltseinkommen									
<900€	-17%	28%	11%	51%	23%	42%	32%	22%	44%
900€ - <1800€	-30%	33%	18%	55%	31%	41%	25%	26%	52%
1800€ - <2700€	-32%	31%	14%	55%	35%	38%	19%	18%	53%
ab 2700€	-33%	28%	17%	54%	48%	39%	18%	16%	45%
Sozioökonomischer Status									
sehr niedrig	-2%	36%	16%	43%	20%	36%	38%	26%	34%
niedrig	-12%	38%	15%	50%	15%	38%	30%	22%	42%
hoch	-37%	25%	16%	56%	42%	42%	20%	23%	56%
sehr hoch	-34%	26%	20%	55%	39%	41%	17%	18%	41%

Junge Menschen, insbesondere Studierende, sind mehrheitlich für höhere Ausgaben im Bereich Umweltschutz und für den öffentlichen Nahverkehr, während mit steigendem Alter der Wunsch nach Mehrausgaben für den Autoverkehr und die Sauberkeit der Stadt ansteigen. Die Ausgaben für den Radverkehr sind besonders unter den hoch gebildeten und ökonomisch gut situierten Bevölkerungsgruppen stärker gewünscht. Personen mit einem geringen sozio-ökonomischen Status hingegen befürworten Mehrausgaben im Bereich des Straßenunterhalts und der Sauberkeit stärker, Klima- und Umweltschutz hingegen weniger.

In der Umweltbewusstseinsstudie wurden bei Personen in schlechter ökonomischer Situation stärkere Angst vor einem Jobverlust bei einer ökologischen Transformation der Wirtschaft festgestellt. Zudem befürchten viele eine stärkere Ungleichverteilung in der Gesellschaft. Die Autor*innen der Studie befürchten, dass diese soziale Ungleichheit die Zustimmung zu Klimaschutzmaßnahmen verschlechtert (vgl. Grothmann et al. 2024). Dieser Effekt könnte bei den Ausgabewünschen für Klima- und Umweltschutz auf lokaler Ebene gewirkt haben.

In der Bürgerbefragung gab es auch die Möglichkeit, die drei größten Probleme in Erlangen zu benennen. Personen die Probleme an den Schulen bewegen, gaben besonders häufig an, Mehrausgaben für die Sanierung von Schulgebäuden zu befürworten. Dies trifft ebenso auf Betreuungsangeboten für Kinder zu. Auch bei Problemen mit der Sauberkeit der Stadt wünschen sich die Befragten verstärkt Mehrausgaben für Sauberkeit, bei Problemen mit der Kriminalität und bei sozialen Problemen ist der Wunsch nach Mehrausgaben im Bereich der öffentlichen Sicherheit hoch.

Probleme mit Kriminalität und der Sicherheit in Erlangen und auch Probleme mit dem Parkplatzangebot hängen dabei allerdings auch mit den Ausgaben für Klima- und Umweltschutz zusammen. Personen, die in diesen Bereichen unzufrieden sind, wünschen sich signifikant häufiger gleichbleibende Ausgaben oder sogar Einsparungen in diesem Bereich.

Implikationen zu städtischen Ausgaben für Klimaschutz

Für die demokratische Legitimation braucht es eine starke Zustimmung der Bevölkerung zu klimaschützenden Ausgaben. Aber auch die Anpassung an die Folgen des Klimawandels, die im Klima-Aufbruch bereits mitgedacht werden, benötigt möglichst bald Investitionen, auch wenn die Bevölkerung diese bisher noch weniger priorisiert als andere Ausgaben. Hierbei sind inhaltliche Argumentationen für ein Umdenken nötig. Beispielsweise wäre ein Ansatzpunkt, über die langfristig deutlich höheren Folgekosten der Klimaerwärmung aufzuklären. Zudem haben Ausgaben für den Klima und Umweltschutz häufig auch Verbindungen zu andere Ausgabenbereichen. Beispielsweise reduziert sich durch attraktiven öffentlichen Nahverkehr der CO²-Ausstoß und gleichzeitig auch die Lärmbelastung durch weniger private PKWs. Auch außerhalb der städtischen Finanzen führen Umweltschutz und Klimaanpassung zu geringeren Kosten, beispielsweise im Gesundheitssektor, von denen die Bevölkerung sowohl finanziell als auch durch gesteigerte Lebensqualität profitiert. Es ist jedoch unumgänglich, bei Umwelt- und Klimaschutzthemen auch Personen mit niedrigem sozioökonomischem Status in die Transformation einzubeziehen und soziale und wohnraumrelevante Fragen mitzudenken.

