

Leitfaden

Interkommunales Projekt zur Öffentlichkeitsarbeit für Klimaschutzthemen



Klimareise

Ein Gemeinschaftsprojekt der
Städte Mönchengladbach,
Rheinberg und Bonn

Inhalt

Hintergrund	1
Projektentwicklung.....	2
Klimareise	6
Planung.....	6
Durchführung	9
Budget	10
Evaluation	11
Resümee Organisatoren	12
Presseclippings.....	13
Wirkungsanalyse und Erfolgskontrolle	19
Ausblick	20
Mitmachen	20
Anhang	21
Werkzeugkoffer	21
Kommunikationsvorlagen	22
Pressemeldung Vorlage	22
Gemeinsames Plakat	23
Vorbereitung Lehrende	24
Vorbereitung Schüler/-innen.....	25
Reisepläne.....	26
Beispiel ausführlicher Zeitplan/Reiseplan Stadt Bonn.....	29
Impressum	31

Hintergrund

In der Öffentlichkeitsarbeit für Klimaschutzthemen sehen sich Kommunen in der Regel mit den gleichen Herausforderungen konfrontiert: Kein Geld, kein Personal, keine Erfahrung. Zudem sind die Anforderungen und Erwartungen an den Job der Klimabeauftragten hoch: Die Bürgerschaft soll zu klimafreundlichem Verhalten motiviert werden, komplexe Klimaschutzthemen sollen greifbar und verständlich gemacht werden, Alternativen müssen aufgezeigt werden. Vor diesem Hintergrund wird eine Herausforderung schnell zur Überforderung und der Auftrag: „Klimaschutz sichtbar machen“ droht zu scheitern. Hier kann eine **städteübergreifende Zusammenarbeit** helfen. Diese bietet die Chance Erfahrungen auszutauschen, sich gegenseitig zu inspirieren, gemeinsam Ideen zu entwickeln und Ressourcen zu bündeln. So lässt sich gemeinsam für den Klimaschutz vor Ort mehr erreichen.

Im Rahmen eines Erfahrungsaustausches der KommunalAgenturNRW, die als PlattformKLIMA im Auftrag der EnergieAgenturNRW Kommunen beim Klimaschutz unterstützt, fanden sich im Februar 2014 die fünf Städte Rheinberg, Langenfeld, Lüdenscheid, Mönchengladbach, Bonn sowie die Städteregion Aachen zusammen, um unter der Leitung von Anna Guth (Stadt Bonn) gemeinsam ein öffentlichkeitswirksames Projekt für kommunale Klimaschutzthemen zu entwickeln.

Ziel war es gemeinsames Wissen zu bündeln, Expertise untereinander weiter zu geben und sich fachlich zu ergänzen. Das gemeinsam entwickelte Projekt sollte zudem mit geringem Budgetaufwand und möglichst von allen Kommunen, unabhängig von ihrer Größe und Strukturen, umgesetzt werden können. Damit sollte auch der Grundstein gelegt werden, dass die Projektidee von weiteren interessierten Kommunen möglichst einfach übernommen und umgesetzt werden kann. Die Arbeitsgruppe bildete in ihrer Zusammensetzung unterschiedliche Stadtgrößen und –formen (Städteregion) ab und gewährleistete so, dass neben dem unmittelbaren Bezug zur praktischen Klimaschutzarbeit in Kommunen, auch die unterschiedlichen Voraussetzungen in den einzelnen Kommunen berücksichtigt wurden.

Projektentwicklung

Perspektivenwechsel

Am Anfang der städteübergreifenden Zusammenarbeit stand der Perspektivenwechsel nach dem Motto „**Geht nicht, gibt's nicht!**“: Ideen sollten zunächst ausschließlich positiv bewertet werden, um Raum für Kreativität und Motivation zu schaffen und Mut zu machen, alte Themen neu und ohne Hemmnisse zu denken. Es ging noch nicht um eine konkrete Projektidee, sondern darum, den Blick zu schärfen, welche Ressourcen und Unterstützung im eigenen Arbeitsbereich vorhanden sind, um Projekte umzusetzen und vorgegebene Ziele zu erreichen. Die Workshops wurden von Anna Guth, Kampagnenmanagerin der Stadt Bonn konzipiert und durchgeführt. Um Raum zu schaffen, Altbekanntes neu zu betrachten, setzte Anna Guth verschiedene Kreativitäts- und Workshopstechniken, wie beispielsweise World-Café, Brainwalk und die SIL-Methode, ein.

Bausteine

Die Projektpartner definierten zunächst aus einem vorgegebenen Themenkatalog per Gewichtung das wichtigste Themenfeld, sowie die Zielgruppe, für die in der bisherigen Klimaschutzarbeit noch ein Angebotsbedarf besteht.

Thema		Zielgruppe	
Bildung • Schulen, Vereine, etc.	17 Stimmen	Jugendliche	11 Stimmen
		Unternehmen/-r	11 Stimmen
Konsum • Einkaufen, Essen/Trinken, Freizeit/Reisen, Ausgehen	12 Stimmen	Familien	8 Stimmen
Mobilität • Car-Sharing, Fahrrad, Bike & Ride, Radstation/-Verleih, E- Mobilität	11 Stimmen	Eigentümer/-innen	8 Stimmen
Bauen/Wohnen • Sanierung, Neubau, Passivhaus, (Strom-)Verbrauch, Einrichten	8 Stimmen	Kinder	7 Stimmen
Energie • PV-/Solarthermieanlagen, Wind-/Wasserkraft	6 Stimmen	Senioren	3 Stimmen
Mobilität • Car-Sharing, Fahrrad, Bike & Ride, Radstation/-Verleih, E- Mobilität	12 Stimmen	Keine Familien/Ledig	2 Stimmen
Bauen/Wohnen • Sanierung, Neubau, Passivhaus, (Strom-)Verbrauch, Einrichten	11 Stimmen	Mieter/-innen	1 Stimme

In einem zweiten Schritt arbeiteten die Teilnehmenden bereits vorhandene Instrumente in der eigenen Verwaltung heraus, um Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Diese wurden in einem *Werkzeugkoffer* (siehe Anhang) gesammelt und zeigten, welche Ressourcen ohne zusätzlichen Budgetbedarf bereits zur Verfügung stehen und wo sich Synergien aus einer interkommunalen

Zusammenarbeit ergeben können (beispielsweise zentraler Druck von Materialien, überregionale Pressekontakte, eine Marketingabteilung, die bei der Erstellung von Materialien unterstützen kann).

Außerdem wurden gemeinsam Elemente und besondere Charakteristika von gelungenen Aktionen im Klimaschutz anhand von Beispielen gesammelt und definiert. Dies diente dazu, den Begriff „sichtbare Öffentlichkeitsarbeit“ greifbarer zu machen. So entstanden die

Leitlinien für erfolgreiche öffentlichkeitswirksame Aktionen:

- Identifikation mit der Gruppe und dem Thema (Authentizität)
- Entscheider/in als „Vormacher“ gewinnen → Klimavorbild
- Gute Stimmung schaffen als Grundlage für erfolgreiche (Weiter-)Arbeit
- PR-Begleitung/Medienarbeit
- Erfolg messbar, sichtbar, persönlich erfahrbar machen
- Persönlicher Nutzen/Mehrwert muss deutlich werden
- Breitenwirksame Maßnahmen
- Fachliche und persönliche Kompetenzen erkennen, reflektieren und koordinieren
- Motivierte, engagierte Mitstreiter/-innen
- Geeignete, spannende Location/Veranstaltungsort

Um später geeignete Instrumente zur Ansprache der ausgewählten Zielgruppen zu finden wurden in einem weiteren Workshop mit der Methode des Brainwalks Ideen und bisherige Erfahrungen zu den Zielgruppen gesammelt.

Zielgruppenbetrachtung und Maßnahmenannäherung

Orte/Netzwerke/Infokanäle

Wo begegnen wir Unternehmen?	Wo begegnen wir Jugendlichen?
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Untermertreffen Wifö ▪ Bauaufsicht ▪ An/ Umsiedlungen ▪ Auszeichnung Energiesparer NRW ▪ Konsument ▪ Betriebsbesuche ▪ Infoveranstaltungen ▪ Nachbar bei Veranstaltungen ▪ Akquise für Handwerkercheck ▪ Veranstaltung, Messen ▪ Planung von Aktionen ▪ Wirtschaftsförderung ▪ IHK-Projekte ▪ Stadtradeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in der Mittagspause beim Pizzabäcker ▪ Kulturveranstaltungen/Quartiersfeste ▪ Halfpipe, Skatepark ▪ Jugendausschuss, Schülervertretung ▪ Jugendzentrum ▪ „öffentliche“ Treffpunkte ▪ KJG/Sportvereine ▪ Ferienfreizeiten ▪ Veranstaltungen zum Klimaschutz ▪ Workshop in Schule (13-15J/17-18Jahre) ▪ Konfi-Unterricht ▪ Stadtradeln ▪ Planspiel Klima

Motivation/ Zieldefinition

Was möchten wir bei Unternehmen erreichen?	Was möchten wir bei Jugendlichen erreichen?
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Öffentlichkeitsarbeit ▪ Mehr Energieeffizienz, Einsatz ET ▪ „Partnerschaften“ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Austausch untereinander ▪ Sensibilisierung ▪ Selbständigkeit

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mehr „Klimasensibilität“ ▪ Verantwortungsbewusstsein ->Verbindung Klimathemen und Unternehmensstandort, Vorbildfunktion ▪ Sponsoring/ Engagement für Klimaprojekte (+Partner) ▪ Öffentlichkeitsarbeit: Förderung, Projektmöglichkeiten „Best Practice“ ▪ Motivation & Interesse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vernetztes Denken ▪ Interesse wecken, aktive Beteiligung ▪ Gleichgesinnte untereinander finden ▪ Interesse ▪ Eigeninitiative ▪ Multiplikation ▪ „Druck“ ausüben (auf Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit)
--	--

