

## Serie kommunaler Klimaschutz (Teil 6)

### Bewusstsein schärfen

**[11.01.2019] Die Sensibilisierung von Bürgern und Mitarbeitern einer Kommune durch Öffentlichkeitsarbeit spielt beim Klimaschutz eine wichtige Rolle. Wie Kommunen das gelingt, zeigt Teil 6 der Serie von stadt+werk in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum Kommunaler Klimaschutz der KEA Klimaschutz- und Energieagentur Baden-Württemberg.**

Kommunale Klimaschutzmaßnahmen sind umso erfolgreicher, je mehr Personen sich aktiv daran beteiligen. Deshalb ist es wichtig, bei relevanten Zielgruppen das Bewusstsein für die Folgen des Klimawandels zu stärken. Dazu gehört, dass geplante Klimaschutzmaßnahmen transparent und für die Beteiligten akzeptabel sein sollten und dass sie die Menschen zur Mitwirkung animieren. „Diese Ziele lassen sich am besten mit einem systematischen Kommunikationskonzept und einer engagierten Öffentlichkeitsarbeit erreichen“, weiß Harald Bieber, Leiter des Kompetenzzentrums Kommunaler Klimaschutz der KEA aus vielen Jahren Projekterfahrung.

In einem ersten Schritt gilt es dabei, wichtige Zielgruppen zu identifizieren. Mitarbeiter der kommunalen Verwaltungen gehören klassischerweise dazu, ebenso lokale Medien sowie Privatpersonen. Aber auch Akteure innerhalb und außerhalb der Kommunen gelten als wichtige Mitspieler: Geht es beispielsweise um die Bildung von Energieeffizienznetzwerken zur Verminderung von Treibhausgasemissionen, spielen Gewerbebetriebe eine große Rolle.

#### **Kommunikationskanäle sinnvoll nutzen**

Das kommunale Kommunikationskonzept sollte zudem die einschlägigen Ziele sowie die notwendigen Instrumente zu deren Umsetzung beschreiben. Als Kommunikationskanäle stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung: So eignen sich Rundbriefe, Broschüren und Projekt-Flyer, um Zielgruppen über die Notwendigkeit der Klimaschutzmaßnahmen zu informieren. Auch die Pflege eines attraktiven Internet-Auftritts sowie Artikel in regionalen Tageszeitungen, Mitarbeiterzeitschriften und Amtsblättern stellen sinnvolle Informationskanäle dar.

Workshops, Veranstaltungen, Messen und Ausstellungen sprechen die Menschen direkt an und beziehen sie aktiv in den Klimaschutz ein. Für die Belegschaft kommunaler Verwaltungen sowie von Schulen und Kindergärten bieten sich Exkursionen an, beispielsweise zu Passivhäusern oder Biomasse-Heizwerken. Zur Mitarbeit animieren auch öffentlichkeitswirksame Wettbewerbe. „Besonders erfolgreich sind umfassende Klimaschutz-Kampagnen mit einer kreativen Leitidee, einer Marke und einem Logo, die gezielt nach außen kommuniziert werden“, so Bieber.

#### **Klimaschutz-Kampagne der Stadt Tübingen**

Mithilfe einer großangelegten Kampagne ruft Tübingen bereits seit 2008 das Thema Klimaschutz in das Bewusstsein wichtiger Akteure. Unter dem Motto „Tübingen macht blau“ nutzt die Universitätsstadt dabei die komplette Bandbreite an Kommunikationsmitteln: von Faltblättern mit Energie- und Klimaschutzthemen über jährlich stattfindende Klimatage bis hin zu zahlreichen Mitmachaktionen. Zudem bietet die Stadt Fördermittel, einen kostenfreien Nahverkehr an Samstagen und regelmäßige Beratungsangebote zu zahlreichen Energie-, Umwelt- und Klimaschutzthemen an. Das sorgt dafür, dass Klimaschutzmaßnahmen nicht nur akzeptiert, sondern auch von der Öffentlichkeit mitgetragen werden. Auf einer eigens

eingerrichteten Web-Seite k6nnen sich B6urger und Unternehmen 6ber alle Aktionen der Kampagne informieren.

(al)

Serie kommunaler Klimaschutz (Teil 1)

Stichw6rter: Klimaschutz, Kea