

Beratungsfolge	Sitzung am	Status	Zuständigkeit
Ausschuss für Umwelt und Verkehr	02.07.2019	öffentlich	Kenntnisnahme

Vorstellung Klimaschutzkampagne der Geschäftsstelle Klimaschutz

I. Beschlussantrag

Kenntnisnahme.

II. Sach- und Rechtslage, Begründung

1. Ist-Zustand Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Klimaschutz

Zur Steigerung der Präsenz des Themas Klimaschutz im Landkreis Göppingen wird aktuell eine Klimaschutzkampagne durch die Geschäftsstelle Klimaschutz ausgearbeitet. Bisher wurden zahlreiche öffentlichkeitswirksame Maßnahmen und Veranstaltungen sowohl durch die Geschäftsstelle Klimaschutz als auch durch die Energieagentur Landkreis Göppingen gGmbH (vgl. dazu auch BU 2019/092) durchgeführt.

Zum Beispiel:

- Entwicklung des Logos „Aktiver Klimaschutz Landkreis Göppingen“
- Gemeinsame Homepage der Geschäftsstelle Klimaschutz und der Energieagentur (www.klimaschutz-goepingen.de)
- Energiespartipp- und Klimaheldenkampagne zusammen mit der NWZ und der Filstalwelle
- Klimaschutz-Newsletter
- Klimahelden Roll-Ups und Postkarten für Veranstaltungen

Der Fokus liegt bei diesen Beispielen schwerpunktmäßig in der Informationsweitergabe (z.B. der Angebote bzw. der Unterstützung durch den Landkreis und der Energieagentur) oder darin, auf das Thema im Allgemeinen sowie auf Veranstaltungen im Konkreten hinzuweisen. Zum Großteil können diese Maßnahmen als losgelöst voneinander betrachtet werden und werden als Kommunikationsbausteine bislang situativ eingesetzt.

2. Ziele der Klimaschutzkampagne

Eine einheitlich gestaltete Klimaschutzkampagne soll bewirken, dass die Menschen im Landkreis inspiriert und motiviert werden, mit den bereits bereitgestellten Informationen selbst aktiv zu werden und einen effektiven Klimaschutz in ihren Alltag zu integrieren und engagiert zu leben.

Die konkreten Ziele der Kampagne sind:

- Emotionen zu wecken und Gefühle anzusprechen → intrinsische Motivation aktivieren
- Zu überraschen und Neugier zu wecken
- Menschen an ihre Verantwortung für die Gemeinschaft zu erinnern → „Wir Gefühl“ etablieren / Das eigene Ich als Teil eines großen Ganzen → Aufbau eines TEAM KLIMA
- Einfach darzustellen, was einfach ist → Jeder kann einen Beitrag leisten
- Spaß an Aktivitäten vermitteln

2.1 Status Quo

2.1.1 Konzept

Im Dezember des Jahres 2018 wurde eine Art Direktorin mit der Erstellung sowie der Umsetzung der Klimaschutzkampagne beauftragt. Die Beauftragung erfolgte auf Grundlage des im Rahmen des aktuellen Energiepolitischen Arbeitsprogramms vom Kreistag genehmigten Haushaltsplans.

Aus der Konzepterstellung und im Austausch mit der Geschäftsstelle Klimaschutz haben sich die Idee des TEAM KLIMA sowie folgende Schritte ergeben:

- I. **DANKE:** Danke an alle Klimaheldinnen und Klimahelden (Bürgerinnen und Bürger, Unternehmen, Kommunen, Mitglieder Klimaschutzbeirat etc.) für ihren Einsatz und ihre Bemühungen → Erzeugung von Neugier im Landkreis
- II. **AKTIVIERUNG:** Aufruf zum Mitmachen auf verschiedenen Kanälen durch Aufzeigen von Möglichkeiten sowie Tipps und Tricks zum „Selbst-Aktivwerden“
- III. **BELOHNUNG:** Präsentation von Erfolgsgeschichten und Ergebnissen (z.B. Einsparungen bei bestimmten Aktionen); auch denkbar: Gewinnspiel. Zudem: Ausblick auf Kommendes

03 – IMAGEKAMPAGNE PHASEN



Durch die Zugehörigkeit der einzelnen Teammitglieder zum TEAM KLIMA soll gleichzeitig die Bereitschaft zum aktiven Handeln auf ein verbindlicheres Niveau gehoben werden.

