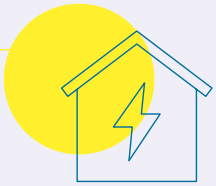
Information und Beteiligung der Bürger*innen und Haushalte

Maßnahmentyp: Informieren und Öffentlichkeitsarbeit



Ziel der Maßnahme

Umfassende Informationen und aktive Beteiligung von Bürger*innen und Haushalten führen nicht nur zu einem besseren Verständnis, sondern auch zur Bewusstseinsbildung für Klimaschutz und in der Folge zu klimaschonendem Verhalten.

Ausgangslage und Beschreibung der Maßnahme

Mit verschiedenen Aktionen sollen das Verständnis und Image von Klimaschutz bei Bürger*innen verändert werden, was über unterschiedliche Kommunikationswege und Grade an Intensität erfolgen kann. Dazu gehören beispielsweise die dialogische Einbindung der Bürger*innen über neue Medien und an verschiedenen Orten, etwa auf dem Marktplatz, vor dem Baumarkt oder auf Stadtteilfesten, aber auch Beteiligungsprozesse für die Umsetzung von Maßnahmen oder die Gründung von Bürger*innenräten. Bei Ideen- oder Leistungswettbewerben, wie „Haushalt mit der größten Einsparquote“, „Ältester Kühlschrank“ oder „Klimaquiz“, können für die Gewinner*innen Prämien ausgelobt werden. Zusätzlich können finanzielle Anreize helfen, Haushalte zum Energiesparen zu motivieren: Beispielsweise können sie je nach eingesparter Energiemenge unterschiedlich belohnt werden oder sie erhalten Abwrackprämien beziehungsweise Bonusprogramme, wenn sie alte Haushaltsgeräte durch neue ersetzen.

Handlungsschritte zur Umsetzung der Maßnahme

- → Gründung einer Arbeitsgruppe mit externen Expert*innen, zum Beispiel aus einer Werbeagentur
- → Konzepterarbeitung und Einbeziehen von externen Dienstleistern, zum Beispiel für das Sponsoring der Preise
- → Koordinierte Durchführung der Beratung und Information der Bevölkerung von allen Beteiligten
- → Veröffentlichung von Teilnehmer*innen oder Gewinner*innen
- → Regelmäßige Evaluierung der Teilnehmer*innenanzahl und Medienpräsentation

Initiator*innen, Akteure und Zielgruppen

Hauptverantwortliche*r/Initiator*in

- → Kommune

Weitere Akteure

- → Presse
- → Marketing
- → Werbeagenturen
- → Verbraucherzentren
- → Handel
- → Energieversorger
- → Finanz- und Kreditinstitute

Zielgruppen

- → Bürger*innen
- → Haushalte

Aufwand

Finanziell

Gering (im Vergleich zu investiven Maßnahmen) – ermöglicht eine einfachere Suche nach Sponsoren

Interne Anschubkosten

Für Personal zur Durchführung der Beteiligungsformate und für Öffentlichkeitsarbeit

Zeitlich

Mittel – zur Entwicklung des Konzepts und für die Bearbeitung des Werbematerials

Verknüpfung mit anderen Maßnahmen

- → Energiesparberatung für Bürger*innen (ME16)

Monitoring und Erfolgsfaktoren

- → Anzahl der Veranstaltungen
- → Anzahl der Teilnehmenden
- → Rückmeldung und Vorschläge von Bürger*innen

Bewertung der Maßnahme

Priorität

THG-Minderungspotenzial [t/a]

Gesellschaftlicher Wandel (Wirkungstiefe)

Kosteneffizienz