Maßnahmenentwicklung

Wie kamen wir bereits erfolgreich mit Unternehmen in Kontakt?	Wie kamen wir bereits erfolgreich mit Jugendlichen in Kontakt?
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ökoprofit-Projekte ▪ Business 2 School – Schulprojekt in Unternehmen ▪ Kleine Aktionen mit citynahen Einzelhändlern (Thema Radverkehr) ▪ Akquise Earth Hour ▪ Pedelec Testwochen ▪ Runder Tisch IHK ▪ Gespräch am Rande von Veranstaltungen z.B. „Betriebe lösen Verkehrsprobleme“ ▪ Städtischer Effizienzdialog ▪ Earth Hour ▪ Klimatour MK ▪ Veranstaltungsreihe „Energieeffizienz & Sanieren“ ▪ Finanzierung/ Sponsoring Veranstaltungen ▪ Best Practice: Carrot Mob 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Filmvortrag zum ökologischen Fußabdruck (12-16 Jahre) ▪ Workshop in Schulen -> Facebook Projekt ▪ Preisverleihung Stadtradeln ▪ Radtouren und Radaktionen (Klimaschutzpreis von Energieversorger) ▪ Innovation contest (Schulpraktikum + Handy zu gewinnen) ▪ Wirtschaftssimulationsspiel Konfis ▪ Plant for the Planet (10 Jahre) ▪ Klimaparcours (14-16 Jahre) ▪ Radparcours (6-14 Jahre) ▪ Was geht? Beteiligungsprozess (politisch, bis 15 Jahre) ▪ Sozialprojekt (Filmdreh, 16 Jahre) ▪ Business 2 School ▪ Schulprojekt in 17 Unternehmen ▪ Stadtteilfest/ Veranstaltung ▪ Umweltfest ▪ Kooperation mit Verbraucherschutzzentrale NRW an Schulen ▪ Kindersparprogramm mit Energie

Erfolgreiche Ansprache von Unternehmen/ Best Practice

Städtische Veranstaltungen für Unternehmen

- (z.B. über Wirtschaftsförderung/ selbstorganisiert)

Aktives Netzwerken

- (z.B. Messe/ Infostand)
 - Türöffner: „Engage Fotokampagne“ (Städteregion Aachen)
 - Öffentlichkeitsbeteiligung/ Werbung
 - Serviceangebot Energieberatung/ -check/ Förderberatung
 - Anerkennung/ Lob z.B. Energiesparer NRW Plakette/ Auszeichnung

Interne Arbeitsgruppen/ Projekte

- Wirtschaftsförderung
- Bauaufsicht
- Liegenschaften

Kooperationen

- IHK
- KHW
- Effizienzagentur
- DeHoGa

Als Konsument/ Kunde privat

Betriebsbesuche -> Austausch Gespräch

Projektidee

Die in den Workshops definierten Zielgruppen, der Themenschwerpunkt sowie die Rahmenbedingungen (Werkzeugkoffer, Leitlinien, Zielgruppenannäherung) waren die Grundlage der Ideenfindung für ein gemeinsames Projekt. Dieses wurde mit der Kreativitätstechnik *SIL-Methode* gefunden und als „Klimareise“ bezeichnet.

In drei weiteren Workshops wurden individuelle Umsetzungskonzepte der Klimareise für jede einzelne Kommune sowie eine übergreifende Kommunikationsstrategie entwickelt. So bestand die Möglichkeit im interkommunalen Gesamtkonzept auf die individuellen Voraussetzungen der teilnehmenden Kommunen einzugehen. Die gemeinsame Kommunikationsstrategie, der gleiche Starttermin und gleichbleibende Elemente in der Klimareise fungieren als verbindende Elemente zwischen allen teilnehmenden Städten.

Klimareise

An einem Vormittag begeben sich Kinder und/oder Jugendliche (z.B. eine Schulklasse) auf die Reise in ihrer Stadt, um den Facettenreichtum des Klimaschutzes vor Ort zu entdecken und Klimaschutz hautnah zu erleben. Sie besuchen Unternehmen, die in ihrem unternehmerischen Handeln klimafreundliche Akzente setzen und entdecken Möglichkeiten vor Ort selbst aktiv zu werden. Da die Voraussetzungen und Inhalte einer Klimareise von Kommune zu Kommune unterschiedlich sind – es sollen bereits vorhandene Projekte gezeigt werden – erarbeiteten die Projektpartner individuelle Reisedrecken mit lokalen Schwerpunkten (siehe Planung).

Die Klimareise kombiniert die in den gemeinsamen Workshops definierten Zielgruppen (Unternehmer/-innen und Schüler/-innen) und schafft ein neues Angebot. Zudem arbeitet die Klimareise mit bereits vorhandenen Ressourcen, was einen sehr geringen Budgetaufwand für die Durchführung zulässt. Als öffentlichkeitswirksame Aktion schafft die Klimareise Aufmerksamkeit für lokale Klimaschutzthemen, trägt zu einer Profilschärfung der Kommune bei, aktiviert Multiplikatoren und gibt Unternehmen die Möglichkeit mit klimafreundlichem Handeln für sich zu werben. Alle verwendeten Materialien sind im Anhang aufgeführt.

Planung

Kontakt zu Unternehmen/Schulklassen

Anhand der Erfahrungssammlung zur Zielgruppenansprache (siehe Kapitel 2 Projektentwicklung) waren Möglichkeiten zur Ansprache von Schulklassen/Unternehmen identifiziert worden.

In der Praxis erwies sich als erfolgreich auf bereits bestehende Kontakte zurück zu greifen. So wurden im Klimaschutz aktive Unternehmen kontaktiert, die sich beispielsweise bereits an einer städtischen Kampagne/Aktion beteiligt hatten oder zu denen über die Wirtschaftsförderung und/oder andere Ämter bereits ein Kontakt bestand.

Auch bei der Ansprache der Schulklassen erwies sich diese Vorgehensweise als geeignet. In Bonn und Rheinberg wurden thematisch relevante AG's (Nachhaltigkeits-AG, Junior-Ingenieurakademie) in den Schulen angesprochen. In Mönchengladbach stellte das Schulamt einen Erstkontakt zu interessierten Schulen her.

Tipp: Vor der Reise einen gemeinsamen Termin mit allen Begleitern/Betreuern organisieren, um noch einmal die Inhalte, die den Schüler/-innen vermittelt werden sollen zu besprechen. Sinnvoll ist auch eine Vorbereitung im Unterricht von ein bis zwei Schulstunden.

Ansprache Unternehmen

Mönchengladbach

Neben der NEW AG, die letztlich alle Stationen der Klimareise stellte, wurden auch andere Unternehmen direkt angesprochen. Genutzt wurden zumeist vorhandene Kontakte. In einem Fall wurde die Pressestelle des Unternehmens angesprochen. Nach der Erläuterung des Vorhabens zeigten alle Unternehmen Interesse. In einer ersten groben Planung wurde auch die Mönchengladbacher Wirtschaftsförderung mit einbezogen. Diese hätte bei der Wahl anderer Ziele möglicherweise Kontakte zu den Unternehmen herstellen können.

Bonn

Die IHK Bonn Rhein/Sieg hat ein Auszeichnungsformat für Unternehmen, die besonders energieeffizient wirtschaften und handeln ins Leben gerufen, die „Energetischen Leuchttürme“. Hier werden vorbildliche Unternehmen aus der Region vorgestellt. Über diese Leuchttürme fand eine Vorauswahl möglicher anzusprechender Unternehmen statt; über die IHK konnte der direkte Kontakt zum fachlichen Ansprechpartner hergestellt werden. Die Anfragen für die Teilnahme an der Klimareise wurden ausnahmslos positiv beantwortet. Andere direkte Unternehmenskontakte bestanden durch die Aktion „Stadtradeln“, an der sich Unternehmensteams beteiligt hatten. Auch hier war durch den direkten Kontakt die Ansprache problemlos und wurde intern an die zuständigen Organisatoren im Unternehmen weitergeleitet.

Rheinberg

Thematisch geeignete Unternehmen, die bereits im Netzwerk „KlimaTisch Rheinberg“ bekannt waren, wurden persönlich oder telefonisch kontaktiert, später wurden die Einzelheiten und Hintergründe zur Klimareise per E-Mail an die Unternehmen gesendet. Die Unternehmen waren sehr motiviert, als Station in der Klimareise mitzuwirken. Eine klare Vorgabe und ggf. persönliche Gespräche über die Zielgruppe, Themen und Komplexitätsgrad sind wichtig, damit die Jugendlichen weder unter- noch überfordert werden.

Tipp: Eine frühzeitige Ansprache mit mehreren Monaten Vorlauf ist wichtig, damit genügend Unternehmen für die geplanten Stationen zum Termin der Klimareise gefunden werden. Bei der Unternehmensauswahl darauf achten, dass ein möglichst breites Themenspektrum gegeben ist, also nicht nur ein Unternehmen oder ein Themenbereich besucht wird. Mit den Ansprechpartnern in den Unternehmen sollte das Alter der Schüler/-innen thematisiert und besprochen werden, ob die Inhalte zielgruppengerecht vermittelt werden können. Hier können auch die Betreuer/-innen und/oder die Klimaschutzmanager/-innen unterstützen.

Gemeinsame Elemente

- Flashmob als Start

Um den Charakter einer überregionalen Klimareise zu unterstreichen, sollte diese in allen teilnehmenden Städten gleiche Elemente beinhalten. In der Planung einigten sich die Kommunen darauf, gemeinsam mit einer Flashmobaktion zu starten. Diese sollte jedoch individuell in den Städten von den teilnehmenden Schülern/-innen entwickelt werden, um deren Identifikation mit der Aktion und die Bereitschaft daran aktiv mitzuwirken zu steigern. So entstanden unterschiedliche Flashmobideen, der Flashmob startete aber in allen Städten zum selben Zeitpunkt.

- Zentraler, belebter Startpunkt

Für den Flashmob sollte in den einzelnen Städten ein zentraler Ort (meist Marktplatz) ausgewählt werden, an dem sich bereits um die Startzeit Passanten befinden. In Mönchengladbach war dies aufgrund des Wochentags mit dem Wochenmarkt kombinierbar. In Bonn hätte sich der Ökomarkt als zentraler Start geeignet, hier widersprach jedoch der Marktbetreiber der Idee einen nicht besetzten Stand mit Informationen „zurück zu lassen“. Deshalb wurde der Start in die Fußgängerzone vor dem Hauptbahnhof verlagert, durch die um diese Zeit viele Berufspendler unterwegs waren.

- Informationsmaterial am Startpunkt

Zudem einigten sich die Kommunen darauf, dass am Startort Informationsmaterial in einem Koffer/Pavillon zurück gelassen werden sollte, um auf das Projekt und weitere Klimaschutzaktivitäten der Stadt aufmerksam zu machen.

- Identische Kommunikation

Für die gemeinsame Kommunikation der Aktion wurde ein **Baustein für eine Presseinformation** entwickelt, der von allen teilnehmenden Kommunen genutzt wurde und mit dem individuellen Angebot ergänzt wurde. Außerdem wurden an die teilnehmenden Schulklassen **identische Vorbereitungsmaterialien** versendet. Für den Informationsstand am Startpunkt wurde ein **gemeinsames Plakat** entwickelt. Alle teilnehmenden Schüler/-innen erstellten außerdem vorab im Unterricht einen **CO₂ Fußabdruck**.

