



Klimabündnis
Österreich



Leitfaden Klimaschutz in Gemeinden

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND BILDUNG

Das Kapitel „Öffentlichkeitsarbeit und Bildung“ ist Teil des Leitfadens „Klimaschutz in Gemeinden“. Dieser wurde vom Klimabündnis Österreich im Auftrag des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Projektleitung Abteilung I/4, erstellt. Download aller Kapitel des Leitfadens „Klimaschutz in Gemeinden“: www.klimabuendnis.at/leitfaden



MINISTERIUM
FÜR EIN
LEBENSWERTES
ÖSTERREICH



„Das Gehirn ist der größte Kinosaal
der Welt.“

Ridley Scott
Regisseur

LEGENDE



Schritte



Tipp



Info



Zitat



Das können Sie tun



Good Practice



Kontakt

Impressum:

Leitfaden „Klimaschutz in Gemeinden“, Kapitel „Öffentlichkeitsarbeit und Bildung“, 2016. Herausgeber und Vertrieb: Klimabündnis Österreich GmbH, Prinz-Eugen-Straße 72, 1040 Wien, www.klimabuendnis.at. Lektorat: JONKE text & theater. Druck: gugler* print; gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens. Bilder: Cover – © goodluz / fotolia.com, Seite 3 – © Mopic / fotolia.com



Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens. gugler* print, Melk, UWZ-Nr. 609, www.gugler.at



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND BILDUNG

Hannes Höller und Maria Hawle

INHALT

Warum sollte meine Gemeinde über Klimaschutz reden?.....	4
Warum sind lokale Medien wichtig für meine Gemeinde?.....	4
Schritt für Schritt vorgehen	5
Schritt 1: Präsentieren Sie sich als Klimaschutz-Gemeinde	5
Schritt 2: Informieren Sie Ihre Bürger/innen über die Gemeindezeitung	7
Schritt 3: Informieren Sie Ihre Bürger/innen über die Gemeindehomepage.....	8
Schritt 4: Richten Sie einen Klimaschutz-Infobereich in Ihrem Gemeindeamt ein.....	11
Schritt 5: Arbeiten Sie mit den lokalen Medien zusammen.....	12
Schritt 6: Nehmen Sie an Aktionstagen und Kampagnen teil.....	15
Schritt 7: Organisieren Sie Klimaschutz-Veranstaltungen.....	17
Schritt 8: Erstellen Sie einen Jahres-Medienplan „Klimaschutz in meiner Gemeinde“	19
Schritt 9: Binden Sie Bildungseinrichtungen in Ihre Klimaschutzaktivitäten ein	20



Warum sollte meine Gemeinde über Klimaschutz reden?

Medien- und Öffentlichkeitsarbeit ist die kostengünstigste Klimaschutz-Maßnahme. Mit einer kontinuierlichen Kommunikation von Klimaschutz-Themen können Sie in Ihrer Gemeinde viel erreichen.

- Ihre Gemeinde kann sich als Servicestelle für Bürger/innen positionieren.
- Ihre Gemeinde kann ihr Profil schärfen und sich von anderen Gemeinden abgrenzen.
- Ihre Gemeinde kann eine Vorbildrolle einnehmen.
- Ihre Gemeinde kann engagierte Bürger/innen motivieren.
- Ihre Gemeinde kann Akzeptanz für lokale Klimaschutz-Projekte schaffen.

Warum sind lokale Medien wichtig für meine Gemeinde?

Medien sind zum ständigen Begleiter jedes/jeder Einzelnen geworden und aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Aus kommunaler Sicht ist besonders interessant, dass rund 88 Prozent der Leser/innen den Lokal- bzw. Regionalteil einer Zeitung lesen, in dem bevorzugt die kommunalen Themen behandelt werden. Wenn Sie (regelmäßigen) Kontakt zu lokalen Medien pflegen, haben Ihre Presseausendungen eine hohe Trefferquote. Oft wird nur die Überschrift geändert, der Text entspricht der Presseausendung. Die im Anschluss genannten Aktivitäten stellen eine umfassende Sammlung von Möglichkeiten dar. Bitte wählen Sie am Anfang diejenigen aus von denen Sie sich den größten Erfolg versprechen. Erst wenn Sie diese eingeübt haben, probieren Sie weitere aus.

SCHRITT FÜR SCHRITT VORGEHEN



Schritt 1: Präsentieren Sie sich als Klimaschutz-Gemeinde

Ganz nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“ sollte Ihre Gemeinde im Klimaschutz mit gutem Beispiel vorangehen. Der Vorteil dabei: es sind nicht unbedingt große budgetäre Mittel notwendig.

Das können Sie tun



- Nutzen Sie die über die Grenzen der Region hinaus bekannten Logos der Klimaschutz-Mitgliedschaften Ihrer Gemeinde (z. B. Klimabündnis-Gemeinde, Bodenbündnis-Gemeinde, Fairtrade-Gemeinde, e5-Gemeinde etc.) und platzieren Sie diese an neuralgischen Punkten wie am Gemeindeamt, in der Ortseinfahrt, in der Gemeindezeitung, auf der Gemeindehomepage, im E-Mail- und Briefverkehr etc.
- Kommunizieren Sie regelmäßig die Klimaschutz-Aktivitäten und Erfolge Ihrer Gemeinde in der Gemeindezeitung, auf der Gemeindehomepage und in lokalen Medien.
- Feiern Sie Jubiläen (z. B. Zehn Jahre Klimabündnis-Gemeinde, Bodenbündnis-Gemeinde, Fairtrade-Gemeinde, e5-Gemeinde) und ziehen Sie Bilanz über die bisherigen Aktivitäten.
- Fassen Sie die wichtigsten Klimaschutz-Maßnahmen Ihrer Gemeinde zusammen und streuen Sie diese Informationen immer wieder ein. Solche Meilensteine können Sie in Ihren eigenen Medien genauso wie in Presseaussendungen transportieren.
- Nehmen Sie an Klimaschutz-Wettbewerben für Gemeinden teil, zum Beispiel am Climate Star oder am Klimaschutz-Gemeindewettbewerb.
- Setzen Sie Testimonials ein: Testimonials sind bekannte/prominente und beliebte Persönlichkeiten aus der Gemeinde, die sich für das Thema aussprechen. Sie verhelfen zu mehr Seriosität, schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Die Testimonials können in Medien aber auch in Printprodukten (Flyer, Broschüren) oder im Internet platziert werden.

