

# Hintergrundinformationen

## Zahlen, Daten, Fakten

10 Jahre Klimaschutzagentur Region Hannover

- **Geschäftsvolumen** 2002: 1,04 Mio. – 2010: 2,36 Mio.
- **Mitarbeiter** 2001: 4 – 2011: 20
- **Gesellschafter** 2001: 10 – 2011: 11
- **Fördervereinsmitglieder** 2001: 9 – 2011: 55
- **Kampagnen** 2011: 9 (plus Projektbausteine)
- **Veranstaltungen** 2010: 20 Infostände auf Messen und großen Veranstaltungen
- **Internet** 2010: ca. 43.000 Zugriffe
- **Beratungen** an Infoständen bis 2010: rund 26.000
- **Beratene Hausbesitzer** 2004 bis 2010: 4.500
- **Beratene Betriebe** bis 2010: ca. 400 (mit Partnern)
- **Beratene Sportvereine** bis 2011: 43 (Modernisierung abgeschlossen)
- **Stromsparberatungen** bis 2011: 3.500
- **Klimaschutzkonzepte** für Kommunen Stand 2011: 13
- **Pressemitteilungen** 2002: 20 – 2010: 113
- **Telefonische Beratungskontakte** 2002: 500 – 2010: 1200
- **Beratungskontakte an Infoständen** 2002: 980 – 2010: 3207
- **Akteursforen** 2002: 10 – 2010: 20

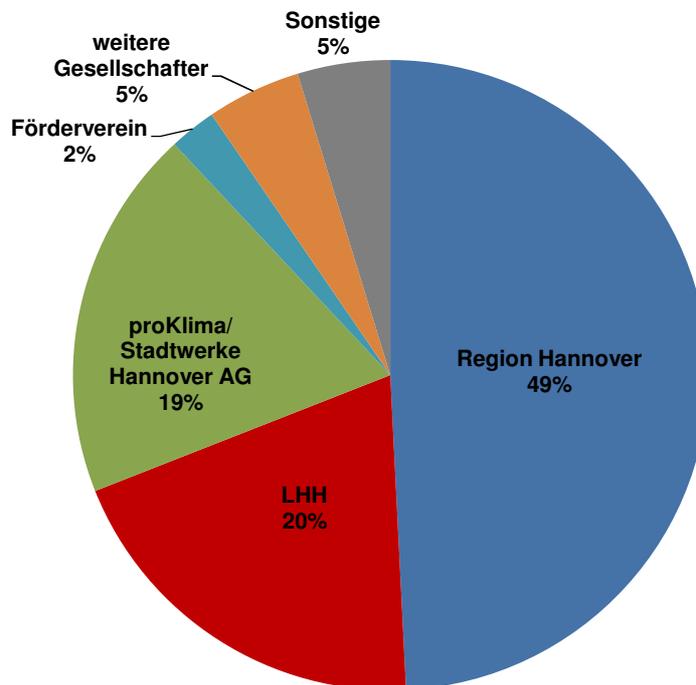
Wünschen Sie mehr Informationen oder Fotos?

E-Mail: [m.dening-mueller@klimaschutzagentur.de](mailto:m.dening-mueller@klimaschutzagentur.de)  
Tel.: 05 11 – 22 00 22 14, Fax: -55  
Klimaschutzagentur Region Hannover GmbH  
Monika Dening-Müller, Kommunikation

