

Nachhaltigkeitskonzept Kulturzentrum dasHaus



Bitte Tür geschlossen halten!



Please keep the door closed !!!



I. Status Quo 2023

Zahlen, Daten und Fakten

- Städtische Einrichtung
(Abteilung Kulturbüro und Kulturzentrum dasHaus)
- Baujahr: 1969
- Gesamtfläche: 2.450 m²
- Team: 10 Personen (5 Vollzeit, 2 TZ, 1 Volontariat, 2 FSJ)
- 248 Veranstaltungen / Jahr (Gastspielhaus, Festivals)
- 70.000 Besuchende
- Integriertes Tagescafé
- Ort der Stadtgemeinschaft (HausRat, Vermietungen, Co-Working Space)
- Kommunikationskanäle (Website, Social Media, Newsletter, Druckprodukte)

Stakeholder

Team

Leitung

Stadtrat

Hausrat

Pächter*in Café

Stadtgesellschaft

BASF

Schulen

Förderverein

Stadtverwaltung

Netzwerk Metropolregion Rhein-Neckar

Kunst- und Kulturschaffende

Publikum

Das Umfeld



SWOT-Analyse

Strengths/Stärken:

- Eigeninitiative, Motivation und aktives Engagement der Abteilung
- Kommunale Organisation
- Mehrere Rollen in städtischer Kulturabteilung
- Strahlkraft internationaler Festivals
- Community-basierte Kulturarbeit
- Förderverein dasHaus e.V.

Weaknesses/Schwächen:

- Haushaltskonsolidierung der Stadt
- Hohe Arbeitsbelastung
- Sanierungsbedürftiges Gebäude

Opportunities/Chancen:

- Gute Erreichbarkeit mit Bahn
- Erstabibilisierung vorhanden
- Vermietungen der Räumlichkeiten
- RLP ambitioniert im Bereich Nachhaltigkeit
- Netzwerk innerhalb der Metropolregion

Threats/Risiken:

- Finanzielle Ressourcen
- ÖPNV nachts
- Meist versiegelte Stadt Deutschlands

Erste Schritte

- Start des Nachhaltigkeitsprozesses vor 3 Jahren
- Erarbeitung eines Leitbildes
- Fortbildungen im Bereich ökologischer Nachhaltigkeit → Wissenstransfer ins Team durch regelmäßige Klimameetings
- Umsetzung erster Maßnahmen
- Mitbegründung des Netzwerks „Nachhaltige Kultur“ der Metropolregion Rhein-Neckar
- Nachhaltigkeitsdeklaration Culture4Climate
- 2023 Beginn Erstellung Klimabilanzierungen



LEITBILD
Das Kultur
Kulturszen
bereitet de
experiment



NACHHALTIGKEIT

Klima-Leitlinie des Kulturzentrums dasHaus der
Stadt Ludwigshafen am Rhein



„Nachhaltigkeit - das neue Wort für ‚anstrengend‘ [...].“?



II. Datensammlung



Systemgrenzen

- Gebäudeanteil Strom & Fernwärme
- Abfall, Wasser, bezogene Güter
- An-/Abreise Mitarbeitende, Dienstreisen

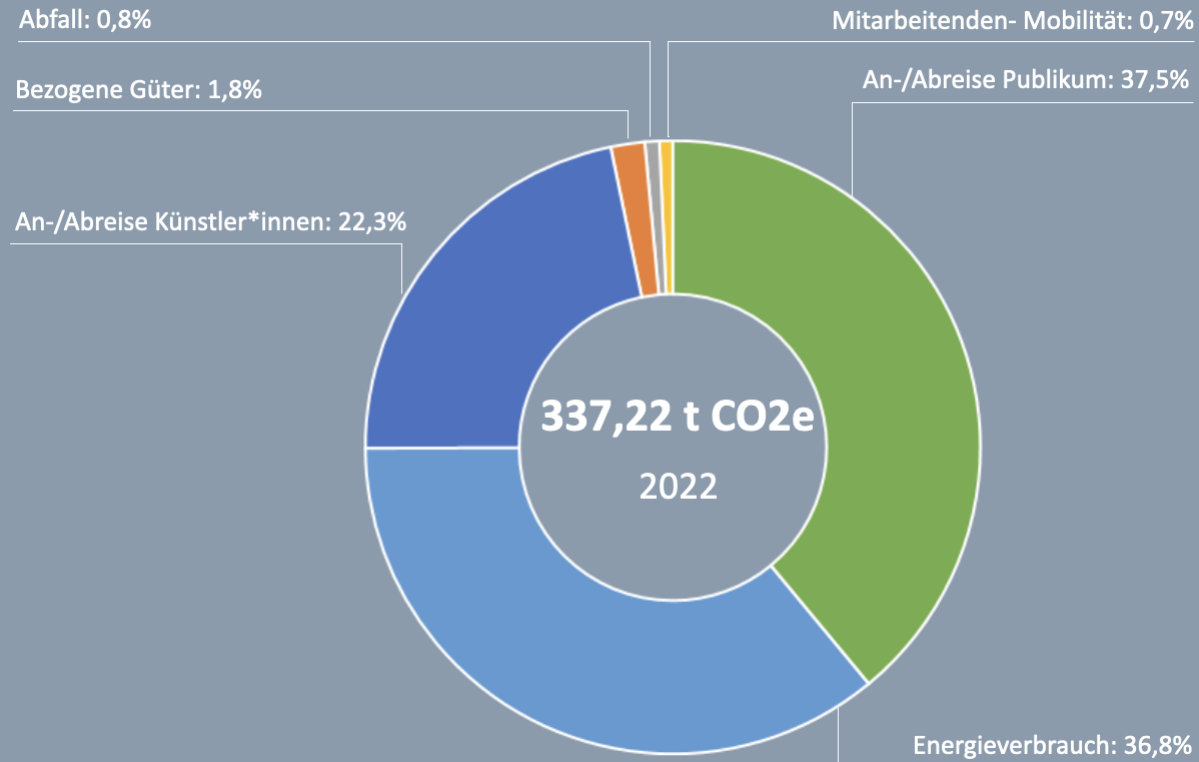
- An-/Abreise Publikum
- An-/Abreise + Hospitality Künstler*innen



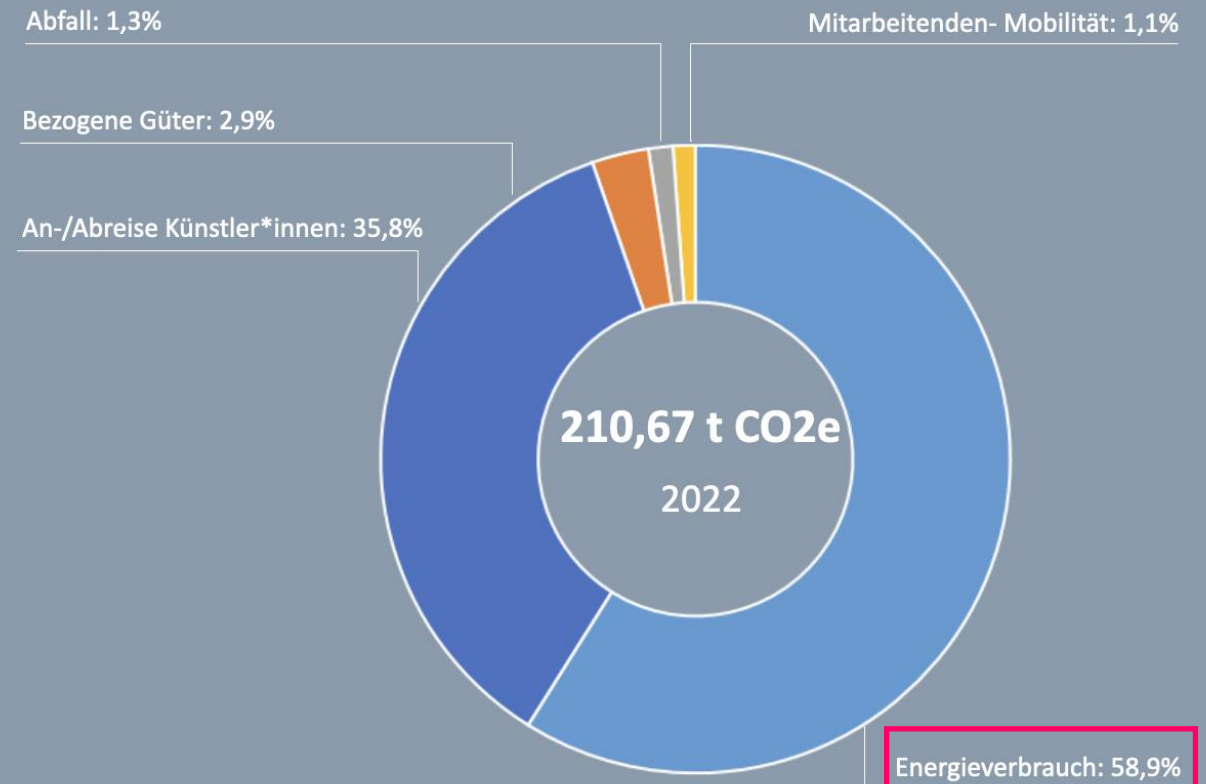
THG-Emissionen mit Publikumsverkehr

- Emissionen Scope 2: 120,50 t CO₂e
 - Emissionen Scope 3: 216,73 t CO₂e
- = 337 t**
= Gewicht von 93 Elefanten
= Jahresverbrauch 29 Personen
= CO₂-Bindung von ca. 9.200
Weihnachtsbäumen in 10 Jahren

