



**An den Oberbürgermeister der Landeshauptstadt München (OB)**

**Dieter Reiter**

**an die Referentin für Klima- und Umweltschutz (RKU)**

**Christine Kugler**

**an die Stadtrats-Fraktionen im München Rathaus**

von GRÜNE/rosa Liste/Volt, CSU mit FW, SPD, FDP/Bayernpartei, ÖDP/München-Liste, DIE LINKE

München, den 27. November 2025

**Ein Jahr „Kommunale Wärmeplanung“:**

**Verbesserung der Information aller Bürger:innen ist dringlich erforderlich!**

Geehrter Herr Oberbürgermeister,  
geehrte Frau Kugler,  
geehrte Damen und Herren der Stadtratsfraktionen,

mehr als **30% der klimaschädigenden CO<sub>2</sub>-Emissionen entfallen aufs Heizen** von Räumen und das Erwärmen von Brauchwasser, 3/4 des gesamten Energieverbrauchs eines durchschnittlichen Haushalts werden dafür eingesetzt. In München existieren nach Informationen der Kaminkehrer-Innung mehr als **290.000 fossil betriebene Heizungsanlagen**, 1/3 aller Gebäude in München werden mit Erdgas versorgt. Alle diese Heizungen müssen schnellstmöglich auf erneuerbare Energien umgerüstet werden – deshalb ist der 2024 beschlossene **„Kommunale Wärmeplan München“** zum Umstieg auf Geothermie-Fernwärme, Nahwärmelösungen und individuelle Erneuerbare-Anlagen folgerichtig, mutig und durchaus wegweisend! Wir unterstützen und informieren, wo wir können!

Aber in welchem Umfang ist die Information und das Wissen über die **Münchner Wärmewende überhaupt bei den Bürger:innen angekommen**? Sie wissen, dass wir innerhalb der Zivilgesellschaft Münchens breit vernetzt und in Sachen „Klima“ sehr engagiert und kundig sind, speziell bei Energie und Wärmewende. Und wir haben **die Ohren weit offen** hinsichtlich der Meinungen und Bedürfnisse der Bevölkerung und auch des Informationsstandes hinsichtlich der Anforderungen aus der Wärmewende in München. Unsere Feststellung: In der breiten Bevölkerung zeigt sich eine **erschreckende Unkenntnis** dessen, was geplant ist und was auf Mieterinnen und Gebäudeeigentümer zukommt. Niemand weiß z.B., dass nach derzeitiger EU-Beschlusslage **2028 die ETS2-CO<sub>2</sub>-Besprenzung auch für Gebäudeenergie beginnt und ab 01.01.2045 kein Erdgas mehr geliefert werden darf!**

Und: **Wie viele und welche Entscheider** über umzurüstende Heizungsanlagen (z.B. Besitzer von Ein- und Mehrfamilienhäusern, Wohnungseigentumsgemeinschaften, Wohnungsbaugesellschaften, Genossenschaften) wurden angesprochen und über die Sachlage informiert und zum Handeln motiviert? Eine (schriftliche und online-) **Stichprobenanalyse von Greenpeace unter Münchner Wohnungsbau-genossenschaften** vom Juli 2025 jedenfalls ergab, dass dort ein **erheblicher Informationsbedarf** besteht:

Namentlich über die konkrete zeitliche und finanzielle Umsetzung der kommunalen Wärmeplanung Münchens insbesondere für den Heizungsumbau des großen Gebäudebestandes, über konkrete Lösungen vor Ort, die juristischen Grundlagen (§ 72(4) GEG...), Fristen, Investitionsaufwendungen (und deren Berechnung), Kostenvorteile für Bauherren und auch für Mieter, Fördermöglichkeiten. Beispiel (Originalzitat einer Münchner Wohnungsbaugenossenschaft): „Die Vorschriften zur... Dekarbonisierung sind zu restriktiv. Weiter sind die Kosten für die Fernwärme zu hoch und die Kostenstruktur nur schwer nachvollziehbar. Förderprogramme und Zuschüsse sollten an einer Stelle gebündelt sein“. Eine Umstellung auf erneuerbare Energien beim Heizen gerade im Wohnungsbestand hat unter den befragten Wohnungsgenossenschaften derzeit nur unterdurchschnittliche Priorität, so Greenpeace zusammenfassend: „Man hat den Eindruck, nur die wenigen Wohlwollenden setzen die Strategie der Umsetzung der Wärmewende im Bestand um. Somit scheint die Wirkung der kommunalen Wärmeplanung zu verpuffen bzw. dem Zufall überlassen“.