Tipp: Einheitliches Branding



Das Klimabündnis bietet Ihnen das Medienpaket Klimabündnis-Gemeinde, mit dem Sie alle Aktivitäten Ihrer Gemeinde optisch aufbereitet bündeln können. Dies schafft einen höheren Wiedererkennungswert. Für Jubiläumsgemeinden (5/10/15/20 Jahre) gibt es eigene Tools und Textbausteine für Gemeindemedien.

Tipp: Klimaschutz-Botschafter/in einsetzen



Wählen Sie eine/n Vertreter/in Ihrer Gemeinde aus, der/die Klimaschutz-Themen kommuniziert. Das schafft Vertrauen, schafft Nähe, und die Botschaft kann besser verankert werden.

Wer kann diese Rolle übernehmen?

Am besten wäre natürlich der/die Bürgermeister/in oder der Umweltgemeinderat/die Umweltgemeinderätin, Obmann/Obfrau eines Umweltausschusses/Energieausschusses oder Umweltschutz-Arbeitskreises. Je höher die Funktion, desto mehr Gewicht geben Sie dem Thema in der Außenwirkung. Achten Sie auf die Glaubwürdigkeit. Wenn Ihr/e Bürgermeister/in nicht in diese Rolle passt, weil er/sie im täglichen Leben anders auftritt, bauen Sie eine andere Person in dieser Rolle auf.

Was kann diese Person machen?

- Klimaschutz-Aktivitäten der Gemeinde kommunizieren: in der Gemeindezeitung, in Presseaussendungen, auf der Gemeindehomepage, in Broschüren etc.
- Klimaschutz-Veranstaltungen der Gemeinde als Gastgeber/in vorstehen.
- Mit gutem Beispiel vorangehen, zum Beispiel das Rad für Dienstfahrten nutzen.



Good-Practice Beispiel: Positionierung als energieautarke Gemeinde – Kötschach/Mauthen, Kärnten

Kötschach-Mauthen hat im Klimaschutz viel vorzuzeigen: u.a. 21 Kleinwasserkraftwerke, zwei Biomasseheizwerke mit zwei ortseigenen Wärmenetzen, eine Biogasanlage, Kärntens einzige Windturbine, sowie die erste internetgesteuerte Bioschauheizung. Kötschach-Mauthen tut aber nicht nur Gutes, sondern redet auch darüber: Die Kommunikationsplattform ist der Verein energie:autark Kötschach-Mauthen.



Sabrina Barthel, Verein energie:autark Kötschach-Mauthen: *„Mit unserer Positionierung als energieautarke Gemeinde haben wir das Thema früh besetzt. Damit haben wir auch ein Bewusstsein in der Bevölkerung geschaffen.“*



Kontakt:

Sabrina Barthel

Öffentlichkeitsarbeit Verein energie:autark Kötschach-Mauthen

T: 04715/851336

info@energie-autark.at

Schritt 2: Informieren Sie über die Gemeindezeitung Ihre Bürger/innen

Speziell in mittleren und kleinen Gemeinden kommt der Gemeindezeitung eine zentrale Funktion zu. Mit kaum einem anderen Medium sind die Bürger/innen ähnlich flächendeckend zu erreichen.



Das können Sie tun

- Richten Sie in Ihrer Gemeindezeitung eine regelmäßige Seite oder eine fixe Rubrik für Klimaschutz-Themen ein.
- Richten Sie einen regelmäßigen Kommentar Ihres Klimaschutz-Botschafters/ Ihrer Klimaschutz-Botschafterin ein.
- Widmen Sie eine Sonderausgabe dem Thema Klimaschutz.
- Bieten Sie Ihren Bürger/innen praktische Tipps zum Selbermachen.
- Kündigen Sie klimarelevante Veranstaltungen an.
- Informieren Sie über Klimaschutz-Vorreiter/innen in Ihrer Gemeinde: Das können Porträts von Einzelpersonen oder Familien sein (z. B. eine Familie, die im Niedrigenergiehaus lebt, die ohne Auto auskommt, die Carsharing betreibt etc.) oder aber auch klimafreundliche Betriebe oder Schul-Aktivitäten.
- Klimatipps und Klimainfos
- Das Klimabündnis bietet als kostenlosen Service bereits gelayoutete Gemeindezeitungsartikel.
- Klimatipps für Ihre Bürger/innen, unter anderem aus den Bereichen Energie, Mobilität, Ernährung, Einkauf.
- Klimainfos rund um die Themen Klimaschutz und Klimawandel.



Umwelt auslese – Guntramsdorf, Niederösterreich

Die Marktgemeinde Guntramsdorf informiert ihre Bürger/innen regelmäßig über Umweltthemen, Klimaschutzaktivitäten und Veranstaltungen in der Gemeindezeitung. Daneben gibt es auch regelmäßig eine Sondernummer der Gemeindezeitung unter dem Titel „Umwelt auslese“.

Robert Weber, MSc, Vizebürgermeister und Gemeinderat für Umwelt und Bürgerservice: „Die Gemeindezeitung ist eines unserer wichtigsten Kommunikationsmittel. Wir legen großen Wert darauf, den Umweltthemen großen Platz einzuräumen.“



Kontakt:

Robert Weber, MSc

Vizebürgermeister der Gemeinde Guntramsdorf

T: 02236/53745-20

robert.weber@guntramsdorf.at





Schritt 3: Informieren Sie Ihre Bürger/innen über die Gemeinde-Homepage

Neben der Gemeindezeitung wird die Homepage immer stärker zum zentralen Kommunikationsinstrument für alle Gemeindeaktivitäten. Präsentieren Sie Ihre Gemeinde auch im Internet als Vorreiterin im Klimaschutz und richten Sie einen eigenen Bereich für Klimaschutz ein.



