

Bericht	Geschäftsbereich	Umwelt und Grünflächen
	Ressort / Stadtbetrieb	Geschäftsbereichsbüro 100.1
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Cordula Brendel 563 5478 563 8050 cordula.brendel@stadt.wuppertal.de
	Datum:	13.02.2007
	Drucks.-Nr.:	VO/0156/07 öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
27.02.2007	Ausschuss für Umwelt	Entgegennahme o. B.
Durchführung einer Klimaschutzkampagne bzw. von Klimaschutzwochen		

Grund der Vorlage

In der Sitzung des Ausschusses für Umwelt am 16.01.2007 wurden folgende Anträge ungeändert und einstimmig beschlossen:

- Klimaschutz-Wochen in Wuppertal.
Gemeinsamer Antrag der Fraktionen von CDU und SPD (Drs.-Nr. VO/0032/07)
- Klimaschutzkampagne.
Antrag der Fraktionen Bündnis 90/DIE GRÜNEN (Drs.-Nr. VO/0777/06).

Der letztere Antrag wurde außerdem im Rat am 12.02.2007 beschlossen.

Beschlussvorschlag

Der Bericht der Verwaltung wird zur Kenntnis genommen.

Einverständnisse

Unterschrift

Bayer

Begründung

Die Verwaltung hat mit Kooperationspartnern (Wuppertaler Stadtwerke; Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie; Energieagentur NRW; Energieberatung der Verbraucherzentrale, im Folgenden „Startgruppe“) ein Grobkonzept für eine Klimaschutzkampagne konzipiert. Eine solche Kampagne soll sich an die breite Öffentlichkeit richten. Zur Durchführung sollen weitere Kooperationspartner gewonnen werden. Die Kampagne soll Bürgerinnen und Bürger motivieren, sich konstruktiv und aktiv mit dem Klimaschutz auseinander zu setzen, konkret Maßnahmen im eigenen Handlungsumfeld zu planen und umzusetzen.

In einer Vorbereitungsphase versucht die „Startgruppe“ weitere Partner und Multiplikatoren zu gewinnen und erarbeitet mit diesen oder in einer engeren Arbeitsgruppe ein Feinkonzept der Klimaschutzkampagne. Außerdem sind durch die Ansprache von potentiellen Sponsoren die Finanzierung der nicht abgedeckten Kosten zu klären.

Erläuterung des Grobkonzeptes:

Die Idee, die Ziele und der Ablauf der Kampagne wird in einer Auftaktphase an die breite Öffentlichkeit vermittelt. Die begleitenden Partner vermitteln außerdem Informationen zum Thema Klimaschutz, Klimawandel, Energieeffizienz, Möglichkeiten des energieeffizienten und klimaschützenden Handelns, Informations-, Beratungs- und sonstige unterstützende Angebote für potentielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

In einer Umsetzungsphase sollen die teilnehmenden Personen und Gruppen ihre Vorstellungen zum Klimaschutz selbst artikulieren und konkretisieren und schließlich umsetzen. Die „Startgruppe“ und weitere Kooperationspartner als begleitende Gruppe verstehen sich als Berater und weniger als Beurteiler der Ideen. Außerdem sorgen sie für eine Dokumentation aller Informationen und Ideen zum Klimaschutz aller Beteiligten, um möglichst viele Anregungen an die breite Öffentlichkeit zu geben.

In einer Präsentations- und Abschlussphase werden die Erfolge präsentiert und gefeiert. Besondere Aktionen und Erfolge sollen nach Möglichkeit mit Gewinnen belohnt werden. Für deren Finanzierung sind Sponsoren oder Spender durch die begleitende Gruppe zu gewinnen. Geeignete Kriterien für die Auswahl der zu prämierenden Aktionen und Maßnahmen sind ebenfalls durch die begleitende Gruppe zu entwickeln.

Die Ergebnisse der Klimaschutzkampagne sollen zur Motivation der breiten Öffentlichkeit nach Möglichkeit in der Presse dokumentiert werden und in den Internetangeboten der Kooperationspartner dauerhaft „nachschaubar“ bleiben.