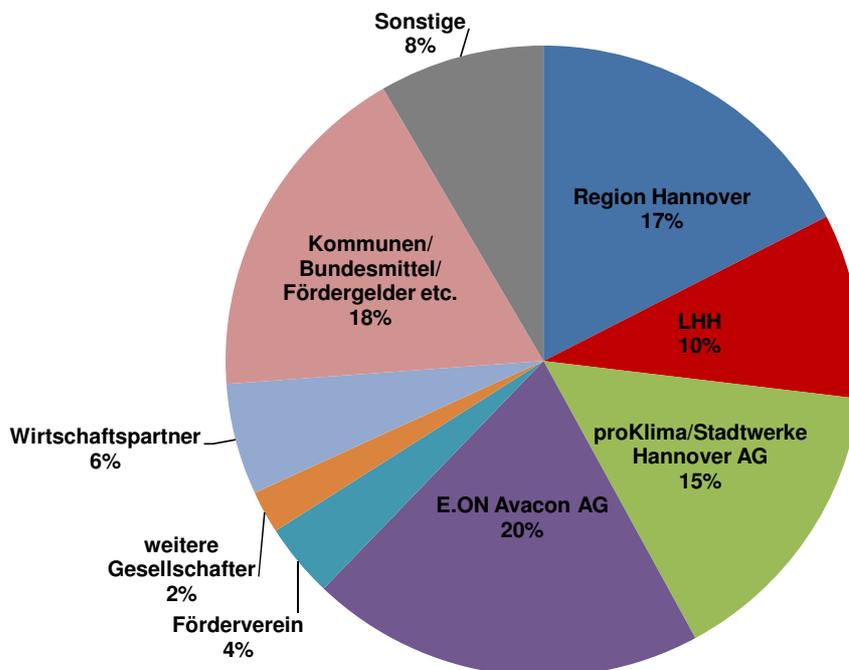


## Struktur der Erträge der Klimaschutzagentur Region Hannover

2002 1,04 Mio. Euro



2010 2,36 Mio. Euro



**Interview mit Udo Sahling, Geschäftsführer der Klimaschutzagentur Region Hannover**

**1. 10 Jahre Klimaschutzagentur Region Hannover – ein guter Anlass, einmal zurückzuschauen. Herr Sahling, wie verlief die Entwicklung der Agentur?**

**Udo Sahling:** „Der Schwung, der von der EXPO 2000 in Hannover ausging, hat die Gründung der Klimaschutzagentur 2001 entscheidend gefördert. Nach schwierigen Anfangsjahren, in denen Klimaschutz längst nicht den Stellenwert wie heute hatte, haben wir uns mittlerweile gut etabliert. Gestartet sind wir mit vier Kolleginnen und Kollegen, heute hat die Agentur 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Verwaltungen, Kammern und Verbände sind von unserer Arbeit überzeugt und mit eingebunden. Wir haben Partner und Förderer für unsere Ideen gefunden und immer wieder neue Kampagnen rund um Klimaschutzthemen entwickelt. Damit sind wir übrigens so erfolgreich, dass wir die Konzepte jetzt an neu entstehende Energie- und Klimaschutzagenturen verkaufen können.

**2. Wo steht die Klimaschutzagentur heute?**

**Udo Sahling:** Das Konzept der Klimaschutzagentur Region Hannover ist im Bundesgebiet einmalig. Neu zu gründenden Energie- und Klimaschutzagenturen dient es als Vorbild. Über die Jahre haben wir ein großes Netzwerk geknüpft, in dem viele gesellschaftliche Gruppen eingebunden sind. Unser Know-how ist ausgereift und wir verstehen uns als Impulsgeber für den Klimaschutz auf regionaler Ebene. Wie wir Klimaschutz-Aktionsprogramme erarbeiten, findet hohe Anerkennung in den Kommunen.

**3. Welche Entwicklungen beim Klimaschutz in der Region hat die Agentur entscheidend beeinflusst?**

**Udo Sahling:** Indem wir die Region bei der Erarbeitung ihres Klimaschutzrahmenprogramms und die Städte und Gemeinden bei der Erstellung von Klimaschutzkonzepten unterstützt haben, ist Klimaschutz zu einem kommunalpolitischen Thema geworden. Während auf Bundesebene noch diskutiert wird, handeln wir in der Region schon seit Jahren. Neben der kontinuierlichen Informations- und Kampagnenarbeit haben uns große Projekte, wie die Eisblockwette 2003 und das Plus-Energie-Haus 2010, geholfen, Bürger und Betriebe zu motivieren, damit die Klimaschutzziele bis 2020 erreicht werden können.