7. Wirksamkeit des Klima-Aufbruchs

Zu Beginn des Berichts wurde bereits die Meinung der Erlanger*innen zum Klima-Aufbruch dargestellt. Mit den Erkenntnissen der vorherigen Kapitel soll diese noch einmal genauer betrachtet werden.

Der Klimawandel wird als Problem teilweise als weniger dringlich wahrgenommen und verliert dadurch im Vergleich zu anderen Problemen an Relevanz. So wurde bereits im vorherigen Kapitel festgestellt, dass einige Ausgabewünsche mit wahrgenommenen Problemen zusammenhängen. Daher wird nun untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen Problemen in der Stadt und der Einschätzung der Wirksamkeit des Klima-Aufbruchs besteht.

In Tabelle 2 sind verschiedene, von den Befragten benannte Probleme in der Stadt Erlangen aufgeführt. Diese stehen in einem signifikanten Zusammenhang mit der Bewertung des Klima-Aufbruchs. Die drei bewerteten Ansichten sind in den Spalten dargestellt. In den Zeilen wird nun differenziert, ob ein Problem als eines der drei wichtigsten benannt wurde oder nicht. In den Zeilen ist eingetragen, wie viel Prozent der Personen, die dieses Problem genannt haben, der Aussage zum Klima-Aufbruch zustimmt. Ist die Zustimmung zu Aussagen, die den Klima-Aufbruch als positiv bewerten hoch, zeigt sich das an einer dunkelgrünen Färbung des Feldes. Ist die Bewertung sehr negativ für den Klima-Aufbruch, so wurde das Feld dunkelrot eingefärbt.

Klima-Aufbruch-Maßnahme:

S 10 Verstärkung und Ausweitung der Öffentlichkeitsarbeit

Tabelle 2: Wirkung des Klima-Aufbruchs nach genannten Problemen im Stadtgebiet (in Prozent)

	schnellerer Klimaschutz	Gesellschaftlicher Anreiz	reine Symbolpolitik
Verkehr			
nein	74%	70%	41%
ja	63%	59%	53%
Parkplatzangebot			
nein	76%	73%	43%
ja	55%	50%	54%
Soziale Probleme			
nein	70%	65%	47%
ja	57%	59%	49%
Kriminalität			
nein	70%	66%	46%
ja	52%	47%	60%
ÖPNV			
nein	67%	63%	49%
ja	75%	73%	37%
Wohnungsmarkt			
nein	60%	55%	56%
ja	75%	72%	40%
Lärm			
nein	67%	64%	48%
ja	81%	75%	37%

Personen, die Probleme mit der Erlanger Verkehrssituation, dem Parkplatzangebot, Kriminalität oder sozialen Problemen haben, sehen weniger Handlungsbedarf beim Klimawandel. Personen, die Probleme am Wohnungsmarkt sehen, Lärm als störend empfinden und den ÖPNV problematisieren, haben positivere Einstellungen zur Wirksamkeit der Stadt beim Klimaschutz. Probleme am Wohnungsmarkt hängen allerdings auch mit dem Alter der Befragten zusammen. Junge Menschen haben häufiger Probleme eine Wohnung zu finden. Sie wünschen sich auch Mehrausgaben für den Klimaschutz. Die Einschätzung der Wirksamkeit scheint auch mit den befürworteten Ausgaben zusammenzuhängen. In Tabelle 3 sind in den Zeilen die Einschätzungen zu städtischen Ausgaben abgetragen. Differenziert wird dabei, ob eine Ausgabe unverändert bleiben soll, ob sie steigen oder die Stadt in diesem Bereich sparen soll. In den Spalten stehen die drei Auswirkungen des Klima-Aufbruchs, die als Aussage formuliert bewertet wurden.