Grobkonzept für eine Klimaschutzkampagne in Wuppertal

Phase	Bezeichnung	Ziele	Instrumente	Akteure
0	Erarbeitung des Feinkonzeptes	Gewinnung weiterer Kooperationspartner Gewinnung von Sponsoren und Spendern für Prämien	Direkte Ansprache	Mitglieder der „Startgruppe“: Stadtverwaltung Wuppertal mit Klimaschutzbeauftragter und Umweltberatung, Wuppertaler Stadtwerke; Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie; Energieagentur NRW; Energieberatung der VZ
1	Auftaktphase von mehreren Tagen bis eine Woche	Bekanntmachen der Kampagne.. Aufruf und Aktivierung zur Beteiligung. Informationen und Beispiele zu Klimaschutz und Energieeffizienz an die Öffentlichkeit und potentielle Teilnehmer/innen sowie Ablauf der Kampagne vermitteln. Art und Maß der Betroffenheit durch den Klimawandel feststellen. Vorbeugende Maßnahmen und Strategien sowie Ziele und/oder Selbstverpflichtungen vorstellen	Handzettel Plakate evtl. Aktionen wie „Solartorwand“ oder „Klimatombola“ Vorträge, Gesprächsrunden Seminare Filme/Videos Internet Pressearbeit	„Startgruppe“ und weitere Kooperationspartner, Oberbürgermeister, evtl. prominente Persönlichkeiten -Stadt, - städt. Unternehmen, - private Unternehmen, - Institutionen - Einzelpersonen - Gruppen
2	Umsetzungsphase z. B. unter dem Motto „99 Tage für den Klimaschutz“	Teilnehmende setzen ihre Maßnahmen, Ziele, Projekte, Selbstverpflichtungen um.	Maßnahmen, Erklärungen, Selbstverpflichtungen oder Projekte werden in geeigneter Form über die gesamte Umsetzungsphase dokumentiert (Internet, Pressebegleitung) Dokumentation dezentral an den Orten des Geschehens ist wünschenswert. Internetinfos und -dokumentation Vorträge, Seminare. Energieberatungsmobil. Beratung durch Verbraucherzentrale. Bereitstellung von Info-Material. Link zu CO ₂ -Rechner im Internet. Maßnahmenbezogene CO ₂ -Bilanzen. Mögliche Begleitaktionen: Energie-Fit-Aktionen Klimaschutzsprechstunde Exkursionen zur energieeffizienten Anlagen und Gebäuden Solartorwand Klimatombola Kindermeilen Umweltsponsorenlauf Filmprojekt (mit Medienprojekt der Stadt Wuppertal) Fortschrittsberichte in Medien	Teilnehmende: Stadt, städt. Unternehmen, private Unternehmen, Institutionen Einzelpersonen Gruppen wie z- B. Familien, Schulklassen, Vereine Begleitende Gruppe („Startgruppe“ und weitere Kooperationspartner) Begleitende Gruppe („Startgruppe“ und weitere Kooperationspartner) Mit den Teilnehmenden

3	Präsentations- und Abschlussphase 1 bis 3 Tage	Abschlussveranstaltungen mit Bekanntmachung und Prämiierung der wirkungsvollsten, originellsten, zur Nachahmung geeignetsten Maßnahmen/Erfolge der Teilnehmer/innen	Ideen und „Selbstverpflichtungs“-Pinnwand mit Erfolgsberichten, Veröffentlichung im Internet und in der Presse, Videos zu durchgeführten Aktionen und Projekten, Vorführung von Projektergebnissen, spielerische Ideen, Wettbewerbe, Preise.	Teilnehmende, begleitende Kooperationspartner, Oberbürgermeister, evtl. externe prominente Persönlichkeiten, die mit dem Thema Klimaschutz verbunden werden.
---	---	---	--	--

Kosten und Finanzierung

Eigenleistungen der die Klimaschutzkampagne begleitenden Akteure
 Plakate, Handzettel und Sachkosten für die Auftaktphase: 2000 € (Klimaschutzetat UA 6001)
 Preise für Teilnehmende und Finanzierung der Abschlussveranstaltung aus Sponsorenmitteln.

Zeitplan

Für die Vorbereitungsphase sind etwa 6 Wochen anzusetzen. Die Auftaktphase sollte einige Tage bis maximal eine Woche dauern. Die Umsetzungsphase soll 3 - 4 Monate umfassen. Die Abschlussphase sollte kurz und öffentlichkeitswirksam in ein bis drei Tagen durchgeführt werden.

Der genaue Durchführungszeitraum ist noch von der „Startgruppe“ festzulegen. Mit der Klimaschutzkampagne soll jedoch 2007 begonnen werden, da die Öffentlichkeit für Klimaschutz sensibilisiert ist.