

Informieren, sensibilisieren und Partner für Klimaanpassung gewinnen

Im Stadtumbau nutzen Sie bereits bewährte Praktiken und Anlässe der Öffentlichkeitsarbeit, mit denen Sie Bewohner*innen, Eigentümer*innen und weitere lokale Akteure in den Quartieren über städtebauliche Vorhaben informieren. Darüber hinaus kann Öffentlichkeitsarbeit auch für Klimaanpassung sensibilisieren und aktivieren. Einfache und komplexe Zusammenhänge können anschaulich vermittelt werden. Mit passender Öffentlichkeitsarbeit wird um Akzeptanz für Maßnahmen sowie um aktive Unterstützung für Klimaanpassung in Ihrer Kommune und in den Quartieren geworben.

Öffentlichkeitsarbeit für Klimaanpassung planen

Geben Sie der Klimaanpassung in Ihrer Kommune ein Gesicht und machen Sie Klimaanpassung erlebbar. Dafür bietet es sich an, z.B. ein wiedererkennbares Logo oder einen Slogan für Klimaanpassung in Ihrer Kommune partizipativ zu entwickeln. Erstellen Sie ein einfaches Konzept für Öffentlichkeitsarbeit, das Klimaanpassung im Stadtumbau mit konkreten Maßnahmen, Produkten und Terminen unterlegt. Binden Sie auch digitale Formate in dieses Konzept ein. Diese Fragen könnten dabei helfen:

- Welche konkreten Ziele und welche Zielgruppen wollen Sie erreichen?
- Welche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit eignen sich dafür?
- Wann wollen Sie welche Maßnahmen einsetzen?
- Können Sie bestehende Termine und Anlässe mitnutzen?
- Welche personellen, finanziellen und infrastrukturellen Ressourcen können Sie nutzen, welche brauchen Sie noch?

Steckbriefe zu Öffentlichkeitsarbeit

In der Box Öffentlichkeitsarbeit finden Sie folgende Steckbriefe zur Anregung:

- Klimarundgang: Spazieren Sie durch den Ort und informieren Sie über Klimawandel und Klimaanpassung.
- Fachmaterial „übersetzen“: Vermitteln Sie komplexes Wissen verständlich an Fachfremde.
- Visualisierung: Machen Sie die Wirkung Ihrer Planung sichtbar, um Transparenz und Akzeptanz zu schaffen.
- Flyer: Erstellen Sie Material zur Aufklärung und Selbsthilfe für Bewohner*innen und Eigentümer*innen.
- Anlässe: Nutzen Sie geeignete Anlässe, um für Klimaanpassung zu werben.



Spazieren Sie durch den Ort und informieren Sie über Klimawandel und Klimaanpassung!

■ Worum geht es?

Klimarundgänge sind organisierte, geführte Spaziergänge bei denen Aspekte des Klimaschutzes und/oder der Klimaanpassung vor Ort für Interessierte anschaulich vermittelt, diskutiert und erlebbar gemacht werden. Ein Klimarundgang findet meistens auf Quartiers- oder Stadtteilebene statt und sollte 2-3 Stunden nicht überschreiten.

■ Welche Ziele und Zielgruppen können erreicht werden?

Lokale Akteure und Bewohner*innen sowie weitere für den Stadtteil wichtige Akteure (z.B. Kitas, Schulen, Stadtteilzentren, Gewerbetreibende) sollen bei einem Klimarundgang dafür sensibilisiert werden, wie sich Klimawandel in ihrem direkten Umfeld alltagsrelevant auswirkt und wie darauf reagiert werden kann. Auch für Akteure aus Politik und Verwaltung kann ein Klimarundgang sinnvoll sein, um vor Ort zum Beispiel bauliche Missstände als auch mögliche Klimaanpassungsmaßnahmen kennenzulernen und relevante Informationen zum räumlichen Kontext, zur Machbarkeit und zu sozialen Faktoren (z.B. Nutzungskonflikte) zu bekommen.

■ Welche Inhalte werden vermittelt?

