



selbst anbauen

reparieren

verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

ERGEBNISBERICHT

Befragung lokaler Initiativen für einen nachhaltigen Konsum in NRW (Oktober - Dezember 2019):
Mitglieder, Handlungsfelder, Zusammenarbeit mit Kommunen, Stimmungsbarometer

Stand: April 2020

Das Projekt MehrWertKonsum wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

IMPRESSUM

VERBRAUCHERZENTRALE NORDRHEIN-WESTFALEN E.V.
PROJEKT MEHRWERTKONSUM
MINTROPSTRASSE 27
40215 DÜSSELDORF

TELEFON: (0211) 3809 689
MEHRWERT@VERBRAUCHERZENTRALE.NRW
WWW.MEHRWERT.NRW

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen

HINTERGRUND DER BEFRAGUNG

In Nordrhein-Westfalen gibt es immer mehr lokale Initiativen wie Reparatur-Cafés, Foodsharing- und Lastenradinitiativen oder Gemeinschaftsgärten, in denen sich ehrenamtlich engagierte Bürger*innen für Klima- und Ressourcenschutz einsetzen. Mit ihrem Engagement zeigen sie alltagsnahe Praktiken für einen klimafreundlichen Konsum und erschaffen neue Möglichkeiten für Bürger*innen, eine zukunftsfähige Gesellschaft aktiv mitzugestalten.

Mit dem Projekt MehrWertKonsum stärkt die Verbraucherzentrale NRW Initiativen in ihrem Potential nachhaltige Transformationsprozesse voranzutreiben und unterstützt sie mit vielfältigen Angeboten bei ihren Aktivitäten.

Um die Unterstützungs-, Beratungs- und Informationsangebote für Initiativen weiterzuentwickeln, führte MehrWertKonsum von Oktober bis Dezember 2019 eine Online-Befragung bei Initiativen in NRW durch. Ziel war es zu erfahren, wie sich die Arbeit der Engagierten in den Initiativen entwickelt, vor welchen Herausforderungen sie stehen und welche Auswirkungen die aktuelle Debatte um Klimaschutz und Nachhaltigkeit auf ihr ehrenamtliches Engagement hat.

METHODE UND REPRÄSENTATIVITÄT

- Befragt wurden lokale Initiativen, die sich in NRW ehrenamtlich und gemeinschaftlich für einen nachhaltigen Konsum einsetzen und die Wertschätzung von Lebensmitteln und begrenzten Ressourcen befördern. Beispiele sind Reparatur-Cafés, Gemeinschaftsgärten und Foodsharing-Gruppen.¹
- Der Fragebogen wurde – stellvertretend für die Gruppe – jeweils von einer Person beantwortet, die die Arbeiten und Aktivitäten der Initiativen gut kennt.
- Insgesamt wurden 646 Initiativen angeschrieben. 137 Initiativen antworteten, was einer Rücklaufquote von 21,2% entspricht.
- Aufgrund ungleicher Beteiligungsquoten ist die Befragung hinsichtlich der Initiativentypen nicht repräsentativ: Reparatur-Cafés stellen 40% der befragten Initiativen und sind im Vergleich zur Grundgesamtheit aller Initiativen in NRW überrepräsentiert; Foodsharing-Initiativen und Gemeinschaftsgärten sind unterrepräsentiert. Da sich in Reparatur-Cafés viele über-60-jährige Männer engagieren, sind die Verteilungen zu Altersstruktur und Geschlechterverteilung in der Befragung zugunsten dieser Gruppe verzerrt. Bei den inhaltlichen Fragen zu Handlungsbedarfen, Zusammenarbeit mit Kommunen sowie dem „Stimmungsbarometer“ sind jedoch keine deutlichen Abweichungen zwischen Reparatur-Cafés und anderen Initiativentypen erkennbar, so dass die Befragung in diesen Fragebereichen die Grundgesamtheit relativ zuverlässig abbilden dürfte.

¹ Für eine Liste der befragten Initiativentypen siehe Folie 10, für detaillierte Beschreibungen siehe www.mehrwert.nrw

ZUSAMMENFASSUNG 1/4

Allgemeines zu den Initiativen

- Deutlich wird eine starke Gründungsdynamik in den letzten sechs Jahren: Drei Viertel (74%) der befragten Initiativen wurden 2014 oder später gegründet. Die älteste Initiative existiert bereits seit 1986.
- Fast 40% der Initiativen sind als eingetragene Vereine organisiert, ebenso viele als lockere Gruppe ohne Rechtsform.

ZUSAMMENFASSUNG 2/4

Mitglieder

- Es handelt sich überwiegend um kleinere Gruppen: In über der Hälfte (58%) der Initiativen sind bis zu 20 Personen engagiert. Jedoch gibt es auch einige deutlich größere Organisationen, die größte Initiative umfasst 400 Mitglieder. Der Mittelwert der aktiv Engagierten liegt bei 45.
- Die Befragung zeigt, dass sich immer mehr Menschen für einen nachhaltigen Konsum einsetzen: Knapp die Hälfte (49%) der Initiativen verzeichnete im letzten Jahr einen leichten oder gar deutlichen Zuwachs an Mitgliedern. Bei weiteren 41% ist die Anzahl der engagierten Personen in etwa gleich geblieben. Nur bei 10% der Initiativen gab es einen leichten Rückgang an Mitgliedern.
- Die Ergebnisse zur Alters- und Geschlechterverteilung der Engagierten sind mit Vorsicht zu interpretieren: An der Befragung haben besonders viele Reparatur-Cafés teilgenommen, in denen oft über-60-Jährige Männer aktiv sind. Foodsharing-Initiativen, in denen sich viele Jüngere und viele Frauen engagieren, sind dagegen unterrepräsentiert. Den Ergebnissen zufolge sind über-40-Jährige in zwei Dritteln (67%) der befragten Initiativen am stärksten vertreten. In 37% der befragten Initiativen engagieren sich mehr Männer als Frauen, bei 27% ist es umgekehrt. Berücksichtigt man die oben genannten Abweichungen von der Grundgesamtheit aller Initiativen in NRW, so ist davon auszugehen, dass die Altersgruppen und Geschlechter relativ ausgewogen verteilt sind.

ZUSAMMENFASSUNG 3/4

Zusammenarbeit mit der Kommune

- Kommunen sind wichtige Ansprechpartner für die Initiativen, die Zusammenarbeit funktioniert gut: Die Hälfte (50%) der befragten Initiativen hat sich bereits in der Vergangenheit mit einem oder mehreren Anliegen an die Kommune gewendet. In über 80% der Fälle konnte die Kommune der Initiative sehr oder zumindest teilweise weiterhelfen. Ein Drittel (33%) der Initiativen plant im nächsten Jahr ein oder mehrere Anliegen bei der Kommune vorzubringen.
- Persönliche Ansprechpartner in der kommunalen Verwaltung sind den meisten Initiativen bekannt: Über 80% der Initiativen kennen mindestens eine Ansprechperson, knapp die Hälfte (47%) der Initiativen sogar mehr als 3 Personen. Die Anlaufstellen in der kommunalen Verwaltung unterscheiden sich je nach Initiativentyp. Während der Kontakt mit Umweltamt, Klimaschutzmanager*in, Bürgermeister*in oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für viele Initiativen eine Rolle spielt, haben Lastenrad-Verleihe beispielsweise Kontakt mit den Fahrradbeauftragten der Stadt und Reparatur-Cafés mit Jugend- und Sozialamt oder der örtlichen Ehrenamtsagentur.
- Genehmigungen, (finanzielle) Förderungen, Raumsuche/-nutzung und Kooperationen sind die häufigsten Anliegen an die Kommunen. Weitere Anliegen an die Kommune unterscheiden sich je nach Initiativentyp. Während Gemeinschaftsgärten z.B. die Themen Bodengutachten oder Baumpflege beschäftigt, wünschen sich Clean-Up Initiativen z.B. Unterstützung beim Abtransport des gesammelten Mülls.

ZUSAMMENFASSUNG 4/4

Handlungsfelder

- Die wichtigsten Handlungsfelder für die befragten Initiativen sind „Neue Mitglieder gewinnen“ (im Durchschnitt 5,7 auf einer Skala von 0 bis 10) sowie „Öffentliche Bekanntheit stärken“ (5,2). Danach kommen „Geld und Sachmittel akquirieren“ (4,4) und „Vorhandene Mitglieder motivieren“ (4,2).

