Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen

Mobilisierung der Stadtgesellschaft ERlangen

„Aufbruch Klimawende“

Mobilisierung zur Transformation der Stadtgesellschaft

(Auch Briefing Grundlage für Agenturen)

Die anstehende Transformation zu gestalten braucht politischen Mut und Visionskraft und eine Mobilisierung großer Teile der Gesellschaft.

Als Kennedy mit der Parole **„In 10 Jahren sind wir auf dem Mond!”**, entwickelte eine Vision und erzeugte eine Aufbruchstimmung, die schließlich zum Ziel führte! Eine solche Aufbruchstimmung benötigen wir jetzt. Es ist die Aufgabe **der Politik diese zu erzeugen**, indem die **notwendigen Informations- und Aufklärungskampagnen und Rahmenbedingungen dafür geschaffen werden.**

Mobilisierung der Stadtgesellschaft ERlangen „Aufbruch Klimawende“

Mobilisierung zur Transformation der Stadtgesellschaft

Bevor wir dahin kommen…….☺

Braucht es:

Information/**A**ufklärung→ **E**rzeugung von **I**nteresse/**B**ewusstsein

→ **M**obilisierung → **A**ufbruchstimmung

Inhalt AG: Neu: Mobilisierung „Aufbruchsstimmung Klimawende“

alternativ: Mobilisierung zur Transformation der Stadtgesellschaft

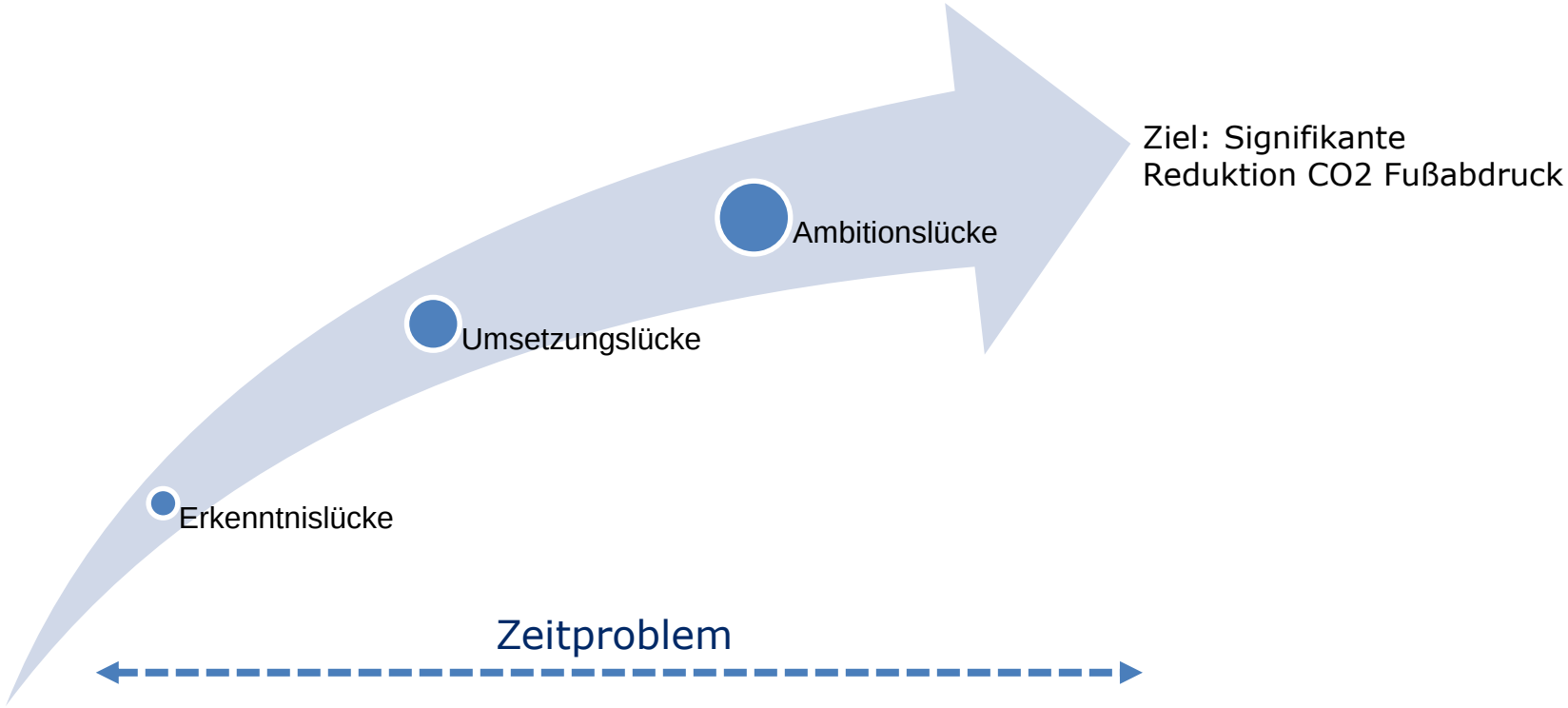
Pate Carsten

Ziele und Inhalte zu folgenden Unterbereichen sollen definiert werden:

- Aufklärungs- und Öffentlichkeitskampagne
- Beteiligungsprozess für Bürger*innen, Unternehmen, Vereine und sonstigen Institutionen
- Bildung und Fortbildung zum Thema Klimaschutz: Kitas, Schulen, FAU, VHS, Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen in der Wirtschaft und Betrieben u.s.w.

Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen

Wissens- und Umsetzungslücke in der Stadtgesellschaft und Wirtschaft hinsichtlich Klimakrise in weiten Teilen noch ausgeprägt vorhanden



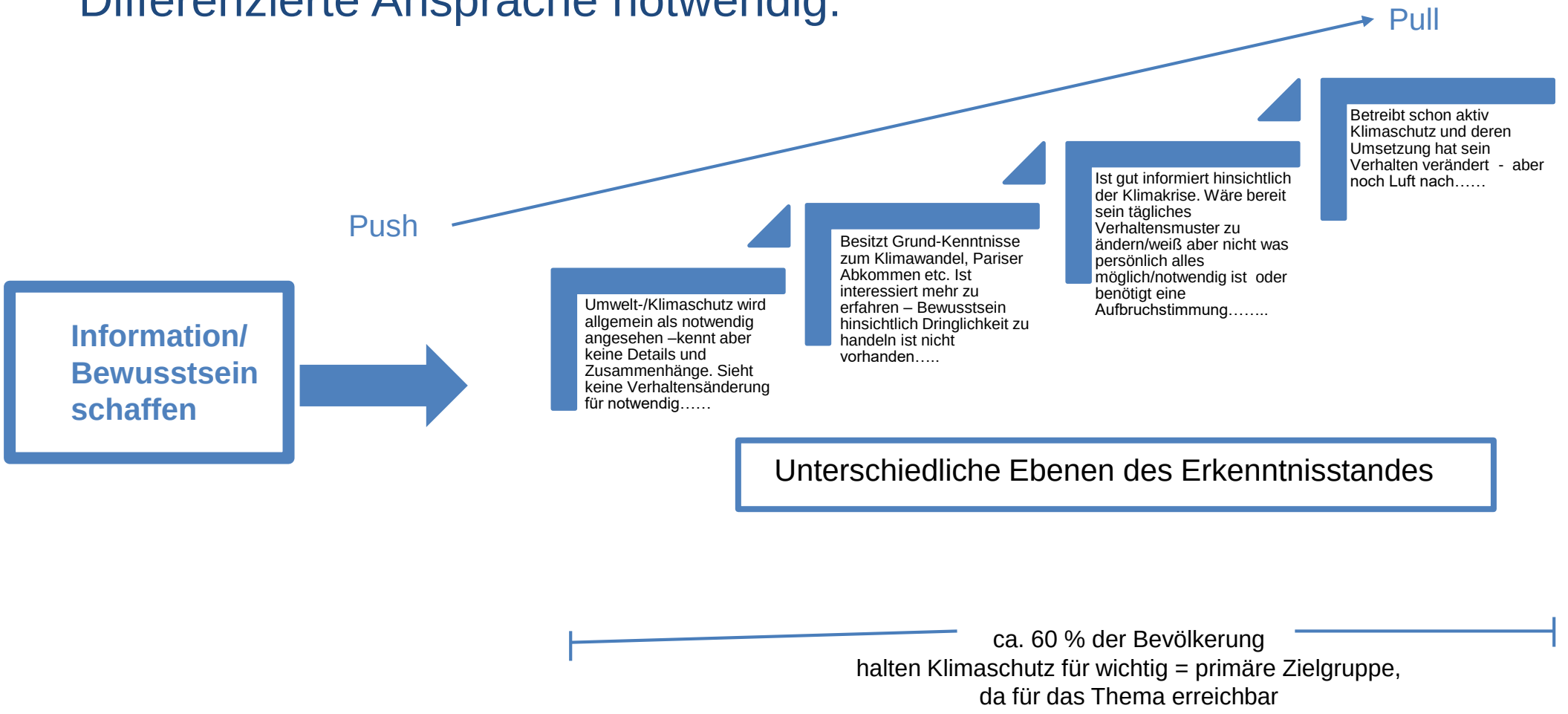
Mobilisierung der ER Stadtgesellschaft

Aufbruchstimmung Klimawende erzeugen

- Wie informiere ich zum Klimawandel/Klimaschutz?
- Wie erhöhe ich den Erkenntnisstand rund um die Klimakrise in der Stadtgesellschaft und Wirtschaft?
- Wie schaffe ich Aufmerksamkeit/Bewusstsein für das Thema Klimawandel/Klimaschutz?
- Wie erreiche ich große Teile der Stadtgesellschaft?
- Wie schaffe ich Bewusstsein zur Verhaltensänderung?
- Wie erziele ich Verständnis für Maßnahmen der Stadt zum Klimaschutz?

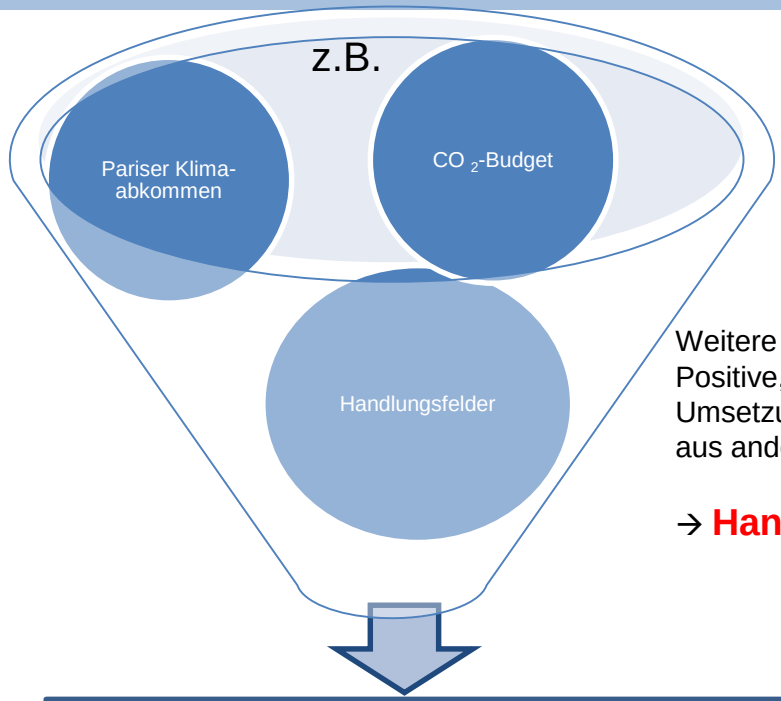
Information/Aufklärung→ Erzeugung von Interesse/Bewusstsein → Ziel: Mobilisierung

Differenzierte Ansprache notwendig:



Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen

Aufklärung/Informationen/Ansprache zum Klimawandel



Weitere Themen:
Positive, erfolgreiche
Umsetzungsprojekte
aus anderen Städten z.B. Kopenhagen

→ **Handlungsoptionen aufzeigen**

Interesse/Bewusstsein erzeugen auf unterschiedlichen Ebenen des jeweiligen Erkenntnisstandes

Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen

Information/Aufklärung→ Erzeugung von Interesse/Bewusstsein → Mobilisierung → Verhaltensänderung

Ziel: Eigene Verhaltensänderung/ Beitrag zur CO_2 Einsparung

Ziel: (Positives)Verständnis für Maßnahmen (Stadt/Land/Staat)

Mobilisierung

Handlungsoptionen aufzeigen/was kann die Stadt und jede(r) Einzelne tun?

Interesse-Bewusstsein erzeugen

Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen

Information → Mobilisierung

- Welche Hauptaussagen u. Vereinbarungen wurden im Pariserklimabkommen vereinbart?
- Welches CO_2 Budget steht noch zur Verfügung, was sind die Folgen wenn die Stadt oder jeder Einzelne die CO_2 Freisetzung nicht deutlich reduziert?
- In welchen großen Handlungsbereichen wird im täglichen Leben, in der Stadt, durch mein pers. handeln vermehrt CO_2 freigesetzt?
- Was kann die Stadt, jeder Einzelne pro Handlungsfeld dazu beitragen CO_2 zu reduzieren?
- Wie geht die Umsetzung konkret, wo bekomme weitere Informationen oder Unterstützung, die mir helfen meinen CO_2 Fußabdruck zu reduzieren?
- Welchen Vorteil/Nutzen hat die Stadt. die Stadtgesellschaf und jeder Einzelne davon den Veränderungs-prozess sofort zu beginnen?

- positive Argumentationen nutzen
- gelungene Umsetzungsprojekte anderer Städte einbeziehen
- konkrete Maßnahmen, erreichbare Jahresziel mit Zwischenzielen kommunizieren

Kommunikationskaskade

Was kann die Stadt & ich persönlich ändern?
Was bedeutet das für uns in ER?

↑

Welche Handlungsoptionen gibt es?
der Stadt ER incl. Stadtvorbilder, jedes Einzelnen mit positiven Bsp.

↑

Pariser Klimaabkommen inkl. 1,5-Grad-Ziel
Verbleibendes CO_2-Budget-
Ökologischer Fußabdruck
Handlungsfelder: Strom, Gebäude & Wärme, Verkehr (Mobilität), Ernährung, Ressourcenverbrauch (Konsum)

Einwandbehandlung

Der kommende Klimakollaps wird zwar anerkannt, der Handlungsbedarf aber relativiert.
Dabei gibt es vier Argumentationsmuster:

- Zuerst muss jemand anders handeln
- Klimaschutz geht auch ohne grundlegende Veränderung
- Konsequent Klimapolitik ist politisch und sozial nicht vertretbar
- Umsteuern ist nicht mehr möglich

Hierzu sind ausgearbeitete Argumentationshilfen auszuarbeiten und öffentlich zu machen!

Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen

„Aufbruchstimung Klimawende"
Breite Öffentlichkeitskampange zur allgemeinen Mobilisierung der Stadtgesellschaft inkl. Wirtschaft

Lokale Bildungs- & Fortbildungsoffensive

- Klimaunterricht (Schulen, FAU, VHS, Vereinen)
- Fortbildung in Betrieben zur Gestaltung der Energiewende (Heizung & Sanitärbetrieben)
- Weiterbildung in Verbänden wie IHK oder Gewerkschaften etc.

Informations- & Öffentlichkeitskampagne

- Information & Ansprache der Stadtgesellschaft incl. Wirtschaft/Betriebe durch -> Information, Aufklärung, Bewusstein erzeugen pro Handlungsfeld
- Handlungsoptionen aufzeigen – Motivierende Beispiele pro Handlungsfeld, pro Person, Unternehmen, oder Stadt
- ➢ Breites Maßnahmenpaket: Sozial media, ER Klima app, Zeitungen (EN, Stadt, Verbände, Firmen, Vereine), Werbetafeln, Hausfleyer, Informationsbriefe der Stadt, etc.

Konkret Bürger*innenbeteiligungen der Stadtgesellschaft & Bürgerräte

- Workshops mit Erlangener Stadtgesellschaft (Querschnitt BV z.B. Vereine, Kirchengemeinden, Mitarbeiter von Betrieben))
- Fokusgruppen zu den Handlungsfeldern
- Expertenunterstützung
- Bürgerräte zum Thema Klimaschutz bilden

Aufbruchstimmung durch 3 Säulen Ansatz erzeugen

Vorgehensweise Informationskampagne

Breit angelegte Information & Aufklärung der Stadt ER in die Stadtgesellschaft hinein zum „Aufbruch Klimawandel“

→ ausgeprägte Öffentlichkeitsarbeit (Umsetzung durch Agentur notwendig):

- Ziel 1: Eigenständer nternetauftritt Stadt Erlangen unter starker Berücksichtigung dem Motto „Aufbruch Klimawandel“ (bis Ende Q3 2021)
- Ziel 2: Permanente Erstellung von Info-Materialien für Zeitungen (EN, Firmen , Verbände, Vereine, Stadt), Sozial Media, Presse und Funk & Fernsehen (lokal) (→asap + laufend)
- Ziel 3: Entwicklung einer städtischen ER Klima app z.B. mit → Handlungsfeldern → Handlungsoptionen → Konsumtipps → C02 Fußabdruck (→ bis Q1 2022)
- Ziel 4: Informationsmaterialien Flyer, Plakate, Werbetafeln, → vielfältig einsetzbar: Bilder (emotional), Grafiken kurz und aussagefähig etc. (→ asap + fortlaufend)
- Ziel 5: Newsletter Klimaende ER → positive Beispiele aus dem Stadtgebiet und Einzelpersonen oder anderer Städte zur Nachahmung (→ Q2 2021 + fortlaufend)
- Ziel 6: Förderung einer Wiederbelebung und Neugestaltung der „Klimaallianz“ (→ Q1 2021 + fortlaufend)
- Ziel 7: Bekanntmachung/Pushen von Fördermöglichkeiten z.B. erneuerbarer Energien (→ Q1 2021 fortlaufend)
- Ziel 8: Info-/Mitmach-Veranstaltungen/Bürgerprojekten in den Stadtteilen, Betrieben, FAU, Vereinen, Bürgerfesten zum Thema „Aufbruch Klimawandel“
  → zur Schaffung einer Gestaltungs- & Mitverantwortungskultur (→2021 +fortlaufend)

Nach Themenfeldern → Handlungsoptionen aufzeigen→ mit positiven Beispielen belegen→ zu Verhaltensänderung mobilisieren

→ positive Aufbruchstimmung erzeugen ☺

Vorgehensweise lokale Bildungsoffensive

→ Agenturunterstützung notwendig

- Ziel 1: Breit angelegte Information Wissensschulungsangebote (unter Einbeziehung des Bildungsbeauftragten der Stadt ER) zur Verfügung stellen. → Unterrichtseinsatz im Rahmen von Projektwochen oder einbaubar in den Fächern wie Biologie, Physik, Ethik, Sozialkunde, Wirtschaft etc. (siehe Material teachers for future) → Material z.B. analog Klimawürfel für Schulen, Stadtteilen etc. (asap + fortlaufend)
- Ziel 2: Fort- und Weiterbildung von Handwerksbetrieben wie z.B. Sanitär und Heizungsbaus und oder der entsprechenden Verbände wie IHK zur Umsetzung der Energiewende → Einsatz von erneuerbaren Energien → Heizungsalternativen zur „Fossilien Energie“ oder Fördermöglichkeiten, Dämmung von Häusern etc. (→ Q3 2021 + fortlaufend)
- Ziel 3: Fort- und Weiterbildungsangebote in mittelständischen Unternehmen u,a, durch die Fachleute vor Ort und FAU Mitarbeiter (→Q3 2021 + fortlaufend)
- Ziel 4 Fortbildungen bei Gewerkschafsverbänden und Jugendorganisationen zur Erhöhung des Erkenntnisstandes (→ Q3 2021 + fortlaufend)
- Ziel 5: Fortbildungsangebote und WS für gemeinnützlichen (kirchliche und soziale Organisationen) und sonstige Vereine
- Ziel 6: Entwicklung von Online-Seminaren für die Handlungsoptionen und um persönliche, wirtschaftliche, politische Maßnahmen zu erläutern (→Q1 2022 + fortlaufend)
- Ziel 7: Energie-, Mobilitäts-, Ernährungs-, und Konsumberatungsoffensive wird notwendig um den gewachsenen Erkenntnisstand und dem daraus entstehenden Bedarf nach Verhaltensänderung kanalisieren zu können.

Nach Themenfeldern → Handlungsoptionen aufzeigen→ mit positiven Beispielen belegen→ zu Verhaltensänderung mobilisieren

→ positive Aufbruchstimmung erzeugen ☺

Vorgehensweise Bürgerbeteiligung

→lokale Begeisterung entwickeln → zur Schaffung einer Gestaltungs- & Mitverantwortungskultur

- **Klimawende-Mobilisierungs-Workshop (→Q4 2020)**

➢ Workshop für zufällig ausgewählte BürgerInnen

➢ Die Zielsetzung des (Pilot-)Projektes ist es, anhand von Aktionen in der Stadt oder (ausgewählten Stadtteil), die Basis für Maßnahmen zum Klimaschutz (für ein Folgeprojekt) zu legen → massive Beschleunigung der Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen unterschiedlicher Akteursgruppen im gesamten Gebiet der Stadt Erlangen erwirkt.

➢ Jeweiliger Querschnitt der Stadt oder Stadtteil, d.h. Bürger der Stadt/des Stadtteils in ihren verschiedenen Rollen, bspw. als Mitglied von Vereinen, Kirchengemeinden, Angestellte von Unternehmen etc. begleitet durch Klimaexperten (erneuerbare Energien etc.)

Ziel: Initiierung eines Beteiligungs-Prozesses für persönliche und stadteilbezogene Klimaschutzmaßnahmen

- **Klimawende-Informations- und Mobilisierungsveranstaltung (Q1 2021)**

➢ Präsentation der Ergebnisse des o.g. Workshops im Rahmen eines World Cafés / Marktplatz mit Möglichkeit der Ergänzung der Erstergebnisse durch die BürgerInnen des Stadtteils

- **Start von „Fokusgruppen Klimawende“ in der Stadt/im Stadtteil zu Handlungsfeldern (Q1-Q3 2021)**

➢ über 3 Monate inkl. punktueller Begleitung von Experten Arbeit der Fokusgruppen: Gemeinsam Ideen und Best-Practice-Beispiele für individuelles Handeln im Stadtteil entwickeln; gemeinsam konkrete stadtteilbezogene Maßnahmen entwickeln (eines ersten Umsetzungs- und Maßnahmenplans für 2021) **Stadteil-Bürgerrat (2-Tages-Veranstaltung)**

- **Einberufung eines repräsentativen Bürgerrats der Stadt/Stadtteils (Q4 2021)**

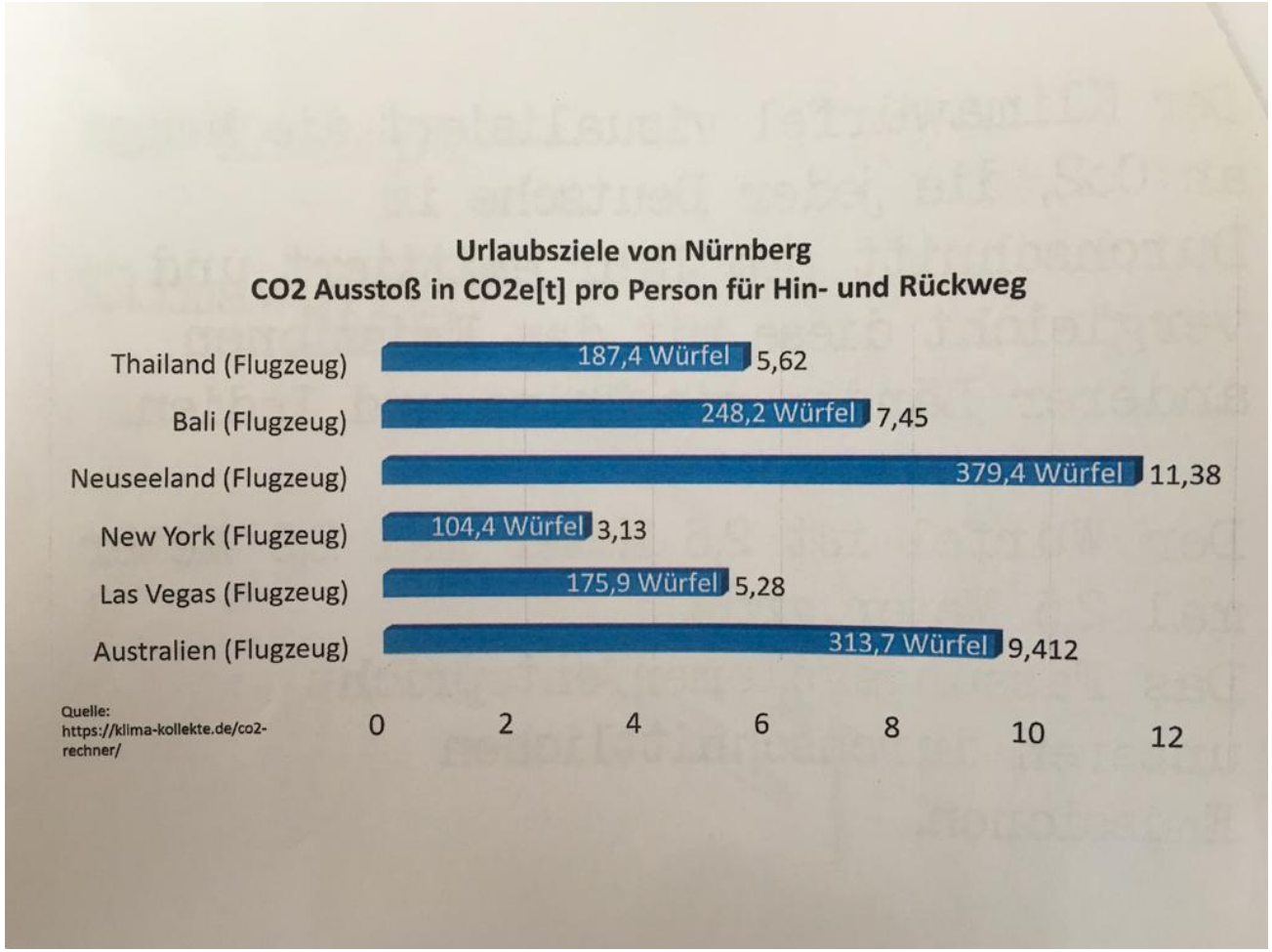
➢ Abstimmung der verschiedenen Maßnahmen aus den Fokusgruppen

Ziel: Legitimation der Umsetzung durch die Bürger der Stadt (des Stadtteils)