Die vermittelten Inhalte sollen das gesamte Spektrum von Klimaanpassung umfassen. Dabei kann auch auf Klimaschutz und Stadtgrün eingegangen werden. Im Projekt KiezKlima (siehe Box Beteiligung: Beteiligung im Quartier) in Berlin wurden zum Beispiel Rundgänge gezielt zur Sensibilisierung für Auswirkungen des Klimawandels im Quartier und zur Ideenfindung für sinnvolle Anpassungsmaßnahmen genutzt. Entsprechend wurden die Routen gewählt, etwa entlang besonders windiger, trockener, unbeschatteter oder heißer Orte in der Nachbarschaft. Teilweise wurden die Teilnehmenden gebeten, einen Fragebogen zu ihren Wahrnehmungen und Ideen auszufüllen. Die Leipziger GrünGänge widmen sich dem städtischen Grün. Die Teilnehmenden erhalten dabei „Forschungsaufträge“ zu Leitthemen wie Klima, Gesundheit, Biodiversität, Mobilität und Umweltgerechtigkeit. Die mit Fachexpertise konzipierten GrünGänge sind ein Beitrag zum Masterplan Grün Leipzig 2030 im Rahmen des „Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus“ (ExWoSt) des BMI/BBSR. Die GrünGänge sind maßgeblich von den Spaziergangswissenschaften inspiriert.

■ Welche Wirkungen können erzielt werden?

Neben der Sensibilisierung für Klimawandel und Klimaanpassung direkt „vor der Haustür“ findet gleichzeitig eine Vermittlung von Fachwissen statt. Die Teilnehmenden können bei gewecktem Interesse zu verbündeten Akteuren für



Klimaanpassung werden. Klimarundgänge können somit auch aktivierend und vernetzend wirken. Gerade Teilnehmende mit Ortskenntnis können wichtige Hinweise für die Entwicklung und Verortung von Anpassungsmaßnahmen geben. Nicht zuletzt bieten Klimarundgänge eine Gelegenheit, Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben (z.B. Flyer verteilen), Ansprechpersonen zu vermitteln und Brücken zwischen Verwaltung, Politik und Bewohner*innen zu schlagen.

Was ist zu beachten?

- Legen Sie fest, welche Saison, welcher Tag, welche Tageszeit und welche Route passend für Ihre Vermittlungsanliegen sind. Machen Sie eine vorbereitende Begehung. Prüfen Sie auch die Barrierefreiheit und Zugänglichkeit. Wählen Sie Orte, die von besonderem Nutzen für die Bevölkerung sind.
- Laden Sie rechtzeitig ein und nutzen Sie dafür verschiedene Medien, z.B. Newsletter, soziale Medien, Plakate, Zeitung. Legen Sie eine Teilnahmebegrenzung fest und organisieren Sie ein unkompliziertes Anmeldeverfahren.
- Übernimmt die Stadt selbst die Organisation, müssen dafür personelle Ressourcen mit entsprechendem Knowhow eingeplant werden. Falls Sie weitere Expert*innen hinzuziehen oder Externe (z.B. Büros, Hochschulen) für die Organisation beauftragen wollen, kalkulieren und organisieren Sie dafür zusätzliche Mittel.
- Wenn die Rundgänge regelmäßig stattfinden sollen, planen Sie am besten frühzeitig die ganze Reihe (Termine, Routen und Themen festlegen, ggf. Genehmigungen einholen, Personal buchen, Öffentlichkeitsarbeit).
- Für Beteiligungselemente (z.B. Fragebogen) oder Visualisierungen (z.B. Zeichnen im Plan) brauchen Sie Materialien (z.B. Kamera, Klemmbrett, Pläne), die zu transportieren oder auf der Strecke zu deponieren sind.
- Gewährleisten Sie eine gute akustische Verständlichkeit auch bei unterschiedlichen Geräuschkulissen (ggf. Headsets oder tragbare Mikroanlage organisieren). Sorgen Sie für Sonnenschutz, z.B. Regenschirme oder Hüte.
- Sorgen Sie für ggf. verschiedene zielgruppengerechte Methodiken, Sprachen und Materialien (z.B. auch kindgerecht). Halten Sie Informationsmaterial mit geeignetem Wiedererkennungswert bereit.
- Planen Sie ggf. zusätzliches Betreuungspersonal, z.B. bei Kindergruppen oder großen Gruppen ein.
- Legen Sie einen „Plan B“ für schlechtes Wetter fest und kommunizieren Sie diesen bei der Einladung.