Das können Sie tun

- „Wohin wollen wir?“ – Informieren Sie über die Klimaschutz-Ziele Ihrer Gemeinde.
- „Was haben wir bereits erreicht?“ – Informieren Sie über umgesetzte Aktivitäten und Projekte.
- „Was haben wir noch vor?“ – Informieren Sie über geplante Aktivitäten und Projekte.
- „Was können Sie tun?“ – Bieten Sie Ihren Bürger/innen praktische Informationen für den Alltag.
- Richten Sie einen Veranstaltungskalender ein. Wenn Sie über Veranstaltungen berichten, die stattgefunden haben, dann erhöhen Bildergalerien die Zugriffsraten deutlich.
- Richten Sie eine persönliche Kontaktmöglichkeit ein: Wer ist in der Gemeinde Ansprechpartner/in für Klimaschutz?
- Mailing: Informieren Sie Ihre Bevölkerung (aber auch die Gemeindemitarbeiter/innen) per E-Mail über Klimaschutzaktivitäten und Veranstaltungen. In Newslettern können die Einzelaussendungen gebündelt werden.

Weitere Kommunikations-Instrumente

- Infoblätter und Flyer
- Jahresbericht
- Anzeigen, Plakate
- Bürger/innenbrief
- Web 2.0
- Umfragen
- Sprechstunde

Infoblätter und Flyer

Auch wenn digitale Medien immer wichtiger werden (und auch ressourcenschonender sind) gehören zu einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit auch heute noch gedruckte Informationen: zum Angreifen, zum Mitnehmen und zum Lesen in aller Ruhe. Je einfacher diese gestaltet sind, desto besser. Eine Aufmerksamkeit erregende Botschaft als Schlagzeile, ein wenig Text, aussagekräftige Bilder und weiterführende Informationen (d. h. ein Link) reichen meist aus.

Jahresbericht

Fassen Sie die Ergebnisse Ihrer Klimaschutz-Aktivitäten des Jahres in einem Jahresbericht zusammen. Und informieren Sie Ihre Bürger/innen sowie die lokalen Medien darüber auf der Homepage, in der Gemeindezeitung und im Klimaschutz-Infobereich in Ihrer Gemeinde. Fügen Sie auch geplante Aktivitäten und die Gesamtziele Ihrer Gemeinde hinzu.

Anzeigen und Plakate

Plakate und Anzeigen eignen sich hauptsächlich zur Ankündigung von Veranstaltungen. Die Bandbreite reicht aber bis zu Sujets für Kampagnen, zum Beispiel „Klimaschutz in den eigenen vier Wänden“.

Bürger/innenbrief

Bei wichtigen Entscheidungen und Weichenstellungen (neue große Klimaschutzprojekte) können Sie per Postwurf an Ihre Bürger/innen herantreten.

Web 2.0

Nutzen Sie auch „neue Medien“ wie Facebook und Google+ zur Kommunikation Ihrer Aktivitäten. Besonders für Veranstaltungshinweise und Berichte (Fotogalerie)

eignen sich solche Medien. Falls Sie eine/n Klimaschutz-Botschafter/in ausgewählt haben (siehe oben), könnte diese/r auch bloggen, das heißt regelmäßig Beiträge auf Plattformen wie Wordpress schreiben. Diese Plattformen bieten eine fertige Infrastruktur und sind schnell und leicht bedienbar. Für Videos eignen sich Portale wie youtube, in Kombination mit Facebook.

Umfragen

Binden Sie Ihre Bevölkerung direkt ein und erheben Sie, wie Ihre Bevölkerung über Klimaschutz-Themen denkt, was sie von geplanten und bereits gesetzten Klimaschutz-Maßnahmen denkt und was sie sich noch wünscht. Auch in diesem Bereich gibt es fertige, webbasierte Umfragetools. Wenn Sie solche Umfragen mit Gewinnspielen kombinieren, erzielen Sie höhere Rücklaufquoten.

Sprechstunde

Die direkte, persönliche Kommunikation ist nach wie vor wesentlich. Sie kann nicht durch schriftliche Informationen ersetzt werden. Informieren Sie über Ihre Sprechstunden und laden Sie Ihre Bevölkerung ein, diese zu nutzen.

Setzen Sie auf die richtigen Botschaften

Klimaschutz ist ein komplexes Thema. Umso wichtiger ist es zu wissen, worauf es bei der Kommunikation ankommt. Hilfreich sind Ergebnisse der Studie Motivforschung zu umweltgerechtem Verhalten in Zusammenhang mit Energieeffizienz des Energie- und Klimafonds (durchgeführt von der Karmasin Motivforschung, 2009):

- Streichen Sie den (finanziellen) Nutzen für die/den Einzelne/n heraus: Einsparungen, Förderungen, etc.
- Achten Sie auf Verständlichkeit. Vermeiden Sie abstrakte Begriffe wie „Energieeffizienz“ oder „Kyoto-Protokoll“.
- Achten Sie auf Glaubwürdigkeit. Ihre Gemeinde und Ihr/e Bürgermeister/in sollte das auch tun, was er/sie sagt.
- Arbeiten Sie in Ihrer Kommunikation mit Vorbildern. Die Gemeinde selbst kann Vorbild sein, oder es gibt ein Testimonial aus der Gemeinde.
- Schaffen Sie Verständnis dafür, dass das globale Problem Klimawandel lokal gelöst werden muss. Der Beitrag jedes/jeder Einzelnen ist relevant. Stellen Sie den Bezug zwischen dem eigenen Verhalten und dem Thema Klimawandel her, zum Beispiel indem Sie zeigen, wie viel Energie man im Alltag verbraucht, etwa für eine Stunde Bügeln oder ein Vollbad.

Tipp: Setzen Sie auf Emotionen, vermeiden Sie aber Bilder, die mit dem Alltag in Österreich nichts zu tun haben (z. B. Eisbären oder Eisberge) und achten Sie darauf, nicht ins Negative oder Angstmachende abzugleiten.



Tipp: Schaffen Sie emotionale Identifikation: In Flugblättern, in der Gemeindezeitung etc. können auch kurze Geschichten von Bürger/innen erzählt werden. Berichten Sie zum Beispiel über eine Familie in Ihrer Gemeinde, die bereits in einem Niedrigenergiehaus lebt oder in anderen Klimaschutzthemen Vorreiter/in ist. Verbinden Sie diese Geschichten mit den Zielen und Projekten Ihrer Gemeinde.



