

Energiewende beginnt in den Köpfen:

Die Wanderausstellung NEW 4.0-Roadshow zur aktiven Förderung von Akzeptanz



Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----|--|--------|
| 1. | Einleitung – warum Technik alleine keine Energiewende bringt | - 1 - |
| 2. | Aktive Akzeptanzförderung – direkt vor Ort bei den Bürger*innen | - 2 - |
| 3. | NEW 4.0-Roadshow – die Energie-Wanderausstellung im Norden | - 4 - |
| 4. | Routenplanung – Ansatz und Hintergründe der Stationenwahl | - 7 - |
| 5. | Wirkungsmessung – wie die NEW 4.0-Roadshow im Norden ankam | - 10 - |
| 6. | Learning – auch künftig Energiewende durch direkten Dialog fördern | - 13 - |
| | Checkliste für eine erfolgreiche Energie-Wanderausstellung | - 16 - |
| | Anhang | |
| I. | Impressum | I |

1. Einleitung – warum Technik alleine keine Energiewende bringt

Lange lag der Fokus beim Ausbau der erneuerbaren Energien auf technologischen Aspekten bzw. der technologischen Umsetzbarkeit. In den letzten Jahren ist aber deutlich geworden, dass das Einbeziehen der Bevölkerung einen zentralen Stellenwert für die gesamtsystemische Umstellung des Energiesystems einnimmt, da sich diese auf deren Lebensweise, Alltag und Gewohnheiten auswirkt. So darf die Energiewende nicht ausschließlich technisch betrachtet werden – sie ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und muss entsprechend von der ganzen Gesellschaft getragen und akzeptiert werden. Die gesellschaftlichen Aspekte, die für das Gelingen der Energiewende von Bedeutung sind, werden unter dem Stichwort Akzeptanz besprochen. Zur Steigerung und Wahrung der gesellschaftlichen Akzeptanz für die Transformation des Energiesystems ist es essentiell, eine größtmögliche Transparenz und umfassende Informationen für die Bevölkerung zu erreichen.

Im vierjährigen Verbundprojekt NEW 4.0 – Norddeutsche EnergieWende wurden daher Kommunikationsmaßnahmen zur Förderung der Akzeptanz entwickelt und durchgeführt. Diesen Akzeptanzförderungsmaßnahmen lag der Ansatz zu Grunde, dass eine positive Grundhaltung gegenüber der Energiewende, die schließlich zur Akzeptanz führen soll, nur indirekt über die Wirkungskette von Bekanntheit über Information und Interesse bis hin zum Involvement bzw. Engagement und Zustimmung erzielt werden kann. Um dies zu erreichen, wurde als Dreh- und Angelpunkt der NEW 4.0-Kommunikation die bürgernahe Wanderausstellung unter dem Titel „NEW 4.0-Roadshow – Entdecke das Energiesystem der Zukunft“ entwickelt und umgesetzt. Insgesamt tourte die Wanderausstellung von Mai 2018 bis Dezember 2020 durch Schleswig-Holstein und Hamburg und erreichte auf über 50 Stationen rund 12.500 Menschen. Diese Wanderausstellung hat sich als ein sehr geeignetes Medium erwiesen, um nahbar und anschaulich über die Energiewende zu informieren und zu begeistern sowie das Interesse und Verständnis für die oft komplexen Zusammenhänge der Energiewende zu fördern. Außerdem hat sich gezeigt, dass die persönliche Kommunikation eine Schlüsselrolle übernimmt zur nachhaltigen und transparenten gesellschaftlichen Entwicklung.

Um die im Verbundprojekt generierten Erkenntnisse zur Akzeptanzförderung der Energiewende in künftige Projekte einfließen zu lassen, werden im Folgenden das Konzept, die Erkenntnisse sowie Erfahrungen und Learnings der NEW 4.0-Roadshow als Maßnahme zur Förderung der Akzeptanz vorgestellt.

Lassen Sie uns gemeinsam die Energiewende voran bringen – wir freuen uns auf einen weiteren Austausch mit Ihnen!

Das Team Akzeptanz des CC4E der HAW Hamburg

2. Aktive Akzeptanzförderung – direkt vor Ort bei den Bürger*innen

Mehr als 60 Partner aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik arbeiteten von 2016-2021 im länderübergreifenden Verbundprojekt NEW 4.0 – Norddeutsche EnergieWende daran, den Weg zum Energiesystem der Zukunft zu ebnen. Das Projekt wurde von den Landesregierungen beider Bundesländer unterstützt und im Rahmen des Förderprogramms „Schaufenster Intelligente Energie – Digitale Agenda für die Energiewende“ durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert.

In der vierjährigen Projektlaufzeit wurde demonstriert, wie sich Schleswig-Holstein und Hamburg bis 2035 zu 100 Prozent mit Strom aus erneuerbaren Energien versorgen können – sicher, zuverlässig, gesellschaftlich akzeptiert und mit deutlichen CO₂-Einsparungen. Neben der erfolgreichen Erprobung von Technologien nahmen gesellschaftliche Fragestellungen eine wesentliche Rolle ein: Die aktive Akzeptanzförderung hatte zur Aufgabe, die Zustimmung für die Energiewende zu steigern, während durch die Akzeptanzforschung Entwicklungen beobachtet und Handlungsempfehlungen abgeleitet werden konnten.

Die repräsentativen Erkenntnisse der projektbegleitenden Akzeptanzforschung zeigen, dass in Schleswig-Holstein und Hamburg bereits eine starke Identifikation mit der „neuen“ Energiekultur besteht. Im Klimawandel sehen immer mehr Bürger*innen eine akute Bedrohung und so wächst auch die wahrgenommene Dringlichkeit der Energiewende stetig an.¹ Mit der steigenden Aufmerksamkeit für Klimafragen und die Energiewende, werden Meinungen und Bewertungen in der in Schleswig-Holstein und Hamburg lebenden Bevölkerung jedoch auch zunehmend differenzierter. Zugleich führen diese differenzierteren Ansichten auch zu skeptischeren Haltungen in einzelnen Aspekten. Vor allem der Glaube an die Machbarkeit der Energiewende sinkt stetig. Dies ist problematisch, da der Glaube an die Machbarkeit, als einer der zehn zentralen Einflussfaktoren für die Akzeptanzbildung identifiziert wurde. Somit stellt ein solch sinkender Glaube an die Machbarkeit eine potentielle Bedrohung für ein gesellschaftsweit geschlossenes Handeln dar – dies gilt insbesondere unter dem Eindruck, dass eine allgemeine Akzeptanz vorhanden ist. Wie in Abbildung 1 zu sehen, ist es außerdem maßgeblich, dass mit der Energiewende mehr Vorteile als Nachteile für die Entwicklung Deutschlands verbunden werden. Ein weiterer relevanter Faktor stellt die positive Einschätzung der Wirksamkeit des eigenen Handelns im Sinne der Energiewende durch die Bürger*innen dar. Hierfür ist die Kenntnis von potentiellen Handlungsmöglichkeiten essentiell, da 61 Prozent der Befragten angeben, keinen oder nur einen niedrigen Beitrag zur Energiewende leisten zu können.



Abbildung 1: Top 10 Akzeptanzfaktoren

Des Weiteren zeigen repräsentative Akzeptanzforschungserkenntnisse, dass es den Bürger*innen ein Anliegen ist, am Prozess beteiligt zu werden bzw. die Möglichkeit einer Beteiligung zu sehen. Auch die Kenntnis des Begriffs der Energiewende und Gespräche im persönlichen Umfeld über das Themenfeld beeinflussen die Akzeptanz positiv. Trotz des hohen Interesses in der Region, empfindet ein Großteil

¹ Vgl. Guzić/Drews: Einstellungen zur Energiewende in Norddeutschland - Auswertung der dritten, repräsentativen Online-Befragung vom November 2019 im Rahmen der Akzeptanzforschung für das Projekt NEW 4.0, 2020.

der Bevölkerung die Zusammenhänge und Details der Energiewende schwer verständlich. Folglich sind die positiven Auswirkungen für die Bevölkerung oft nicht greifbar. Um dem entgegen zu wirken, verkörpert die Vermittlung von Wissen eine wichtige Maßnahme für die Bildung von Akzeptanz – besonders für die noch uninformierten Zielgruppen und in persönlichen Gesprächen. Auch wenn die grundsätzliche Kommunikation der Notwendigkeit der Energiewende nach wie vor wichtig bleibt, sollten Informationen über konkrete Entwicklungen im Bereich der Energiewende gezielt mitgeteilt werden.

Um positiv auf die zuvor aufgeführten Akzeptanzfaktoren einzuwirken, lassen sich für eine aktive und erfolgreiche Akzeptanzförderung folgende Empfehlungen zusammenführen:

1. **Öffentlichkeitswirksame Ergebniskommunikation anstelle von Zielkommunikation**, um deutlich zu machen, wo und wie die Energiewende konkret und im Einzelnen wirksam wird.
2. **Entschlossenheit bei der Umsetzung der Energiewende demonstrieren**, indem die Wirkung von Verbundprojekten explizit genutzt wird, um die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen in verschiedenen Akteur*innen und deren gemeinsames Handeln zu stärken.
3. **Wissen klar und transparent vermitteln**, indem ein besonderer Wert auf die zielgruppenspezifische und komplexitätsreduzierende Aufbereitung der zu vermittelnden Fakten und Inhalte gelegt wird. Wissenslücken lassen sich insbesondere durch den direkten Dialog schließen. Zudem sollten vor allem Bürger*innen adressiert werden, die mit den Themen Klimaschutz und Energiewende kaum Berührungspunkte haben, da sich ein Mangel an Gesprächen im eigenen Umfeld negativ auf die Akzeptanz auswirken kann.

Unter stetigem Einbeziehen der projektbegleitenden Akzeptanzforschung wurde ein aktiver Beitrag zur Förderung der Akzeptanz geleistet, indem im Rahmen der NEW 4.0-Akzeptanzförderung diesbezügliche Kommunikationsmaßnahmen in Hamburg und Schleswig-Holstein entwickelt und durchgeführt wurden.

Konkret lag der Fokus bei der Entwicklung von akzeptanzfördernden Kommunikationsmaßnahmen darauf, die Wirkungskomponenten Bekanntheit, Informiertheit und Interesse der Zielgruppen zu fördern, da ein Involvement durch diese drei Komponenten bedingt und nur begrenzt steuerbar ist. Im Kern der Aktivitäten stand entsprechend der Dreiklang aus einer bürgernahen Kommunikation vor Ort, einer begleitenden Berichterstattung in lokalen und regionalen Medien sowie einer Ansprache von Schlüsselmedien, Multiplikator*innen und Meinungsbildner*innen. Bei der Wahl der Kommunikationskanäle bestand der Anspruch, eine flächendeckende Kommunikation in der Projektregion zu erreichen. Der dazu gewählte Mix aus Maßnahmen der Bereiche Online-Kommunikation, Event-Kommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Print-Kommunikation in der Projektregion erwies sich als erfolgreich und spiegelt sich in der erzielten Bekanntheit von über 27 Prozent wider.

3. NEW 4.0-Roadshow – die Energie-Wanderausstellung im Norden

Ziel und Konzept: Direkte Kommunikation

Zur Steigerung der gesellschaftlichen Akzeptanz für die Energiewende wurden unter stetigem Einbezug von (Zwischen-)Erkenntnissen der projektbegleitenden Forschung unterschiedliche Maßnahmen konzipiert und durchgeführt bzw. entsprechend weiterentwickelt. Neben einer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat sich als Dreh- und Angelpunkt der akzeptanzfördernden Maßnahmen die Wanderausstellung unter dem Titel „NEW 4.0-Roadshow – Entdecke das Energiesystem der Zukunft“ in den Projektjahren unter Beweis gestellt. Dahinter stand das Ziel, durch wechselnde Ausstellungsorte die Energiewende anhand des Projekts NEW 4.0 direkt zu den Bürger*innen der Projektregion zu bringen und sie über das Gesamtprojekt, die übergeordneten Ziele und regionalen Einzelvorhaben zu informieren. Demensprechend bezweckte die NEW 4.0-Roadshow, vor allem die Notwendigkeit und Machbarkeit der Energiewende bürgernah und nachvollziehbar darzustellen sowie bei den Besucher*innen ein Gefühl für die „Faszination Energiewende“ zu wecken und damit die Akzeptanz für die Veränderungen des Energiesystems zu steigern. Um dies zu erreichen, wurde im Sinne eines „Edutainments“ ein multisensorischer, interaktiver Ansatz gewählt.

Ausstellungsformat

Im Zentrum der mobilen Ausstellung steht ein 2 x 4 Meter großes Hauptexponat, das die Projektregion Schleswig-Holstein und Hamburg abbildet und in einem herkömmlichen 7,5t-LKW transportiert werden kann. An vier integrierten Touch-Bildschirmen mit Augmented-Reality-Komponenten können die Besucher*innen spielerisch und interaktiv das „Energiesystem der Zukunft“ an sechs Stationen erkunden. Inhaltlich werden die Dringlichkeit eines Systemwechsels, die Herausforderungen der künftigen Energieversorgung und der Beitrag von NEW 4.0, um diese zu bewältigen, dargestellt. Ergänzend wurde eine Digitale Stele mit Inhalten zu Projektpartnern und Einzelprojekten erstellt, um vertiefende Informationen zu platzieren. Insgesamt bestand bei der Konzipierung der Anspruch, einen Brückenschlag zwischen den komplexen technologischen Projektinhalten und der Relevanz für die Bürger*innen zu erreichen. Die NEW 4.0-Roadshow wurde in der Regel durch Mitarbeiter*innen betreut, die die Besucher*innen durch das Exponat führten und Fragen rund um NEW 4.0 und die Energiewende allgemein beantworteten.

Ausstellungsstück

Das Hauptexponat bildet die Projektregion ab und zeigt wichtige Eckpfeiler für eine zukünftige Energieversorgung. Der physische Tisch mit vier Bildschirmen, auf denen Inhalte zur Thematik aufgerufen werden können, interagiert an sechs Stationen mithilfe von Augmented-Reality-Technologie. Das Exponat wurde mit 1,80 x 3,80 Meter bewusst groß konzipiert, um eine zeitgleiche Nutzung durch möglichst viele Besucher*innen zu ermöglichen. Gleichzeitig fungiert das Hauptexponat mit seinen imposanten Ausmaßen auch als vielversprechendes Fotomotiv für die Medienberichterstattung.

Ausstellungsinhalte

Durch die inhaltliche Dramaturgie werden die Besucher*innen an sechs Stationen durch das Energiesystem der Zukunft geführt. Zudem veranschaulicht das Modell die Vorhaben und Vorteile von NEW 4.0. Dies wird mit der Integration des Imagefilms am Kopfdisplay verstärkt:

Station 1: Klimaschutz (Reason Why/ Hintergrund)

- Klimawandel: Erderwärmung erfordert rasches Umdenken aufgrund des wachsenden Energiebedarfs
- Nachhaltige Energieversorgung: Erneuerbare Energien in allen Lebensbereichen (Strom, Wärme, Verkehr) ohne Kohle und Atomstrom
- Leitregion für Klimaschutz: SH und HH als Symbol für die Machbarkeit der Energiewende

Station 2: Herausforderungen des zukünftigen Energiesystems

- Dezentrale Einzelkomponenten: Wechsel der Versorgung von wenigen zu vielen Erzeugern bei wetterbedingter fluktuierender Stromerzeugung
- Balance schaffen: Kompensation von Schwankungen zwischen Erzeugung und Verbrauch als Hauptaufgabe des zukünftigen Energiesystems
- Verbrauch folgt der Erzeugung: Anpassung der Energienachfrage an das Stromangebot vom lastgeführten zum erzeugungsgeführten System

Station 3: Ziel des Energiesystems der Zukunft

- Praxisgrößtes NEW 4.0: Verknüpfung der Erzeugungsregion SH mit der Verbrauchsregion HH
- Übergeordnetes Ziel: Sichere und kostengünstige 100Prozent-EE-ab 2035
- Doppelstrategie: Erhöhung der EE-Stromexporte und flexible, regionale Stromnutzung/ –Umwandlung für andere Bereiche
- IKT: Verbindung der Komponenten von Erzeugung bis Verbrauch in Echtzeit-Kommunikation durch intelligente Vernetzung

Station 4: Flexible Stromnutzung

- Strom bei Bedarf: Speicherung und Rückeinspeisung von nicht genutztem Strom
- Lasten flexibilisieren: Dynamische Anpassung der Stromnachfrage an die Erzeugung; Erprobung der Anpassung von Betriebsprozessen an die Verfügbarkeit von Strom aus Windenergie durch energieintensive Unternehmen
- Industrie und Haushalte als neue Partner der Energiewende

Station 5: Von der Stromwende zur Energiewende

- Sektorenkopplung: Aus der Stromwende wird die Energiewende, die alle Lebensbereiche erfasst.
- Power-to-Heat: Nutzung von Strom in der Wärmeversorgung und Ersatz der CO₂-emittierenden Energieträger Gas und Kohle
- Power-to-Gas: Umwandlung von Strom zu Wasserstoff durch Elektrolyse für den Einsatz in Industrie, Wärme und Mobilität/ Verkehr

Station 6: Nutzen und Verbraucher*innen

- Sichere und gesunde Zukunft: Machbarkeit von wirksamen Klimaschutz und einer stabilen und wirtschaftlichen Energieversorgung für nachfolgende Generationen
- Strommarkt der Zukunft: Nutzung regenerativer Energien künftig auch finanziell rentabel
- Starker Standort: Projektregion als führender Innovationsstandort und Motor für die Energiewende
- Weitersagen, weitertragen: Werde Teil der Wende und spread the word!



Übersicht Exponat



Details Exponat



AR-Bildschirme



Ergänzendes Ausstellungsstück: Digitale Stele

Um bei Bedarf vertiefende Informationen und konkrete Projektinhalte abzubilden, wurde ergänzend zum Hauptexponat eine digitale Stele bzw. ein großer Monitor mit Touch-Funktion entwickelt. Per Klick auf das jeweilige Firmenlogo können sich die Nutzer*innen z. B. über die Teilprojekte der NEW 4.0-Projektpartner informieren. Ebenfalls integriert sind Berichte zu (Zwischen-)Ergebnissen sowie eine Video- und Materialien-Bibliothek, in der sich die im Laufe des Projekts entstandenen Kurzclips und Broschüren aufrufen lassen.



4. Routenplanung – Ansatz und Hintergründe der Stationenwahl

Ansprache verschiedener Zielgruppen

In erster Linie wurde die NEW 4.0-Roadshow konzipiert, um die (norddeutschen) Bürger*innen zu erreichen. Dabei bestand der Anspruch, verschiedene Bevölkerungsgruppen mit unterschiedlichen Wissensständen von Jung bis Alt gleichermaßen anzusprechen.

Zur Erreichung der jungen Zielgruppe „Schüler*innen“ wurde das Roadshow-Konzept zudem Anfang 2019 um ein Schulformat erweitert. In diesem Zuge fanden an Schulen klassenweise Termine statt, bei dem zunächst NEW 4.0-Mitarbeiter*innen eine Präsentation mit anschließender Diskussion hielten. Danach wurde den Klassen das Exponat vorgestellt, woraufhin die Schüler*innen Zeit bekamen, das Exponat eigenständig zu erkunden. Abgerundet wurde das Schulformat mit einem Quiz, das gruppenweise ausgefüllt und abschließend im Plenum besprochen wurde.

Neben den Bürger*innen stellten Multiplikator*innen/ Meinungsbildner*innen und die NEW 4.0-Projektpartner wichtige Zielgruppen dar, um eine gewisse Bekanntheit bzw. Reputation bei der lokalen Politik und den lokalen Medien zu erzielen und somit die Schlagkraft der NEW 4.0-Roadshow als Akzeptanzförderungsmaßnahme zu erhöhen.

Tour durch den Norden: Routenplanung

Bei der Routenplanung der insgesamt 51 realisierten NEW 4.0-Roadshow-Stationen wurde sichergestellt, die unterschiedlichen Zielgruppen, insbesondere die in der Projektregion lebenden Bürger*innen, zu adressieren. Dazu machte die NEW 4.0-Roadshow während der Tour Halt auf Fachveranstaltungen (20 Prozent), Messen (12 Prozent) und Ausstellungen (4 Prozent) sowie Stadt- und Gemeindefesten (18 Prozent) und Tage der offenen Tür (10 Prozent), aber auch an Bildungseinrichtungen wie Schulen und Universitäten (20 Prozent). Darüber hinaus war die Roadshow auf Mitarbeiter*innenveranstaltungen der Projektpartner (8 Prozent), auf NEW 4.0-Projektpartner*innentreffen (8 Prozent) und Eröffnungen von technischen Installationen der Projektpartner (2 Prozent) zu Gast.

Phasen der strategischen Routenplanung

Die Ansprache der Zielgruppen lässt sich in zwei grobe Phasen unterteilen. Der Fokus wurde zunächst auf das **NEW 4.0-Partnernetzwerk sowie Meinungsbilder*innen und Multiplikator*innen** gelegt mit einer zweifachen Zielsetzung. Zum einen sollte der Projektzusammenhalt/-identifikation der Projektpartner gefördert werden und somit – zum anderen – ein Schneeball- und Multiplikationseffekt hinsichtlich der Stationsplanung und Buchung der Wanderausstellung durch die erzielte Bekanntheit bzw. Reputation bei der lokalen Politik und den lokalen Medien erreicht werden: Eröffnung in der Handelskammer sowie projektweites Konsortialtreffen, Firmen-Events wie für Mitarbeitende (Luftgüte-Partnerschaft/ Stromnetz Hamburg) oder Stakeholder-Events (Klönnschnack am Deich/ Vattenfall) sowie schließlich Branchentreffen wie die Wind Energy/ New Energy Days und Multiplikatoren-Veranstaltungen wie die Klimakonferenz SHGT. Auch

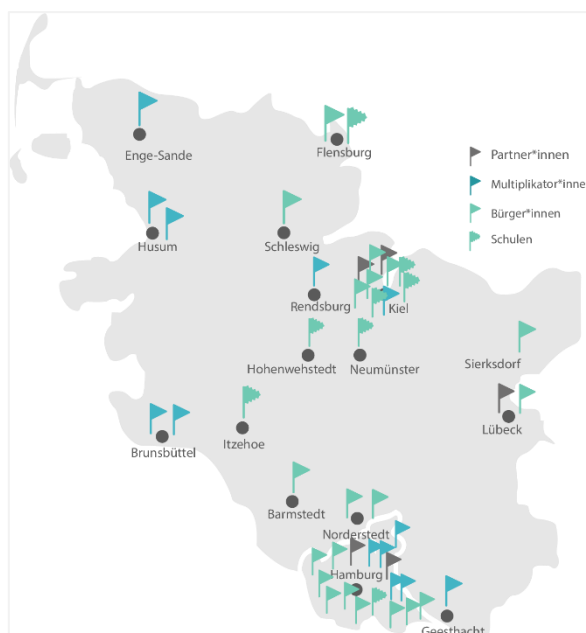


Abbildung 2: Übersicht Roadshow-Stationen

bei NEW 4.0-Konsortialtreffen oder Fachveranstaltungen wie dem „NEW 4.0-Barcamp“ wurden die Zielgruppen erreicht.

Parallel fanden **erste Stationen zur konkreten Ansprache von Bürger*innen** statt, die fortlaufend intensiviert wurden: teils mit Bezug zu Nachhaltigkeit und erneuerbaren Energien (Grünstrom-Event in Enge-Sande) und teils themenunabhängig wie die Digitale Woche Kiel. Im weiteren Projektverlauf wurden darüber hinaus einerseits **hybride Stationsformate** ausgerichtet – Stationen bei Projektpartnern, die wiederum Bürger*innen und Schüler*innen ansprachen – und andererseits **der Fokus auf die Ansprache von Bürger*innen** intensiviert: Frühjahrsmarkt/ Barmstedt, Markt der Möglichkeiten/ Schule in Kiel, Tag der offenen Tür anlässlich des 50-jährigen Bestehens der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in SH/ Lübeck, Sommer des Wissens organisiert von der Hansestadt Hamburg. Durch die steigende Bekanntheit und gute Vernetzung konnten auch Stationen wie die Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit/ Kiel bzw. innovative Stationen realisiert werden wie im Freizeit-Park, bei einem Festival oder auf einer Immobilienmesse. Neben diesen bestehenden Events wurde an anderer Stelle gemeinsam mit Verantwortlichen des Ausstellungsortes ein Veranstaltungsprogramm konzipiert, um Bürger*innen mit für sie relevanten Nachhaltigkeits- und Energiethemen in Berührung zu bringen, so bspw. in Neumünster.

Ziel dieses Vorgehens war es entsprechend – bestätigt durch die Ergebnisse der parallelen Akzeptanzforschung – zunehmend auch nicht-vorinteressierte Menschen anzusprechen. Dazu zählte der **spezielle Fokus auf Schulen**: Nach ersten Stationen anlässlich schulinterner Veranstaltungen wurde ein eigenes Schulprogramm für Schüler*innen ab Klasse 9/ 10 gestaltet. Für den Besuch der Ausstellung wurde, wie bereits beschrieben, ein Quiz konzipiert, um die Beschäftigung mit den Inhalten zu intensivieren. Darüber hinaus wurde ein Vortrag entwickelt, der neben Projektinhalten – Ergebnissen und insbesondere regionale, anschauliche Beispiele – auch Hintergründe zum Klimawandel enthält sowie an die eigenen Handlungsmöglichkeiten appelliert. Die **COVID 19-Pandemie** zwang zu Absagen und der Suche nach Alternativen, weshalb das vor-Ort-Programm mit dem Exponat durch einige **online-Vorträge mit Diskussionen** ersetzt sowie auf das **Medium Film** gesetzt wurde: Der YouTuber Dr. Watson hat das Video „Wie gut sind Akkus als Zwischenspeicher“ in Zusammenarbeit mit dem Team produziert und auf seinem Kanal veröffentlicht. Mit rund 53.000 Klicks und einer Interaktionsrate mit überwiegend positiven Kommentaren von ca. 12 Prozent konnte damit ein Beitrag zur Erhöhung der Sichtbarkeit von NEW 4.0 geleistet werden (Stand: Q1/2021). Zum anderen wurde zur Ergebniskommunikation und weiteren Verwertung ein Film als „virtueller Rundgang“ durch die NEW 4.0-Roadshow produziert, der als Einführung in das Thema Energiewende genutzt werden kann (siehe CC4E-Kanäle).

Akquise der Roadshow-Stationen

Realisiert werden konnten die 51 Stationen einerseits durch das aktive Netzwerk im Kreis der Projektpartner mit Weitergabe von Ideen/ Kontakten und konkreten Anfragen an das NEW 4.0-Roadshow-Team, andererseits durch das eigene Netzwerk des NEW 4.0-Roadshow-Teams sowie „klassischer Kaltakquise“. Als sehr hilfreich erwies sich somit das NEW 4.0-Netzwerk allgemein, insbesondere jedoch das intensive und sehr aktive Netzwerk der Gesellschaft für Energie und Klimaschutz Schleswig-Holstein GmbH (EKSH) als sog. Schleswig-Holstein-Büro von NEW 4.0. Darüber hinaus konnten viele Aktivitäten der Kaltakquise aufgrund der zunehmenden Bekanntheit in Öffentlichkeit und Fachkreisen erfolgreich abgeschlossen werden.

Für die Realisierung der Route wurden folgende **Maßnahmen** unternommen:

- Die NEW 4.0-Partnerschaft wurde im Rahmen der allgemeinen Aktivitäten der **internen Kommunikation und des Stakeholder-Managements** regelmäßig zur NEW 4.0-Roadshow informiert, um einen Nachahmungseffekt anzuregen. Zudem wurden Schlüsselpartner angesprochen für die Entwicklung von Formaten/ Events bzw. für die Teilnahme an bestehenden Veranstaltungen.
- Auch bestehende **Kommunikationskanäle einzelner Projektpartner** wurden regelmäßig mit unterschiedlichen Materialien bespielt **wie der Newsletter des EEHH** oder des CC4E/ HAW Hamburg, von wo die NEW 4.0-Roadshow gesteuert wurde.
- Durch Aktivitäten wie die **Teilnahme an Formaten wie „Hochschultage“** und „Schulcampus“ sowie die intensive Vernetzung mit dem HAW Hamburg-Presseteam und Team Schulcampus der HAW Hamburg wurde Studierende sowie Multiplikator*innen und Lehrkräfte erreicht.
- Als ebenfalls sehr gewinnbringend erwies sich **das bestehende Netzwerk des Partners EKSH/ Kiel mit kommunalen Spitzenverbänden** wie Schleswig-Holsteinischer Landkreistag SHLKT und Schleswig-Holsteinischer Gemeindetag SHGT sowie das Netzwerk der kommunalen Klimaschutzler in Schleswig-Holstein und die Landesverbände Erneuerbare Energien und Windenergie. Auch die wiederholte Ansprache über Präsentationen, Mitgliederzeitschriften, Veranstaltungen, Newsletter/ EKSH- Netzwerk allgemein hatte einen positiven Effekt für die NEW 4.0-Roadshow bzw. das Projekt insgesamt.
- Um eine weitere Facette zu stärken, nämlich die Ansprache von Gruppen ohne expliziten Energie- und Nachhaltigkeitsbezug, wurden diverse **Tourismusorte** in Schleswig-Holstein kontaktiert sowie Institutionen aus dem **Kultur-/ Kunstbereich** („Kaltakquise“).
- Der im Projektverlauf zunehmende **Fokus auf die junge Zielgruppe** wurde unterstützt bzw. umgesetzt durch die **Kontaktaufnahme relevanter Behörden und Bildungsakteur*innen**. Dadurch konnten Beiträge bei Netzwerktreffen/-konferenzen von Lehrkräften an Umwelt- und Klimaschulen sowie Newsletterbeiträge für diese Zielgruppen umgesetzt werden. Auch zu außerschulischen, gut vernetzten Bildungsakteur*innen in der Projektregion wurde Kontakt aufgenommen, um Kooperationsmöglichkeiten abzustecken und auf bestehende Kontakte und Netzwerke aufzubauen. Darüber hinaus wurden bei Schulstationen einerseits teilweise eigene Sessions für Lehrkräfte angeboten, um auf einen weiteren Multiplikationseffekt zu setzen und andererseits Austausch zu Lehrkräften für detaillierte Rückmeldungen gesucht.

Allgemein lässt sich festhalten, dass die klassische **„Mund-zu-Mund Propaganda“** einen enormen Effekt hatte und seitens des Teams zunehmend genutzt wurde: Während einer laufenden Station konnten Interessent*innen für weitere Stationen gewonnen werden und im Nachgang von Roadshow-Stationen haben die Verantwortlichen vor Ort oftmals ihren eigenen Kontakten davon berichtet. Dies wurde seitens des Teams mit einem Steckbrief zu allen relevanten Informationen gefördert.

5. Wirkungsmessung – wie die NEW 4.0-Roadshow im Norden ankam

NEW 4.0-Roadshow on Tour durch den Norden

Insgesamt konnten mehr als 12.500 Bürger*innen aus Schleswig-Holstein und Hamburg erreicht und über die Energiewende aufgeklärt werden – vor allem die allgemeine Bevölkerung, Schüler*innen und Bürger*innen mit beruflichem Kontext zu erneuerbaren Energien. Dabei nutzten die Besucher*innen die AR-Bildschirme mehr als 300 Stunden und es wurden rund 63.000 Klicks generiert. Gemäß des Exponat-Trackings involvieren die Texte zum „Klimaschutz allgemein“ (Station 1) am stärksten (40,2 Sek./Klick). Darüber hinaus zeigt sich, dass die User*innen vor allem daran interessiert sind, mehr über das Projekt (Station 3) zu erfahren (35,0 Sek./Klick).

Generell involvieren die Spielebenen (18.348 Klicks) deutlich stärker als die Textebenen (10.931 Klicks): User*innen bewegen sich häufig vom Intro über das Spiel zum Text und springen dann vom Text schnell zum Spiel zurück oder zur nächsten Station. Zudem sind die Anzahl der Klicks bei den Spielebenen deutlich höher. Im Hinblick auf die User Journey lässt sich trotz Nummerierung und eines dramaturgischen Aufbaus der Stationen (vgl. Kapitel 3) kein Muster erkennen. Dies lässt darauf schließen, dass bei der Konzipierung multisensorischer Kommunikationselemente, vor allem auf die spielerische und intuitive Darstellung der Inhalte zu achten ist und weniger auf den reinen Informationsgehalt, um das Interesse der User*innen aufrecht zu erhalten.