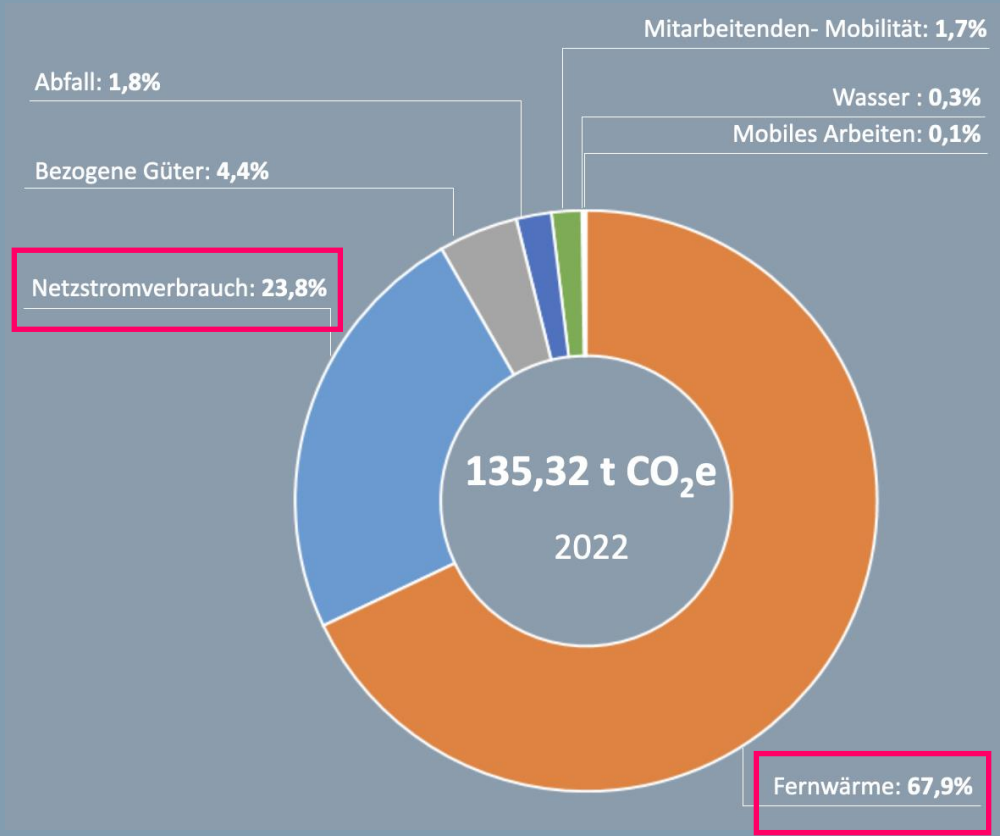
Übersicht Daten



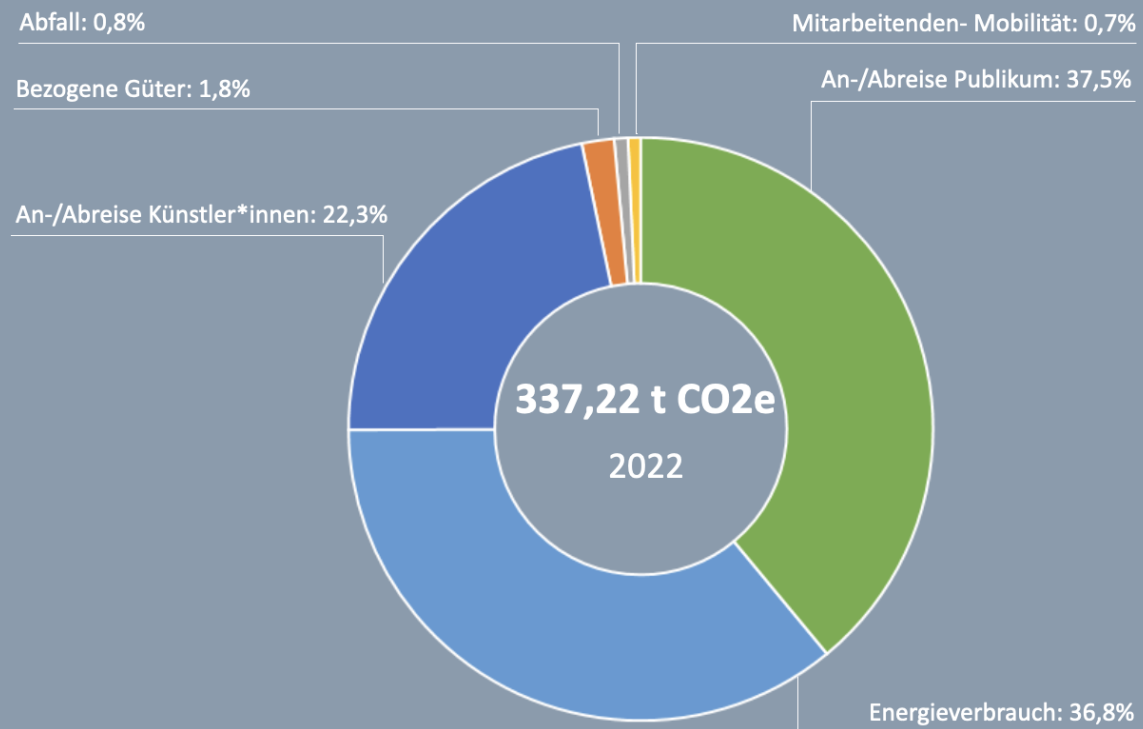
mit Publikumsverkehr



ohne Publikumsverkehr



Grundbetrieb	CO ₂ e
Stromverbrauch	32,18 t
Fernwärme	91,93 t
Bezogene Güter	5,97 t
Wasser	0,18 t
Abfall	2,64 t
MA-Mobiltät	2,27 t
Mobiles Arbeiten	0,14 t



KPIs mit Publikumsverkehr	4,74 kg CO₂e pro Besucher*in	137,56 kg CO₂e pro m²	282,96 kWh pro m²
KPIs ohne Publikumsverkehr	2,96 kg CO₂e pro Besucher*in	85,90 kg CO₂e pro m²	282,96 kWh pro m²

KPIs mit
Publikumsverkehr

4,74 kg CO₂e
pro Besucher*in

Entspricht der Herstellung von
333 g Rindfleisch

KPIs ohne
Publikumsverkehr

2,96 kg CO₂e
pro Besucher*in

Entspricht der Herstellung von
211 g Rindfleisch

KPIs mit
Publikumsverkehr

1,63 t CO₂
Pro Veranstaltung

Entspricht einem Flug (1 Passagier*in) Economy
FFM – Dubai hin und zurück

KPIs ohne
Publikumsverkehr

1,01 t CO₂
Pro Veranstaltung

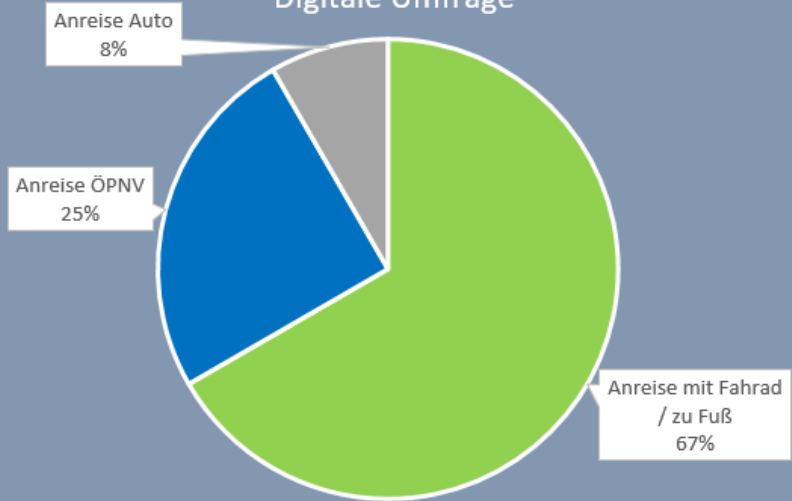
Entspricht einem Flug (1 Passagier*in) Economy
FFM - Santa Cruz Teneriffe hin und zurück



**Kritisch: Validität Zahlen
Publikumsanreise**

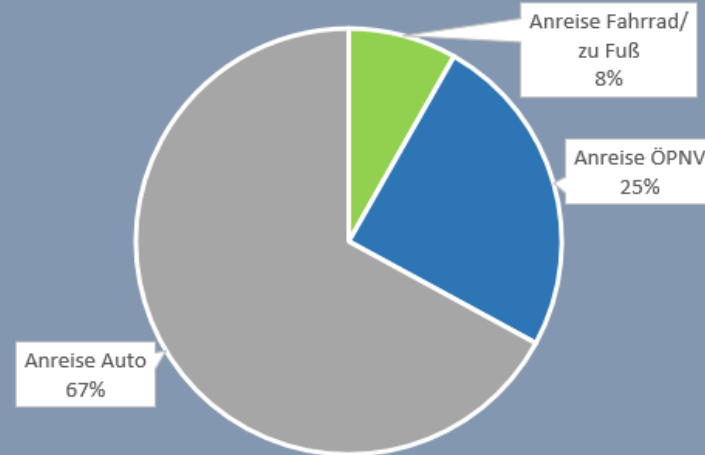
Publikumsumfragen

Digitale Umfrage



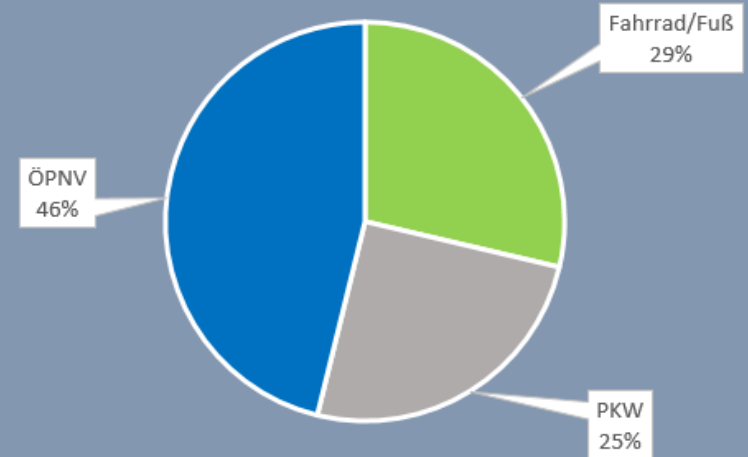
■ Anreise mit Fahrrad / zu Fuß ■ Anreise ÖPNV ■ Anreise Auto