Reiseplan

Die Kommunen erstellten jeweils einen individuellen Reiseplan entsprechend der Möglichkeiten vor Ort, die Transport (Bonn und Rheinberg per Fahrrad, Mönchengladbach per Bus mit CO₂ Ausgleich), Stationen und Inhalte zusammenfassten (siehe Anhang).

Tipp: Eine Station als „Ersatzstation“ zusätzlich planen, zum Beispiel Besuch im Umweltamt. Sollte kurzfristig ein Unternehmen ausfallen, so kann diese dann in die Reise integriert werden, ohne die zuvor kommunizierten Zeiten zu gefährden.

Zeitpunkt

Die Klimareise sollte in allen teilnehmenden Kommunen am selben Tag um dieselbe Uhrzeit durchgeführt werden, für die Durchführung wurde Anfang 2015 der 17. Juni 2015 festgelegt, Start 08:30 Uhr und dann über den Vormittag andauernd. In einigen Städten fanden in dieser Woche **bei Schulen Projektwochen** statt, in die das Angebot der Klimareise gut integriert werden konnte. Der **Zeitpunkt kurz vor den Sommerferien erwies sich als günstig**, da die meisten Klassenarbeiten/Notenvergaben bereits erfolgt waren und Raum im Lehrplan für extra Aktivitäten war. Der **Vorlauf von mehreren Monaten vor dem Termin** bot Lehrenden außerdem die Möglichkeit, die Klimareise inhaltlich vorzubereiten und in den Unterrichtsstoff zu integrieren. Der **Zeitpunkt orientierte sich an den Schulstunden und -Zeiten**.

Tipp: Wer die Reise mit dem Fahrrad durchführt, sollte die geplante Route vorab abfahren und die Zeit großzügig messen (im Schnitt pro Strecke + 5 Minuten) um eine realistische Zeitplanung aufstellen zu können. Außerdem sollten Warnwesten für die Begleitpersonen organisiert werden. Am Besten auch noch einmal mit der Schule abklären, ob alle Teilnehmenden für die Klimareise versichert sind.

Bildrechte sollten ebenfalls vor der Reise über die Schule geklärt werden, so dass spätere Ton-, Film- und Fotoaufnahmen der Schüler/-innen für die Berichterstattung verwendet werden dürfen. In den meisten Fällen liegt einer Schule eine Einverständniserklärung der Eltern bereits vor, dies muss aber noch einmal nachgefragt werden.

Durchführung

Die Klimareise wurde entsprechend der Reisepläne umgesetzt. Diese wurden mindestens eine Woche vor Reisestart finalisiert und an alle teilnehmenden Kommunen kommuniziert.

Aus den Stationen ergaben sich die individuellen Checklisten für die Vorbereitung, wie zum Beispiel Standplanung auf Marktplatz, Transportorganisation, Anfrage Catering zu Station (für einen Snack). Die Presse wurde wahlweise zu einer Station (Bonn) oder auf die gesamte Reise (Mönchengladbach) mit eingeladen.

Tipp: Gerade bei Klimareisen, die per Fahrrad durchgeführt werden, sollte bei mindestens einer Station für eine Verpflegung mit Getränken und einem kleinen Snack (z.B. Brezel) gesorgt werden. Ebenfalls sollte keine Station länger als 45 bis 60 Minuten besucht werden, um die Aufmerksamkeit der Schüler/-innen jeweils gewährleisten zu können. Die Stationen sollten eine Mischung aus Mitmach-Elementen sowie Information beinhalten (siehe auch Evaluation).

Budget

Für die Klimareise fielen durch die Unterstützung von beteiligten Unternehmen und Organisationen so gut wie keine Kosten an. Damit ist die Klimareise ein öffentlich wirksames, aber budgetfreundliches Projekt und somit auch für Kommunen in der Haushaltssicherung sehr gut geeignet.

Budget Mönchengladbach: 0.5 zusätzliche Personaltage, Sponsoring

Der Stadt Mönchengladbach sind durch die Klimareise nur sehr geringe Kosten entstanden. Diese konnten alle hausintern verrechnet werden.

Neben dem Klimaschutzmanager wurde ein Mitarbeiter für die Dauer der Klimareise (1/2 Tag) für die Betreuung des Informationsstandes auf dem Marktplatz eingesetzt.

Außerdem wurden 10 Plakate gedruckt. (Hausinterne Verrechnung)

Die Busse wurden vom teilnehmenden Unternehmen (NEW AG – Energieversorger und Betreiber ÖPNV) zur Verfügung gestellt. Voraussetzung dafür war die Beteiligung als Ziel bei der Klimareise.

Budget Bonn: kein zusätzliches Personal, 38 Euro Bewirtungskosten

Die Klimareise in Bonn verursachte minimale Kosten, die sich ausschließlich auf die Bewirtung der teilnehmenden Schulklassen bezogen (Brezeln und Getränke). Personalkosten entfielen, da zwei Lehrerinnen als Begleitpersonen unterstützten. Da die Schüler/-innen mit den eigenen Fahrrädern unterwegs waren, entfielen auch hier Kosten für den Transport zwischen den einzelnen Stationen. Die teilnehmenden Unternehmen wären künftig auch gerne bereit, die Klassen zu bewirten, so dass auch diese Kosten eingespart werden können und die Klimareise somit nur mit dem Aufwand der Personalstelle, die die Organisation übernimmt, durchgeführt werden kann.

Budget Rheinberg: kein zusätzliches Personal, Sponsoring

Für die Flashmob-Aktion am Vormittag konnte eine Nebelmaschine vom örtlichen Theater kostenfrei geliehen werden. Die Verpflegung während der Reise brachten die Teilnehmer/-innen selbst mit, an den einzelnen Stationen wurden Getränke von den teilnehmenden Unternehmen gestellt. Die Plakate wurden intern in DIN A3 gedruckt.

Evaluation

Im Anschluss an die Klimareise wurde mittels Fragebögen an die teilnehmenden Jugendlichen, Lehrer/-innen und Referent/-innen ein Feedback zur Reise abgefragt, um das Konzept zukünftig noch besser an die Bedürfnisse der Beteiligten anzupassen.

Die Jugendlichen bewerteten den Flashmob als Auftakt überwiegend positiv, etwa 25% der Beteiligten fanden ihn jedoch eher „peinlich“. Generell wünschten die Jugendlichen sich ein aktiveres Publikum beim Flashmob. Besonders in Kleinstädten sollte ein Ort mit viel Publikumsverkehr (beispielsweise Bahnhof) gewählt werden.

Die Reise mit den Besuchen der verschiedenen Stationen selbst wird von den Jugendlichen überwiegend positiv bewertet, besonders die Fahrrad- oder Bustour, Pausenverpflegung an den Stationen sowie die Möglichkeit „hinter die Kulissen zu schauen“ wurden genannt. Das Thema „regenerative Energien“ wurde als geeignet eingeschätzt, die überwiegende Mehrheit der Jugendlichen haben „viel“ oder „etwas Neues“ zum Thema erfahren und verhält sich im Alltag nach eigener Einschätzung klimabewusst. Es wurde im Fragebogen auch abgefragt, ob die Jugendlichen Erkenntnisse der Klimareise in verschiedenen Lebensbereichen nutzen können. In den Antworten wurde der Nutzen in der Reihenfolge Alltag, Schule und zuletzt Berufswahl gesehen, knapp ein Drittel der Befragten sahen keinen weiterführenden Nutzen. Dauer und Umfang der Klimareise werden von zwei Dritteln der Jugendlichen als zufriedenstellend eingeschätzt, genauso viele würden „auf jeden Fall“ oder „wahrscheinlich“ ein zukünftiges Angebot wahrnehmen. Für künftige Veranstaltungen wurden Vorschläge zu weiteren Stationen gemacht, die Länge von Filmen und Vorträgen sollte angepasst sowie der Mitmach-Faktor der Angebote erhöht werden.

Die ebenfalls befragten Lehrer/-innen schätzten den Flashmob als geeignetes Medium ein und bewerteten die Klimareise als positive Erfahrung. Besonders schätzten sie die Vielfalt der Stationen, die Abwechslung und die Transportmittel Fahrrad und Bus. Sie sahen Verbesserungsbedarf bei der Anpassung der Referenten an das Leistungsniveau der Schüler/-innen, die fachlich teilweise überfordert waren. Die Umsetzung des gewonnenen Wissens sahen sie zu gleichen Teilen eher im Alltag und im schulischen Bereich, die Relevanz für die Berufswahl wird eher weniger gesehen. Alle befragten Lehrer/-innen würden das Angebot in Zukunft nochmals nutzen.

Die Referent/-innen an den Stationen der Klimareise bewerteten das Interesse und die Beteiligung als besonders positiv und nutzten die Gelegenheit, der Jugendlichen die Nutzung erneuerbarer Energien in ihren Unternehmen vorzustellen. Sie wünschten sich vor allem etwas mehr Zeit und eine intensivere thematische Vorbereitung in der Schule. Alle waren bereit, an einer Folge-Klimareise teilzunehmen.

Resümee Organisatoren



Antti Olbrisch, Mönchengladbach

Durch die Klimareise konnte der Klimaschutz erneut und in den lokalen und lokalpolitischen Fokus gerückt werden, was ein Kernelement der Arbeit im Klimaschutz ist. Dabei spielte die interkommunale Zusammenarbeit eine wichtige Rolle, da sie die Wahrnehmung für das Thema schärft.

Zur Teilnahme an der Planung einer gemeinsamen Aktion hat mich vor allem die Tatsache bewegt, dass ich gemeinsam mit anderen im Klimaschutz tätigen Personen, also mit den anderen Fachleuten, arbeiten konnte, wodurch sich ganz andere Arbeitsabläufe, gegenseitige Unterstützung und Lösungsansätze entwickelten, als im sonstigen beruflichen Alltag.

Anna Guth, Bonn

Diejenigen, die Klimaschutz vor Ort umsetzen, sehen sich häufig noch in einer „Einzelkämpfer-Position“. Die gesellschaftliche Akzeptanz ist da, aber dass Klimaschutz als Gemeinschaftsaufgabe gesehen wird, bis dahin ist es noch ein Stück zu gehen. Mit der Klimareise konnten wir als Verbund von „Einzelkämpfern“ zeigen, was gemeinsam möglich wird. Und gleichzeitig erfahren wie ein interdisziplinäres Team bereichern und den eigenen Horizont erweitern kann. Das hat mich motiviert und gestärkt. Und ist für mich ein weiteres Mosaiksteinchen in der interkommunalen Zusammenarbeit.