Good Practice Beispiel: Klimaschutz auf der Homepage – Virgen, Osttirol



Virgen hat sich selbst als „das Sonnendorf“ positioniert. Dementsprechend zentral und umfangreich wird auch auf der Gemeindehomepage über Klimaschutz informiert. Einer von sechs Menüpunkten lautet „Umwelt – Energie“.



Ing. Dietmar Ruggenthaler, Bürgermeister: „*Unsere Homepage dient einerseits der Information für unsere Bürger/innen. Andererseits können wir aber auch unseren Gästen und anderen Interessierten zeigen, wie wichtig uns der Klimaschutz ist.*“



Kontakt:

Ing. Dietmar Ruggenthaler

Bürgermeister der Gemeinde Virgen

T: 0664/1411593

ruggenthaler@virgen.at

Schritt 4: Richten Sie einen Klimaschutz-Infobereich in Ihrem Gemeindeamt ein



Nutzen Sie den Kund/innen-Bereich in Ihrem Gemeindeamt und bieten Sie Ihrer Bevölkerung dort Informationen und Tipps zum Bereich Klimaschutz.

Das können Sie tun



- Richten Sie einen eigenen Klimaschutz-Infobereich im Gemeindeamt ein, zur Information für Bürger/innen, aber auch für Gemeindemitarbeiter/innen.
- Nutzen Sie das Schwarze Brett bzw. den Gemeindeaushang für Klimaschutz-Themen.
- Platzieren Sie ein Roll Up zum Thema Klimaschutz.
- Legen Sie Infomaterialien über die Klimaschutz-Aktivitäten Ihrer Gemeinde auf, eventuell in einem eigenen Folderspender.
- Kündigen Sie klimarelevante Termine regelmäßig per Aushang an.
- Legen Sie Broschüren mit Tipps und Informationen zu Klimaschutz (Energiesparen, regionale/faire/biologische Lebensmittel etc.) auf.
- Ermöglichen Sie es auch lokalen Bio- und Klimaschutz-Anbieter/innen und Akteur/innen Werbung in eigener Sache zu machen (z. B. Betrieben, Schulen oder Vereinen).

Tipp: Gratis Infomaterialien bzw. Tipps für den Aufbau von Klimaschutz-Infobereichen bekommen Sie bei Ihrer Klimabündnis-Regionalstelle.





Schritt 5: Arbeiten Sie mit den lokalen Medien zusammen

Machen Sie die Medien zu Ihren Partner/innen. Vor allem lokale Medien spielen eine wichtige Rolle. Aufgrund der immer dünner besetzten Redaktionen haben gut aufbereitete Medieninformationen auch sehr gute Chancen, abgedruckt zu werden. Oft wird nur die Überschrift geändert, der Text bleibt unverändert.

Setzen Sie auf die richtigen Instrumente

- Presseaussendungen
- Pressegespräche/Pressekonferenzen
- Interview
- Pressedienst
- Leser/innenbriefe

Presseaussendungen

Eine Presseausendung enthält Informationen, die zu Berichten in regionalen aber auch überregionalen Medien führen. Kündigen Sie Veranstaltungen zeitgerecht an, laden Sie die Medienvertreter/innen ein und beliefern Sie diese fristgerecht mit Informationen (Text und Fotos).

Pressegespräch/Pressekonferenz

Laden Sie Medienvertreter/innen in gemütlichem Rahmen zu einem „Kamingespräch“ (Pressegespräch) oder zu einer klassischen Pressekonferenz. Bei Pressekonferenzen können und sollten Sie den Medien mehrere Ansprechpartner/innen bieten, zum Beispiel Bürgermeister/in, Umweltgemeinderat/rätin oder Vertreter/in einer Umweltorganisation.

Interviews

Nutzen Sie das Stilmittel des Interviews in Ihren eigenen Gemeindemedien. Versuchen Sie aber auch, Interviews mit der/dem Klimaschutz-Botschafter/in oder anderen klimarelevanten Entscheidungsträger/innen in lokalen Medien einzufädeln.

Pressedienst

Richten Sie einen Pressebereich auf Ihrer Homepage ein und bieten Sie dort Fotos, Berichte und Texte zum Klimaschutz in Ihrer Gemeinde an. Kontaktdaten der Ansprechperson für Rückfragen nicht vergessen!

Leser/innenbriefe

Die Leser/innenbrief-Seite ist (auch in kommunalen Medien) eines der meistgelesenen Ressorts einer Zeitung. Schreiben Sie auch von Gemeinde-seite Leser/innenbriefe und achten Sie immer auf die Reaktionen in den kommenden Ausgaben!

Setzen Sie auf den richtigen Verteiler

Die beste Presseausendung ist wertlos, wenn sie den Empfänger nicht erreicht. Die Basis einer erfolgreichen Medienarbeit ist der Presseverteiler. Beschränken Sie sich aber nicht nur auf regionale Medien, sondern nehmen Sie auch überregionale und zielgruppenspezifische Medien (z. B. Kommunal, Bürgermeisterzeitung, Österreichische Gemeinde-Zeitung, Eurokommunal, Public) sowie themenspezifische Medien (z. B. Lebensart, Sonnenzeitung) in Ihren Verteiler auf.



Tipp: Erfolgsfaktor Nr. 1 ist der persönliche Kontakt. Nehmen Sie sich für Kennenlerntermine Zeit und halten Sie den Kontakt zu Redakteur/innen aufrecht.

Optimieren Sie Ihre Medienarbeit

Was Medien interessiert

- Punktuelle Ereignisse und bekannte Themen, zum Beispiel die Verkehrsproblematik zu Schulbeginn.
- Ereignisse in der Umgebung, zum Beispiel Veranstaltung in der Gemeinde.
- Bekannte Menschen, zum Beispiel Bürgermeister/in oder Gemeinderat/rätin, der/die bei einem Radwettbewerb mitmacht.
- Überraschende Ereignisse, zum Beispiel wenn das Gemeindeamt zum Passivhaus umgebaut wird.

- Erfolgsgeschichten, zum Beispiel neue Bestmarke bei Photovoltaik-Förderungen in der Gemeinde.