Links

Nürnberger Kiezzrundgang

https://www.nuernberg.de/imperia/md/klimaschutz/dokumente/flyer_klimarundgang_2016-03-13.pdf

Kiezklima Berlin – Handlungsleitfaden, Seite 13

https://kiezklima.e-p-c.de/images/kiezklima_images/Handlungsleitfaden

Leipziger GrünGänge

<http://www.atelier-latent.de/leipziger-gruengaenge>

Spaziergangswissenschaft

<http://www.spaziergangswissenschaft.de/>



Vermitteln Sie komplexes Wissen verständlich an Fachfremde!

■ Worum geht es?

Fachmaterial wie z.B. Pläne, thematische Karten oder grafische Darstellungen von Prognosen und Szenarien sind oft nur mit einschlägigen fachlichen Vorkenntnissen les- und anwendbar. Die „Übersetzung“ solcher Materialien bedeutet, dieses Material durch allgemeinverständliche Sprache und Gestaltung so zu vereinfachen, dass es auch für fachfremde Personen verständlich und nutzbar wird.

■ Welche Ziele und Zielgruppen können erreicht werden?

Grundsätzlich ist eine allgemeinverständliche Darstellung von Informationen für alle am Thema Interessierten vorteilhaft. Politische Gremien sind auf Grundlage niedrigschwelliger Erläuterungen eher befähigt, fundierte Entscheidungen zu fällen. In der Verwaltung kann die Sachkompetenz zur Klimaanpassung bei Kolleg*innen verbessert werden und damit auch die ressortübergreifende Integration in Planung und Umsetzung. Und natürlich sind Betroffene und gefährdete Bewohner*innen sowie lokale Akteure wichtige Zielgruppen.

■ Welche Inhalte werden vermittelt?

Klimafunktionskarten oder Hochwasserrisikokarten sind Beispiele für klimaanpassungsrelevante Fachmaterialien, die nicht leicht zu verstehen sind. Sie verdeutlichen die räumliche Betroffenheit durch Hitze oder Hochwasser und sind deshalb wichtige Grundlagen für Planende, etwa zur Risikobewertung oder für die Ableitung von Maßnahmen zur Klimaanpassung. Das Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen hat deshalb gemeinsam mit Beauftragten eine Lesehilfe für Hochwassergefahren- und -risikokarten erarbeitet (siehe Links). Die Lesehilfe stellt knapp dar, was die Karten zeigen, wer sie erstellt, wofür sie wichtig sind und wie man sie beziehen kann. In verständlicher Sprache werden Kartendarstellungen und Schraffuren erläutert. Die Lesehilfe erklärt auch, welche Interpretation die Karten zulassen.

Inspirierend für eine niedrigschwellige Aufbereitung von Fachmaterial kann auch Unterrichtsmaterial für Schulen sein. Dafür gibt es zahlreiche, oft filmische Beispiele, die die komplexen Zusammenhänge verständlich, interessant und oftmals auch sehr unterhaltsam darstellen (siehe Links). Diese Beispiele können Planende in der Verwaltung zur Inspiration und zur Anwendung heranziehen. Nicht immer muss neues Material „erfunden“ und aufwendig erstellt werden.



■ Welche Wirkungen können erzielt werden?

Gut verständliche Fachmaterialien unterstützen die Akteure, die über Planungen, Maßnahmen und Budgets entscheiden. Sind fachliche Grundlagen auch ohne planerisches Vorwissen verständlich, können sich Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft gleichermaßen darauf beziehen und über Maßnahmen und Prioritäten auf Augenhöhe diskutieren. Entscheidungen können dadurch erheblich an Qualität, Transparenz und Akzeptanz gewinnen. Fachressorts, die kaum in die Planung baulicher Maßnahmen involviert sind, jedoch Verantwortung für Infrastrukturen (z.B. öffentliche Einrichtungen, Denkmäler) haben, können z.B. Erkenntnisse aus Klimafunktionskarten nutzen, um den Schutz der Infrastrukturen ihres Fachvermögens in Stadtentwicklungsverfahren einzufordern. Auch Unternehmen oder Hauseigentümer*innen können so für präventive Maßnahmen sensibilisiert und für die Beantragung von Fördermitteln motiviert werden.