Tabelle 3: Wirkung des Klima-Aufbruchs nach Wünschen zu städtischen Ausgaben (in Prozent)

	Effektiver und schnellerer Klimaschutz	Gesellschaftlicher Anreiz	reine Symbolpolitik
Neubau von Straßen			
einsparen	79%	73%	42%
unverändert	69%	62%	44%
mehr ausgeben	40%	45%	61%
Unterhalt von Straßen und Brücken			
einsparen	84%	73%	59%
unverändert	73%	71%	39%
mehr ausgeben	61%	55%	54%
Öffentlicher Nahverkehr			
einsparen	42%	31%	85%
unverändert	63%	61%	48%
mehr ausgeben	74%	69%	42%
Radverkehr			
einsparen	28%	26%	71%
unverändert	65%	61%	43%
mehr ausgeben	82%	75%	42%
Grün- und Freiflächen			
einsparen	46%	25%	67%
unverändert	68%	64%	45%
mehr ausgeben	72%	68%	47%
Klima und Umweltschutz			
einsparen	16%	17%	81%
unverändert	49%	50%	54%
mehr ausgeben	90%	81%	36%

Statistische Zusammenhänge zeigen sich besonders bei Ausgaben im Radverkehr, für den öffentlichen Nahverkehr und beim Klima- und Umweltschutz. Befragte, die in diesen Bereichen einsparen wollen, sehen den Klima-Aufbruch nicht als wirksam in seiner Effektivität und Geschwindigkeit beim Klimaschutz an.

Entgegengesetzt ist das Bild bei Ausgaben für den Neubau von Straßen. Während ein Großteil der Erlanger*innen in diesem Bereich einsparen möchte, gibt es auch einen kleinen Anteil an der Bevölkerung, der mehr in den Ausbau des Straßennetzes investieren möchte. Diese Personengruppe hält den Klima-Aufbruch ebenso nicht für eine effektive Maßnahme. Die Ausgaben für den Klima- und Umweltschutz stehen auch mit den beiden anderen Aussagen in einem statistischen Zusammenhang. Befürworter*innen höherer Investitionen in den Klimaschutz sehen den Klima-Aufbruch häufiger als einen wichtigen gesellschaftlichen Anreiz für dieses Ziel. Zudem bewerten sie den Klima-Aufbruch seltener als reine Symbolpolitik.

Eine mögliche Erklärung für diesen Zusammenhang, der im Gegensatz zu der geringen Korrelation mit soziodemografischen Merkmalen steht, bietet ebenfalls die Studie des Umweltbundesamts zum Umweltbewusstsein. Darin werden stärkere Einflüsse des persönlichen Normen- und Werteverständnisses, sowie das Empfinden kollektiver Wirksamkeit und der Selbstwirksamkeit bei der Bildung des Umweltbewusstseins vermutet (vgl. Grothmann et al. 2023). Das Umweltbewusstsein äußert sich an dieser Stelle bei der Einschätzung von Handlungsnotwendigkeit in Form der Steigerung bzw. Senkung kommunaler Ausgaben und gleichzeitig bei der Bewertung des politischen Programms. Es eröffnet sich zudem die Frage, in welche Richtung der statistische Zusammenhang gegeben ist und ob er überhaupt in eine Richtung zu interpretieren ist. Jene Personen, die wenig Geld in Klimaschutz investieren möchten, bewerten den Klima-Aufbruch als unwirksamer als andere Gruppen. Dabei ist das Programm von diesen Geldern abhängig, um wirksam zu werden. Es scheint, als wollen Befragte mit dieser Meinung zu Ausgaben für Klimaschutz auch nicht, dass dieser betrieben wird und bewerten das Programm deshalb so negativ. Diese Bewertung der Wirksamkeit könnte also stärker von der eigenen Werthaltung abhängen als von der tatsächlichen Funktion des Programms.

Das hat allerdings auch Auswirkungen auf die Inhalte des Klima-Aufbruchs. Klimaschutz ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Dazu gehört nicht nur die Stadt Erlangen – ganze Länder, Unternehmen, aber eben auch Privatpersonen müssen Veränderungen mitgestalten. Im Klima-Aufbruch ist daher klar formuliert, dass dieser nur unter Mithilfe der Bürger*innen und der Unternehmen in Erlangen funktionieren kann. Es braucht also auch die Unterstützung derer, die den Klima-Aufbruch als Symbolpolitik einschätzen, um ihn nicht zur Symbolpolitik werden zu lassen.

