Coaching
Kommunaler Klimaschutz

1 Energie-management | 2 Energie-erzeugung | 3 Verkehrs-entwicklung | 4 Siedlungs-entwicklung | 5 Öffentlichkeits-arbeit | 6 Kommunale Beschaffung | 7 Klima-gerechtigkeit

Das *(Durch)*StarterPaket *Kurzanleitung für Coaches*

Hinweise für Berater zu den StarterMaßnahmen im Handlungsfeld

5 Öffentlichkeitsarbeit für den kommunalen Klimaschutz

Inhalt

1. Was die „Kurzanleitung für Coaches" will **3**

2. StarterMaßnahmen im Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit* – Aufbau und Zielsetzung **3**

2.1 Aufbau 3

2.2 Allgemeine Zielsetzung für die Beratung 5

3. Das Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit* – Bedeutung für die Beratung im kommunalen Klimaschutz **6**

4. StarterMaßnahmen im Überblick – Wirksamkeit und Aufwand **6**

5. Kommunale Zielgruppen im Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit* **8**

6. Weitere Hinweise für Coaches/Berater **9**

Impressum

Text: Oliver Finus, Deutsche Umwelthilfe
Redaktion: Daria Junggeburth, Deutsche Umwelthilfe; Benjamin Gugel, IFEU-Institut; Jörn Klein, Klima-Bündnis
Grafische Gestaltung: Claudia Kunitzsch, Deutsche Umwelthilfe
Titelfoto: bearbeite Montage aus: Photomorphic PTE. LTD. und Matej Kastelic/beide Fotolia.de
Stand: April 2015

Die weibliche Form ist in dieser Veröffentlichung der männlichen Form gleichgestellt. Lediglich aus Gründen der Vereinfachung wurde auf die durchgängige Nennung beider Formen verzichtet.

Projektpartner

Klima-Bündnis e.V.
Carsten Kuhn
c.kuhn@klimabuendnis.org

Klima-Bündnis

Deutsche Umwelthilfe e.V.
Oliver Finus
finus@duh.de

Deutsche Umwelthilfe

IFEU-Institut
Benjamin Gugel
benjamin.gugel@ifeu.de

ifeu INSTITUT FÜR ENERGIE- UND UMWELTFORSCHUNG HEIDELBERG

Gefördert durch:

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

NATIONALE KLIMASCHUTZ INITIATIVE

Das Projekt „Startschuss Klimaschutz – Transformationsbegleitung für Kommunen mit Hilfe des Instruments Coaching Kommunaler Klimaschutz" wird im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) gefördert. Im Rahmen dieses Projekts wurde das (Durch)StarterPaket grundlegend überarbeitet.

1. Was die „Kurzanleitung für Coaches“ will

Die vorliegende Kurzanleitung für Berater gibt Empfehlungen, wie die im *(Durch)*StarterPaket dargelegten Umsetzungsschritte und Maßnahmen in die konkrete Einstiegsberatung für Kommunen einbezogen werden können.

Das *(Durch)*StarterPaket ist als Hilfe zur Selbsthilfe für Kommunen konzipiert, die bei der Integration des Klimaschutzes in ihr Aufgabenspektrum noch am Anfang stehen. Die Maßnahmenbündel – sogenannte StarterMaßnahmen – aus dem *(Durch)*StarterPaket wurden so gewählt, dass die Schwelle zum konkreten Handeln niedrig angesetzt ist. Außerdem zielen die StarterMaßnahmen darauf ab, zeitnahe Erfolge zu erzielen und damit die Motivation der Kommunen für die Umsetzung weiterer Maßnahmen zu erhöhen. Dieses Grundprinzip ermöglicht den verantwortlichen Personen in den Kommunen/Verwaltungen ein schrittweises Vorgehen innerhalb bestehender Strukturen, ohne bereits beim Einstieg mit zu hohen Anforderungen konfrontiert zu sein. Auch wenn das *(Durch)*StarterPaket diesen Einstieg vereinfacht, bietet oft erst die Beratungssituation den notwendigen Rahmen, sich als kommunaler Mitarbeiter mit Möglichkeiten einer zielgruppenorientierten Ansprache für mehr Klimaschutz in der Kommune auseinanderzusetzen.