2.1.2 Bausteine und Maßnahmen der Kampagne

- Onlinemedien:
 - Microsite: Eine von der Landratsamts- und der bisherigen Klimaschutz-Webseite losgelöste Internetseite soll das Kernstück der Kampagne darstellen. Hier sollen alle Aktivitäten und Erfolgsgeschichten gesammelt werden und eine lebendige Seite, die zum Mitmachen/Austausch anregen soll, entstehen.
 - Social-Media: Aus Sicht der Geschäftsstelle Klimaschutz und der Energieagentur sind Social-Media Aktivitäten unumgänglich; Umsetzungsoptionen werden zurzeit geprüft.
 - Newsletter, der nur über die Kampagne informiert.
 - Bildschirme z.B. in Bussen und öffentlichen Gebäuden, wie im Landratsamt.
- Printmedien: Plakate, Postkarten, Buttons, Aufkleber, Anzeigen in Tageszeitungen sowie in Magazinen (z.B. PIG und KOI)
- Öffentlicher Raum und Presse:
 - Wanderausstellung
 - Busbeschriftung
 - Fahnen und Banner
 - Pressemeldungen, Veranstaltungen und Messen
 - Radiowerbung



III. Handlungsalternative

Keine Durchführung einer Klimaschutzkampagne.

Dies wird jedoch nicht empfohlen. Der Landkreis Göppingen hat in einem ganzheitlichen und zukunftsorientierten Kreisentwicklungskonzept zwölf Schlüsselthemen für die Weiterentwicklung des Landkreises definiert. Der Klimaschutz ist eines davon. Die aktuelle politische Debatte zum Klimaschutz bestätigt die Richtigkeit und Wichtigkeit des Themas. Die bereits freigegebenen Mittel für die Klimaschutzkampagne sollten daher auch zielgerichtet verwendet werden. Hinzu kommt, dass die ohnehin ambitionierte Umsetzung des Integrierten Klimaschutzkonzepts und die Erreichung der vom Kreistag verabschiedeten Klimaschutzziele ohne die Maßnahme schwerer erreichbar sein könnten.

IV. Finanzielle Auswirkungen / Folgekosten

Die Maßnahme ist im Energiepolitischen Arbeitsprogramm (EPAP) des Landkreises Göppingen vorgesehen und Finanzmittel hierfür sind im Haushaltplan der Geschäftsstelle Klimaschutz eingestellt.

Um einen nachhaltigen Erfolg der Kampagne gewährleisten zu können, sollen zukünftig auch weiterhin Haushaltsmittel für die Klimaschutzkampagne im Rahmen des Energiepolitischen Arbeitsprogramms eingestellt werden. Hierüber ist allerdings im

Rahmen der Haushaltsberatungen 2020 dann durch den Kreistag gesondert zu entscheiden.

Es wird ferner auf die Seiten 83 ff. des Vorberichts zum Haushalt 2019 verwiesen.

V. Zukunftsleitbild/Verwaltungsleitbild - Von den genannten Zielen sind berührt:

Zukunfts- und Verwaltungsleitbild	Übereinstimmung/Konflikt				
	1 = Übereinstimmung, 5 = keine Übereinstimmung				
	1	2	3	4	5
Zukunft der Klimasituation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zukunft der Energienutzung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zukunft der Mobilität	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identifikation	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Außenwirkung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

gez.
Edgar Wolff
Landrat