

**Antwort  
der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage des Abgeordneten Dr. Klaus-Dieter Feige und der Gruppe  
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN  
— Drucksache 12/3404 —**

**Klimabotschafter-Tour des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz  
und Reaktorsicherheit**

Ende September schickte das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit für fünf Wochen sogenannte Klimabotschafter auf eine Werbetour durch ausgewählte S-Bahn- und Nahverkehrsstrecken in zehn Ballungsgebiete der Bundesrepublik Deutschland. Aufgabe der „Botschafter“ ist es, Benutzer des öffentlichen Personennahverkehrs in ihrem umweltgerechten Verhalten zu bestärken, sie über wichtige Aspekte des Klimaschutzes zu informieren und sie als Multiplikatoren in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis zu werben. Bereits im Mai dieses Jahres wurde versuchsweise eine ähnliche Aktion durchgeführt, um die Reaktion in der Bevölkerung zu testen.

1. Nach welchen Kriterien wurde die im Mai durchgeführte Aktion ausgewertet, und inwiefern wurden die Ergebnisse in die jetzt laufende Aktion miteinbezogen?

Obwohl viele Menschen in Deutschland für den Problemkreis Klimaschutz sensibilisiert sind, ist das Wissen über die komplexen Wirkungszusammenhänge der Klimamathematik generell oberflächlich. Entsprechend gering ist oft die Motivation des einzelnen, selbst einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Vor diesem Hintergrund ergaben sich folgende Zielsetzungen für die Durchführung der Klimabotschafter-Tour:

- Menschen, die durch das Benutzen öffentlicher Verkehrsmittel bereits Umweltbewußtsein zeigen, in ihrem Verhalten zu bestärken und als Multiplikatoren zu gewinnen.
- Interesse für detaillierte Kenntnisse über die Zusammenhänge zwischen Alltagsverhalten und Klimaveränderungen zu wecken.

---

*Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministers für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit vom 26. Oktober 1992 übermittelt.*

*Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.*

Im Rahmen der im Mai diesen Jahres in Zusammenarbeit mit dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr durchgeführten Testphase sollte überprüft werden, ob und in welchem Umfang diese Zielsetzungen erreicht werden können. Die Auswertung des Testeinsatzes erfolgte nach folgenden Kriterien:

- Reaktion der Fahrgäste auf die persönliche Ansprache durch Klimabotschafter (Interesse am Thema, Gesprächsbereitschaft, Gesprächsdauer, Informationsbedürfnisse);
- Bereitschaft der Fahrgäste, als Multiplikatoren aktiv zu werden;
- Eignung öffentlicher Verkehrsmittel für die Gesprächsführung.

Die Auswertung der Testphase führte zu folgenden Ergebnissen:

- Die Mehrheit der Fahrgäste reagierte sehr positiv auf die persönliche Ansprache durch die Klimabotschafter;
- über 90 Prozent der Fahrgäste waren grundsätzlich aufgeschlossen und gesprächsbereit, über 60 Prozent der Gespräche dauerten länger als fünf Minuten;
- es zeigte sich ein großer Informationsbedarf zu globalen Umweltthemen, aber auch zu Tips für einen persönlichen Beitrag zum Klimaschutz;
- ca. 50 Prozent der gesprächsbereiten Fahrgäste signalisierten Bereitschaft, als Multiplikatoren in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis tätig zu werden;
- es zeigte sich, daß die öffentlichen Verkehrsmittel (insbesondere S-Bahn- und Nahverkehrszüge) optimale Bedingungen für ein Gespräch bieten, da die Fahrgäste sich nicht gestört fühlen, sondern Zeit für ein Gespräch mitbringen;
- es wurde eine gute Medienresonanz erzielt.

Die positive Bilanz der Testphase gab den Ausschlag für die bundesweite Durchführung der Klimabotschafter-Tour.

2. Wie beurteilt die Bundesregierung die Wirkung der Kampagne auf die Menschen, die den öffentlichen Personennahverkehr bisher aus Bequemlichkeitsgründen nicht nutzen?

Eine positive Wirkung der Klimabotschafter-Tour auf Personen, die die öffentlichen Verkehrsmittel bisher nicht bzw. nur sehr selten nutzen, wird indirekt erreicht, indem

- auch Gelegenheitsnutzer des öffentlichen Personennahverkehrs erfaßt werden;
- die Nutzer öffentlicher Verkehrsmittel angeregt werden, als Multiplikatoren in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis tätig zu werden;
- die Botschaft der Aktion über die gute Medienresonanz an die breite Öffentlichkeit gelangt.

3. Teilt die Bundesregierung die Ansicht, daß Ursache und Wirkung eines bestimmten Zusammenhangs für den einzelnen klar erkennbar sein und einen Bezug zu seinem persönlichen Leben haben müssen, um ein verantwortliches Umgehen mit dem jeweiligen Zusammenhang zu gewährleisten?