Nicole Weber F. Santos, Rheinberg

Mit zehn Schüler/-innen und zwei kurzentschlossenen Schülerzeitungsredakteuren per Fahrrad drei Stationen „Erneuerbare Energien zum Anfassen“ besuchen und 15 Kilometer Radfahren: ambitioniert, anstrengend, erfolgreich! Ich wollte mit der Klimareise den Lernstand der Schüler/-innen zum Thema Klima und Energie überprüfen, Berufsfelder bei den Erneuerbaren Energien aufzeigen und natürlich auch einen netten Abschluss zum AG-Jahr bieten. Das Zusammenspiel zwischen meinen Schüler/-innen, den Passanten und den beteiligten Unternehmen – die ihre Themen meiner Gruppe anpassten – empfand ich als besonders gelungen. Dass alle Beteiligten sich eine Wiederholung der Klimareise wünschen, bestätigt das Konzept der Klimareise.

Aus Kommunen und Regionen

HAMBURG – Flächenverbrauch. Angesichts von 55 Bauvorhaben auf der Rissen-Sülldorfer Feldmark fordern BUND und NABU die Politik und das Bezirksamt Altona auf, die Anträge zurückzustellen, um eine Zersiedelung dieses Landschaftsschutzgebietes abzuwenden. Paradoxerweise könnte ein Bebauungsplan als Verwaltungsinstrument die Voraussetzung dafür schaffen, die Feldmark als landwirtschaftlich geprägten Landschaftsraum zu erhalten. (mb)

► NABU Hamburg, Bernd Quellmalz, Klaus Groth-Str. 21, 20535 Hamburg, Fon 040/697089-12 Fax -19, quellmalz@nabu-hamburg.de

BERLIN – Fledermausaktion. In den 25 Denn's-Biomärkten der Stadt können Kunden ihre Flaschenpfandbons in eine Box am Automaten stecken. Mit dieser Spende sollen Fledermauskästen im jeweiligen Kiez beschafft werden. Die fliegenden Säuger verlieren durch Gebäudesanierung und Baumfällung immer mehr Quartiere. Die Stiftung Naturschutz trägt die Aktion „Naturschutz im Pfandumdrehen“ mit. (mb)

► Stiftung Naturschutz Berlin, Heidrun Grüttner Potsdamer Str. 68, 10785 Berlin, Fon-030/26394-122, heidrun.gruettner@stiftung-naturschutz.de www.stiftung-naturschutz.de/pfandbons

OSNABRÜCK – Radverkehr. 24 niedersächsische Kommunen und Bremen haben jetzt die Arbeitsgemeinschaft Fahrradfreundlicher Kommunen Niedersachsen/Bremen (AGFK) ins Leben gerufen. Der Verein setzt sich für eine intensive Förderung des Radverkehrs ein. Mit dabei sind Osnabrück und Papenburg. Das Land unterstützt das Netzwerk AGFK mit zunächst 100 000 Euro jährlich. Bremen gibt zunächst 10 000 Euro jährlich. (mb)

► AGFK Niedersachsen, c/o Region Hannover, FB FB Planung und Raumordnung, Dr. Solveigh Janssen, Höltystr. 17, 30171 Hannover, Fon 0511/ 61622550, www.agfk-niedersachsen.de

BÜNDE/MELLE – Güllealarm. Etwa 140 t Gülle und Silage aus einem defekten Tank einer Biogasanlage in Melle haben den Violbach und das Flüsschen Else vergiftet und zwischen Bünde und Kirchlengern alles Leben ausgelöscht. Die Herforder Umweltbehörde in NRW ist sauer darüber, dass sie erst einen Tag nach dem Vorfall von Anglern alarmiert wurde – und nicht von niedersächsischen Behörden, die für Melle zuständig sind. Die Herforder waren stolz darauf, dass an der Else wieder Biber und Fischotter gesichtet wurden. Warum die Gülle nicht vorschriftsgemäß an der Anlage aufgefangen worden war, ist unbekannt. (mb)

► Kreis Herford, Öffentlichkeitsarbeit, Petra Scholz Amthausstr. 3, 32051 Herford, Fon 05221/13-1336

OBERBERGISCHER KREIS – Güllekrimi. Als im März 1700 m³ aus einem Gülletank eines Hofes in Halver ausliefen und den Neyebach samt dessen Talsperre vergifteten, war dies kein Unfall, sondern wurde absichtlich herbeigeführt. Dies berichten Medien über die Ermittlungen der Behörden. Zudem sei erneut Gülle in die Neye gelangt, als Mitte Mai nach starkem Regen ein Sicherungsbecken überlief. Die am Talsperrengrund entstandene Gülle-Linse wurde über Rohrleitungen zum Klärwerk Hückeswagen ausgeleitet. (mb)

► Wupperverband, Pressestelle, Monika Ebers Untere Lichtenplatzer Str. 100, 42289 Wuppertal Fon 0202/583243, Fax 0202/58355243, info@wupperverband.de, www.wupperverband.de

BONN/MÖNCHENGLADBACH/RHEINBERG – Kommunaler Klimaschutz. Auf der Suche nach kostengünstigen, förderfähigen und öffentlichkeitswirksamen Klimaschutzaktionen haben drei NRW-Städte ein Konzept entwickelt: die Klimareise für Schüler. In Bonn werden sich 40 Schüler mit Photovoltaik und Elektromobilität beschäftigen und Unternehmen besuchen, die diese Techniken einsetzen oder produzieren. In Rheinberg wird eine Radtour Schülern der Europaschule den Facettenreichtum der erneuerbaren Energien vor Ort zeigen: von der Holzvergaseranlage über Windräder bis zur Biogasanlage. Und Mönchengladbach wird die CO₂-Reduzierung vor Ort in den Blick nehmen und mit Unternehmern und Schülern diskutieren. Die Aktionen starten in allen Partnerstädten zeitgleich und werden mit lokaler Pressearbeit und Leitfäden begleitet. (mb)

► Bundesstadt Bonn, Amt für Umwelt Leitstelle Klimaschutz, Anna Guth, Berliner Platz 2 53111 Bonn, Fon 0228/77-5752, Fax -3998, anna.guth@bonn.de, www.bonn.de/@klimaschutz

NECKAR-ODENWALD – Windpark. In Ravenstein montiert Green City Energy ihren ersten Windpark in Baden-Württemberg mit vier General-Electric-Turbinen vom Typ GE 2.5-120. Deren Rotornaben sollen in 139 Metern Höhe zusammen 10 MW Strom aus dem Wind holen. Die Standorte liegen nahe der Autobahn im Kommunalwald. Laut Green City wurden im Südwesten im Jahr 2014 nur sieben Anlagen gebaut, im ersten Quartal 2015 erst zwei. (mb)

► Green City Energy AG, Laura Rottensteiner Zirkus-Krone-Str. 10, 80335 München, Fon 089/ 890668-240, Fax -880, laura.rottensteiner@greencity-energy.de, www.greencity-energy.de

GROSSBOTTWAR – Flächenfraß. Die Gemeinde im Kreis Ludwigsburg will mit Oberstenfeld ein interkommunales Gewer-

Das Problem: die Region Stuttgart und die Kreisverwaltung haben das Areal abgelehnt, weil es im Landschafts- und Wasserschutzgebiet liegt, das man als Grünzug freihalten will. Eine Alternative am Ortsrand wiederum hat der Gemeinderat verworfen. (mb)

► Stadt Großbottwar, BM Ralf Zimmermann, Marktplatz 1 und Hauptstr. 38, 71723 Großbottwar Fon 07148/31-0, Fax -77, stadt@grossbottwar.de www.grossbottwar.de/download_sitzungsvorlagen/Vorlage_Gr_52_2015.pdf

BONNDORF – Ökowärmenetz. Das neue 9 km lange Netz Weststadt bezieht seine überwiegende Wärme für 150 angeschlossene Gebäude überwiegend von zwei Hack-schnitzkesseln. Die Spitzenlast decken ein Ölkessel, eine mobile Heizanlage und ein Pufferspeicher. Besonderheit: Die sommerliche Grundlast wird durch Industrieabwärme bereitgestellt. Für das Millionen-Projekt im Kreis Waldshut hat das Landesumweltministerium 250 000 Euro zugesprochen. (mb)

► Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft, Kernerplatz 9, 70182 Stuttgart, Fon 0711/ 126-2782, Fax -2880, leokadie.ostertag@um.bwl.de, www.um.baden-wuerttemberg.de

KIRCHWEIDACH – Global District Energy Climate Award. Diese internationale Auszeichnung zum Einsatz lokaler Ökoenergien als Beitrag zum Klimaschutz erhielt die bayerische Gemeinde für ihr Tiefengeothermieprojekt mit angeschlossenem Fernwärmenetz. Das versorgt 150 Haushalte sowie ein 12 ha (!) großes Gewächshaus, worin Tomaten und Paprika für 600 000 Verbraucher CO₂-frei angebaut werden. (mb)

► Gemeinde Kirchweidach, 1. Bürgermeister Johann Krumbachner, Hauptstr. 21, 84558 Kirchweidach, Fon 08623 9886-0, info@vg-kirchweidach.de, www.kirchweidach.de
► Kirchweidacher Energie GmbH (KiWE), GF Marcus Hansen, Fon 08623/9886-16, marcus.hansen@vg-kirchweidach.de

MÜNCHEN – Solarpotenzial. Die Stadt hat ihre Solarpotenzialkarte im Internet aktualisiert. Nun sind auch Verschattungen durch Gebäude und Bäume berücksichtigt. Die Bürger können mit wenigen Klicks prüfen, ob ihr Dach für die Strom- und Wärmeerzeugung mit der Sonne geeignet ist. Von den 304 682 Dächern der Stadt eignen sich für die Photovoltaik (PV) theoretisch 133 560 (Teil-)Flächen, teilt das Referat für Umwelt und Gesundheit mit. Ende 2013 gab es in München 3 400 PV-Anlagen mit 46 MW Nennleistung, davon gehörten der Stadt 110 Anlagen mit knapp 2 MW. (mb)

► Landeshauptstadt München, Referat für Gesundheit und Umwelt (RGU), Katrin Zettler Bayerstr. 28a, 80335 München, Fon 089/233-47509 Fax -47508, klimaschutz@rou.muenchen.de



FOTO: ENERGIEAGENTUR NRW

« Die Klimareise führt Jugendliche zu Anlagen regenerativer Energieerzeugung wie etwa Biogas-Blockheizkraftwerke

Unterwegs in der eigenen Stadt in Sachen Klima

Unter Moderation der Stadt Bonn entwickeln NRW-Städte das Projekt „Klimareise“, bei dem junge Menschen klimarelevante Aktivitäten im heimischen Umfeld entdecken

In der Öffentlichkeitsarbeit für Klimaschutzthemen sehen sich Kommunen in der Regel mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert: kein Geld, kein Personal, keine Erfahrung. Zudem sind die Anforderungen und Erwartungen an den Job der Klimabeauftragten hoch. Die Bürgerschaft soll zu klimafreundlichem Verhalten motiviert, komplexe Klimaschutzthemen sollen greifbar und verständlich gemacht, Alternativen müssen aufgezeigt werden. Vor diesem Hintergrund wird aus einer Herausforderung rasch Überforderung, und der Auftrag „Klimaschutz sichtbar machen“

droht zu scheitern. Hier kann eine städteübergreifende Zusammenarbeit helfen. Diese bietet die Chance, Erfahrungen auszutauschen, sich gegenseitig zu inspirieren, gemeinsam Ideen zu entwickeln und Ressourcen zu bündeln. So lässt sich gemeinsam mehr erreichen für den Klimaschutz vor Ort.