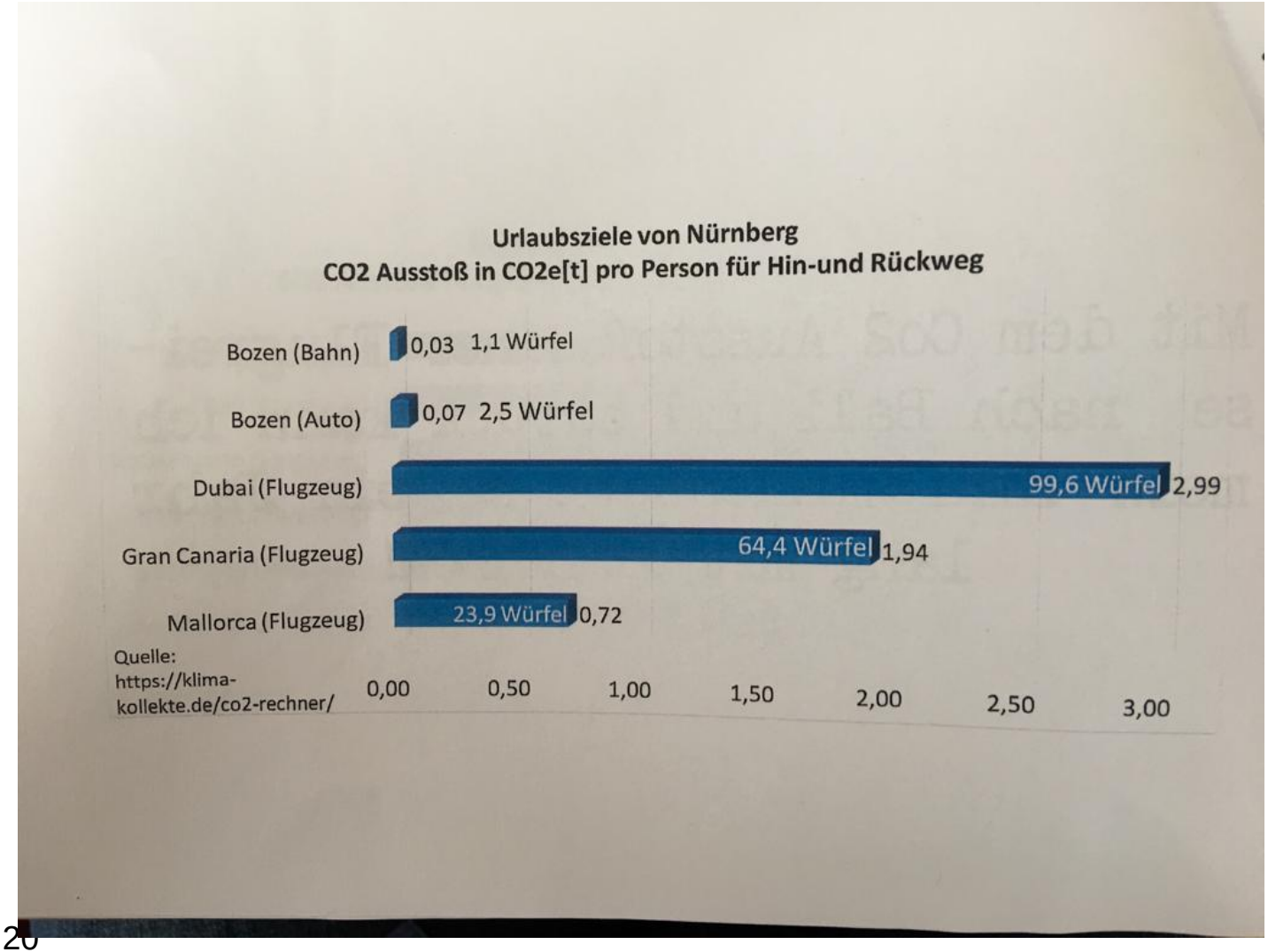
Backup

Beispiele für positive Darstellungen die zu Verhaltensänderungen anregen sollen

Das Konzept:
"Klimawürfel"
Deutschland: 30 kg
China: 23 kg
Indien: 6 kg
Ziel: 3 kg
CO2-Emissionen* pro Person & Tag
Durchschnittliche
Mehr Rad fahren
Weniger Fleisch essen
Regionale Produkte kaufen
Reparieren statt wegwerfen
Weniger Konsumieren
Energie sparen
Jeder Einzelne kann etwas tun!
Weniger fliegen
Öffentliche nutzen
Haus dämmen
Sonnenenergie nutzen
Ökostrom beziehen
Heizung modernisieren


Urlaubsziele von Nürnberg
CO2 Ausstoß in CO2e[t] pro Person für Hin- und Rückweg
Thailand (Flugzeug)
187,4 Würfel
5,62
Bali (Flugzeug)
248,2 Würfel
7,45
Neuseeland (Flugzeug)
379,4 Würfel
11,38
New York (Flugzeug)
104,4 Würfel
3,13
Las Vegas (Flugzeug)
175,9 Würfel
5,28
Australien (Flugzeug)
313,7 Würfel
9,412
0
2
4
6
8
10
12
Quelle:
https://klima-kollekte.de/co2-rechner/

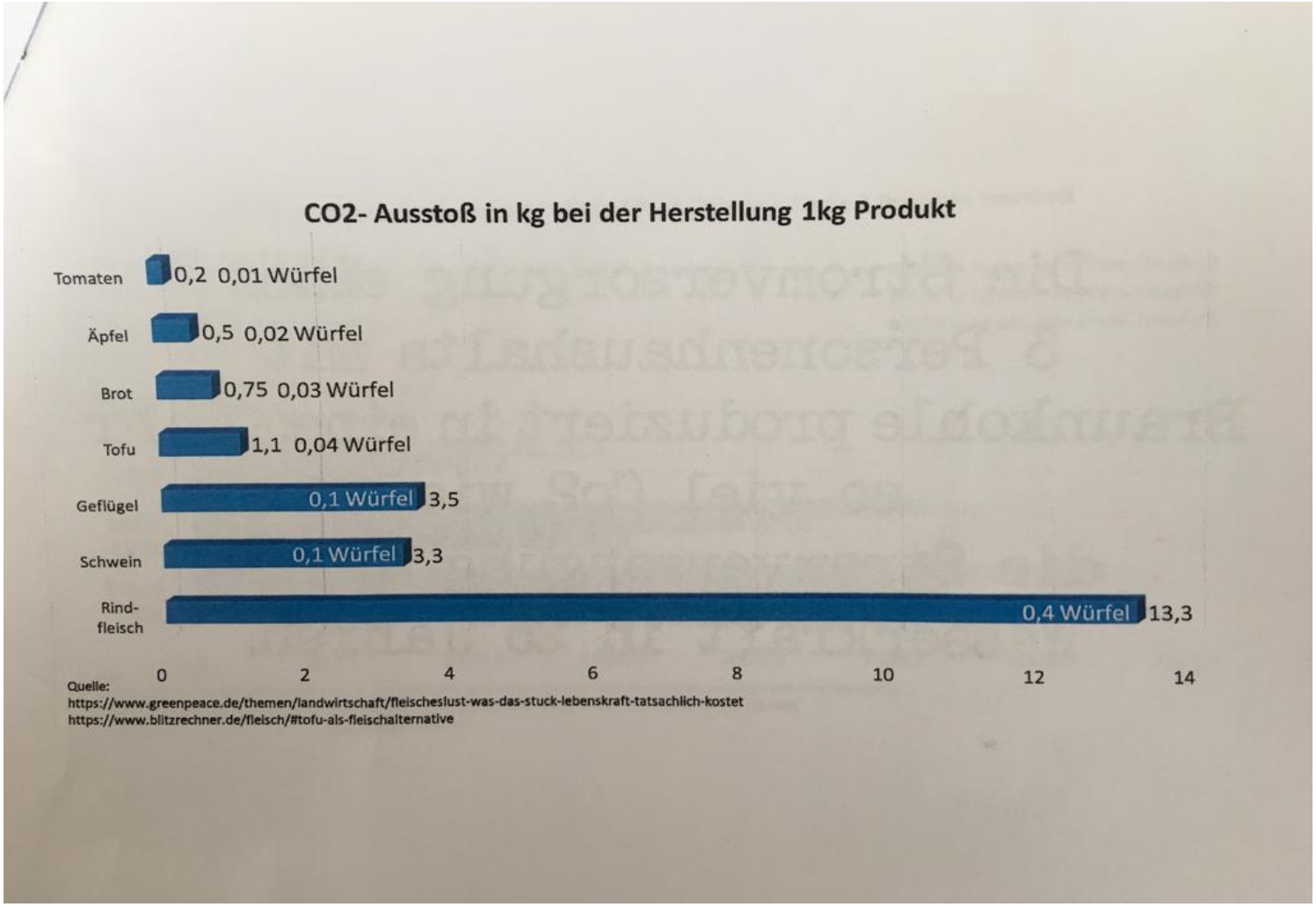
Mit dem Co2 Ausstoß einer Flugrei-
se nach Bali und zurück kann ich
mein Einfamilienhaus ca. ein Jahr
lang mit Öl heizen!


Urlaubsziele von Nürnberg
CO2 Ausstoß in CO2e[t] pro Person für Hin-und Rückweg
Bozen (Bahn)
0,03
1,1 Würfel
Bozen (Auto)
0,07
2,5 Würfel
Dubai (Flugzeug)
99,6 Würfel
2,99
Gran Canaria (Flugzeug)
64,4 Würfel
1,94
Mallorca (Flugzeug)
23,9 Würfel
0,72
Quelle:
https://klima-kollekte.de/co2-rechner/
0,00
0,50
1,00
1,50
2,00
2,50
3,00

"Laut Water Footprint Network sind für die Produktion eines Kilo Fleisches 16.000 Liter Wasser nötig (zum Vergleich: ein Kilo Weizen benötigt 1.350 Liter). Jeder Deutsche verzehrt im Durchschnitt, also Kinder und Vegetarier eingerechnet, jährlich rund 60 Kilogramm Fleisch, das sind 165 Gramm pro Tag. Dafür werden in deutschen Schlachthöfen jährlich etwa 3,7 Millionen Rinder, 59 Millionen Schweine und rund 630 Millionen Hühner und Puten geschlachtet."

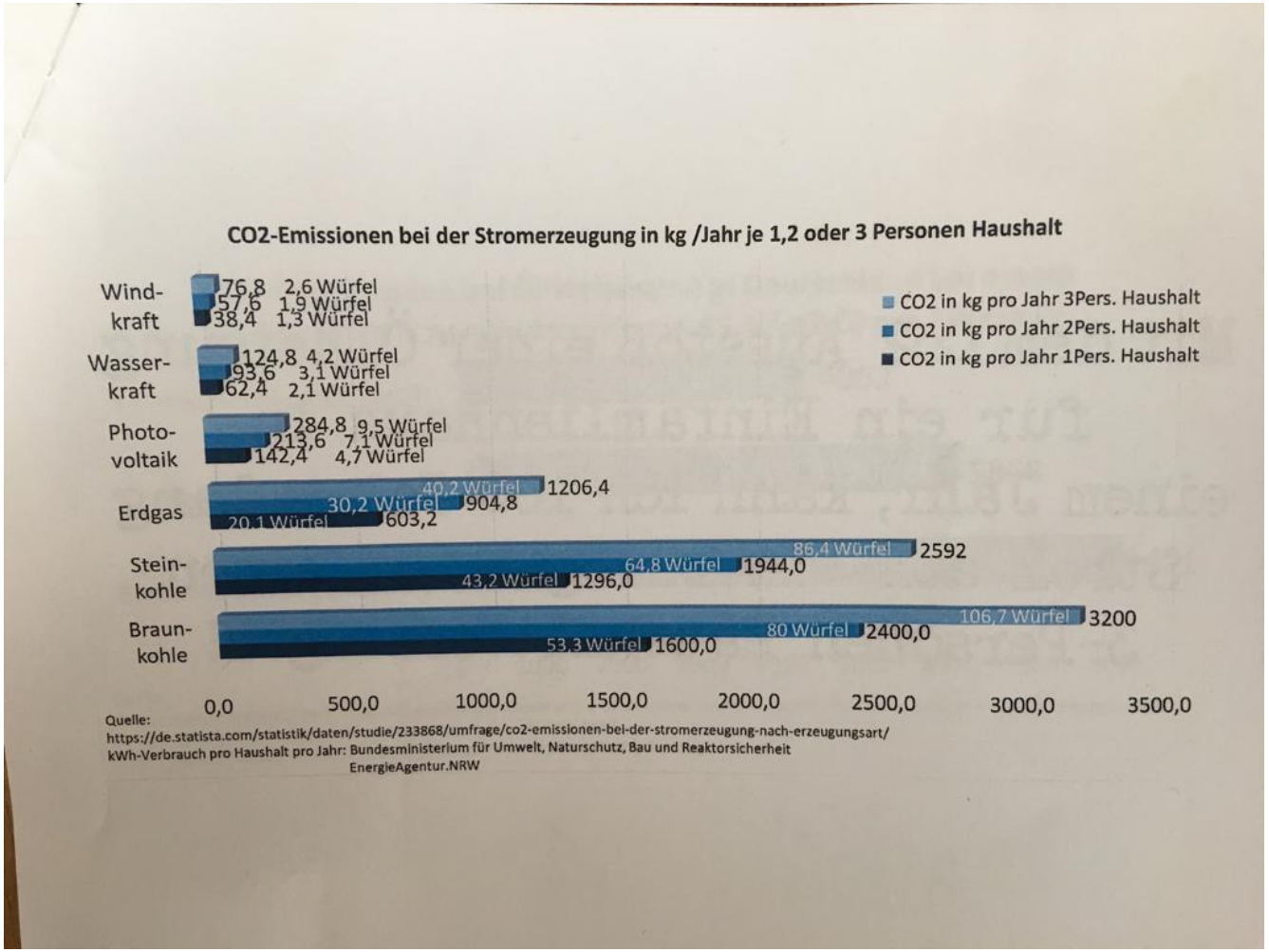
Quelle: greenpeace.de

Mit dem Co2 Ausstoß einer Flugreise nach Dubai und zurück, kann ich 24 Jahre lang Strom für einen 3-Personenhaushalt mit Wasserkraft erzeugen!


CO2- Ausstoß in kg bei der Herstellung 1kg Produkt
Tomaten
0,2 0,01 Würfel
Äpfel
0,5 0,02 Würfel
Brot
0,75 0,03 Würfel
Tofu
1,1 0,04 Würfel
Geflügel
0,1 Würfel 3,5
Schwein
0,1 Würfel 3,3
Rind-
fleisch
0,4 Würfel 13,3
0
2
4
6
8
10
12
14
Quelle:
https://www.greenpeace.de/themen/landwirtschaft/fleischeslust-was-das-stuck-lebenskraft-tatsachlich-kostet
https://www.blitzrechner.de/fleisch/#tofu-als-fleischalternative

Die Stromversorgung eines
3 Personenhaushalts mit
Braunkohle produziert in einem Jahr
so viel Co2 wie
die Stromversorgung durch
Wasserkraft in 25 Jahren.

Initiative - Klimaentscheid ERlangen / Aufbruch Klimawende Erlangen



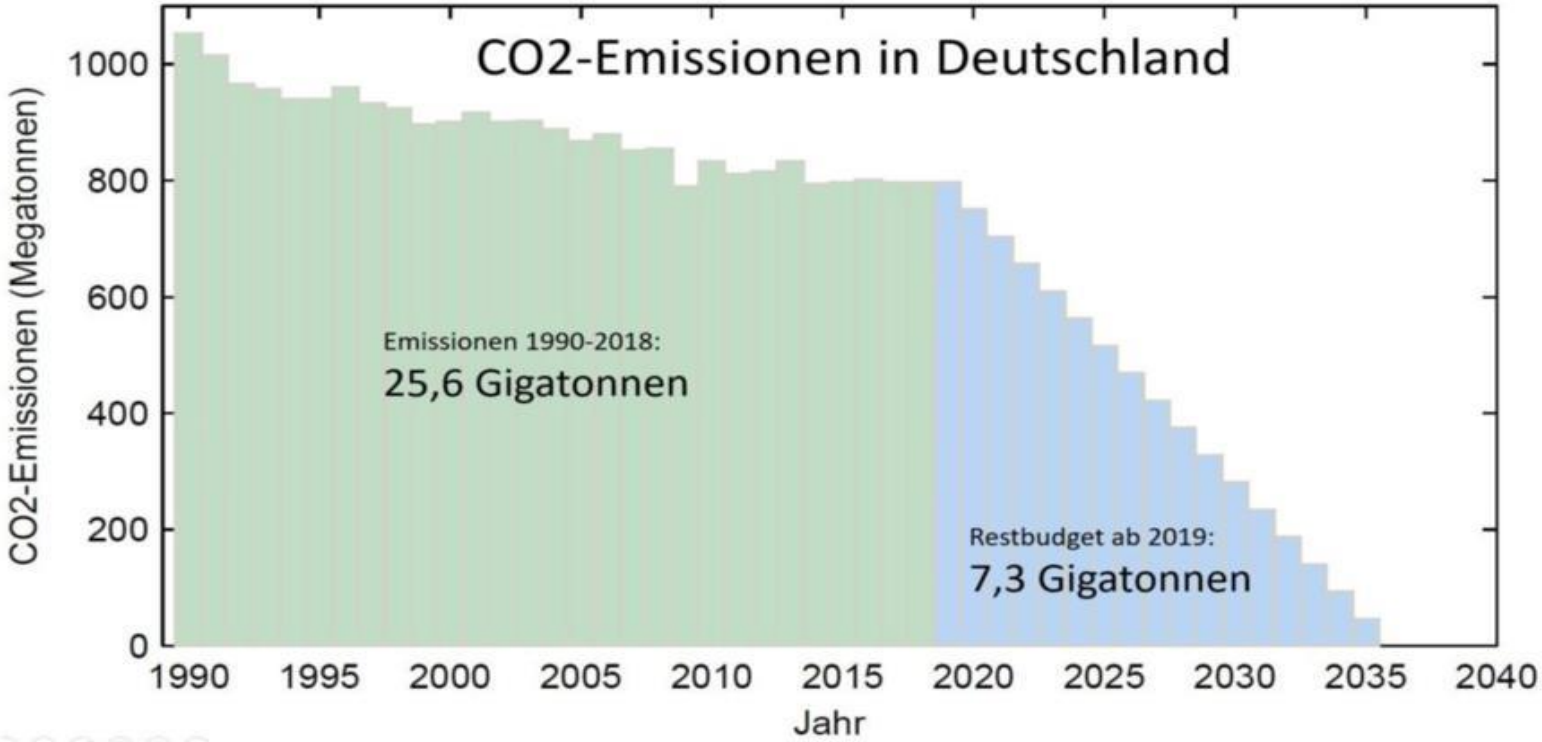


Abbildung 2: CO2-Emissionen in Deutschland. Grün: Emissionen bis 2018 nach Zahlen des Umweltbundesamtes