Darüber, wie Erlanger Bürger*innen mit Vorbehalten gegenüber Klimaschutz argumentativ erreicht werden können, geben die Befragungsergebnisse keinen Einblick. Zumindest aber die Einschätzung, der Klima-Aufbruch sei reine Symbolpolitik, hängt damit zusammen, dass Befragte über die Zeitung vom Klima-Aufbruch erfahren haben. Für die Überzeugung der Bevölkerung von der Aktion kann dieser Weg durchaus gewinnbringend sein. Ob die Bewertung als Symbolpolitik von den Inhalten der Berichterstattung über den Klima-Aufbruch abhängt oder von der allgemeinen Berichterstattung über die Stadt als Institution bleibt offen.

Implikationen zur Wirksamkeit des Klima-Aufbruchs

Die Bewertung des Klima-Aufbruchs scheint unter anderem von der persönlichen Einschätzung der Handlungsnotwendigkeit, bezogen auf den Klimawandel, abhängig zu sein. Um Maßnahmen demokratisch zu legitimieren und auch Personen, die Klimaschutz kritisch sehen, zum Mitmachen zu aktivieren, bedarf es viel Aufklärungsarbeit. Diese umfassende Aufgabe liegt nicht alleine bei der Stadtverwaltung, sondern bei der gesamten Gesellschaft.

In der Kommunikation zum Klima-Aufbruch könnte die Zeitung jedoch ein wichtiges Medium sein, um Inhalte differenziert darzustellen und die Bürger*innen transparent an den Prozessen zu beteiligen. So kann gleichzeitig der Abwertung des Klima-Aufbruchs als reine Symbolpolitik entgegengewirkt werden.

Paula Haberberger, 09/2024

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Bekanntheit des Klima-Aufbruchs	S. 5
Abbildung 2	Bekanntheit des Klima-Aufbruchs nach Alter	S.6
Abbildung 3	Bekanntheit des Klima-Aufbruchs nach Sprache im Elternhaus	S. 6
Abbildung 4	Bekanntheit des Klima-Aufbruchs nach dem Zurechtkommen mit dem Haushaltseinkommen	S. 7
Abbildung 5	Über welches Medium haben Sie vom Klima-Aufbruch erfahren	S. 8
Abbildung 6	Erwartungen an die Wirkung des Klima-Aufbruchs	S. 9
Abbildung 7	Einschätzung des individuellen Beitrags zum Klimaschutz	S. 10
Abbildung 8	Persönlich umsetzbare Maßnahmen zum Klimaschutz	S. 11
Abbildung 9	Genannte Ängste bezüglich der Folgen des Klimawandels	S. 14
Abbildung 10	Verteilung der Indexwerte zur Angst vor Folgen des Klimawandels	S. 15
Abbildung 11	Ängste vor Folgen des Klimawandels nach soziodemografischen Merkmalen	S. 16
Abbildung 12	Angst vor Folgen des Klimawandels nach Gesundheitszustand	S. 16
Abbildung 13	Umsetzbare Maßnahmen zum Klimaschutz nach Angst vor den Folgen des Klimawandels	S. 17
Abbildung 14	Anreize im Sinne des Klimaschutz zu leben nach Angst vor Folgen des Klimawandels	S. 18
Abbildung 15	Bevorzugt genutztes Verkehrsmittel	S. 20
Abbildung 16	Entwicklung der Verkehrsmittelnutzung innerhalb Erlangens seit 2010	S. 21
Abbildung 17	Verfügbarkeit eines Autos	S. 22
Abbildung 18	Nutzung von Sharing Angeboten	S. 23

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Zustimmung zu klimawirksamen, städtischen Ausgaben nach soziodemografischen Merkmalen	S. 25
Tabelle 2	Wirkung des Klima-Aufbruchs nach Problemen im Stadtgebiet	S. 28
Tabelle 3	Wirkung des Klima-Aufbruchs nach Wünschen zu städtischen Ausgaben	S. 29

Literaturverzeichnis

Amt für Stadtentwicklung und Stadtplanung der Stadt Erlangen (2020). Mobilität in Erlangen: Verkehrsentwicklungs- und Mobilitätsplan 2030. Stadt Erlangen, Erlangen.

Stadt Erlangen (2022). Klimaneutral 2030 – Da wollen wir hin. Fahrplan Klima-Aufbruch Erlangen – Endbericht. Stadt Erlangen, Erlangen.