Tipp: Aufbau von Presseaussendungen



- Überschrift, mit Unterüberschrift maximal zweizeilig, maximal 16 Wörter, keine Satzzeichen. Die 4 W's (Wer? Was? Wann? Wo?) müssen bereits in der Überschrift enthalten sein.
- Vorspann, maximal fünfzeilig.
- Gliedern Sie den Text in Absätze mit maximal sechs Zeilen. Optimal ist eine Presseausendung von maximal einer A4-Seite.
- Fügen Sie bei längeren Aussendungen Zwischentitel ein.
- Denken Sie an den Rückfragehinweis (Ansprechperson, Kontaktdaten).
- „Boiler Plate“: Kurzinfo über den Aussender, Kurzinfo zur Gemeinde.
- Eventuell Pressefoto(s) bzw. Pressegrafiken mit Bildtext und Fotocredits.

Tipp: Sprache in Presseaussendungen



- KISS, „keep it short and simple“: halten Sie es kurz und einfach.
- Bilden Sie einfache Hauptsätze mit höchstens 15 Wörtern pro Satz. Vermeiden Sie Schachtelsätze und schreiben Sie möglichst kurze, einfache Sätze.
- Behandeln Sie einen Gedanken pro Satz. Kommen mehrere Gedanken in einem Satz vor, dann trennen Sie den Satz.
- Trennen Sie zusammengesetzte Substantiva.
- Lockern Sie den Text mit Zitaten auf.
- Verwenden Sie keine Werbesprache, bleiben Sie sachlich.
- Vermeiden Sie Fremdwörter, Fachausdrücke und Superlative, finden Sie deutsche Entsprechungen.
- Vermeiden Sie Wortwiederholungen, finden Sie Synonyme für ähnliche Begriffe.

Tipp: Fotos für Ihre Pressearbeit



- Achten Sie auf das richtige Dateiformat: Speichern Sie Fotos möglichst als jpg-Datei mit 300 dpi Bildauflösung im Endformat.
- Jedes Pressefoto muss eine Aussage haben, einen Informationswert besitzen. Dokumentieren Sie diese Information in der Bildunterschrift.
- Menschen sind Nachrichten! Daher gehören in der Regel auf ein Pressefoto eine oder mehrere Personen, die für die gemeldete Nachricht beispielhaft stehen.
- Fotografieren Sie Menschen von vorne, das Gesicht sollte erkennbar sein. Bei Gruppenfotos sollten alle Personen in die Kamera blicken. Leitspruch: „Wenn du die Kamera siehst, sieht sie dich.“
- Bei Gruppenfotos lassen Sie Menschen etwas tun oder herzeigen.
- Bei Gruppenfotos sollte die Anzahl der fotografierten Personen überschaubar bleiben. Ab einem Dutzend wird es unübersichtlich.
- Rücken Sie bei Gruppenfotos die fotografierten Personen zusammen.
- Nutzen Sie Symbole: Oft ist es nicht möglich, alle Beteiligten oder die gesamte Szenerie aufs Bild zu bringen.
- Querformat ist besser als Hochformat.
- Nehmen Sie das Motiv aus verschiedenen Blickwinkeln auf.

Tipp: Gratis-Fotodatenbanken



Im Internet finden Sie auf Plattformen wie www.pixelio.de, www.flickr.com oder www.aboutpixel.de Fotos, manchmal zur kostenlosen Nutzung. Achten Sie auf die jeweiligen Nutzungsbedingungen und geben Sie immer einen Fotocredit an.

Good-Practice Beispiel: Klimaschutz in der Pressearbeit – St. Pölten, Niederösterreich



Die Landeshauptstadt St. Pölten bindet lokale Medien im Klimaschutzbereich umfassend ein. Dazu zählen Terminavisos und Nachberichte zu Klimaschutz-Veranstaltungen (Umwelttag, Umweltpreis für Schulen oder der RadTag) aber auch

regelmäßige Informationen über laufende Aktivitäten (Bilanz des Stadtbusses LUP) sowie geplante Maßnahmen (geplanter Ausbau der Windkraft). St. Pölten nutzt auch Jubiläen wie „20 Jahre Klimabündnis-Gemeinde“ oder Gemeindegewinnwettbewerbe wie den Climate Star.



Kontakt:

Martin Koutny

Pressesprecher Stadt St. Pölten

T: 02742/333-2809

medienservice@st-poelten.gv.at

Schritt 6: Nehmen Sie an Aktionstagen und Kampagnen teil



Es muss nicht immer eine langwierige Ideenfindung vorausgehen und ein kostenintensives Projekt initiiert werden, um die Bevölkerung sowie die Medien mit einer bewusstmachenden Maßnahme für den Klimaschutz zu gewinnen. Ganz im Gegenteil: Es gibt schon jetzt zahlreiche Angebote von Umweltschutzorganisationen. Und es gibt immer wiederkehrende Aktionstage und saisonale Anknüpfungspunkte, die Gemeinden nutzen können.

Bestehende Aktionstage und Kampagnen

Aktionstage und Kampagnen finden regelmäßig statt und sorgen überregional für mediale Aufmerksamkeit. Legen Sie Veranstaltungen in Ihrer Gemeinde bewusst in solche Zeiträume und informieren Sie Ihre Bürger/innen und/oder die Medien zu solchen Anlässen.

Tipp: Stellen Sie immer einen Bezug zu Ihrer Gemeinde her. Berichten Sie zum Beispiel im Vorfeld des Tag des Fahrrades, was Sie in Ihrer Gemeinde für Radler/innen schon umgesetzt haben oder planen.



- 21.03. Tag des Waldes
- 2. Samstag im Mai: Weltladentag
- 05.06. Welt-Umweltag
- 22.03. Weltwassertag
- 03.05. Tag der Sonne
- 15.06. Tag des Windes
- 07.04. Weltgesundheitstag
- 01.06. Weltbauerntag
- 22.09. Autofreier Tag
- 25.04. Tag des Baumes
- 03.06. Tag des Fahrrads
- 05.12. Tag des Bodens

Weitere Aktionstage für Umwelt und Nachhaltigkeit finden Sie auf www.aktionstagekalender.at.