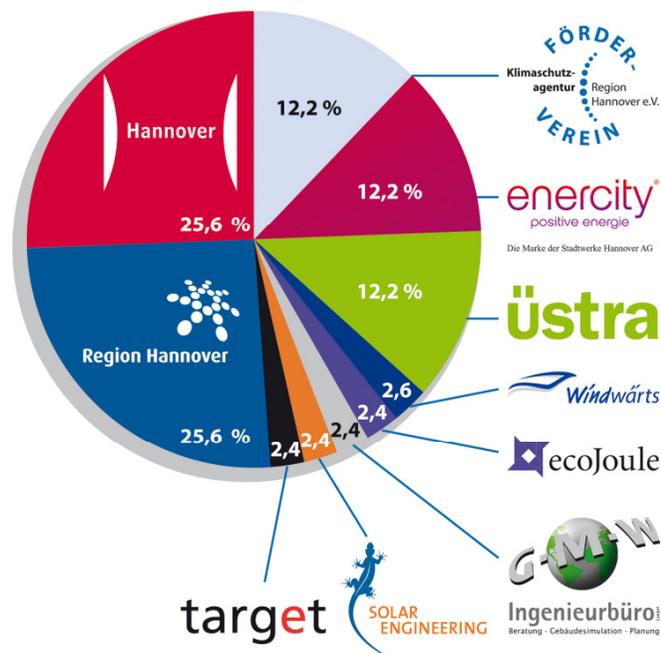
**4. Was macht den Erfolg der Klimaschutzagentur aus?**

**Udo Sahling:** Es ist unserem Team gelungen, über Parteigrenzen und unterschiedliche Interessenlagen hinweg, mit engagierter und kompetenter Arbeit zu überzeugen. Wir gehen zielgruppenorientiert vor und bieten unabhängige und zumeist kostenlose Informationen und Beratungen an. Unsere Projekte und Kampagnen nehmen viele klimarelevante Themen auf - von der Gebäudemodernisierung bis hin zum Stromsparen - und bieten Anreize für Wohnungsgesellschaften, Hausbesitzer oder Mieter. Für die nötige finanzielle Basis sorgen die Gesellschafter, Wirtschaftspartner und Fördervereinsmitglieder der Klimaschutzagentur. Ihre Zahl ist im Laufe der Zeit stark gewachsen.

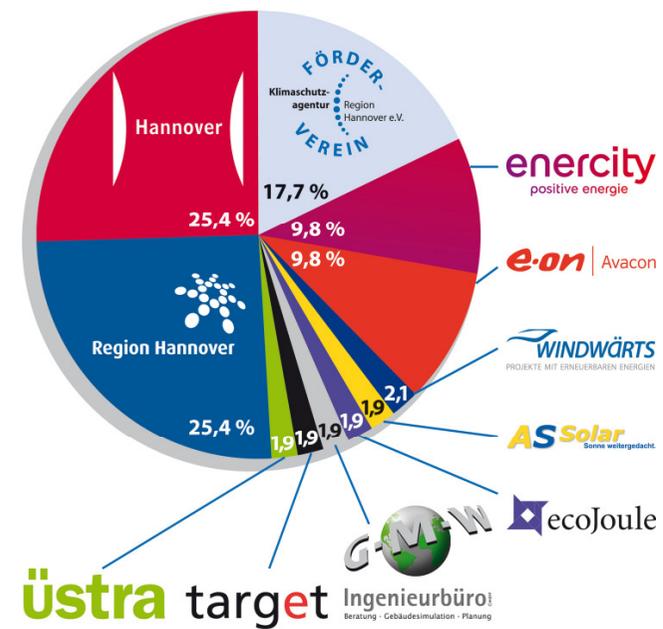
**5. Welche Themen werden die Klimaschutzagentur in Zukunft beschäftigen?**

**Udo Sahling:** In Zeiten der Energiewende werden wir uns weiterhin für den Ausbau von erneuerbaren Energien und die Steigerung der Energieeffizienz einsetzen. Die energetische Optimierung von Gebäuden ist eines der wichtigsten Zukunftsthemen. Wir stehen auch künftig Bürgern und Betrieben als kompetente Beratungsinstitution zur Seite und werden die Städte und Gemeinden mit Rat und Tat dabei unterstützen, jetzt die richtigen Entscheidungen für eine klimaschonende Zukunft zu treffen.

## Gesellschafterstruktur der Klimaschutzagentur Region Hannover



2001



2011