

Botschafter und themenbezogene Allianzen

Relevanz für die Klimakommunikation

Die kommunale Klimakommunikation wird besonders dann wirksam, wenn sie nicht allein „von oben“ spricht, sondern vielfältige Stimmen aus der Stadtgesellschaft einbindet: Menschen, Gruppen und Institutionen, die bereits etwas tun oder glaubwürdig über Veränderungen sprechen können. Diese „Botschafterinnen und Botschafter“ und „Allianzen“ machen abstrakte Ziele konkret, schaffen Vertrauen – und motivieren andere zum Mitmachen.

Was sind Botschafterinnen und Botschafter in der Klimakommunikation?

Botschafterinnen und Botschafter sind Menschen, die mit ihrer Person, Erfahrung oder Funktion glaubwürdig für klimarelevante Themen stehen – und bereit sind, diese öffentlich zu vertreten.

Das können z. B. sein:

- Engagierte Bürgerinnen und Bürger (z. B. Solaranlagenbesitzerin, Lastenradnutzer)
- Mitglieder von Sportvereinen, Kirchengemeinden, Freiwilliger Feuerwehr
- Jugendliche oder Seniorinnen und Senioren mit konkreten Erfahrungen
- Handwerkerinnen und Handwerker, die nachhaltige Lösungen umsetzen
- Mitarbeitende kommunaler Einrichtungen (z. B. Kita-Leitung mit PV-Anlage)

Entscheidend ist: Die Botschaft passt zur Person – und zur Lebensrealität der Zielgruppe.

Was sind themenbezogene Allianzen?

Themenbezogene Allianzen sind Netzwerke oder Kooperationen, in denen verschiedene lokale Akteure gemeinsam ein Klimathema stärken – z. B.:

- Bündnisse für Hitzeschutz (Pflegedienste, Apotheken, Wohnbaugesellschaften)
- Allianzen für klimagerechte Mobilität (Schulen, Fahrradläden, Stadtverwaltung)
- Initiativen für treibhausgasneutrale Landwirtschaft oder Ernährung (Hofläden, Kantinen, Verbraucherzentrale)

Ziel ist nicht nur gemeinsame Kommunikation – sondern auch abgestimmtes Handeln.

Checkliste: So nutzen Sie Botschafter und Allianzen strategisch

- ✓ Gibt es echte, glaubwürdige Stimmen aus der Region?
- ✓ Wird ihre Geschichte in ihrer Sprache erzählt?
- ✓ Gibt es Kooperationen mit lokal relevanten Partnern?
- ✓ Ist das gemeinsame Ziel klar formuliert?
- ✓ Wird Kommunikation mit konkretem Handeln verbunden?
- ✓ Sind Verstetigung und Pflege der Partnerschaft eingeplant?

Botschafterinnen und Botschafter gezielt einsetzen

1. Die richtigen Personen finden

Suchen Sie gezielt nach Menschen mit Bezug zum Thema – und mit Anschlussfähigkeit zur Zielgruppe.

Tipp: Wen hören die Menschen in Ihrem Ort wirklich? Wer ist in Sportvereinen, Nachbarschaften, Kirchengemeinden oder Stadtteilen gut vernetzt?

2. Klare Rollen und Themen abstimmen

Botschafterinnen und Botschafter brauchen Orientierung. Klären Sie:

- Wofür sie stehen sollen („Ich nutze Sonnenstrom – weil’s einfach Sinn macht“)
- Wo sie sichtbar werden (Plakat, Interview, Video, Veranstaltung)
- Wie sie unterstützt werden (z. B. durch Materialien, Briefings, Schulungen)

3. Authentische Kommunikation ermöglichen

Ermutigen Sie Botschafterinnen und Botschafter, in ihrer Sprache zu sprechen. Sie sollen keine perfekten Heldinnen und Helden darstellen – sondern echte Erfahrungen vermitteln.

Beispiel: „Ich hätte nie gedacht, dass wir mit der Dämmung so viel Heizkosten sparen. Und gemütlicher ist’s auch.“

4. Kontinuität sichern

Einmalige Auftritte wirken nur kurz. Planen Sie mittelfristig:

- Formate mit Wiedererkennungswert (z. B. Serie „Schon gemacht?“)
- Folgeaktionen oder Patenschaften (z. B. Schulprojekt mit Botschafterinnen-Besuch)
- Dank und Anerkennung (z. B. öffentliches Lob, kleine Präsente, Veranstaltungen)

Themenbezogene Allianzen aufbauen

1. Partner identifizieren

Wer ist bereits aktiv – oder betroffen – beim Thema? Denken Sie über klassische Umweltakteure hinaus:

| Thema | Mögliche Allianzpartner |
|-------------------------|--|
| Hitzeschutz | Seniorinnenrat, Wohnungsbaugesellschaft, Stadtteilpflege |
| PV-Ausbau | Handwerkskammer, Energieberaterinnen und -berater, Banken |
| Klimagerechte Mobilität | Schulen, Elternbeirat, ADFC, lokaler ÖPNV |
| Ernährungswende | Kantinen, Landwirtinnen und Landwirte, Wochenmarkt, Kitas |

2. Gemeinsames Ziel und Sprache definieren

Finden Sie einen verbindenden Nenner: Was wollen wir gemeinsam erreichen?

Beispiel: „Mehr Schatten für unsere Stadtteile – damit alle gut durch den Sommer kommen.“

3. Kommunikation und Aktionen verknüpfen

Allianzen sind besonders glaubwürdig, wenn sie nicht nur reden, sondern auch handeln – und das sichtbar machen.

Beispiel: Kampagne „Cool durch den Sommer“ mit Trinkwasserausgabe durch Apotheken, Postkartenaktion mit Schülerinnen und Schülern, Hitzetipps durch Pflegedienste

4. Verlässlichkeit schaffen

Allianzen leben von Vertrauen. Klären Sie Verantwortlichkeiten, stimmen Sie Kommunikationszeiten ab – und sorgen Sie für Austauschformate (z. B. Runder Tisch, Jour fixe).

5. Lösungen sichtbar machen

Kognitive Dissonanz kann zu Resignation führen („Es bringt ja eh nichts“). Zeigen Sie konkrete Fortschritte, Beteiligungsmöglichkeiten und Erfolge.

Beispiel: „Seit 2022 haben sich über 300 Haushalte an unserem PV-Förderprogramm beteiligt – das spart jedes Jahr rund 400 Tonnen CO₂.“



Bildquelle: Goldesel Asperg, Stadt Asperg

Praxisbeispiel: Botschafter

Projekt „Gold-Esel Asperg“

Die Stadt Asperg hat mit dem Projekt „Gold-Esel Asperg“ gezielt Bürgerinnen und Bürger als Botschafterinnen und Botschafter für den Klimaschutz gewonnen. Im Rahmen des Projekts werden engagierte Einwohnerinnen und Einwohner, die sich durch klimafreundliches Verhalten oder besondere Projekte auszeichnen, öffentlich gewürdigt. Diese Botschafterinnen und Botschafter erhalten eine Esel-Plakette, mit der ihr Engagement in den Bereichen Solar, Heizung, Mobilität, Dämmung und Umwelt sichtbar gemacht wird. Teilnehmende, die alle fünf Plaketten erhalten haben, werden mit dem Gold-Esel ausgezeichnet.

Praxisbeispiel: Allianzen

Team Klima Göppingen

Team Klima ist die Klimaschutz-Dachmarke des Landkreises Göppingen und vereint Bürgerinnen und Bürger, Kommunen, Unternehmen sowie Initiativen unter einem gemeinsamen Banner. Das Netzwerk macht individuelles und gemeinschaftliches Engagement sichtbar: Bürgerinnen und Bürger, sogenannte „Klimaheldinnen und -helden“, teilen ihre konkreten Klimaschutzaktivitäten, erhalten Anregungen und Anerkennung. Lokale Initiativen, Vereine und Schulen präsentieren ihre Projekte, Kommunen und Unternehmen profitieren von Austausch, Vorlagen und Weiterbildungsangeboten. Durch Aktionen, Wettbewerbe, Kam-

pagnen, Newsletter und eine eigene Website werden Beteiligte informiert, vernetzt und motiviert, sich am lokalen Klimaschutz und an Anpassungsmaßnahmen zu beteiligen.