

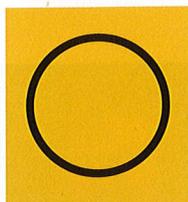
Klimaschutz — 34

Ilfeld und Lörrach über ihre Maßnahmen

Pflanzaktion — 40

Über zwei Millionen neue Bäume





SCHWERPUNKT

KLIMAKOMMUNIKATION

Wie bringen wir Bürger vom Wissen zum Handeln?

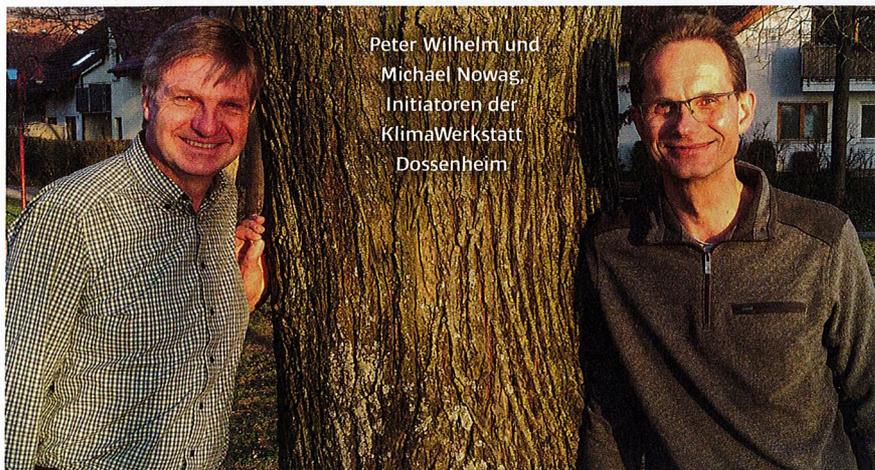
Die Klimakrise findet bereits statt – dieses Problembewusstsein haben viele Menschen inzwischen. Doch damit sie auf individueller, gesellschaftlicher und politischer Ebene handeln, braucht es mehr. Wie kann Kommunikation diesen Wandel in Schwung bringen? Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Psychologie bieten inzwischen gute Konzepte. Ursula Rubenbauer von KEA-BW zeigt Praxis-Beispiele und gibt fünf Tipps für die erfolgreiche Klimaschutz-Kommunikation.

Foto – Adobe Stock

Seit mehr als 20 Jahren entwickeln Bürgerschaft, Politik und Verwaltung in der Großen Kreisstadt Ehingen (Donau) gemeinsam Projekte für mehr Nachhaltigkeit. Die Bürgerschaft wird für Klimaschutz sensibilisiert durch regelmäßige Energieberatungen der Regionalen Energieagentur Ulm, Präsenz bei der Messe „Ehinger Special“ oder die Aktionen „Earth Hour“ und „Unsere Schule spart Energie“. Die Lokale Agenda engagiert sich in einem Kooperationsprojekt von Schulen und Unternehmen.

Um noch mehr Personen einzubinden, brachte Ende 2020 das „regionale Klimagespräch“ Bürger über Klimaschutz und -gerechtigkeit in den Dialog, unterstützt von der Allianz für Beteiligung. So einigten sich bei zwei Online-Gesprächen bis zu 30 Personen auf drei Projekte, um „Action for Future“ bei den Ehingern nachhaltig zu verankern: Ein Klimatagebuch ermöglicht es, den eigenen ökologischen Fußabdruck in den Bereichen Energie, Mobilität, Konsum und Ernährung zu dokumentieren und sich individuelle Ziele zu setzen. Ein Klimapodcast stellt verschiedene Themen und Menschen in und um Ehingen vor. Ein Online-Forum auf der Website der Lokalen Agenda bietet Raum für Vorschläge und Anregungen oder einfach nur für Gedanken rund ums Thema. So soll das Klimagespräch weitergetragen und so niederschwellig wie möglich gehalten werden.

Die Gemeinde Dossenheim engagiert sich seit langem im Klimaschutz. Aktuell läuft eine Photovoltaik-Kampagne mit Veranstaltungen, Vorträgen und Beratung. Die KlimaWerks-



Peter Wilhelm und Michael Nowag, Initiatoren der KlimaWerkstatt Dossenheim

tatt Dossenheim bündelt seit Anfang dieses Jahres viele Initiativen als Forum, um sich auszutauschen, Gruppen zusammen zu bringen und Projekte auf die Beine zu stellen. Die Verwaltung erhält dabei Unterstützung von engagierten Bürgern: Michael Nowag zum Beispiel, der während der Corona-Kurzarbeit erkannte: „Der Klimawandel ist sehr ernst, und mein ökologischer Fußabdruck ist nicht so gut, wie ich immer dachte.“