Persönliche Abfrage Veranstaltungen dasHaus



■ Anreise Fahrrad/ zu Fuß ■ Anreise ÖPNV ■ Anreise Auto

Schätzung Klimabilanzierung



■ Fahrrad/Fuß ■ PKW ■ ÖPNV

Erkenntnisse

- Reduktion Energieverbrauch
- An-/Abreise Publikum/
Künstler*innen
- Umstieg auf CO2-Kulturrechner

III. Umweltmanagement



5 Ziele bis Net Zero

1. Das Kulturzentrum dasHaus reduziert seinen **CO2-Ausstoß jedes Jahr um 7 % und erreicht bis 2040** entsprechend den Zielen des Landes Rheinland-Pfalz **Net Zero**.
2. Das gesamte Team **verinnerlicht die Nachhaltigkeitsstrategie** im Laufe des nächsten Jahres und wendet diese konsequent im Arbeitsalltag an.
3. DasHaus nimmt in 2024 und 2025 eine **treibende Rolle für nachhaltige Transformation** in der Kulturverwaltung und freien Kulturszene in Ludwigshafen durch Initiierung von Austauschformaten ein.
4. Bis 2028 hat sich dasHaus lustvoll, unübersehbar und sinnlich erlebbar in eine begrünte Kulturoase verwandelt mit messbar **gesünderem Klima und weniger Energieverbrauch**.
5. DasHaus lädt mit Beteiligungsformaten und Programmen die Stadtgemeinschaft zu **Mitgestaltung und Kooperationen** ein, generiert Aufmerksamkeit und Interesse für dasHaus als kulturellen Begegnungs- und Aufenthaltsort.

Handlungsfelder

Management und Prozesse

Interne Organisation
Management (z.B. Vermietung, Förderung,
Zertifizierung, Vergabe, Stoffströme)
Veranstaltungsproduktion
Vernetzung und Kooperation

Vermittlung

Kommunikation und Marketing
Kulturprogramm und Bildung

Mobilität

Mitarbeitende
Künstler*innen
Publikum

Technik und Gebäude

Energie- und Wärmemanagement
Klimaanpassung

Kommunikation

* TOP 20 *



Handlungsfeld	Maßnahme	Priorität	Zeitschiene
Interne Organisation	Nachhaltigkeitsbeauftragte aus dem Team benennen	***	kurzfristig
Interne Organisation	Regelmäßige Arbeitstreffen + Weiterbildungen	***	kurzfristig
Interne Organisation	Handlungsleitlinien für alle Arbeitsprozesse (Green Books)	***	mittelfristig
Interne Organisation	Installation PV-Anlage und -Speicher	***	kurzfristig
Vernetzung & Kooperation	Vernetzung mit regionalen Netzwerken	**	mittel- bis langfristig
Vernetzung & Kooperation	Erfahrungsaustausch mit nichtstädtischen Kultureinrichtungen mit dem Ziel möglicher Kooperationen	**	mittelfristig
Vernetzung & Kooperation	AG Nachhaltigkeit im Bereich Kultur mit städtischen Partner*innen, Fachbereichen und Klimaschutzstelle	**	mittel- bis langfristig
Vernetzung & Kooperation	Finanzierungsmöglichkeiten: Fundraising, Förderprogramme, Klimapartnerschaften z.B. SDG-Tandem mit BASF	***	mittel- bis langfristig
Veranstaltungsproduktion	Verantwortungsvolles Booking internationaler Künstler*innen	**	mittelfristig
Energie- und Wärmemanagement	Dämmen bestehender Heizungsrohre + Erneuerung Heizkörper	***	mittelfristig
Energie-management / Klimaanpassung	Sanieren+Begrünen des Dachs, der Fassade	***	mittel- bis langfristig
Energie- und Wärmemanagement	Austausch von Lamellenfenstern + Einfachverglasung im Café	***	mittel- bis langfristig
Klimaanpassung	Neugestaltung Vorplatz: Hoch- und Staudenbeete, Teilentsiegelung + Zisterne/Rigole	**	mittel- bis langfristig
Mobilität	Publikum: Einführen eines „Kulturtickets“ (inkl. ÖPNV-Ticket) im Verbund mit regionalem Netzwerk	***	Mittelfristig
Mobilität	Publikum: Einführen Bonuskonzept für klimaschonende Anreise	***	Kurzfristig
Mobilität	Datenerhebung zu Publikumsanreise optimieren und ausbauen	***	kurzfristig
Kommunikation & Marketing	Nachhaltigkeit digital kommunizieren: Website, Social Media-Kampagne, Newsletter	***	kurz- bis mittelfristig
Kommunikation & Marketing	Nachhaltigkeitshinweise + Aktionsboard im Foyer für Ideen von Besucher*innen	*	kurzfristig
Kulturprogramm & Bildung / Vernetzung & Koop.	Beteiligungsformate für Stadtbevölkerung: Dach- und Vorplatzneugestaltung	***	mittelfristig
Kulturprogramm & Bildung	Veranstaltungsreihe zu Nachhaltigkeitsthemen für versch. Zielgruppen : Klimafrühstück, Vorträge, Repaircafés, Tauschbörsen, Klimawohnung	*	mittelfristig

Sichtbarkeit



CO2e-Reduktion

Maßnahme
Nachhaltigkeitsbeauftragte*r



Maßnahme: Ernennung Nachhaltigkeitsbeauftragte*r aus dem Team

Handlungsfeld interne Organisation, Kommunikation					
Ziel alle Tätigkeiten zur Nachhaltigkeit bündeln , Leitung entlasten und interne Strukturen schaffen, um das gesamte Team im Nachhaltigkeitsprozess mitzunehmen und diesen dauerhaft zu implementieren					
Ressourcen intern gesamtes Team, insbesondere Leitung			Ressourcen extern Weiterbildung Transformationsmanagement Nachhaltigkeit in der Kultur		
Wesentliche Etappen der Maßnahme 1. Einarbeitung in dasHaus + die Nachhaltigkeitsagenda, 2. (Neu-)Gründung AG Nachhaltigkeit, 3. Übernahme Klimabilanzierung 2023, 4. Weiterbildung Transformationsmanager*in Nachhaltige Kultur (Ende 2024), 5. Erstellen von Green Books, 6. Teilnahme an städt. AG Nachhaltigkeit					
Zeitplan 2024, Einarbeitung +, Weiterbildung, ab 2025: dauerhafte Übernahme von zentralen Aufgaben			Dringlichkeit hoch		
Verbindung zu andere Maßnahmen (ohnein geplant/weiterer Nutzen ...) Gründung AG Nachhaltigkeit, Erstellung GreenBook, Bereitstellen und Aufbauen von Wissenspool im/für das Team , Etablieren verschiedener Arbeitstreffen (JF, Klausurtagungen), Vernetzung & Kooperation mit Nachbarn, städt. Partnern sowie regional & national					
Erfolgsindikatoren Die/Der Nachhaltigkeitsbeauftragte leitet die AG Nachhaltigkeit (intern), regt selbständig Themen/Projekte an und setzt diese mit dem Team um, so dass die Leitung sich auf strategischen Zielsetzungen fokussieren kann. Sie/Er vertritt dasHaus in der städt. AG Nachhaltigkeit und ist in div. Nachhaltigkeitsnetzwerken aktiv.					
Wirksamkeit indirekte CO2-Reduktion, unterstützt die Erreichung der Nachhaltigkeitsziele	Sichtbarkeit In Netzwerken und indirekt durch angestoßene Projekte/Aktionen	Preis keine Zusatzkosten, weil integriert in Planstelle Jährl. Budget: mind. 5.000€	Zeitaufwand 1 Jahr für Einarbeitung + Weiterbildung, dauerhafte Position	Ästhetik Vorbildwirkung, angestoßene Projekte können hohen Wert haben	