Stimmungsbarometer

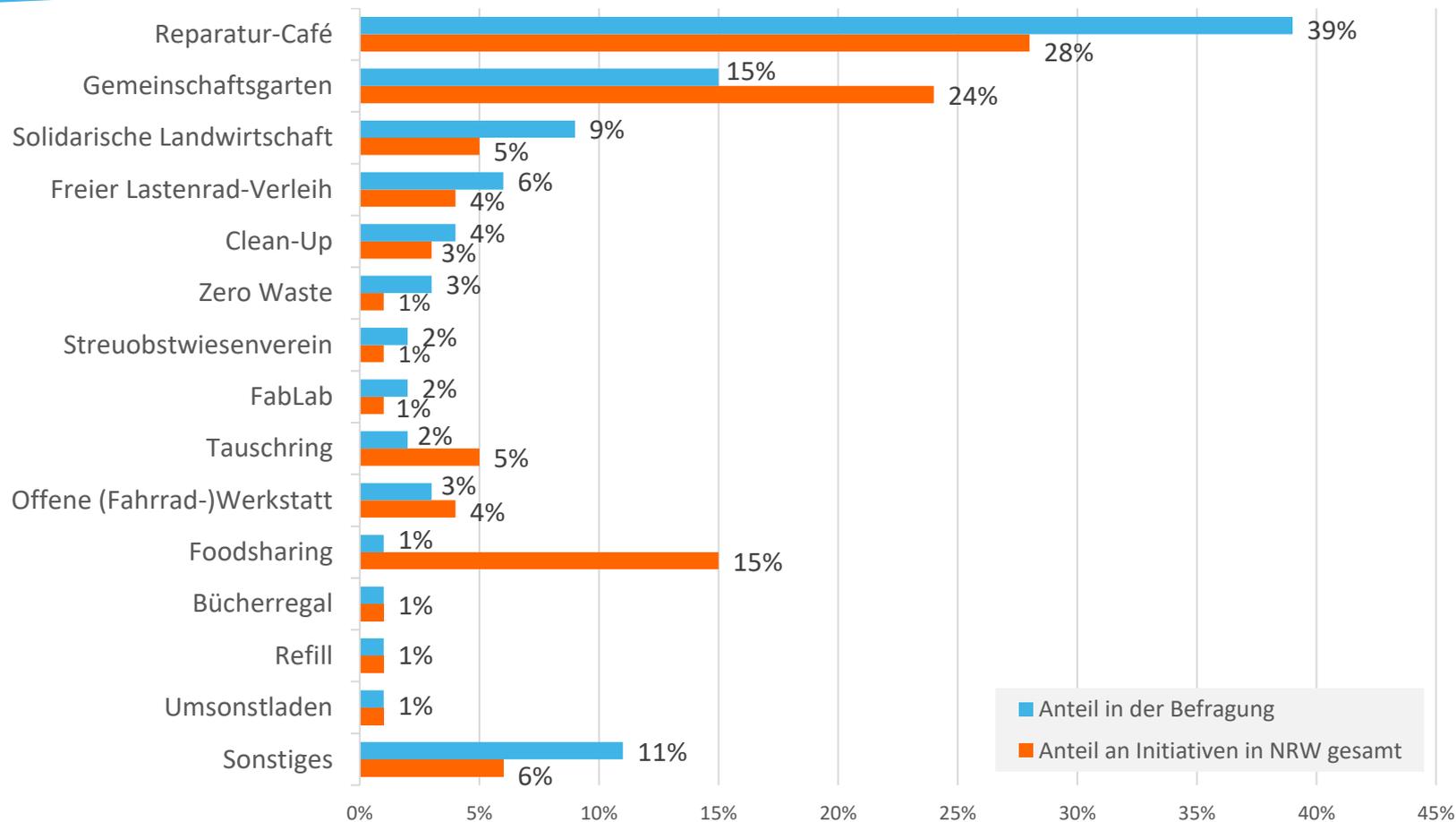
- Die meisten Initiativen fühlen sich in ihrer Stadt oder Gemeinde willkommen, gleichzeitig wünschen sich viele noch mehr Unterstützung: 97% der Befragten geben an, dass die Menschen in der Stadt bzw. Gemeinde der Initiative wohlgesonnen sind. 56% wünschen sich mehr Unterstützung – vor allem von der Verwaltung.
- Das Engagement für nachhaltigen Konsum wird von den Befragten als sinnstiftend erlebt – über 90% der Befragten sehen ihr Engagement als Teil von „etwas Größerem“ an.
- Gleichzeitig wünschen sich viele Engagierte mehr Anerkennung: 60% der Befragten stimmen der Aussage zu, dass Engagement für Nachhaltigkeit nicht ausreichend wertgeschätzt wird, 40% sind sogar der Meinung, dass Engagierten „Steine in den Weg gelegt“ würden.



Allgemeines zu den Initiativen

Knapp 40% der teilnehmenden Initiativen sind Reparatur-Cafés. Nur wenige Foodsharing-Gruppen haben teilgenommen.

Welchem der folgenden Typen lässt sich eure Initiative zuordnen?