Die KlimaWerkstatt-Gründer luden auf allen Kanälen ein: Instagram, eigener Webseite, Facebook, Postkarten, E-Mail. Die Postkarten finanzierte die Allianz für Beteiligung. In Online-Veranstaltungen sammelten die Beteilig-

ten Ideen. Sie arbeiten nun an einem Austauschforum zu Photovoltaik, Müllsammelaktionen und einer besseren Radwegführung. Für Bürgermeister David Faulhaber ist der direkte Austausch mit Bürgern das Highlight: „Wir erfahren für unsere Arbeit in der Verwaltung damit Unterstützung, können jedoch auch zeitgleich über die bereits laufenden Maßnahmen informieren“. Er betont: „Mit ‚langweiligen Zahlen‘ erreichen wir niemanden, weshalb wir auf den Spaß und positiv besetzte Emotionen setzen.“ Aus Sicht von Nowag braucht es „einen Bürgermeister, der im Klimaschutz etwas erreichen will, einen kompetenten Energie- oder Klimaschutzmanager und eine Pressestelle, die soziale Medien zu nutzen weiß; zusätzlich engagierte Bürger, die das Thema gemeinsam mit der Verwaltung voranbringen wollen.“



Joscha Reuther, Freiwilligendienst bei der Lokalen Agenda 2020/2021



Langjährige Moderatoren der Arbeitskreise der Lokalen Agenda: Alfons Köhler (Umwelt und Biosphäre), Ursula Helldorff (Soziales)

„Tübingen macht blau“ – diese erfolgreiche Klimaschutzkampagne startete 2008. Sie gibt seit 13 Jahren Tipps und Anreize, wie die Einwohner der Universitätsstadt ganz persönlich zu einem blauen Himmel über Tübingen beitragen und dabei CO2 und Geld sparen können. Dazu gehören Aktionen wie Beratungsnachmittage, Informationsabende, Klima- und Mobilitätstage. Die Stadt arbeitet eng mit wichtigen Zielgruppen zusammen: Sie organisiert einen Klimapakt mit Unternehmen und Einrichtungen, ein Dialogforum mit Umwelt- und Naturschutzverbänden sowie regelmäßige Treffen mit Anbietern von nachhaltigen Mobilitätslösungen.

Ob bei der Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel, des Car-Sharing-Angebots, beim Umstieg auf Ökostrom oder bei der energetischen Sanierung von Schulen – alle Akteure werden über die Kampagne angesprochen und zu einem Umstieg auf klimafreundliche Nutzungs- und Verhaltensmuster motiviert. Selbst unter Corona-Bedingungen gab es nahezu wöchentlich Klimaschutz-Beratungsangebote mit lokalen Partnern, der Stadt oder den Stadtwerken. Wer nach Tübingen zieht, bekommt das „Neubürger*innen-Gutscheinheft“ voller „blauer Tipps“. Die kommunalen Stadtwerke engagieren sich für Erneuerbare Energien und Energieeffizienz und stellen eine emissionsarme Busflotte bereit.

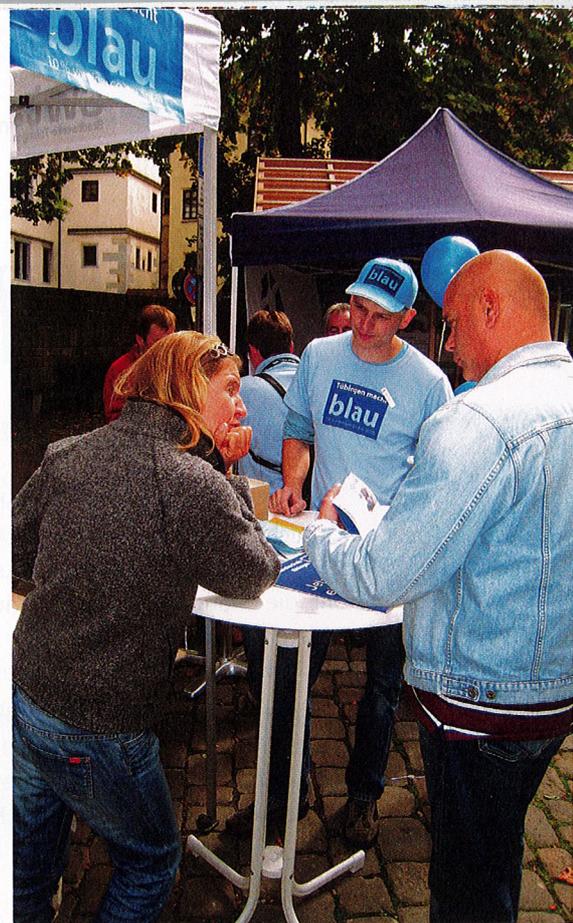
Der Oberbürgermeister geht mit gutem Beispiel voran: Er schaffte seinen Dienstwagen ab und kommt mit dem Fahrrad zur Arbeit. Bei einer Befragung

der Tübinger Universität gaben 88 Prozent an, die Kampagne zu kennen. Zum Vergleich: 25 Prozent kannten die regionale Klimaschutzagentur. Zusammen konnte die Stadtgesellschaft dadurch 36 Prozent der CO2-Emissionen pro Kopf einsparen. Das neue Ziel – „Tübingen macht blau 3.0“ – ist die Klimaneutralität (nettonull) bei den energiebedingten Emissionen bis 2030. „Klimaschutz ist ein gemeinsamer Marathon. Es braucht kontinuierliche und beharrliche Motivations- und

Informationsarbeit, dafür notwendig sind sowohl Empathie als auch Fachkompetenz“, betont Bernd Schott, Leiter der Stabsstelle Umwelt- und Klimaschutz bei der Stadtverwaltung Tübingen. ■



Bernd Schott, Leiter der Stabsstelle Umwelt- und Klimaschutz bei der Stadtverwaltung Tübingen



Individuelle Beratung unter Coronabedingungen; „Leistungsschau ökologisch mobil“ in der Tübinger Karlstraße



Beratungsstand im Zusammenhang mit einer Eisblockwette

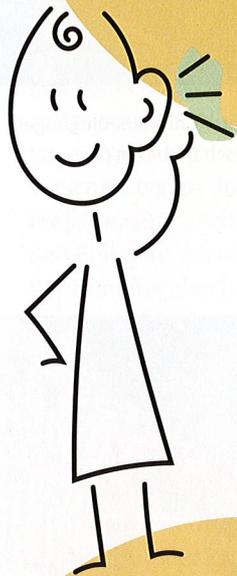


5 IMPULSE FÜR ERFOLGREICHE KLIMASCHUTZKOMMUNIKATION

1 Zuhören

Kommunikation auf Augenhöhe – nicht als Einbahnstraße – ist das A und O echter Bürgerbeteiligung. Das erhöht die Chance, dass die Kommune auch bei gravierenderen Einschnitten oder umfassenden Maßnahmen Zustimmung erfährt.

⇒ **Probieren Sie die für Ihre Gegebenheiten passenden Formate von Beteiligung und Dialog aus. Nehmen Sie als kommunale Verantwortliche eine lernende Haltung ein.**



2 Argumente

Die Corona-Krise ist eine zusätzliche Herausforderung für Klimaschutz-Kommunikatoren. Mit der globalen (und viel größeren) Bedrohung durch die Erderhitzung zu argumentieren, scheint wenig effektiv zu sein, belegen Studien.

⇒ **Sprechen Sie eher darüber, was Klimaschutz für unser Zusammenleben und eine widerstandsfähige Gesellschaft bedeutet. Für Fragen von Verantwortung und Solidarität sind die Menschen aktuell empfänglicher.**



3 Werte

Wenn Sie Werte wie Gerechtigkeit und Heimatverbundenheit ansprechen, hören Ihre Zielgruppen Ihnen zu und lassen sich berühren.

⇒ **Suchen Sie sich Verbündete aus der Bürgerschaft oder regional prominente Botschafter, mit denen sich Ihre Bürger identifizieren können.**

4 Lösungen

Wer Selbstwirksamkeit erlebt, ist eher bereit sich zu verändern und politischen Veränderungen zuzustimmen. Gerade beim Klimaschutz ist die Erfahrung wichtig, selbst etwas tun zu können. Die Bürgerschaft braucht aber auch das Vertrauen, dass Maßnahmen der Kommunalverwaltung wirksam sind.

⇒ **Seien Sie Vorbild – vom Bürgermeister bis zum Hausmeister. Aber feiern und zeigen Sie anhand von Beispielen auch Ihre Erfolge im kommunalen Klimaschutz.**



5 Positive Bilder

Seit über einem Jahr sind viele Alltagsgewohnheiten zwangsläufig ausgesetzt – eine Chance, zu klimafreundlichen, neuen Verhaltensweisen zu motivieren.

⇒ **Erzählen Sie positive Geschichten, wecken Sie erstrebenswerte Fantasien von einem nachhaltigen Leben. Damit machen Sie Lust auf Neues und reduzieren Ängste.**