



Klimabildung im öffentlichen Raum – Das Beispiel der smarten Solarbank

Die Idee:

Bänke, Spielgeräte, Installationen im öffentlichen Raum – diese Objekte können Bürgerinnen und Bürger für den Klimaschutz sensibilisieren und aktivieren, indem sie eine Verbindung zum Alltag der Menschen herstellen. Ein Beispiel ist die smarte Solarbank.

Ihre Vorteile:

- ✓ Dient der Aufwertung öffentlicher Räume als Begegnungs- und Lernorte
- ✓ Bietet Raum für öffentliche Aktionen, fördert Sichtbarkeit der kommunalen Aktivitäten, z. B. Infotage, Feste, Vorstellen von Projekten durch Gemeindevertreter*innen
- ✓ Bietet Möglichkeiten der Beteiligung und Kooperation mit Dritten
- ✓ Geeignet als Werbe- oder Imagerträger für Sponsoren
- ✓ Kopplung mit weiterführenden Informations-, Beratungs- und Fördermöglichkeiten möglich
- ✓ Niedrigschwelliger Beitrag zur Klimabildung, stärkt die Identifikation mit dem Klimaschutz
- ✓ Für verschiedene Zielgruppen geeignet, z. B. für Schüler*innen oder Mitarbeitende
- ✓ Konzept der smarten Solarbänke übertragbar auf andere Klimaschutzobjekte

Klimaschutzobjekte im öffentlichen Raum

Die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz hat weiter zugenommen – das zeigt u. a. die Umweltbewusstseinsstudie 2019. Danach stuften 64 Prozent der Befragten diese Themen als wichtige gesellschaftliche Herausforderungen ein. Doch schlägt sich dieses Bewusstsein nicht immer in umweltfreundlichem Verhalten nieder: Nur 15 Prozent der Teilnehmenden engagieren sich aktiv für den Umwelt- und Klimaschutz, immerhin 38 Prozent beziehen Ökostrom und 51 Prozent legen beim Kauf von Haushaltsgeräten Wert auf Energieeffizienz. Objekte im öffentlichen Raum bieten eine niedrigschwellige Möglichkeit, um den Klimaschutz noch stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu bringen. Anders als Aushänge, Amtsblätter oder Flyer können sie



„In unseren beiden Klimaquartieren sollen smarte Solarbänke einen sichtbaren Beitrag bei der Entwicklung eines klimagerechten Stadtviertels leisten. Mit den Bänken ist für die Nutzerinnen und Nutzer die Kraft der Sonne in mehrfacher Hinsicht spürbar. Sie können ihre Mobilgeräte laden, sich über WLAN zu Klimaschutzthemen informieren oder einfach nur verweilen.“

Dr. Karina Hellmann, Sanierungsmanagerin für Klimaquartiere bei der Hansestadt Lüneburg

den Nutzen für den Klimaschutz direkt erlebbar machen und Bürger*innen zu einem klimafreundlichen Verhalten motivieren. So lädt die smarte Solarbank zum Verweilen ein und bietet gleichzeitig die Möglichkeit, Mobilgeräte zu laden und einen WLAN-Hotspot zu nutzen – und das alles durch die Solarmodule mit einer unabhängigen Stromversorgung.

Kopplung mit weiteren Aktionen

Wenn Ihre Kommune noch weitere Klimaschutzmaßnahmen präsentieren möchte, bieten die Objekte einen idealen Raum dafür. So können Sie beispielsweise über ein Display zeigen, wie viel Strom die kommunalen Solaranlagen erzeugen. Oder Sie weisen auf Veranstaltungen, Kampagnen, Beratungsangebote und Fördermöglichkeiten rund um das Thema Erneuerbare Energien hin – ein guter Weg, um Mitstreiter*innen für das Erreichen gemeinsamer Klimaziele zu gewinnen und diese zu aktivem Handeln zu befähigen.