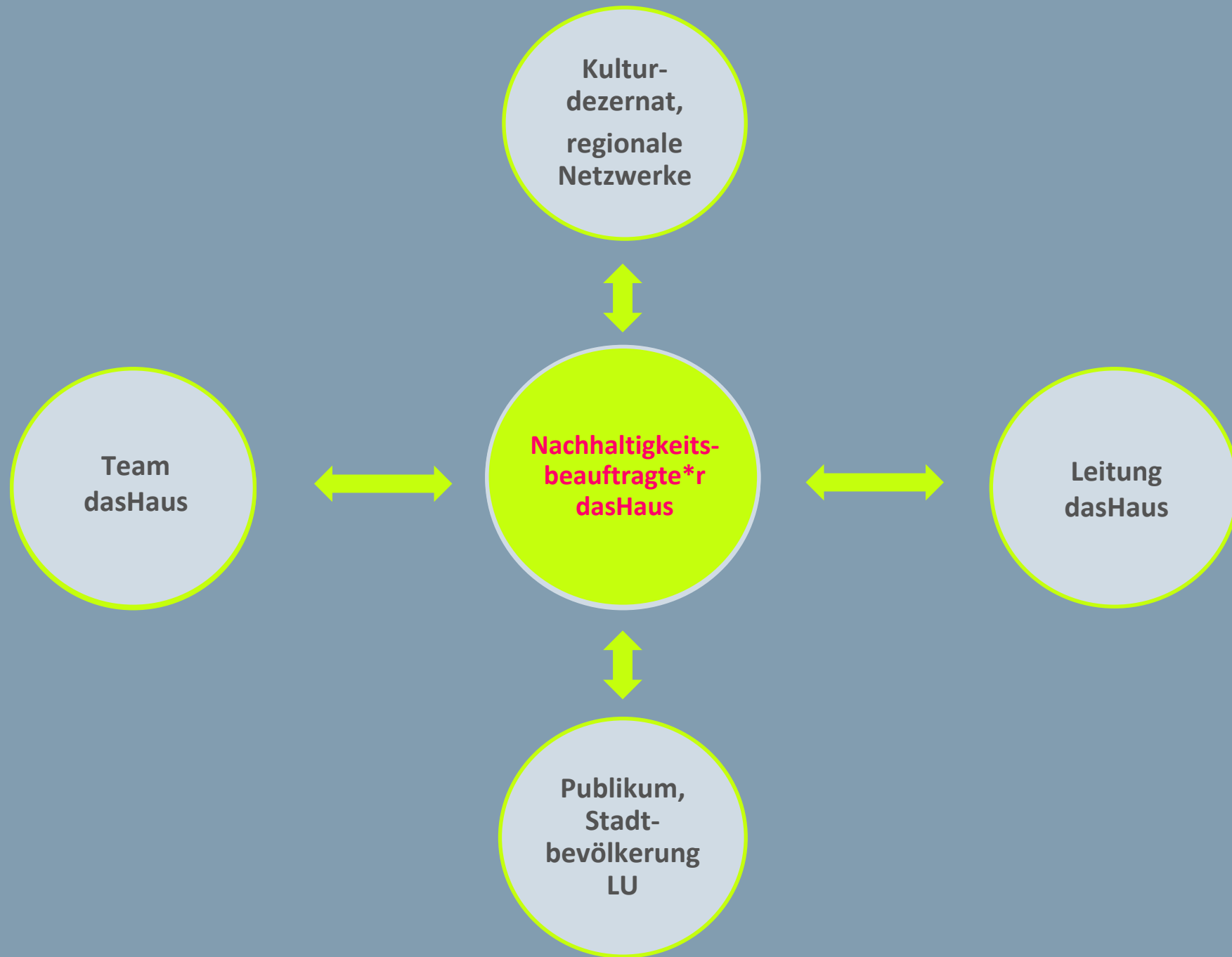
Nachhaltigkeitsbeauftragte*r dasHaus

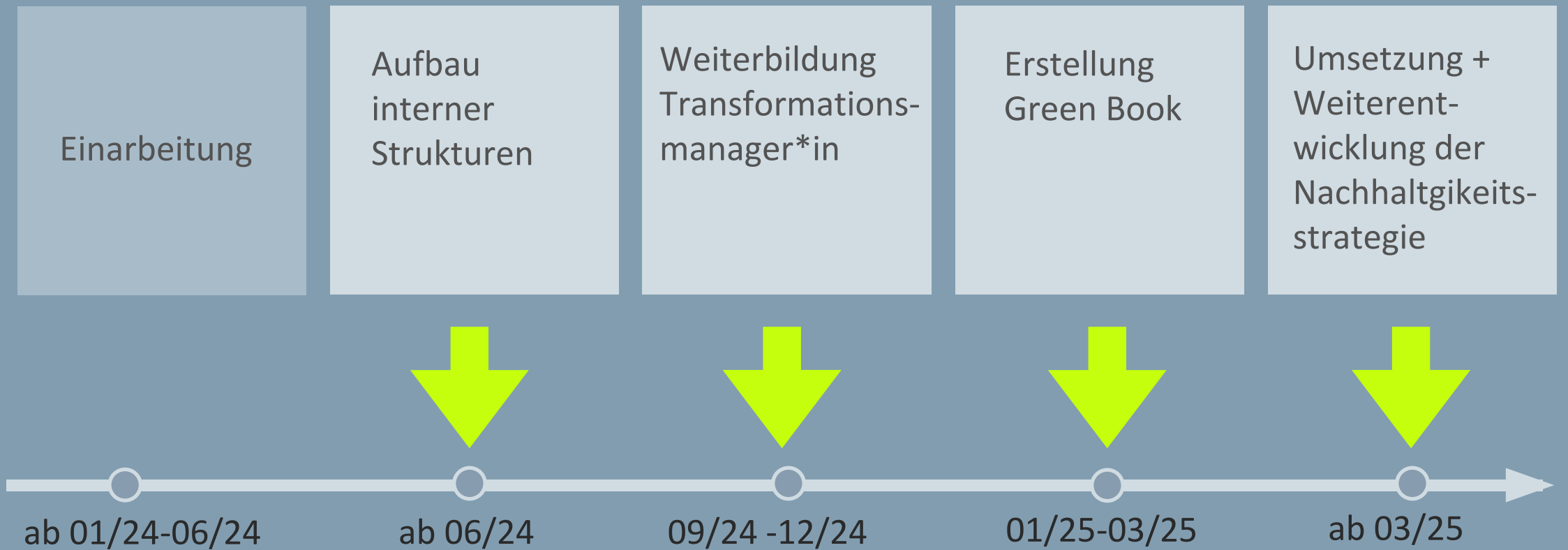
Warum?

- Unterstützung/Entlastung Leitung
- Verstetigung des Nachhaltigkeitsprozesses
- Interne Strukturen schaffen
- Gesamtes Team mitnehmen

To Do

- Interne AG Nachhaltigkeit
- GreenBook/Handlungsleitlinien
- Klimabilanz
- gesamtes Team mitnehmen (informieren, motivieren, befähigen)
- Nachhaltigkeitsagenda
- Weiterbildung
- Zertifizierung
- Vernetzung und Kooperationen





Kriterien der Erfolgsmessung

Leitung der AG
Nachhaltigkeit
(intern)

Betreuung der
jährlichen
Klima-
bilanzierung

Erstellung
Green Book

Vertritt dasHaus
bei städt. AG
Nachhaltigkeit
Kultur

Vernetzung
in diverse
Netzwerken
der Region

Maßnahme Erfahrungsaustausch



Maßnahme: Erfahrungsaustausch mit nicht-städtischen Kultureinrichtungen

Handlungsfeld Vernetzung und Kooperation, Kommunikation				
Ziel dasHaus steigert das Interesse (nicht-)städtischer Kulturakteur*innen am Thema „Nachhaltigkeit“, stößt Austausch an, intensiviert Netzwerkarbeit.				
Ressourcen intern dasHaus, Stabsstelle Klimaschutz		Ressourcen extern Expert*innen zu Fachthemen		
Wesentliche Etappen der Maßnahme 1. Interessen abfragen, 2. Planung , 3. Durchführung Veranstaltung und ggf. Weiterentwicklung, 4. ständige Dokumentation 5. Evaluation				
Zeitplan 2024 – Mitte 2025		Dringlichkeit mittel		
Verbindung zu anderen Maßnahmen (ohnein geplant/weiterer Nutzen ...) Implementierung Nachhaltigkeitsbeauftragte*r (ihre Verantwortlichkeit), Kommunikation, perspektivisch: gemeinsame Veranstaltung				
Erfolgsindikatoren Der Erfahrungsaustausch Thema „Nachhaltigkeit“ soll (vorerst 4x veranstaltet werden. Die Anwesenden werden befähigt zu unterschiedlichen Themen, sie erhalten die Möglichkeit, mit der Stabsstelle Klimaschutz zu sprechen und planen miteinander gemeinsame Aktivitäten/Austauschplattformen etc.				
Wirksamkeit Handprint, nicht messbar	Sichtbarkeit niedrig bis mittel (durch gemeinsame Veranstaltung ggf. hoch)	Preis Ca. 4.000 € (Catering und Raummiete für 4 Veranstaltungen)	Zeitaufwand dauerhaft, für PL 2 Stunden/ Monat	Ästhetik gemeinsame Projekte können hohen Wert haben.