Der Lerneffekt und die Wirkung können noch verstärkt werden, wenn „übersetztes“ Fachmaterial in Workshops z.B. im Rahmen der ISEK-Erstellung oder durch Präsentationen (z.B. in Ausschüssen) vermittelt und gemeinsam interpretiert wird. In Kassel wurden Schulungen zur Klimafunktionskarte in verschiedenen Verwaltungsabteilungen direkt an den Arbeitsplätzen angeboten.

Auch bei Quartiersbewohner*innen kann das Verständnis von Fachmaterialien sowohl individuelle Verhaltensänderungen als auch zivilgesellschaftliches Engagement bewirken.

■ Was ist zu beachten?

- Klären Sie Federführung und Budget.
- Beauftragen Sie ggf. Profis für Gestaltung, Text und Präsentation.
- Achten Sie auf verständliche, zielgruppengerechte Sprache, ggf. Mehrsprachigkeit, Barrierefreiheit.
- Legen Sie ggf. die notwendige Auflagenhöhe für einen Druck fest.
- Achten Sie auf die Einholung und Angabe aller Rechte (bei Veröffentlichung).
- Planen Sie auch die Aktualisierung der Materialien ein.

Links

Zur Lesehilfe Hochwassergefahren-/risikokarten

https://www.flussgebiete.nrw.de/system/files/atoms/files/lesehilfe_hwrmrl_hwgk.pdf

Klimaanpassung online verstehen

<https://paradigmmaps.geo.uni-halle.de/klimawandel/>

Kinder- und Jugend, z.B. Hamburger Bildungsserver

<https://bildungsserver.hamburg.de/klimawandel/>

Kurzfilme

<http://www.tricast.de/KlimaStadtRaum/>

Machen Sie die Wirkung Ihrer Planung sichtbar, um Transparenz und Akzeptanz zu schaffen!

■ Worum geht es?

Visualisierungen helfen, planerische Absichten auch für Nicht-Planende vorstellbar zu machen. Dadurch wird die oftmals abstrakte Fach- und Bildsprache der Planung in allgemeinverständliche Bilder „übersetzt“. Die Bilder zeigen einen angestrebten Zustand in der Zukunft und veranschaulichen, wie dieser Zustand von den Zielgruppen angenommen wird, z.B. spielende Kinder neben Sportler*innen und entspannten Senior*innen, die gemeinsam einen geplanten (künftigen) Platz nutzen.

■ Welche Ziele und Zielgruppen können erreicht werden?

Visualisierungen richten sich vor allem an die von Anpassungsmaßnahmen betroffenen Bürger*innen sowie an Akteure, die Entscheidungen zu treffen haben. Den Anwohner*innen soll bildhaft vermittelt werden, wie sich ihr Umfeld und ihre Lebensqualität verändern kann. Akteure, die über Maßnahmen entscheiden (z.B. Lokalpolitiker*innen) oder die den Prozess mitbestimmen, wie Bürgerinitiativen oder Umweltverbände, sollen eine bessere Vorstellung von den angestrebten Ergebnissen bekommen, damit sie die geplanten Maßnahmen unterstützen.

■ Welche Inhalte werden vermittelt?

Visualisierungen können praktisch das gesamte Planungsspektrum abdecken. Die Stadt Esslingen zeigt zum Beispiel, was im Teilprojekt Hainbachtal im Stadtentwicklungskonzept Esslinger Bachtäler für den gesamten Bachlauf geplant ist. Mehrere Teilmaßnahmen widmen sich der Bachöffnung mit gleichzeitiger Renaturierung des Baches und Aufwertung von Flächen zur Naherholung am Wasser.



Quelle: Planstatt Senner Landschaftsarchitektur | Umweltplanung | Stadtentwicklung, Breitlestraße 21, 88662 Überlingen

Die Stadt Esslingen hat ihre Pläne frühzeitig durch allgemeinverständliche und unterhaltsame Visualisierungen (Verwendung von Mundart) kommuniziert. Diese wurden von einem beauftragten Planungsbüro umgesetzt. Die Visionen im Esslinger Beispiel erinnern an einen Comic, für jeden konkreten Standort gibt es eine Vision.