Im Rahmen eines Erfahrungsaustausches der Kommunal Agentur NRW, die im Auftrag der EnergieAgenturNRW Kommunen beim Klimaschutz unterstützt, fanden sich im Februar 2014 mehrere Kommunen zusammen. Auf Initiative von Anna Guth von

der Leitstelle Klimaschutz der Stadt Bonn machten sich die Städte Rheinberg, Langenfeld, Lüdenscheid, Mönchengladbach, Bonn sowie die Städteregion Aachen daran, ein öffentlichkeitswirksames Projekt für kommunale Klimaschutzthemen zu entwickeln.

Low Budget-Projekt Ziel war es, gemeinsames Wissen zu bündeln, Expertise untereinander auszutauschen und sich fachlich zu ergänzen. Das gemeinsame Projekt soll-

DIE AUTORINNEN



Anna Guth ist Mitarbeiterin der Leitstelle Klimaschutz der Stadt Bonn



Gudrun Abel ist Referentin für Öffentlichkeitsarbeit der Kommunal Agentur NRW GmbH



Antti Olbrisch aus Mönchengladbach (v.links), Nicole F.Santos aus Rheinberg, Sarah Göttlicher aus der Städteregion Aachen und Anna Guth aus Bonn bei der Vorbereitung der Klimareise

te zudem mit geringem Budget und möglichst von allen Kommunen - unabhängig von ihrer Größe - umzusetzen sein. Damit sollte auch der Grundstein gelegt werden, dass die Projektidee von weiteren Kommunen einfach übernommen und umgesetzt werden kann.

Die Arbeitsgruppe bildet in ihrer Zusammensetzung unterschiedliche Stadtgrößen und Stadtstrukturen - Beispiel Städteregion - ab. So ist gewährleistet, dass neben dem unmittelbaren Bezug zur praktischen Klimaschutzarbeit in Kommunen auch die unterschiedlichen Voraussetzungen in den einzelnen Kommunen berücksichtigt werden.

Die Projektpartner arbeiteten in mehreren Workshops ein Angebot aus, welches sowohl Unternehmen als auch Kinder und Jugendliche einbindet. Es entstand die Idee der „Klimareise“. Diese führt beide Zielgruppen zusammen und schafft ein neues Angebot. Zudem nutzt die Klimareise vorhandene Ressourcen, was ein geringes Budget für die Durchführung erfordert. Als öffentlichkeitswirksame Aktion generiert die Klimareise Aufmerksamkeit für lokale Klimaschutzthemen, trägt zu einer Profilschärfung der Kommune bei und aktiviert Multiplikator(innen).

Es wurden darüber hinaus ein individuelles Umsetzungskonzept der Klimareise für jede einzelne Kommune entwickelt sowie eine übergreifende Kommunikationsstrategie. Hierbei entstand die Möglichkeit, auf die individuellen Voraussetzungen der teilnehmenden Kommunen einzugehen. Die gemeinsame Kommunikationsstrategie, derselbe Starttermin und gleichbleibende Elemente der Klimareise

fungieren als verbindende Elemente zwischen allen teilnehmenden Städten.

Ein Vormittag An einem Vormittag begehen sich Kinder oder Jugendliche - etwa eine Schulklasse - auf die Reise in ihrer Kommune, um den Facettenreichtum des Klimaschutzes vor Ort zu entdecken und Klimaschutz hautnah zu erleben. Sie besuchen Unternehmen, die in ihrem unternehmerischen Handeln klimafreundliche Akzente setzen, und entdecken Möglichkeiten, selbst aktiv zu werden. Da Voraussetzungen und Inhalte einer Klimareise von Kommune zu Kommune unterschiedlich sind - es sollen vorhandene Projekte gezeigelt werden -, erarbeiten die Projektpartner individuelle Reisestrecken mit lokalen Schwerpunkten - anbei einige Beispiele:

- In **Bonn** werden sich zwei Schulklassen mit den Themen Photovoltaik und Elektromobilität beschäftigen sowie Unternehmen besuchen, die diese Techniken einsetzen oder in diesem Industriezweig produzieren.
- In **Rheinberg** wird sich die Nachhaltigkeits-AG der Europaschule Rheinberg auf einer Radtour den Facettenreichtum der Erneuerbaren Energien vor Augen führen - von der Holzvergasanlage über Windräder bis zur Biogasanlage - und so einen thematischen Zugang zur lokalen Energiewende erhalten.
- In **Mönchengladbach** besuchen zwei Schulklassen unterschiedliche Standorte regenerativer Energieerzeugung - Solarenergie, Windkraft, Klärschlamm-BHKW. Die Themen Klimaschutz, regenerative Energieerzeugung und lokale Energiewende, welche dann im Folgejahr auf dem Lehrplan stehen, werden auf diese Weise veranschaulicht.

Die Klimareise wird unter einem von den Projektpartnern gemeinsam entwickelten Dach stattfinden und von einer gemeinsamen überregionalen Medienarbeit begleitet. Deshalb findet die Klimareise in allen Partnerstädten gleichzeitig statt - sprich: am selben Tag um dieselbe Uhrzeit. Die Klimareise wird zusätzlich von lokaler Medienarbeit begleitet, die an die lokalen Bedürfnisse anzupassen ist.

Testlauf und Evaluation Die Projektpartner werden die Klimareise im Juni 2015 als Pilotprojekt durchführen und voraussichtlich im Herbst 2015 einen Leitfaden für interessierte Städte erstellen. Dieser wird die „Reisepläne“ und Stationen der teilnehmenden Städte beschreiben, eine Evaluierung der durchgeführten Klimareise enthalten, die vorangegangenen Workshops in der Methodik vorstellen sowie Textvorlagen und Anregungen für einzelne Projektbausteine bereitstellen.

Sowohl einzelne Elemente der Klimareise lassen sich anpassen wie auch das gesamte Konzept. Der Projektleitfaden soll aber auch als Inspiration dienen, eigene Ideen zu entwickeln, und soll eine Methodik vorstellen, wie Kreativworkshops gestaltet werden können. Durch die Zusammenarbeit mehrerer Kommunen in der Konzeptionsphase besteht der Vorteil, dass viele unterschiedliche Perspektiven berücksichtigt wurden. Der erste Durchlauf im Juni 2015 erprobt die Ideen und bietet die Chance, das Konzept aus der Praxiserfahrung zu ergänzen. Die lokale Klimaschutzarbeit und die dafür erforderlichen personellen Ressourcen werden durch Förderprogramme wie etwa die nationale Klimaschutz-Initiative maßgeblich unterstützt oder durch den Einsatz von Klimaschutzmanager/innen überhaupt erst ermöglicht. Die Förderprogramme unterliegen Bewilligungsfristen und Förderlaufzeiten, die auch die Projektplanung der Klimareise beeinflussen. Welche Städte die Klimareise im Juni 2015 tatsächlich durchführen können, ist deshalb von der Fortführung der Förderprogramme und den daraus finanzierten Personalstellen abhängig. ●

Kontakt

Anna Guth
Leitstelle Klimaschutz im Amt für Umwelt, Verbraucherschutz und Lokale Agenda der Stadt Bonn
Tel. 0228-77 57 52
E-Mail: anna.guth@bonn.de

Regional
General-Anzeiger Bonn, 18. Juni 2015

Die Klimareise startet mit einem Flashmob

30 Schüler des Hardtberg-Gymnasiums entdecken bei einer Radtour die Vielfalt des Themas „Energie“

VON JÖRG WILD

BONN. Reisen sind, wenn sie gut vorbereitet wurden, lehrreich. Das können jetzt auch 30 Schüler des Hardtberg-Gymnasiums bestätigen, die sich für eine Klimareise durch Bonn aufs Rad geschwungen haben. Die Erkenntnisse des Tagesprogramms waren vielfältig und werden bestimmt einige Spuren in den Karrieren der Jugendlichen hinterlassen.

Begonnen hatte das Programm mit einem Flashmob in der Bonner Fußgängerzone. Während die meisten Schüler eine menschliche Uhr formten, deren Zeiger auf fünf vor zwölf standen, erregte ein als Eisbär verkleideter Jugendlicher mit einem Megafon Aufmerksamkeit: „Hilfe, ich sterbe aus!“ rief er und schreckte damit so manchen Berufstätigen auf dem Weg zur Arbeit auf.

Weiter ging der Fahrradkorsos nach Graurheindorf. Beim Solarzellen-Hersteller Solarworld informierte eine Mitarbeiterin über die komplizierte Technik der Fotovoltaikzellen und darüber, dass



„Ich sterbe aus!“: Der Eisbär (Justus Matthias Förster) weist beim Flashmob in der City auf Folgen des Klimawandels hin. FOTO: SONDERMANN/STADT

es einige Berufe gibt, für die sich junge Menschen durchaus interessieren können. Spannende Jobs bietet auch die Post in ihrem neuen Verteilzentrum in Buschdorf, der nächsten Station der Klimareise. Höchst interessant fanden die meisten Schüler, dass Elektro-

autos für die Auslieferung der Pakete genutzt werden. Ein Thema, das nah den Jugendlichen selbst war, denn schließlich bestellen sie viele Dinge des täglichen Bedarfs online und kommen daher ständig in Kontakt mit der Post. Und auch in der letzten Anlaufstelle gab es

Einiges zu lernen: Die Geschäftsführerin der Bonner Energie Agentur, Celia Schütze, erläuterte den Schülern, wie sie selbst zu Hause Energie sparen können – beispielsweise durch richtiges Lüften oder durch etwas gedrosselte Temperaturen in ihren Zimmern. Und auch hier erfuhren die Hardtberg-Schüler, dass es im Energiebereich jede Menge Arbeitsmöglichkeiten gibt, die viele bisher noch gar nicht „auf dem Schirm“ hatten.