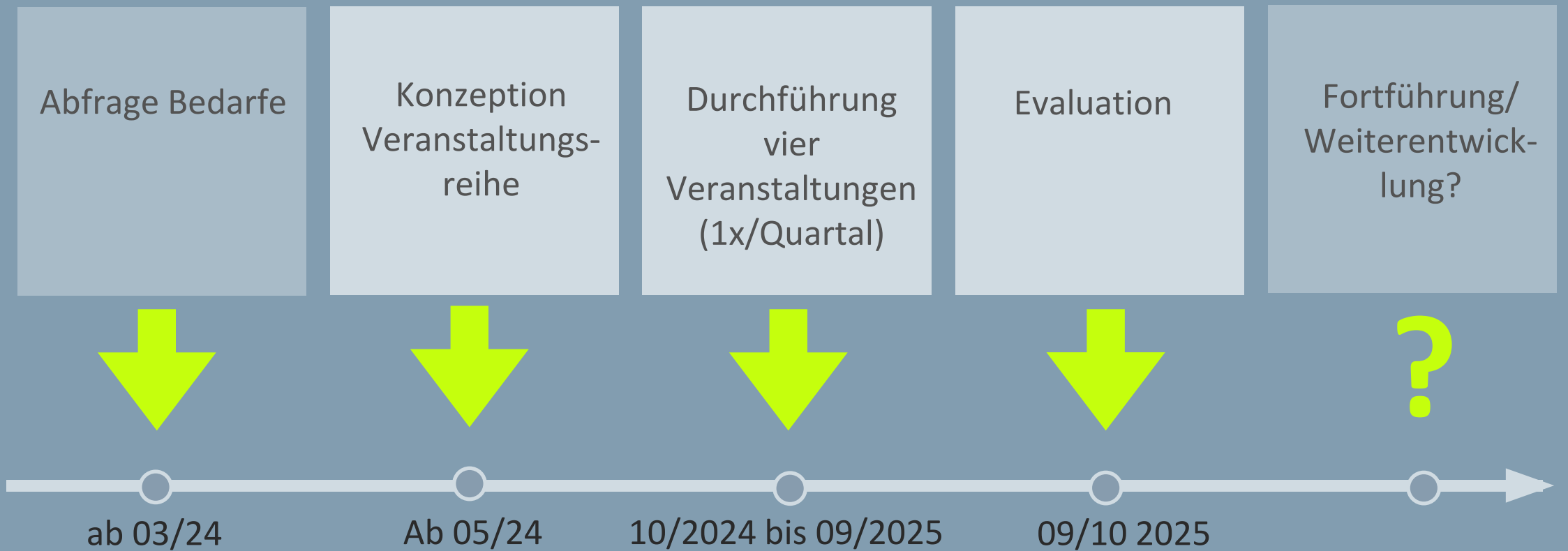
Erfahrungsaustausch mit nicht-städtischen Einrichtungen

Warum?

- Befähigung nicht-städtischer Einrichtungen im Bereich Nachhaltigkeit
- DasHaus als Treiber für nachhaltige Transformation.
- Beteiligungsformat für die nicht-städtischen Einrichtungen
- Von den Fehlern anderer lernen
- Schnittstelle zu Klimaleitstelle und möglichen Expert*innen
- Möglichkeitsraum für gemeinsame Veranstaltungen/Projekte

To Do

- Abfrage Bedarfe (Verteiler: Kulturtreff)
- Konzeption einer Veranstaltungsreihe (Ort, Verteiler, Termin, Themen und Expert*innen)
- Durchführung
- Ggf. Anpassung des Formats
- Evaluation
- Ggf. Fortführung



ZIEL ERREICHT?

Es gelingt, vier inhaltlich sinnvolle Veranstaltungen zu konzipieren und durchzuführen.

Die Veranstaltungsreihe wird von den Einrichtungen der freien Szene angenommen.

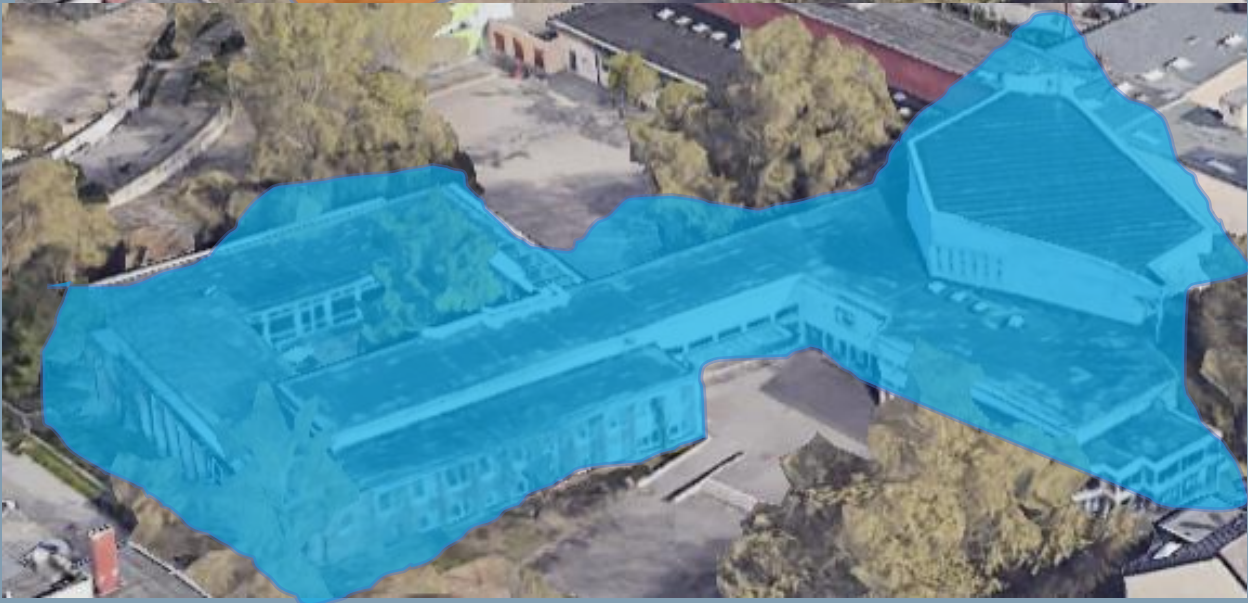
Den Anwesenden wird in den Veranstaltungen Wissen vermittelt, das sie dazu befähigt, eigene Maßnahmen vorzunehmen.



dasHaus als Treiber für nachhaltige Themen

Maßnahme Ökologische Sanierung





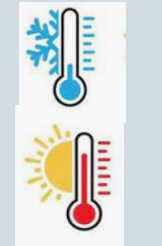




Dachsanierung
Dachbegrünung + PV
Öffentliche Zugänglichkeit

Begrünung Fassade

Begrünung Terrasse

Dämmung Heizrohre

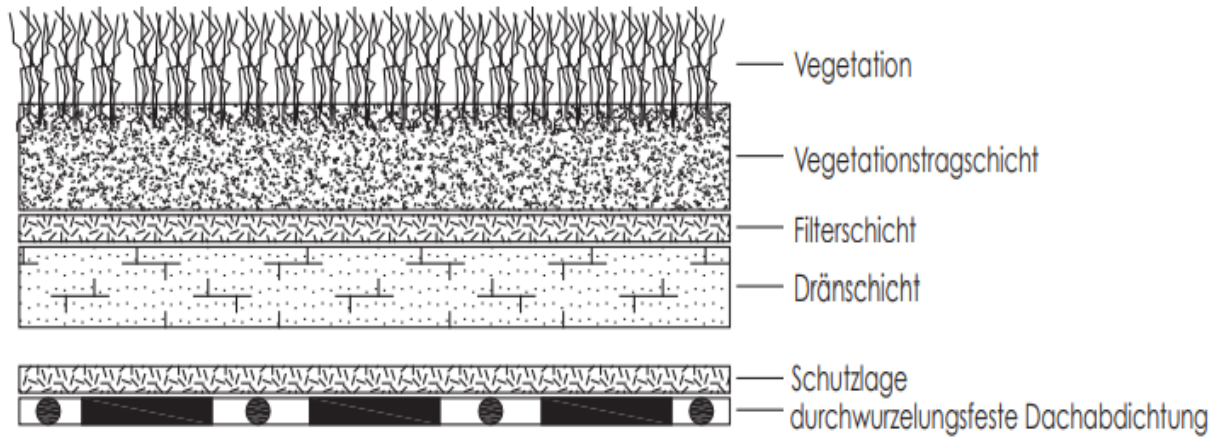
	Dachbegrünung	Fassadenbegrünung
	<ul style="list-style-type: none"> Erhöhung der Biodiversität: 230 Wildbienenarten nachgewiesen 	<ul style="list-style-type: none"> Lebensraum für Flora und Fauna
	<ul style="list-style-type: none"> Verdunstung ca. 400 l/m² *a Erhöhung der Luftfeuchte 20-40% Niederschlagspeicherung: 50-70% 	<ul style="list-style-type: none"> Verdunstung bis 15 l/m² *d Erhöhung der Luftfeuchte 20-40%
	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion Oberflächentemperatur 25-33°C Verringerung Wärmeeintrag 30-60% Dämmwirkung im Winter 2-10% 	<ul style="list-style-type: none"> Reduktion Oberflächentemperatur 8-19°C Sonnenschutz: 40-80% Winterlicher Wärmeschutz 3 bis 7°C
	<ul style="list-style-type: none"> Lärmreduktion 6-18 dB 	<ul style="list-style-type: none"> Lärmreduktion 2,7-9 dB
	<ul style="list-style-type: none"> CO₂ -Bindung 0,8-0,9 kg/m² Feinstaub-Bindung: 10 g/m² *a 	<ul style="list-style-type: none"> CO₂ -Bindung Efeu 2,3kg/m² *a (!)