Deshalb gilt es, Umsetzungsschritte und StarterMaßnahmen optimal mit den Zielen für die Einstiegsberatung zu verknüpfen.

StarterMaßnahmen vereinfachen den Zugang zum Thema Klimaschutz für die Kommune und erleichtern es dem Coach, mit den Kommunen konkrete erste Schritte festzulegen und die Umsetzung einzuleiten. Bei der Bearbeitung des jeweiligen Handlungsfeldes aus dem *(Durch)*StarterPaket sollte der Coach zumindest abschließend mittel- und langfristige Ziele mit den kommunalen Entscheidungsträgern erörtern. Die Kommune definiert dabei möglichst operationalisierbare Ziele für jedes als Beratungsgegenstand ausgewählte Handlungsfeld. Die Beratung vermittelt auf diesem Weg zumindest einen Eindruck davon, welche weiteren Optionen der Kommune nach Umsetzung von StarterMaßnahmen offen stehen. Je nachdem, wie Kommunen ihren eigenen Handlungsspielraum einschätzen, können mittel- bis langfristige Klimaschutzziele eine sehr unterschiedliche Qualität besitzen.

Mit dem vorliegenden Kurzleitfaden zum Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit* erhalten Sie als Berater einen Überblick darüber,

- welche Bedeutung/Funktion das Handlungsfeld mit den darin festgehaltenen StarterMaßnahmen für den kommunalen Klimaschutz hat,
- welche Ziele im Rahmen der Einstiegsberatung im Bereich *Öffentlichkeitsarbei*t angestrebt werden sollen,
- mit welchen der dargestellten StarterMaßnahmen es der Kommune gelingen kann, die eigenen Klimaschutzziele einer interessierten Öffentlichkeit auf einfache und anschauliche Weise zu vermitteln,
- wie hoch der Aufwand (personell/finanziell) für die Umsetzung in kleinen und mittleren Kommunen je nach Prioritätensetzung in der Verwaltung eingeschätzt wird,
- welche Zielgruppen/Zielpersonen in den Kommunen einzubeziehen sind, wenn Öffentlichkeitsarbeit für einen verbesserten Klimaschutz betrieben werden sollen,
- wo Sie weitere Hilfestellung (Materialien etc.) für die Bearbeitung des Handlungsfeldes *Öffentlichkeitsarbeit* in den Kommunen, die Sie beraten, finden können.

2. StarterMaßnahmen im Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit* – Aufbau und Zielsetzung

2.1 Aufbau

Das gesamte *(Durch)*StarterPaket umfasst acht Bereiche/Handlungsfelder, die für den Klimaschutz in kleinen und mittleren Kommunen bis ca. 50.000 Einwohnern relevant sind. Für jedes dieser Handlungsfelder wurden in einem eigenständigen Dokument StarterMaßnahmen festgehalten. Der grundlegende Aufbau des *(Durch)*StarterPakets ist in den ***Nutzerhinweisen*** beschrieben. Diese Nutzerhinweise sind auf die Zielgruppe interessierter Kommunalpolitiker und Mitarbeiter von Kommunalverwaltungen zugeschnitten, die sich in Eigenregie erste Schritte im kommunalen Klimaschutz erarbeiten wollen.

Für Coaches/Berater ist im Gegensatz dazu in erster Linie die Frage relevant, wie sie die StarterMaßnahmen im Handlungsfeld ***Öffentlichkeitsarbeit für den kommunalen Klimaschutz*** in die Einstiegsberatung integrieren können.

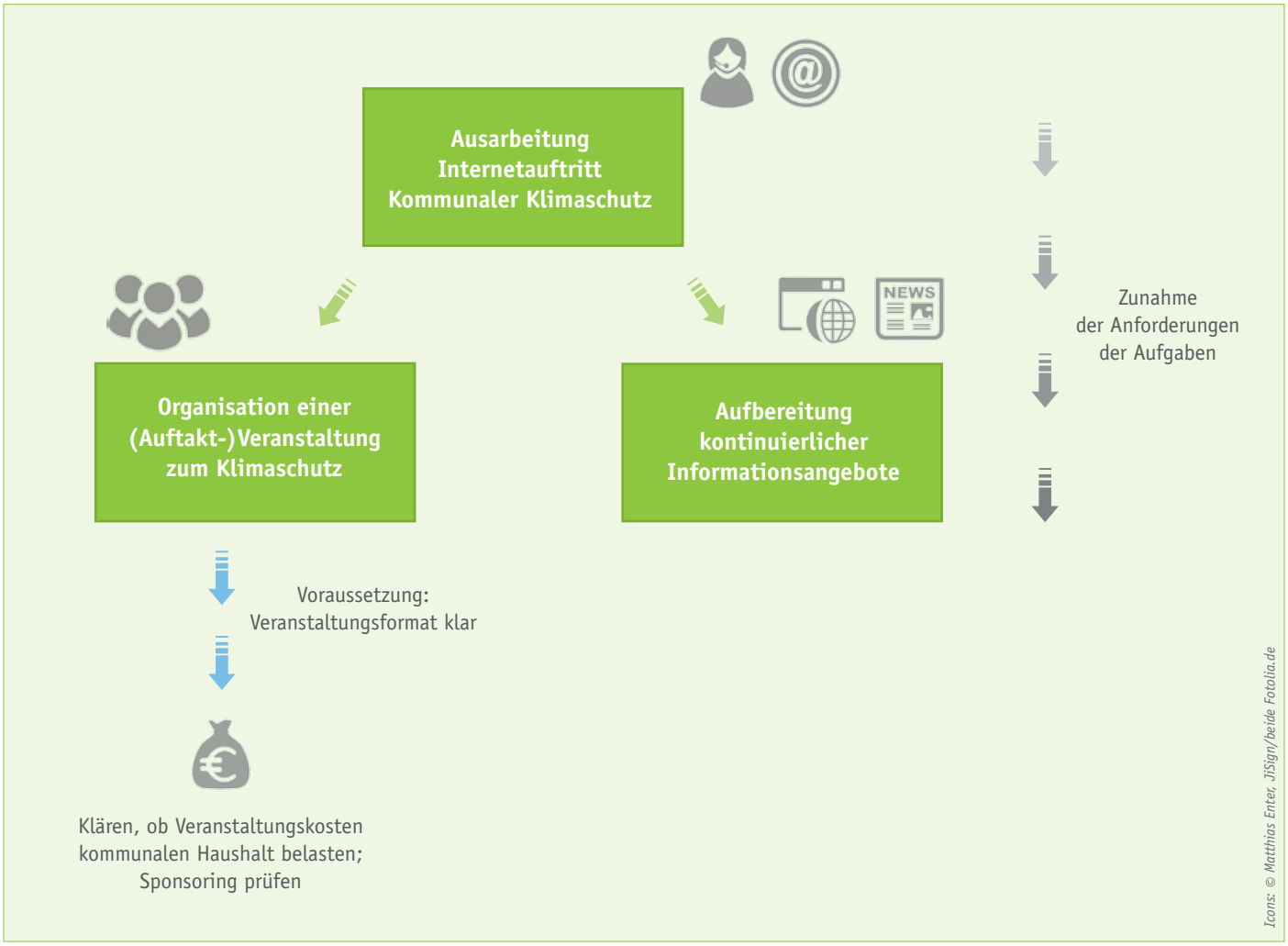

Abb. 1: Umsetzungsschritte nach Anforderungen

Das *(Durch)*StarterPaket vermittelt für die kommunale *Öffentlichkeitsarbeit* zwei zentrale Zugangsweisen, die ein unterschiedliches Grundverständnis widerspiegeln, für kleine und mittlere Kommunen aber gleichermaßen praktikabel erscheinen. Die kommunale Öffentlichkeitsarbeit stellt dabei eine verbindende Klammer für alle Klimaschutzaktivitäten der Kommune dar. Öffentlichkeitsarbeit eröffnet zum einen die Chance, die Anstrengungen von Kommunalverwaltung und -politik im Klimaschutz mit ihrem Vorbildcharakter darzustellen. Zum anderen kann die Kommune die Möglichkeit ergreifen, die eigene Einwohnerschaft für Belange des Klimaschutzes in der Kommune zu sensibilisieren und Engagement für den Klimaschutz zu mobilisieren. Öffentlichkeitsarbeit kann zudem ganz gezielt kommunale Maßnahmen flankieren und so deren Akzeptanz erhöhen und den Erfolg sichern. Um sowohl die Einwohnerschaft als auch definierte Zielgruppen wie Gewerbetreibende, private Hausbesitzer etc. zu erreichen, skizziert das *(Durch)*StarterPaket zwei prinzipielle Vorgehensweisen. Entweder entscheidet sich die Kommune für den Weg einer einfachen, aber kontinuierlich angelegten Berichterstattung über Klimaschutzaktivitäten im Rahmen des Internetauftritts oder beispielsweise über eine Artikelserie in einem Periodikum der Gemeinde (z. B. Gemeindeblatt).

Die zweite grundsätzliche Möglichkeit ist die Organisation einer zentralen Veranstaltung, in der das Thema breit mit der interessierten Öffentlichkeit diskutiert wird. Sowohl bei Kommunalpolitikern als auch in der Verwaltung gibt es keine einheitliche Auffassung, welche Vorgehensweise die organisatorisch aufwendigere ist. Eine größere öffentliche Veranstaltung oder Veranstaltungsreihe ist nur einmalig zu organisieren. Eine kontinuierliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in einem klar abgegrenzten Medium (z. B. Internet) ist im Aufwand begrenzt und kann darüber hinaus auch mit Hilfe ehrenamtlicher Ressourcen bewältigt werden. Die für das Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit definierten StarterMaßnahmen unterscheiden sich folglich nicht nach dem Grad der Aufgabenkomplexität wie in anderen Handlungsfeldern des *(Durch)*StarterPakets. Die Erfahrung aus dem Austausch mit kleineren Kommunen, die gezielt Öffentlichkeitsarbeit für den Klimaschutz betreiben, zeigt, wie unterschiedlich die Praktikabilität von Einstiegsmaßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit eingeschätzt wird. Für viele Kommunen ist eine einmalige Veran-

staltung pro Jahr wie beispielsweise ein Tag der erneuerbaren Energien personell einfacher zu bewältigen als eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit, weil dafür keine eigene Pressestelle, die Texte produziert und redigiert, zur Verfügung steht. Die im *(Durch)*StarterPaket empfohlenen Umsetzungsschritte bilden beide oben beschriebenen Wege ab und berücksichtigen dabei die personellen und finanziellen Anforderungen an die Kommunen wie auch Abbildung 1 für den Bereich *Öffentlichkeitsarbeit* veranschaulicht.

Hierbei wird bewusst zwischen den Aufgaben und Rollen des ***Kommunalparlaments*** und der ***Kommunalverwaltung*** unterschieden. Für beide Zielgruppen gilt jedoch das Grundprinzip, dass einfache, weil mit möglichst wenig Personalaufwand verbundenen Umsetzungsschritte dargestellt werden.

Eine Öffentlichkeitsarbeit für den Klimaschutz beginnt damit, dass die Kommune im Internetauftritt Position für einen aktiven Klimaschutz bezieht und ihr eigenes Engagement kurz und prägnant für interessierte Bürger zusammenfasst. Das *(Durch)*StarterPaket präferiert als zentralen ersten Schritt, das Thema **kommunaler Klimaschutz** prominent – nicht versteckt auf Unterseiten – **im eigenen Internetauftritt zu platzieren**. Grundsätzlich stehen danach die beiden gleichrangigen Einstiegswege offen: **Organisation einer Auftaktveranstaltung für die breite Öffentlichkeit**. Die zweite Option für die Kommune besteht darin, über den Internetauftritt und weitere Medien (Gemeindeblatt/Stadtteilzeitung) **kontinuierliche Informationen und Klimaschutz-Tipps anzubieten**. Dazu zählen auch Führungen zu Klimaschutzprojekten in der Kommune oder in Nachbarkommunen, die ein hohes Maß an Anschaulichkeit beinhalten. Natürlich ist eine Kombination beider Vorgehensweisen ideal, stellt aber für kleine und mittlere Kommunen eine personelle Herausforderung dar, die zumeist nur mit der Unterstützung ehrenamtlicher Personen überhaupt realisierbar ist. Falls in der Kommune jedoch ehrenamtliche Initiativen wie Solarvereine, Umwelt- oder Agenda21-Gruppen etc. vorhanden sind, sollte die Kommunalverwaltung die Zusammenarbeit mit diesem Personenkreis suchen. Grundlage für eine Kooperation mit Ehrenamtlichen ist die Kenntnis aller in Frage kommender Initiativen auf Seiten der Stadt- bzw. Gemeindeverwaltung. Die Kommunalpolitik kann die Öffentlichkeitsarbeit der Kommunalverwaltung durch eigene Maßnahmen unterstützen. Wie genau, verdeutlichen die im *(Durch)*StarterPaket für den Bereich der Öffentlichkeitsarbeit festgehaltenen, auf die spezifischen Möglichkeiten der Kommunalpolitik zugeschnittenen StarterMaßnahmen.

2.2 Allgemeine Zielsetzung für die Beratung

Wie Finanzierungsfragen so ist auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ein bedeutendes Querschnittsthema im kommunalen Klimaschutz. Minimalziel einer Beratung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist, dass Kommunalverwaltung und -politik den Stellenwert des Klimaschutzes für die kommunale Daseinsfürsorge im Internetauftritt verdeutlichen. In einem ersten Schritt gilt es für den Coach zu klären, was das primäre Ziel in Hinblick auf die Öffentlichkeitsarbeit sein soll:

- Möchte die Kommune in erster Linie über eigenen Aktivitäten (z. B. Veröffentlichung des ersten Energieberichts, Sanierungsmaßnahmen an Liegenschaften etc.) berichten?
- Oder möchte sie zuallererst Bürger sensibilisieren, selbst Klimaschutz zu betreiben?
- Möchte die Kommune beide Ziele kombinieren?

Ist die Zielsetzung klar, kann der Coach zusammen mit der Kommune StarterMaßnahmen definieren. Für Informationen über ihre Kommune und Leistungen der Kommunalverwaltung greifen die Bürger auf das Internetangebot zurück. Auf diesem Weg erhalten sie einen ersten Eindruck davon, wie Klimaschutz in der Stadt- bzw. Gemeindeentwicklung bereits verankert ist bzw. zukünftig werden soll. Im Rahmen eines Beratungsgesprächs oder eines Workshops mit einem Energieteam der Kommunalverwaltung sollten zumindest einige leicht umsetzbare Maßnahmen festgelegt werden, mit denen Ergebnisse und Erfolge im kommunalen Klimaschutz einer interessierten Öffentlichkeit präsentiert werden können. Zur Planung konkreter Umsetzungsmaßnahmen kann die Vorlage aus dem ***Schnellkonzept Klimaschutz*** verwendet werden.

In vielen Kommunen wird zwar die Notwendigkeit betont, die Anstrengungen der politischen Kommune im Klimaschutz der eigenen Einwohnerschaft zu vermitteln und diese selbst von Klimaschutzmaßnahmen zu überzeugen. Für spezifische Öffentlichkeitsarbeit zum Klimaschutz fehlt jedoch gerade in kleinen und mittleren Kommunen in der Regel das fachkundige Personal bzw. die Personalkapazität überhaupt. Unter diesen Voraussetzungen sollten Coaches das grundsätzliche Interesse von Kommunen an einer fundierten Öffentlichkeitsarbeit aufgreifen und mit Ihnen praktikable Vorschläge für den Einstieg in eine zielgruppengerechte Vermittlung des Themas ausarbeiten (z. B. Artikelserie mit Energiespar-Tipps in fünf Ausgaben des Gemeindeblatts). Berater sollten zudem Kenntnis darüber haben, welche Arbeitshilfen Kommunen nutzen können.

3. Das Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit* – Bedeutung für die Beratung im kommunalen Klimaschutz

Provokant formuliert, spart Öffentlichkeitsarbeit keine einzige Tonne CO_2 ein. Will eine Kommune die Bedeutung kommunaler Maßnahmen im Klimaschutz ihren Einwohnern nahe bringen und zur Eigeninitiative in Sachen Klimaschutz anregen, wird sie jedoch nicht umhinkommen, gezielte Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Unter diesen Vorzeichen ist die Bearbeitung dieses Handlungsfeldes während einer Beratungsreihe zwar nicht als vordringlich zu bewerten, sollte aber auch nicht von vorne herein ausgeklammert werden. Um die notwendige Akzeptanz in der Bürgerschaft für konkrete Maßnahmen zur Emissionsminderung und damit den Erfolg des Gesamtprozesses zu sichern, ist eine gezielte begleitende Öffentlichkeitsarbeit als maßgebend anzusehen. In einem ersten Schritt sollte eine Einstiegsberatung darauf abzielen, konkrete Emissionsminderungen in Handlungsfeldern zu initiieren, auf die die Kommunalverwaltung unmittelbaren Einfluss hat (z. B. Kommunales Energiemanagement und Beschaffung). Der Coach kann die verantwortlichen Personen aus der Beratungskommune jedoch dazu animieren, die Vermittlung von gewählten Maßnahmen an die lokale Öffentlichkeit immer gleich mit einzubeziehen. Wenn Kommunen im Klimaschutz zum Vorbild für ihre Bürger werden wollen, ist die Information für und der Dialog mit der Öffentlichkeit in einem den Kapazitäten der Kommune angemessenen Umfang unerlässlich. Für Coaches/Berater ist es im Handlungsfeld der *Öffentlichkeitsarbeit* in Hinblick auf Empfehlungen an die beratene Kommune wichtig, einordnen zu können, wie eine Stadt oder Gemeinde bzw. Mandatsträger aus der Kommune den Stellenwert einer Vermittlung von Klimaschutzthemen für die Bürgerschaft bewerten.

Die StarterMaßnahmen aus dem *(Durch)*StarterPaket zum Thema Öffentlichkeitsarbeit geben dem Coach wertvolle Hinweise, wie er prüfen kann, ob die Kommunalpolitik und Mitarbeiter der Verwaltung aufgeschlossen dafür sind, das Thema Klimaschutz in einfacher aber kontinuierlicher Form der Öffentlichkeit näher zu bringen. Ob eine grundsätzliche Bereitschaft für eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit vorhanden ist, sollten Coaches bereits im Vorfeld der eigentlichen Beratung abklären. Aus den Ergebnissen des Vorgesprächs ergibt sich ein guter Einblick, wie die Kommune personell aufgestellt ist. Davon ausgehend können Berater abschätzen, ob und zu welchem Zeitpunkt das Thema Öffentlichkeitsarbeit in mehrere aufeinanderfolgende Beratungstermine integriert werden kann.

4. StarterMaßnahmen im Überblick – Wirksamkeit und Aufwand

Die folgende tabellarische Übersicht soll Coaches einen Eindruck davon vermitteln, mit welchen StarterMaßnahmen aus dem Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit für den kommunalen Klimaschutz* ein wirksamer Beitrag zur Außenwirkung zu erzielen ist und wie hoch der Aufwand für die Kommunalverwaltung im Zuge der Realisierung einzuschätzen ist.