Ja.

4. Warum sind in die Kampagne die Autofahrer nicht miteinbezogen worden, die schließlich Hauptverursacher der Klimaproblematik sind?

Im Rahmen der Klimabotschafter-Tour werden Informationen zur Klimaproblematik in erster Linie über persönliche Gespräche vermittelt. Diese Form der Ansprache ist beim Autofahrer nicht möglich. Der Individualverkehr bietet keine positiven Rahmenbedingungen für das gesuchte Gespräch. Die Ansprache des Autofahrers im Verkehrsablauf böte lediglich die weniger effektive Möglichkeit, gedrucktes Informationsmaterial zu überreichen.

5. Wann und mit welchen Maßnahmen, insbesondere im Verkehrsbereich, gedenkt die Bundesregierung dem CO<sub>2</sub>-Minderungsziel um mindestens 25 % bis zum Jahre 2005 näherzukommen?

Die Bundesregierung hat am 13. Juni 1990, am 7. November 1990 und am 11. Dezember 1991 drei Beschlüsse zu ihrem CO<sub>2</sub>-Minderungskonzept gefaßt, die ein Bündel von Maßnahmen zur Verminderung der energiebedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Bundesrepublik Deutschland enthalten (vergleiche Drucksache 12/2081). Der zweite Zwischenbericht der Interministeriellen Arbeitsgruppe „CO<sub>2</sub>-Reduktion“ gibt den Stand der Umsetzung der beschlossenen Maßnahmen wieder (Stand: Dezember 1991).

Eine Reihe von Maßnahmen aus dem CO<sub>2</sub>-Minderungsprogramm der Bundesregierung wurde bereits umgesetzt, z. B. das Stromeinspeisungsgesetz, das am 1. Januar 1991 in Kraft getreten ist, das 250-MW-Windenergieprogramm, das 1 000-Dächer-Photovoltaik-Programm, das El-Dorado-Programm zur Förderung des verstärkten Einsatzes von Photovoltaik und Windkraft in den Entwicklungsländern, Schaffung einer Steuerpräferenz für Kraft-Wärme-Kopplung im Rahmen des Mineralölsteuergesetzes, Verabschließung eines gemeinsamen Bund-Länder-Programms zur Modernisierung und Sanierung von Fernwärmeversorgungssystemen in den neuen Bundesländern, insbesondere unter Berücksichtigung der Kraft-Wärme-Kopplung, das ERP-Energiesparprogramm sowie ein Förderprogramm zur Durchführung von Energiediagnosen im Gebäudebereich.

Einen ausführlichen Überblick über die Maßnahmen zum Klimaschutz im Hinblick auf die Erreichung des CO<sub>2</sub>-Minderungsziels von 25 bis 30 % bis zum Jahr 2005 wird die Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage der Abgeordneten Monika Ganseforth, ... und der Fraktion der SPD „Umsetzung der Empfehlungen der Enquete-Kommission Vorsorge zum Schutz der

„Erdatmosphäre“ durch die Bundesregierung (Drucksache 12/2669 vom 25. Mai 1992) geben. Die Bundesregierung wird die Große Anfrage voraussichtlich im November 1992 beantworten.

6. Welche Kosten wurden für die Vorbereitung, die Werbung, die Durchführung und die Auswertung der Kampagne aufgewendet?

Für die Kampagne sind 630 000 DM incl. MwSt bereitgestellt worden. Kosten für Werbemaßnahmen entstanden nicht.

7. Welche konkreten Ergebnisse verspricht sich die Bundesregierung von der Kampagne?

Die Bundesregierung verspricht sich von diesen Maßnahmen konkret, daß

- das Bewußtsein breiter Bevölkerungskreise für die Notwendigkeit des globalen Umwelt- bzw. Klimaschutzes gestärkt wird;
- die Kenntnisse des einzelnen über komplexe Wirkungszusammenhänge beim Klimaschutz verbessert werden;
- der einzelne konkrete Verhaltensänderungen zum Schutz des Klimas vornimmt (weniger Individualverkehr, Energieeinsparung in Haushalt, Beruf und Freizeit).

8. Inwieweit wäre es sinnvoller gewesen, die für diese Aktion aufgewandten Mittel dem Ausbau und der Förderung des öffentlichen Personennahverkehrs zugute kommen zu lassen?

Die für die Maßnahme eingesetzten Mittel leisten im Hinblick auf ihre verhaltensbeeinflussende Wirkung einen mittel- und unmittelbaren Beitrag zur Förderung des öffentlichen Personennahverkehrs (siehe auch die Antwort auf Frage 7).