Earth Hour, immer Ende März: Die Earth Hour ist eine öffentlichkeitswirksame Kampagne zur Thematisierung des Stromverbrauchs. Für die weltweite Initiative des WWF kann in einem oder mehreren Gebäuden in der Gemeinde das Licht für eine Stunde ausgeschaltet werden. www.earthhour.at

Tag der Sonne, 3. Mai: Rund um den Tag der Sonne organisiert der Verband Austria Solar gemeinsam mit dem Klimabündnis eine Kampagne für Sonnenenergie. Für Gemeinden stehen kostenlose Angebote und Veranstaltungstipps zur Verfügung. Bei der europaweiten Initiative finden auch in Österreich jedes Jahr hunderte Veranstaltungen statt. Am effizientesten ist es, wenn Sie sich mit Schulen und/oder Betrieben in Ihrer Gemeinde zusammenschließen und gemeinsam die Bewerbung starten. www.tag-der-sonne.at

Tag des Windes, 15. Juni: Seit 2007 organisiert die europäische Windenergie-Vereinigung EWEA den europaweiten Tag des Windes, der mittlerweile als Global Wind Day weltweit gefeiert wird. Österreich war eines der ersten Länder, in denen dieser Tag bereits seit 2006 jährlich mit vielen Tausend Besuchern gefeiert wird. www.tagdeswindes.at

Europäische Mobilitätswoche, 16. bis 22. September: Seit 2002 findet jährlich die Europäische Mobilitätswoche mit dem Europaweiten Autofreien Tag am 22. September statt. Die größte Kampagne für sanfte Mobilität in Europa wird vom Klimabündnis koordiniert. Gemeinden erhalten Aktionsideen, Materialien, Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit und ein Gemeindepaket mit Informationsmaterialien zur Umsetzung von Veranstaltungen in der Gemeinde. www.mobilitaetswoche.at



Good-Practice Beispiel: Laa-Klick – Laakirchen, Oberösterreich

Laa-Klick ist ein ganzjähriges Projekt der Gemeinde Laakirchen zur Bewerbung von Alltagsradfahren. Monatlich wird zufällig ein/e Radfahrer/in fotografiert und es wird ihm/ihr ein Präsent (meist von einem Laakirchener Gewerbebetrieb gesponsert) überreicht. Er/sie wird auf dem Gemeindeinformationsblatt präsentiert und am Jahresende wird der Radler/die Radlerin des Jahres von den Bürger/innen gewählt.



Heidemarie Haslbauer, Stadtgemeinde Laakirchen: *„Laakirchen nimmt immer am Autofreien Tag bzw. an der Europäischen Mobilitätswoche teil. Wir wollten jedoch das Radfahren speziell für alltägliche Besorgungen und kurze Strecken ein ganzes Jahr zum Thema machen, vorbildliches Verkehrsverhalten prämiieren und die Bürger/innen durch die Wahl des Radlers/der Radlerin des Jahres miteinbeziehen.“*



Kontakt:

Mag. Heidemarie Haslbauer

T: 07613/8644-210

haslbauer@laakirchen.ooe.gv.at

Schritt 7: Organisieren Sie Klimaschutz-Veranstaltungen

- Informieren Sie Ihre Bevölkerung zu Klimaschutz-Themen mit eigenen Veranstaltungen.
- Greifen Sie auf Angebote und das Know-how von Partnerorganisationen zurück. Binden Sie auch lokale Gewerbetreibende, Vereine, Umweltschutzorganisationen mit Infoständen und vor allem Bildungseinrichtungen ein.
- Für Vorträge oder Info-Veranstaltungen gilt: Auch ein/e noch so spannende/r Referent/in allein reicht nicht. Ein Rahmenprogramm mit Musik, Verpflegung und der Einbindung von Schüler/innen macht den Erfolg aus!



Tipp: Nutzen Sie den Referent/innen-Pool von Umweltorganisationen. Ihre Klimabündnis-Regionalstelle berät Sie gerne.



Welche Veranstaltungen können Sie organisieren?

Filmbende: Präsentieren Sie Klimaschutz-Filme und verbinden Sie diese mit einer nachfolgenden Diskussion. Das Klimabündnis bietet Ihnen mit dem Projekt Klimakultur (siehe unten) Filme und Referent/innen.

Fachvortrag/Diskussion: Laden Sie Ihre Bürger/innen zu Diskussionsrunden ein. Expert/innen können neben Politiker/innen auch lokale Gewerbetreibende oder Vertreter/innen von Umweltschutz-Partnerorganisationen sein.

Infotag/Infoabend/Beratung: Informieren Sie Ihre Bürger/innen zu Themen wie Energiesparen, Erneuerbare Energieträger, biologische Gartenarbeit oder biologische Ernährung zu speziellen Terminen (Energietag, Umwelttag, Tag des Gartens etc.).

Tag der Offenen Tür/Exkursion: Lassen Sie Ihre Bürger/innen bei Klimaschutz-Projekten hinter die Kulissen blicken – das schafft Vertrauen. Bieten Sie Rundgänge an und/oder veranstalten Sie mit Nachbargemeinden Exkursionen zu mehreren Standorten.

Ausstellungen: Informieren Sie über Klimaschutz-Themen oder Klimaschutz-Projekte in Form von Ausstellungen. Binden Sie auch Schulen in die Vorbereitung ein.

Wettbewerbe: Machen Sie als Gemeinde bei überregionalen Wettbewerben mit, zum Beispiel bei Fahrrad-Wettbewerben wie Kilometerradln in Niederösterreich oder Fahr Rad in Vorarlberg. Laden Sie Ihre Bürger/innen ein und berichten Sie in Ihren gemeindeeigenen Medien darüber.

Tipp: KlimaKultur: Das Klimabündnis bietet Künstler/innen mit Klimaschutz-Programmen – von Theater, Kabarett, Puppenspiel, Tanz und Musik bis zu Zirkus oder Reise- und Erlebnisberichten. www.klimabuendnis.at/klimakultur



Tipps für Klimaschutz-Veranstaltungen

- Einkauf: Essen und Trinken sollten den Kriterien regional, saisonal, biologisch und/oder aus fairem Handel entsprechen.
- Bieten Sie auch fleischlose Alternativen.
- Entsorgung: Verwenden Sie wiederverwendbares Geschirr und Mehrweg- statt Einweggebinde (Dosen, Plastikflaschen).
- Weisen Sie bereits in der Einladung auf klimafreundliche Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsverbindungen oder per Rad hin.
- Die Veranstaltungsräumlichkeiten sollten möglichst dem Thema entsprechen: Gebäudestandard, energieeffiziente Geräte, Energiesparlampen usw.
- Auch bei bestehenden Veranstaltungen (z. B. Feuerwehrfest) können Sie diese Klimaschutz-Themen mitdenken und mittransportieren. Informieren Sie die Mitarbeiter/innen, Besucher/innen aber auch die Medien über Ihre Aktivitäten und weisen Sie auch bei der Bewerbung darauf hin.