StarterMaßnahme(n)	Wirksamkeit für den Klimaschutz			Hinweise für Coaches/Berater	Aufwand für die Kommune (personell/finanziell)			Hinweise für Coaches/Berater	Beispiele für weiterführende Zielsetzungen
	gering	mittel	hoch		gering	mittel	hoch		
Klimaschutz im eigenen Internetauftritt platzieren • Verwaltung stellt eigene Klimaschutzmaßnahmen im Internet vor • Beratungsstellen für Bürger und Termine werden genannt • Seiten der Parteien/ kommunalpolitischen Vereinigungen können verlinkt werden				Mit Öffentlichkeitsarbeit als solcher ist keine direkte Emissionsminderung verbunden; Die Außenwirkung des Internetauftritts ist nur dann gegeben, wenn das Thema nicht „versteckt" wird;				Die grundsätzliche Bereitschaft, kommunalen Klimaschutz prominent im Internet zu platzieren, muss geklärt sein; Über CMS ist eine einfache Anpassung des Internetauftritts der Kommune möglich (eigenes Personal oder Dienstleister);	• Die durch Maßnahmen in der Kommune erzielte CO_2-Einsparung wird veröffentlicht und laufend aktualisiert. Das motiviert Bürger zusätzlich zu mehr Eigeninitiative
Auftaktveranstaltung organisieren • Ziele und Art der Veranstaltung (Podiumsdiskussion, Messe etc.) festlegen • Anschlussaktivitäten diskutieren • ehrenamtliche Gruppen in Organisation einbeziehen • Ergebnisse dokumentieren und veröffentlichen	Öffentlichkeitsarbeit an sich hat keine direkten Effekte auf Klimaschutz			Ziele einer Auftaktveranstaltung müssen klar definiert sein, damit sie von Bürgern nicht als „Alibiveranstaltung" wahrgenommen wird; Wie Ergebnisse in der Kommune genutzt werden, muss den Teilnehmern klar sein;		**Finanzieller Mehraufwand je nach Veranstaltung**		Finanzieller Mehraufwand für Kommune hängt davon ab, welches Veranstaltungsformat gewählt wird; Sponsoringmöglichkeiten zur Entlastung des Kommunalhaushalts prüfen; Personeller Mehraufwand kann durch die Einbeziehung Ehrenamtlicher reduziert werden;	• Folgeveranstaltungen mit klar umrissenen thematischen Schwerpunkten organisieren
Kontinuierliches Informationsangebot bereitstellen • Artikelserie im Gemeindeblatt • Energiespartipps im Internet/ Gemeindeblatt veröffentlichen • Führungen zu energetisch sanierten Gebäuden anbieten	Öffentlichkeitsarbeit an sich hat keine direkten Effekte auf Klimaschutz			Wie hoch die Klimaschutzwirkung der eigenen Öffentlichkeitsarbeit einzuschätzen ist, können Kommunen durch eine Bürgerbefragung ermitteln; Gibt es einen direkten Zusammenhang zwischen kommunalem Informationsangebot und Klimaschutzmaßnahmen von Bürgern und Unternehmen? Allerdings ist eine Bürgerbefragung nicht als eigentliche StarterMaßnahme anzusehen				Bei der Bereitstellung eines kontinuierlichen Informationsangebots kann die Kommune von Ehrenamtlichen und/oder einer Energieagentur unterstützt werden	• Bürgerbefragung zur zielgruppengenauen Öffentlichkeitsarbeit durchführen • Die Auswertung der Klimaschutzeffekte der eigenen Öffentlichkeitsarbeit wird nur äußerst selten von Kommunen in Angriff genommen, Klimaschutzeffekte können jedoch nur so evaluiert werden

Tab. 1: Wirksamkeit und Aufwand von StarterMaßnahmen im Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit für kommunalen Klimaschutz

5. Kommunale Zielgruppen im Handlungsfeld *Öffentlichkeitsarbeit*

Dieser Teil der Kurzanleitung für Berater beleuchtet die Bedeutung spezifischer Zielgruppen bzw. Zielpersonen für die Umsetzung von StarterMaßnahmen im Bereich *Öffentlichkeitsarbeit für den Klimaschutz*. Die Funktion der wesentlichen Zielgruppen für eine erfolgreiche Umsetzung definierter Maßnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit wird dabei in einer tabellarischen Zusammenfassung kurz skizziert.