Genau so hatte sich die Initiatorin des Projekts, Anna Guth aus der Leitstelle Klimaschutz der Stadt Bonn, den Projekttag auch vorgestellt: Junge Menschen sollten sich für das Thema Energie interessieren und dabei lernen, wie sie selbst verantwortungsbewusst damit umgehen können. „Aus den Erkenntnissen werden wir einen Leitfaden zusammenstellen, der dann anderen Städten zur Verfügung stehen wird.“ Auch das Resümee des Eisbären war übrigens begeistert. Der heißt im richtigen Leben Justus Matthias Förster und fand die Tagesaktion „echt cool“.

Mönchengladbacher Lokalfernsehen – Videobeitrag auf Youtube:
<https://youtu.be/ZxQsMFxEPfY>



Rheinische Post, 23. Juni 2015

Energie erzeugen geht auch anders

RHEYDT (Mai/Fv) Zum Abschluss der Klimareise durch Mönchengladbach haben rund 60 Schüler der sechsten Klasse des Hugo-Junkers-Gymnasiums das Wasserwerk Helenabrunn besucht. Sie taten dies gleichzeitig mit Schülern in Bonn und Rheinberg. In allen drei Städten wurden Standorte besucht, an denen Klimaschutz konkret umgesetzt

wird. Die Schüler traten an, etwas zu erfahren über Klimaschutz und Energiegewinnung. Rainer Sender von der NEW-RE zeigte den Schülern einen Film zum Bau des ersten Windrads, um einen Einstieg in den Themenbereich zu ermöglichen. Hier erfuhren die Schüler eine Menge über Windkraftanlagen auf Mönchengladbacher Stadtgebiet.

Der Diplom-Ingenieur erklärte beispielsweise, dass sich die Kosten beim Bau eines Windrades auf etwa 3,6 Millionen Euro belaufen und die dadurch erzeugte Energie in einem Jahr bis zu 1750 Haushalte versorgen kann. Allerdings verläuft der Bau eines Windrads nicht immer ohne Probleme: Es müssen konkrete Bauvorschriften eingehalten werden. So existieren zum Beispiel Vorgaben über die maximale, von den Windrädern erzeugte Lautstärke. Auch das Verhalten der Flugtiere muss bei der Auswahl des Bauplatzes beachtet werden.

Als Rainer Sender nach Abschluss des Films die Fragerunde eröffnete, schnellten die ersten Finger nach oben. „Wie lange hat der Bau des Windrades gedauert?“, „Wurden beim Bau Leute verletzt?“, fragten die Schüler. Geduldig antwortete Sender, dass die Bauarbeiten für ein Windrad etwa drei Monate andauern. Er erklärte den wissbegierigen Schülern, wie es auch Privathaushalten möglich sei, einen Teil ihres Strom-Verbrauches durch Photovoltaikanlagen (PV-Anlagen) zu decken.



Im Wasserwerk Helenabrunn erfuhren die Schüler des Hugo-Junkers-Gymnasiums eine Menge über Energiegewinnung.

RP-FOTO: DETLEF ILGNER

Der Westen, 18. Juni 2015

<http://www.derwesten.de/widget/id6005744?ctx:Art=10792894&vi...>

DERWESTEN

<http://www.derwesten.de/staedte/nachrichten-aus-rheinberg-xanten-alpen-und-sonsbeck/stromproduzenten-mit-wow-effekt-aimp-id10792894.html>

Stromproduzenten mit Wow-Effekt

18.06.2015 | 00:10 Uhr



Foto:

Schon von Weitem wirken Windkraftanlagen wie überdimensionaler Spargel. Steht man aber erst am Fuße eines solchen Windrades, erkennt man die wahre Dimension. Bei zehn Schülern der Klimaschutz-AG der Europaschule sorgte die Besichtigung der fünf Bürgerwindräder in Ossenberg gestern für den Wow-Effekt. Sie legten den Kopf in den Nacken, um die Windriesen zu bestaunen, und schon galoppierte die Fantasie: „Wenn da mal ein Propellerteil runterfällt...“ oder „Da gehen wir doch nicht hoch, oder?“ kam ihnen sogleich in den Sinn.

Die Jungen und Mädchen, die sich gemeinsam mit Rheinbergs Klimaschutzmanagerin Nicole Weber F. Santos mit dem Rad auf „Klimareise“ begeben hatten, wollten sich vor Ort über das Thema Energiewende informieren. Mit Michael Hoffmeister von der Bürgerwindräder Rheinberg GmbH stand ihnen ein kompetenter Ansprechpartner Rede und Antwort.

Der stellte fest, dass auch die Jüngsten bereits gut informiert waren und jede Menge Fragen im Gepäck hatten. „Wie hoch sind die Windräder in Ossenberg?“, „Wie viel kostet ein solches Windrad?“, „Warum gibt es unterschiedliche Bauweisen?“ Und: „Wie viel Strom produzieren denn diese fünf Windräder?“ Das wollten die Fünf- und Sechstklässler wissen.

Ein Blick ins Innere

Hoffmeister gewährte den Kindern auch einen Blick ins Innere. „Vor allem die Technik ist spannend“, fand der Paul. Und Aron wäre am liebsten bis hoch auf die Spitze geklettert: „Ich bin ein echter Kletterfreak, finde aber auch den Generator und die ganzen Schalter faszinierend.“ Dass auch Kinder sehr wohl für den Klimaschutz zu interessieren sind, weiß Nicole Weber F. Santos: „Wichtig ist, dass es Bezug zum Alltag hat“, so die

1 von 2

02.07.2015 11:37

<http://www.derwesten.de/widget/id6005744?ctx:Art=10792894&vi...>

Klimaschutzmanagerin der Stadt. So wurden während des AG-Unterrichts unter anderem „Stromfresser“ unter den heimischen Elektronikgeräten ermittelt und in Plan- und Rollenspielen Produktionsketten beleuchtet.

Wirkungsanalyse und Erfolgskontrolle

Die Wirkungen des Projektes sind, wie die vieler anderer Projekte zur Ansprache und Motivation von Bürgerinnen und Bürgern, nicht in einer konkreten CO₂-Reduktion messbar. Eine quantitative Aussage zum Wirkungsgrad eines solchen Projekts ist fast unmöglich und würde wohl auch den tatsächlich erzielten Effekten nicht gerecht werden. Zwar werden zum Beispiel die Jugendlichen im Evaluationsbogen gefragt, ob die Klimareise Auswirkungen auf ihre Berufswahl habe, die Altersgruppe der Reisenden lag aber zumindest im ersten Jahr der Durchführung zwischen elf und 15 Jahren. Die tatsächliche Berufswahl findet also in den meisten Fällen erst einige Jahre später statt und ließe sich wahrscheinlich nie konkret auf die Klimareise zurückführen. Aus den weiteren Fragen hinsichtlich des Gefallens der Reise im Ganzen und der einzelnen Stationen lassen sich zwar Tendenzen feststellen, aber keine klaren Aussagen treffen.

Mit der Aktion soll jedoch das individuelle Bewusstsein für klimafreundliches Handeln der beteiligten Personen geschärft werden. Dieses findet in allen Bereichen des Lebens statt und soll nicht nur kurzfristig, sondern nachhaltig zur Änderung von Verhaltensweisen führen. Hinzu kommt die **Multiplikatorwirkung**, die von den beteiligten Personengruppen ausgeht.

Um die Wirkungswege darzustellen müssen diese Personengruppen zunächst aufgeschlüsselt werden. Neben den Jugendlichen sind dies deren Begleitpersonen, die Unternehmen und nicht zuletzt auch die Vertreter/-innen der Kommunen, die die Klimareise organisieren sowie die Pressevertreter/-innen.

Jugendliche: Den Jugendlichen sollen Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie man sich beruflich im Klimaschutz engagieren kann und wie Produktionsprozesse klimafreundlich gestaltet werden können. Auch die Bedeutung der Energiegewinnung und –bereitstellung für den eigenen Alltag soll verdeutlicht werden, sowie die Konsequenzen eigener Konsumentenscheidungen. Dabei wird auch ein grundsätzliches Klimabewusstsein vermittelt. Die Jugendlichen sind Multiplikatoren gegenüber Mitschülern, im Freundeskreis und gegenüber den Eltern und der Familie.

Begleitpersonen: Den Begleitpersonen werden durch die Klimareise die gleichen Inhalte vermittelt, wie den Jugendlichen. Sie fungieren als Multiplikatoren gegenüber ihrem privaten Umfeld. Handelt es sich um Lehrer/-innen, so können sie das erhaltene Wissen zukünftig in der Arbeit mit Schülern/ Schülerinnen anwenden.

Unternehmen: Die Unternehmen haben die Möglichkeit sich den jungen Menschen, aber auch der Öffentlichkeit mit ihren Produkten oder ihren Bemühungen im Bereich Nachhaltigkeit zu präsentieren. Durch begleitende Pressearbeit erfahren auch andere Unternehmen von den Aktivitäten. So kann eine Vernetzung der Unternehmen und ein Know-How Transfer zu diesen Aktivitäten im Klimaschutz gefördert werden. Auch der Wettbewerbsfaktor „klimafreundliche Produktion“ gewinnt an Bedeutung.

Kommunen: Durch die begleitende Öffentlichkeitsarbeit erhält die Klimaschutzarbeit der Kommune in der Bürgerschaft Aufmerksamkeit. Zusätzlich hat die Durchführung von Aktionen mit Kindern und Jugendlichen eine positive Außenwirkung. Darüber hinaus findet das Projekt durch den interkommunalen Ansatz auch Beachtung in Kommunen außerhalb des jeweils aktuellen Teilnehmerkreises. In den teilnehmenden Kommunen entstehen außerdem Kontakte zu den teilnehmenden Schulen und Unternehmen, die sich für weitere Projekte nutzen lassen.

Ausblick

Um die Klimareise als festen Bestandteil der öffentlichkeitswirksamen Klimaschutzarbeit in der Kommune zu verankern, muss diese nach Möglichkeit regelmäßig, d.h. jährlich durchgeführt werden. Der vorliegende Leitfaden soll auch dazu dienen, nach der Pilotphase in 2015 weitere Kommunen für die Klimareise zu begeistern, so dass sich an dem Projekt bundesweit Städte und Gemeinden beteiligen und dadurch weitere Aufmerksamkeit für die Idee und die Themen schaffen. Innerhalb der Kommunen kann mit einer jährlichen Durchführung sukzessive ein Netzwerk zu den lokalen Schulen aufgebaut werden, die die Reise abwechselnd antreten können. Auch neue Entwicklungen in der Unternehmenslandschaft vor Ort können berücksichtigt und durch eine kontinuierliche Durchführung dokumentiert werden.