Flexibel einsetzbar

Ob Solarbank, Spielgerät oder Installation – es gibt viele Möglichkeiten, um Ihre Bürger*innen für Klimaschutz zu begeistern. Oder möchten Sie gezielt Schüler*innen oder kommunale Mitarbeiter*innen ansprechen? In Bezug auf Zielgruppen wie auch auf die Ortswahl sind Klimaschutzobjekte vielfältig anwendbar und bieten Raum für Kreativität.



Literatur

- Bundesumweltministerium (BMU), Umweltbundesamt (UBA) (Hrsg.) (2019): Umweltbewusstsein in Deutschland 2018. Berlin/Dessau-Roßlau, S. 17, S. 70
- Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 NRW (LAG 21 NRW) (Hrsg.) (2013): Bildungsaktivitäten zum Klimaschutz und zur Klimaanpassung in Nordrhein-Westfälischen Kommunen und Kreisen. Dortmund, S. 15 ff.
- Bundesumweltministerium (BMU) (Hrsg.) (2020): Arbeitshilfe zur Ermittlung der Treibhausgasminderung. Berlin, S. 8

Finanzierung und Umsetzung

Klimaschutzobjekte finanzieren – so geht's

Anschaffung und Unterhalt von Klimaschutzobjekten müssen nicht teuer sein: Die Kosten für die Einrichtung einer Solarbank liegen zwischen 3.000

und 10.000 Euro plus Energie und Wartung für den Unterhalt. Eine Kooperation mit kommunalen oder privaten Unternehmen, lokalen Banken, Bürger*innen oder Vereinen durch Sponsoring oder Crowdfunding entlastet die kommunalen Kassen und bindet wei-

tere Akteure in Ihre Klimaschutzaktivitäten ein. Möglich ist auch die Nutzung des kommunalen Bildungsetats, besonders wenn Sie die Investition mit weiteren Bildungsmaßnahmen, etwa in Schulen, koppeln.

Sponsoring

Beim Sponsoring finanziert Ihre Kommune mit den Mitteln eines Geldgebers das Objekt und eventuell daran gekoppelte Aktivitäten. Als Gegenleistung wird der Geldgeber mit Namen und Logo gewürdigt. Viele Kommunen haben Leitlinien für den Umgang mit Sponsoring erarbeitet. Auch lohnt es sich, auf die Erfahrungen innerhalb der Kommune zurückzugreifen und die Kolleg*innen der Öffentlichkeitsarbeit frühzeitig einzubinden. Wählen Sie Ihren Sponsor sorgfältig aus, denn mit ihm steht und fällt die Glaubwürdigkeit der Maßnahme: So eignen sich etwa kommunale und ortsansässige Unternehmen, lokale Banken oder Umwelt- und Bildungsinitiativen. Natürlich sollte der Sponsor die Ziele, die Sie mit der Maßnahme verfolgen, unterstützen und idealerweise eine Affinität zum Thema mitbringen. Wichtig: Im Mittelpunkt der Kooperation steht die Maßnahme und nicht die Werbung für den Sponsor.

Crowdfunding

Beim Crowdfunding finanzieren viele Personen und/oder Institutionen gemeinsam das Objekt, die Beträge können variieren. Die Geldgeber*innen erhalten als Gegenleistung kleine, kreative Geschenke: Warum nicht mal ein Abendessen mit dem oder der Bürgermeister*in? Wenn Sie das Verfahren über spezialisierte Internetplattformen abwickeln, ist der administrative Aufwand für Ihre Kommune gering. Planen Sie Nutzungs- bzw. Lizenzgebühren ein. Bewährt hat sich auch die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern, die im Idealfall von der Maßnahme profitieren, etwa Schulen, Umweltgruppen, das Quartiersmanagement oder Energie- und Klimaschutzagenturen. Mit ihrer großen Reichweite dienen diese Partner auch als Multiplikatoren. Für die Finanzierung können Sie Schwellen einfügen: Sie können die smarte Solarbank z. B. um ein transparentes Dach, USB-Anschlüsse, einen WLAN-Hotspot, Infodisplays oder begleitende Aktivitäten erweitern.