■ Welche Wirkungen können erzielt werden?

Bei gelungener Visualisierung von Planungen kann das Interesse der Zielgruppen für die Maßnahmen geweckt und erfolgreich Überzeugungsarbeit für diese geleistet werden.

Bis zur Verwirklichung der Planungsvorhaben kommen oft Belastungen durch die Bauarbeiten auf die Anwohner*innen zu, was deren Akzeptanz für die Maßnahmen sehr beeinträchtigen kann. Die Aussicht auf den Gewinn an Lebens- und städtebaulicher Qualität, der durch Visualisierungen wahrnehmbar wird, ist daher für die Unterstützung der Bevölkerung und der politischen Entscheidungsträger*innen zentral.

Werden die in der Planung angestrebten Ergebnisse vorstellbar, können Ängste und Widerstände gegen nötige Maßnahmen abgebaut werden. Im besten Fall gewinnt man nicht nur interessierte und überzeugte Menschen sondern auch unterstützende Partner.

■ Was ist zu beachten?

- Beauftragen Sie Profis im Bereich Gestaltung und Kommunikationsdesign.
- Achten Sie darauf, dass Vertreter*innen unterschiedlicher Nutzergruppen (Alter, Geschlecht, Nutzungsinteressen, mobil, eingeschränkt) abgebildet werden. Vermeiden Sie aber Stereotype.
- Achten Sie auf verständliche, barrierefreie (Bild-)Sprache. Machen Sie einen Testlauf vor Veröffentlichung mit unterschiedlichen Zielgruppen.
- Der konkrete Maßnahmenort muss wiedererkennbar sein, verwenden Sie deshalb entsprechende gegenwärtige Elemente aus der Umgebung.
- Achten Sie auf die Einholung und Angabe von model releases und Bildrechten.
- Passen Sie die Visualisierungen dem Planungs- und Umsetzungsstand bei Änderungen an.

Erstellen Sie Material zur Aufklärung und Selbsthilfe für Bewohner*innen und Eigentümer*innen!

■ Worum geht es?

Handliche Printmedien wie Flyer, Faltblätter oder Postkarten werden genutzt, um alltagsrelevantes und anwendungsorientiertes Wissen zu Klimaanpassung kurz und knapp zu verbreiten.

■ Welche Ziele und Zielgruppen können erreicht werden?

Material zur Aufklärung und Selbsthilfe kann sich grundsätzlich an alle Teile der Bevölkerung richten. Häufig stehen vulnerable Gruppen (ältere Menschen, Kleinkinder, kranke Menschen) im Fokus. Die Menschen sollen dadurch befähigt werden, sich und andere z.B. vor Schäden durch Starkregen und Hitze zu schützen, Gefahren zu erkennen, zu vermeiden oder abzuwehren. Durch Hinweise und Empfehlungen, etwa zu konkreten baulichen Schutzmaßnahmen, können zudem Grundstücks- und Wohnungseigentümer*innen angehalten und motiviert werden, Verantwortung für den Schutz ihrer Objekte sowie für ihre Mieter*innen zu übernehmen. Im gleichen Zuge wird Wissen zu Klimawandel und Klimaanpassung vermittelt.

■ Welche Inhalte werden vermittelt?

Informationsangebote können die gesamte Bandbreite der Anpassungsmöglichkeiten an Hitze, Starkregen oder Hochwasser behandeln. Ein gutes Beispiel für ein praktisches Informationsblatt ist der „Hitzeknigge“ des Umweltbundesamtes (UBA), der im Rahmen der Aktion „Schattenspender“ entstand. Das kleine Heft in Postkartengröße mit 20 Seiten enthält kurze, „knackige“ Texte und praktische Tipps zum Umgang mit gesundheitsgefährdender Hitzebelastung.