Weitere Informationen und Tipps: www.greeneventsaustria.at





Good-Practice Beispiel: Sonnenfest – Mäder, Vorarlberg

Die Gemeinde Mäder führt seit mehr als 15 Jahren das Sonnenfest durch. Dabei werden alle Mitbesitzer/innen (über 1.000) der Photovoltaik-Anlage auf dem Dach der ÖKO-Mittelschule eingeladen. Das Fest wird zur Umweltbildung genutzt. Jedes Jahr darf ein anderer Mäderer Verein bewirten. Es werden nur biologische und regionale Produkte verwendet. Die Anreise erfolgt zu Fuß, mit dem Fahrrad und mit dem Öffentlichen Personen-Nahverkehr.



Kontakt:

Martina Glatthaar

T: 05523/52860-10

martina.glatthaar@maeder.at

Schritt 8: Erstellen Sie einen Jahres-Medienplan „Klimaschutz in meiner Gemeinde“



Ihre Medien- und Öffentlichkeitsarbeit wird noch effizienter, wenn Sie diese langfristig planen. Erstellen Sie einen Jahresplan, verschaffen Sie sich einen Überblick und planen Sie die Ressourcen und Meilensteine. Das kostet zwar zu Beginn etwas mehr Zeit, macht sich aber (auch zeitlich) später bezahlt.

Der Jahresplan im Schnellverfahren

Folgende Punkte sollten Sie bei der Jahresplanung berücksichtigen:

- Welche Themen wollen Sie dieses Jahr bevorzugt behandeln? Abfall, Energie, Mobilität, Einkauf, Ernährung, Gartengestaltung, Klimagerechtigkeit, Fairer Handel, Wohnen etc.
- Welche Maßnahmen wollen Sie bevorzugt setzen? Teilnahme am Tag der Sonne, Tipps in Gemeindezeitung usw.
- Wann soll die Maßnahme stattfinden bzw. wie lange soll sie dauern – ganzjährig, eintägig?
- Welche Zielgruppen sollen erreicht werden? Gesamte Bevölkerung, spezielle Gruppen (Autofahrer/innen, Kinder, Senioren u.a.)
- Wer kann / soll Projektpartner/in sein? Land, Umwelt-Organisationen etc.
- Welche lokalen Akteure sollen eingebunden werden? Schulen, Betriebe, Vereine etc.
- Wie können Sie die Vernetzung sicherstellen? Einladung umliegender Gemeinden, überregionaler Politiker/innen etc.
- Wie, wo und wann sollen die Maßnahmen beworben werden? Gemeindezeitung, Homepage, Flyer, Postwurfsendung, Presseaussendung (auch Nachbericht), Pressekonferenz etc.
- Wie hoch werden die Kosten sein? Sach- und Personalaufwand
- Wie sollen die Maßnahmen evaluiert werden? Anzahl der Berichte in der Presse, Zahl der Teilnehmer/innen, Zahl der Leser/innen.



Schritt 9: Binden Sie Bildungseinrichtungen in Ihre Klimaschutz-Aktivitäten ein

Warum macht es Sinn, Schulen und Kindergärten einzubinden?

- PädagogInnen können durch Ihre Expertise didaktische Konzepte aufbereiten, um Bildungsmaßnahmen kohärent und begreifbar zu machen.
- Schulen und Kindergärten verfügen über ein breites methodisches Repertoire. Durch dieses können Bildungsangebote lebendiger gestaltet werden und nachhaltiger wirken.
- Kinder sind neugierig, möchten alles wissen und erforschen. Gleichzeitig sind insbesondere kleinere Kinder (Kindergarten und Volksschule) noch nicht so geprägt, dass Gewohnheiten nur mehr schwer verändert werden können. An die Altersstufe angepasste Bildungsangebote entfalten daher eine stärkere Wirkung als bewusstseinsbildende Maßnahmen in späteren Jahren.
- Kinder bringen frischen Wind in Aktionen, berühren die Erwachsenen mit ihrem Klimaschutz-Engagement und ermöglichen öffentlichkeitswirksame Medienarbeit. Kinder machen Zukunftsanliegen greifbar.
- Durch die Zusammenarbeit mit Kindern erreicht man auch alle Personengruppen, die emotional mit ihnen verbunden sind (Lehrer/innen, Eltern, Großeltern etc.). Durch die Einbindung der Bildungseinrichtungen wird daher der größtmögliche Fokus in der Gemeinde erreicht.
- Schulen und Kindergärten organisieren Veranstaltungen und Kampagnen – so wird auch die Bevölkerung eingebunden.



Tipp: Im Mittelpunkt des Interesses erfolgreicher Vernetzung stehen nicht die Events sondern das gemeinsame Arbeiten am Thema „global denken – lokal handeln“. Wurden Maßnahmen umgesetzt, wurden die Inhalte erschlossen (sprich: verstanden), gibt das allen Beteiligten Mut und Kraft zum kontinuierlichen Weitermachen.

Informieren Sie sich über Klimaschutz-Aktivitäten Ihrer Bildungseinrichtungen

Schulen und Kindergärten sind teilweise schon seit Jahren punktuell im Klimaschutz aktiv.

Umweltbildung ist im Lehrplan verankert und kann als Anknüpfungspunkt für diese Bestrebungen genutzt werden. Wichtig ist es, die Bemühungen zu bündeln und die Schulentwicklung bzw. Erarbeitung eines Leitbildes in Richtung Bildung für nachhaltige Entwicklung voranzutreiben.