Es bedarf unseres Erachtens mehr Information, mehr Transparenz, mehr Zielgerichtetheit hinsichtlich der Kommunikation für die verschiedenen Betroffenen, von Mietern bis Wohnungswirtschaft: Ja, die Internetseiten von **muenchen.de** und **Re:think** sind ausführlich – aber sie sind vielfach passiv, schwer verständlich und „erschlagend“ – und nur für diejenigen nutzbar, die geübt sind, sich auf Webseiten zu informieren. Die von RKU und PLAN betriebene **Quartiersarbeit** ist von hoher Qualität, bei derzeit rund 20 Quartieren aber getrennt voneinander und auf relativ wenige Bürger:innen beschränkt. Und hierzu werden ja auch nicht alle in Frage kommenden Anwohner eingeladen – entsprechend kommen zu Versammlungen oftmals nur erstaunlich wenige Interessierte, wie wir bei unserer Beteiligung leider mehrfach feststellen mussten.

Im Beschluss zum Wärmeplan, 12.11.2024, heißt es: „Diese große Mediakampagne (Print, Online, Großflächenplakate, Infoscreens usw.) rund um die Wärmewende startet voraussichtlich im Winter 2024/2025. Durch das großflächige Informationsangebot erhofft sich das RKU, auch Bürger\*innen zu erreichen, welche über keinen Internet-Zugang verfügen oder bei der Nutzung digitaler Angebote nicht sehr erfahren sind“. Es wird sicher gewichtige (personelle, finanzielle, konzeptionelle) Gründe geben, warum diese **Kampagne** noch nicht begonnen hat. Aber unseres Erachtens fehlt es an einer über den Einsatz von Medien hinausreichenden **Kommunikationsstrategie** mit einer **nach Informationsbedürfnis gestaffelten** und **breit angelegten Informationskampagne**, die einerseits den Wohnungsbestand direkt adressiert und andererseits die Entscheider einbindet. Und: Diese **Medienkampagne** und die über sie **hinausgehende Informationskampagne sind überfällig!**

Andere Städte wie z.B. Hamburg, Mannheim oder auch Zürich haben ihre Bevölkerung teils mustergültig informiert, basierend auf – von Fachleuten erarbeiteten – Kommunikationskonzepten, mit denen die verschiedenen Bevölkerungsschichten gezielt erreicht werden können. Auch für München halten wir eine solche, mit und von erfahrenen **Experten konzeptionierte Informationsstrategie** für dringend erforderlich. Und: In die zu erarbeitende Konzeption sollten die **unterschiedlichen Betroffenen und Entscheider direkt einbezogen** und nach ihren Bedürfnissen und Anmerkungen zu den angestrebten Maßnahmen und Medien befragt werden.

Begonnen werden sollte u.E. mit einem – einseitigen, verständlich geschriebenen und plakativ aufgemachten – **motivierenden Flyer-Anschreiben** mit Grundinformationen in allen Briefkästen. Denn neben Eigentümern von Ein- oder Mehrfamilienhäusern oder Eigentumswohnungen sind auch Mieter:innen von Umbaumaßnahmen und finanziellen Folgen aufgrund Änderung der Heizung betroffen. Wichtig dabei: Sollen viele Bürger:innen nicht sofort – mit Verweis auf steigende Kosten – abgeschreckt werden, sollte beschrieben sein, dass und in welchem Zeitraum Kostenvorteile zu erwarten sind: Wann rentiert sich meine zunächst doch recht hohe Investition? Und vielleicht kann mit weiteren Vorteilen aufgewartet werden (Beratung, Förderung, nachbarschaftliche Akzeptanz)!

Hilfreich sind eine Anzahl von **Einzelflyern zu speziellen Themen**, aber auch „**Unterkapitel**“ in der **homepage von Re:think**: Etwa zu technischer Funktionsweise und Kostenvorteilen von **Luft-Wärme-**

**pumpen** (mit Musterberechnungen und einem „CO<sub>2</sub>-Umstellungs-Kostenrechner“ beim Wärme-Geoportal), zu rechtlichen Voraussetzungen bei der **Gründung bzw. Beauftragung von Nahwärme-Gesellschaften oder Genossenschaften** und entsprechenden Infokontakten beim RKU, zu den finanziellen **Fördermöglichkeiten** via KfW oder FKG mit verständlichen Hilfestellungen zur Antragstellung (z.B. für die Konstanthaltung der Miete trotz Heizungsinvest), zu **Belangen von Mietern** vor und nach Heizungs-umstellung auf Erneuerbare Energien usw.