Der Fachbereich Umwelt der Stadt Aachen hat wiederum zwei Faltblätter zu Starkregen und Hochwasser erarbeitet und online gestellt, die sich zum einen unter dem Motto „Was ist zu tun? - Schutz für sich und andere“ an die Bevölkerung und zum anderen mit Fokus auf bauliche Schutzmaßnahmen an Grundstücks- und Hauseigentümer*innen wenden. Neben kompakten Ausführungen, zum Beispiel zu Schadensursachen, werden konkrete Verhaltenshinweise und Empfehlungen zu Schutzmaßnahmen gegeben. (siehe Links)



■ Welche Wirkungen können erzielt werden?

Informationsangebote zur Klimaanpassung können mehrfach wirken: Neben dem vordringlichen Ziel, die Zielgruppen zum Handeln zu aktivieren und zu befähigen, sensibilisieren sie für das Thema Klimawandel und -anpassung. Die eigene Betroffenheit und die von besonders gefährdeten Gruppen in der Nachbarschaft wird ebenfalls deutlicher. Das Thema Klimaanpassung bekommt zudem Handlungsbezug und ist nicht mehr abstrakt und fern vom eigenen Alltag. Schließlich können solche Materialien dazu beitragen, dass sich Menschen in der Nachbarschaft begegnen, sich ansprechen und sich zu diesem Thema oder darüber hinaus vernetzen.

■ Was ist zu beachten?

- Beauftragen Sie Profis für Text und Gestaltung.
- Wählen Sie handliche Formate, z.B. DIN A6, DIN lang, Hosentaschenformat.
- Planen und budgetieren Sie auch Verteilung, Auslage und Bewerbung der Materialien, damit das Material wirklich bei den Zielgruppen ankommt und wirken kann. Für die Verbreitung geeignet sind z.B. thematische Veranstaltungen, Senioreneinrichtungen, Kundenzentren von Wohnungsbaugesellschaften, Bürgerämter, Arztpraxen, Nachbarschaftsfeste oder Klimarundgänge.
- Achten Sie auf verständliche, zielgruppengerechte Sprache, ggf. Mehrsprachigkeit, Barrierefreiheit.
- Geben Sie Hinweise auf weiterführende Informationen und Ansprechpersonen zum Thema.
- Prüfen Sie das Material regelmäßig auf Aktualität, aktualisieren und produzieren Sie entsprechend nach.
- Vermeiden Sie Textlastigkeit. Illustrationen und Fotos unterstützen die Inhalte und machen die Flyer ansprechend. Achten Sie auf Einholung und Angabe der Rechte.

Links

Flyer zu Starkregen und Hochwasser

http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/umwelt/pdf/starkregen_was-ist-zu-tun.pdf

http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/umwelt/pdf/starkregen_schutz-von-gebaeuden.pdf

http://www.aachen.de/DE/stadt_buerger/umwelt/gewaesser/hochwassermanagement/index.html

Hitzeknigge

<https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/5750/publikationen/210215-hitzeknigge-allgemein-web.pdf>

Hilfreiche Materialien dazu aus dem Projekt KiezKlima

<https://kiezklima.e-p-c.de/index.php/projektbausteine/oeffentlichkeitsarbeit>

https://kiezklima.e-p-c.de/images/kiezklima_images/Handlungsleitfaden



Nutzen Sie geeignete Anlässe, um für Klimaanpassung zu werben!

■ Worum geht es?

Es gibt in den Kommunen bewährte Veranstaltungsformate und zahlreiche Anlässe der Stadt- und Quartiersentwicklung, bei denen Öffentlichkeitsarbeit für Klimaanpassung effektiv und mit wenig Aufwand integriert werden kann, z.B. Beteiligungsveranstaltungen im Rahmen des Stadtumbaus. Um über Klimaanpassung zu informieren, zu sensibilisieren und zu aktivieren, müssen daher nicht immer neue Formate erfunden oder gesonderte Veranstaltungen organisiert werden.

■ Welche Ziele und Zielgruppen können erreicht werden?

