

## Workshop Kommunal Klimaschutz am 22.11.2011 in Greifswald

### Beteiligungsprozesse und Öffentlichkeitsarbeit

Der nachfolgende Beitrag basiert auf Erfahrungen aus Stralsund und Barth, wo eine ARGE aus UmweltPlan GmbH Stralsund, FH Stralsund und Umweltbüro Nord e.V. kommunale Klimaschutz(teil)konzepte erarbeitet (hat).

Warum braucht der Klimaschutz Beteiligung und Öffentlichkeitsarbeit?

- Stralsunder CO<sub>2</sub>-Bilanz: 380.000 t = 6,56 t/Kopf (im Jahr 2007)  
Verursacher und ihre Anteile an den CO<sub>2</sub>-Emissionen: Haushalte = Wirtschaft (je 39%) > Verkehr (gut 20%) >> Stadtverwaltung (2%)  
Beteiligung und Öffentlichkeitsarbeit sind erforderlich, weil die Kommune nur einen sehr kleinen Anteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen direkt kontrollieren kann.

Welche guten bzw. weniger guten Erfahrungen gibt es in unserer Region?

- Beispiel 1: „Begehbare CO<sub>2</sub>-Bilanz der Hansestadt Stralsund“  
Ziel: Interessierte Bürgern sowie Fachleute über die CO<sub>2</sub>-Bilanz informieren  
Vorgehen: Die wichtigsten Daten der CO<sub>2</sub>-Bilanz wurden in eine dreidimensionale Installation übersetzt. Diese wurde erstmals auf dem Stralsunder Umwelt- und Gesundheitsmarkt 2010 gezeigt und inzwischen auf mehreren Fachveranstaltungen nachgenutzt. Damit wurden mehrere hundert TN erreicht.  
Die „Begehbare CO<sub>2</sub>-Bilanz“ wurde als selbst-erklärende Installation angelegt, eignet sich aber auch besonders als Demonstrationsobjekt bei Vorträgen / Präsentationen.



Begehbare CO<sub>2</sub>-Bilanz für die Hansestadt Stralsund. Der blaue Ballon über dem dreidimensionalen Stadtmodell stellt maßstabsgerecht die jährlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen der Stadt dar (reines Gas, Normzustand). Die farbigen Quader stellen – für sich wiederum maßstabsgerecht – die Herkunft dieser Gase nach den Quellen Haushalte/Wirtschaft/Verkehr/Stadtverwaltung dar. Eine Aktion des AKÖ. Idee und Fotos: Tilman Langner

- Beispiel 2: Klimarat (Stralsund) / Energierat (Barth)  
Ziel: Lokales Know-how in den Klimaschutzprozess einbinden; Multiplikatoren gewinnen, die dazu beitragen, Informationen zu verbreiten und Akzeptanz zu schaffen.  
Vorgehen: Der Bürgermeister beruft energie-/klimapolitische Akteure zunächst für die Erarbeitung eines Klimaschutzkonzepts. Der Zuschnitt der ehrenamtlichen Gremien richtet sich nach der Aufgabenstellung und dem lokalen Potenzial.  
Die Erfahrungen mit diesem Beteiligungsmodell sind sehr positiv.  
Ein kritisches Moment ist die Verstetigung nach Abgabe des Konzepts.  
In Stralsund sind ein Jahr nach Fertigstellung des Konzepts Teile des Klimarats aktiv; die Phase der Fördermittelbeantragung für den Klimaschutzmanager erweist sich als Durststrecke.  
In Barth sind die Arbeiten am Konzept fast abgeschlossen; eine Verstetigung des Energierats wird gegenwärtig vorbereitet.

- Drei Aktionen für < 500 €
  - Beispiel 3: Tag der erneuerbaren Energien (bundesweit jedes Jahr am letzten Samstag im April)  
Ziel: für die EE werben, gute Beispiele zeigen, Austausch ermöglichen  
Vorgehen: Akteure präsentieren ihre EE-Anlagen bzw. ihre Leistungen z.B. bei einem Tag der offenen Tür; das wird offensiv beworben.  
Stralsund 2010: Solares Wärmekonzept für Wohn- und Geschäftshaus. Geringe TN-Zahl aber produktive Gespräche.  
Stralsund 2011: Bürgerfest im Stadthafen mit diversen Informations- und Aktionsangeboten. Ca. 200 Teilnehmer



Tag der Erneuerbaren Energien am 30.4.2011 auf dem Segelschulschiff Gorch Fock I. Hier: Die Nutzung der Solarenergie wird mit der solaren Keksbackmaschine KEBAM II demonstriert (Backzeit ca. 12 min bei 200°C). Fotos: Tilman Langner