Neben der Nutzung der AR-Bildschirme fungiert das Exponat aufgrund der unverkennbaren Darstellung der Projektregion als ideale Gesprächsgrundlage. Das Roadshow-Team führte mit den Besucher*innen über 500 Stunden informierende und involvierende Gespräche zu Energiethemen. Dabei variierte die inhaltliche Tiefe der Gespräche je nach Veranstaltungsrahmen. Trotz unterschiedlicher Vorkenntnisse und Bezugspunkte zu Energiethemen, waren die Besucher*innen insgesamt sehr aufgeschlossen und positiv gestimmt. Ähnlich zu den Trackingdaten des Exponats erweisen sich die Themen „Klimaschutz allgemein“ und die „Dringlichkeit der Energiewende“ als involvierende Gesprächsthemen. Demnach lässt sich die Forschungserkenntnis bekräftigen, dass bereits ein gewisses Bewusstsein für die Thematik in den Köpfen der Bevölkerung vorhanden ist und somit nicht mehr „geschaffen“ werden muss. Auch, wenn ein Grundinteresse weitestgehend vorliegt und die Thematik involvierend wirkt, verdeutlicht die NEW 4.0-Roadshow, dass die Bürger*innen sich mehr austauschen bzw. mitteilen möchten. Dies spiegelt sich auch darin wider, dass die durchschnittliche Verweildauer an der Ausstellung fast dreimal so hoch ist, wenn die Besucher*innen in ein Gespräch mit dem Roadshow-Team verwickelt werden (17 Min. zu 6,1 Min.). Zudem zeigen die Trackingdaten auf, dass das Exponat ohne Betreuung wenig bis gar nicht genutzt wird, auch wenn das Exponat teilweise im Rahmen von Dauer- ausstellungen mehrere Wochen an einem Ort platziert war. Dementsprechend lässt sich die Forschungserkenntnis, dass persönliche Gespräche über erneuerbare Energien einen wichtigen Stellenwert zur aktiven Förderung der Akzeptanz einnehmen, hier bestätigen.

Weitere in der Forschung ermittelten Akzeptanzfaktoren² „wahrgenommene Beitragsleistung“ und „Glaube an die Machbarkeit und Wirksamkeit“, bestätigen sich ebenfalls in der Praxis, da die Besucher*innen sehr interessiert bzw. gewillt waren, Möglichkeiten über den eigenen Beitrag zu erfahren. Auch die Bereiche Flexibilisierung und Sektorkopplung waren beliebte Gesprächsthemen. Aufgrund

² Vgl. Guzić/Drews Einstellungen zur Energiewende in Norddeutschland - Auswertung der dritten, repräsentativen Online-Befragung vom November 2019 im Rahmen der Akzeptanzforschung für das Projekt NEW 4.0, 2020.

der unterdurchschnittlich Performance der AR-Elemente – also auf weniger Interesse bei den User*innen stießen –, lässt sich annehmen, dass die AR-Inhalte aufgrund der Komplexität nicht zielführend waren, was wiederum die Bedeutung des persönlichen Dialogs unterstreicht.

Im Weiteren konnte im Rahmen der NEW 4.0-Roadshow durch den direkten Dialog über Vorurteile und Unwissen aufgeklärt werden. Somit konnte die NEW 4.0-Roadshow positiv auf die Akzeptanzfaktoren „Kenntnis des Begriffs Energiewende“, „Glaube an die Machbarkeit und Wirksamkeit der Energiewende“ und „Einschätzungen über den Nutzen der Energiewende“, vor allem durch den persönlichen Dialog mit dem Roadshow-Team, einwirken³, – damit konnte wiederum ein aktiver Beitrag zur Akzeptanzförderung geleistet werden. Zudem zeigen die Forschungserkenntnisse, dass 5 Prozent derjenigen, denen NEW 4.0 bekannt ist (22 Prozent, Stand: 2019), NEW 4.0 mit der NEW 4.0-Roadshow in Verbindung bringen⁴. Auch wenn das Projekt NEW 4.0 als „Dach“ weitestgehend unbekannt war, sind die NEW 4.0-Einzelprojekte bei vielen Besucher*innen bereits bekannt gewesen. Demnach leistete die NEW 4.0-Roadshow einerseits einen Beitrag dazu, die Bekanntheit zu erhöhen, andererseits diente die Roadshow aber auch als Angelpunkt, um über die Wirksamkeit und Machbarkeit der Energiewende und über konkrete Projekthinhalte zu informieren sowie sogenanntes „Halbwissen“ aufzuklären.

Insgesamt zeigen die Daten, dass das Medium Wanderausstellung sich dazu eignet, um nahbar und anschaulich über die Energiewende zu informieren sowie das Interesse und Verständnis für die oft komplexen Zusammenhänge der Energiewende zu fördern. Auf diesem Wege kann folglich auf die oben aufgeführten Akzeptanzfaktoren „Kenntnis des Begriffs Energiewende“, „Glaube an die Machbarkeit und Wirksamkeit der Energiewende“, „Einschätzungen über den Nutzen der Energiewende“ und „Empfundene Möglichkeit eines eigenen Beitrags“ positiv eingewirkt werden⁵. Zudem fruchtet der Ansatz der integrierten Kommunikation bzw. **crossmedialen Vernetzung**, da die Medienresonanz bei Veranstaltungen merklich ansteigt: Neben der Planung und Durchführung von Roadshow-Stationen setzte NEW 4.0 auf die crossmediale Vernetzung, um die Wirkung der Kommunikation durch die Nutzung von Synergien und die Erhöhung von Berührungspunkten mit dem Verbundprojekt zu verstärken. Ähnlich zu den Phasen eines Kaufprozesses, der sich in die Vorkauf-, Kauf- und Nachkaufverfahren untergliedert, wurde die NEW 4.0-Roadshow mit weiteren Maßnahmen verknüpft: Eine Roadshow-Station wurde im Vorfeld über die eigenen Kanäle, z. B. auf Facebook sowie im Blog, im Newsletter und gelegentlich via Pressemeldung angekündigt. Zudem gab es auf der NEW 4.0-Website eine eigene Unterseite, auf der die User*innen Informationen zu aktuellen Terminen vor und nach einer Veranstaltung nachlesen konnten. Darüber hinaus wurden im Rahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Journalist*innen und Projektpartnern auf die NEW 4.0-Roadshow hingewiesen. Zudem wurden 15 Pressetermine im Rahmen der NEW 4.0-Roadshow realisiert, über die die lokalen und regionalen Medien im Nachhinein rege berichteten. Während einer Roadshow-Station wurden zudem „Live-Bilder“ in den sozialen Medien online gestellt. Daraus resultiert, dass über eine Roadshow-Station durchschnittlich 6,5 Mal in den Medien inklusive eigener Kanäle berichtet wurde. Um auch nach der Veranstaltung das Interesse an NEW 4.0 aufrecht zu erhalten, konnten die Besucher*innen NEW 4.0-Bürgerflyer und die NEW 4.0-Image-Broschüre mitnehmen. Insgesamt wurden so mehr als 1.000 Bürgerflyer sowie rund 200 Imagebroschüren und 20 englische Imagebroschüren an die Besucher*innen verteilt.

³ Vgl. Guzić/Drews: Einstellungen zur Energiewende in Norddeutschland - Auswertung der dritten, repräsentativen Online-Befragung vom November 2019 im Rahmen der Akzeptanzforschung für das Projekt NEW 4.0, 2020.

⁴ S.o.

⁵ S.o.

NEW 4.0-Roadshow on Tour an Schulen

Zur Erreichung der Zielgruppe „Schüler*innen“ wurde, wie bereits erwähnt, das Roadshow-Konzept seit Beginn 2019 um ein Schulformat erweitert. Die Stationen fanden überwiegend an Gymnasien und Gemeinschaftsschulen in höheren Jahrgängen statt. Das Interesse der Schüler*innen war insgesamt sehr ausgeprägt. Allerdings variierten die Aufgeschlossenheit und das Aktivitätslevel der jeweiligen Klassen von Gruppe zu Gruppe. Spannend zu beobachten war zudem der augenscheinliche Unterschied im Vergleich zu anderen Stadtteilen bzw. ländlichen Regionen in Schleswig-Holstein bei der Fokussierung einzelner Themen in den Diskussionen rund um die Energiewende und „angrenzende Themenfelder“. Demnach scheint es zielführend, sich im Vorfeld mit der Lehrerschaft über Schwerpunkte der Vortragssession auszutauschen, um individueller das Engagement der Schüler*innen zu fördern.

Zur Gewinnung näherer Erkenntnisse zum Stimmungsbild der jungen Zielgruppe, wurden die Schüler*innen an den Roadshow-Schulstationen zum Abschluss einer Session befragt. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurden nur an zwei Schulstationen Befragungen durchgeführt (Fallzahl: 113 Schüler*innen; Gymnasium/ Stadtteilschule). Insgesamt decken sich die Erfahrungen des Roadshow-Teams vor Ort mit den Ergebnissen der Befragung: Die Schüler*innen besitzen im Allgemeinen ein hohes Interesse an Umwelt- und Klimaschutz – 42 Prozent geben an, sich sehr dafür zu interessieren, weitere 41,4 Prozent interessieren sich eher. Direkt nach ihrer Einstellung der Energiewende gefragt, antworten sehr deutliche 57,6 Prozent der Schüler*innen, dass sie sie voll und ganz befürworten und 27,8 Prozent befürworten sie eher. Die Frage danach, wie diese Einstellung vor dem Besuch der Roadshow war, ergibt, dass die Kategorie der eher Überzeugten auf gleichem Niveau bleibt und ein deutlich größerer Teil nach der Roadshow voll und ganz befürwortet als davor. Demnach lässt sich schließen, dass der Roadshowbesuch offenbar dazu beiträgt, Vorbehalte und Skepsis auszuräumen und so insgesamt eine positivere Einstellung zur Energiewende zu bewirken.

Ein eher verhalten selbstbewusstes Bild in der Selbsteinschätzung des Wissensstandes zeigt sich bei der Frage danach, ob sie den Begriff der Energiewende erklären können: 74,2 Prozent bejahend dies mit der Einschränkung, dass sie es nur grob können. „Ja, voll und ganz“ trauen sich weitere 16 Prozent zu. 8,6 Prozent verneinen, da sie sich nur eine sehr vage Vorstellung zuschreiben und 1,2 Prozent gaben an, es überhaupt nicht erklären zu können. Dennoch zeigt sich, dass die NEW 4.0-Roadshow das Wissen der befragten Schüler*innen positiv beeinflusst: Auf die Frage, ob der Besuch der NEW 4.0-Roadshow dazu beigetragen hat, den Begriff erklären zu können, antworten über 95 Prozent mit ja, 35 Prozent davon sogar mit „ja, sehr“. Als Antwort auf die offenen Fragen im Fragebogen geben die Schüler*innen an, dass ihnen durch die Roadshow bezüglich vieler Aspekte der Energiewende erst bewusst wurde, was aktuell schon umsetzbar ist und was schon zur Umsetzung getan wird. Was sie sich noch in größerem Maße wünschen ist, dass sie mehr Informationen darüber bekommen, was Möglichkeiten für den persönlichen Beitrag zur Energiewende sein können.

Insgesamt geben die Schüler*innen in den qualitativen Abfragen ein sehr positives Feedback zu der Gestaltung der Roadshow und den Leistungen des Betreuungsteams ab. Dementsprechend hat sich das Schulkonzept zur Förderung der Akzeptanz bei der jungen Zielgruppe als zielführend erwiesen. Trotzdem ist künftig empfehlenswert noch enger mit der Lehrerschaft als Multiplikator zusammenzuarbeiten, z. B. Bedarf es einer stärkeren Nachbereitung und Weiterführung der angeschnittenen Themen durch den Lehrenden, um das Interesse und vor allem Involvement der Schüler*innen auch nachhaltig zu sichern und weiter auszubauen.

6. Learning – auch künftig Energiewende durch direkten Dialog fördern

Die NEW 4.0-Roadshow hat sich als zielführendes Medium erwiesen, um bürgernah über die Energiewende und deren Machbarkeit zu informieren sowie Interesse und Verständnis für die oft komplexen Zusammenhänge der Energiewelt zu fördern. Dabei fungierte das Ausstellungsstück insbesondere als Eyecatcher, wesentlich war jedoch die persönliche Betreuung rundherum – zur zielgruppenangepassten Weitergabe von Energie-Wissen und Energiewende-Fakten im Sinne einer direkten Akzeptanzförderung. Es hat sich gezeigt, dass sich vor allem durch den direkten Dialog die komplexen Sachverhalte nahbar vermitteln lassen und Unkenntnis gegenüber den Aspekten der Energiewende erfolgreich entgegenzutreten lässt. Insgesamt konnte somit durch die NEW 4.0-Roadshow Involvement und Verständnis für die Notwendigkeit für die Energiewende in Schleswig-Holstein und Hamburg gesteigert werden.

Um auch weiterhin die Bürger*innen zu informieren und ihre Befürwortung für die Transformation des Energiesystems in der Region zu fördern, erweist sich eine Fortsetzung bzw. Konzeption weiterer (Wander-)Ausstellungen für die Akzeptanzförderung als vielversprechend und wünschenswert.

Dazu möchten wir folgende Learnings und Erfolgskomponenten für künftige Vorhaben und Umsetzungen sowie Diskussionen einbringen:

KONZEPT

Es hat sich gezeigt, dass die bürgernahe **Kommunikation direkt vor Ort** wesentlich ist zur Förderung der Akzeptanz – für das Thema Energie, aber vermutlich auch für andere Bereiche. Dazu hat sich die Wanderausstellung NEW 4.0-Roadshow unter Beweis gestellt. Dementsprechend ist bei der Konzipierung künftiger akzeptanzfördernder Maßnahmen wie Wanderausstellungen ein **multisensorischer, interaktiver Ansatz** im Sinne eines „Edutainments“ empfehlenswert, bestehend aus einem Mix aus **direktem Dialog** sowie interaktiven digitalen und haptischen Elementen. Dabei ist es wichtig, neben der Vermittlung der Inhalte, auf ein noch ausbaufähiges, zielgruppenspezifisches **Rahmenprogramm** – emotional, involvierend und niedrigschwellig – Wert zu legen.

Die NEW 4.0-Roadshow hat gezeigt, dass sich ein Ausstellungsstück mit digitalen Komponenten vor allem als wirkungsvoller **Eyecatcher** und Aufhänger eignet, aber die **persönliche (Fach-)Betreuung** für die Nutzung und somit den gewünschten Impact essentiell ist. Erfahrungsgemäß variiert das Vorwissen der Besucher*innen je nach Veranstaltungstyp enorm, sodass die Inhalte des NEW 4.0-Exponats zwar einerseits sehr detailliert sind, aber andererseits häufig entweder als zu spezifisch für Besucher*innen ohne Vorwissen oder zu banal für Bürger*innen mit Hintergrundwissen empfunden wurden. Somit sollte ein zusätzliches Medium mit der **Auswahl von unterschiedlichen inhaltlichen Detailtiefe** angeboten werden, was noch deutlich stärker lernpädagogische und didaktische Grundsätze berücksichtigt. Nichtsdestotrotz bleibt die Notwendigkeit der persönlichen Betreuung bestehen, da die Mehrheit der Besucher*innen zusätzlich den direkten Dialog in Anspruch nahmen, sobald es um Hintergründe, konkrete Projekte aus der Region und deren Entwicklungen bzw. Fortschritte ging. Nicht zu unterschätzen ist ebenfalls die Relevanz des „**sich-Ernst-genommen-Gefühls**“ und des „**Zuhörens**“, wozu die direkte Kommunikation eine Schlüsselrolle einnimmt.

Somit sollte ein **Exponat als Dreh- und Angelpunkt** konzipiert und genutzt werden, durch das mithilfe interaktiver, spielerischer Elemente „Faszination“ und somit Impact gefördert wird sowie Gesprächsinhalte geschaffen werden.

Ergänzend zum Ausstellungsstück selbst scheint ein **Rahmenprogramm** sinnvoll, um die Bedürfnisse der recht unterschiedlichen Zielgruppen passgenauer bedienen zu können – sowohl inhaltlich, als auch bezüglich unterschiedlicher Lerntypen und Persönlichkeitsstrukturen wie bspw. unterschiedliche Motivatoren für gewisse Verhaltensweisen. Einerseits könnten Bewegungselemente Platz finden – wie, selbst Energie zu produzieren; andererseits aktuelle Forschungsergebnisse aufgegriffen werden: Den eigenen Beitrag thematisieren und konkretes Handlungswissen geben, um so auch den spezifischen Mehrwert im Alltag jeder Zielgruppe zu thematisieren. Dabei scheint ein interdisziplinäres Vorgehen zielführend und erfahrungsgemäß eignen sich Ergebniskommunikation – statt Zielkommunikation – sowie konkrete Proofpoints, die sich direkt aus dem Projektzusammenhang ergeben oder durch Recherchen leicht auffindbar sind.

Um die inhaltlichen Ausführungen zu untermauern, sollten zudem **zielgruppenspezifische Begleitmaterialien** erstellt werden, die dem Besucher*innen mitgegeben werden. So werden zusätzliche Berührungspunkte auch nach der Veranstaltung geschaffen, was wiederum eine längerfristige involvierende Wirkung hervorruft.

Für die Erstellung von Begleitmaterialien und für die Betreuung vor Ort scheint es sinnvoll, die Zielgruppe Bürger*innen weiter zu differenzieren, um gezielter auf Bedürfnisse und Interessen einzugehen. Gemäß der Erfahrung aus über 500 Stunden geführten Gesprächen an über 50 Roadshow-Stationen ließen sich u.a. folgende Typen ausmachen und adressieren; weitere Spezifizierungen gemäß SINUS-Milieu o. Ä. sind hier ebenfalls dienlich:

- (Unvoreingenommene) Personen ohne Vorkenntnisse im Bereich Nachhaltigkeit/ Umwelt
- Technik- und digital-affine Personen
- Umwelt-/ naturaffine Personen, die erneuerbaren Energien kritisch gegenüberstehen
- Skeptiker*innen allgemein
- Schüler*innen/ Studierende

Im Hinblick auf Schüler*innen/ Studierende hat sich das Format aus Vortrag und anschließender Nutzung der Ausstellung inklusive Quiz als erfolgreicher Zugang zur Zielgruppe unter Beweis gestellt – zum einen um zu Informieren sowie zum anderen, um Interesse zu fördern und Faszination hervorzurufen. Dementsprechend kann es sich als zielführend erweisen, künftig auch weitere methodische Ansätze umzusetzen. Dabei scheint es sinnvoll, von Beginn an enger mit Lehrkräften und anderen Bildungsinvolvierten als Multiplikator*innen zusammenzuarbeiten.

OPERATIVE UMSETZUNG

Der Ansatz, einerseits bestehende und etablierte Veranstaltungen als „Trittbrettfahrender“ zu nutzen und andererseits Impulse für neue Veranstaltungsreihen zu geben sowie selbst spezielle Schulstationen durchzuführen, hat sich in NEW 4.0 bewährt. Darüber hinaus erwiesen sich die Roadshow-Stationen bei Fachreisen als dienlich: Sowohl hinsichtlich des „Netzwerkens“, als auch der Sensibilisierung für die Wichtigkeit, ebenfalls die Gesellschaft einzubeziehen. Auch die Zusammenarbeit mit ländlichen Ministerien erhöht die Schlagkraft. In NEW 4.0 beispielsweise wurden durch die Koordinierungsstelle in Schleswig-Holstein (EKSH) wertvolle Anknüpfungspunkte zu Multiplikator*innen wie die kommunalen Verbände Schleswig-Holsteins, aber auch Unternehmen sowie Hochschulen des Landes hergestellt. Partnernetzwerke eignen sich auch, um sog. „low-hanging-fruits“ zu ernten durch die Bekanntmachung der Inhalte unter Mitarbeitenden. Darüber hinaus scheint es sinnvoll, auch Kooperationen mit etablierten Ortsgruppen zu suchen,

um den Kontakt zu Bürger*innen leichter herstellen zu können – sowohl kommunikativ als auch in Form von Besucher*innen zahlen.

Die Umsetzung von Dauerausstellungen ohne Betreuung sollten weniger Gewicht bekommen, da diese in Relation weniger wirkungsvoll waren. Aus über zweieinhalb Jahren Stations-Akquise und über 50 realisierten Stationen lassen sich folgende Veranstaltungsformate als vielversprechend einordnen:

- Publikums-Events (Tage der offenen Tür, Stadtfeste etc.)
- Öffentliche Räumlichkeiten (Rathaus/ Gemeindezentren, Bibliotheken, Einkaufszentren, Museen)
- Fachkreise (Politische Anlässe und Podiumsdiskussionen, Fachveranstaltungen)
- Events von Unternehmen (wie Mitarbeiterveranstaltungen)
- Projektstage an Schulen/ Bildungseinrichtungen
- Side-Events auf Veranstaltungen (mit und ohne direkten EE-Bezug)
- Kein Fokus auf Dauerausstellungen

Durch die Erfahrungen bei der Realisierung einer Energie-Wanderausstellung und entsprechender Learnings lässt sich die folgende Checkliste für Konzeption und Umsetzung von interaktiven und orts-unabhängigen Maßnahmen ableiten:

| Checkliste für eine erfolgreiche Energie-Wanderausstellung | | ✓ |
|--|---|---|
| 1 | Eyecatcher: Konzipierung eines imposanten Ausstellungsstücks zur Schaffung von Aufmerksamkeit und Interesse | |
| 2 | Spielerisch: Involvement durch das Ausstellungsstück schaffen, indem ein spezielles Augenmerk auf die Interaktivität gelegt wird | |
| 3 | Abwechslung: Edutainment durch einen Mix von Fachinhalten und „Spaß“ bzw. informativ und spielerisch | |
| 4 | Interdisziplinarität: Diverse Fachhintergründe bei der Entwicklung der Ausstellung und des Programms einbeziehen | |
| 5 | Schlüssel zur Vermittlung von Informationen: Direkter Dialog um individuell auf den Kenntnisstand und Bedürfnisse der Besucher*innen einzugehen | |
| 6 | Ergebnis- anstelle von Zielkommunikation: Konkrete Projekte und aktuelle Entwicklungen der Energiewende nennen (Machbarkeitsnachweis) | |
| 7 | Energiewende zum Anfassen: Beispiele der Nachbarschaft kommunizieren, um den persönlichen Bezug und somit das Involvement zu steigern | |
| 8 | Der eigene Beitrag: Engagement im Dialog steigern durch Verdeutlichung, wie man als Einzelpersonen einen Beitrag zum Gelingen der Energiewende leisten kann | |
| 9 | Diversität: Besuch verschiedener Veranstaltungstypen, v. a. auch ohne Energiewende-Bezug, um verschiedene Zielgruppen zu erreichen | |
| 10 | Besuch als Erlebnis: Begleitprogramme in Form von inhaltlichen Impulsvorträgen/ Workshops/ Planspiele anbieten | |
| 11 | Vorher und Nachher: Interesse aufrechterhalten durch zielgruppenspezifisches Begleitmaterial | |
| 12 | Mehr Schlagkraft: Zusammenarbeit mit regionalen Multiplikator*innen, Verbänden und Fachkreisen zur Akquise von Ausstellungsorten | |

Nach NEW 4.0-Projektabschluss in Q1/2021 steht die Energie-Wanderausstellung weiterhin im Norden zur Nutzung bereit: Als Teil der Ausstellung auf dem Gut Karlshöhe, Standort der Hamburger Klimaschutzstiftung, können Interessierte sowie Multiplikator*innen sich zur Energiewende informieren bzw. Veranstaltungen buchen: www.gut-karlshoehe.de bzw. telefonisch 040-637 02 49-0

Anhang: Roadshow-Steckbriefe der 51 Stationen

Eröffnung in der Handelskammer, Hamburg (HH)

Nr. 001

31.05.2018



Veranstaltungsrahmen

Die feierliche Eröffnung fand am Vormittag des 31. Mai 2018 im Beisein der Hamburger Senatoren Frank Horch und Jens Kerstan für geladene Gäste im Rahmen eines Pressetermins statt. Die NEW 4.0-Roadshow war anschließend von 13 bis 16 Uhr erstmals auch für die Öffentlichkeit zugänglich: Im Börsensaal der Hamburger Handelskammer konnten sich die Besucher ein genaues Bild davon machen, woran in dem Großprojekt gearbeitet wird und weshalb es für den Norden so wichtig ist.



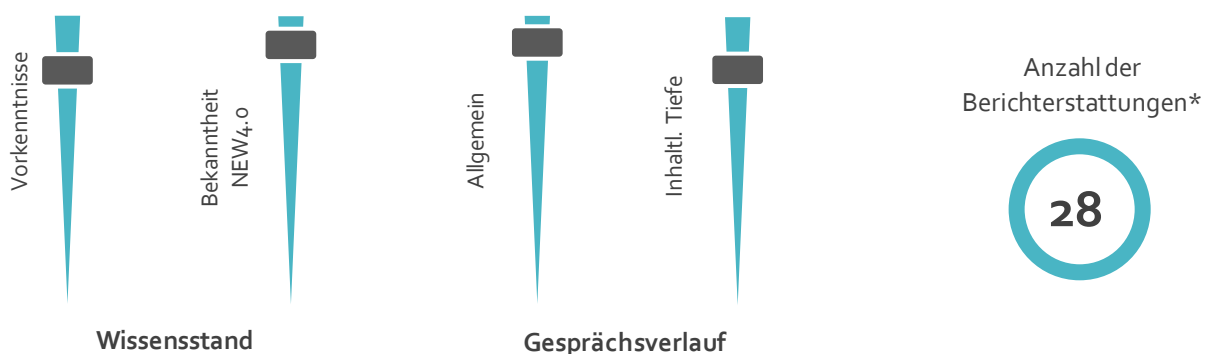
Zielgruppe

Im Laufe dieser ersten Station wurden zwei Zielgruppen erreicht. Zum einen handelte es sich um die 100 geladenen Gäste aus Politik, Projektpartnern und der Fachöffentlichkeit, die im Zuge des Pressetermins anwesend waren. Zum anderen war das Exponat erstmalig für die allgemeine Öffentlichkeit zugänglich. Hierbei haben vorwiegend Wissende über das Projekt oder Bekannte von Mitarbeiter*innen das Exponat begutachtet, da der in sich geschlossene Börsensaal unter den Besucher*innen der Handelskammer zu Hemmungen beigetragen hat, den Saal zu betreten.

Interesse und Stimmungsbild

Die Besucher*innen waren im Allgemeinen bereits gut über die Thematik Energiewende informiert. Sie kannten das Projekt NEW 4.0, was darauf zurückzuführen ist, dass überwiegend geladene Gäste anwesend waren. Zudem waren die Besucher*innen dadurch, dass das Roadshow-Exponat erstmals vorgestellt wurde, sehr neugierig und erwartungsvoll. Ihr Feedback war durchweg positiv, sodass die Erwartungen erfüllt wurden. Am Nachmittag wurde die Station der allgemeinen Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Hierbei fiel die Resonanz gering, aber trotzdem positiv aus. Generell kann festgehalten werden, dass bei dieser Roadshow-Station der Fokus weniger auf der Bekanntmachung des Projektes, sondern auf der Vorstellung und Wirkungsweise des Exponats lag.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Das jährlich stattfindende **Energiewende-Event** auf dem GreenTEC-Campus dauerte von Freitag, den 01.06. bis Sonntag, den 03.06. **Inhaltlich** lag der Fokus auf **Mobilität**. Neben der Möglichkeit, e-Mobile und wasserstoffbetriebene Fahrzeuge Probe zu fahren, wurde den Besucher*innen ein vielfältiges Programm aus Ausstellungsständen und Fachvorträgen von renommierten Referent*innen (z.B. Robert Habeck) mit zusätzlichem Rahmen- und Kinderprogramm geboten.

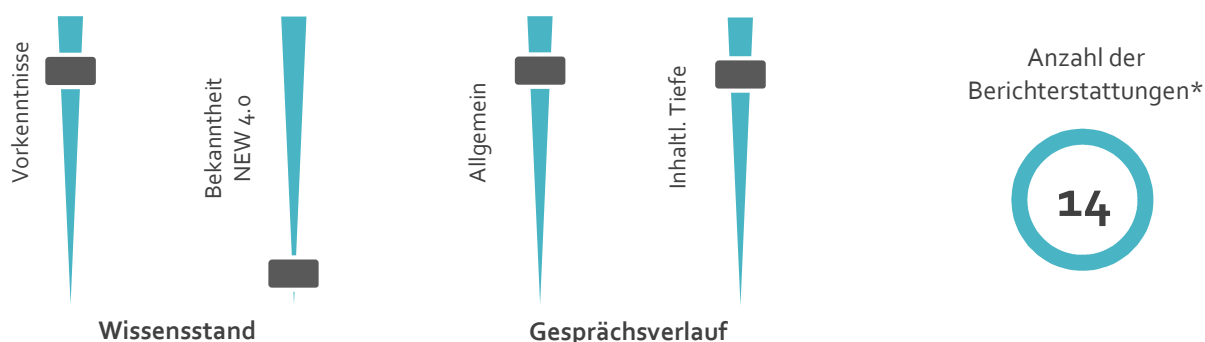
Zielgruppe

Auf dem Event war ein bunt gemischtes Publikum vorzufinden. Neben **mobilitätsinteressierten Personen**, die teilweise extra von weiterweg angereist sind, besuchten vor allem **Familien aus dem Umland** das Event. Viele von ihnen hatten einen **inhaltlichen Bezug zu erneuerbaren Energien**, da sie selbst als „Windmüller“ oder durch Anteile an Windparks in der Branche mehr oder weniger tätig waren. Zudem war auffällig, dass viele der Besucher*innen den nachhaltigen Umgang mit Energie bereits verinnerlicht und folglich als „**Macher**“ eingeordnet werden können.

Interesse und Stimmungsbild

Der Roadshow-Stand wurde von der Mehrheit der Veranstaltungsbesucher*innen aufgesucht. Auffällig war, dass die Besucher*innen anfänglich **gezögert** haben, an die Bildschirme heranzutreten. Dem konnte durch das Abspielen des Imagefilms am Kopfdisplay entgegengewirkt werden. Trotz dessen, dass die Mehrheit das **Projekt NEW 4.0 nicht kannte**, waren die Besucher*innen insgesamt sehr neugierig und der Gesprächsverlauf war überwiegend positiv. Auch Skeptiker*innen konnte man **durch den Dialog positiv stimmen**. Besonders begeistert waren die Besucher*innen davon, dass sie die Gebäude und die Lage ihres Zuhauses wiedererkennen konnten. Die Dringlichkeit der Energiewende war bei ihnen bereits so verinnerlicht, dass derartige Inhalte für sie weniger spannend waren und sie bei Station 1 das Intro ungeduldig verfolgten. Aus den geführten Gesprächen ergab sich, dass die Besucher*innen vor allem **für die Themen Selbstwirksamkeit und monetäre Anreize empfänglich** waren. Daraus, dass sich der Großteil bereits aktiv für das Gelingen der Energiewende einsetzt, lässt sich schließen, dass ein gewisses Maß an **Involvement zum Ausbau der erneuerbaren Energien** bereits besteht.

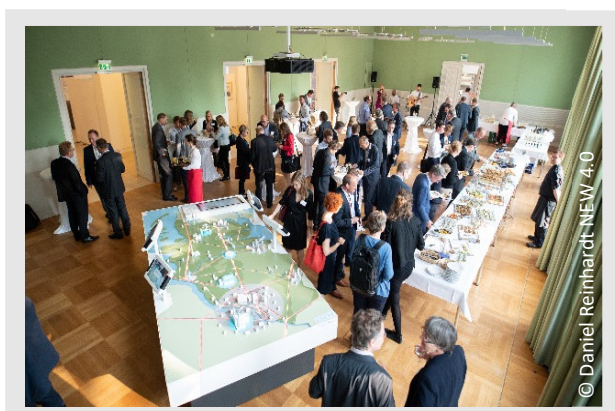
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Halbjährlich trifft sich das **Konsortium** gemeinsam, um im Rahmen von Fachvorträgen und Podiumsdiskussionen über die **neusten Entwicklungen** im Projekt zu berichten und zu diskutieren. Das Treffen mündet in einem **Get-Together** mit Musik und Essen, bei dem die Geladenen in entspannter Atmosphäre in den Dialog treten können. Zusätzlich gab es bei diesem Konsortialtreffen einen **Pressetermin**, bei dem das **Exponat erneut feierlich** im Landtag von SH unter anderem von SH Wirtschaftsminister **Dr. Bernd Buchholz** und Umweltminister **Dr. Robert Habeck** **eingeweiht** wurde.