Mitmachen

Die zweite Klimareise findet am Mittwoch, den 29. Juni 2016, statt.

Interessierte Kommunen können sich bei den Ansprechpartnern der bisherigen Teilnehmer (siehe Anhang) melden. Im Vorfeld werden gemeinsame Planungstreffen stattfinden.

Kontakt zu den Pilotstädten der Klimareise:

	<p>Antti Olbrisch Klimaschutzmanager Stadt Mönchengladbach Fachbereich Umweltschutz und Entsorgung</p> <p>Rathaus Rheydt 41050 Mönchengladbach</p> <p>Tel.: 02161-258266 Fax.: 02161-258279 E-Mail: antti.olbrisch@moenchengladbach.de Internet: www.klimaschutz-mg.de</p>
<p>ZUKUNFT. FUTURE. AVENIR. BONN.</p>	<p>Anna Guth Kampagnenmanagement, Leitstelle Klimaschutz Bundesstadt Bonn Amt für Umwelt, Verbraucherschutz und Lokale Agenda</p> <p>Stadthaus, Berliner Platz 2 53111 Bonn</p> <p>Tel.: 0228 - 77 57 52 Fax: 0228 - 77 39 98 E-Mail: anna.guth@bonn.de Internet: www.bonn.de/@klimaschutz</p>
	<p>Nicole Weber F. Santos Klimaschutzmanagement Stadt Rheinberg</p> <p>Tel: 02843 - 171 498 Fax: 02843 – 175 409 Mail: nicole.weber.f.santos@rheinberg.de Internet: www.rheinberg.de</p>

Anhang

Werkzeugkoffer

Welche Instrumente stehen in den einzelnen Kommunen kostenfrei oder gegen nur geringen finanziellen Aufwand zur Verfügung?

Die in den Workshops zusammen getragenen Instrumente werden hier beispielhaft aufgeführt und sollen als Anregung dienen, die eigenen Ressourcen daraufhin zu prüfen. In der Projektentwicklung selbst wurden die Instrumente den einzelnen Städten zugeordnet, die über diese verfügen.

<p>Netzwerke:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Datenbank mit (kommunalen) Ansprechpartnern ▪ VHS Kooperation ▪ Akteurs-Netzwerk ▪ Kontakt zu Entscheidern ▪ Themenbezogene Akteur-Netzwerke (Kirchen, Organisationen, Institutionen, Industrie/Unternehmen) ▪ Kontakte zu Grundschulen <p>Presse-/Medienarbeit:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ eigene Pressestelle (Pressemitteilungen, Medienkontakte) ▪ Persönliche Medienkontakte zu lokaler Presse ▪ Facebook, Twitter ▪ Internetseite ▪ Städtische Publikationen (Newsletter (z.B. Wirtschaftsförderung), Broschüren) <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Plakatwände/Vitrinen ▪ Plakatflächen nach Verfügbarkeit (Litfaß, Megalight, Citylight) ▪ Schaufenster 	<p>Druck Layout</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Druckerzeugnisse bis A3 ▪ Hausdruckerei (Plakate, Broschüren, Postkarten) ▪ Layout von Plakaten, Postkarten, Broschüren <p>Räumlichkeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Städt. Räume als Veranstaltungsort ▪ Tagungsraum ▪ öffentliche Plätze ▪ Stand auf Wochenmarkt <p>Personal</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsenz/Arbeitszeit <p>Material</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pedelecs/ E-Bikes ▪ i-Miev (e-Smart) <p>Erfahrung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jugendarbeit ▪ Fotografie <p>Sponsoring</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontakte zu Sponsoren/Fördermittel
---	---

Kommunikationsvorlagen

Pressemeldung Vorlage

Klimareise in NRW gestartet

Schülerinnen und Schüler entdecken Klimaschutz in Unternehmen vor Ort

[Anzahl] Schülerinnen und Schüler [Name der Schule] brachen am Mittwoch, 17. Juni u einer Klimareise in [Stadt] auf, die von [Organisator (z.B. Klimaschutzmanager/Leitstelle/Amt)] organisiert wurde. Ziel war es, [Name der Stadt] Unternehmen zu besuchen, die beispielsweise Klimaschutz relevante Produkte herstellen oder klimafreundliche Technologien einsetzen. Ihre gemeinsame Reise starteten die Schülerinnen und Schüler mit einem Flashmob in der Innenstadt, um auf die Notwendigkeit für Klimaschutz aufmerksam zu machen. [Beschreibung der lokalen Aktion (beispielhaft hier Bonn): Eine Uhr aus Menschen geformt zeigte „fünf vor zwölf“, während ein heimatloser Eisbär durch die Innenstadt lief und auf das Verschwinden seines Lebensraums aufmerksam machte. Auf ihrer Klimareise besichtigten die Schülerinnen und Schüler den Solarlehrpfad von SolarWorld in Graurheindorf und informierten sich über die Produktion und Funktionsweise von Photovoltaikzellen. Weiter ging es zum Verteilzentrum der Deutschen Post in Buschdorf. Hier werden für die Zustellung der Briefe und Pakete Elektrofahrzeuge eingesetzt. Die Klimareisenden konnten vor Ort Fahrzeuge und die dafür benötigte Ladeinfrastruktur besichtigen. Zum Abschluss besuchten die Jugendlichen die Bonner Energie Agentur und informierten sich bei Geschäftsführerin Celia Schütze über Energiesparmöglichkeiten in und an Häusern, sowie über mögliche Berufsfelder im Klimaschutz.]

NRW weites Projekt nahm in Bonn seinen Anfang

Die Klimareise ist ein NRW-weites Projekt, welches in den drei Städten Bonn, Mönchengladbach und Rheinberg am 17. Juni zeitgleich stattfindet. Zusammen starteten über 120 Schülerinnen und Schüler um 08.30 Uhr mit einem Flashmob in den drei Städten und besuchten insgesamt 10 Unternehmen. Das Projekt wurde auf Initiative und unter der Leitung von Anna Guth aus der Leitstelle Klimaschutz der Stadt Bonn, von den Städten Rheinberg, Langenfeld, Lüdenscheid, Mönchengladbach, Bonn sowie die Städteregion Aachen als öffentlichkeitswirksames Projekt für kommunale Klimaschutzthemen entwickelt. Es verbindet die Zielgruppen Schulen und Unternehmen unter dem gemeinsamen Themendach Klimaschutz. Nach der Pilotphase soll aus den Erfahrungen der Städte ein Leitfaden erstellt werden, der anderen Kommunen zur Verfügung gestellt wird.

Gemeinsames Plakat

Wohin soll die Reise gehen?

Der Koffer ist bereits gepackt!



17. Juni 2015 – Die Reise beginnt

Die Klimareise ist ein Projekt für den Klimaschutz der Städte
Bonn, Mönchengladbach und Rheinberg

ZUKUNFT.
FUTURE.
AVENIR.
BONN.

Klar zur Wende?

mönchengladbach
für gutes Klima!

Rheinberg
KLEINER NACHBUND

Vorbereitung Lehrende

Klimareise am 17. Juni 2015 Wir werden aktiv – für den Klimaschutz vor Ort

[Bitte hier persönliche Anrede der Kontaktpersonen einfügen]

Schön, dass Sie mit Ihren Schülern an der Klimareise teilnehmen. Um möglichst viel Aufmerksamkeit für die Aktion zu schaffen, planen wir in allen drei teilnehmenden Pilotstädten zum Auftakt eine kleine Aktion durchzuführen, die allerdings von den teilnehmenden Schulklassen selbst entwickelt und gestaltet werden soll. Für die Schüler/-innen haben wir hierfür ein Anschreiben beigefügt, welches die „Mission“ beschreibt, eine solche Aktion zu entwickeln.

Für Sie haben wir noch einmal ein paar Hintergrundinformationen zusammengefasst, um den Entwicklungsprozess begleiten zu können.

Start und Treffpunkt

Geplant ist, dass wir in allen drei teilnehmenden Städten mit den „reisenden“ Schulklassen an einem zentralen, weitestgehend belebten Ort in der Stadt starten.

Treffpunkt für die Schüler/-innen ist **am 17. Juni 2015 um 08:30 Uhr** [bitte hier Ort eintragen + ggf. Besonderheiten wie „auf dem Wochenmarkt“]

Am Treffpunkt wird ein Pavillon aufgebaut sein, welcher Informationen zur stattfindenden Klimareise und zur städtischen Klimaschutzarbeit enthält. Der Pavillon wird ebenso einen Koffer enthalten, der mit Informationen gefüllt ist, die sich an Menschen richten, die zufällig vor Ort sind/ am Pavillon vorbei kommen. Die Schüler/-innen nehmen diesen Koffer nicht mit, sondern lassen ihn vor Ort zurück.

Aufgabe

- Die Schüler/-innen sollen eine max. fünfminütige Aktion entwickeln, um auf den Koffer aufmerksam zu machen und sich zu versammeln. Das kann ganz grob nach diesem Schema ablaufen:
 1. Menschen treffen sich
 2. sie bewegen sich laut auf etwas zu
 3. und sammeln sich dort
- Die Materialien, die eventuell für die Aktion benötigt werden, müssen die Schüler/-innen selbst mitbringen/stellen
- Es darf kein Müll oder ähnliches zurück gelassen werden
- Die Aktion sollte für Aufmerksamkeit sorgen, aber unerwartet sein (vgl. Flashmob)

Abgabe

Um die Aktionen zu sammeln und zu koordinieren, brauchen wir einen ausgearbeiteten Vorschlag der Schüler/-innen bis spätestens 29. Mai 2015.

Bitte senden Sie den Vorschlag an: [Bitte hier Kontakt einfügen]

Wir freuen uns auf die Ideen und sind gespannt,

Viele Grüße

[Kontakt eingeben]

Vorbereitung Schüler/-innen

Klimareise am 17. Juni 2015 Wir werden aktiv – für den Klimaschutz vor Ort

Liebe Schülerinnen und Schüler,

toll, dass ihr Euch auf eine Reise begeben, um den Klimaschutz vor Ort zu entdecken. Insgesamt werden in drei Städten in NRW (Mönchengladbach, Rheinberg und Bonn) am selben Tag Schulklassen auf die Reise gehen. Ihr werdet Unternehmen besuchen, die im Klimaschutz aktiv sind und/oder Euch Technik anschauen, die Klimaschutz möglich macht.