Nutzt man bestehende Veranstaltungsformate, so erreicht man die entsprechenden Teilnehmergruppen, etwa Besucher*innen von Veranstaltungen zum Tag der Städtebauförderung, von Stadtteilfesten, Quartierswerkstätten, von Einweihungen neuer Plätze oder Einrichtungen, Kita- und Schulfesten. Sogar Sportveranstaltungen können zu Zielgruppen der Öffentlichkeitsarbeit für Klimaanpassung werden. Auch Gewerbetreibende, Vereine und öffentliche Einrichtungen sind z.B. bei Festen, oft mit eigenen Ständen, vertreten. Häufig sind an solchen Veranstaltungen auch Vertreter*innen aus der Politik beteiligt, die z.B. Feste eröffnen. Im Rahmen bestehender Stadt- und Quartiersveranstaltungen wird also aufgrund der vielfältigen Themen, Orte und Anlässe eine sehr breite Öffentlichkeit erreicht, was für die Bewerbung von Klimaanpassung kreativ nutzbar gemacht werden sollte.

■ Welche Inhalte werden vermittelt?

Nahezu alle Inhalte zu Klimawandel und Klimaanpassung lassen sich im Rahmen der beispielhaft benannten Veranstaltungen vermitteln. Der Mehrwert von Klimaanpassung für die Risikovorsorge und die Lebensqualität in der Stadt kann deutlich gemacht werden. An einem eigenen Stand können Sie z.B. gedruckte Materialien zu Klimawandel und Klimaanpassung (siehe Box Öffentlichkeitsarbeit: Flyer) oder Lesehilfen für Klimakarten (siehe Box Öffentlichkeitsarbeit: Fachmaterial "übersetzen") verteilen, anbringen und erläutern. Durch einen Fragebogen (siehe Box Beteiligung: Befragungen), können die Besucher*innen in einem Quartiersplan z.B. besonders heiße, unbeschattete Orte oder bei Regen überschwemmte Bereiche markieren. Wissen zu Klimaanpassung kann auch in Form eines Quiz vermittelt werden. Einfache Gewinne können zu Maßnahmen individueller Klimaanpassung anregen, z.B. Sonnenschirme oder -hüte, Thermometer, Trinkflaschen. Am Tag der Städtebauförderung kann ein Klimarundgang (siehe Box Öffentlichkeitsarbeit: Klimarundgang) angeboten werden, der auch andere städtebauliche Aspekte aufgreift und sichtbar macht.



■ Welche Wirkungen können erzielt werden?

Wird Öffentlichkeitsarbeit für Klimaanpassung in bestehende Veranstaltungsformate eingebunden, so erreicht man mit relativ wenig Aufwand jeweils die veranstaltungsspezifische Öffentlichkeit. Voraussetzung dafür ist die Verwendung von geeigneten Materialien und Formaten. Es eröffnet sich die Möglichkeit, nicht nur Klimaanpassung und ihre Notwendigkeit zu erläutern, sondern auch ihr Zusammenspiel mit vielen anderen Themen der Stadt- und Stadtteilentwicklung anschaulich zu machen.

■ Was ist zu beachten?

- Planen Sie rechtzeitig Ihre Beteiligung (Stand, Rundgang, Ausstellung, Redebeitrag etc.) an einer entsprechenden Veranstaltung und stimmen Sie diese mit den Organisator*innen ab.
- Bereiten Sie geeignetes Material für Ihre Beteiligung (Auslagen, Aushänge, Gewinne) vor, drucken Sie ggf. nach.
- Stellen Sie ein geeignetes Team für Ihren Beitrag zusammen, ziehen Sie ggf. Externe hinzu (Moderation etc.).
- Verteilen Sie Hinweise auf weiterführende Informationen oder Veranstaltungen zu Klima und Klimaanpassung.
- Verbreiten Sie Kontaktdaten von Ansprechpersonen zur Klimaanpassung in Ihrer Verwaltung (z.B. Visitenkarten).

Links

Tag der Städtebauförderung: Inspiration und Handbuch für Beiträge auch zur Klimaanpassung

<https://www.tag-der-staedtebaufoerderung.de/startseite/>

Klimaanpassung beim Stadtteilstfest

<https://klima-allianz-remscheid.de/aktionen/stadtteilstfest-hasenberg/>

Das Projekt KiezKlima beim Flohmarkt im Quartier, Seite 10

https://kiezklima.e-p-c.de/images/kiezklima_images/Handlungsleitfaden