In 9 Schritten zum eigenen Klimaschutzobjekt:

- 1 Überlegen Sie im Vorfeld, welche Ihrer Klimaschutzaktivitäten öffentliche Aufmerksamkeit braucht und ob das Klimaschutzobjekt hier unterstützen kann.
- 2 Legen Sie die Zielgruppen fest: Wer soll sensibilisiert und aktiviert werden? Und wo lässt sich die Zielgruppe ansprechen? Gestalten Sie die Ansprache konkret und verständlich.
- 3 Beachten Sie bei der Auswahl des Objekts, dass die Zielgruppe damit etwas anfangen kann.
- 4 Bestimmen Sie einen passenden, gut frequentierten Standort: einen öffentlichen Platz, das Bürgeramt oder ein Vorzeige-, Sanierungs- oder Neubaugebiet.
- 5 Prüfen Sie, wie Sie das Objekt finanzieren wollen: aus eigenen Mitteln, durch Sponsoring oder Crowdfunding?
- 6 Sprechen Sie potenzielle Geldgeber direkt an oder werben Sie breit für die finanzielle Unterstützung.
- 7 Klären Sie die Zuständigkeiten, was Anschaffung und Unterhalt des Objekts betrifft.
- 8 Besprechen Sie, mit welchen begleitenden Aktivitäten Sie das Objekt koppeln wollen, etwa mit Infotafeln, Kampagnen, Aktionen oder Stadtteilsten. Auch Botschaften via Internet, Claims oder Kooperationen wirken identitätsstiftend.
- 9 Holen Sie für die Planung und Umsetzung Erfahrungen anderer Kommunen und Multiplikatoren ein.

Positive Effekte für Ihre Kommune

Wenn Sie die Objekte mit weiterführenden Informationen und/oder begleitenden Klimaschutzaktivitäten koppeln (siehe Schritt 8 vorherige Seite), so kann das sehr schnell Früchte tragen: Austausch und Wissenstransfer zum Klimaschutz werden gefördert, das Klimabewusstsein bei den Bürger*innen wächst ebenso wie die Motivation und Qualifizierung für den Klimaschutz, Ihre Zielgruppen erwerben Gestaltungskompetenz und werden zu klimafreundlichem Handeln befähigt. Zudem werden die Objekte zu Orten der Begegnung und des Lernens und können identitätsstiftend wirken.

Sie können den Bürger*innen Möglichkeiten zum Energiesparen, für klimafreundliche Mobilität, zur energetischen Sanierung oder für den Einsatz erneuerbarer Energien vorstellen. Bei bestimmten Inhalten bieten sich Kooperationen mit Akteuren aus dem Bildungsbereich an: Nutzen Sie deren Know-how und eventuell auch deren personelle Ressourcen!

Mitstreiter*innen gewinnen

Sie brauchen Mitstreiter*innen für Ihre Aktivitäten? Ob diese die Klimaschutzmaßnahmen gemeinsam mit Ihrer Kommune oder individuell umsetzen – die Objekte sind ein idealer Ort für die Kontaktaufnahme.



„Mit den intelligenten Sitzbänken werden sowohl Domplatz als auch Nordabschnitt Breiter Weg in seiner Aufenthaltsqualität aufgewertet. Sie stellen zudem eine innovative Bereicherung für das Stadtbild dar.“

Rainer Nitsche, Wirtschaftsbeigeordneter der Stadt Magdeburg

All dies macht deutlich, dass Klimaschutzobjekte eine flexibel einsetzbare Maßnahme sind, die Ihrer Kommune viel Raum zur Gestaltung und für kreative Lösungen bietet.

Und was heißt das für das Klima?