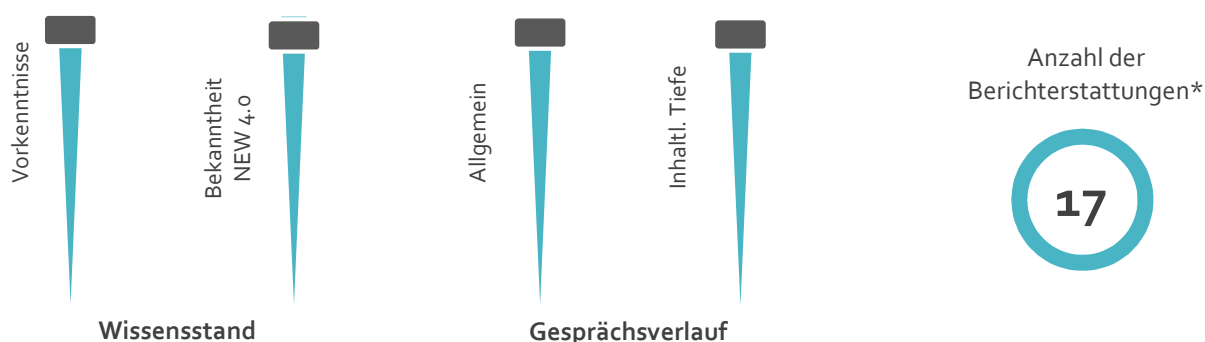
Zielgruppe

Bei dem Konsortialtreffen waren ca. **100 geladene Gäste anwesend**. Unter den Gästen befanden sich **Projektpartner, Politiker*innen und Pressevertreter*innen**. Somit richtete sich die Veranstaltung an ein **Fachpublikum**, das über tiefgründiges Wissen zu Erneuerbaren Energien verfügt und das Projekt NEW 4.0 und dessen Bestrebungen bereits kennt. Am **zweiten Tag** war das nicht betreute Exponat für die **allgemeine Öffentlichkeit** zugänglich. Da die Ausstellung unter der Woche stattfand, wurde das Angebot vermutlich überwiegend von Kieler*innen, die sich **gezielt informieren** wollten, wahrgenommen.

Interesse und Stimmungsbild

Bei den Gästen der feierlichen Veranstaltung handelte es sich fast ausschließlich um Personen, die **aktiv an dem Projekt NEW 4.0 beteiligt** sind. Dementsprechend war, ähnlich zur Eröffnung in der Handelskammer, eine gewisse Erwartungshaltung an die Vorstellung des Exponats vorhanden. Diese **Erwartungshaltung** wurde **erfüllt**, da das Exponat von den Gästen durchweg **positiv wahrgenommen** wurde. Vor allem die **Darstellung der Modellregion** und der Einbau von den **Augmented-Reality-Elementen** wurden von den Gästen gelobt. Insgesamt war die Stimmung positiv und es wurde angeregt, über spezifische Themen der EE zu diskutieren. Über die Besucher*innen am zweiten Tag können nur Annahmen getroffen werden, weil das Exponat nicht betreut wurde. Da es sich beim Landtag um ein geschlossenes Gebäude handelt, ist davon auszugehen, dass lediglich **interessierte Kieler*innen**, die sich gezielt zu NEW 4.0 informieren wollten und zuvor beispielsweise aus der Presse von der Roadshow-Station erfahren haben, die Roadshow rund um das Exponat besucht haben.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Im Rahmen einer **Dauerausstellung** wurde das Exponat für etwa **sechs Wochen** im TechnikCenter des NEW 4.0-Projektpartners „Stadtwerke Norderstedt“ ausgestellt. Dort konnten sich die Besucher*innen der Stadtwerke und interessierte Norderstedter*innen zu Fragen rund ums Stromsparen und die zukünftige Energieversorgung informieren. Im Fokus standen dabei Smart-Home-Geräte, Produkte und digitale Informationsmöglichkeiten. Die Besucher*innen konnten das Modell zu den regulären Öffnungszeiten des TechnikCenters besichtigen. Zudem war der Deutschlandfunk für einen Radiobeitrag zu Gast.



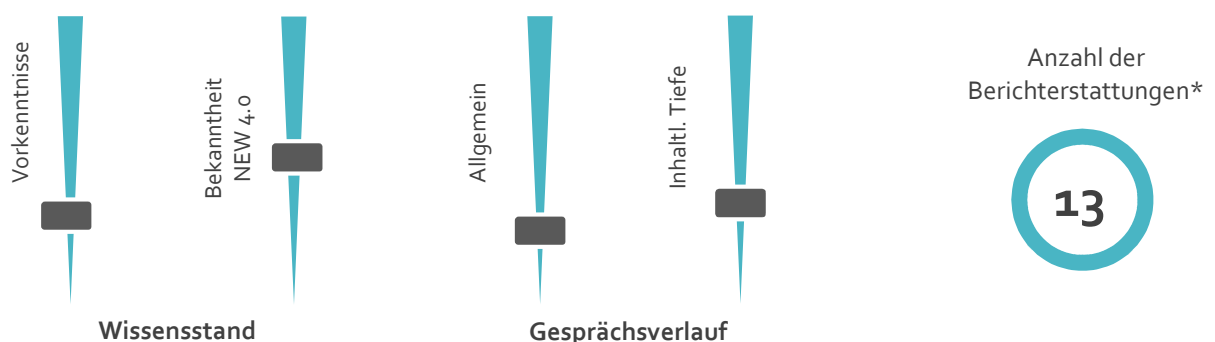
Zielgruppe

Durch die Roadshow wurden vor allem **Norderstedter*innen** erreicht, die sich für das Thema Haushaltsstrom und Smart Home interessieren. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den **Testkund*innen der Stadtwerke**, die im Rahmen von NEW 4.0 erproben sollen, wie sich der private Stromverbrauch mittels intelligent gesteuerter Steckdosen und dynamischer Stromtarife flexibilisieren lässt. Es ist außerdem davon auszugehen, dass der **Großteil der 450 Mitarbeiter*innen der Stadtwerke** durch die Roadshow-Station erreicht wurde, da sie intern prominent beworben wurde.

Interesse und Stimmungsbild

Von Seiten der Mitarbeiter*innen bestand laut der Stadtwerke Norderstedt ein **reges Interesse am Exponat**. Die **Anzahl der externen Besucher*innen** war allerdings unseren Beobachtungen zufolge **eher gering**. Einzelne Besucher*innen, die gezielt aufgrund von NEW 4.0 zum TechnikCenter kamen, haben zurückgemeldet, dass das betreuende Personal der Stadtwerke sehr darauf aus war, das eigene NEW 4.0-Teilprojekt zu bewerben und weniger in das Gesamtprojekt einzuführen. Eine gezielte Ansprache von Schulklassen fand zu diesem Zeitpunkt der Roadshow noch nicht statt. Nichtsdestotrotz waren die Besucher*innen sehr interessiert und aufgeschlossen, das Exponat auszuprobieren.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Im Rahmen der Aktionswoche „Luftgüte-Partnerschaft“ fand am 29. August 2018 eine Mitarbeiter*innen-Veranstaltung bei Stromnetz Hamburg statt. Während der zweitägigen Veranstaltung, die am 28.08.2018 begann, wurden am Standort in Bahrenfeld einerseits Mitmachaktionen, Gewinnspiele und frische Smoothies angeboten, andererseits gab es Sportkurse und Informationen zu themennahen Projekten von Stromnetz Hamburg. Unter anderem war in diesem Rahmen auch die NEW 4.0-Roadshow mit dem Exponat vertreten.

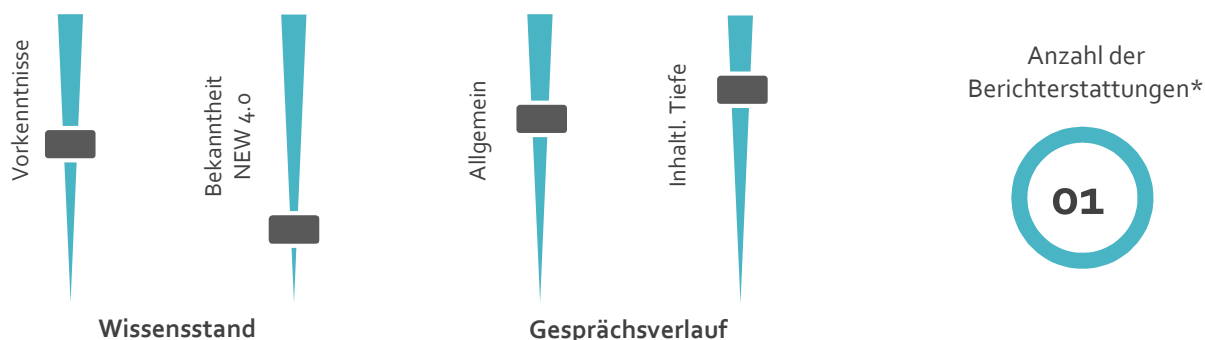
Zielgruppe

Aufgrund des internen Veranstaltungsformats bei Stromnetz Hamburg war die **Mitarberschaft des Standorts** die Zielgruppe. Am Standort Hamburg-Bahrenfeld arbeiten in etwa 1.200 Mitarbeiter*innen. Schätzungsweise waren 400-500 Besucher*innen bei der Veranstaltung zu Gast, von denen sich ca. **80 Personen** über das Projekt NEW 4.0 im Rahmen der Roadshow informiert haben.

Interesse und Stimmungsbild

Insgesamt waren die Mitarbeiter*innen von Stromnetz Hamburg tendenziell eher **positiv gestimmt**, wobei das Interesse und die Vorkenntnis zum Thema Energiewende sehr divers war. Überraschenderweise kannte ein **Großteil der Besucher*innen das Projekt NEW 4.0 nicht**, obwohl es sich bei Stromnetz Hamburg um einen Projektpartner von NEW 4.0 handelt und sich das Projektthema nahe des Kerngeschäfts des Unternehmens befindet. Vor allem Mitarbeiter*innen aus der Verwaltung oder anderen Abteilungen, die nicht aktiv an dem Projekt mitarbeiten, war das Projekt NEW 4.0 zuvor unbekannt. Das allgemeine Interesse war recht unterschiedlich ausgeprägt. Nichtsdestotrotz waren die Mitarbeiter*innen überwiegend **aufgeschlossen und redifreudig**, sodass auch intensive, positive Dialoge zu Stande kamen. Die **Inhaltstiefe** – wenn längere Gespräche entstanden – war im Vergleich zu anderen Stationen **tiefer**, was daran liegt, dass Stromnetz Hamburg in einer verwandten Branche tätig ist, in der erneuerbare Energien zunehmend eine wichtige Rolle spielen.

Evaluation



06.09.2018



Veranstaltungsrahmen

Nach der Stilllegung des AKW Brunsbüttel begann 2012 der Rückbauprozess. Anlässlich des Meilensteins Ende 2017/2018, von dem an das Gelände frei von Brennstoffen ist und somit der Baubeginn für LasmA (Lager für schwach- und mittelradioaktive Abfälle) kurz bevor stand, fand im Informationszentrum das „Klönschnack am Deich“ für geladene Gäste statt. Neben Grußworten der Vattenfall-Führungsriege und der lokalen Vertreter*innen gab es Möglichkeiten zum informellen Austausch. Die NEW 4.0-Roadshow stellte als Side-Event den Übergang vom alten zum neuen Energiesystem dar.



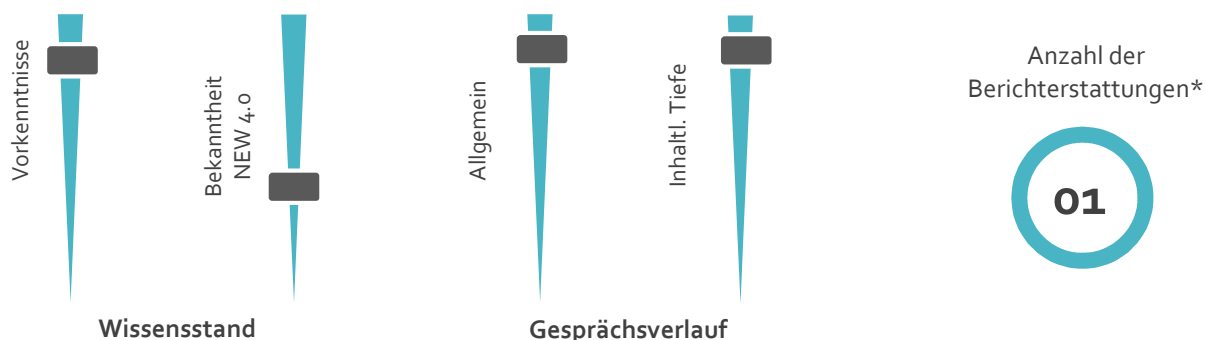
Zielgruppe

Zu den Besucher*innen der Station zählten ca. 140 geladene Gäste des Events Klönschnack am Deich. Die Zielgruppe setzte sich aus lokalen und regionalen Stakeholdern wie Bürgermeister*innen, Verwaltungsangehörigen, Feuerwehrmitglieder*innen und Personen aus ähnlichen Netzwerken zusammen. Darüber hinaus waren Angehörige der Vattenfall-Unternehmensgruppe, sowohl aus dem regionalen als auch überregionalen Bereich, ebenfalls als Roadshow-Besucher*innen präsent.

Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse am Side-Event „Roadshow“ war recht groß. Des Weiteren können Interesse und Vorwissen am Themenkomplex Energieversorgung im Gesamtbild als überdurchschnittlich hoch bewertet werden. Stimmungsbild und Meinungen zu konkreten Einzelthemen fielen dagegen durchaus unterschiedlich aus, ebenso wie das Bedürfnis nach fachlichem Austausch zu Details wie Teilprojekte von NEW 4.0 oder Einzeltechnologien. Dementsprechend gestalteten sich die Gespräche als sehr intensiv und teils diskussionsreich. NEW 4.0 als Großprojekt war insgesamt weniger bekannt, Ziele und Inhalte wurden aber sehr positiv und interessiert aufgenommen.

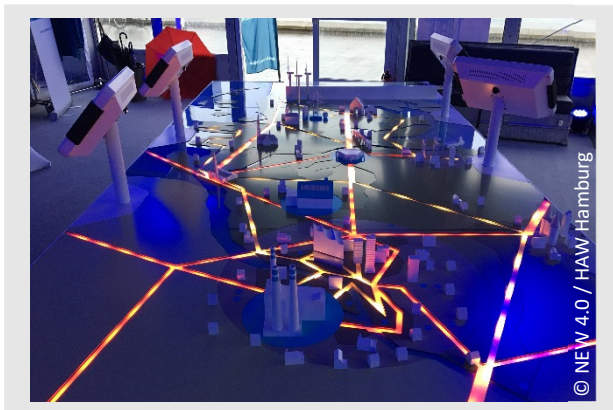
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die **Digitale Woche Kiel** ist eine jährlich stattfindende **Veranstaltung** rund um das Motto „Digitalisierung erlebbar machen und Perspektiven für die Zukunft schaffen“. Eine Woche lang konnten sich Besucher*innen entlang der Kiellinie bei ca. 260 verschiedenen Ausstellern, Mitmachaktionen und Workshops zu den neusten **Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung** informieren – z.B. zu den Themen Smart Home und digitale Mobilität. Insg. 20.000 Besucher*innen besuchten die Veranstaltung. Die **NEW 4.0-Roadshow** stellte im Rahmen der Veranstaltung das Exponat für **zwei Tage** aus.



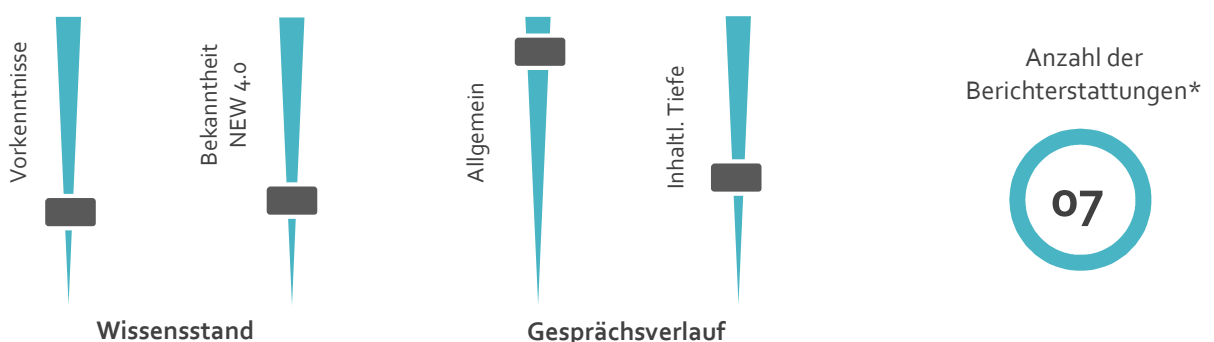
Zielgruppe

An den beiden Ausstellungstagen wurde das Modell von einer **sehr gemischten Zielgruppe** in Augenschein genommen. Ertragreich war, dass die Besucher*innen **nicht per se Interesse an erneuerbaren Energien, sondern Interesse an digitalen Technologien mitbrachten**. Damit konnte eine neue Zielgruppe erschlossen werden. Dass auch eine **Gruppe junger Referendar*innen** gezielt an den NEW 4.0-Stand kam, um neue Impulse für den Unterricht zu gewinnen, war sehr erfreulich und ließ eine neue Roadshow-Station an einem Kieler Wirtschaftsschulzentrum erwachsen.

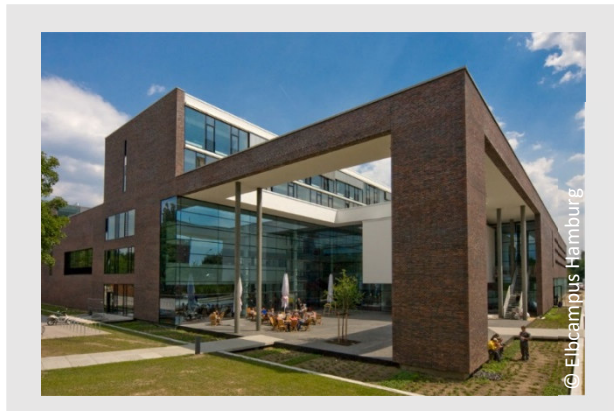
Interesse und Stimmungsbild

Aufgrund des Digitalisierungsinteresses der Besucher*innen wurde besonders die **Augmented-Reality-Technologie des Exponats sehr positiv aufgenommen**. Mit viel Spaß erkundeten die Besucher*innen die verschiedenen Stationen, was dazu führte, dass die **Verweildauer am Exponat überdurchschnittlich hoch** war. Die geführten Gespräche drehten sich viel über Energiewende-Grundlagen und die **Rolle der Digitalisierung für die Energiewende**. Darüber hinaus kam der Norden als Innovationsstandort oft ins Gespräch. Zusammengefasst waren die Besucher*innen ausgesprochen interessiert und in den geführten Gesprächen sehr aufgeschlossen, sich näher zur Thematik zu informieren.

Evaluation



13.-24.09.2018



Veranstaltungsrahmen

Am Elbcampus des NEW 4.0-Partners Handwerkskammer Hamburg hat die Roadshow anlässlich der Fachtagung „Housewarming 2018“ Station gemacht. Bei der Veranstaltung trafen Experten*innen zusammen, um über die Frage zu diskutieren, **welchen Beitrag Gas und Wasserstoff für das Erreichen der Klimaziele im Gebäude- und Mobilitätsbereich leisten können**. Das Exponat stand während der Veranstaltung und darüber hinaus für zwölf Tage im Foyer des Elbcampus und konnte **von Mitarbeiter*innen und Kursbesucher*innen** erkundet werden.

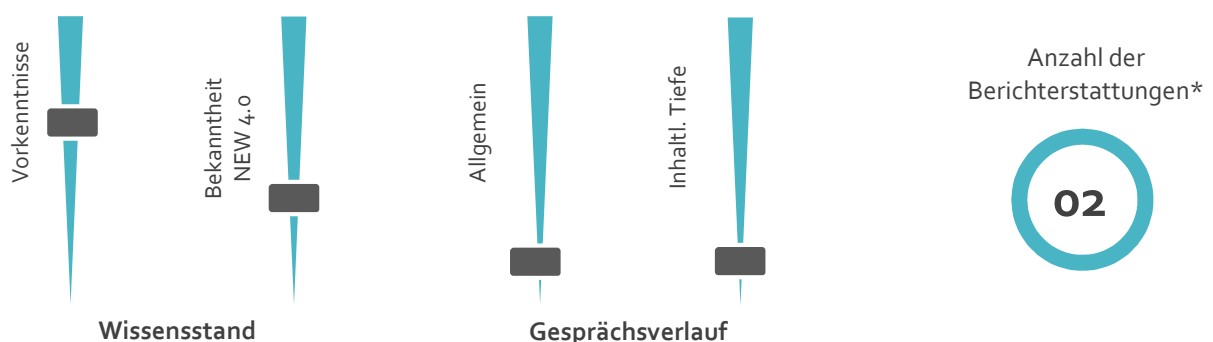
Zielgruppe

Der Elbcampus ist ein Ausbildungsort der Hamburger Handwerkskammer. Das Angebot umfasst Meisterkurse und andere berufliche Weiterbildungsmöglichkeiten und richtet sich vor allem an Berufstätige und Unternehmen. Mit der Roadshow-Station wurden daher **junge Menschen im Handwerksberuf** angesprochen. Die Housewarming-Fachtagung wurde vom ZEWU und der Gasnetz GmbH ausgerichtet. Zielgruppe waren hier **Vertreter*innen aus Energiewirtschaft, Wissenschaft und Behörden sowie Techniker*innen und Planer*innen**.

Interesse und Stimmungsbild

Da die Roadshow-Station nur teilweise durch das Personal des CC4E betreut wurde, existieren nur wenige Informationen zu dem Stimmungsbild vor Ort. Generell schien die **Resonanz** bei dieser Station **eher gering** gewesen zu sein. Dennoch sorgte der Aufbau des Exponats **für Sichtbarkeit bei einer angesehenen Fachtagung** im Hamburger Raum. Das Exponat wurde sehr prominent platziert und fungierte somit als „Eye-Catcher“ für das Laufpublikum. Zudem sorgte das Roll-up von NEW 4.0 dafür, dass der Stand der NEW 4.0-Roadshow zugeordnet werden konnte. Alles in allem konnte damit **Awareness für NEW 4.0** erreicht werden, sodass die Besucher*innen bei weiteren Berührungspunkten mit NEW 4.0 eine gewisse Assoziation besitzen werden.

Evaluation



25.-28.09.2018



Veranstaltungsrahmen

Die **WindEnergy Hamburg** ist eine internationale Windenergie-Fachmesse, die alle zwei Jahre stattfindet und als Weltleitmesse der Windenergiebranche gilt. Unter den rund 1.400 Ausstellern aus aller Welt war auch NEW 4.0 vertreten – sowohl auf dem begleitenden **Fachkongress WindEurope** als auch auf der Messe selbst. Informationen zum Projekt erhielten die Besucher*innen **am Stand des Clusters EEHH** an der NEW 4.0-Steile, mittels Virtual Reality-Brille und auf einer **eigenen Messefläche für das Roadshow-Exponat**. Insgesamt wurde die Messe von ca. 35.000 Personen besucht.

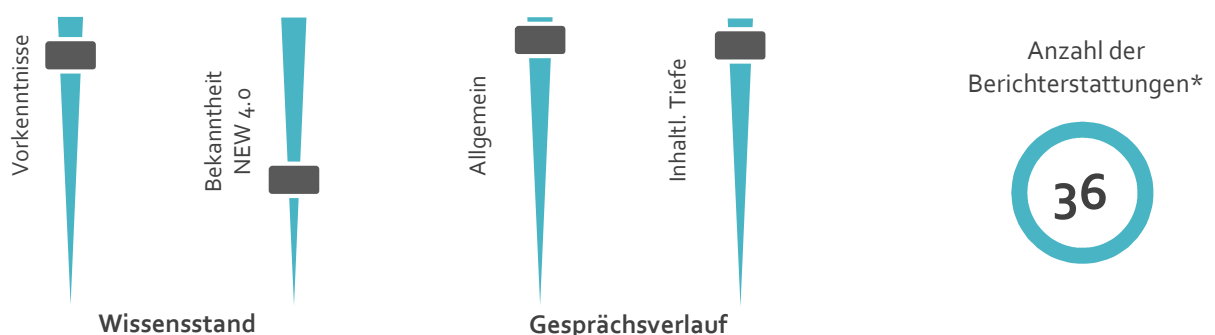
Zielgruppe

Auf der WindEnergy Hamburg waren in erster Linie **Fachexpert*innen aus der Windbranche**, aber auch Vertreter*innen der Politik wie **Hamburgs Wirtschaftsminister Frank Horch** oder die **BEE-Vorsitzende Simone Peter** vor Ort. Ziel des Auftritts von NEW 4.0 war es, die Bekanntheit des Projektes und seine Bedeutung für den Norden in der Windbranche zu steigern. Am Freitag war „Besuchertag“, sodass auch die interessierten Bürger*innen und Student*innen die Messe besuchen konnten und durch die Station angesprochen wurden.

Interesse und Stimmungsbild

In Folge der guten Platzierung des Exponats auf einer Fläche gleich neben dem Halleneingang von Halle 4 und der direkten Verbindung zum Stand des Branchenclusters EEHH kam NEW 4.0 auf der Messe viel Aufmerksamkeit zuteil. Durch eine **engmaschige Betreuung des Exponats** durch das Roadshow-Team des CC4E konnte sichergestellt werden, dass die Besucher*innen viel Gelegenheit zum Austausch über das Projekt hatten. Positiv hervorzuheben ist auch, dass bereits im Vorwege **gezielte Anfragen**, das Exponat zu besichtigen, **von Politiker*innen und Verbandsvertreter*innen** eingingen. Mit **zwei begleitenden Pressemitteilungen** zur Messe wurde die kommunikative Wirkung des Auftritts weiter gesteigert. Sämtliche Besucher*innen zeigten sich interessiert und verweilten überdurchschnittlich lange am Exponat, um sich über das Projekt zu informieren. Auffallend war auch **die inhaltliche Tiefe des Austauschs**, die sich dadurch begründete, dass vor allem Fachpublikum vor Ort war.

Evaluation



12.10.2018



Veranstaltungsrahmen

Am Tag des offenen Windparks wurde der **Windpark Curslack** in Hamburg-Bergedorf feierlich durch Hamburgs Ersten Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher eingeweiht. Es handelt sich dabei um einen Forschungswindpark des Competence Centers für Erneuerbare Energien und EnergieEffizienz (CC4E) der HAW Hamburg. Nach der **offiziellen Einweihung**, die vor 100 geladenen Gästen und der Presse stattfand, wurde der Windpark von 13 bis 16 Uhr **für die Öffentlichkeit** geöffnet. Dort konnten die Bergedorfer Bürger*innen den Windpark erkunden und sich über die einzelnen Projekte des CC4E informieren.



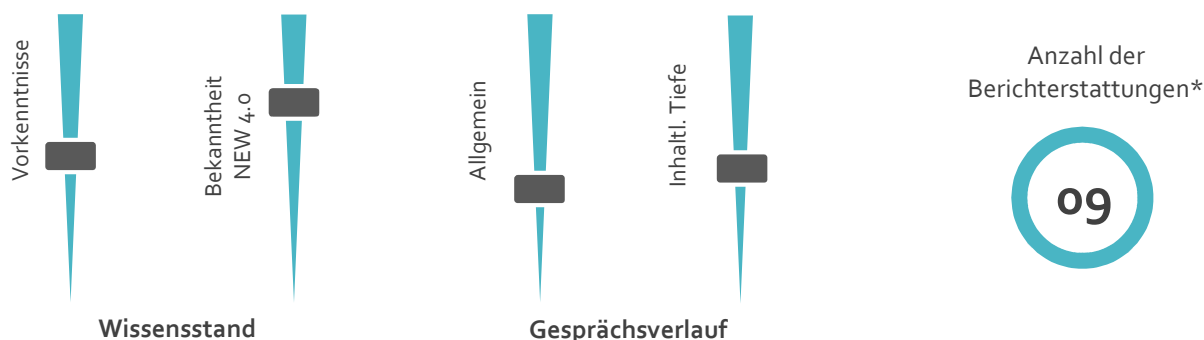
Zielgruppe

Durch die Veranstaltung wurden zwei Zielgruppen bedient: Die Einweihung fand unter geladenen Gästen aus **Projektpartnern, Fachöffentlichkeit und Pressevertreter*innen** statt. Anschließend wurde der Windpark für die Bürger*innen geöffnet, bei denen **hauptsächlich Besucher*innen aus der näheren Umgebung, aber auch Student*innen der HAW Hamburg** anwesend waren. Hervorzuheben ist, dass auch die Landeigentümer*innen sowie einige Gegner*innen des Windparkprojekts vor Ort waren – hier kam es zu einem direkten Austausch im Sinne einer aktiven Akzeptanzförderung.

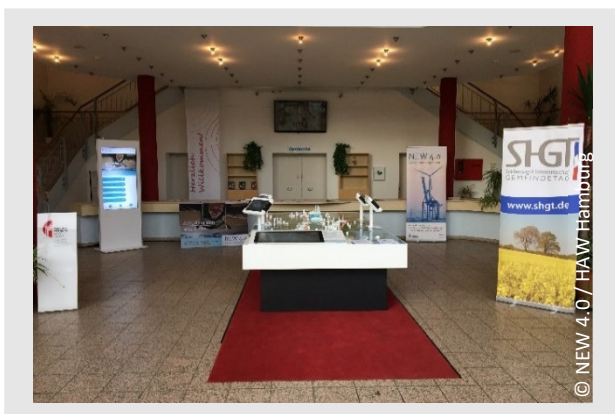
Interesse und Stimmungsbild

Der Eröffnungstermin des Windparks wurde von Seiten der Lokalpolitik sowie den lokalen Medien mit hohem Interesse wahrgenommen. Erfreulich war, dass Hamburgs Erster Bürgermeister für die Eröffnungsfeierlichkeiten zur Verfügung stand. Aufgrund des guten Wetters war auch der öffentliche Teil der Veranstaltung gut besucht und **Anwohner*innen und andere Interessierte informierten sich ausgiebig über Windenergie und die damit verbundenen Projekte des CC4E**. Das NEW 4.0-Exponat stand nicht im unmittelbaren Fokus der Veranstaltung, stellte aber eine sinnvolle Ergänzung dar, um anschaulich zu vermitteln, weshalb regionale Windparks im Norden von so hoher Bedeutung sind. Gerade auch von Jugendlichen und Studierenden wurde das Exponat gut angenommen und mit Interesse erkundet. Zahlreiche Besucher*innen nutzten außerdem die Gelegenheit, eine Windenergieanlage von innen zu besichtigen und Vorurteile – wie etwa über den vermeintlichen Lärm der Anlagen – abzulegen. Folglich war es eine **rundum gelungene Veranstaltung zur Steigerung der öffentlichen Akzeptanz** für die Energiewende und ihre Technologien.

Evaluation



01.11.2018



Veranstaltungsrahmen

Die Klima- und Energiekonferenz des Schleswig-Holsteinischen Gemeindetages findet jährlich in Rendsburg statt. Eröffnet wurde die Tagung durch den Landesvorsitzenden des Schleswig-Holsteinischen Gemeindetages Schreitmüller, der auch in das Programm einführte. Unter anderem war Minister Albrecht ein weiterer Vortragsredner, der zu Beginn eine Keynote hielt. Thematisch lag der Fokus auf der Kommunalrichtlinie, Mobilität im ländlichen Raum, Meeresspiegelanstieg sowie Energieeffizienz und erneuerbaren Energien.