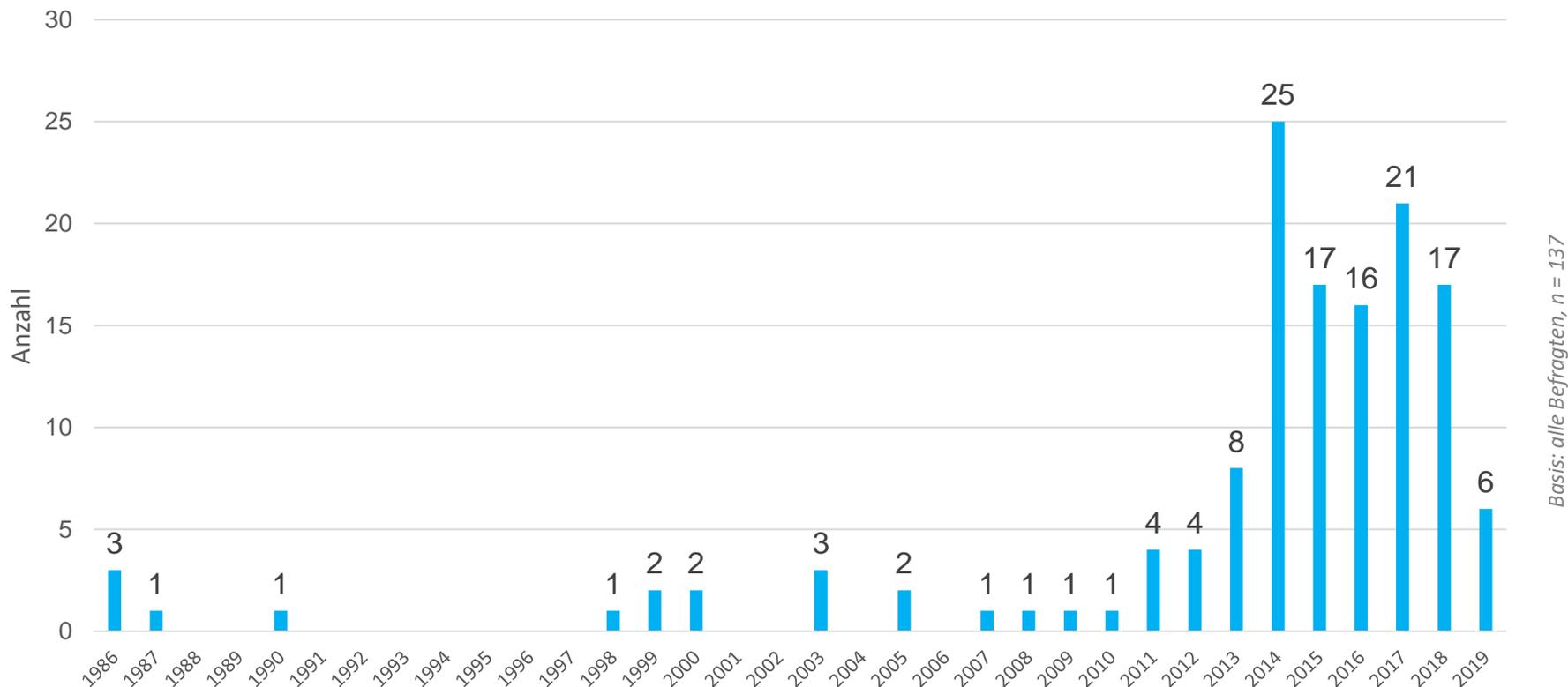


Basis: alle Befragten, n = 137

■ Anteil in der Befragung
■ Anteil an Initiativen in NRW gesamt

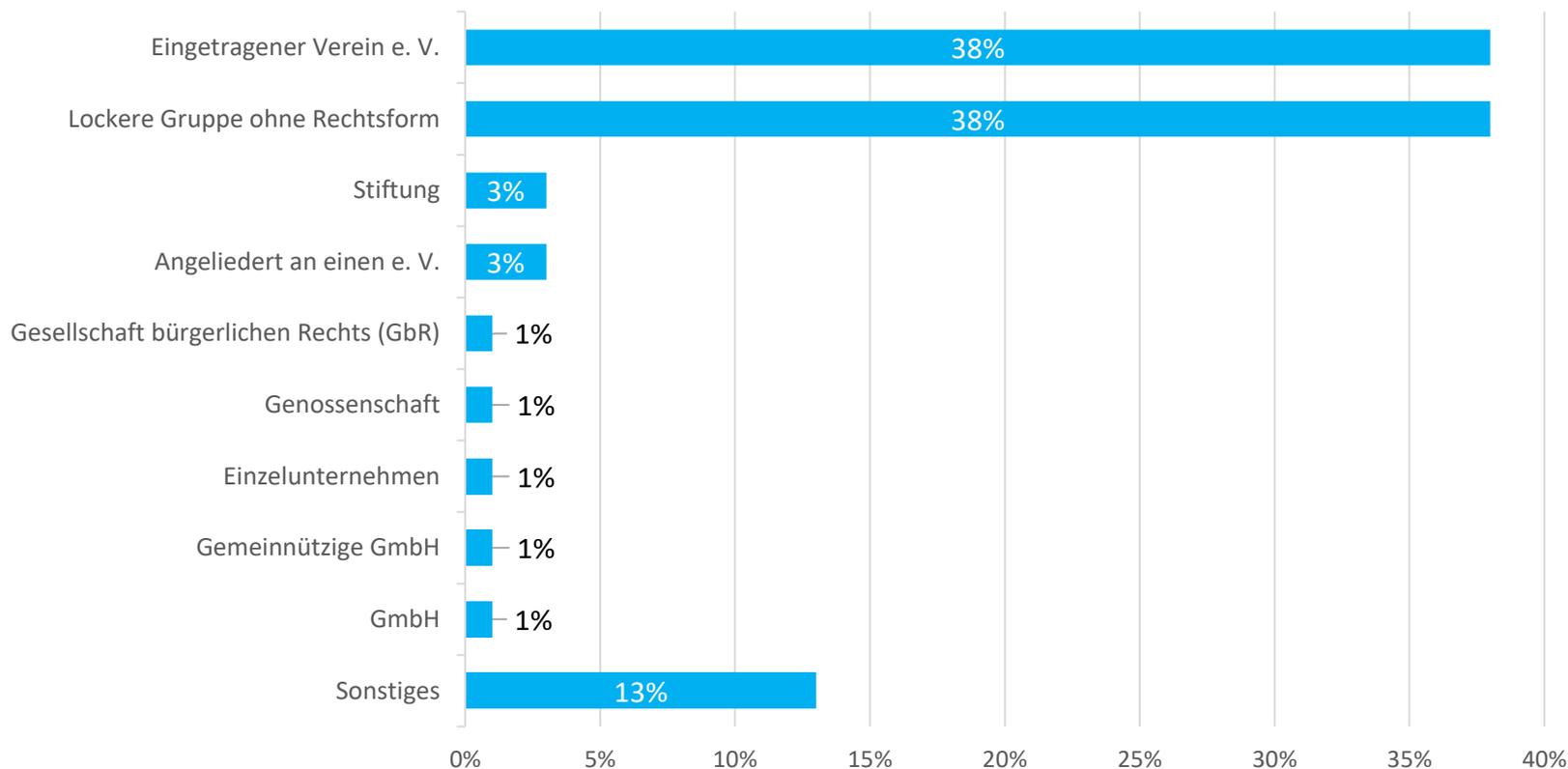
Drei Viertel der befragten Initiativen wurden seit 2014 neu gegründet.

? In welchem Jahr wurde eure Initiative gegründet?



Fast 40% der Initiativen sind eingetragene Vereine. Ebenso viele organisieren sich als lockere Gruppen ohne Rechtsform.


 Welche Rechtsform hat eure Initiative?

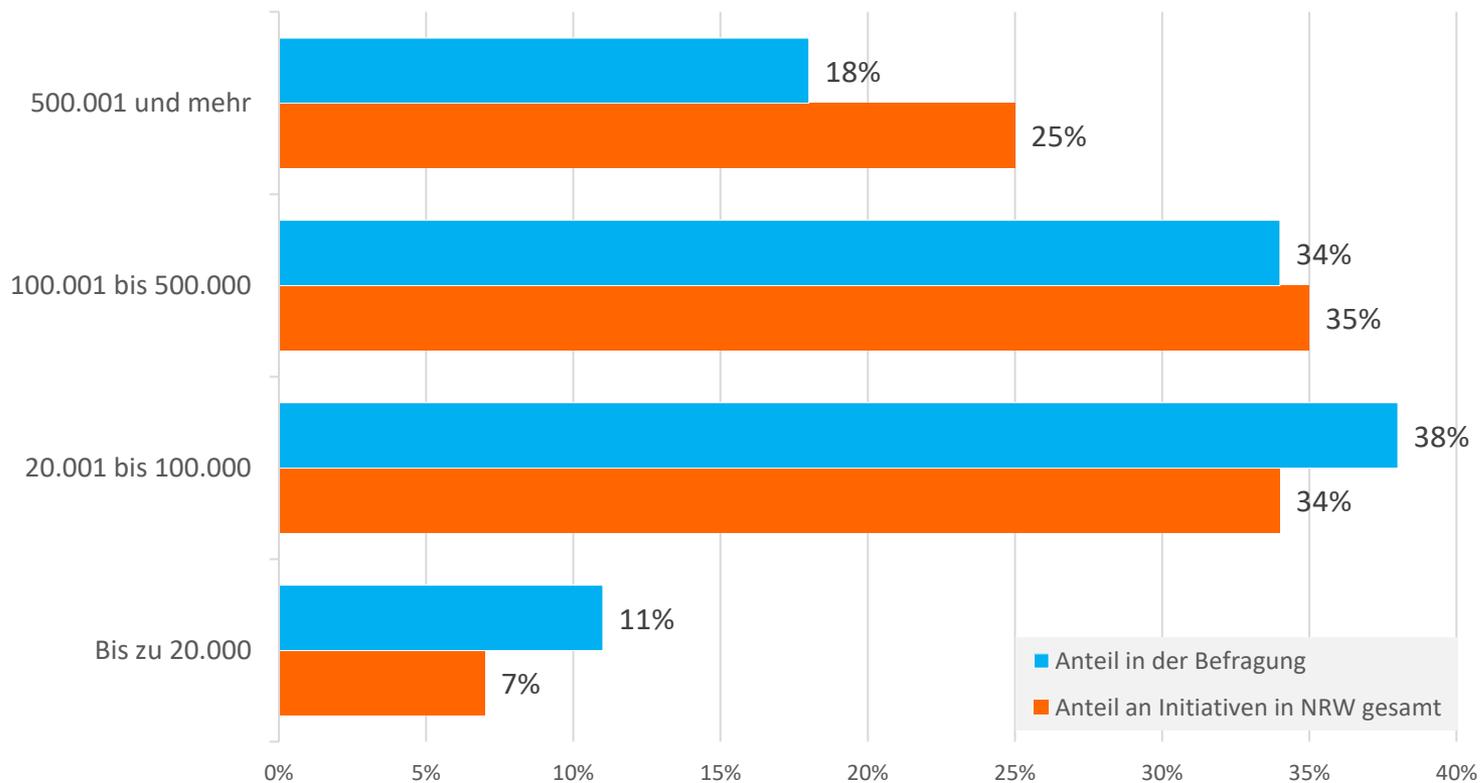


Basis: alle Befragten, n = 137

Ehrenamtliches Engagement für Nachhaltigkeit ist kein reines Großstadt-Phänomen.



Wie viele Einwohner hat die Stadt bzw. Gemeinde, in der eure Initiative aktiv ist?