Damit aber möglichst viele Menschen in der Stadt von Eurer Reise erfahren, brauchen wir Eure Ideen! Wir wollen nämlich mit einem großen Knall starten und wie der aussehen soll, das bestimmt ihr!

Deshalb bekommt ihr heute Euren ersten Auftrag, der Klimareise.

Eure Mission

- Ihr startet ... [bitte hier jeweiligen Startpunkt eintragen]
- Am Startpunkt wird ein Koffer mit Informationen sein, auf die Menschen, die zufällig vor Ort sind aufmerksam werden sollen.
- **Entwickelt eine Aktion, um auf den Koffer aufmerksam zu machen. Die Aktion darf nicht länger als 5 Minuten dauern.**
- Außerdem muss Euch die Aktion die Möglichkeit geben, Euch alle für den Start Eurer Klimareise zu versammeln.
- Gerne könnt ihr Euch von Flashmob-Aktionen inspirieren lassen.
- **Erstellt eine Materialliste für Eure Aktion.** Bedenkt dabei, dass ihr für die Materialien selbst sorgen müsst und kein Abfall am Aktionsort zurückbleiben darf.
- **Meldet uns Eure Aktion bis spätestens 29. Mai 2015.**

Wir sind gespannt auf Eure Ideen!

Viele Grüße von Euren Reiseleitern,

[bitte hier individuelle Organisatoren eintragen]

Reisepläne

Stadt	Rheinberg
Titel	Radtour Erneuerbare Energien (ca. 15 km)
Zielgruppe	Für Pilotreise: Nachhaltigkeits-AG Europaschule Rheinberg = Teilnahme verpflichtend/ Schulangebot (Leitung Nicole Weber F. Santos) 10 Personen 5./ 6. Klasse
Ansprache	Über die bestehende AG, Leitung KSM
Inhalte	Vorab thematische Bearbeitung in AG <ul style="list-style-type: none"> • Holzvergaseranlage • Windräder • PV-Anlage • Solarthermieanlage • Biogasanlage Themen: Energiewende, Herausforderungen/ Chancen, (Folge)Kosten
Zeitrahmen	3 – 4 Schulstunden/ 2:15 – 3:00 h
Umsetzung	Start: Marktplatz oder Schulhof → bei einer Station thematischer Bezug über Vernetzungsspiel (wird von Klimaschutzmanagerin entwickelt) Ausgangspunkt Energielandschaft: Was sehen wir? <ul style="list-style-type: none"> • Kühltürme • Stromtrassen • PV-Anlagen Pro/ Contra von konventionell/ EE Abschluss: Biogasanlage
Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Begleitpersonen (Klimaschutzmanagerin + 1) • Eigene Fahrräder der SchülerINNEN • (Räder vorher im RepairCafé fit machen, über Schule) • Planung Klimaschutzmanagerin • Bestehende Nachhaltigkeits-AG • Budget: ÖA über KSM-Verlängerung gedeckt Verpflegung jeder selbst/ Stationsinhaber <p>Ansonsten kein Budget nötig</p>
Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbesprechung in AG • Eigene Doku der SchülerINNEN (Plakat, Wandzeitung) → Veröffentlichung auf Schul-Website • SchülerINNEN können Energie-Botschafter werden (Woche der Sonne,...)

Stadt	Mönchengladbach
Titel	Klimareise Mönchengladbach
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Schulklassen 6. Schuljahr Hugo-Junckers Gymnasium (MINT)
Ansprache	Über betreuende Lehrkraft
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikation CO₂: Ausgleichsmaßnahmen für Bustour Stationen: <ul style="list-style-type: none"> • Heizanlage Vitusbad – BHKW, Wärmerückgewinnung • Nachgeführte Fotovoltaikanlage Wasserwerk Helenabrunn • Film: Errichtung einer Windkraftanlage, Wasserwerk Helenabrunn
Zeitraumen	8:30 Uhr Flashmob Marktplatz 9:00 Uhr Abfahrt 12:30 Uhr Rückkehr
Umsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Marktplatz MG-Rheydt • Informationsstand Klimaschutz (in Mönchengladbach) • Flashmob „Demo – Wir gehen auf Klimareise“, mit Sprechchören und La Ola; im Anschluss wurde Informationsmaterial von den Schülern auf dem Markt verteilt • Bustour gesponsort durch NEW (Betreiber der Stationen) • Konkretisierung der Ausgleichsmaßnahmen steht aus. Vorr. Einsparungen zu Hause als Hausaufgabe
Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • 4 Begleitpersonen von Schule + Klimaschutzmanager • Bus gesponsort durch NEW (alle Stationen NEW) • Planung Klimaschutzmanager • Budget: 0 €
Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> > Nachbearbeitung im Unterricht durch Lehrer > Thematik vorbereitend auf Lehrplan 7. Schuljahr > CO₂-Ausgleich (s. o.)

Stadt	Bonn
Titel	Dem Klimaschutz auf der Spur
Zielgruppe	Schulklasse/Umwelt-AG 13 – 15 Jahre
Ansprache	Über die bestehende AG, WS Teilnehmer (Hardtberg Gymnasium)
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Energieeffizientes Bürogebäude (Computersysteme Tetra) • Solarparcours Solarworld • Kennedybrücke/Solarmodule • Passivhaus/ KfW Effizienzhaus Themen: Gebäudesanierung/Gebäudetechnik, Energieerzeugung
Zeitrahmen	Vormittag/ 4:00 h
Umsetzung	Start: Marktplatz Pedelectour, am Rhein entlang zu Solarworld, von dort weitere Stationen evtl. Abschluss: Energieeffizientes Haus
Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> • 2 Begleitpersonen (Anna Guth + Lehrkraft) • Pedelects der Stadt Bonn • Planung Anna Guth • Bestehende Kontakte zu Schulklassen/AG, eventuell vorab 1 Lehrstunde als Vorbereitung nutzen • Budget: <ul style="list-style-type: none"> Verpflegung jeder selbst/ Stationsinhaber Wasserstoffbus über Stadtwerke Pedelects über Stadt Bonn Ansonsten kein Budget nötig
Evaluation	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbesprechung in AG • Eigene Doku der SchülerINNEN (Video) → Veröffentlichung auf Schul-Website/Klimaschutzportal

Beispiel ausführlicher Zeitplan/Reiseplan Stadt Bonn

Uhrzeit	Aktion/Station	Sonstiges
08:30 Uhr	Flashmob Fußgängerzone, Kreuzung HM/Karstadt/Appelrath-Cüpper/Kiosk	
ca.08:35	Sammeln mit Fahrrädern vor der Bonn Touristinfo (hinter Karstadt) Kurze Erklärung zu Fahren im Radkorso.	
ca. 08:40 Uhr	Gemeinsamer Start auf Fahrrad zu Solarworld Graurheindorf	Wir fahren über Friedrichstraße/Bertha-v.-Suttner-Platz/ Rheinufer nach Graurheindorf Pulkmahrt: Ich fahre voraus, eine Begleitperson in der Mitte und am Ende
ca. 09:00 Uhr	Besuch Solarlehrpfad Solarworld	
ca. 10:00 Uhr	Kurze Fahrradfahrt nach Buschdorf zum Verteilzentrum der Deutschen Post, wenn besuchbar	1 Km von Solarworld entfernt, also gut mit Rad zu erreichen
ca. 10:15 Uhr	Verteilzentrum Deutsche Post, Nutzung von Elektromobilität	ACHTUNG: Diese Station kann streikbedingt kurzfristig ausfallen (siehe Plan B)
ca. 11:15 Uhr	Fahrradfahrt von Buschdorf zum Stadthaus	
ca. 11:45 Uhr	Eintreffen bei der Bonner Energieagentur (Thomas-Mann-Straße 2, Stadthausloggia), Vorstellung der Aufgabenbereich der Bonner Energieagentur, Impulse zur „grünen Berufswahl“ (Ingenieur, Energieberater, etc.)	Neue Station: Wir enden also im Bonner Zentrum, statt in Duisdorf. Der Verpackungsfreie Laden hat leider keine Kapazitäten für 30 Schüler/-innen Die Presse wird zu dieser Station eingeladen Hier wird es außerdem Getränke und einen kleinen Snack geben
13:00 Uhr	Ende der Klimareise Thomas-Mann-Straße , Bonn-Zentrum	

Zeitplan B, wenn Post bestreikt wird:

Uhrzeit	Aktion/Station	Sonstiges
08:30 Uhr	Flashmob Fußgängerzone, Kreuzung HM/Karstadt/Appelrath-Cüpper/Kiosk	
ca.08:35	Sammeln mit Fahrrädern vor der Bonn Touristinfo (hinter Karstadt) Kurze Erklärung zu Fahren im Radkorso.	
ca. 08:40 Uhr	Gemeinsamer Start auf Fahrrad zu Solarworld Graurheindorf	Wir fahren über Friedrichstraße/Bertha-v.-Suttner-Platz/ Rheinufer nach Graurheindorf Pulkfahrt: Ich fahre voraus, eine Begleitperson in der Mitte und am Ende
ca. 09:00 Uhr	Besuch Solarlehrpfad Solarworld	
ca. 10:00 Uhr	Fahrradfahrt zurück ins Bonner Zentrum	1 Km von Solarworld entfernt, also gut mit Rad zu erreichen
ca. 10:30 Uhr	Eintreffen bei der Bonner Energieagentur (Thomas-Mann-Straße 2, Stadthausloggia), Vorstellung der Aufgabenbereich der Bonner Energieagentur, Impulse zur „grünen Berufswahl“ (Ingenieur, Energieberater, etc.)	Neue Station: Wir enden also im Bonner Zentrum, statt in Duisdorf. Der Verpackungsfreie Laden hat leider keine Kapazitäten für 30 Schüler/-innen Die Presse wird zu dieser Station eingeladen Hier wird es außerdem Getränke und einen kleinen Snack geben
ca. 12:00 Uhr	Ende der Klimareise Maxstraße , Bonn-Zentrum	

Impressum

Herausgeber:

Der Leitfaden ist in Kooperation zwischen den Städten Bonn, Mönchengladbach und Rheinberg entstanden und ist als Anregung für die Umsetzung eines öffentlichkeitswirksamen Klimaschutz-Projektes für interessierte Kommunen gedacht.

Redaktion:

Anna Guth, Leitstelle Klimaschutz im Amt für Umwelt, Verbraucherschutz und Lokale Agenda, Stadt Bonn

Mitarbeit:

Antti Olbrisch, Klimaschutzmanager Stadt Mönchengladbach

Nicole Weber F. Santos, Klimaschutzmanagerin Stadt Rheinberg

Fotonachweise:

Stadt Bonn, Stadt Mönchengladbach, Stadt Rheinberg