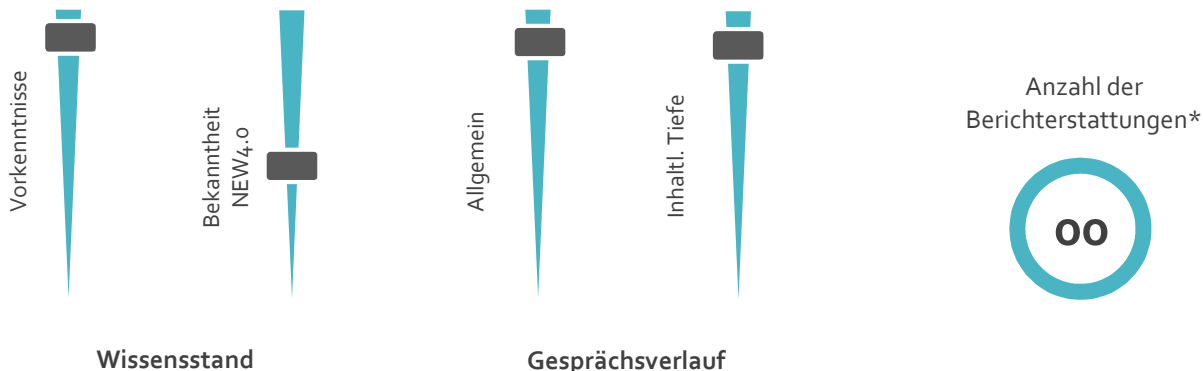
Zielgruppe

Bei der politischen Veranstaltung waren ca. 120 Personen anwesend. Dabei handelte es sich um Mitarbeiter*innen der kommunalen Verwaltung und (ehrenamtliche) Kommunalpolitiker*innen. Zielgruppe war somit die kommunale Verwaltung und das kommunale Ehrenamt aus Schleswig-Holstein.

Interesse und Stimmungsbild

Die Roadshow-Station wurde in erster Linie dazu genutzt, um die schleswig-holsteinische kommunale Ebene stärker mit der Roadshow vertraut zu machen und neue Standorte zu akquirieren. Das Projekt NEW 4.0 war zum Großteil zunächst unbekannt, aber das Fachpublikum war sehr interessiert, mehr über NEW 4.0 und die Roadshow zu erfahren. Zudem konnten rege und tiefgründige Gespräche zur Thematik erneuerbare Energien geführt werden, das der Zielgruppe der Veranstaltung geschuldet ist. Insgesamt war das Stimmungsbild sehr positiv und das Exponat wurde sehr gut von den Anwesenden angenommen.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Zum Anlass des 10-jährigen Bestehens des CC4E wurde am 14. und 15.11.2018 das Jubiläum gefeiert. Dazu fand am 14.11. im Foyer des HAW Gebäudes am Berliner Tor 5 die Ausstellung: „Welt des CC4E – Innovation für die Energiewende“ statt, bei der unter anderem das Exponat sowie die Stele ausgestellt wurden. Abgerundet wurde das Jubiläum mit einer feierlichen Veranstaltung am 15.11., bei der Vorträge, z.B. vom Umweltsenator Jens Kerstan, gehalten wurden und auch zum anschließenden Get-together geladen wurde.



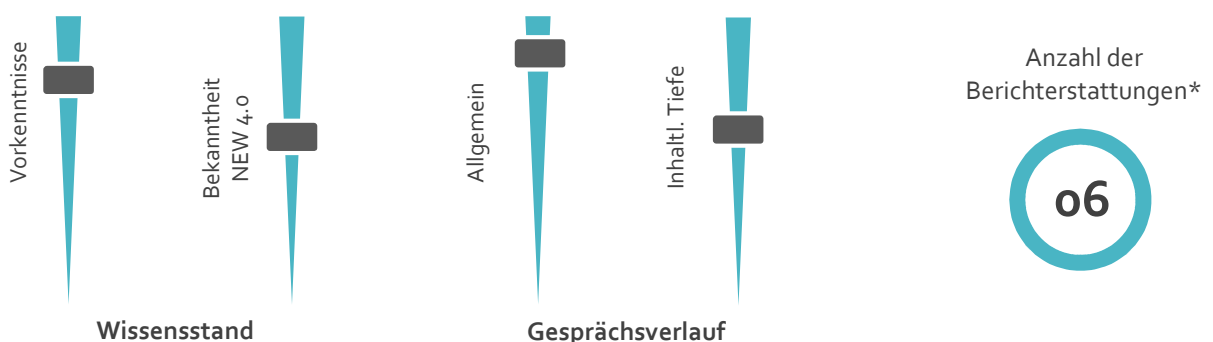
Zielgruppe

Am 14.11. besuchten ca. 200 Personen den Roadshow-Stand. Es wurden vor allem die Studierenden der HAW Hamburg (hauptsächlich der Fakultät Wirtschaft & Soziales), aber auch die Professor*innen und Mitarbeiter*innen der HAW Hamburg, erreicht. Die feierliche Veranstaltung am 15.11. fand im Beisein von ca. 150 geladenen Gästen statt. Sie richtete sich an Fachpublikum, Presse, Projektpartner und CC4E-Mitarbeiter*innen, aber auch an weitere Mitarbeiter*innen und Studierende der HAW Hamburg. Für Presseaufsehen wurde v.a. durch die Rede des Politikers Jens Kerstan gesorgt.

Interesse und Stimmungsbild

Da die Ausstellung während der regulären Studienzeit stattfand und die Pausen vor allem für den Waffelstand vom CC4E aufgebracht wurden, fand lediglich ein Bruchteil der Besucher*innen auch die Zeit, sich das Exponat oder die Stele am 14.11. anzuschauen. Auch wenn die Mehrheit das Projekt NEW 4.0 nicht kannte, waren die Besucher*innen sehr interessiert und positiv gestimmt. Inhaltlich wurden Themen wie die Dringlichkeit der Energiewende, aber auch die Rolle des Nordens im Zusammenhang mit NEW 4.0 angesprochen. Durchschnittlich verbrachten die Besucher*innen zwischen 5 und 10 Minuten am Exponat. Die Stele wurde kaum wahrgenommen. Bei der Veranstaltung am 15.11. gab es neben einem Vortrag zu NEW 4.0 die Möglichkeit, die Stele zu begutachten. Da vordergründlich Fachpublikum und Themeninteressierte anwesend waren, wurde v.a. während des Get-togethers viel über das Thema Energiewende auf fachspezifischer Ebene in einem „lockeren“ Rahmen diskutiert.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Das Event „add art – Hamburgs Wirtschaft öffnet Türen für Kunst“ hat sich zum Ziel gesetzt, unternehmerische **Kunstförderung in Hamburg** erlebbar zu machen. An dem Wochenend-Event öffnen Unternehmen und Institutionen in Hamburg ihre Räume und zeigen Kunst. Interessierte Besucher*innen können Führungen buchen, um mehr über die ausgestellte Kunst und das Kunstengagement der Unternehmen zu erfahren. Eines der Unternehmen war **NEW 4.0-Partner Vattenfall**. Anlässlich der Kunst-Führungen durch den **Firmensitz in der City Nord** wurden im Foyer auch das Exponat und die Infosteile aufgebaut.



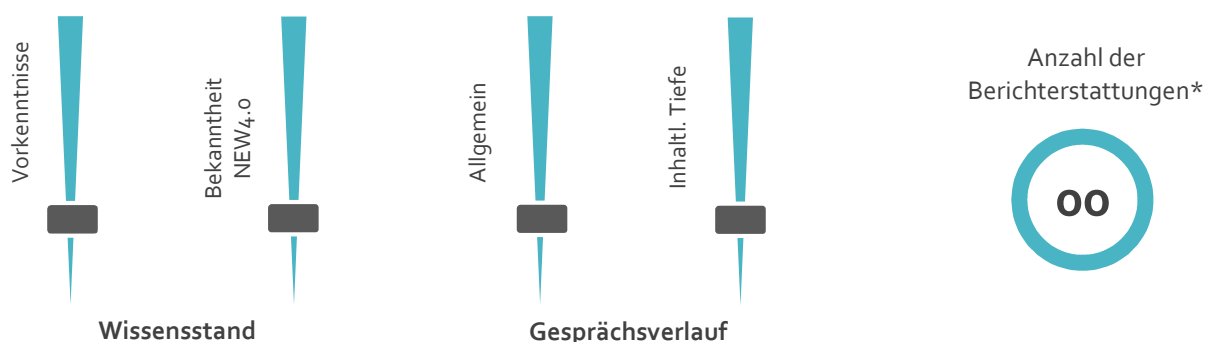
Zielgruppe

Rund **1.700 Besucher*innen** kamen der Aufforderung von „add art“ nach und nutzten die Möglichkeit, Kunst in verschiedenen Unternehmen und Institutionen zu betrachten. Wie viele Personen genau an der Vattenfall-Führung teilnahmen, ist nicht bekannt. Durch das Angebot wurden vermutlich überwiegend **kunstaffine Hamburger*innen mit höherem Bildungsstand** angesprochen. Durch die einwöchige Platzierung des Exponats im Vattenfall-Foyer hatten außerdem **Mitarbeiter*innen** die Gelegenheit, das Exponat zu erkunden und sich mittels der NEW 4.0-Steile auch über den Beitrag von Vattenfall zum Projekt NEW 4.0 zu informieren.

Interesse und Stimmungsbild

Da die **Veranstaltung von Seiten des CC4E-Roadshow-Teams nicht begleitet** wurde, kann über das allgemeine Stimmungsbild nichts gesagt werden. Besonders an der Station war allerdings, dass hier eine Zielgruppe angesprochen wurde, die explizit nicht aus dem Anlass vor Ort war, sich über Energiethemen zu informieren oder gar die Roadshow zu besuchen, sondern aus einem Kunst-Interesse an der Veranstaltung teilnahm. Im Sinne einer möglichst starken **Durchdringung aller Bevölkerungsschichten** war dies ein interessanter Zugang. Zweite Zielgruppe waren die Vattenfall-Mitarbeiter*innen: Das Roadshow-Exponat und die Steile wurden dem NEW 4.0-Projektpartner zur Verfügung gestellt, um **den Einsatz im Verbundprojekt Norddeutsche EnergieWende auch intern sichtbar zu machen**. Die genaue Resonanz ist nicht bekannt.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Gemeinsam mit dem NEW 4.0-Projektpartner **IHK Flensburg** wurde im November 2018 eine mehrwöchige **Dauerausstellung** des Exponats im IHK-Foyer durchgeführt, zu der es zum Auftakt einen kleinen Pressetermin gab. In den folgenden Wochen konnte das Exponat von IHK-Besucher*innen auf eigene Faust erkundet werden. Darüber hinaus wurden gezielt interessierte Gruppen, z.B. **Schulklassen, die Volkshochschule und Wirtschaftssenior*innen**, eingeladen.



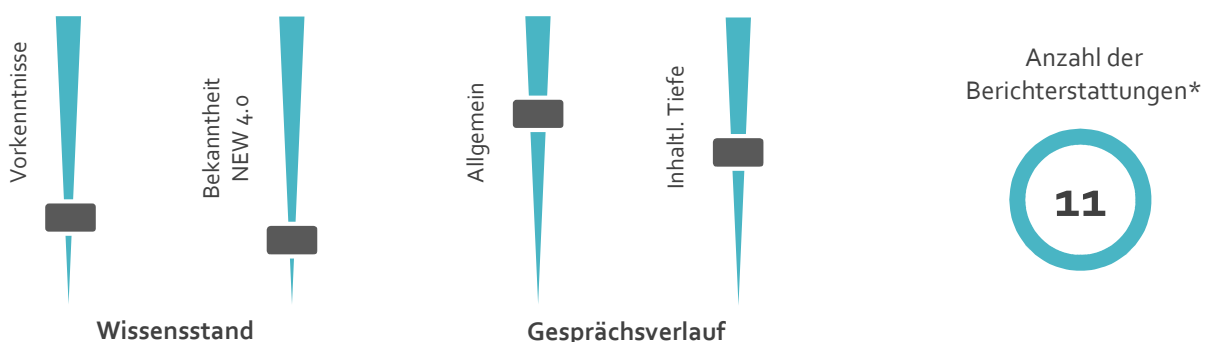
Zielgruppe

Neben **regionalen Medienvertreter*innen** sollte mit der IHK-Station vor allem die **Flensburger Öffentlichkeit** erreicht werden. Zudem wurden hier erstmals gezielt wichtige Zielgruppen mit **Multiplikatorfunktion** sowie insbesondere Schulen gezielt angesprochen. Zu einzelnen Terminen waren Vertreter*innen des NEW 4.0-Teams anwesend, ansonsten übernahm das Personal der IHK Flensburg nach einer kurzen Schulung die Betreuung.

Interesse und Stimmungsbild

Der **Pressetermin** im Beisein von NEW 4.0-Projektkoordinator Prof. Dr. Werner Beba zum Auftakt der Ausstellung wurde zwar nur von einem kleinen Kreis von Lokaljournalist*innen besucht, führte aber zu medienwirksamen Presseartikeln, die vornehmlich Schulen dazu aufriefen, die Ausstellung zu besuchen. So konnte das Exponat gut eingesetzt werden, um eine **jüngere Zielgruppe** zu erreichen. Bei den Schüler*innen kam insbesondere die mitgeführte **Virtual Reality-Brille** sehr gut an, die es ermöglichte, eine Offshore-Windenergieanlage virtuell zu erkunden. Hier zeigte sich, dass **mit involvierenden, technologisch faszinierenden Maßnahmen ein guter Zugang geschaffen** werden kann, um Menschen für die Technologien hinter der Energiewende zu begeistern.

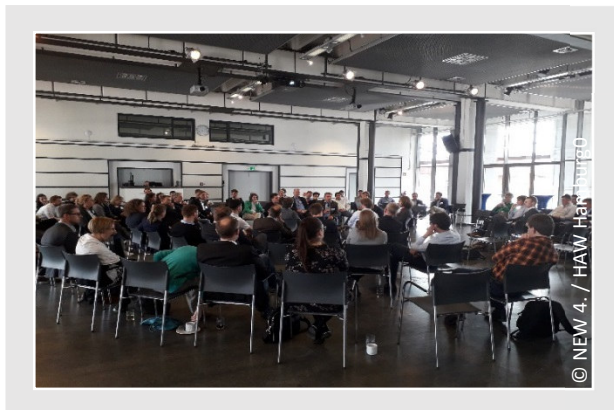
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Der erste interne **NEW 4.0 Transferworkshop** fand am 5. Dezember 2018 in den Design Offices am Hamburger Domplatz statt. Der Workshop wurde vom Competence Center für Erneuerbare Energien und EnergieEffizienz (CC4E) und Hamburg Energie organisiert. Er diente dazu, den Projektmitarbeiter*innen eine gemeinsame Plattform zu geben, das eigene **Netzwerk auszubauen**, sich auszutauschen, benachbarte Projekte besser kennenzulernen und neue Denkimpulse zu erhalten.



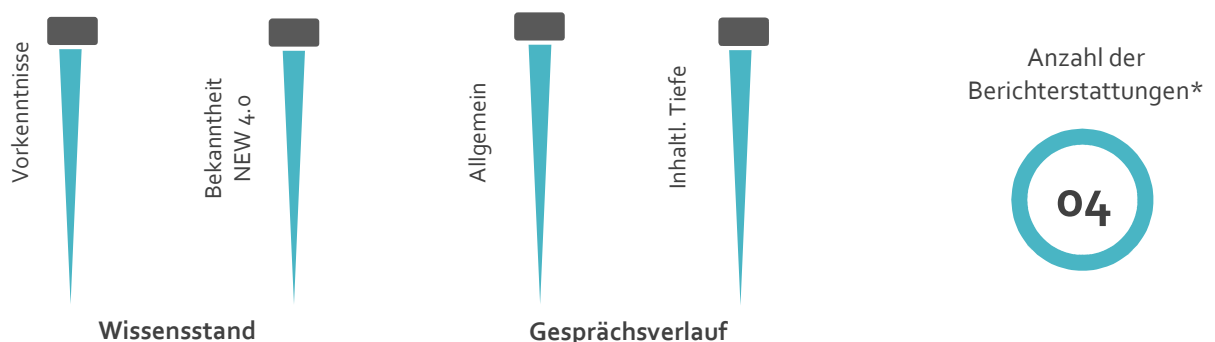
Zielgruppe

Zielgruppe des Workshops waren die über 300 **Projektmitarbeiter*innen von NEW 4.0**, die in über 100 Teilprojekten arbeiten. Der Workshop kam gut an: Etwa $\frac{1}{3}$ der 300 Projektmitarbeiter*innen mit unterschiedlichen fachlichen Disziplinen hatten sich für eine Teilnahme an dem Transferworkshop entschieden.

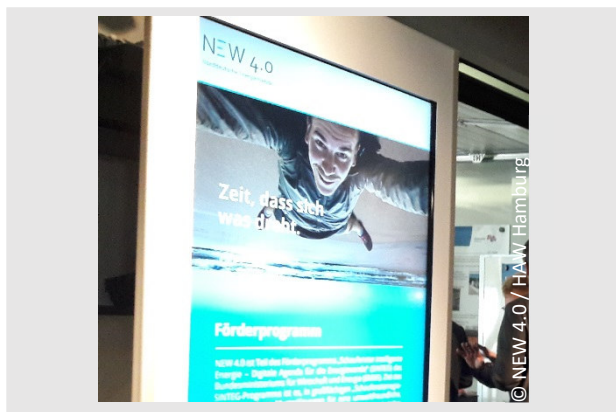
Interesse und Stimmungsbild

Beim NEW 4.0-Transferworkshop wurde den Mitwirkenden von NEW 4.0, losgelöst von den bekannten Arbeitspaket- und Use-Case-Strukturen, ein Raum geboten, um sich auf der **Arbeitsebene informell auszutauschen** wie z.B. über die NEW 4.0-Roadshow. Es stellte sich heraus, dass der Workshop sehr positiv von den Teilnehmenden angenommen wurde. Vor allem spiegelte sich dies darin wider, dass im folgenden Jahr bereits ein weiterer Transferworkshop angedacht wurde, um den Austausch fortzusetzen. Im Rahmen des Workshops gab es **offene Diskussionsrunden, intensive Arbeitssessions und gemeinsame Strategie-Workshops**. Dabei standen stets der **Wissenstransfer und die Aufdeckung bzw. Intensivierung von Schnittstellenarbeiten** im Vordergrund. Gemeinsame Pausen und ein abschließendes Get-together regten zusätzlich die **interne Projektkommunikation** an.

Evaluation

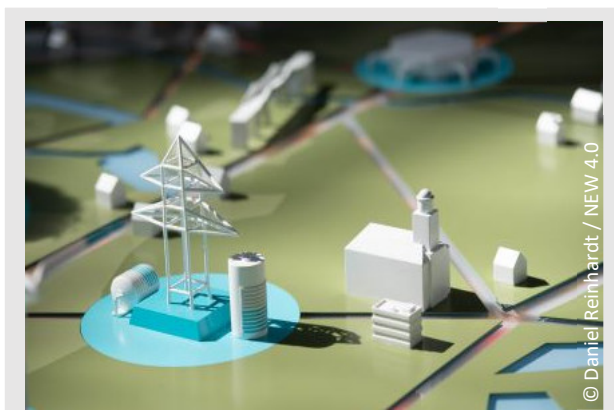


07.-08.12.2018



Veranstaltungsrahmen

Der **CDU-Bundesparteitag** fand im Dezember 2018 in Hamburg statt. Bei dieser Veranstaltung wurden tragende Beschlüsse für die Politik auf Bundesebene gefasst: Wahl der neuen Vorsitzenden Annegret Kramp-Karrenbauer und des neuen Generalsekretärs Paul Ziemiak, Neuwahlen von Mitglieder*innen von Präsidium und Bundesvorstand bzw. Europa-Delegierte sowie diverse Leitanträge. Der NEW 4.0-Projektpartner **Vattenfall** hat die Präsenz der Roadshow angeregt; so dass die **digitale Stele** mit allen Inhalten zu den Teilprojekten und Projektpartnern vor Ort war.



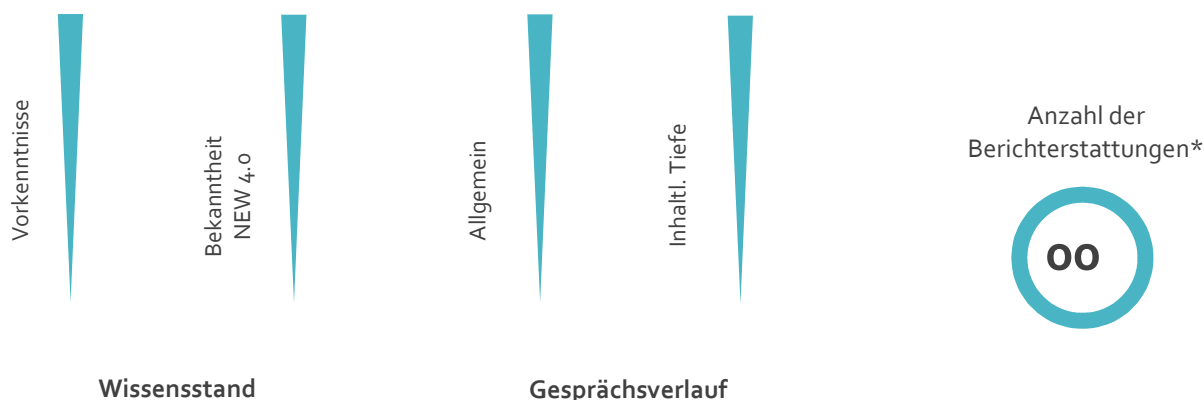
Zielgruppe

Zielgruppe war entsprechend des Veranstaltungsrahmens die **Teilnehmerschaft des CDU-Bundesparteitags**. Damit ergab sich die Chance, auch **politische Kreise und Entscheidungsträger*innen** zu erreichen, die – zumindest bislang – keinen dezidierten Fokus auf Klima- und Energiepolitik bzw. entsprechende Maßnahmen leg(t)en. Durch den Charakter des Events – Zusammenkunft eines Bundesparteitags – wurden darüber hinaus **Personen aus dem gesamten Bundesgebiet** erreicht, womit sich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Vorreiterschaft des Nordens im Bereich Energiewende verbreitet und Nachahmer*innen findet.

Interesse und Stimmungsbild

Da die Veranstaltung von Seiten des-Roadshow-Teams **nicht begleitet** wurde, kann **über das allgemeine Stimmungsbild nichts gesagt** werden. Besonders an der Station war allerdings, dass hier eine Zielgruppe angesprochen wurde, die explizit nicht vor Ort war, um sich über Energiethemen zu informieren oder gar die Roadshow zu besuchen. Im Sinne einer **möglichst starken Durchdringung** aller Bevölkerungsschichten und Fachkreise war dies ein interessanter Zugang, insbesondere auch in politischen Kreisen, zu deren Kernthemen bis dato Energiewende-Themen nicht gehörten.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Zur Halbzeit der Projektlaufzeit traf das NEW 4.0-Konsortium im Kieler Landeshaus zusammen, um **Zwischenbilanz** zu ziehen. **Unterstützt** wurde die Veranstaltung auch aus **politischen Reihen**: SH-Umweltminister Jan Philipp Albrecht, Wirtschaftsminister Dr. Bernd Buchholz, Hamburgs Umweltsenator Jens Kerstan und Staatsrat Dr. Torsten Sevecke sowie Thorsten Herdan, Abteilungsleiter für Energiepolitik im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, waren zu Gast und widmeten sich in ihren **Redebeiträgen der Rolle von NEW 4.0** für die gegenwärtigen Herausforderungen der Energiewende.



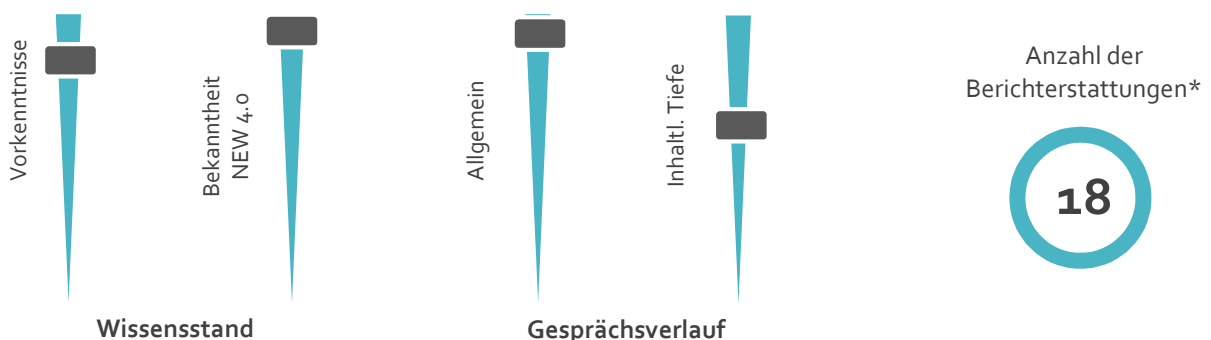
Zielgruppe

Beim Konsortialtreffen, das während der Projektlaufzeit von NEW 4.0 ein- bis zweimal jährlich ausgerichtet wurde, handelt es sich um eine weitgehend interne Veranstaltung. Es waren folglich überwiegend **Projektleiter*innen und Geschäftsführer*innen der beteiligten Projektpartnerunternehmen** anwesend. Darüber hinaus stellte die **Presse** eine wichtige Zielgruppe dar, die sich anlässlich des Konsortialtreffens über die **Halbzeitbilanz des Projekts** informierte, was zu einer **hohen Medienresonanz** führte.

Interesse und Stimmungsbild

Das NEW 4.0-Hauptexponat war bei diesem Konsortialtreffen nicht mit vor Ort, stattdessen aber die noch recht neue NEW 4.0-Infosteile, die auf einem großen Touch-Bildschirm **weiterführende Informationen über das Projekt und die Einzelbeiträge der Projektpartner** bereitstellt. Die Projektpartner erkundeten die Stele durchaus mit Interesse, im Fokus standen beim Konsortialtreffen aber die Fachbeiträge aus den Teilprojekten sowie der **Austausch mit Kolleg*innen** aus anderen Teilprojekten. Von der Presse wurde die Stele kaum wahrgenommen, allerdings für obenstehendes **Pressefoto** genutzt. Besonderheit dieser Roadshow-Station war der hohe Bekanntheitsgrad des Projekts – es waren **ausschließlich Gäste vor Ort, die mit NEW 4.0 bereits vertraut waren**. Ein starker inhaltlicher Austausch mit dem Roadshow-Team fand deshalb nicht statt.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die E-world findet jährlich in Essen statt und ist eine internationale Fachmesse für die Energie- und Wasserwirtschaft. Neben der dreitägigen Messe findet zudem ein Fachkongress bestehend aus Konferenzen, Seminaren und Workshops statt. Auf der E-world 2019 war NEW 4.0 auch im Rahmen des Gemeinschaftsstands der SINTEG-Schaufenster vertreten. Zur Unterstützung der inhaltlichen Präsentation wurde die digitale Stele der Roadshow genutzt.



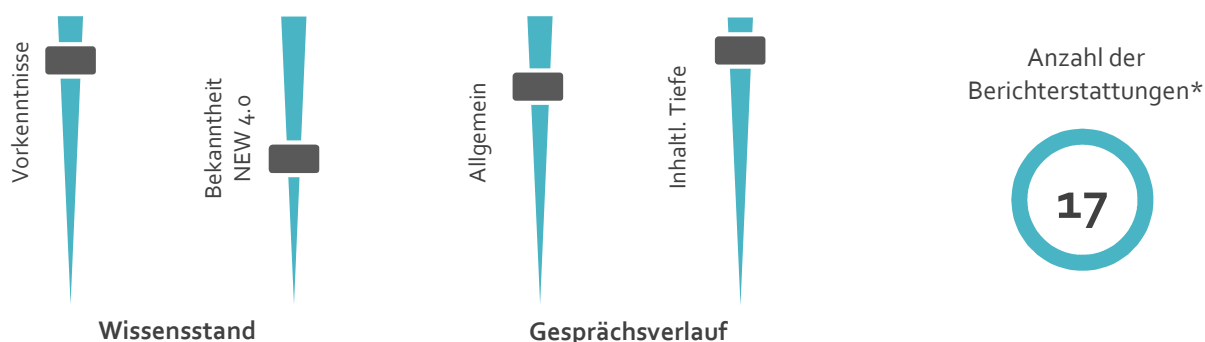
Zielgruppe

Insgesamt besuchten über 25.000 Menschen die Messe. Zielgruppe der E-world und somit auch des NEW 4.0-Teilstands war ein Energie-Fachpublikum, sowohl aus dem konventionellen, als auch erneuerbaren Sektor. Daneben wurde ein Austausch zu anderen Schaufenstern bzw. mit dem BMWi ermöglicht. Des Weiteren fand am dritten Messetag eine Recruitingveranstaltung für Studierende und Absolvent*innen statt, sodass auch diese Zielgruppe erreicht wurde.

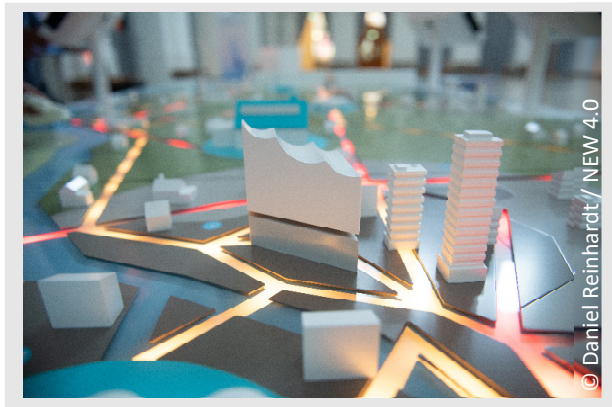
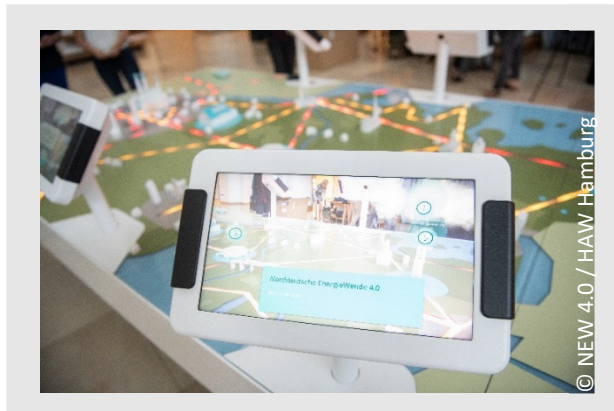
Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse der Besucher*innen war rege und das Stimmungsbild überwiegend gut. Die Besucher*innen brachten kontextbedingt recht große Vorkenntnisse zur Energiebranche mit, sodass tiefgründige Diskussionen geführt werden konnten. Allerdings war das Fachwissen zum Teilbereich erneuerbare Energien, insbesondere hinsichtlich der technischen Machbarkeit und praktischer Anwendungsbereiche teilweise deutlich geringer. Dies bot wiederum gute Ansatzpunkte für Gespräche. Zwar wurde die digitale Stele kaum eigeninitiativ von den Besucher*innen des Standes genutzt, aber sie erwies sich zur Untermauerung und Veranschaulichung der Themen innerhalb eines Gesprächs als wertvolles Tool. Durch den fachlichen Austausch konnten zudem Kontakte geknüpft werden, vor allem zu den anderen Schaufenstern.

Evaluation



14.02.2019



Veranstaltungsrahmen

Jährlich findet in Berlin der **Neujahrsempfang des BEE** in Berlin statt. Dies ist ein wichtiger **Branchentreff** mit Entscheider*innen und Multiplikatoren, bei dem auch immer Politiker*innen anwesend sind. In diesem Rahmen gab es Frontalvorträge, einen kleinen Start-Up Corner und abgerundet wurde der Empfang durch ein Get-together. Beim Neujahrsempfang des BEE war die NEW 4.0-Roadshow im Jahr 2019 mit dem Exponat zu Gast. Das Exponat wurde in einem offenen Bereich ausgestellt.