Begrünbare Dachfläche: 2.358 m²

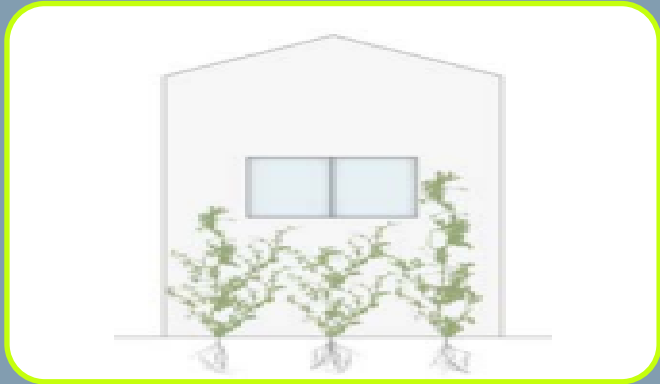
→ Absorbtion CO₂: 2,12 t *a

→ Feinstaubbindung: 23,58 kg *a

Investition: 120.000 bis 170.000 €





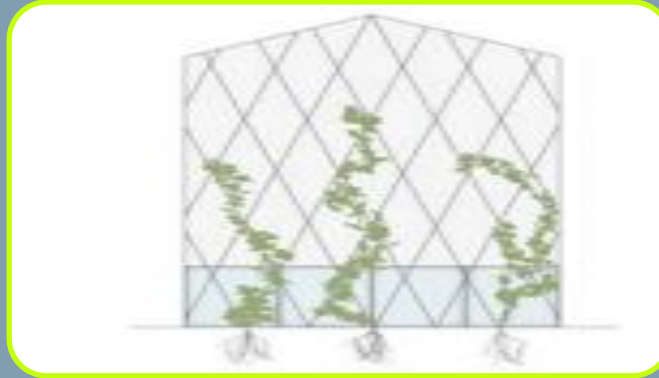


Direkter Bewuchs

Mikroklimatische Relevanz
ab 5 Jahren

Pflegeaufwand mittel

Investition gering

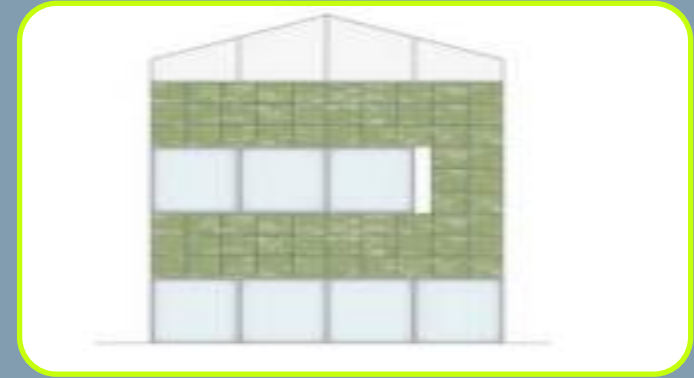


Leitbarer Bewuchs

Mikroklimatische Relevanz
ab 3 Jahren

Pflegeaufwand mittel

Investition eher gering



Modulares System

Mikroklimatische Relevanz
ab 1 Jahr

Pflegeaufwand hoch

Investition hoch



Empfehlung: **Leitbarer Bewuchs durch Ranker**

Fläche Bürotrakt inklusive Fenster: 1.200 m²

bei 5% Bepflanzung : CO₂-Bindung 138 kg *a

Investition: 24.000 € - 60.000 €

Maßnahme: Dachbegrünung

Handlungsfeld Energie, Lebensraum Fauna und Flora, Klimaanpassung				
Ziel Schaffung neuer Lebensräume, klimatische Verbesserung				
Ressourcen intern dasHaus, Stadterneuerung, Gebäudemanagement, Denkmalschutzbehörde, Stabstelle Klimaschutz, Grünflächenamt, Vergabestelle			Ressourcen extern Erfahrungsexpert*innen, Statiker*innen, Fachplanung/Bauleitung/Landschaftsarchitekt*innen, Landschaftsbau, Gastro, Communities, Nachbarschaften	
Wesentliche Etappen der Maßnahme 1. Planung, 2. Finanzierungssicherung, 3. Ausschreibung, 4. Umsetzung, 5. Belebung				
Zeitplan 2024 - 2028			Dringlichkeit hohe Dringlichkeit durch nicht vorhandene Dämmung	
Verbindung zu andere Maßnahmen (ohnein geplant/weiterer Nutzen ...) Generalsanierung Dach, Begehbarkeit Dach herstellen, Photovoltaik, Fassadenbegrünung, Fassadenanstrich				
Erfolgsindikatoren Das Dach wird von blühenden Pflanzen ganzjährig bedeckt und von Insekten als neuer Lebensraum wahr genommen. Das Publikum nutzt die Lounge zum Entspannen und Austausch. DasHaus veranstaltet hier konzeptionell abgestimmte Kulturformate.				
Wirksamkeit Absorbtion CO2: 1.886 kg *a Feinstaubbindung: 23,580 kg *a Verdunstung: 943 m3 *a	Sichtbarkeit sehr hoch	Preis 120.000 bis 170.000 €	Zeitaufwand 4 Jahre	Ästhetik hohe ästhetische Wirkung im Stadtbild

Maßnahme: Fassadenbegrünung

Handlungsfeld Energie				
Ziel das Klima in den Büros verbessern, die Außenansicht attraktiver gestalten				
Ressourcen intern dasHaus, Stadterneuerung, Gebäudemanagement, Stabstelle Klimaschutz, Vergabestelle			Ressourcen extern Erfahrungsexpert*innen, Statiker*innen, Fachplanung/Bauleitung/Landschaftsarchitekt*innen, Landschaftsbau	
Wesentliche Etappen der Maßnahme 1. Planung, 2. Finanzierungssicherung, 3. Ausschreibung, 4. Umsetzung				
Zeitplan 2024 - 2026			Dringlichkeit hohe Dringlichkeit da Hitzebelastung groß	
Verbindung zu andere Maßnahmen (ohnein geplant/weiterer Nutzen ...) Begrünung Dach, Anstrich Fassade				
Erfolgsindikatoren Die Büros sind im Sommer kühler und müssen im Winter weniger beheizt werden. DasHaus sieht einladender aus.				
Wirksamkeit CO2 -Bindung 552 kg *a	Sichtbarkeit direkt Sichtbar für Publikum, Kommunikation in Medien	Preis 24.000 € - 60.000 €	Zeitaufwand 2 Jahre	Ästhetik Ästhetische Aufwertung des Bürokomplexes

Maßnahme: Photovoltaik

Handlungsfeld Energie				
Ziel Stromverbrauch selbst generieren				
Ressourcen intern dasHaus, Stadterneuerung, Gebäudemanagement, Stabsstelle Klimaschutz, Vergabestelle			Ressourcen extern Statiker*innen, Solateur*innen, Technische Werke Ludwigshafen	
Wesentliche Etappen der Maßnahme 1. Planung, 2. Finanzierungssicherung, 3. Ausschreibung, 4. Umsetzung				
Zeitplan 2024 - 2027			Dringlichkeit mittlere Dringlichkeit	
Verbindung zu andere Maßnahmen (ohnein geplant/weiterer Nutzen ...) Sanierung Dach, Begrünung Dach				
Erfolgsindikatoren DasHaus produziert seinen Stromverbrauch vollumfänglich selbst.				
Wirksamkeit 90.000 kwh / Jahr	Sichtbarkeit Ja	Preis 120.000 – 150.000 €	Zeitaufwand 2 Jahre	Ästhetik keine

irtschaft
ngstelle...

Turnhalle
535 m²

Bühnenturm:
400 m²

PV

PV

Lounge

Lounge

PV

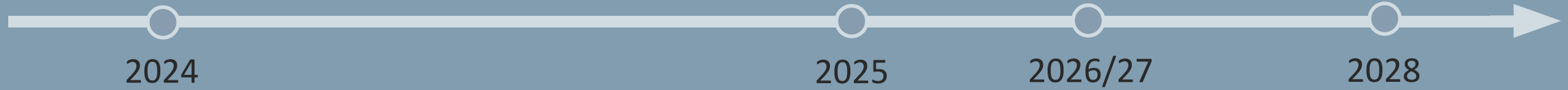
Hochbeete

Dachbegrünung

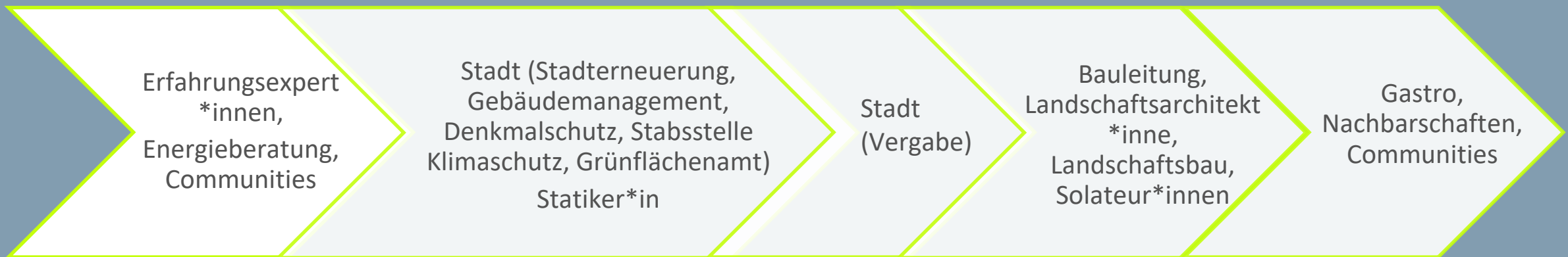
PV

Büros, Haupthaus,
Café:
1823 m²

Fassadenbegrünung



Beteiligte



Bausteine



Ziel erreicht

Ökologischer Impact

- Lebensraum für Flora und Fauna
- Verbessertes Raum- und Mikroklima
- < Wärmeenergie
- Stromeinsparung 100%
- Absorbtion CO2 bis zu 2,674 t*a

Sozialer Impact

- Erhöhung des Wohlbefindens und der Gesundheit
- Urban Gardering
- Optische Aufwertung
- Neuer Genuss- und Kulturraum

Maßnahme Beteiligung



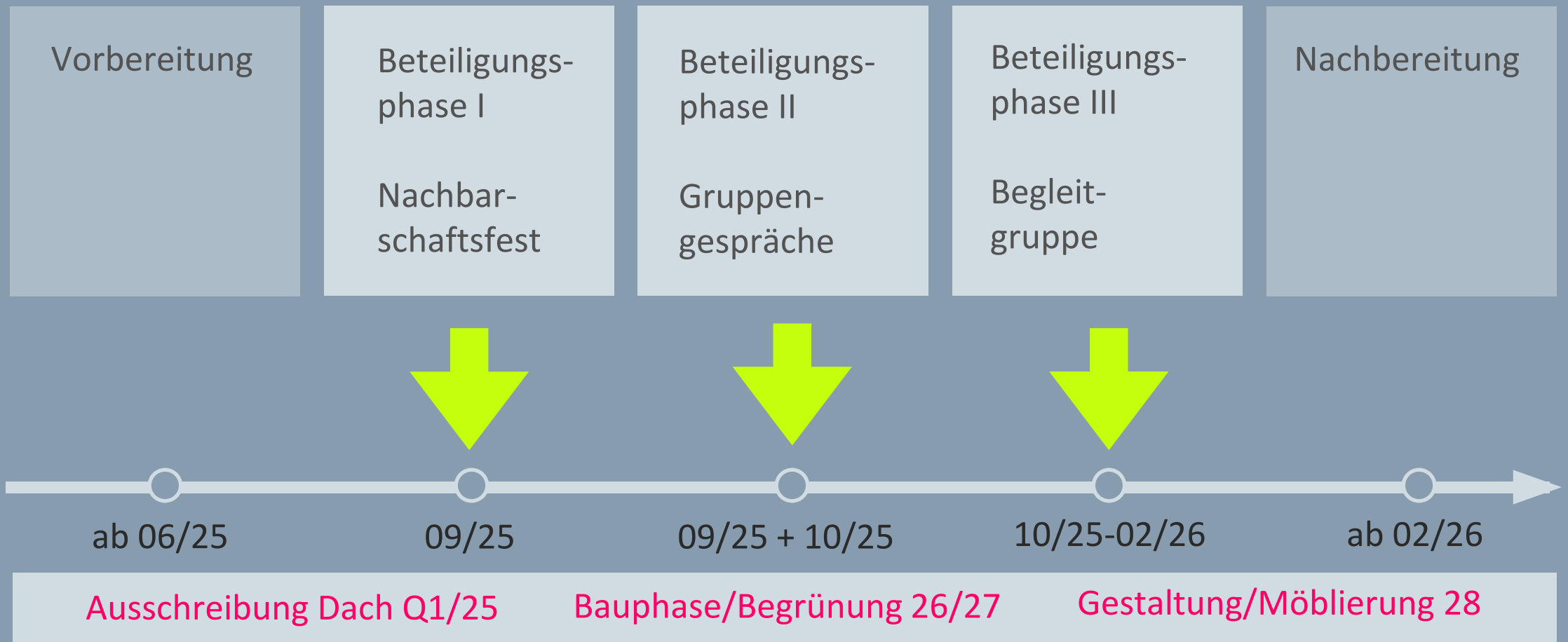
Maßnahme: Beteiligungsprozess Gestaltung öffentlicher Dachbereich

<p>Handlungsfeld: Kulturprogramm und Bildung (Vernetzung und Kooperation, Kommunikation)</p>				
<p>Ziel: Perspektiven verschiedener Vertreter*innen aus der Stadtgesellschaft (Kinder, Jugendliche, Erwachsene) im Planungsprozess aktiv einbeziehen und das Haus als attraktiven Aufenthalts- und Begegnungsort stärken.</p>				
<p>Ressourcen intern Koordinator*in/Moderator*in das Haus, Leitung das Haus, HausRat</p>		<p>Ressourcen extern Verwaltungsintern: Stadtplanung (ISEK), Abteilung Kommunikation und Beteiligung Externe Expert*innen (Landschafts-/Architekt*innen) und Multiplikator*innen (Vereine) Dienstleistende für Marketing/Dokumentation: Grafik, Foto, Video</p>		
<p>Wesentliche Etappen der Maßnahme 1. Austausch mit Kolleg*innen von ISEK 2. Antragstellung Projektförderung und -stelle für Koordination/Moderation 3. Recherche und Vernetzung 4. Einladung zu Beteiligungsprozess 5. Durchführung der Workshops 6. Prozessdokumentation 7. Ergebnispräsentation 8. Einarbeitung in Ausschreibung (9. evtl. Feedbackschleife nach ersten Entwürfen)</p>				
<p>Zeitplan Beteiligungsprozess: Sept 2024 - Ende 2025 (Feedbackschleifen eingeschlossen, Baubeginn 2026, Umsetzung Dachsanierung bis vsl. 2027, Dachgestaltung 2028)</p>		<p>Dringlichkeit Hohe Dringlichkeit (da das Projekt sichtbare Wirkung auf das Quartier haben wird und in Zukunft von der Stadtgemeinschaft angenommen und genutzt werden soll)</p>		
<p>Verbindung zu andere Maßnahmen (ohnein geplant/weiterer Nutzen ...) Begrünung und Gestaltung Dach, Kooperation mit benachbarten Einrichtungen (Schule etc.), Ausbau der Website hinsichtlich Nachhaltigkeitsthemen und digitale Kommunikation</p>				
<p>Erfolgsindikatoren Beteiligungsgruppe bildet sich aus ca. 20 bis 25 Personen mit verschiedenen Perspektiven, unterschiedlicher Altersgruppen und Erfahrungen. Es werden Ideen entwickelt, die in Ausschreibung/Planungsprozess einfließen und auch zur Umsetzung kommen. Ort wird angenommen und von verschiedenen Menschen in der Freizeit genutzt.</p>				
<p>Wirksamkeit Keine CO2 Einsparung. Schafft öffentliche Wahrnehmung und ermöglicht Mitgestaltung.</p>	<p>Sichtbarkeit Beteiligungsprozess wird durch Dokumentation digital und analog und schließlich in der Umsetzung sichtbar.</p>	<p>Preis 240.000 EUR (inkl. Projektstelle über 3 Jahre, Ehrenamtspauschalen, Material- und Sachkosten, Honorare für Dienstleistende)</p>	<p>Zeitaufwand 1 Jahr samt Einstellung Projektkoordination (ab Mitte 2024), Auftakt Nachbarschaftsfest, Workshopphase Okt 23 bis Feb 24 (ca. 6 Treffen), Projektbericht, evtl. Feedbackschleife Entwürfe (?)</p>	<p>mittel (durch Dokumentation)</p>

An aerial photograph of a city, showing a large, dense green park in the center. The surrounding urban area is visible as a grid of buildings and streets. The image is used as a background for the text.

Frische Mitte für die City -

Beteiligungsprojekt Dachgestaltung dasHaus



Kriterien der Erfolgsmessung



Zustimmung/
Unterstützung
ISEK

Zusage
Förderung
Sachmittel
und Stelle

Zahlreiche
Rückmel-
dungen
in Phase I/II

Begleitgruppe
von 20/25
Personen

Anpassung/
Erweiterung
Ausschreibung



Der Ort wird angenommen und genutzt.

Finanzierung



Maßnahme Nachhaltigkeitsbeauftragte*r

- Teil der zu besetzenden Programmstelle

Maßnahme ökologische Sanierung

- Integriertes Stadtentwicklungsprojekt (ISEK)
- Aktion als Teil des **Freiwilligentages**

Maßnahme Erfahrungsaustausch mit nicht-städtischen Kultureinrichtungen

- Aktion Mensch: Projektförderung Kunst und Kultur für **Projektstelle**
- **Kooperation** mit Raum/Cateringservice



Maßnahme Beteiligungsprozess Gestaltung öffentlicher Dachbereich

- Aktion Mensch für Projektstelle
- Deutsche Postcode Lotterie
- Robert Bosch Stiftung
- Private **(Sach-)Spenden**
- Sparkassenstiftung (Quartiersbezug)

Zertifizierung ?



- Starker Fokus auf soziale Bereiche
- Erfüllung EU-Anforderungen, CSRD-konforme Matrix (in Arbeit)
- Long Shot: Gemeinwohl-Gemeinde?
- Sichtbarkeit
- Zeitintensive Erstellung, teilweise schwierig, Aspekte zu bewerten

Widerstände

TÜR NICHT
ÖFFNEN !!!

LEBENSGEFAHR



conny.fromtheblock
conny.fromtheblock · Original-Audio



Lovesong vom Amt



conny.fromtheblock
conny.fromtheblock · Original-Audio




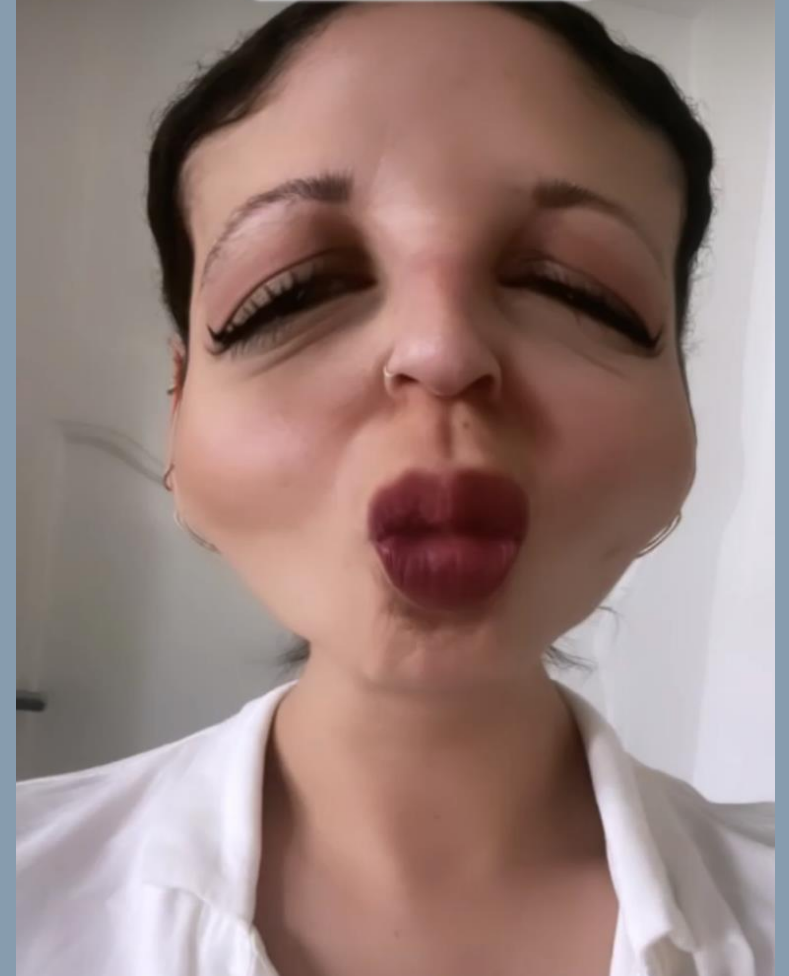
Keine ?