Die **Kampagne via aller Art von Medien** sollte gemäß Stadtratsbeschluss gestaltet und möglichst übermorgen begonnen werden – wobei die „**sozialen Medien**“ geeignet mitgenutzt werden sollten, mit denen andere und jüngere Bevölkerungsteile erreicht werden können. Andererseits sollte auch die „**aufsuchende (Energie-) Beratung**“ dringend ausgebaut werden – Vorbild könnte Ludwigsburg sein –, weil dadurch Motivation bei den direkt Betroffenen und Rückkopplung über Informations- und Hilfebedarfe gestärkt werden.

In allen **Bezirksversammlungen** muss regelmäßig allgemein informiert und speziell über die örtlichen Belange aufgeklärt werden, bei der **Quartiersarbeit** sind alle Anwohner:innen geeignet einzubinden, nicht nur (ausgewählte) Eigentümer oder Interessiert-Gemeldete. Sinnvoll ist u.E. auch die – abgestimmte – **Kooperation** etwa mit den großen **Bildungseinrichtungen** und der Münchner Volkshochschule, aber auch **zivilgesellschaftlichen Organisationen, Nachbarschaftsinitiativen** aller Art und auch **Handwerker-Innungen**, mit deren Hilfe jeweils andere Bevölkerungskreise erreichbar sind.

Die **MünchnerWohnen GmbH** als städtische Tochtergesellschaft, aber auch andere **Unternehmen der Wohnungswirtschaft, insbesondere Wohnungsgenossenschaften**, sollten verstärkt in die Informationskampagnen eingebunden sein und zum Handeln „gedrängt“ (bzw. beauftragt) werden. Und auch die **Stadtwerke München** sollten ihre Kund:innen offen und deutlich informieren, dass die Preise für Erdgas ab 2028 wegen der gesetzlich vorgegebenen CO<sub>2</sub>-Emissions-Begrenzungen (Stichwort: ETS2) schrittweise deutlich steigen werden und dass aufgrund gesetzlicher Vorgaben ab 2045 keine Belieferung mit Erdgas mehr möglich ist (die SWM können dann gerne ihre Lösungsangebote unterbreiten)!

Klar ist, dass das **RKU** aus konzeptionellen, finanziellen und personellen Gründen **zwar „Motor“, aber nicht „Alleinunterhalter“** sein kann und sollte. Klar ist auch, dass die von uns dringlich vorgeschlagene **Kommunikationsstrategie** schnellstmöglich zu beginnen und dann kontinuierlich zu verstärken ist – und dass dies alles **viel Geld** kosten wird. Aber dies ist **erforderlich, soll die Wärmewende in München nicht in Gefahr geraten, bei der Umsetzung zu scheitern.**

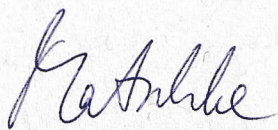
Deshalb: Wann wird der **erste Info-Flyer** in den Briefkästen sein? Werden auch die Organisationen der verschiedenen Betroffenen (Mieter bis Heizungsbauer) bei der Erarbeitung der übergeordneten **Informationsstrategie beteiligt**? Wann startet die bereits beschlossene **Medienkampagne**? Wie will die Stadt überprüfen und sicherstellen, dass die **verschiedenen Zielgruppen** wirklich erreicht werden?

**Wir sind sehr gespannt auf Ihre Rückantworten.**

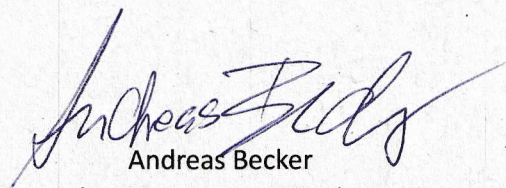
Und danken schon jetzt, verbunden mit der Zusicherung:

**Wir unterstützen die kommunale Wärmewende in München!**

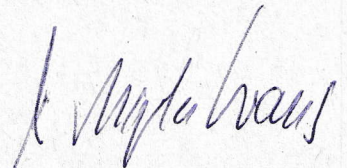
Mit klimafreundlichen Grüßen und besten Wünschen zum Gelingen der Wärmewende in München



Marita Matschke  
für Netzwerk Saubere Energie  
München



Andreas Becker  
für Greenpeace München



Dr. Angela Kraus  
für Omas4Future