Zielgruppe/Zielperson	Bedeutung der Zielgruppe	Hinweise für Coaches/Berater
Mitglieder des Kommunalparlaments	• können Internetauftritt der Kommune zum Thema Klimaschutz anregen • können in Parteimedien über Klimaschutzaktivitäten der eigenen Kommune berichten • können Parteiveranstaltungen zum Thema Klimaschutz organisieren	Berater sollte dem Kommunalparlament Hinweise zu Gestaltungsmöglichkeiten im Rahmen der parteibezogenen Öffentlichkeitsarbeit geben können;
Bürgermeister/in	• kann Internetauftritt der Kommune zum Thema Klimaschutz initiieren • kann Hauptamt oder Umweltbeauftragten (falls vorhanden, s. u.) mit Ausarbeitung des Internetauftritts beauftragen • kann Vorschläge für (Auftakt-)Veranstaltung einbringen und mit Vertretern des Kommunalparlaments diskutieren • kann durch eigene Präsenz einer Auftaktveranstaltung Bedeutung verleihen • kann stärkere Zusammenarbeit mit reg. Energieagentur im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit initiieren	Bürgermeister wird Öffentlichkeitsarbeit zum Klimaschutz in der Regel gutheißen, da er damit auch sein eigenes Profil schärfen kann; Hier gilt es zunächst, die Verwaltungsspitze dafür zu sensibilisieren, dass kommunaler Klimaschutz ohne Öffentlichkeitsarbeit keine Außenwirkung hat: Bürger sollen Bemühungen der Kommune honorieren und eigenes Engagement entwickeln;
Kämmerei	• kann Möglichkeit eigener öffentlicher Veranstaltungen unter dem Aspekt entstehender Mehrkosten prüfen • kann prüfen, welche finanziellen Möglichkeiten für eine kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit im Haushalt vorhanden sind (z. B. Topf für Veranstaltungen)	Als Beratungshintergrund wichtig: • Ob sich die Kommune in der Haushaltssicherung/ vorläufigen Haushaltsführung befindet • Auf Expertise und Beurteilung durch die Kämmerei legen die Mitglieder des Kommunalparlaments in der Regel besonderen Wert • Wichtig, dass die Kämmerei eigene kommunale Veranstaltungen zum Thema als sinnvoll erachtet
Hauptamt (zentrale Dienststelle)	• kann Internetauftritt anpassen, falls Content Management System (CMS) durch Hauptamt bearbeitet wird • können Auftaktveranstaltungen mit organisieren	Im Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsarbeit in der Regel ausführendes Amt ohne strategische Aufgaben;
Umweltamt Umweltbeauftrage/r (falls vorhanden)	• kann zusammen mit Hauptamt Vorschläge zur Gestaltung einer Internetseite mit Bezug zum kommunalen Klimaschutz erarbeiten • kann in Zusammenarbeit mit Hauptamt die Pflege/Aktualisierung der Seite übernehmen • kann Bürgerumfrage zur Wirkung der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit initiieren	Kommunale Umweltbeauftragte in kleinen Kommunen haben oft eine große Bandbreite an Aufgaben zu erfüllen (techn. Umweltschutz/Naturschutz etc.); Entwurf und Pflege einer Internetseite sind Zusatzaufgaben;
Regionale Energieagentur (falls vorhanden)/ **Verbraucherzentrale**	• kann der Kommune Empfehlungen für die eigene Öffentlichkeitsarbeit geben • kann selbst eine Seite zum kommunalen Klimaschutz aufbauen, auf die Kommunen verlinken können • kann Führungen im Anlagen- und Gebäudebereich anbieten	Die Konditionen der Beratung von Kommunen zur Öffentlichkeitsarbeit als Dienstleistung einer regionalen Energieagentur müssen geklärt werden;
Solarvereine/ Energiebeiräte etc.	• können Vorschläge für kommunale Veranstaltungen machen • können die Organisation von Veranstaltungen unterstützen • können Führungen zu Erneuerbare-Energien-Anlagen organisieren	Verhältnis engagierte Bürger und Kommune muss der Beratungsperson klar sein;
Lokale Bauhandwerker	• Können in Zusammenarbeit mit der Kommune vor Ort Führungen in energetisch optimierten Bestandsgebäuden und Neubauten anbieten	Eigeninteresse von Handwerkern berücksichtigen

Tab. 2: Funktion und Bedeutung kommunaler Zielgruppen für eine erfolgreiche Maßnahmenumsetzung im Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit für kommunalen Klimaschutz

Das Wissen um die Bedeutung/Funktion bestimmter Zielgruppen für die klimaschutzwirksame Umsetzung von Maßnahmen stellt einen Schlüssel auf dem Weg zum Beratungserfolg dar. Die Darstellung geht von einer Kommune aus, in der keine Stelle eines hauptamtlichen Klimaschutzmanagers/Energiebeauftragten vorhanden bzw. besetzt ist.

6. Weitere Hinweise für Coaches/Berater

Praxisnahe Hinweise auf Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit für den kommunalen Klimaschutz in Kommunen erhalten Sie als Berater/in im Rahmen von *Coaching Kommunaler Klimaschutz* im sogenannten ***Ideenpool***.

Die darin enthaltenen Ideen und Umsetzungsvorschläge wurden bereits in Kommunen auf ihre Praxistauglichkeit getestet. Im Beratungsprozess können Sie selbst entscheiden, ob und welche Vorschläge Sie den Vertretern Ihrer Beratungs-Kommunen unterbreiten wollen, nachdem Sie sich zu Beginn der Beratung einen Überblick über wesentliche Strukturen und Ausgangsbedingungen sowie die bereits praktizierte Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune verschafft haben.

Zusätzlich finden Sie im ***Tool-Pool*** weitere Ihre Beratung unterstützende Werkzeuge wie Leitfäden und Handlungsempfehlungen etc.