- Laden Sie Vertreter/innen der pädagogischen Teams Ihrer Bildungseinrichtungen zum Klimabündnis-Arbeitskreis oder zur Gemeinderatssitzung ein. Informieren Sie die Bildungseinrichtungen über geplante Gemeindeaktivitäten und suchen Sie nach gemeinsamen Synergien.
- Planen Sie die partizipative Einbindung aller Interessensgruppen in Ihre Klimaschutz-Aktivitäten ein (PädagogInnen, Kinder, Eltern etc.). Dadurch entstehen kreative Ideen, öffentliche Akzeptanz des Themas und eine hohe Motivation der Beteiligten.
- Bieten Sie Bildungseinrichtungen Ausstellungsraum in gemeindeeigenen Einrichtungen (Gemeindeamt, Bürger/innen- oder Kulturzentrum, Schaukasten).
- Nutzen Sie Ihre Gemeindemedien (Gemeindezeitung, Homepage, Newsletter) oder widmen Sie eine Sondernummer der Gemeindezeitung Ihren Bildungseinrichtungen und deren Klimaschutzaktivitäten.
- Kanalisieren Sie die Bemühungen auf den verschiedenen Ebenen in Ihrer Gemeinde und tragen Sie die Ergebnisse nach außen (Presseaussendung oder Presetermin des Bürgermeisters/der Bürgermeisterin in einer Bildungseinrichtung).

Motivieren Sie Ihre Bildungseinrichtungen an Nachhaltigkeitsnetzwerken teilzunehmen

Bildungseinrichtungen in Österreich haben verschiedene Netzwerke zur Auswahl, die beratend zur Seite stehen und begleiten (Österreichisches Umweltzeichen, ÖKOLOG, Klimabündnis-Schulen, Klimaschulen, Pilgrim etc.). Weisen Sie Ihre Schulen und Kindergärten auf diese Möglichkeit der Unterstützung hin.

Nachhaltigkeitsnetzwerke für Bildungseinrichtungen

In Klimabündnis-Schulen und Klimabündnis-Kindergärten werden Klimaschutz-Themen und die Bündnispartnerschaft in den Bildungsalltag integriert. Das Klimabündnis bietet Prozessbegleitung, Fortbildung, Unterrichtsmaterialien, Workshops, Vorträge und Klimaschutz-Projekte. www.klimabuendnis.at/schulen, www.klimabuendnis.at/kindergaerten

ÖKOLOG für Schulen ist das Basis-Programm des Unterrichtsministeriums zur Bildung für Nachhaltigkeit und Schulentwicklung. www.oekolog.at

Das Umweltzeichen ist eine Zertifizierung für Schulen. Die Themen sind Energie, Abfall-Entsorgung, Umweltmanagement und nachhaltige Schulentwicklung. www.umweltzeichen.at/cms/home/bildung/content.html

In Pilgrim-Schulen werden Spiritualität und Nachhaltigkeit verbunden. www.pilgrimschule.at

Das FORUM Umweltbildung unterstützt mit Workshops, Tagungen und Materialien bei der Umsetzung. Online gibt es unter www.umweltbildung.at/praxismaterialien eine kostenfreie Sammlung von Umsetzungsvorschlägen, Methoden, Projekten und Hintergrundinformationen zu Klimaschutzthemen. www.umweltbildung.at

Führen Sie gemeinsame Projekte und Aktionen durch

Die Breitenwirksamkeit von Aktionstagen und Kampagnen (siehe Schritt 6) steigt mit der Anzahl der beteiligten Bevölkerungsgruppen. Wenn Sie Ihre Bildungseinrichtungen (Kindergärten, Schulen) einbinden, schaffen Sie Erfolgserlebnisse und Stolz und erhöhen automatisch die Zahl der Teilnehmer/innen, da Sie über die Kinder und Jugendlichen auch deren Freunde, Bekannte und Verwandte erreichen. Neben den etablierten Aktionstagen können Sie auch andere bestehende bewusstsensiblen Aktionsideen des Klimabündnis aufgreifen.

- Energie-Bastelworkshop des Klimabündnis (z. B. Tag der Sonne am 3. Mai: Nach einem inhaltlichen Teil zum Thema „Energie – Was ist das?“, „Energiesparen“ und „Erneuerbare Energiequellen“ erstellen die Kinder kleine Basteleien, die ausgestellt werden können).
- Europaweite Klimameilen-Kampagne: Kindergartenkinder und Schüler/innen aus ganz Europa beteiligen sich jährlich (seit 2003 in Österreich) von März bis November an dieser Kampagne und sammeln umweltfreundliche Schul- und Kindergartenwege.
- Klimabündnis-Workshop „MOMO – Mobilität heute und morgen“: Aktiv und spielerisch setzen sich die Kinder mit dem Thema Mobilität auseinander und erfahren auf sinnlich-kreative und leicht verständliche Art Zusammenhänge zwischen dem Verkehr und unserer Umwelt.
- Straßenmalaktion „Blühende Straßen“: Statt grauem Beton und Asphalt sollen in der Mobilitätswoche Malereien von Blumen, Wiesen, Bäumen, Tieren, Teichen die Straßenflächen schmücken. „Blühende Straßen“ ist der Titel des Wettbewerbs, zu dem das Klimabündnis österreichische Schulen und Gemeinden aufruft.
- Pedibus: Der Pedibus ist ein Schulbus auf Füßen. Die Kinder gehen zu Fuß zum Kindergarten bzw. zur Schule und zurück. Begleitet werden sie von einer erwachsenen Person. Diese folgt einer vereinbarten Route und holt die Kinder zu bestimmten Zeiten an definierten Orten (Haltestellen) ab. Der Pedibus wird über einen begrenzten Zeitraum durchgeführt (z. B. die ersten Wochen im Schuljahr).
- Die Gemeinde als Lernort: Machen Sie Exkursionen zu Klimaschutzprojekten in der Gemeinde.
- BONUS-Programm: Die Gemeinde beteiligt eine Bildungseinrichtung an eingesparten Energiekosten.
- Kindergemeinderat: Kinder/Jugendliche bringen Klimaschutzideen im Gemeinderat ein.
- Solarcamp: Die Gemeinde unterstützt eine Bildungseinrichtung beim Selbstbau einer Solaranlage.

Tipp: Planen Sie gemeinsam mit den Bildungseinrichtungen am besten im Frühling, spätestens bis Juni für das kommende Schul- und Kindergartenjahr.