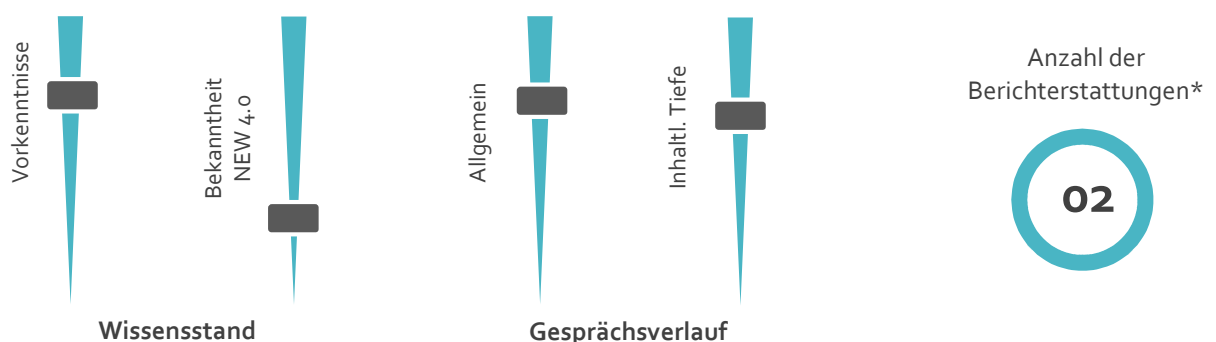
Zielgruppe

Beim BEE Neujahrsempfang am 14. Februar waren in etwa **1.200 Gäste aus Politik, Energiewirtschaft und Gesellschaft** – darunter über 30 Mitglieder*innen des Deutschen Bundestags und rund 50 Journalist*innen anwesend.

Interesse und Stimmungsbild

Das Exponat wurde in dem Bereich platziert, in dem auch das Get-together stattfand. Bei der Veranstaltung stand der **allgemeine Fachaustausch** und das Netzwerken im Fokus, sodass zwar intensive Gespräche geführt werden konnten, bei denen aber in erster Linie über die allgemeinen Entwicklungen und weniger über die konkreten Vorhaben von NEW 4.0 gesprochen wurde. Zudem erwies sich die Station in Berlin als dienlich, um bei über das Projekt hinausgehende Akteur*innen mit den Vorhaben von NEW 4.0 präsent zu sein und sich als Vorreiter der Energiewende zu positionieren.

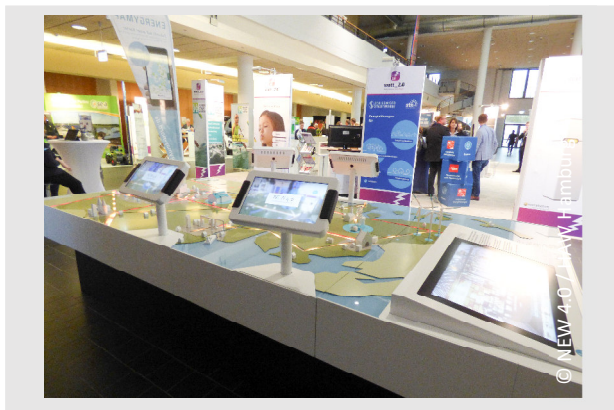
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Auf der bisherigen Fach- und Publikumsmesse New Energy Husum fand im Jahr 2019 erstmals die Kombi-Messe New Energy Days mit zielgruppenspezifischen Ausstellungen für Fachbesucher*innen (New Energy Expert) und Verbraucher*innen (New Energy Home) unter einem Dach statt. Die beiden Messen zeigten die neuesten Entwicklungen im Bereich erneuerbare Energien und Energieeffizienz mit den **Schwerpunkten Elektromobilität, Bauen und Wohnen**. NEW 4.0 war auf dem Fachmessegelände mit der Roadshow vertreten und hat das Kongressprogramm am Do./Fr. aktiv mitgestaltet.



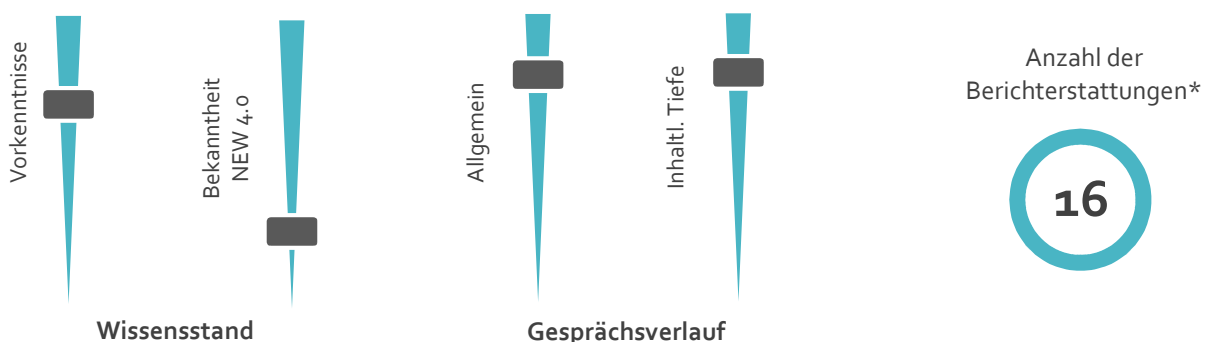
Zielgruppe

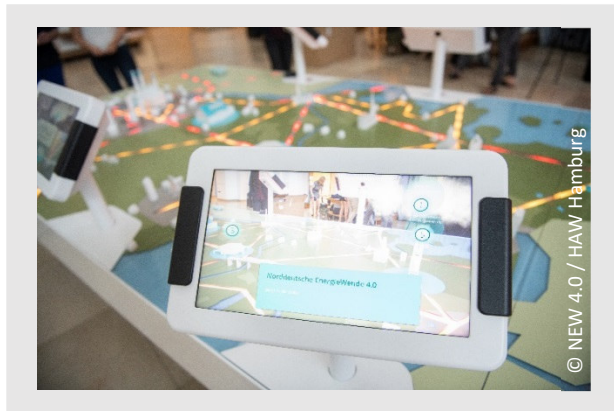
Von karrierebewussten Jugendlichen, über Schulklassen und Vertreter*innen der Energiebranche bis hin zu interessierten Senior*innen aus der Region war eine **breite Zielgruppe** vorzufinden. Auch besuchte die anderen Aussteller*innen den NEW 4.0-Stand und waren dabei sehr interessiert.

Interesse und Stimmungsbild

Aufgrund der Einbettung in eine Fachmesse und des sehr spezialisierten Umfelds mit dem Schwerpunkt Energie und Wasserstoff brachten die Besucher*innen ein **ausgeprägtes Interesse** an der Thematik mit. Die Notwendigkeit der Energiewende schien außer Frage zu stehen. Viele Besucher*innen arbeiteten selbst in der Energiebranche oder verfügten über **Anteile an Windenergieanlagen**. Dies führte zu einer **positiven Resonanz** und das ausgeprägte Grundwissen sorgte **für tiefgehende Gespräche**, bei denen die Stele oft zur Veranschaulichung verschiedener Demonstratoren herangezogen wurde. Somit bot die Stele die perfekte Ergänzung, um den Besucher*innen spezifischen Inhalte zu vertiefen und zu veranschaulichen.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Im Rahmen des Formats **Partnerevents** organisierte M.O.E. mit seinem Netzwerk die Station in Itzehoe. Neben einem **Pressetermin** zur Veranstaltungseröffnung bzw. dem 10-jährigen Jubiläum wurde ein regionales **Netzwerktreffen** ermöglicht. Darüber hinaus wurden insbesondere **Schulen** angeschrieben und Klassen zu Besuchen und Vorträgen eingeladen. Veranstaltungsort war das IZET Innovationszentrum Itzehoe, wodurch zusätzlich die „interne Laufkundschaft“ aus Fachkreisen erreicht werden konnte.



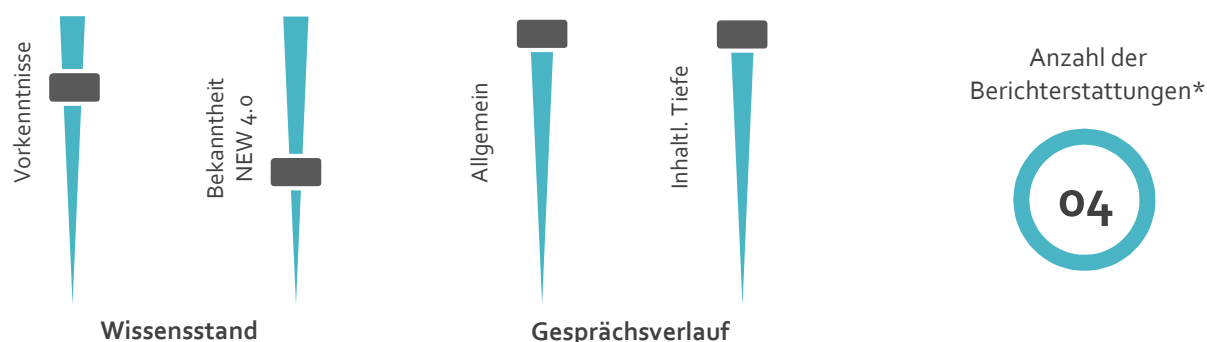
Zielgruppe

Die Besucher*innen deckten alle relevanten Zielgruppen ab: Sowohl **Multiplikatoren und Medien**, als auch **Fachkreise des Partners** M.O.E. bzw. des Standorts wurden eingeladen. Der Fokus lag zudem auf der Ansprache von insgesamt **fünf Schulklassen**, die mit spezifischen Vorträgen an das Thema Energiewende und NEW 4.0 herangeführt wurden. Außerdem ist davon auszugehen, dass die Mitarbeiter*innen des anderen **am Standort ansässige Unternehmen** die Roadshow und somit das Projekt gut wahrgenommen haben.

Interesse und Stimmungsbild

Das Stimmungsbild war insgesamt positiv. Insbesondere bei der Zielgruppe Schüler*innen wurde der inhaltliche Fokus anlässlich der aktuellen politischen Diskussionen – **Einstieg über Fridays for Future** – bewusst weitergefasst und das Thema Energiewende in einem Rahmen von Nachhaltigkeit und zukunftsfähiger gesellschaftlicher Entwicklung mit regionalen Potentialen eingebettet. Somit wurde der jungen Zielgruppe die Relevanz für das Thema verdeutlicht, ebenso wie das **Thema Ausbildung/Studium und der zukunftsfähige Arbeitsmarkt**. Die inhaltlichen Gesprächsangebote mit spezifischen Vorträgen und detaillierten Einführungen in beide Exponate der NEW 4.0-Roadshow wurden gut angenommen und das Interesse verstärkte sich merklich.

Evaluation



27.-28.04.2019



Veranstaltungsrahmen

Alljährlich findet in der Gemeinde Barmstedt in Schleswig-Holstein ein zweitägiges **Frühjahrsfest** mit einer Oldtimerschau, einem Flohmarkt und Jahrmarkt-buden statt. Im Jahr 2019 war auch die **NEW 4.0-Roadshow** zu Gast und stellte unter anderem das Exponat **im Foyer des Rathauses** aus. Darüber hinaus waren die digitale Stele und die VR-Brille mit on Tour.



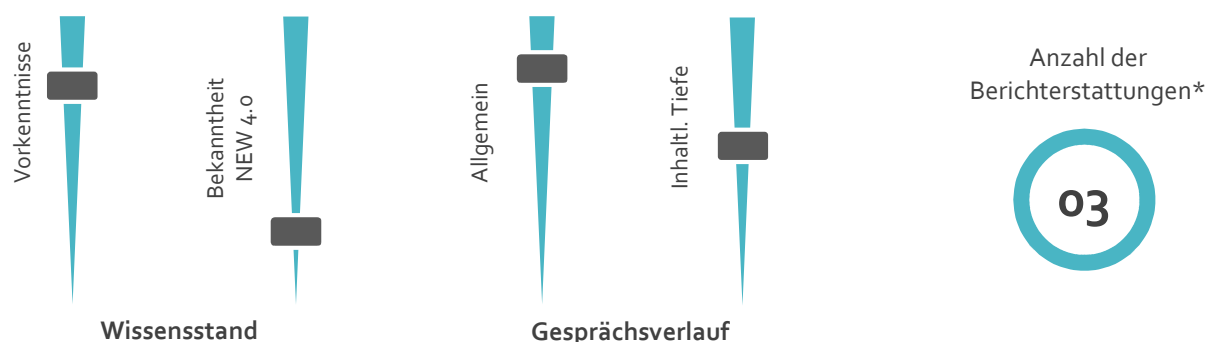
Zielgruppe

Mit der Station wurden in erster Linie die **Anwohner*innen, vor allem Familien**, von Barmstedt angesprochen. Die Lage des NEW 4.0-Standes war etwas versteckt gelegen, sodass sich in etwa 50 Personen die Roadshow hautnah angeschaut haben. Dabei war das **Publikum bunt gemischt**, entlang jeder Altersklasse und mit unterschiedlichen Wissensständen bezüglich erneuerbarer Energien.

Interesse und Stimmungsbild

Die Bürger*innen waren **sehr interessiert und aufgeschlossen**, Gespräche zu führen. Vor allem bei dieser Station haben die im Vorfeld getätigten **Presseaktivitäten Wirkung gezeigt**, da die Besucher*innen größtenteils im Zuge der zuvor erschienenen Medienberichte der lokalen Presse aktiv den Roadshow-Stand angesteuert haben, um sich zu informieren. Die Grundstimmung war positiv und es war bereits **ein gewisses Grundwissen** zum Thema erneuerbare Energien, insbesondere hinsichtlich lokaler Projekte, **vorhanden**. Die **VR-Brille** wurde überwiegend von den Kindern genutzt und rief Begeisterung hervor. Das **Balance Board** verhalf, vor allem bei den jungen Besucher*innen, die Herausforderungen der Energiewende zu veranschaulichen. Zudem fungierte es als „Eyecatcher“, um das Laufpublikum anzulocken, da das Exponat nicht wie die restlichen „Attraktionen“ auf einer Außenfläche platziert war.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Einmal im Jahr lädt das RBZ Wirtschaft Kiel regionale Akteur*innen der Zivilgesellschaft ein, um ihre Themen, Angebote und Aktivitäten auf einem „**Markt der Möglichkeiten**“ zu präsentieren. Das Themenspektrum reicht von Engagement für Gerechtigkeit in der Welt über Umweltschutz bis hin zu sozialem Ausgleich und Hilfe in Kiel. Ziel der zweitägigen Veranstaltung war es, **den Schüler*innen die Vielfalt von zivilgesellschaftlichem Engagement vor Augen zu führen** und ihnen die Möglichkeiten der eigenen Mitarbeit zu verdeutlichen.



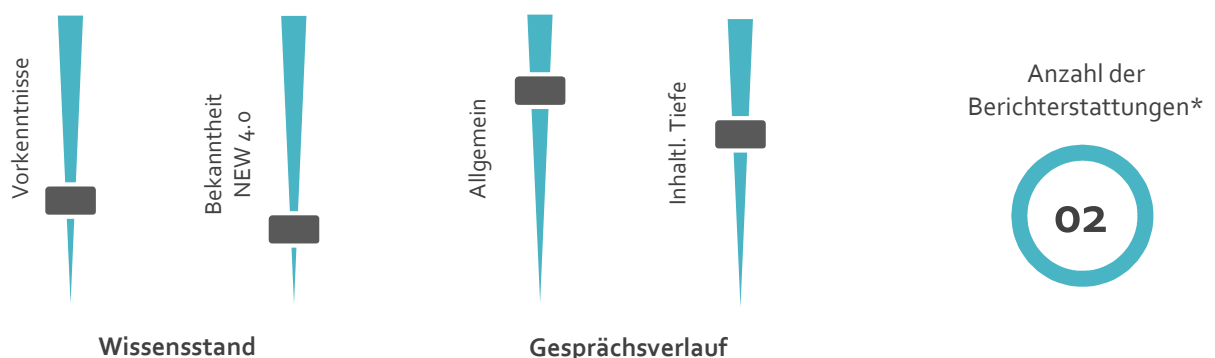
Zielgruppe

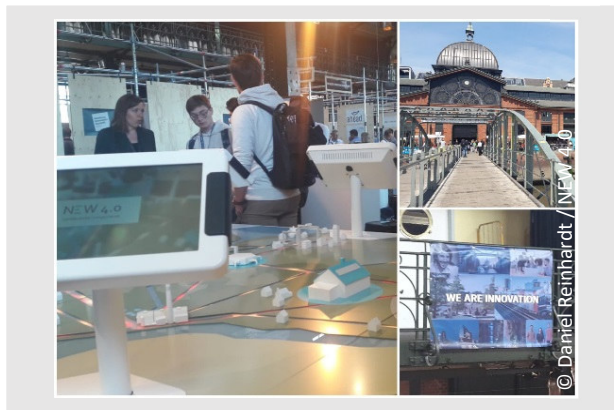
Die Veranstaltung wurde in erster Linie für **Schüler*innen** ausgerichtet. Als Berufsschule und Berufsgymnasium schloss das RBZ Wirtschaft Kiel so **Schüler*innen der Mittel- und Oberstufe** ein. Aber auch die anwesenden **Lehrer*innen und Betreuer*innen** von anderen Ständen nutzten die Gelegenheit, sich an dem vergleichsweise auffälligen Exponat zu informieren.

Interesse und Stimmungsbild

Da es den Schüler*innen freigestellt war, den Markt der Möglichkeiten zu besuchen, bevorzugten es viele, sich anderweitig zu beschäftigen. Einige Lehrer*innen hatten einen Fragebogen zu den einzelnen Aussteller*innen an die Schüler*innen verteilt, den es zu bearbeiten galt. Aus diesem Grund besuchten **viele Schüler*innen den Stand, hauptsächlich jedoch nur, um schnellstmöglich die zugehörige Frage zu beantworten**. Einige wenige Schüler*innen konnten länger am Stand gehalten werden. Das Exponat war dabei hilfreich und lud die jungen Menschen zu einer **eigenständigen Beschäftigung** ein. Gute **tieferegehende Gespräche** über NEW 4.0 auf Basis des Vorwissens zum Thema Energiewende wurden **mit Lehrer*innen und anderen Aussteller*innen** geführt.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Beim Hamburger Innovation Summit versammeln sich jährlich Start-Ups unterschiedlicher Größen und inhaltlicher Ausrichtungen. Die Veranstaltung ist öffentlich zugänglich und auch Forschungseinrichtungen sind vertreten. Der bunte Mix aus einem Messebereich von **ca. 75 Ausstellern** und die diversen Speeches, Impulsvorträge, Workshops, Slams und Pitches sowie die Verleihung des Startup-Awards **ziehen** unterschiedliche Personengruppen an.



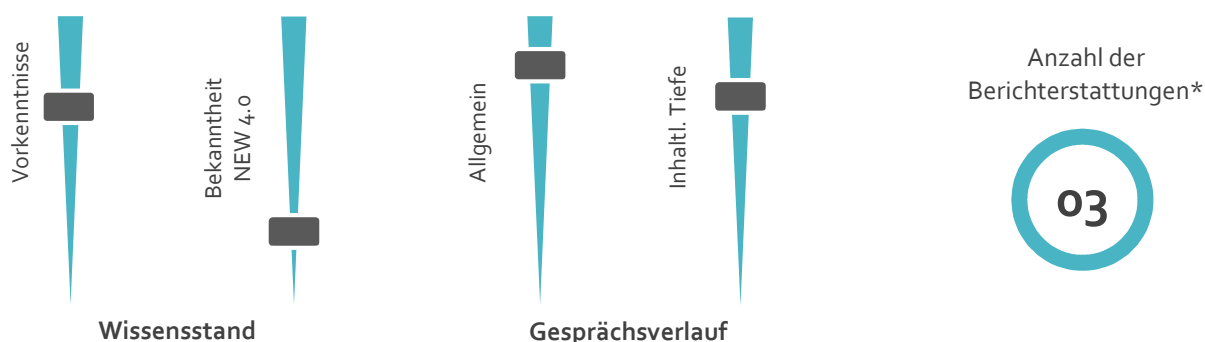
Zielgruppe

Die Besucher*innen ließen sich einerseits in **Fachkreise** – im Sinne von Unternehmern und Start-Ups, nicht zwingend aus der Energiebranche – sowie in die **innovationsaffine Bevölkerung** mit besonderem Fokus auf **jungen Menschen** wie Studierende unterteilen. Auch Multiplikatoren waren vertreten. In etwa 1.200 Besucher*innen besuchten das Event, von denen schätzungsweise ein Viertel bis ein Fünftel, also **ca. 200 Personen** NEW 4.0 mindestens wahrgenommen haben.

Interesse und Stimmungsbild

Das Stimmungsbild und Interesse lassen sich bei dieser Station als sehr positiv bewerten. Es lässt sich festhalten, dass die Besucher*innen **überaus offen und interessiert** waren. Das Vorwissen in Energiefragen war zwar unterschiedlich ausgeprägt, jedoch waren **Gesprächsfreudigkeit und Nachfrageintensität** überwiegend sehr hoch, sowohl bezogen auf direkte NEW 4.0-Themen als auch auf allgemeinere Energiewende- und Nachhaltigkeitsthemen. Dabei waren Fakten sowie unterschiedliche Ansichten und Diskurse in Energiewende- und Nachhaltigkeitsfragen oft Bestandteil der Gespräche, die mehrere Minuten andauerten.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Anlässlich der Gründung der ersten Fachhochschule vor 50 Jahren, fand eine **dreitägige Jubiläumsfeier** an der TH Lübeck statt, die **ca. 5.000 Personen besuchten**. In einem feierlichen Rahmen diskutierten Bürger*innen mit Vertreter*innen aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft über Fragen wie „Welche Rolle übernehmen Fachhochschulen im deutschen Bildungssystem?“ und konnten verschiedene Exponate bzw. Stände begutachten. Auch die NEW 4.o-Roadshow war mit dem Exponat und der digitalen Stele **für einen Tag auf der Veranstaltung zu Gast**.



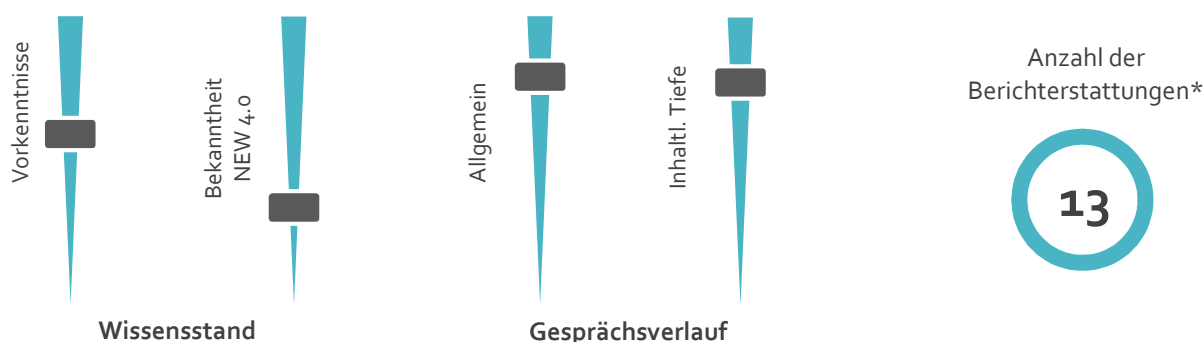
Zielgruppe

Wie der Titel der Veranstaltung schon verrät, wurde durch diese Roadshow-Station hauptsächlich die **Zielgruppe „Studierende“** angesprochen. Neben Studierenden waren auch die sogenannten Otto-Normal-Bevölkerung und auch Personen mit beruflichen Kontext zu erneuerbaren Energien vertreten. Zudem waren zu Beginn der Veranstaltung **vereinzelt Meinungsbildner bzw. Multiplikatoren** Vorort. Insgesamt erkundeten **ca. 130 Personen** den NEW 4.o-Stand.

Interesse und Stimmungsbild

Die Besucher*innen wurden größtenteils **durch einer direkten Ansprache dazu animiert**, den NEW 4.o-Roadshow-Stand zu begutachten. Nach einer Ansprache wirkten die Besucher*innen **sehr interessiert und offen für einen Dialog**. Lediglich vereinzelt waren Energiewende-Gegner Vorort, die durch den Dialog positiv zum Nachdenken angeregt wurden. Inhaltlich gesehen wurden zu Beginn der Veranstaltung eher allgemeine Informationen zum Projekt und zur Energiewende vermittelt und am Abend war die inhaltliche Tiefe der Gespräche stärker ausgeprägt. Somit **variierte der Wissensstand der Besucher*innen im Verlaufe** der Veranstaltung. Als Benefits der Energiewende wurden vor allem die Themen Klimaschutz und Schutz nachfolgender Generationen sowie die Aus- und Weiterbildung thematisiert.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Im Rahmen des „Sommer des Wissens“ fand bei dem **Projektpartner CC4E** der HAW Hamburg am 21. Juni 2019 ein **Tag der offenen Tür** statt. Am Technologiezentrum Energie-Campus in Bergedorf wurden Ergebnisse verschiedener Projekte vorgestellt. Neben Vorträgen, stündlicher Führungen, anschaulicher Modelle und Mitmachaktionen für jede Altersgruppe erhielten die Besucher*innen Einblicke in aktuelle Forschungsprojekte des CC4E. Insgesamt besuchten **ca. 120 Personen** die Veranstaltung.



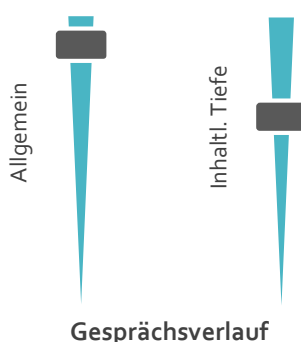
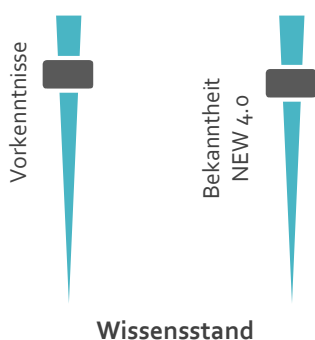
Zielgruppe

Die Veranstaltung richtete sich in erster Linie an die **Zielgruppe „Bürger“**. Tendenziell waren die Besucher*innen **über 40 Jahre** alt, aber auch Jüngere **zwischen 18-39 Jahren** waren vorort vertreten. Bei den Besucher*innen handelte es sich um ein **bunt gemischtes Publikum** zwischen „Otto-Normal-Bürgern“ und Studierenden sowie Fachkündigen, die unter „Überzeugte/Macher der Energiewende“ und Personen, die im beruflichen Kontext zu erneuerbaren Energien stehen, einzuordnen sind.

Interesse und Stimmungsbild

In **etwa von ein Drittel der Besucher*innen** wurde der NEW 4.0-Roadshow-Stand erkundigt. Auch wenn die Besucher*innen aktiv animiert werden mussten, sich das Exponat bzw. die digitale Stele anzuschauen, waren sie **sehr interessiert** und der Gesprächsverlauf war **durchweg positiv**. Zudem trug die Station dazu bei, die **Bekanntheit** des Verbundprojektes NEW 4.0 und deren Anliegen weiter zu steigern, da der Großteil NEW 4.0 zuvor nicht kannte. Durchschnittlich verbrachten die Besucher **zwischen fünf und zehn Minuten** am Stand. Inhaltlich wurden eher **allgemeine Themen** wie die Dringlichkeit der Energiewende, aber auch die Rolle des Nordens – vor allem im Zusammenhang mit NEW 4.0 – thematisiert. Aus den geführten Gesprächen ergibt sich – neben Klimaschutz und Schutz nachfolgender Generationen – vor allem aus Sicht der Besucher*innen der monetäre Anreiz als Benefit der Energiewende. Durch den Dialog und der überwiegenden Mitnahme von Informationsmaterialien, lässt sich auf die **Erzielung eines Involvements** zum Ausbau der Energiewende schließen.

Evaluation



Anzahl der
Berichterstattungen*



22.-23.06.2019



Veranstaltungsrahmen

Ca. 50.000 Personen besuchten das viertägige „Wissenschaftsfestival“ auf dem Rathausmarkt. In vier großen Themenzelten boten ca. 40 Hamburger Hochschulen und Forschungseinrichtungen **Einblicke in Klima und Umwelt, Technik, Naturwissenschaften, Medizin, Kunst und Stadtgeschichte** – „für Wissensfüchse und Nachteulen aller Altersgruppen.“ Neben Experimenten, Shows, Mitmach-Aktionen und spannenden Modellen war auch die **NEW 4.0 Roadshow mit dem Exponat am Samstag und Sonntag** vertreten. Zudem wurde vom Akzeptanz-Team am Donnerstag ein **Vortrag zu NEW 4.0** gehalten.



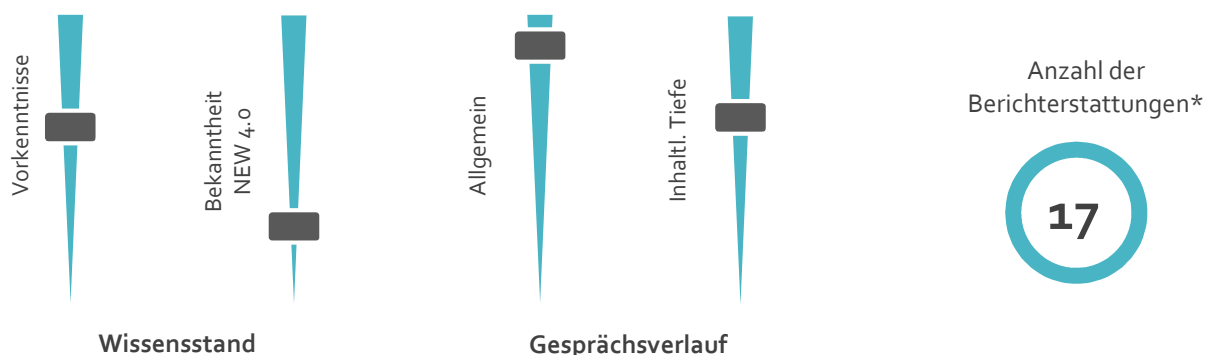
Zielgruppe

Mehr als **400 Personen** erkundeten das Exponat. Dabei wurde der Großteil ohne Interaktion oder durch eine kurze Einweisung ans Exponat gelockt. Vorzufinden war ein **bunt gemischtes Publikum** aus Hamburg und Umgebung, aber auch viele Wochenendtouristen. Tendenziell waren die Personen unter **18 oder zwischen 50-59 Jahre alt**. Der **Wissenstand** der Besucher*innen **variierte stark**: von Personen ohne bisherigen Bezug zu erneuerbaren Energien über „Machern“ und Fachpublikum war alles dabei.

Interesse und Stimmungsbild

Anders als bei vielen anderen Stationen, war hier ein **großes Laufpublikum** vorhanden. Auch die **Hemmungen** an das Exponat zu treten waren **deutlich geringer** als sonst. Die Personen waren sehr interessiert, das Exponat zu erkunden. Zudem war im Dialog eine gewisse Tiefe der inhaltlichen Ausführungen gegeben. Dabei wurden fachspezifische Themen wie Sektorenkopplung, Wasserstoff und die 50-Hertz-Problematik thematisiert. Vor allem herrschte aber Interesse für die Möglichkeit der **eigenen Beitragsleistung und die Dringlichkeit der Energiewende** vor. Dabei wurde deutlich, dass die Bürger*innen gewillt bzw. offen dafür sind, nachhaltiger zu agieren. Als relevante Benefits kristallisierten sich insbesondere der Klimaschutz, Schutz nachfolgender Generationen und infrastrukturelle Anreize heraus. Auch hier war die Verweildauer am Stand mit Interaktion doppelt so hoch als ohne Ansprache (10 vs. 20 Minuten). Das **nachhaltige Interesse** wird durch die Mitnahme von Kommunikationsmaterialien deutlich – **340 Bürgerflyer und 50 Imagebroschüren**. Somit **wurden nachhaltig Berührungspunkte** zur Thematik EE geschaffen, sodass auf ein **gewisses Involvement** geschlossen werden kann.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die Roadshow wurde in die Abschlussveranstaltung zum Projekt „Zukunft Netzausbau in Schleswig-Holstein – Ein Planspiel für Schulen zum Netzausbau“ eingebunden. Ziel der 15-teiligen Veranstaltungsreihe war es, Schüler*innen aus Schleswig-Holstein über den Ausbau des Stromnetzes zu informieren. In dem Planspiel nahmen die Teilnehmenden die Rollen von zentralen Akteur*innen ein und lernten so, wie politische Prozesse funktionieren und welches die zentralen Fragestellungen des Netzausbaus sind.



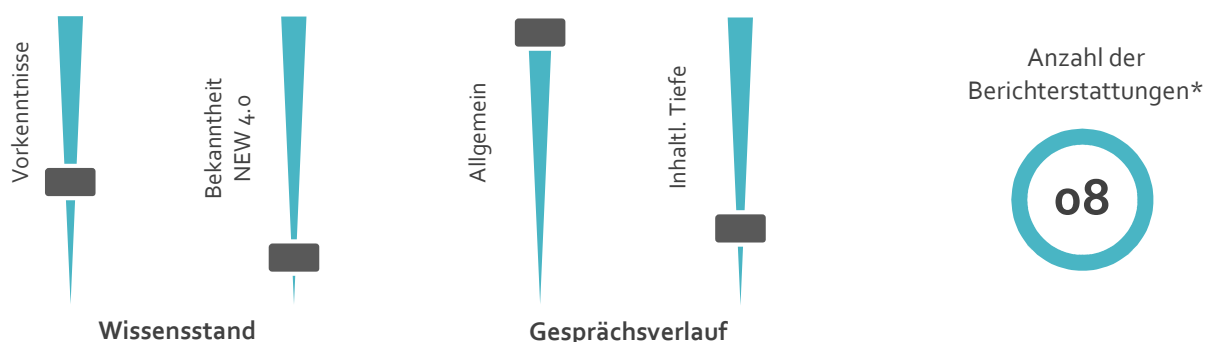
Zielgruppe

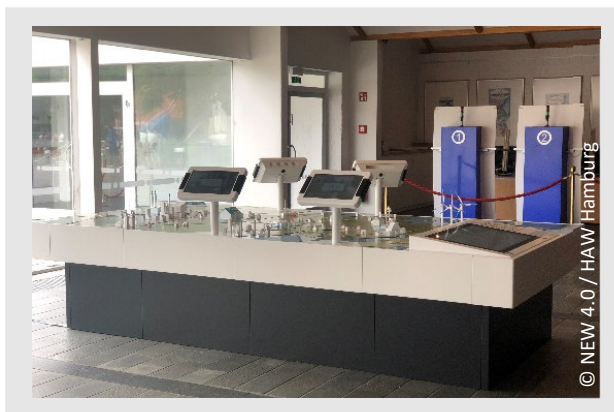
Wie der Titel der Veranstaltung schon verrät, wurde durch diese Roadshow-Station die Schüler*innen-Zielgruppe von NEW 4.0 erreicht. In etwa 40 Schüler*innen der Klassenstufen 9 bis 11 haben während der dreistündigen Veranstaltung das Exponat erkundet.

Interesse und Stimmungsbild

Die Interaktion mit den Schüler*innen war sehr positiv, auch wenn das Interesse der Schüler*innen teils sehr variierte. Die inhaltliche Tiefe der Ausführungen war dem Alter entsprechend, sodass beispielsweise zum Projekt NEW 4.0 eher allgemeine Informationen vermittelt wurden anstelle spezifischer Teilprojekte. Bei den Ausführungen wurde vor allem die Dringlichkeit der Energiewende in den Fokus gesetzt. Im Bereich Netzausbau gab es durch den Projektrahmen bereits gute Vorkenntnisse. Als Lösungen der Energiewende wurden daher ergänzend Sektorenkopplung und Flexibilisierung angeführt und näher erklärt. Die Benefits der Energiewende wurden generell weniger als bei anderen Stationen thematisiert. Als relevante Benefits wurden der Klimaschutz, Schaffung neuer Arbeitsplätze und infrastrukturelle Anreize gesehen.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die Roadshow-Station fand im Rahmen eines zweitägigen Side-Events im Freizeitpark „Hansapark“ statt. Das Exponat und die Stele wurden in diesem Rahmen im Conference-Center platziert. Das Conference-Center liegt leicht abgelegen und ist ein in sich geschlossener Raum mit einem Eingang. Im Weiteren wurde auf dem Parkgelände mit Aufstellern und digitalen Displays auf die Station hingewiesen.



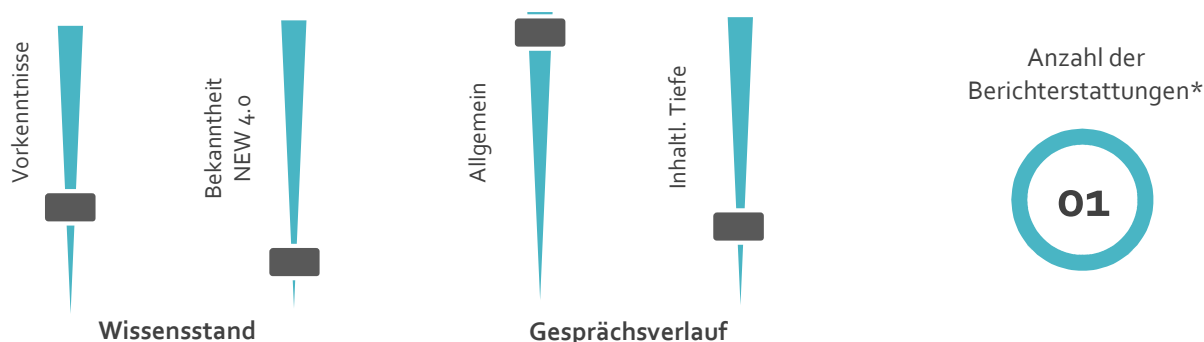
Zielgruppe

Im Rahmen des zweitägigen Side-Events kamen ca. 100 Personen in das Conference-Center. Hauptsächlich handelte es sich dabei um Schüler*innen zwischen 7-15 Jahren aus der Umgebung oder Familien aus südlicheren Regionen, die ihren Urlaub in der Umgebung verbracht haben. Anfangs und auch über die Tage verteilt war die Resonanz mäßig. Die Schwierigkeit lag darin, dass die Besucher*innen für den Park teuren Eintritt zahlen müssen und es an den Fahrgeschäften oft lange Wartezeiten gibt.

Interesse und Stimmungsbild

Die Vorkenntnisse waren eher gering, was sich auch in der inhaltlichen Tiefe der Gespräche widerspiegelte. Über NEW 4.0 wurde nur sekundär gesprochen, da der Fokus im Gespräch darin lag, ein allgemeines Grundverständnis für die Dringlichkeit der Energiewende zu schaffen. Dies lag daran, dass hauptsächlich Schüler*innen (Unter- und Mittelstufe) Vorort waren. Inhaltlich wurde über die Dringlichkeit der Energiewende, die Möglichkeit der eigenen Beitragsleistung sowie die Rolle des Nordens und der Industrie gesprochen. Dies wurde den Besucher*innen vor allem anhand der 50-Hertz-Problematik (Balance Board) veranschaulicht. Klimaschutz und Reduktion des Gesundheitsrisikos durch CO₂-Reduktion und Minderung sonstiger schädlicher Ausstöße ergeben sich aus der Station als relevante Benefits der Zielgruppe. Aufgrund dessen, dass die Besucher*innen einen hohen Eintritt von 40 Euro zahlen mussten und die Schlangen an den Fahrgeschäften sehr lang waren, war das Interesse, sich in einer solchen Rahmen sich über erneuerbare Energien zu informieren, niedriger. Auch die Geduld bzw. die Verweildauer war (verständlicherweise) geringer als bei anderen Stationen. Nichtsdestotrotz trug die Station dazu bei, die Brand Awareness durch unbewusster Werbewahrnehmung der prominenten Werbung im Park zu steigern.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

NEW 4.0-Projektpartner **Wind2Gas Energy** nahm am 8. August 2019 in Brunsbüttel seinen **Elektrolyseur in Betrieb**, der grünen Überschussstrom in Wasserstoff umwandelt und in das lokale Gasnetz einspeist sowie einer neuen Wasserstofftankstelle zur Verfügung stellt. Die **Inbetriebnahme** wurde mit einer Veranstaltung **mit 100 geladenen Gästen** im Beisein von **SH-Wirtschaftsminister Buchholz** begangen. Anschließend konnte sich die **interessierte Öffentlichkeit** über Wasserstoff und dessen Nutzung informieren.



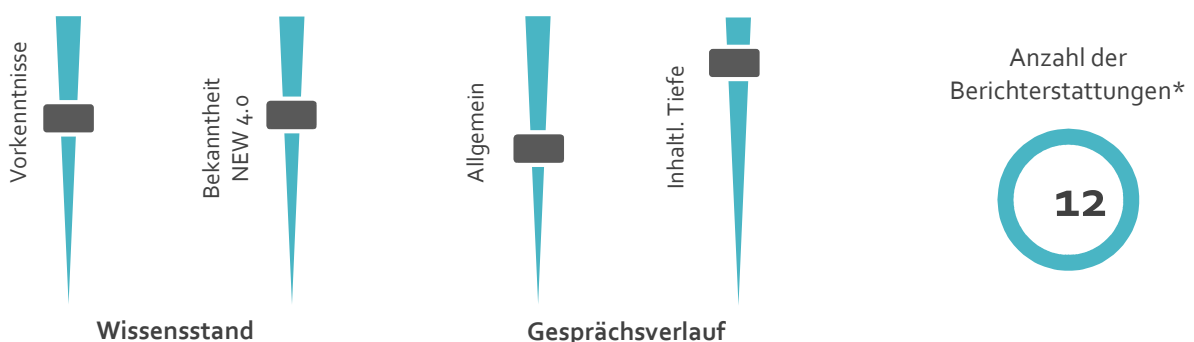
Zielgruppe

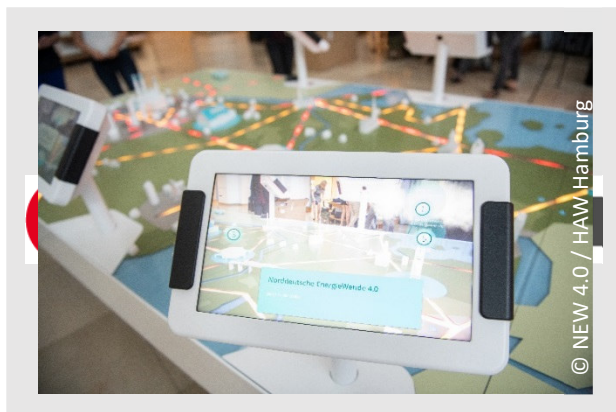
Die Festveranstaltung zielte vor allem auf **länder- und lokalpolitische Multiplikatoren** sowie auf **Medienvertreter*innen**, die den Termin stark frequentierten, ab. Der öffentliche Veranstaltungsteil richtete sich an **Anwohner*innen**, die sich an verschiedenen Stationen über die in Betrieb genommenen Anlagen informieren und mit Fachleuten austauschen konnten. Insbesondere **Interessierte an Wasserstoff-Mobilität und Brennstoffzellen-Fahrzeugen** waren zugegen.

Interesse und Stimmungsbild

Das Zusammenwirken von NEW 4.0 und seinem Projektpartner Wind2Gas führte zu einer **besonders gelungenen Station**, die den Besucher*innen einen hohen Mehrwert bot: Es wurde der Bogen zwischen NEW 4.0 als übergeordnetem Projekt und dem ganz konkreten Projektbeispiel der Wasserstoff-Elektrolyse geschlagen, die für eine **Sektorenkopplung** von immenser Wichtigkeit ist. Sowohl Multiplikator*innen und Fachbesucher*innen als auch Bürger*innen nahmen das **Angebot sehr gut an** und zeigten eine **lange Verweildauer** bei der Veranstaltung. Im Vordergrund standen dabei klar die konkreten Anlagen und weniger das Exponat, was dennoch gut frequentiert wurde.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die digitale Stele der NEW 4.0-Roadshow wurde für einen halben Monat in den **Räumlichkeiten der Hochbahn** ausgestellt. Dabei wurde die Stele nicht vom NEW 4.0-Team betreut, sondern stand lediglich im Foyer des Projektpartners aus. Somit konnten die Mitarbeiter*innen und externen Besucher*innen der Hochbahn die Stele **selbstständig nutzen und sich näher mit den Projekten von NEW 4.0 auseinandersetzen**. Die Intention der Station lag darin, eine **Aktivierung des Partnernetzwerks** zu erreichen bzw. zu erhöhen.



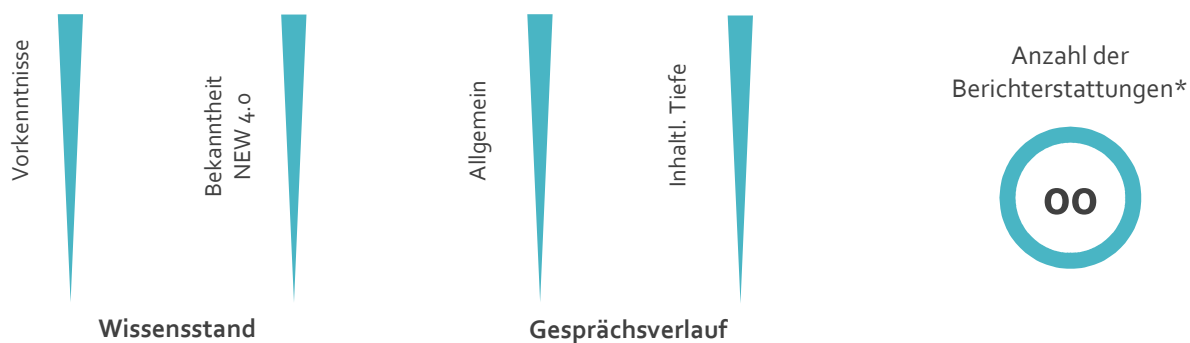
Zielgruppe

Dadurch, dass die digitale Stele im Foyer der Hochbahn ausgestellt wurde, wurden mit der Station in erster Linie die **Mitarbeiter*innen des NEW 4.0-Projektpartners „Hamburger Hochbahn AG“** angesprochen. Da die Stele im Foyer bzw. Eingangsbereich platziert wurde, wurden darüber hinaus auch **externe Besucher*innen der Hochbahn**, wie z.B. Geschäftskunden, erreicht.

Interesse und Stimmungsbild

Da die digitale Stele nicht betreut wurde, sondern ausschließlich zur **selbstständigen Benutzung** zur Verfügung stand, können **keine detaillierten Ausführungen zum Stimmungsbild** der Nutzer*innen und zum Interesse der Station gegeben werden. Die Rückmeldung der Hochbahn AG war jedoch sehr positiv, vor allem von den Mitarbeiter*innen der Hochbahn AG, die nicht aktiv am Projekt NEW 4.0 mitarbeiten.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Das NORDEN „The Nordic Arts“ Festival findet jährlich in Schleswig direkt am Strand der Schlei statt. Dort können die Besucher*innen an drei Wochenenden Musik, Kurzfilme, Lesungen und Straßentheater aus dem Norden erleben. Zudem können sie an Workshops und Vorträgen sowie an sportliche Aktivitäten teilnehmen. Thematisch liegt das Thema Nachhaltigkeit stets im Fokus. 2019 besuchten ca. 25.000 Menschen das Festival an den drei Wochenenden. An dem mittleren Wochenende machte die NEW 4.0-Roadshow mit dem Exponat Station auf dem Festival.



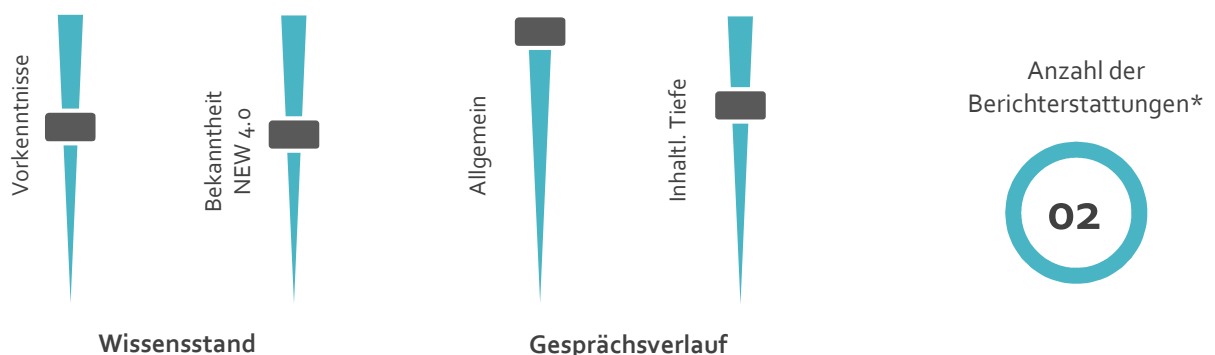
Zielgruppe

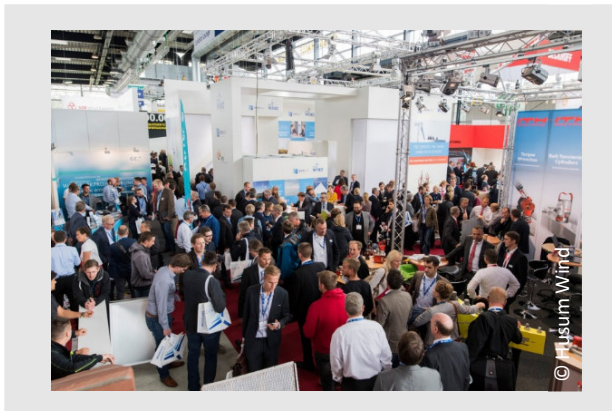
An dem mittleren Wochenende besuchten ca. 8.000 Menschen, wovon ca. 450 Personen den Roadshow-Stand erkundeten, das Festival. Vorzufinden waren vor allem Familien, LOHAS und Kulturinteressierte. Am Donnerstag fand ein „Schultag“ der ansässigen Schule statt, sodass die jüngere Zielgruppe bei dieser Station in einem besonderen Maße erreicht wurde.

Interesse und Stimmungsbild

Die Besucher*innen des Festivals waren sehr interessiert und aufgeschlossen, mehr über NEW 4.0 zu erfahren. Zwar war das Projekt weitestgehend unbekannt, aber dafür waren oftmals einzelne Teilprojekte, ohne den NEW 4.0-Bezug zu kennen, bekannt. Bei den Gesprächen stand größtenteils der Themenbereich Wasserstoff im Fokus, dessen Einsatz auch als positiv angesehen wurde. Zudem bestand großes Interesse an die Themengebiete Speichertechnologien und Netzausbau. Auch wurde sich viel über Möglichkeiten ausgetauscht, nachhaltiger agieren zu können. Neben der zahlreich geführten Gespräche wurde das Exponat auch gut von den Besucher*innen angenommen. Vor allem die Schüler*innen und Kinder hatten Freude daran, das Exponat auszuprobieren. Obwohl die Besucher*innen bereits über ein gewisses Hintergrundwissen verfügten, wurde Station 1 („Klimaschutz“) am häufigsten angeklickt und auch dort am längsten verweilt. Zudem war Station 3 (NEW 4.0) sehr beliebt, was das Interesse an das Projekt NEW 4.0 und dessen Vorhaben widerspiegelt.

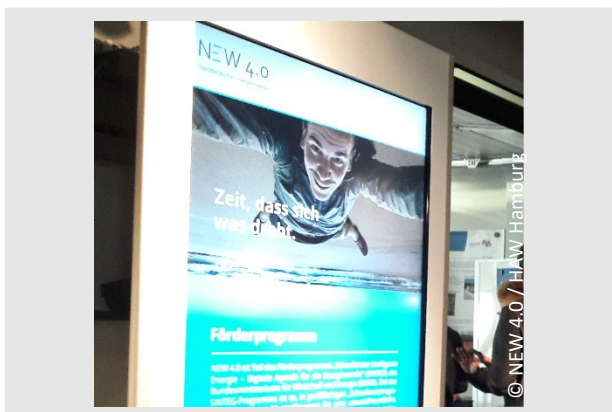
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Auf der HUSUM Wind kam im September 2019 die Stele zum Einsatz, konkret beim **Stand des Cluster Erneuerbare Energien Hamburg (EEHH)**. Die Husum Wind ist eine der größten **etablierten Branchenveranstaltungen im Norden** und die jährlich stattfindende Messe stand im Jahr 2019 unter dem Motto „**Zukunft des Windmarkts erlebbar machen**“. Vor allem die Sonderthemen Digitalisierung, Power-to-X und Post-EGG wurden bei der diesjährigen Husum Wind in den Fokus gerückt.



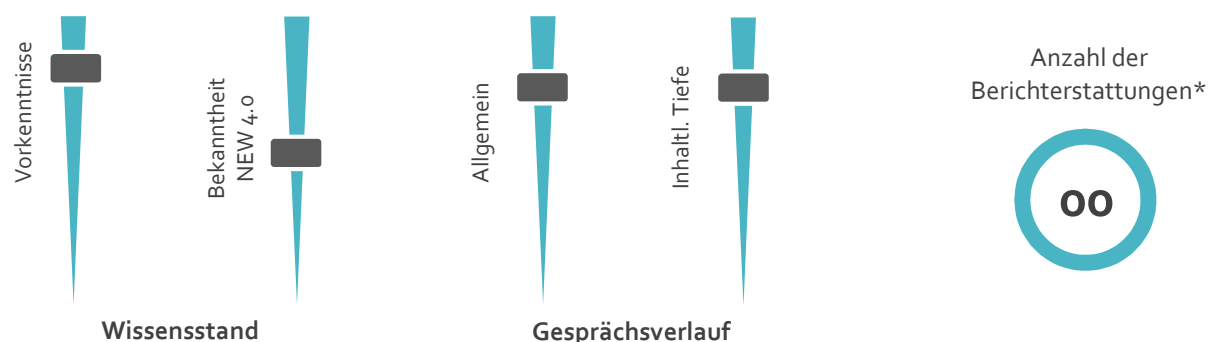
Zielgruppe

Die HUSUM Wind gilt als „**wichtigster Branchentreff des Jahres**“ des In- und europäischen Auslands. Insgesamt sind auf der HUSUM Wind Aussteller aus 25 Ländern vertreten – der internationale Anteil beträgt rund 17 Prozent. Näher spricht die HUSUM Wind **Fachkreise im Bereich der erneuerbaren Energien und Energiewende**, Vertreter*innen langjährig etablierter Unternehmen und Start-Ups an, die für einen **Fach-austausch** und zum **Netzwerken** zusammenkommen.

Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse am Projekt NEW 4.0 war groß; insbesondere auch durch den Schulterchluss am Stand des EEHH konnte die Aufmerksamkeit vieler Besucher*innen auf diverse NEW 4.0-Themen und Teilprojekte gelenkt werden. Das **Stimmungsbild** war **grundsätzlich gut** und positiv, jedoch **getrübt durch vielzählige, herausfordernde Branchenentwicklungen**, an deren Entwicklung NEW 4.0 nur bedingt einen Anteil hat. Generell wurde mit dem Großteil der Besucher*Innen am Stand interagiert und teils rege diskutiert, sodass der Fachaustausch auf beiden Seiten trotzdem bereichernd war.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Der SchulCampus der HAW Hamburg versteht sich als eine Veranstaltung, an dem sich Schüler*innen, Lehrer*innen und Eltern über die HAW Hamburg informieren können. Via **Beratungs- und Informationsangeboten und Veranstaltungen** werden Theorie und Praxis anschaulich dargestellt. Der SchulCampus im September 2019 stand unter dem Motto „Klimatag“. In diesem Rahmen wurde das Exponat der NEW 4.0-Roadshow prominent mitten im Foyer vom Berliner Tor 5 der HAW Hamburg ausgestellt.



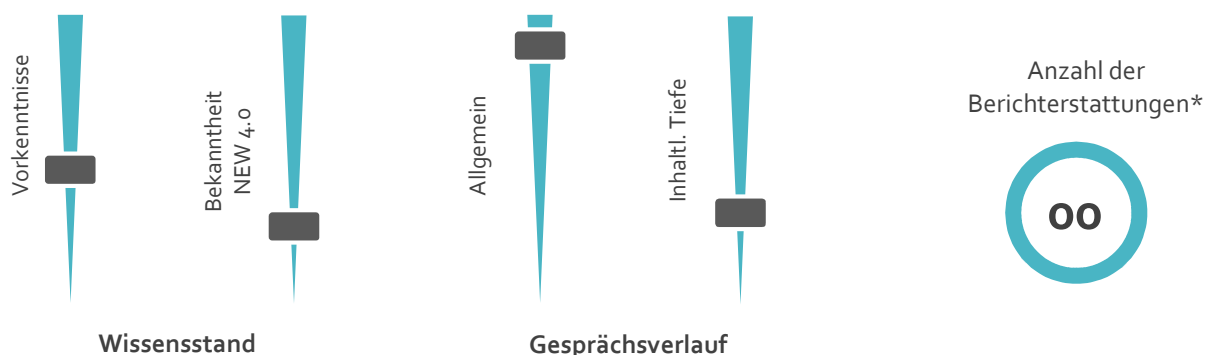
Zielgruppe

In erster Linie wurden die **Schüler*innen**, die an dem Thementag teilgenommen haben, angesprochen. Darüber hinaus wurden die **Studierenden und Mitarbeiter*innen der HAW Hamburg** erreicht, da das Exponat aufmerksamkeitsstark im Foyer platziert wurde. In den drei betreuten Stunden setzten sich in etwa **120 Personen** mit dem Exponat auseinander.

Interesse und Stimmungsbild

Die **imposante Größe des Exponats** hat die Aufmerksamkeit der vorbeilaufenden Personen im Foyer geweckt. Vor allem Mitarbeiter*innen der HAW Hamburg waren gewillt, Näheres zu NEW 4.0 zu erfahren. Die Ausführungen stießen auf Interesse, auch bei den Studierenden. Vor allem die Tatsache, dass die HAW Hamburg mit dem CC4E Projektpartner ist und die Koordination des Projektes übernimmt, wurde mit **regem Interesse und Begeisterung** aufgenommen. Die Kernzielgruppe „Schüler*innen“ war im Gespräch eher kurz angebunden, aber erkundete dafür intensiv das Exponat. Insbesondere die **AR-Technik** empfanden sie als **spannend und wirkte involvierend**. Dies spiegelt sich auch im Tracking wider, da vor allem die Spielebenen angeklickt wurden und auf diesen Ebenen auch am längsten verweilt wurden. Die fachliche Tiefe der geführten Gespräche war geringer als bei anderen Stationen, sodass überwiegend über **Allgemeines zur Energiewende** und die **Projekthintergründe von NEW 4.0** gesprochen wurde.

Evaluation

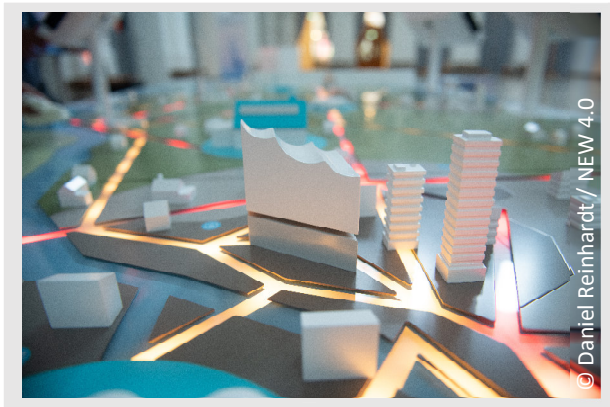


14.-23.09.2019



Veranstaltungsrahmen

Zum **Doppeljubiläum**: „125 Jahre Strom – 50 Jahre Fernwärme“ veranstalteten die Stadtwerke Flensburg am 14. September einen **Tag der offenen Tür**. Um die 180 Mitarbeiter*innen präsentierten, was sie an ihrem Arbeitsplatz für Flensburgs sichere Energieversorgung tun. Dabei wurden unter anderem **Führungen** angeboten und **Vorträge** gehalten. Auch mit dabei: die **NEW 4.0-Roashow**. Zudem stand im Anschluss das Exponat den Stadtwerken für weitere (interne) Zwecke zur Verfügung.



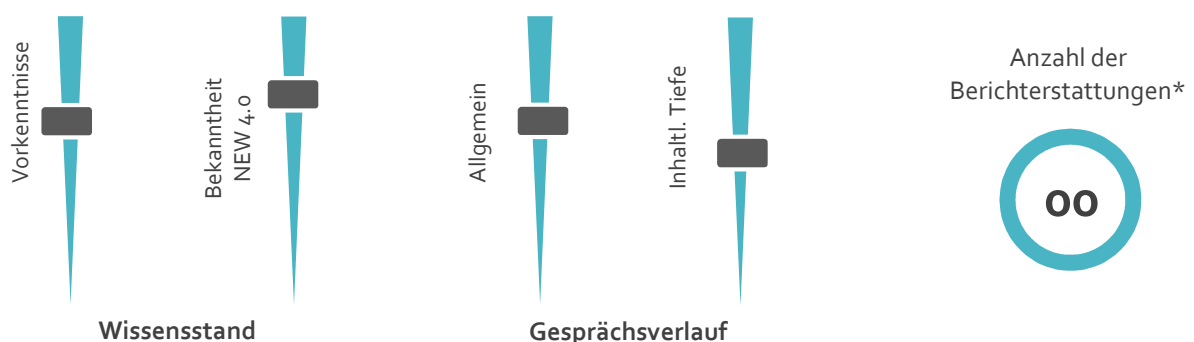
Zielgruppe

Die Zielgruppe war die **breite Öffentlichkeit der Stadt Flensburg** und die **Mitarbeiter*innen** von den Stadtwerken Flensburg. **Alle Altersgruppen** waren vertreten, vor allem Menschen mittleren und älteren Alters ebenso wie **Familien mit Kindern**. Allerdings waren Menschen in den 20ern im Verhältnis leicht unterrepräsentiert.

Interesse und Stimmungsbild

Das **Interesse** an NEW 4.0 und der Energiewende war **recht groß**. Obwohl das Exponat im Gebäude nicht optimal platziert war, waren **dauerhaft Besucher*innen am Exponat**. Die Vorkenntnisse waren recht divers, aber das Interesse an weiteren Projektinformationen bzw. einem Austausch zur Energiewende recht hoch, sodass **viele Gespräche geführt** werden konnten. Durchschnittlich verbrachten die Besucher 12,5 Minuten am Stand; im Gespräch wurden vor allem die Themen: Rolle des Nordens sowie die Technologien Sektorenkopplung und Wasserstoff thematisiert. Am Exponat verweilten die Besucher*innen am längsten bei Station 1, bei der der Besucher*in generelle Informationen zum Thema Energiewende erhält. Insgesamt wurden 161 Kommunikationsmaterialien (insbesondere der NEW 4.0-Flyer) von den Besucher*innen mitgenommen, was auf Interesse, sich auch weiterhin mit dem Thema auseinanderzusetzen, hindeutet.

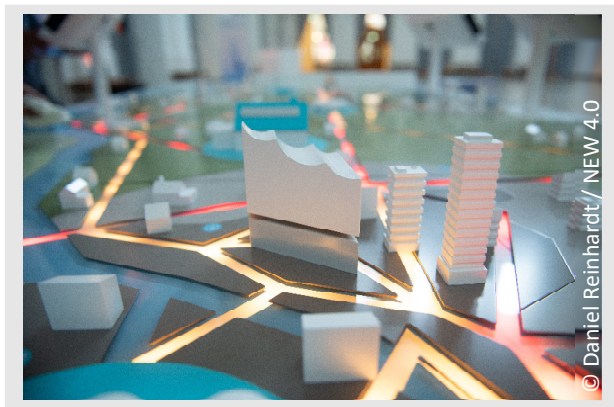
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Auf Initiative eines Neumünsteraner Bürgers wurde der Kontakt zum Bürgermeisterbüro im Rathaus aufgenommen und die Veranstaltung *à la* „Roadshow macht in Neumünster Station“ geplant, mit vielen weiteren internen und externen Stationen. Das Team im Bürgermeisterbüro wurde dabei unterstützt durch den Klimaschatzmanager und weitere Verwaltungseinheiten. Den Auftakt bildete eine *Eröffnungsveranstaltung mit einem Pressetermin*, zeitlich abgestimmt mit lokalpolitischen Sitzungen.



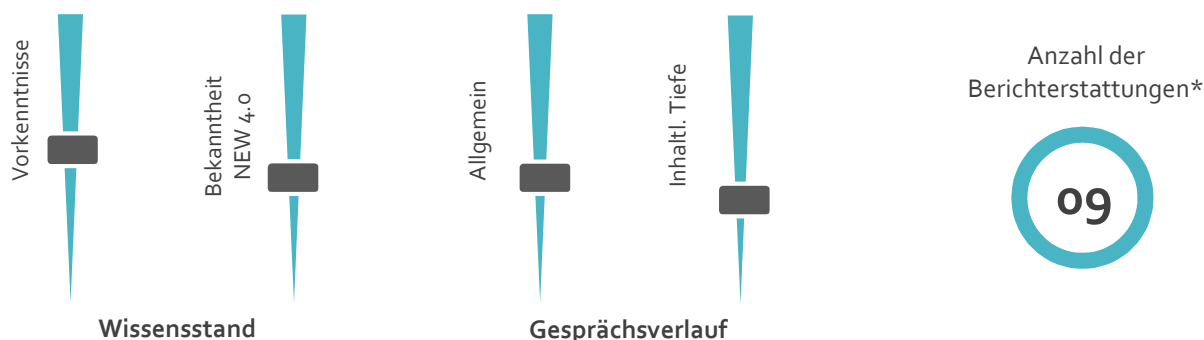
Zielgruppe

Die Zielgruppenansprache wurde bewusst sehr breit gefasst: *Bürger*innen* wurden mittels Medienarbeit bzw. Veranstaltungshinweisen und *Unternehmerkreise & Co.* durch persönliche Ansprache zu den abendlichen Themen-Veranstaltungen eingeladen, bei denen die Roadshow integraler Bestandteil war. Zudem wurden die *Mitarbeiter*innen* des Rathauses informiert und zu internen Events *à la* Lunch-Lecture eingeladen. Darüber hinaus wurden vorab regionale Schulen zu separaten *Schulterminen* eingeladen.

Interesse und Stimmungsbild

Die Ausstellung wurde zum überwiegenden Teil vom Rathaus-Team betreut; die Auftaktveranstaltung und Schultermine wurden vom Roadshow-Team begleitet. Die durchgeführten *Schultermine* waren – erwartungs- und erfahrungsgemäß – recht *divers in Bezug auf das vorliegende Interesses der Schüler*innen sowie die Intensität der geführten Gespräche*. Wenngleich nicht alle Events sehr gut besucht waren, ist insbesondere auch die Kommunikationsarbeit seitens des involvierten Rathaus-Teams im Vorwege der Veranstaltung sowie die gezielte Ansprache aller Stakeholder im Neumünsteraner Raum hervorzuheben, da sie ebenso wie der direkte Kontakt auf den Projekterfolg einzahlt.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Unter dem Motto „Mut verbindet“ standen die offiziellen Feierlichkeiten zum **Tag der Deutschen Einheit**, die am 2. und 3. Oktober 2019 entlang der Kiellinie stattgefunden haben. Im Rahmen der Feierlichkeiten wurde den Besucher*innen einiges geboten: eine feierliche Gedenkfeier, Feuerwerk, Infostände und vieles mehr. Auch die NEW 4.0-Roadshow machte Station bei den Feierlichkeiten und präsentierte sich im **Schleswig-Holsteinischen Länderzelt vor dem Kieler Landtag**. Zudem nahm NEW 4.0-Projektkoordinator Prof. Dr. Werner Beba an einer Schüler*innen-Podiumsdiskussion mit Minister-Buchholz teil.



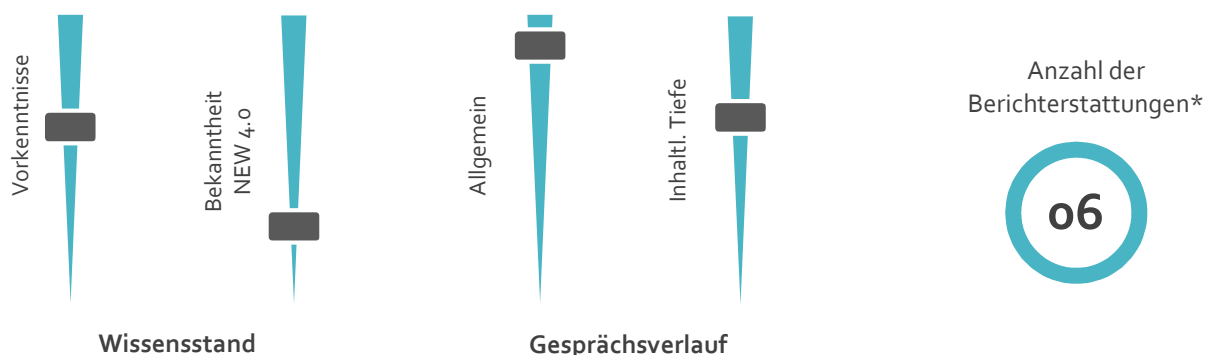
Zielgruppe

Insgesamt besuchten Hunderttausende die Feierlichkeiten zum Tag der deutschen Einheit. Vorzufinden war ein **bunt gemischtes Publikum** über alle Altersklassen hinweg. Mehr als **800 Personen** erkundeten den NEW 4.0-Roadshow-Stand. Der **Wissensstand** der Besucher*innen **variierte dabei teils stark** – von Personen ohne bisherigen Bezug zu erneuerbaren Energien über „Machern“ oder auch Gegnern war alles dabei.

Interesse und Stimmungsbild

Ähnlich wie beim Sommer des Wissens 2019 war auch hier ein **großes Laufpublikum** vorhanden. Durch die Masse an Menschen waren die **Hemmungen** an das Exponat zu treten **deutlich geringer** als bei anderen Stationen. Der Großteil der Besucher*innen erkundete das Exponat eigenständig ohne Interaktion mit den Standbetreuenden. Das Exponat kam sehr gut an, vor allem auch bei Kindern. Die Besucher*innen waren sehr daran interessiert, sich durchzuklicken und zu informieren. Nichtsdestotrotz war die **Verweildauer dreimal so lang** mit denjenigen, die in ein Gespräch mit den Betreuenden geführt haben. Auffällig war, dass reges Interesse an der Technologie **Wasserstoff** bestand, die von den Besucher*innen auch als sehr positiv gewertet wurde. Ein Viertel der Standbesucher*innen haben **Kommunikationsmaterialien** mitgenommen, das auf nachhaltiges Interesse hindeutet. Somit kann auf ein **gewisses Involvement** der Besucher*innen geschlossen werden.

Evaluation



04.-18.10.2019



Veranstaltungsrahmen

Anlässlich der Debatte zum Klimaschutz machte die NEW 4.0-Roadshow im Oktober 2019 im Kieler Gewerkschaftshaus Station. Ausgestellt wurden das Exponat und die digitale Stele im Rahmen einer **zweiwöchigen Dauerausstellung** im Foyer der DGB-Hauptzentrale bzw. im Haus der Gewerkschaften. Die Ausstellung wurde feierlich mit einem **Presstetermin** eröffnet und konnte im Anschluss zwei Wochen lang vom interessierten Besucher*in erkundet werden. Darüber hinaus fanden neben der Eröffnung noch drei weitere Presstetermine statt.



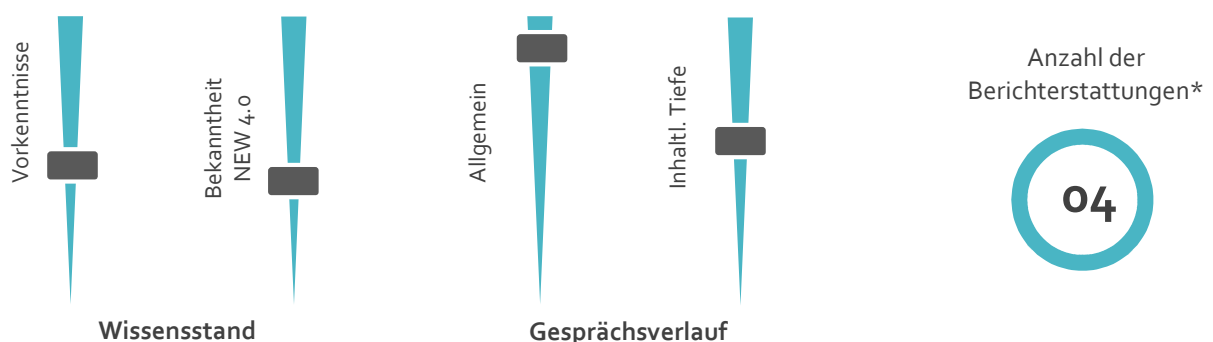
Zielgruppe

Während der Presstetermine wurden in etwa **40 Personen** erreicht. Bei den Terminen waren **Medienvertreter und Multiplikatoren** anwesend. Zudem wurde die **breite Bevölkerung** von Kiel erreicht, die die Roadshow kostenfrei im Haus der Gewerkschaften besuchen konnte. Da die Station nur zum Teil vom Roadshow-Team betreut wurde, sind weitere Ausführungen zur Zielgruppe an dieser Stelle nicht möglich.

Interesse und Stimmungsbild

Die zweiwöchige Ausstellung in der DGB Hauptzentrale wurde nur **zum Teil** und zwar während der Presstetermine **betreut**. Die Teilnehmer*innen der Presstetermine besaßen **reges Interesse** an den Ausführungen zur Energiewende und am Exponat an sich. Insgesamt wurde knapp 2.000 Mal während der Dauerausstellung auf dem Exponat herumgeklickt (Impressions). Dabei wirkten die **inhaltlichen Ausführungen zu NEW 4.0** (Station 3) und „**Teil der Energiewende**“ (Station 6) bei den Besucher*innen am stärksten **involvierend**. Allerdings bestand weit aus höheres Interesse daran, die **Spielebenen** „Windräder wachsen lassen“ (Station 2) und „Digitalisierung“ (Station 3) auszuprobieren. Dies wird dadurch deutlich, dass die Spielebenen häufiger angeklickt wurden als die Textebenen des Exponats. Dadurch konnte den Besucher*innen die 50-Hertz-Problematik (Station 2) und die Bedeutung der Digitalisierung im Rahmen der Energiewende veranschaulicht werden. Unabhängig der Ebenen war **Station 1** am beliebtesten, was zeigt, dass die Besucher*innen gewillt sind, mehr über die **Hintergründe und Beweggründe der Energiewende** zu erfahren.

Evaluation



28.10.-8.11.2019



Veranstaltungsrahmen

Bei dieser Roadshow Station trafen die alte und neue Energiewelt auf einander: im Schulungs- und Informationszentrum des 2011 stillgelegten Kernkraftwerkes Krümmel traf sich der Treffpunkt Krümmel, veranstaltet durch den NEW 4.0-Partner Vattenfall. Kernkraftleiter Torsten Fricke informierte über aktuelle und künftige Vorhaben und über den Stand des Rückbaues des Kernkraftwerkes. Zudem informierte Prof. Dr. Beba vor ca. 100 Gästen über NEW 4.0. Initiiert wurde die Station durch den Leiter des Schulungs- und Informationszentrums.



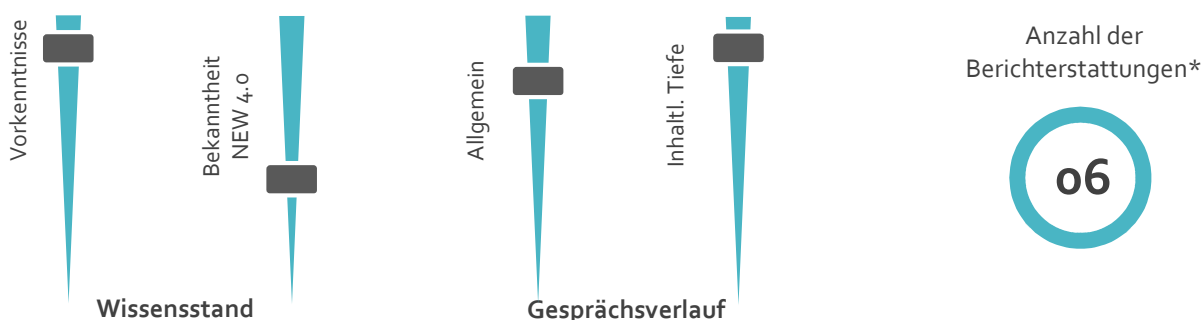
Zielgruppe

Die Zielgruppe bestand aus interessierten Anwohner*innen und Interessengruppen aus dem Umkreis. Im Anschluss an die Informationsveranstaltung stand das Exponat öffentlich zugänglich 13 Tage im Informationszentrum. Genutzt wurde das Angebot insbesondere von acht Schulklassen der Albinus-Schule aus Lauenburg, die anhand des Exponats über die Herausforderungen und Lösungen der Energiewende informiert wurden. Im Vorwege erfolgte dazu eine gezielte Ansprache von Schulen und Lehrkräften.

Interesse und Stimmungsbild

Am Informationsabend waren Mitarbeitende von NEW 4.0 vor Ort, in der weiteren Ausstellungszeit wurde das Exponat von Vattenfall-Kommunikationsreferent Dr. Karsten Wulff betreut und insbesondere Schulklassen vorgestellt. Laut Dr. Wulff war das Feedback positiv und die Schüler*innen sehr interessiert daran, zu erfahren, wie ein zukünftiges Energiesystem aussehen kann. Bei der Auftaktveranstaltung bestand die Zielgruppe hauptsächlich aus Anwohner*innen und Interessenten. Der Altersdurchschnitt lag bei über 50 Jahren. Aufgrund von Atomkraftgegnern und Energiewendeskeptikern kam es zu einem regen und niveaivollem Austausch auf Augenhöhe, bei dem sich über die neuesten Erkenntnisse und Forschungsstände ausgetauscht wurde.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die **Hochschultage** der HAW Hamburg finden **jährlich** im November statt und bieten Studieninteressierten die Gelegenheit, sich vor Ort über das vielfältige Studienangebot zu informieren. Schüler*innen sind eingeladen, sich in zentralen Einführungen, Vorträgen, Werkstattgesprächen, bei Laborbesuchen und -demonstrationen einen umfassenden Eindruck von den **Studienmöglichkeiten an der Hochschule** zu verschaffen. In diesem Rahmen wurde 2019 im Foyer auch das **Exponat** ausgestellt.



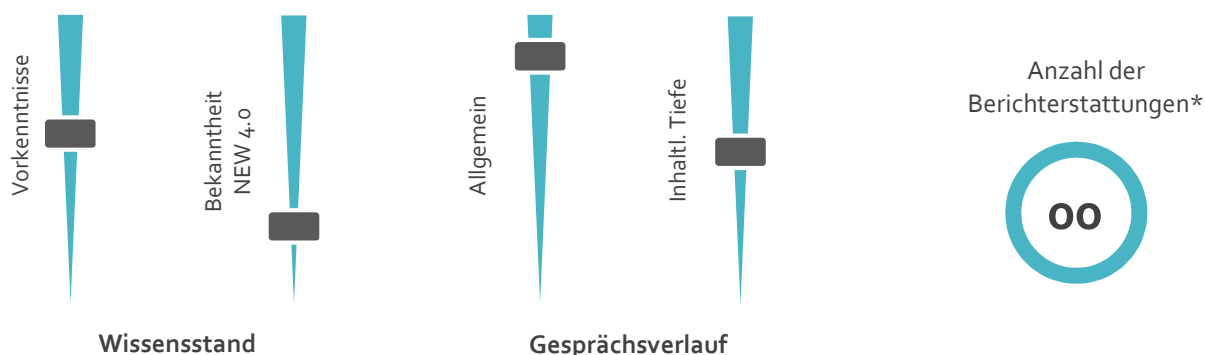
Zielgruppe

Auch wenn die Veranstaltung vordergründig an (Oberstufen-)Schüler*innen gerichtet war, wurden aufgrund der prominenten Platzierung des Exponats auch **viele Studierende** verschiedener Fachrichtungen und Professor*innen an die NEW 4.0-Station gelockt. Insgesamt haben um die **500-600 Menschen** den Roadshow-Stand erkundet.

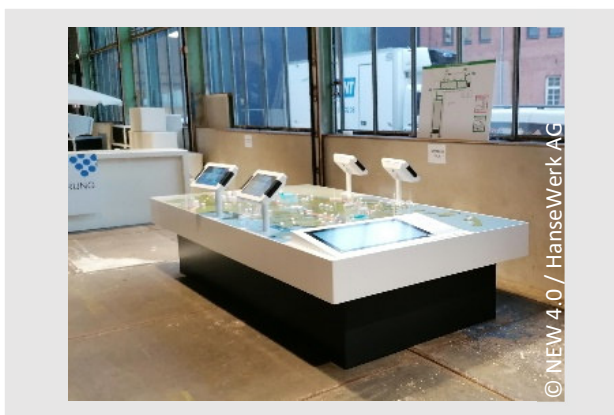
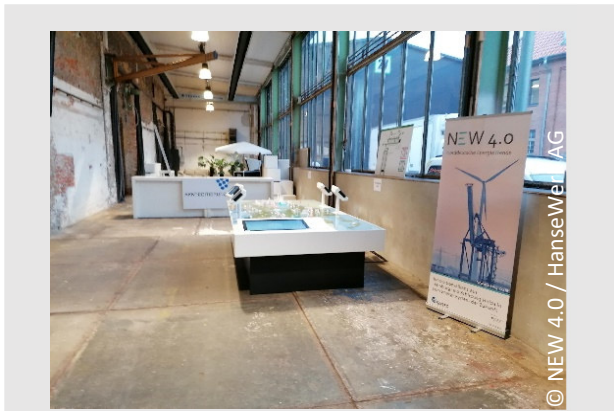
Interesse und Stimmungsbild

Es wurde lediglich mit der Hälfte der Standbesucher*innen interagiert, das unter anderem daran lag, dass die Station nicht komplett betreut wurde. Zudem wollten vor allem die Schüler*innen **eigenständig das Exponat** bzw. die AR-Technik erkunden. Die betreuenden **Lehrkräfte** hingegen waren sehr daran interessiert, ins Gespräch zu treten. Somit wurde die Station auch dazu genutzt, **Akquise für mögliche weitere Stationen** zu betreiben. Oftmals herrschte bei den **Studierenden** zudem konkretes Interesse an einer möglichen **Mitarbeit oder auch Abschlussarbeit** vor. Passend dazu wurde am häufigsten die **Schaffung von Arbeitsplätzen** durch die Energiewende thematisiert. Weitere Themenschwerpunkte waren die **Rolle des Nordens, Flexibilisierung und die Technologie Sektorenkopplung**. Insgesamt waren die Besucher*innen sehr interessiert und positiv gestimmt. Insbesondere die **Professor*innen** befürworteten, dass die HAW Hamburg mit dem CC4E Projektpartner eines derartigen Projektes ist, auch wenn sie das Projekt zuvor größtenteils nicht kannten.

Evaluation



21.11.2019



Veranstaltungsrahmen

Die regelmäßig stattfindende Betriebsversammlung für die Mitarbeiter*innen der HanseWerk AG, die NEW 4.0-Projektpartner ist, wird unter anderem dafür veranstaltet, um den Mitarbeiter*innen aktuelle Projekte von HanseWerk vorzustellen. In diesem Zuge wurde die Betriebsversammlung im November 2019 dazu genutzt, um mit der NEW 4.0-Roadshow dort Station zu machen und Näheres zum Projekt zu erläutern.

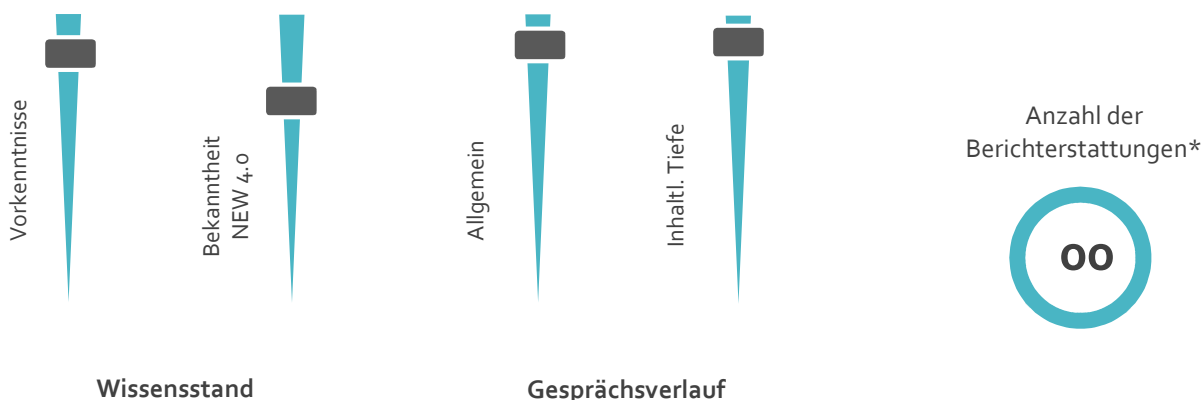
Zielgruppe

Bei der Station handelte es sich um eine interne Veranstaltung des Projektpartners HanseWerk. Daher wurden durch diese Station explizit die Mitarbeiter*innen von HanseWerk, das heißt Fachpublikum, erreicht. Die Anzahl der Teilnehmer*innen der Betriebsversammlung lag bei um die 1.200-1.500 Personen.

Interesse und Stimmungsbild

Die Roadshow-Station wurde in den Pausen der Veranstaltung durch NEW 4.0-Projektmitarbeiter*innen von HanseWerk betreut. Durch das imposante Erscheinungsbild des Exponats fungierte der Roadshow-Stand in den Pausen in erster Linie als Magnetpunkt für die Mitarbeiter*innen. Zudem bot das Exponat Anhaltspunkte für Gespräche. Das Exponat wurde zwar weniger genutzt, aber dafür konnten dadurch viele intensive Gespräche, teils rege Diskussionen, zu NEW 4.0 und zur Thematik allgemein angeregt werden. Vor allem Nicht-Projektmitarbeiter*innen von HanseWerk zeigten dabei reges Interesse und Begeisterung für das Projekt, sodass Personen erreicht werden konnten, bei denen das Projekt NEW 4.0 noch nicht in den Köpfen verankert war.

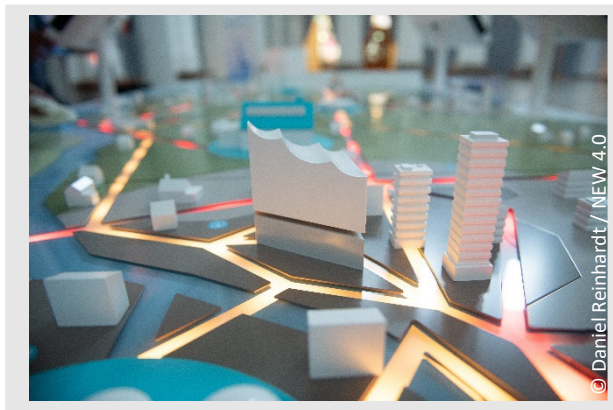
Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Das jährlich stattfindende Future Energies Science Match veranstaltet der **Tagesspiegel in Kooperation mit dem Land Schleswig-Holstein** und dient der Vernetzung von Wissenschaft, Wirtschaft, Start-Ups, Medien, Nachwuchskräfte und gesellschaftlichen Akteur*innen. 2019 **präsentierten 93 Sprecher*innen Lösungsvorschläge für die Energiewende**. Unter anderem wurde NEW 4.0 als ein Best Practice Beispiel vorgestellt und war Bestandteil einer **Podiumsdiskussion** zum Thema Akzeptanz. Zudem war auch die NEW 4.0 Roadshow mit dem **Exponat** vertreten.



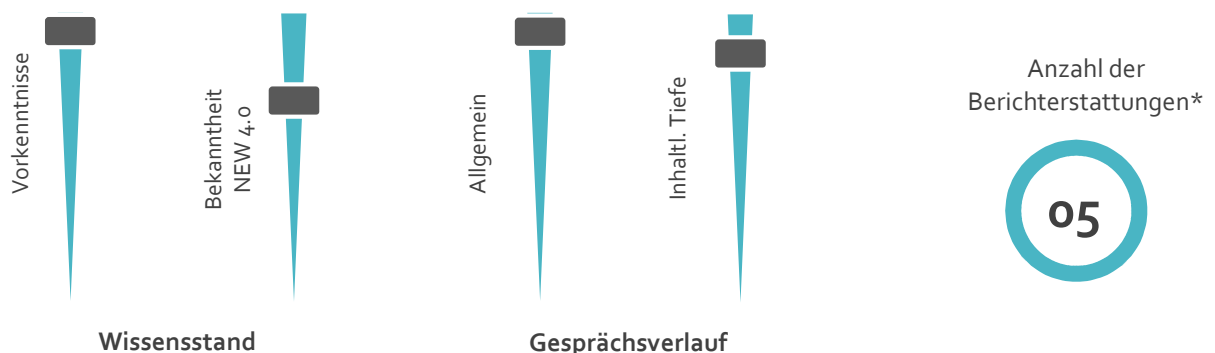
Zielgruppe

Die ans **Fachpublikum, Politiker*innen und Medienvertreter*innen** gerichtete Veranstaltung besuchten mehr als **800 Personen**. Vor allem zu Beginn der Veranstaltung waren Medienvertreter*innen und auch Politiker*innen wie Wirtschaftsminister Dr. Bernd Buchholz, Wissenschaftsministerin Karin Prien und Energieminister Jan Philipp Albrecht vor Ort. Somit wurden bei der Veranstaltung größtenteils **„Macher“ bzw. Meinungsbildner bzw. Multiplikatoren** erreicht.

Interesse und Stimmungsbild

Aufgrund der Zielgruppe der Veranstaltung verfügten die Besucher*innen bereits über tiefgründiges Hintergrundwissen zum Thema erneuerbare Energien und es lag eine **positive Grundstimmung** vor. Zudem wurden viele Fachgespräche und auch Diskussionen zur Thematik geführt. In den Gesprächen wurden vor allem die Rolle des Nordens, Sektorenkopplung und Wasserstoff-Technologie thematisiert. Aufgrund des Branchenumfeldes und dessen, dass auch viele Projektpartner anwesend waren, war das **Projekt NEW 4.0** bei dieser Station bereits überdurchschnittlich **hoch bekannt**. Auch bestand bereits oft Wissen über konkrete NEW 4.0-Teilprojekte. Darüber hinaus konnten bei der Veranstaltung einige Kontakte geknüpft und bestehende Kontakte gepflegt werden. Dadurch, dass die Veranstaltung zur Vernetzung diente, lag das Interesse der Besucher*innen insbesondere **im direkten Austausch**. Daher wurden zwar viele Besucher*innen zum NEW 4.0-Roadshow-Stand gelockt, aber das Exponat eher weniger genutzt.

Evaluation

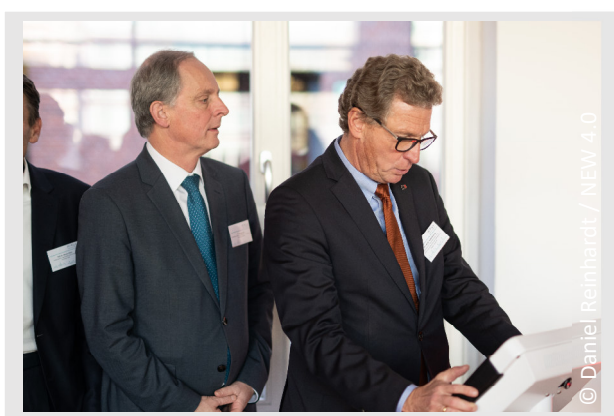


19.12.2019



Veranstaltungsrahmen

Anlässlich des NEW 4.0-Konsortialtreffens kamen Ende Dezember 2019 die **Geschäftsführer*innen der Projektpartner und Politiker*innen** zusammen, um sich über die neusten NEW 4.0-Projektentwicklungen auszutauschen. Neben einer Vortragsreihe wurden Podiumsdiskussionen geführt. Abgerundet wurde die Veranstaltung mit einem Get-together. Wie bei den vorherigen Konsortialtreffen, machte die Roadshow erneut Station beim Treffen. Diesmal fungierte das Exponat in erster Linie als „**Eyecatcher**“ und stand im Rahmen des Pressetermins im Mittelpunkt.



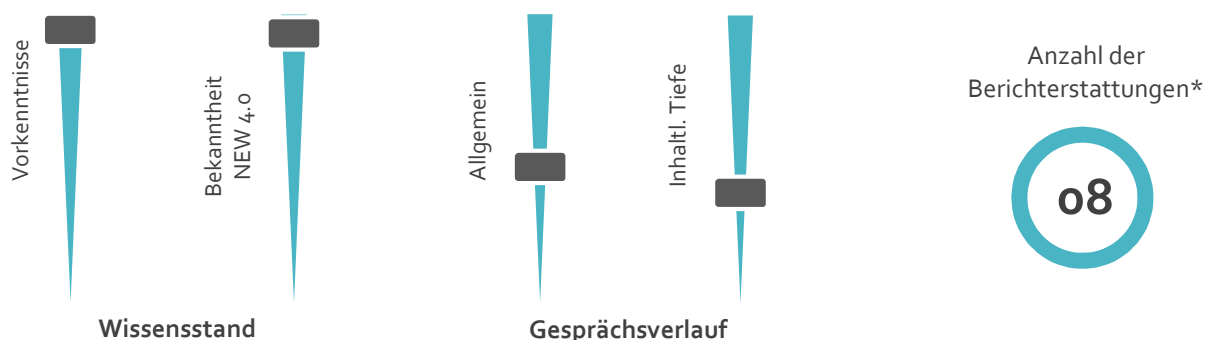
Zielgruppe

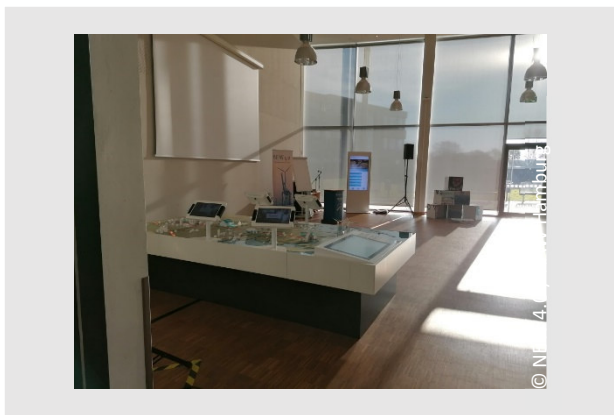
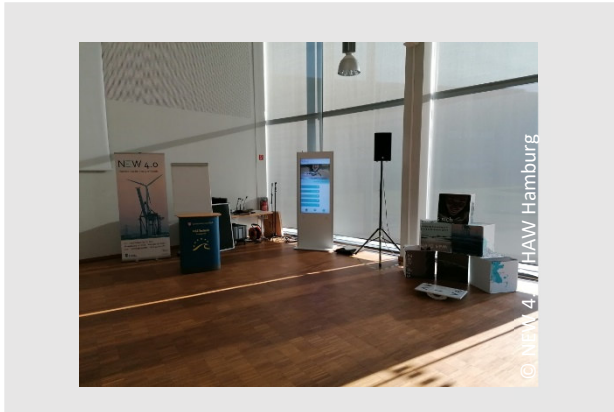
Unter den Teilnehmer*innen des Konsortialtreffens waren Mitarbeiter*innen der **Projektpartner, Politiker*innen und Pressevertreter*innen** vertreten. Insgesamt waren in etwa 100 Gäste vor Ort. Somit richtete sich die Veranstaltung an ein **Fachpublikum**, das bereits über tiefgründiges Fachwissen zu erneuerbaren Energien verfügt sowie das Projekt NEW 4.0 und dessen Bestrebungen bereits kennt.

Interesse und Stimmungsbild

Bei dem Konsortialtreffen wurden **kaum Gespräche** im Rahmen der Roadshow geführt. Auch wurde weder das Exponat noch die digitale Stele aktiv, außer vereinzelt, genutzt. Allerdings wurde das Exponat im Veranstaltungsraum sehr prominent platziert, sodass es von den Teilnehmer*innen, zumindest unterbewusst in den Köpfen, wie eine Art **NEW 4.0-Key Visual**, verankert werden konnte. Zudem fungierte das Exponat bei den Medienvertreter*innen, vor allem während des Pressetermins mit den anwesenden Politiker*innen, als **Fotomotiv**. Somit bot die Station einen **merklichen Mehrwert für die Nachberichtserstattung**, da das Exponat ein unverkennbares und einprägsames Motiv ist. Dadurch lässt sich „das Projekt NEW 4.0“ leichter im Unterbewusstsein bzw. im Mindset der Leser*innen platzieren.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Das Regionale Berufsbildungszentrum (RBZ) Technik in Kiel hat im Rahmen eines sogenannten „Drei-Fächer-Projektes“ die Ausstellung von NEW 4.0 beherbergt. Begleitet durch Fachvorträge des NEW 4.0 Roadshow-Teams hatten die Schüler*innen Gelegenheit, einen Einblick in das Energiesystem der Zukunft zu bekommen und zu diskutieren. Die Erkenntnisse sind dann in konkreten Projekten der Schüler*innen im Rahmen einer Projektwoche genutzt worden.

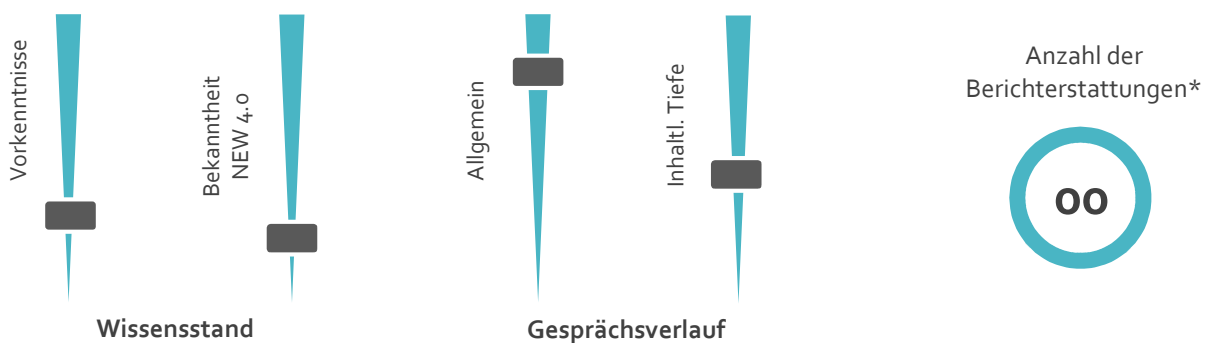
Zielgruppe

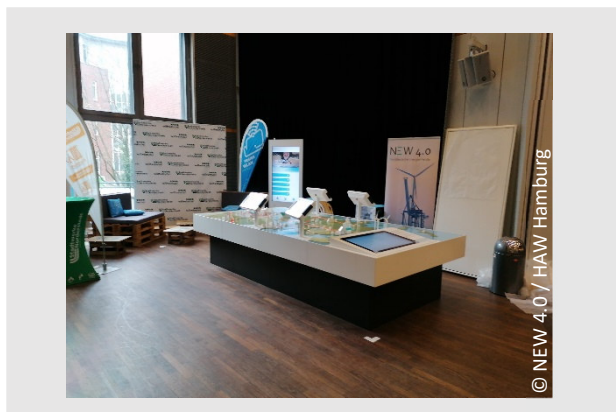
Die Veranstaltung wurde für die Schüler*innen ausgerichtet. Als Berufsschule und Berufsgymnasium schloss das RBZ Technik Kiel Schüler*innen der Mittel- und Oberstufe ein. Aber auch die anwesenden Lehrer*innen nutzten die Gelegenheit, sich zu informieren. Somit konnten sie als Multiplikator*innen für NEW 4.0 gewonnen werden.

Interesse und Stimmungsbild

Insgesamt konnten elf Klassen Vorträge des NEW 4.0 Roadshow Teams mit anschließender Besichtigung der Ausstellung in Anspruch nehmen. An zwei weiteren Tagen konnten Lehrer*innen die Ausstellung ohne fachliche Begleitung nutzen. Hierzu gab es am ersten Tag der Ausstellung eine Fortbildung für die Lehrkräfte. Die Schüler*innen waren diskutierfreudig und haben das zugehörige Quiz vollständig bearbeitet. Während der Ausstellungsbesichtigung war auch Zeit für intensivere Einzelgespräche. Das Exponat wurde von den meisten Schüler*innen mit Begeisterung angenommen und überwiegend eigenständig genutzt.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die Immobilienmesse „Rund ums Haus“ ist eine Veranstaltung mit Dienstleister*innen aus der Region zum Thema **Bauen, Modernisierung und Renovierung**. Einer der Aussteller*innen waren die Stadtwerke Norderstedt, Projektpartner von NEW 4.0. Durch die Platzierung der beiden Informationsstände nebeneinander, konnten Synergien gehoben werden und Besucher*innen umfassend informiert werden.



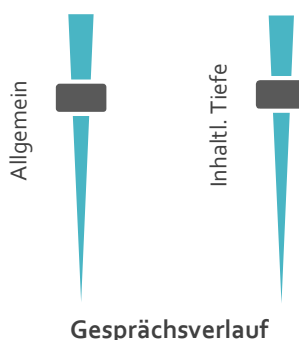
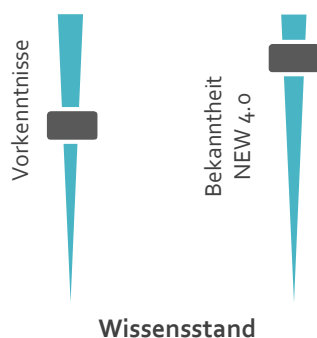
Zielgruppe

Die Messe richtet sich an **Privatpersonen** aus der Region Norderstedt. Im Fokus stehen dabei Personen, die sich mit **Neubau oder Renovierung eines Eigenheims** beschäftigen. Dabei war auch besonders das „ältere Publikum“ bzw. die Zielgruppe „Rentner*innen“ vertreten, die über die Messe „flanierten“. Insgesamt waren etwa **8.000 Besucher*innen** am Wochenende auf der Messe.

Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse an NEW 4.0 wurde durch die **lokale Präsenz der Stadtwerken Norderstedt** deutlich gesteigert. Das Teilprojekt der Stadtwerke „Implementierung eines dynamischen Tarifmodells für Haushaltskunden“ hatte durch die Akquise der Testkunden bereits eine breite **Bekanntheit in der Region** und es gab viele Nachfragen zu dem konkreten Projekt. Dies konnte als **Anknüpfungspunkt für weiterführende Gespräche** zum Gesamtprojekt NEW 4.0 genutzt werden. Das Stimmungsbild war überwiegend positiv und interessiert. Viele äußerten sich begeistert zum Teilprojekt von den Stadtwerken Norderstedt, sodass sie auch sehr an weitere Projektthemen von NEW 4.0 interessiert waren. Vereinzelt gab es auch kritische Stimmen zur Energiewende, denen man im „offenen“ Gespräch begegnen konnte.

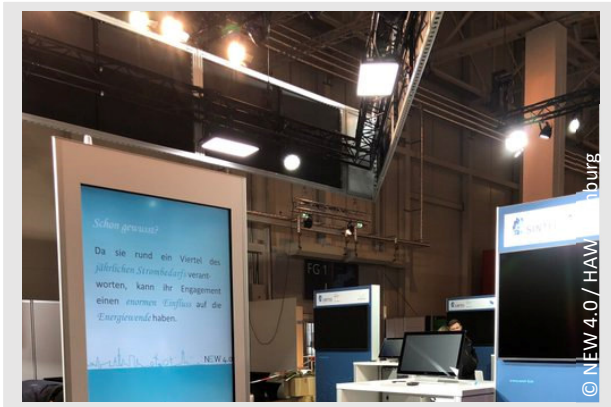
Evaluation



Anzahl der Berichterstattungen*

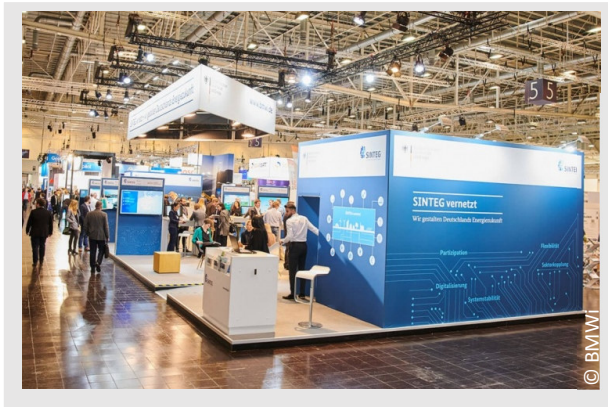


11.-13.02.2020



Veranstaltungsrahmen

Die internationale Fachmesse E-world energy+water ist der **Branchentreffpunkt** der europäischen Energiewirtschaft. Als Informationsplattform für die Energiebranche versammelt die E-world jährlich internationale Entscheider*innen in Essen. Die Messe fand auch im Jahr 2020 wieder im **Beisein der fünf SINTEG-Schaufenster** statt, die einen gemeinsamen Messestand bestückten, geplant vom Fördermittelgeber BMWi. Hier kam die NEW 4.0-Infosteile mit Touch-Bildschirm zum Einsatz.



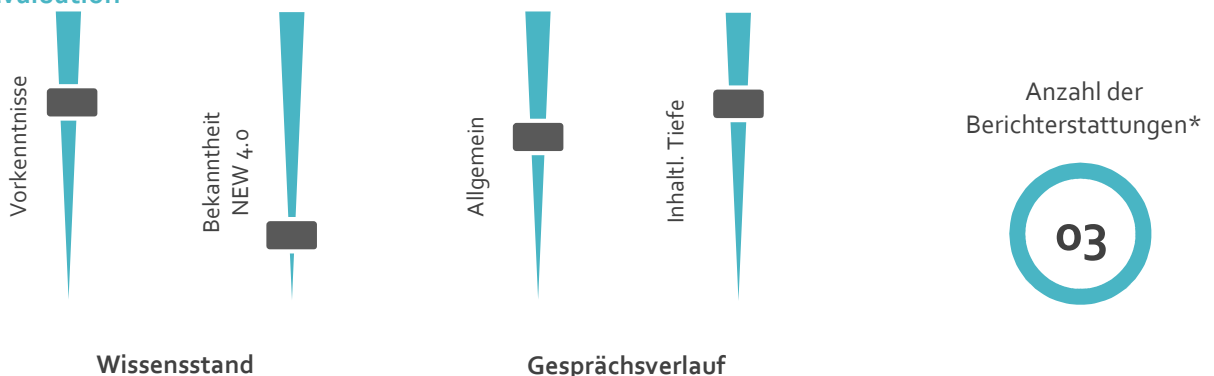
Zielgruppe

Auf der e-World kommen vor allem **Branchenakteur*innen und Entscheider*innen** aus der Energiewirtschaft zusammen. So richtete sich auch der gemeinsame SINTEG-Stand vor allem an Energieexpert*innen und Messebesucher*innen **mit Fachhintergrund**. Gleichzeitig diente der Messestand dem Austausch der Schau fenster-Mitarbeiter*innen und wurde für Fachgespräche mit Medienvertreter*innen und der SINTEG-Begleitforschung genutzt.

Interesse und Stimmungsbild

Der SINTEG-Stand war in 2019 deutlich höher frequentiert als im vergangenen Jahr. Auffällig war die **lange Verweildauer** der Besucher*innen, die sich zu verschiedenen Schau fenstern informierten, und die tiefe der Fachgespräche. Die NEW 4.0-**Stele wurde im Vorwege** noch einmal **aufgearbeitet**, um plakativer dazu zu animieren, sie aktiv auszuprobieren – **mit Erfolg**. Vor allem kam die Stele aber zum **Untermalen der Fachgespräche** durch die NEW 4.0-Standbetreuer*innen zum Einsatz. Die auf der Stele neu dargestellten Projektergebnisse wurden positiv wahrgenommen und bildeten einen guten Gesprächsanlass. Positiv hervorzuheben ist auch das begleitende Rahmenprogramm der Messe: die von SINTEG angebotenen Fachforen wurden gut besucht, insbesondere das Akzeptanz- und Partizipationsforum, auf dem Isabel Guzic aktuelle Ergebnisse aus der NEW 4.0-Akzeptanzforschung und deren Einwirken auf die Gestaltung der NEW 4.0-Roadshow vorstellte.

Evaluation



*Earned (Online, Print, TV, Social Media) und Owned (Facebook, Twitter, Website, PM)



Veranstaltungsrahmen

Zur Erreichung der jungen Zielgruppe „Schüler*innen“ wurde das Roadshow-Konzept seit Beginn 2019 um ein **Schulformat** erweitert. In diesem Zuge finden an Schulen klassenweise Schultermine statt, bei dem zunächst NEW 4.0-Mitarbeiter*innen eine **Präsentation mit anschließender Diskussion** halten. Danach wird den Klassen das **Exponat vorgestellt**, woraufhin die Schüler*innen Zeit bekommen, das **Exponat eigenständig zu erkunden**. Abgerundet wird das Schulformat mit einem **Quiz**, das gruppenweise auszufüllen ist und abschließend im Plenum besprochen wird.



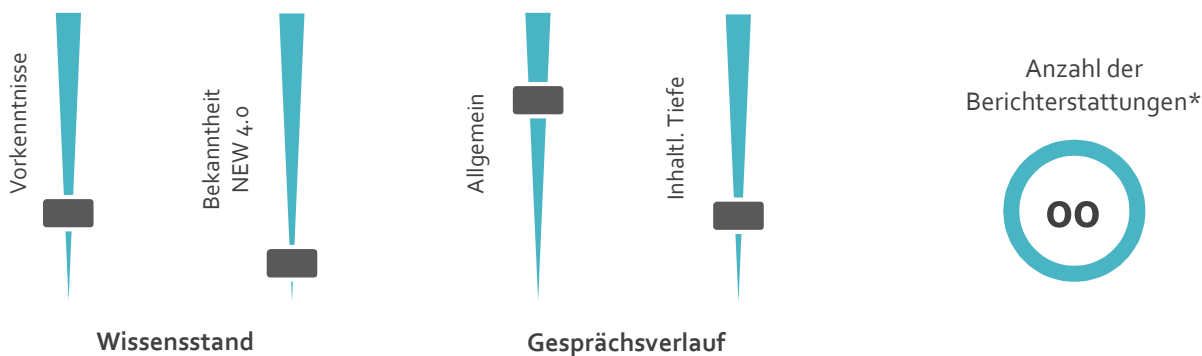
Zielgruppe

An der Gemeinschaftsschule „Hohe Geest“ wurden insgesamt **elf Schultermine** in drei Tagen durchgeführt. Die Klassenstufen lagen dabei zwischen der **achten und elften Klasse**. Jeweils wurde den Schüler*innen die Energiewende in 90 Minuten nähergebracht, sodass insgesamt **ca. 180 Schüler*innen** erreicht wurden. Zusätzlich fand auch ein **Lehrkraft-Termin** zu den Projekthintergründen von NEW 4.0 statt, sodass auch **Multiplikatoren** explizit erreicht wurden.

Interesse und Stimmungsbild

Die Motivation der jeweiligen Klassen variierte von Session zu Session. Dabei kann nicht verallgemeinert werden, welche Stufen interessierter oder weniger interessiert waren. Allgemein haben die Schulklassen **gut zugehört**, aber die **aktive Beteiligung an Diskussionen schwankte** teils stark. Die Schüler*innen waren überwiegend **positiv gestimmt und aufgeschlossen**, insbesondere als über eigene mögliche Beitragsleistungen gesprochen wurde. Auffällig war, dass die Schüler*innen oftmals sogenannte „Windmüller“ in ihrem **sozialen Umfeld** hatten. Zudem waren die Schüler*innen mit einer eher „kritischen“ Grundhaltung zur Thematik von ihrem direkten sozialen Umfeld bzw. **von ihren Eltern geprägt**, da sie ihre kritische Haltung mit den Ausführungen bzw. Argumenten ihres Umfeldes begründeten. Die **Neugier** bei der anschließenden Erkundung des Exponats lag in erster Linie bei der **AR-Technik**, weniger bei den Inhalten an sich. Nichtsdestotrotz wurde das Quiz von allen Schüler*innen mit einem ansprechenden Maßstab an Interesse ausgefüllt und überwiegend richtig beantwortet.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Zur Erreichung der jungen Zielgruppe „Schüler*innen“ wurde das Roadshow-Konzept seit Beginn 2019 um ein Schulformat erweitert. In diesem Zuge finden an Schulen klassenweise **Schultermine** statt, bei dem zunächst NEW 4.0-Mitarbeiter*innen eine **Präsentation mit anschließender Diskussion** halten. Danach wird den Klassen das Exponat vorgestellt, woraufhin die Schüler*innen Zeit bekommen, das Exponat eigenständig zu erkunden. Abgerundet wird das Schulformat mit einem **Quiz**, das gruppenweise auszufüllen ist und abschließend im Plenum besprochen wird.

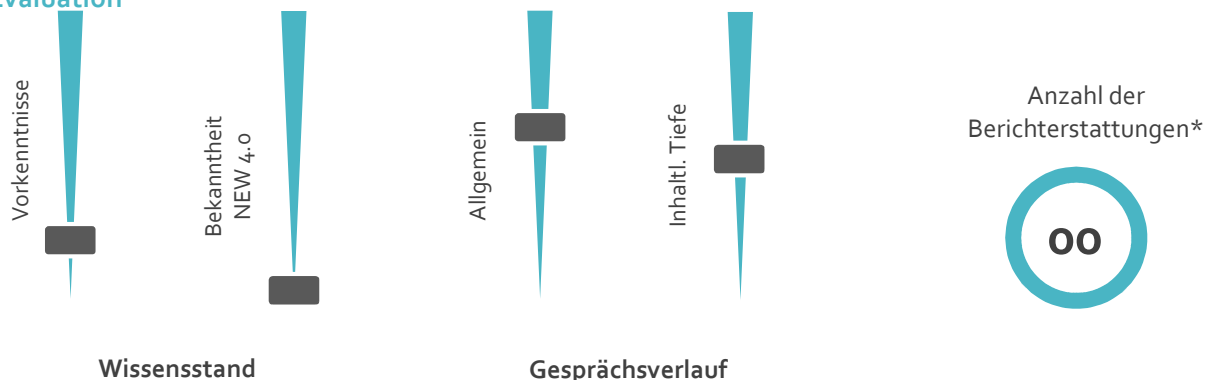
Zielgruppe

Am **Gymnasium Altona** wurden insgesamt neun Schultermine in drei Tagen durchgeführt. Die Klassenstufen lagen dabei zwischen der zehnten und zwölften Klasse. Jeweils wurde den Schüler*innen die Energiewende in 90 Minuten nähergebracht, sodass insgesamt ca. **180 Schüler*innen** erreicht wurden. Zusätzlich fand auch ein Lehrkraft-Termin zu den Projekthintergründen von NEW 4.0 sowie der Energiewende statt, zu dem auch Vertreter*innen von Behörde/Lehrerbildungsinstitut eingeladen waren, so dass auch Multiplikatoren explizit erreicht wurden.

Interesse und Stimmungsbild

Motivation beim Zuhören und Engagement beim Diskutieren variierten in Abhängigkeit von Altersgruppe und Uhrzeit; insgesamt war das Interesse jedoch überwiegend hoch, wie an den meisten Schulstationen. Erfreulich waren auch die zufälligen Besuche von anderen, zumeist jüngeren Schüler*innen in den Pausen, ebenso wie der folgende Bericht in der Schülerzeitung. Wie auch anderswo, war die **Beteiligung auch in Altona sehr rege** beim Diskutieren über die mögliche eigene Beitragsleistung. Diese Beobachtung wird ergänzt und gestützt vom Eindruck eines Lehrers, dass die Schüler*innen am Abendbrottisch zu Hause die Alltagsentscheidungen trafen. Entsprechend wäre es wünschenswert, wenn derlei Inhalte noch stärker Beachtung fänden im Schulalltag sowie öffentlichen Diskussionen – immer mit dem Hinweis, dass es um die Zukunft der jungen Generation geht.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die vierte Digitale Woche Kiel (#diwokiel) hat im besonderen Jahr 2020 gemeinsam mit der Kieler Woche stattgefunden. Mit rund **280 Veranstaltungen** hat das Programm der diwokiel20 zum Lernen, Erleben und Austauschen eingeladen – für den beruflichen Zusammenhang ebenso wie für zentrale Alltagsthemen, die jede*n betreffen.

Die Station wurde realisiert aufgrund der Relevanz von **Digitalisierung für die Energiewende**.



Zielgruppe

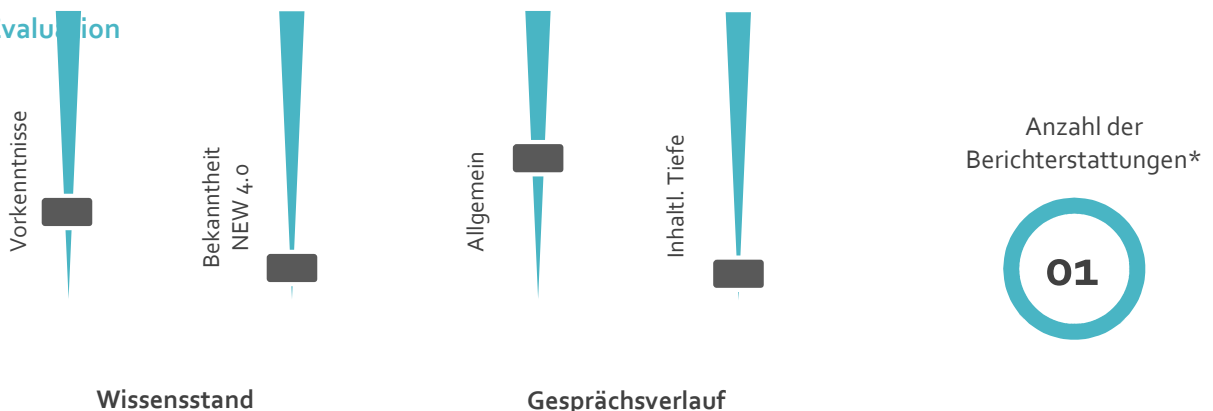
Die **Zielgruppe ist sehr breit** für gewöhnlich – Studierende und Schüler*innen sind anzutreffen, ebenso wie Fachpublikum und Medienvertreter*innen, aber auch Senior*innen und interessierte Bürger*innen. Je nach Standort auf der Digitalen Woche sowie benachbarten Ausstellenden sowie Veranstaltungstiteln/-formaten überwiegt diese oder jene Zielgruppe.

Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse und Stimmungsbild war überwiegend **positiv**. Zudem war das Vorwissen auf einem guten mittleren Niveau.

Aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie-Situation war der Besucherstrom allerdings begrenzt: einerseits aufgrund von voriger Anmeldepflicht und kleinen Gruppen der benachbarten Events, andererseits aufgrund der geringen Anzahl von Laufpublikum. Nichtsdestotrotz konnten einige **wertvolle Gespräche** mit Multiplikator*innen sowie Vertreter*innen von Kommunen etc. geführt werden.

Evaluation





Veranstaltungsrahmen

Die Klimawoche ist eine Initiative aus der Mitte der Gesellschaft und bildet mit Akteur*innen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft eine Plattform, um sich für relevante Umwelt-, und **Klimaschutzthemen** zu engagieren mit dem Ziel, vom umfangreichen Wissen über den globalen Klimawandel endlich zum konkreten Handeln zu kommen. Die **KW vernetzt und schafft eine Plattform, die verbindet**. Verteilt über die Stadt gibt es an zahlreichen Orten Veranstaltungen zum Thema Klima-, Umweltschutz und sozialen Themen.



Zielgruppe

Die angesprochene Zielgruppe ist sehr breit – auf den sehr unterschiedlichen **Veranstaltungsformaten werden verschiedene Fokussierungen** gesetzt. Von Schulgruppen über die an Nachhaltigkeit konkret interessierten Verbraucher*innen sowie die breite Bevölkerung, und Multiplikator*innen.

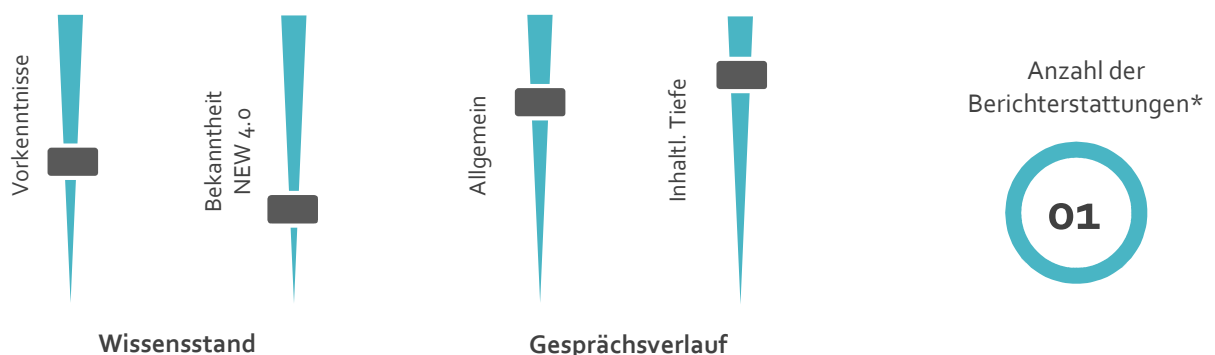
Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse war zumeist vorhanden – auch, weil die Besucher*innen sich recht direkt für das Thema Energiewende interessierten. **Senior*innen waren leicht überrepräsentiert** zumindest am Standort Freifläche vor dem Rathausmarkt.

Aufgrund der andauernden Pandemie-Lage war der Besucher*innen-Strom reglementiert und gewissermaßen eine größere Hürde für den Besuch der NEW 4.0-Roadshow.

Nichtsdestotrotz sind **längere und intensive Gespräche** entstanden, sowohl über Energiewende-Details als auch über den größeren Kontext und die Notwendigkeit zum Handeln.

Evaluation



09.-13.11.2020



Veranstaltungsrahmen

Zur Erreichung der jungen Zielgruppe „Schüler*innen“ wurde das Roadshow-Konzept seit Beginn 2019 um ein Schulformat erweitert. In diesem Zuge finden an Schulen klassenweise **Schultermine** statt, bei dem zunächst NEW 4.0-Mitarbeiter*innen eine **Präsentation mit anschließender Diskussion** halten. Danach wird den Klassen das Exponat vorgestellt, woraufhin die Schüler*innen Zeit bekommen, das Exponat eigenständig zu erkunden. Abgerundet wird das Schulformat mit einem **Quiz**, das gruppenweise auszufüllen ist und abschließend im Plenum besprochen wird.



Zielgruppe

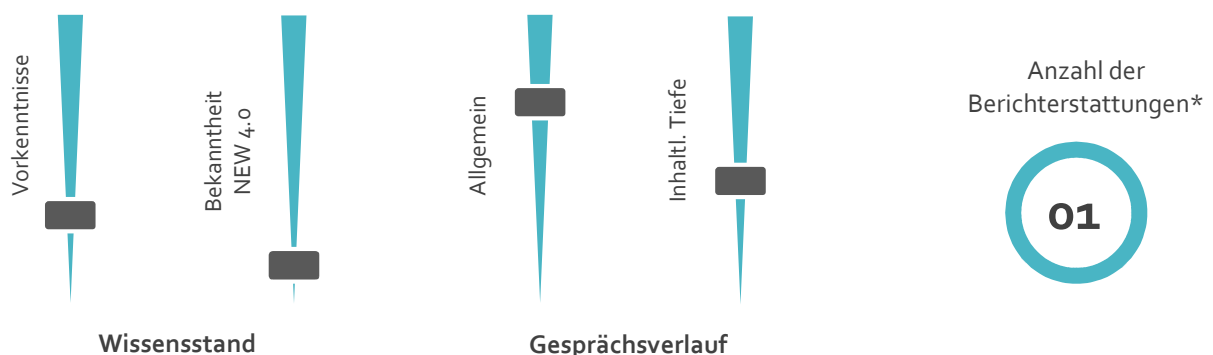
An der Stadtteilschule Lohbrügge wurden insgesamt **sieben Schultermine in drei Tagen** durchgeführt. Die Klassenstufen lagen dabei zwischen der zehnten und zwölften Klasse; anders als zuvor also in der höheren Altersgruppe. Jeweils wurde den Schüler*innen die Energiewende in 90 Minuten nähergebracht, sodass insgesamt ca. **140 Schüler*innen** erreicht wurden.

Interesse und Stimmungsbild

Das Interesse war insgesamt sehr ausgeprägt. Die **Aufgeschlossenheit** und das Aktivitätslevel der jeweiligen Klassen variierten von Gruppe zu Gruppe und die aktive Beteiligung in Form von Diskussionsbeiträgen war ebenfalls abhängig von Uhrzeiten. Eine **Aussage, welche Klassenstufe/Altersgruppe aktiv/weniger aktiv ist, kann nicht getroffen werden**. Und die Aussage vorangehender Schulstationen, dass die allgemeine Aufmerksamkeit gut war, lässt sich auch hier festhalten.

Spannend war der augenscheinliche **Unterschied im Vergleich zu anderen Stadtteilen** bzw. ländlichen Regionen in Schleswig-Holstein bei der Fokussierung einzelner Themen in den Diskussionen rund um die Energiewende und insbesondere auch „angrenzende Themenfelder“. Wünschenswert wäre teils eine Vorbereitung der Lehrkräfte sowie insbesondere eine Nachbereitung, um die Themen und insbesondere Beitragsleistung jedes*r Einzelnen zu bekräftigen. Sowie, um auch Berufsbilder in unterschiedlichen Ausbildungsberufen im Bereich Energiewende stärker zu thematisieren.

Evaluation



I. Impressum

Verantwortlich:

Prof. Dr. Werner Beba
NEW 4.0-Projektkoordinator
CC4E/ HAW Hamburg
Alexanderstraße 1
20099 Hamburg
E-Mail: werner.beba@haw-hamburg.de

Autorinnen:

Pia Arndt und Laura Welle
Team Akzeptanz
CC4E/ HAW Hamburg
Alexanderstraße 1
20099 Hamburg

Kontakt:

E-Mail: energie@haw-hamburg.de
Telefon: +49.40.428 75-6937
Website: www.cc4e.de

Stand: Februar 2021

Fotos: Daniel Reinhardt

Zum CC4E der HAW Hamburg und Projekt NEW 4.0:

Das CC4E der HAW Hamburg:

Das Competence Center für Erneuerbare Energien und EnergieEffizienz der HAW Hamburg entwickelt nachhaltige Lösungen für die Energieprobleme der Gesellschaft. Dadurch soll die HAW Hamburg zur führenden Hochschule des Nordens für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz werden.

NEW 4.0 – Norddeutsche EnergieWende

NEW 4.0 war von 2016-2021 Teil des Förderprogramms „Schaufenster intelligente Energie – Digitale Agenda für die Energiewende“ (SINTEG) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Ziel war es, in großflächigen „Schaufensterregionen“ skalierbare Musterlösungen für eine umweltfreundliche, sichere und bezahlbare Energieversorgung bei hohen Anteilen erneuerbarer Energien zu entwickeln und zu demonstrieren. Im Zentrum standen dabei die intelligente Vernetzung von Erzeugung und Verbrauch sowie der Einsatz innovativer Netztechnologien und -betriebskonzepte. Die gefundenen Lösungen sollen als Modell für eine breite Umsetzung dienen.

Das Bundeswirtschaftsministerium förderte die fünf Schaufenster mit insgesamt über 200 Mio. Euro. Zusammen mit den zusätzlichen Investitionen der Unternehmen wurden über 500 Mio. Euro in die Digitalisierung des Energiesektors investiert. SINTEG war bzw. ist damit ein wichtiger Beitrag zur Digitalisierung der Energiewende.