Es ist schwierig, die Klimawirkung von „weichen“ Klimaschutzmaßnahmen wie den Klimaschutzobjekten zu messen; das zeigen auch Studien zur Bereitstellung von Informationen, Beratung, Qualifizierung und Vernetzung. Es dauert eine Weile, bis es bei der Zielgruppe zu Verhaltensänderungen und zu einer Minderung der Treibhausgasemissionen kommt – und dann ist es kaum möglich, den Grund dafür festzulegen. Als Faustregel gilt: Je zielgruppenspezifischer und intensiver die Ansprache und der Kontakt zu einer Zielgruppe ist, desto größer sind die Verhaltensänderung und damit verbunden die erzielbaren Klimaschutzeffekte.

Wie wirkt Ihre Kommunikation?

Kommunikationstyp	Intensität	Effektivität
Kampagnen	niedrig (Infostand, Internet)	max. 2 %
	hoch (interaktive Kampagnen mit direkter Rückkopplung)	2 % – 5 %
Spezifische Beratung	hoch (stationäre Beratung)	5 % – 10 %
	sehr hoch (Vor-Ort-Beratung)	10 % – 15 %
Entscheidungswissen	Online-Plattformen mit individualisierbaren Entscheidungshilfen	8 % – 12 %

Die Abbildung kann Anhaltspunkte dafür geben, wie Klimaschutzobjekte im öffentlichen Raum wirken: So kann es bei breitenwirksamen Kampagnen mit einfachem Kontakt bei zwei Prozent oder bei einer sehr intensiven Vor-Ort Beratung bei bis zu 15 Prozent der erreichten Personen zu Verhaltensveränderungen kommen, verbunden mit entsprechenden Klimaschutzeffekten.



Best-Practice-Beispiele



Beispiel Stadt Magdeburg:

Hier wurden in der Altstadt drei smarte Bänke aufgestellt. Jede Bank verfügt über drei Solarmodule in den Sitzflächen, die bei Tageslicht Strom produzieren und in Akkus speichern. Nutzer*innen können ihre Smartphones und Tablets via USB-Anschluss oder kontaktlos per Induktion aufladen und das kostenlose WLAN nutzen. Abends beleuchtet eine LED-Lampe das Umfeld der Bank, solange der Akku reicht. Die 3.200 Euro, die das Errichten einer Bank kostet, wurden von dem Magdeburger Telekommunikationsanbieter MDCC gesponsert. Kosten für Betrieb und Instandhaltung trägt die Stadt Magdeburg.

Mehr Informationen:
www.magdeburg.de

Beispiel Landkreis Goslar:

Ein Beispiel für ein temporäres Klimaschutzobjekt im öffentlichen Raum ist die sogenannte Eisblockwette, die Bürger*innen für die Themen Gebäudedämmung und fachgerechte Sanierung sensibilisiert. Im Landkreis Goslar wurden dafür zwei Holzhäuschen aufgestellt – eines mit Dämmung, das andere ohne –, die jeweils mit einem Eisblock versehen waren. Ziel der Wette war es herauszufinden, wie viel Schmelzwasser im gedämmten Häuschen nach sechs Wochen bei sommerlichen Temperaturen anfiel. Die Wette wurde vom Klimaschutzmanagement des Landkreises in Kooperation mit regionalen Akteuren und Sponsoren durchgeführt. Abgerundet wurde sie durch Informations- und Beratungsangebote zum Thema Klimaschutz.

Mehr Informationen:

www.landkreis-goslar.de/klimaschutz/eisblockwette



Hier geht's weiter:

Leitfäden und weiterführende Informationen

Der Weg zum Klimabürger. Kommunale Unterstützungsmöglichkeiten, Strategien und Methoden (2016)

Müller et al. im Rahmen des Forschungsprojekts "Klima-Citoyen. Neue Rollen, Möglichkeiten und Verantwortlichkeiten der Bürger in der Transformation des Energiesystems". (48 S.)