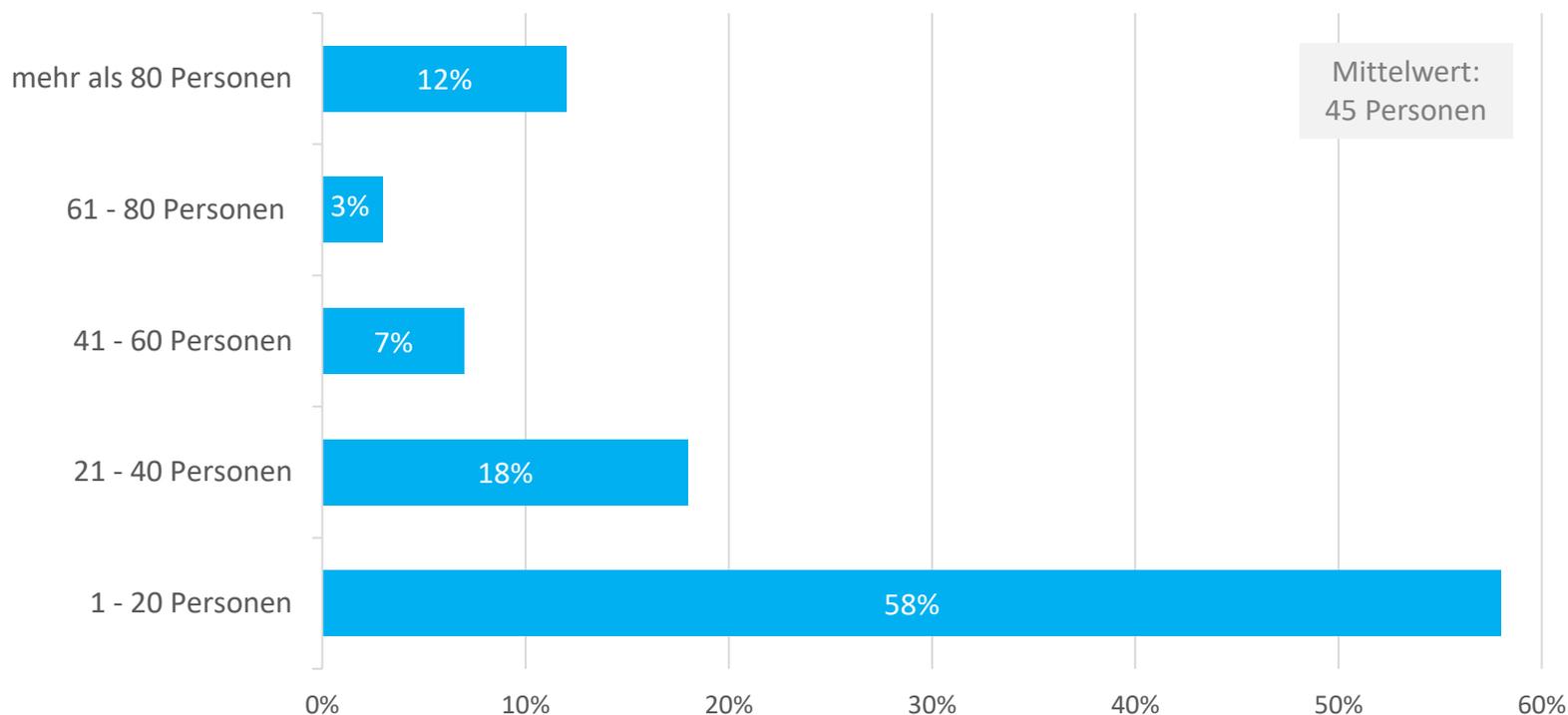




Mitglieder

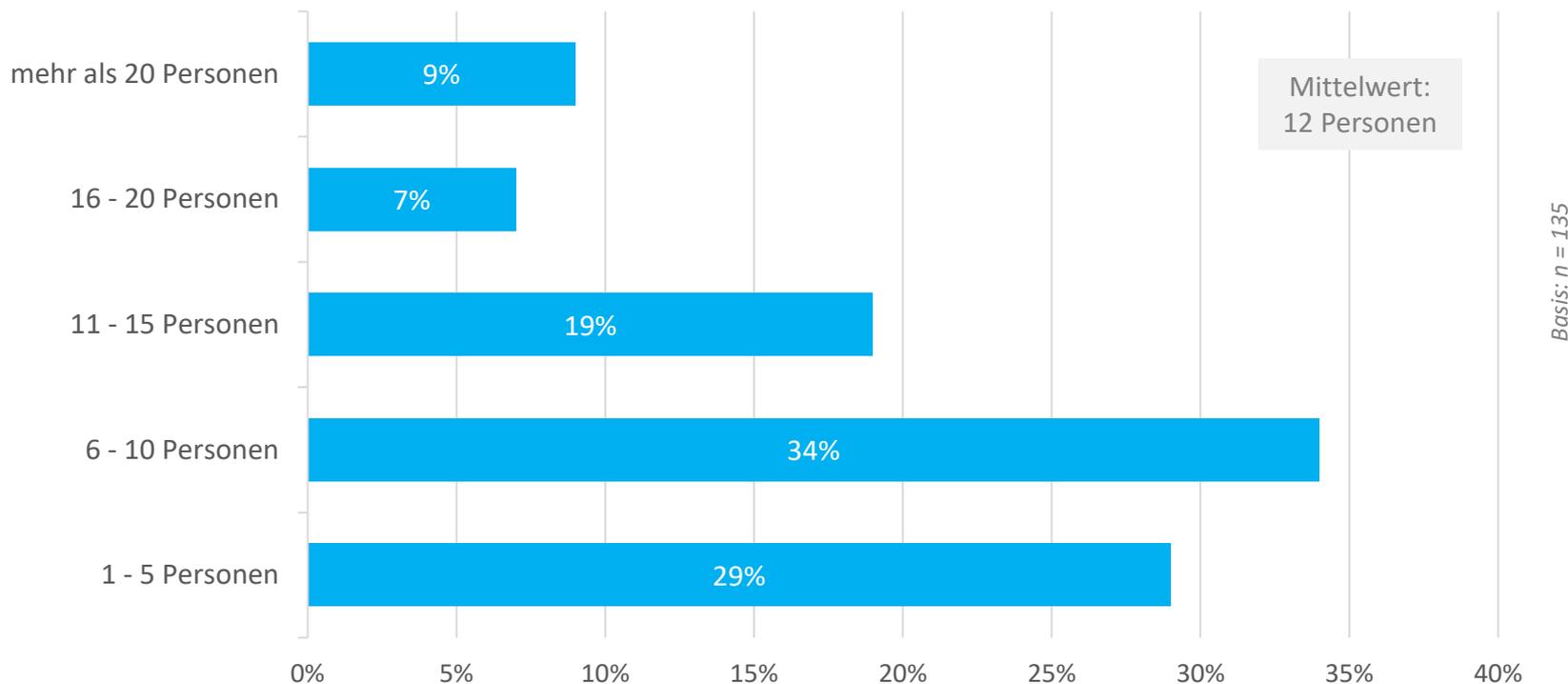
In knapp 60% der Initiativen engagieren sich bis zu 20 Personen. Die größte Initiative umfasst 400 aktiv Engagierte.

Wie viele Personen sind in eurer Initiative zurzeit insgesamt engagiert?



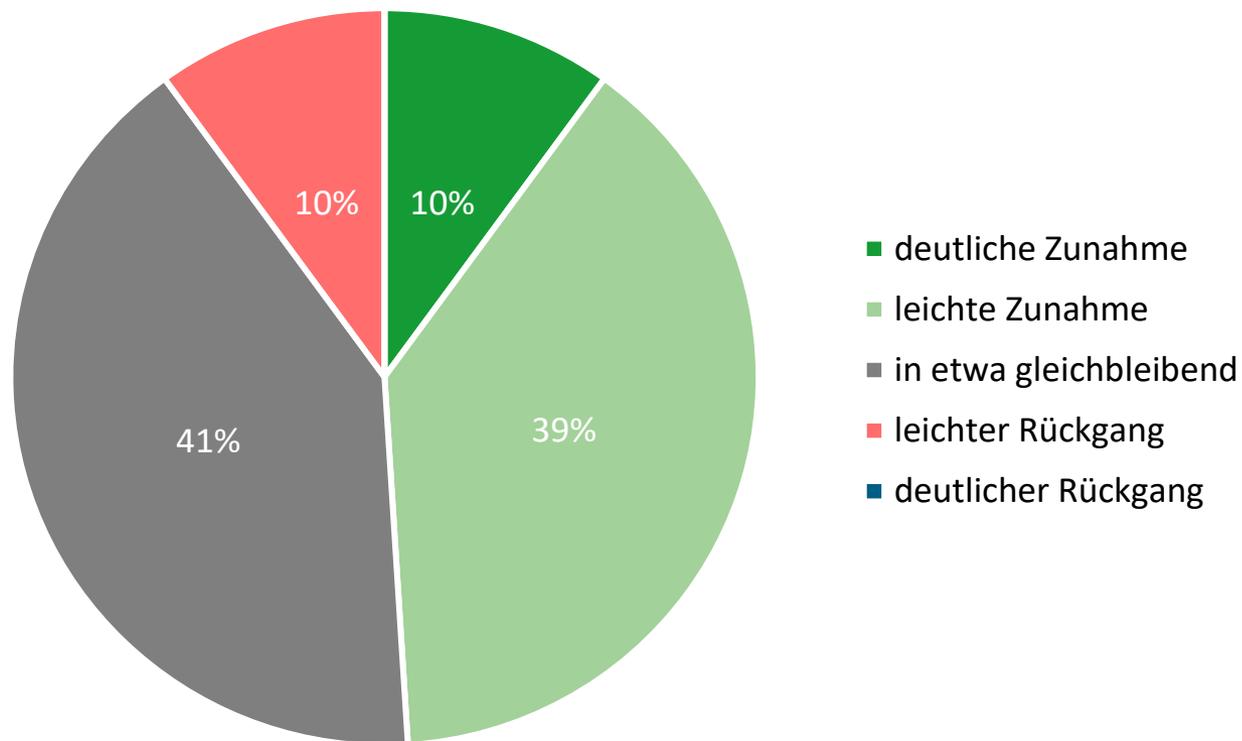
In über 60% der Gruppen sind es bis zu 10 Personen, die die Initiative maßgeblich organisieren.

Wie viele Personen würdest du davon dem engeren Kreis eurer Initiative zurechnen (also Personen, die das Projekt maßgeblich organisieren, regelmäßig erscheinen, wichtige Inhalte beitragen, etc.)?



Knapp die Hälfte der Initiativen verzeichnete 2018/2019 einen Zuwachs an Mitgliedern, nur 10% einen leichten Rückgang.

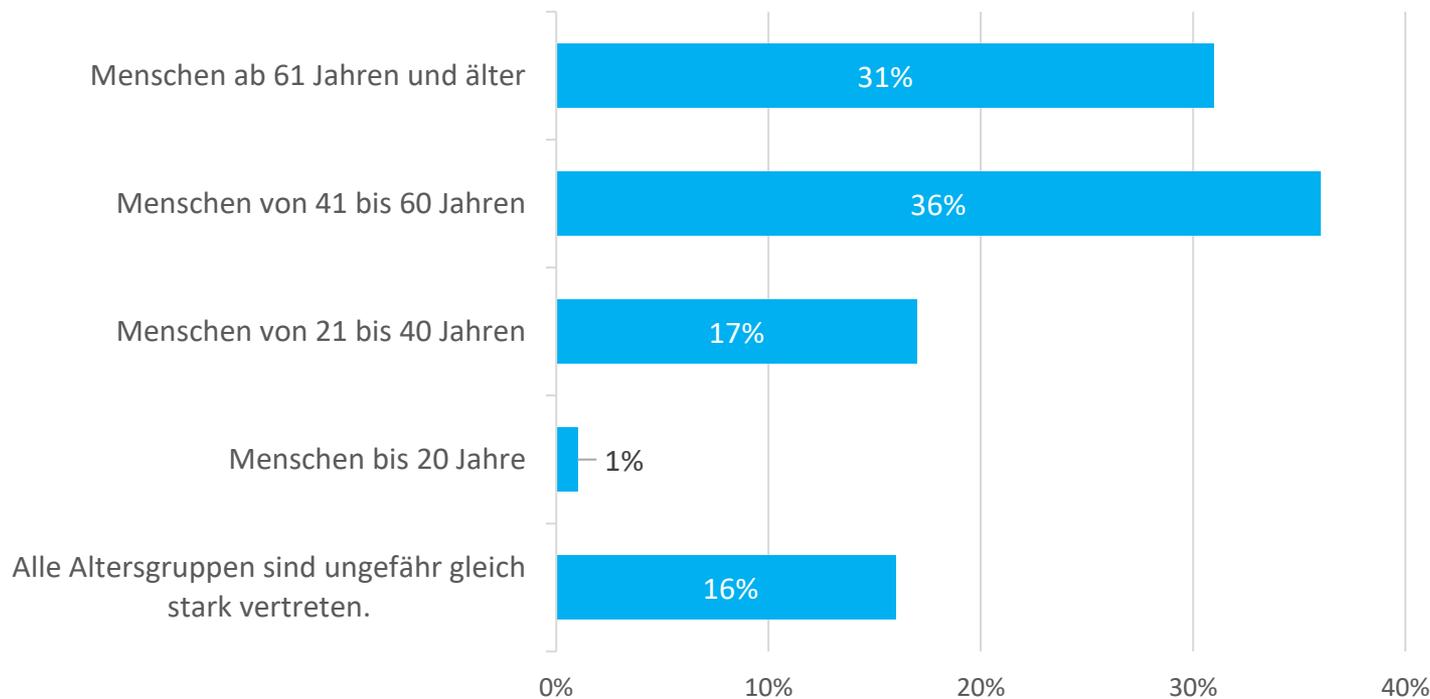
Wie hat sich die Anzahl der insgesamt in eurer Initiative engagierten Personen in den letzten 12 Monaten entwickelt?



Basis: alle Befragten, n = 137

In zwei Drittel der befragten Initiativen sind Menschen ab 40 Jahren am stärksten vertreten.*

Welche Altersgruppe ist in eurer Initiative am stärksten vertreten?

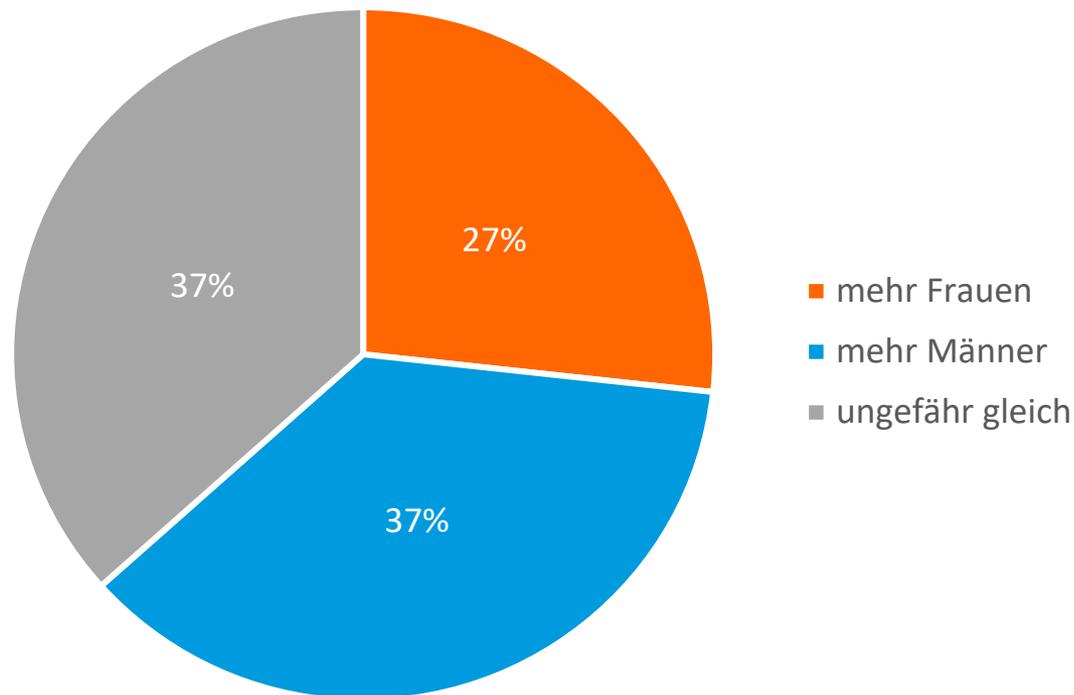


Basis: n = 135

* Eine differenzierte Analyse zeigt einen deutlichen Unterschied in der Altersstruktur zwischen Reparatur-Cafés und den anderen Initiativtypen. Während in Reparatur-Cafés viele über 60-jährige engagiert sind, sind bei anderen Initiativtypen Jüngere stärker vertreten. Da die Reparatur-Cafés in der Befragung überrepräsentiert sind, ist davon auszugehen, dass in der Grundgesamtheit mehr Initiativen zu finden sind, in denen jüngere Menschen die stärkste Altersgruppe stellen oder alle Altersgruppen gleich stark vertreten sind.

Das Geschlechterverhältnis ist in knapp 40% der befragten Initiativen ausgewogen.*

Wie sieht das Geschlechterverhältnis in eurer Initiative aus?



Basis: alle Befragten, n = 137

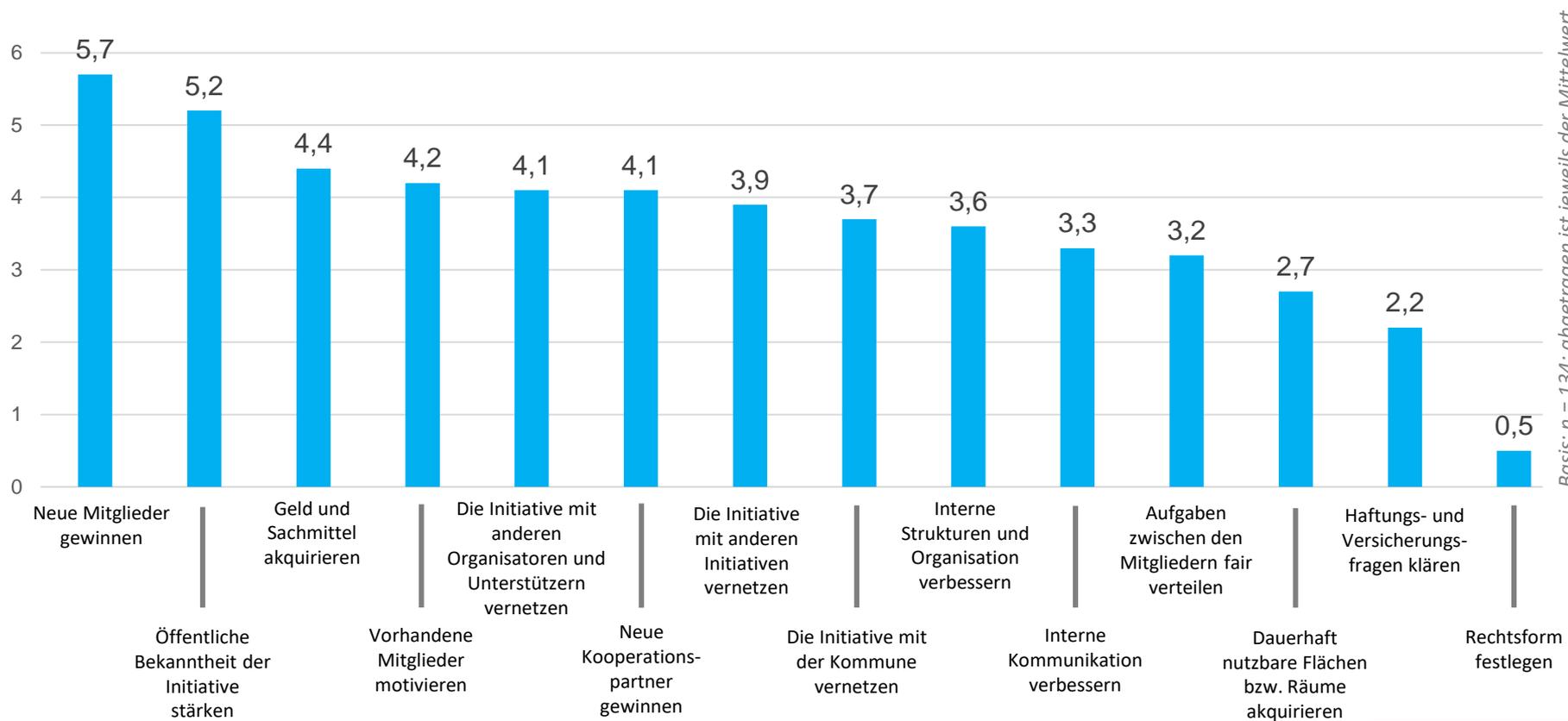
* Eine differenzierte Analyse zeigt einen deutlichen Unterschied in der Geschlechterverteilung zwischen Reparatur-Cafés und den anderen Initiativtypen. Während in Reparatur-Cafés viele Männer engagiert sind, sind bei anderen Initiativtypen Frauen stärker vertreten. Da die Reparatur-Cafés in der Befragung überrepräsentiert sind, ist davon auszugehen, dass in der Grundgesamtheit mehr Initiativen zu finden sind, in denen mehr Frauen engagiert sind oder beide Geschlechter gleich stark vertreten sind.



Handlungsfelder in den Initiativen

Wichtigste Handlungsfelder sind „Neue Mitglieder gewinnen“ sowie „Öffentliche Bekanntheit stärken“.

Wie groß schätzt du den aktuellen Handlungsbedarf eurer Initiative in den folgenden Bereichen ein?
 Bitte gib die Antworten jeweils auf einer Skala von 0 (= kein Handlungsbedarf) bis 10 (= sehr großer Handlungsbedarf) an.

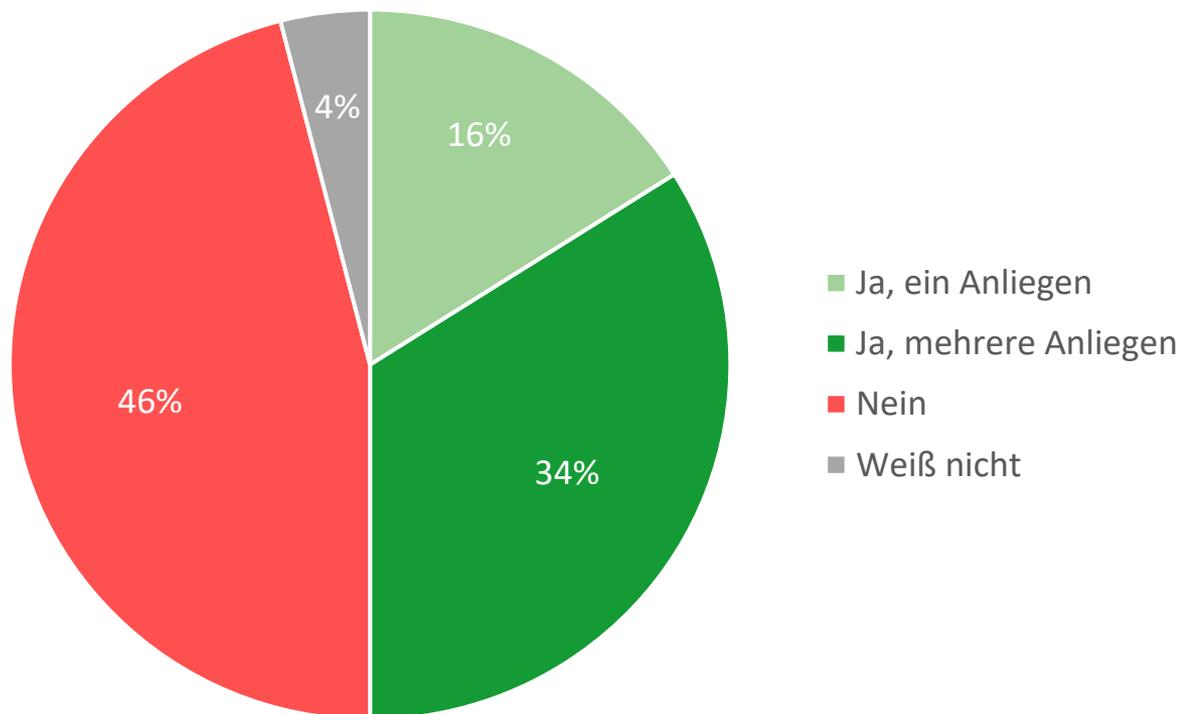




Zusammenarbeit mit der Kommune

Die Hälfte der Initiativen hat sich bereits mit einem oder mehreren Anliegen an die Kommune gewendet.

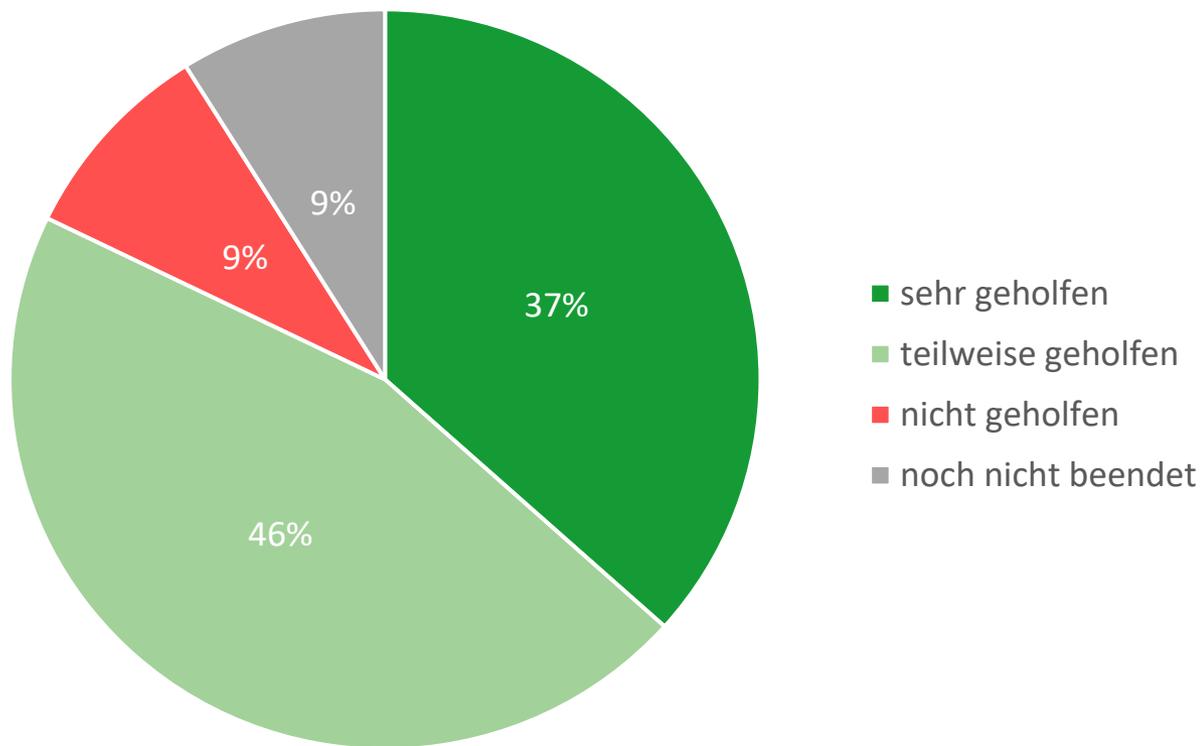
?
 Hat eure Initiative in der Vergangenheit ein oder mehrere Anliegen bei der Kommune vorgebracht?



Basis: alle Befragten, n = 137

In über 80% der Fälle konnte die Kommune der Initiative sehr oder zumindest teilweise weiterhelfen.

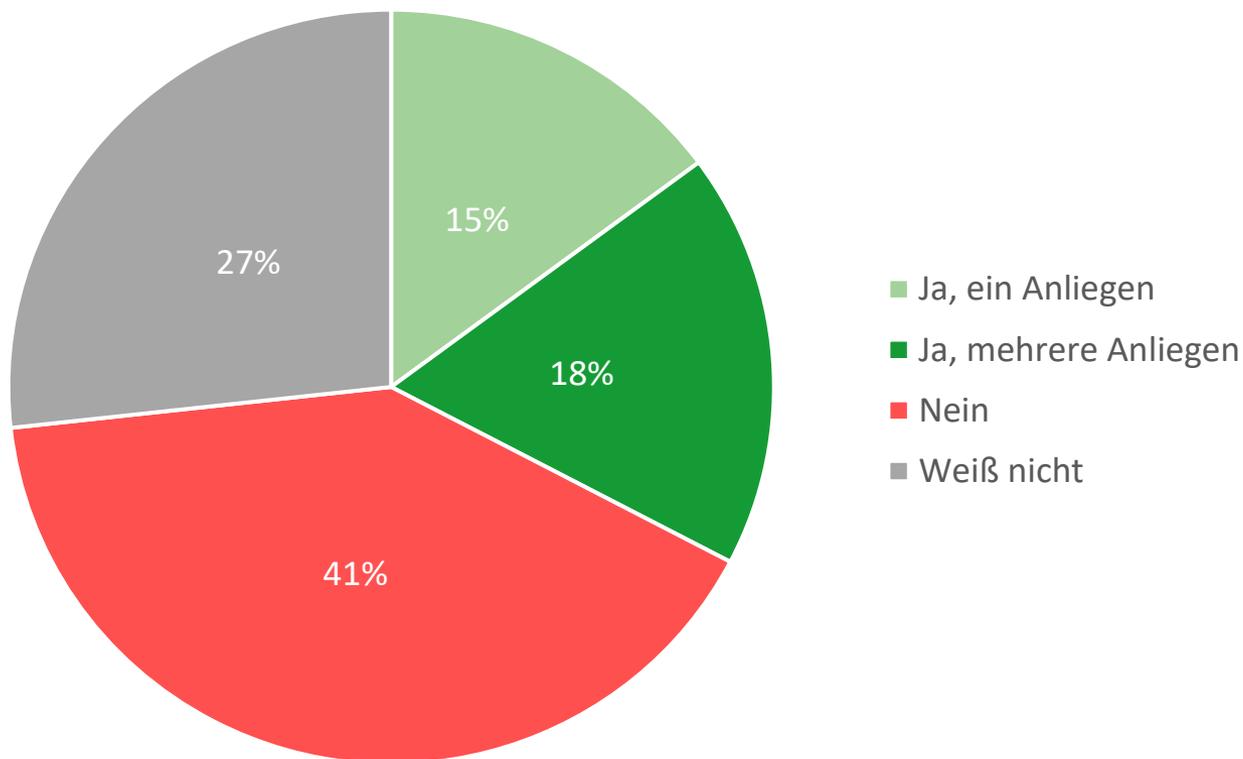
? Welches Ergebnis hatte die bisherige Zusammenarbeit mit der Kommune?



Basis: n = 68

Ein Drittel der Initiativen plant im nächsten Jahr ein oder mehrere Anliegen bei der Kommune vorzubringen.

Plant eure Initiative in den nächsten 12 Monaten ein oder mehrere Anliegen bei der Kommune vorzubringen?

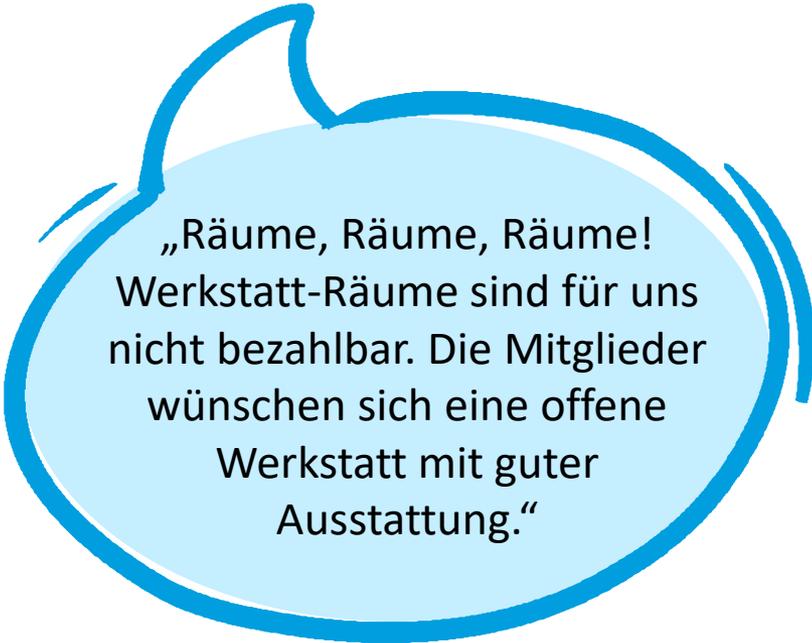


Basis: alle Befragten, n = 137

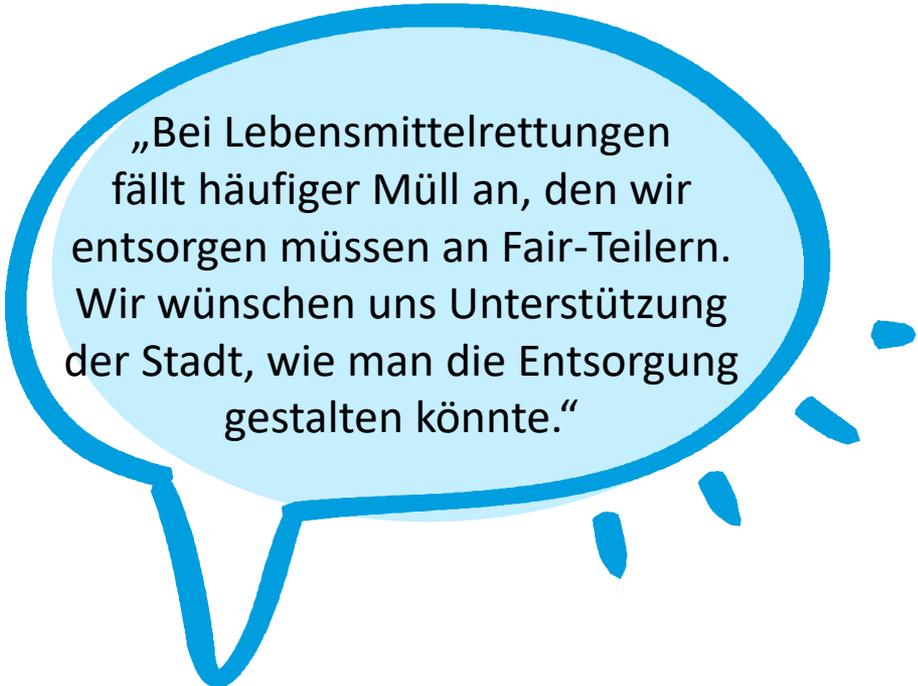
Die Anliegen an die Kommune unterscheiden sich je nach Initiativentyp.

- **Alle Initiativentypen:**
Genehmigungen, (finanzielle) Förderungen, Raumsuche/-nutzung, Kooperationen, Unterstützung Öffentlichkeitsarbeit

FabLab:



„Räume, Räume, Räume!
Werkstatt-Räume sind für uns nicht bezahlbar. Die Mitglieder wünschen sich eine offene Werkstatt mit guter Ausstattung.“



„Bei Lebensmittelrettungen fällt häufiger Müll an, den wir entsorgen müssen an Fair-Teilern. Wir wünschen uns Unterstützung der Stadt, wie man die Entsorgung gestalten könnte.“

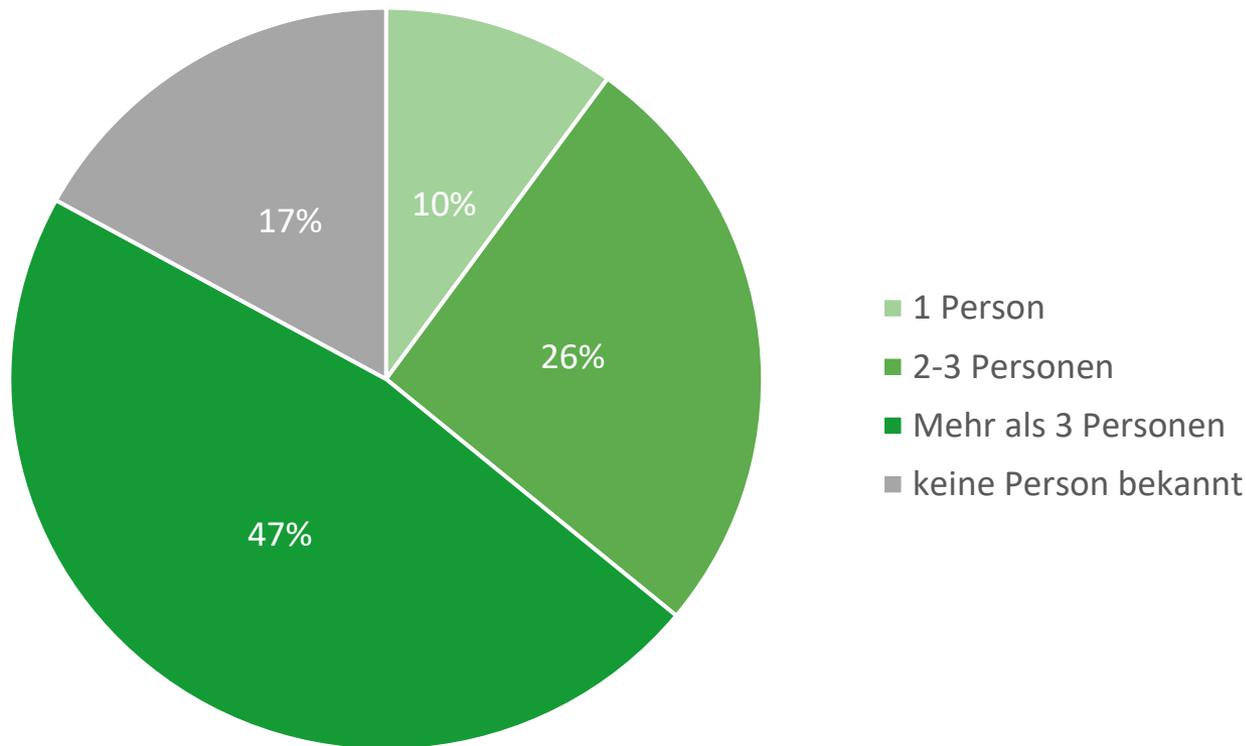
Foodsharing:

Die Anliegen an die Kommune unterscheiden sich je nach Initiativentyp.

- **Clean-Up:** Unterstützung durch Abtransport des Mülls, Hilfe bei extrem schweren und sperrigen Fundstücken, Unterstützung mit Material
- **Freie Lastenradverleihe:** mehr Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Förderung der Anschaffung von Lastenrädern
- **Gemeinschaftsgärten:** Bodengutachten, eigener Wasseranschluss, Abstimmung über bauliche Maßnahmen, Haftungsfragen, Baumpflege
- **Offene Werkstätten:** Unterstützung bei der Werkstattsuche, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
- **Reparatur-Cafés:** finanzielle Unterstützung bei der Grundausstattung mit Werkzeug
- **Solidarische Landwirtschaften:** Bauantrag, lebensmittelrechtliche Fragen, Wasseranschluss, Anerkennung als gartenbaulicher Betrieb, Pachtverhältnisse
- **Zero Waste:** Abfallfreiheit auf öffentlichen (Groß-)Veranstaltungen

Über 80% der Initiativen kennen mindestens eine Ansprechperson in der kommunalen Verwaltung.

Wie viele Ansprechpersonen in der kommunalen Verwaltung sind eurer Initiative bekannt?



Basis: alle Befragten, n = 137

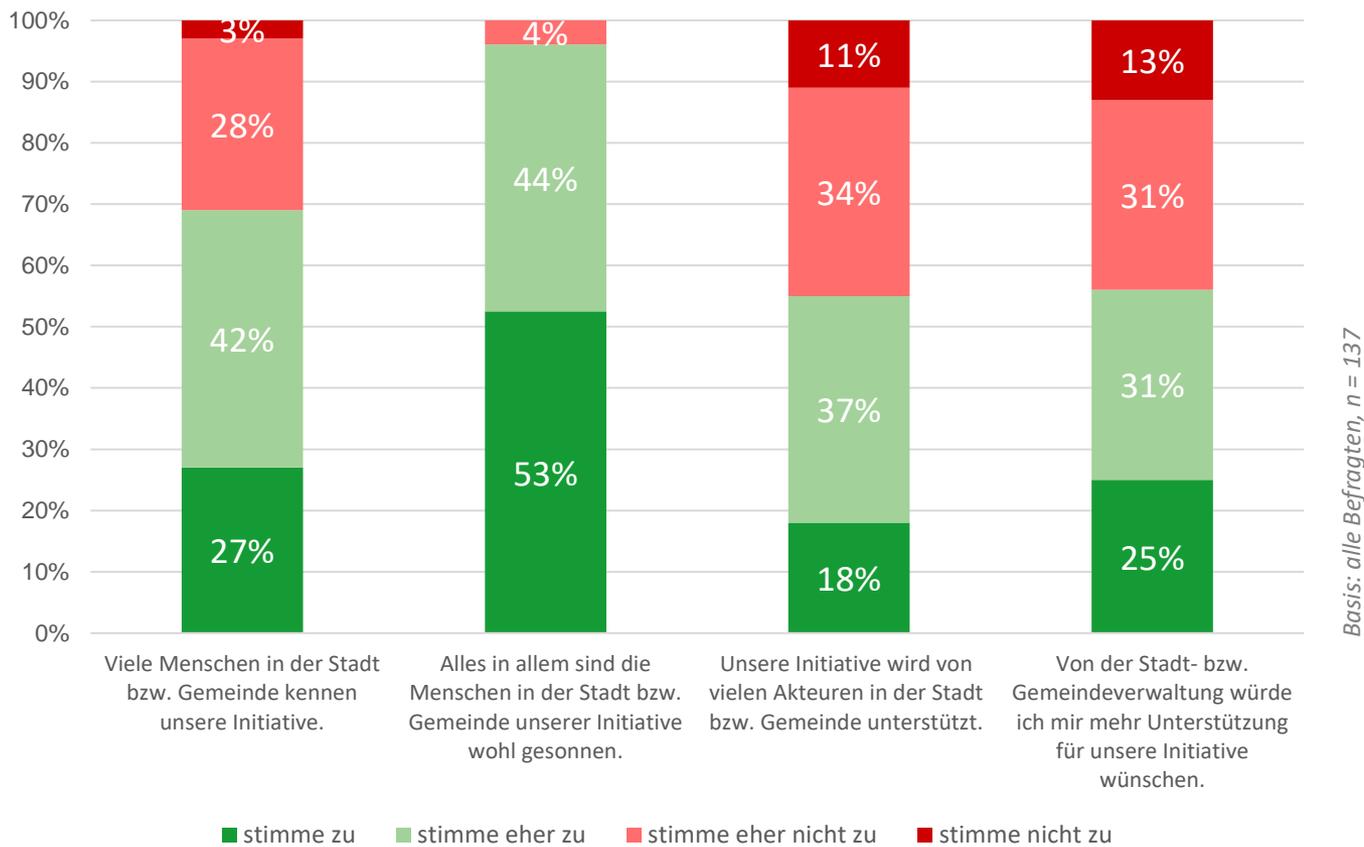
Je nach Initiativentyp sind ganz unterschiedliche Anlaufstellen in der kommunalen Verwaltung relevant.

- **Alle Initiativentypen:** u.a. Umweltamt/Klimaschutzmanager, (Ober-)Bürgermeister, Presse/Öffentlichkeitsarbeit, Gebäudebewirtschaftung (Räume), ...
- **Freier Lastenrad-Verleih:** u.a. Fahrradbeauftragte, Ordnungsamt, Verkehrsausschuss
- **Foodsharing:** u.a. Veterinäramt
- **Gemeinschaftsgärten & Streuobstwiesenvereine:** u.a. Grünflächenamt, Bauamt, Naturschutzbehörde, Botanischer Garten, Liegenschaftsamt, Stadtgärtnerei, Landschaftsbehörde
- **Reparatur-Cafés:** u.a. Jugend- und Sozialamt, Seniorenbeauftragte, Ordnungsamt, Kulturdezernat, Flüchtlingshilfe, VHS, Ehrenamtlichenagentur
- **Solidarische Landwirtschaft:** u.a. Bauordnungsamt
- **Zero Waste:** u.a. Abfallwirtschaft, Zero Waste Beraterin, Lokale Agenda

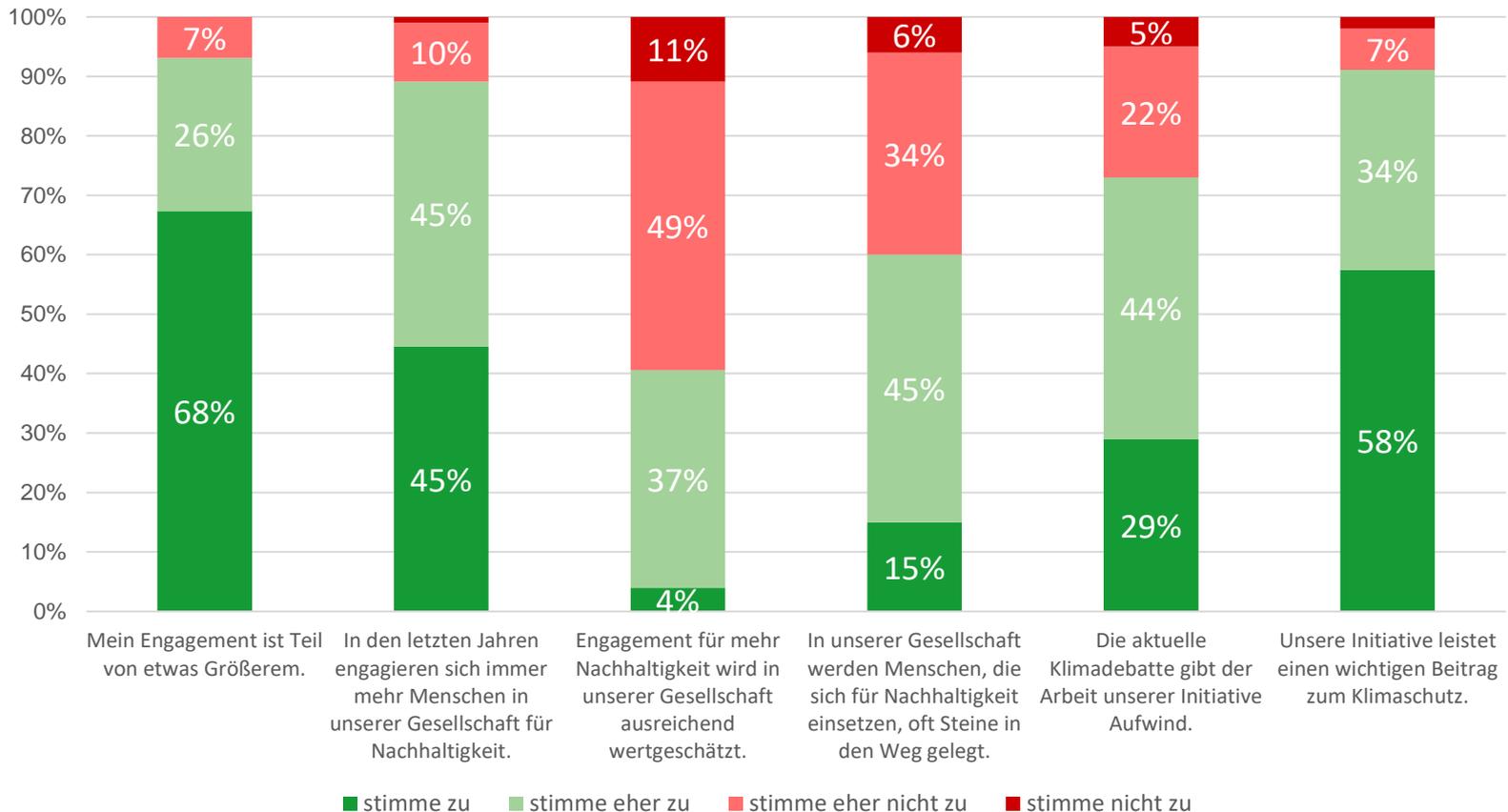


Stimmungsbarometer zum „Engagement für Nachhaltigkeit“

Gut die Hälfte der Initiativen fühlt sich von vielen Akteuren vor Ort unterstützt – gleichzeitig wünschen sich 56% mehr Unterstützung von der Verwaltung.



Über 90% der Befragten sehen ihr Engagement als Teil von „etwas Größerem“ – gleichzeitig finden 60%, dass die Gesellschaft das Engagement nicht ausreichend wertschätzt.



Das Projekt MehrWertKonsum wird gefördert durch:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft,
Natur- und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



EFRE.NRW
Investitionen in Wachstum
und Beschäftigung

IMPRESSUM

VERBRAUCHERZENTRALE NORDRHEIN-WESTFALEN E.V.
PROJEKT MEHRWERTKONSUM
MINTROPSTRASSE 27
40215 DÜSSELDORF

TELEFON: (0211) 3809 689
MEHRWERT@VERBRAUCHERZENTRALE.NRW
WWW.MEHRWERT.NRW

verbraucherzentrale

Nordrhein-Westfalen