- Beispiel 4: Bürgerinformationsveranstaltungen „Die Energiewende profitabel gestalten!“ in Barth  
Ziel: den Bürgern profitable Handlungsoptionen im Klimaschutz aufzeigen  
Vorgehen: Lokale Fachleute treten kostenlos als Referenten auf, Eigenwerbung ist dabei erlaubt, Stadt stellt Versammlungsraum, Kreisvolkshochschule unterstützt Werbung, intensive Werbung (Presseinformationen, Website der Stadt, fast 1000 Handzettel wurden verteilt + einige Plakate aufgehängt).  
Beteiligung: jeweils ein bis zwei Dutzend „Kunden“ (Bürger) + ein Dutzend Akteure (Energieräte, Referenten).
- Beispiel 5: Alles Wurst?!  
Ziel: Beitrag der Ernährung zum Klimaschutz thematisieren  
Vorgehen: Der Arbeitskreis Öffentlichkeitsarbeit im Klimarat (AKÖ) und die Nikolaigemeinde haben – nach einer Idee des Übersee-Museums Bremen – diese Aktion gemeinsam vorbereitet und durchgeführt.  
Eine Installation aus Lebensmittel-Attrappen (Kaufpreis ca. 100,- €) zeigt die CO<sub>2</sub>-Emissionen traditioneller bzw. klimagerechter Ernährung. Dazu wurden weiterführende Informationen angeboten (zum Klimaschutz in Stralsund, zum Klimaschutz im Haushalt, vegetarische Kochbücher etc.)  
Eröffnung zum Erntedankgottesdienst; Abbau drei Wochen später.  
Einige hundert Besucher wurden erreicht (Gottesdienstbesucher + die Kirche ist täglich zur Besichtigung geöffnet).  
Eine Nachnutzung der Aktion ist möglich (Ausleihe beim Umweltbüro Nord e.V.).



Alles Wurst?! Installation in der Nikolai-Kirche Stralsund. Aushang (Gestaltung: Roland Rischmüller) und Details. Fotos: Tilman Langner

- Beispiel 6: Klimadetektive in der Schule = eine profitable Aktion  
Ziel: Schulen sparen Energie, Betriebskosten und CO<sub>2</sub>  
Vorgehen: Schüler führen mit ihren Lehrern sowie ggf. weiteren Partnern einen Klimacheck aus, bewerten die erfassten Informationen, entwerfen Maßnahmen zur Verbesserung, präsentieren diese und setzen sie mit um. Dabei wird altersgerecht gestaffelt: Die Kl. 5-6 bearbeiten „greifbare“ Themen wie Materialwirtschaft und Schulgelände, die Kl. 7-8 bearbeiten z.B. Ernährung und Verkehr, die Kl. 9-10 das anspruchsvolle Thema Energie.  
Erfahrungsgemäß können Schulen durch intelligentes Verhalten (ohne Investitionen) 10% der Energiekosten einsparen (ähnlich auch für Abfall und Wasser).  
Die Materialien (Checklisten, Anleitungen) können kostenpflichtig beim Umweltbüro Nord e.V. in Stralsund bezogen werden.

#### Fazit

- Öffentlichkeitsarbeit im Klimaschutz hat viele Aspekte und damit potenziell auch viele Zielgruppen und Aktionsformate.
- Ein praktikabler Weg besteht darin, klein anzufangen, lokales / regionales Potenzial zu nutzen und die Akteure vor Ort zu unterstützen (z.B. kostenlose Versammlungsräume, Bewerbung von Aktivitäten auf der kommunalen Website, aber auch Wertschätzung durch Bürgermeister bzw. Lokalpolitiker indem diese z.B. an Beratungen bzw. Veranstaltungen teilnehmen).
- Klimaschutz ist nach wie vor kein „Selbstläufer“, das Verhältnis von Aufwand zu Nutzen befriedigt längst nicht immer. Daher:  
Zu viel Werbung gibt es nicht! Alle verfügbaren Informationskanäle sollten genutzt werden, um Veranstaltungen / Aktionen anzukündigen.  
Die Berichterstattung in der Presse sollte bewusst genutzt werden, um die Botschaften zusätzlich zu verbreiten – das erreicht ggf. mehr Menschen als die Aktion selber.
- Eine regionale Akteurs-Vernetzung sowie weiterer Erfahrungsaustausch sind sinnvoll.

#### Material

- Öffentlichkeitsarbeit zum Klimaschutz in der Hansestadt Stralsund: [www.umweltschulen.de/umweltbuero/klimaschutz-hansestadt-stralsund.html](http://www.umweltschulen.de/umweltbuero/klimaschutz-hansestadt-stralsund.html)
- Öffentlichkeitsarbeit zum Klimaschutz in Barth: [www.umweltschulen.de/umweltbuero/klimaschutz-stadt-barth.html](http://www.umweltschulen.de/umweltbuero/klimaschutz-stadt-barth.html)
- Klimadetektive in der Schule: [www.umweltschulen.de/klima/](http://www.umweltschulen.de/klima/)

#### Kontakt

Tilman Langner Umweltbildung-Umweltberatung • Angeroder Str. 1-2 • 18461 Pöglitz  
Tel.: 038320-50598 • [tl@umweltschulen.de](mailto:tl@umweltschulen.de) • [www.umweltschulen.de](http://www.umweltschulen.de)