Grothmann, T., Frick, V., Ruppel, P., Münsch, M., Kettner, S. E., & Thorun, C. (2024). Umweltbewusstseinsstudie 2022 - Vertiefende Analysen der re-präsentativen Hauptbefragung. Umweltbundesamt, Dessau-Roßlau.

Sachverständigenrat für Umweltfragen (SRU) (2023): Politik in der Pflicht: Umweltfreundliches Verhalten erleichtern. Sachverständigenrat für Umweltfragen, Berlin.

Weihgold, Vanessa (2021). Gesellschaftliches Empowerment statt Resilienz. Kritische Betrachtungen zum Umgang mit Eco-Anxiety. In B. Rieken, R. Popp, & P. Raile (Hrsg.), Eco-Anxiety—Zukunftsangst und Klimawandel Interdisziplinäre Zugänge. (S. 145–160). Waxmann, Münster.

Anhang

Tabelle zur mediale Erreichbarkeit nach Soziodemografischen Merkmalen

	Erlanger Nachrichten	Marktspiegel	Informationsangebote der Stadt	andere Zeitung	Radio	Fernseher	Plakate, Aushänge, Flyer	Social-Media-Kanäle	Gespräche innerhalb der Familie, mit	Persönlicher Kontakt zu Stadträt*innen	Bürgerversammlung/ Informationsveranstal	Nordbayern.de
Alter												
18 - <35	26%	2%	27%	3%	13%	3%	46%	50%	63%	3%	3%	28%
35 - <50	38%	12%	41%	5%	14%	4%	43%	41%	57%	3%	8%	35%
50 - <65	56%	19%	32%	5%	18%	12%	42%	23%	56%	6%	13%	25%
65 - 85	76%	23%	24%	9%	23%	23%	36%	11%	56%	6%	16%	15%
Migrationshintergrund												
nein	50%	14%	31%	6%	17%	10%	40%	29%	59%	4%	10%	27%
ja	41%	15%	30%	6%	19%	12%	44%	42%	51%	4%	7%	18%
Geschlecht												
Männlich	46%	14%	33%	6%	18%	10%	39%	31%	55%	4%	10%	30%
Weiblich	51%	14%	29%	6%	16%	11%	44%	31%	60%	4%	10%	21%
Schulabschluss												
kein Schulabschluss	76%	24%	24%	6%	19%	13%	38%	13%	35%		19%	29%
Hauptschulabschluss	55%	33%	22%	4%	28%	25%	24%	23%	46%	4%	10%	13%
mittlere Reife	56%	17%	26%	6%	16%	12%	37%	34%	57%	3%	13%	21%
(Fach-)Abitur	45%	9%	35%	6%	15%	7%	46%	32%	61%	4%	9%	29%
Erwerbsstatus												
Vollzeitarbeit	40%	11%	37%	5%	16%	7%	40%	35%	57%	3%	7%	32%
Teilzeitarbeit	47%	13%	33%	3%	15%	8%	49%	33%	62%	4%	14%	29%
Rente	74%	23%	24%	10%	24%	21%	38%	11%	57%	6%	16%	16%
Studium	27%	2%	24%	6%	14%	4%	55%	55%	65%	3%	3%	25%
Sonstiges	48%	14%	28%	4%	13%	9%	36%	39%	53%	4%	9%	14%
Verfügbares Haushaltseinkommen												
<900€	43%	17%	26%	6%	20%	15%	42%	37%	53%	3%	8%	21%
900€ - <1800€	51%	15%	33%	5%	17%	10%	42%	31%	60%	3%	11%	28%
1800€ -<2700€	51%	13%	34%	4%	14%	6%	46%	29%	59%	5%	9%	23%
ab 2700€	50%	8%	38%	9%	13%	7%	39%	25%	60%	6%	11%	36%
Sozioökonomischer Status												
sehr niedrig	57%	33%	21%	5%	30%	24%	29%	25%	44%	4%	10%	13%
niedrig	49%	18%	28%	5%	17%	14%	38%	34%	57%	3%	10%	21%
hoch	47%	10%	36%	6%	16%	7%	46%	30%	60%	5%	10%	30%
sehr hoch	47%	4%	28%	8%	13%	8%	38%	30%	60%	2%	6%	26%