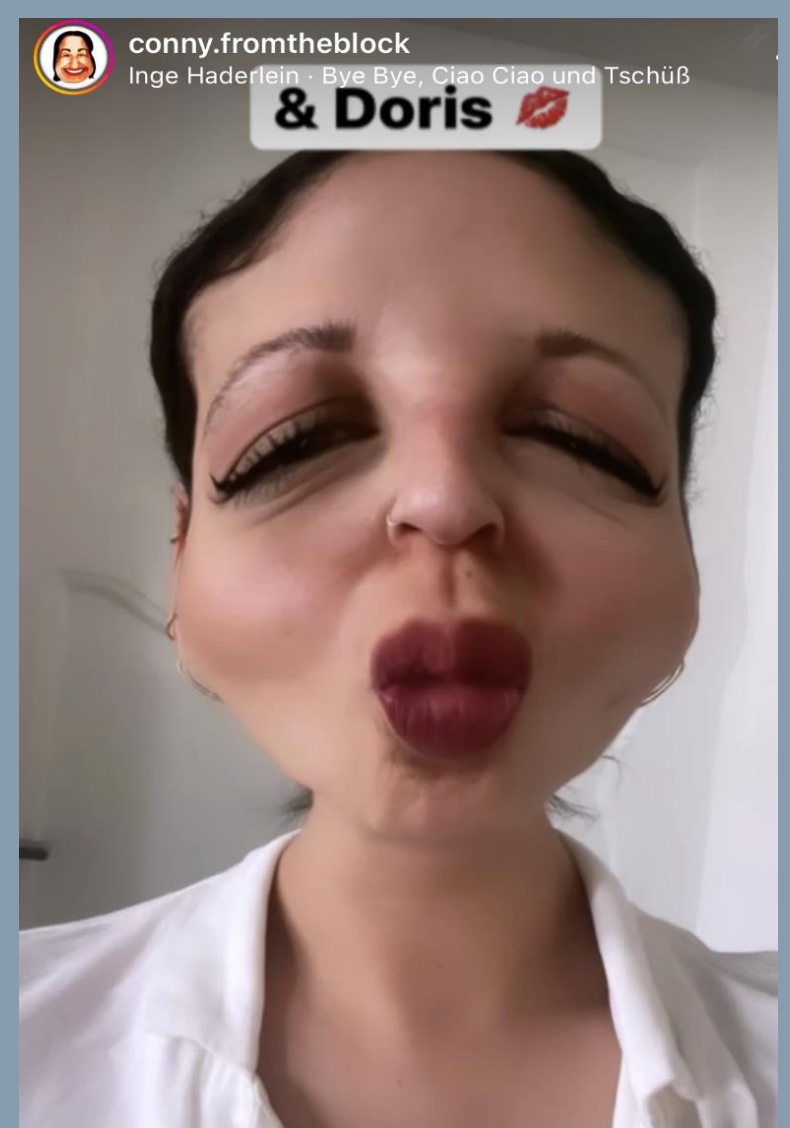
Zeit für den
CHANGE



conny.fromtheblock
Inge Haderlein · Bye Bye, Ciao Ciao und Tschüß

& Doris 





WALD
WILD

ANIMAL
APACHE

Chasing Times
Covers
Marcel Adam u. Band
"Akkordeon, Akkordeon"
22.4.15

der mois
N. S. 2014

FL
KRE
KOM
REW
Alz He. NE
Comedy
21.10.06
Anstalt

Slap
Bäume

Songs
from Wien to Istanbul
29.04.2018
Gülkes Band
IMPURE DOT INFO
(spa)
Faschas
Sommer
Sperrlich
12.11.13

INHUME
0.2.2014

IV. Kommunikation



Division

Stored
by
Nature
197

I WAS
here

12.1.2013
MANCLED
WAS HERE
IN 1994
DEATH
GET M

Dajana Sper
Algerer München

Spread our message

WIR...

...verstehen die Transformation hin zu einem nachhaltigen Denken und Handeln **als Chance**.

...**gestalten diesen Wandel** und setzen dabei auf Austausch, Begegnung und gemeinsame **positive Erlebnisse**.

...**bieten einen Ort**, wo Ideen für eine lebenswerte Zukunft gedacht, erprobt und verhandelt werden können.

...engagieren uns für ein **zukunftsfähiges und lebenswertes Ludwigshafen**.



**Bewusstsein
schaffen**

+

**Aufmerksamkeit
erregen**

einladen

Förderer*innen

Partner*innen

informieren

Publikum

Politik

Team

Verwaltung

Künstler*innen

motivieren

unterhalten

sensibilisieren

Grundsätze:

- Kommunikation von innen nach außen
 - Professionell
 - Strategische Planung
 - Cross-media Kommunikation
 - Zielgruppen als Multiplikatoren
-

Interne Kommunikation

A background image showing two women in a warm embrace, suggesting a supportive and collaborative work environment. The woman in the foreground has her arms around the other woman's shoulders, and they both appear to be smiling or in a positive mood.

Mitarbeitende

Strategie

- Austausch und Reflexion
- Anreize schaffen
- Wertschätzung und Anerkennung
- Sensibilisierung
- Kompetenzaufbau

Kommunikationsmaßnahmen

- Klausurtagung, AG Nachhaltigkeit
- Team-Aktionen und Challenges
- Feiern von Erfolgen
- Wissenspool, Greenbook
- Möglichkeiten zu individuellen Fortbildungen

^{SINNEN}
KUNSTLER*RAUM.

Künstler*innen

Strategie

- Nachhaltigkeit als Inspiration
- Verständnis und Anerkennung
- Kompetenzaufbau
- Professionalisierung

Kommunikationsmaßnahmen

- Veranstaltungsreihe zu Nachhaltigkeitsthemen
- Vernetzung und Austauschforen
- Infoveranstaltungen und Workshops
- Green Book, Checklisten



Publikum

Strategie

- Unterhaltung und Genuss
- Subtile Sensibilisierung
- Teilhabe und Teilgabe
- Beteiligung und Engagement
- DasHaus als „unser Haus“ erleben

Kommunikationsmaßnahmen

- Veranstaltungen, Vorträge, Diskussionsrunden
- Hinweise und Anreize für ressourcenschonende Anreise
- Partizipative Formate (Dachgestaltung)
- Bewerbung Co-Working Space, Dachgarten



Partner- & Förder*innen

Strategie

- Nutzen für Förderer
- Imagegewinn
- Ernstnehmen als Partner*in
- Erweiterte Präsentationsfläche

Kommunikationsmaßnahmen

- Gespräche, Pressemitteilungen, Meetings
- Gemeinsame Aktionen
- Exklusive Veranstaltungen

Zukunft

Trägerin (Stadt LU) & Politik

Strategie

- Kooperationen & Wissenstransfer innerhalb der Kultur
- Imagegewinn, Wettbewerb
- Erweiterte Präsentationsfläche
- Entwickeln von gemeinsamen Leitlinien
- Themen der Klimapolitik bedienen

Kommunikationsmaßnahmen

- Regelmäßige Präsentationen in verschiedenen Gremien
- Anstoß zur Gründung einer AG Nachhaltigkeit Kultur
- Nutzung des städt. Podcasts
- Kooperation mit Stabstelle Klimaschutz

Transformatives Potenzial



+
+
+

Innovative +
tiefgreifende
Lösungen

- Neue Lösung für Gebäudegestaltung
- Kommerzfremde Raumangebote zur individuellen und gemeinschaftlichen Nutzung
- Weitergabe und Pflege traditioneller Praktiken

+

Nachhaltigkeit
integriert +
global denken

- Beteiligung „Frische Mitte in der City“ ermöglichen
- Repaircafés, Tauschbörsen und Flohmärkte

+
+
+
+

Wandel
anstoßen

- Vernetzung auf verschiedenen Ebenen
- Begegnung von Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen / Erfahrungen unterstützen
- Provokative, humorvolle Kunst
- Perspektivwechsel in Kunst-/Kulturprojekten anregen
- Positive Veränderung erlebbar und spürbar machen



sveamaus



Die Luft ist hier so gut



Man kann mit dem Auto
bis an den Strand fahren

Look
If you had
One shot
or one opportunity

Zurück zu den Zahlen



Bilanz 2022 337 t



7 Jahre 7% jährlich bis 2030

= 188,6 t CO₂e in 2030

= 91 t CO₂e in 2040

2025: 271 t
2027: 234 t
2029: 203 t
2031: 175 t
2033: 152 t
2035: 131 t
2037: 113 t
2039: 98 t



Zeitplan