Der Wegweiser gibt Empfehlungen, wie Kommunen die Energiewende und ihre Klimaschutzbemühungen auf lokaler Ebene mithilfe von Bürgerbeteiligung umsetzen können. Er zeigt auf, wie Klima-Bürger*innen in ihren unterschiedlichen Rollen aktiviert und ihr Engagement verstetigt werden kann.

Bildung im kommunalen Klimaschutz. Ein Praxisleitfaden (2015)

Hrsg. Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen. (44 S.)

Der Leitfaden zeigt, wie Kommunen in NRW und darüber hinaus Klimabildung in ihrem kommunalen Klimaschutz verankern können. Er stellt beispielhaft Bildungsmaßnahmen für verschiedene Handlungsfelder vor und gibt kleinschrittige Handlungsempfehlungen, um für den Bildungsbereich den passenden strategischen Ansatz zu wählen, Inhalte zu generieren und Klimaschutzkonzepte umzusetzen. Auch Informationen zu Fördermöglichkeiten, Beratungen und weiteren Hinweisen sind enthalten. Außerdem verweist er auf eine Reihe von Leitfäden, Studien und Portalen.

Wie Sie mit Aktionstagen Menschen begeistern. Tipps und Ideen für eine erfolgreiche Veranstaltung (2020)

Hrsg. Service- und Kompetenzzentrum: Kommunaler Klimaschutz (SK:KK) beim Deutschen Institut für Urbanistik (Difu) (23 S.)

Aktionstage sind eine ideale Gelegenheit, um Klimaschutzobjekte in Ihrer Kommune einzuweihen oder bekannter zu machen. Die Broschüre gibt Anregungen und Hilfestellungen, um Aktionstage zu planen und zu organisieren, Sponsoren zu gewinnen und Veranstaltungen nachhaltig zu gestalten. Tipps zur Öffentlichkeitsarbeit im kommunalen Klimaschutz veranschaulichen, wie man Bürger*innen zum Mitmachen motiviert und zeigt, dass Klimaschutz Kommunen lebenswerter macht.



Dieses Infoblatt wurde im NKI-Verbundvorhaben „Zwischen Wertschöpfungseffekten und haushaltsrechtlichen Restriktionen: Qualifizierung finanzschwacher Kommunen zur Durchführung von Klimaschutzmaßnahmen (QualiFiKo)“ von den Projektpartnern Deutsches Institut für Urbanistik (Difu) und Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) erarbeitet. Es soll den Kommunen Impulse für klimafreundliches Handeln geben und hat nicht den Anspruch einer vollständigen Einführung in das Thema.

Das QualiFiKo-Projekt wurde durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative gefördert.

Weitere Infoblätter, die Broschüre „Klimaschutz in finanzschwachen Kommunen: Mehrwert für Haushalt und Klima“ sowie Informationen zum Projekt finden Sie unter www.klimaschutz.de/projekte/qualifiko

Impressum

Herausgeber:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
Potsdamer Straße 105 | D-10785 Berlin

Telefon: +49 – 30 – 884 594-0
E-mail: mailbox@ioew.de
Web: www.ioew.de

Autor/innen:

Johannes Rupp (IÖW)
Philipp Reiß (Difu)

Datum/Stand: Oktober 2020

Lektorat:
Layout:

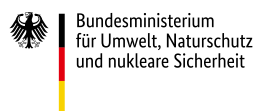
Claudia Nickschat
lab^{4S} kommunikationsdesign
gottert

Bildnachweis:

Cover: Shutterstock
Seite 1: Shutterstock
Seite 4: l. Quelle: Landeshauptstadt Magdeburg
r. Quelle: Landkreis Goslar
Icon o.: srip, www.flaticon.com
Icon u.: Good Ware, www.flaticon.com
Rückseite: Shutterstock



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages