

Umweltbildung im Fachzentrum Klimawandel Hessen

FZK

HERBERT REEH

Vorwort

Das vorliegende Konzept strukturiert und systematisiert die Aufgaben des Fachzentrums Klimawandel Hessen zur „Informationsvermittlung und zum Wissenstransfer“. Es dient als Hilfestellung für die

strategische Planung aller Aktivitäten und als Orientierungsleitfaden zum Erreichen der relevanten Zielgruppen.

Ziele der „Informationsvermittlung und des Wissenstransfers“

Das Fachzentrum Klimawandel Hessen (FZK) soll Wissen zu Klimaänderungen und Klimafolgen erzeugen, anwendungs- und nutzerorientiert aufbereiten und Akteuren aus der Wirtschaft, der Politik, der Verwaltung und der Gesellschaft zur Verfügung stellen. Dazu bereitet das FZK geeignete Konzepte und Anpassungsmaßnahmen vor. Solche Anpassungsstrategien gelingen nur durch das Zusammenwirken vieler Akteure (Kommunen, Institutionen, Fachexperten) und nicht zuletzt durch die Aktivitäten der Bürgerinnen und Bürger. Daher besteht eine explizite Aufgabe des Fachzentrums Klimawandel Hessen in der Gewährleistung einer aktuellen Information der Zielgruppen bezüglich der regionalen Auswirkungen des Klimawandels. Hierfür soll das Kommunikationskonzept

- a) für einen intensiven fachlichen Informationsaustausch und
- b) für das Übersetzen fachlicher Informationen in allgemein verständliche Zielgruppen orientierte Informationen sorgen.

Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit wird die Arbeit des FZK regional und überregional bekannter und

profiliert gemacht. In gleichem Maße soll jedoch Informationsvermittlung auch nach innen wirken, d. h. Mitarbeiter/innen, Angestellte und Gremien der Länderbehörden sollen informiert und zum Engagement motiviert werden. Dies geschieht durch gezielte öffentlichkeitswirksame Darstellung der Arbeitsergebnisse des FZK, des sich fortentwickelnden wissenschaftlichen Kenntnisstandes sowie der Ziele und Maßnahmen der Landesregierung.

Im Kern dient das Konzept der „Informationsvermittlung und des Wissenstransfers“ der Veröffentlichung, Pflege und Förderung der Aktivitäten und Beziehungen des FZK. Primäres Ziel ist jedoch nicht nur die Weiterentwicklung des Images, sondern der umfassende und zielgruppengerechte Wissenstransfer.

Wissenstransfer beinhaltet damit auch die Etablierung einer Plattform für den Wissensaustausch, die den Aufbau eines landesweiten Netzwerks beschleunigt und die Nutzung von Synergien ermöglicht.

Zielgruppen des FZK

Eine zentrale These des FZK und nahezu aller Fachexperten für Fragen des Klimawandels ist: „Der Klimawandel betrifft uns alle!“. Aufgrund dieser einfachen Tatsache, beantwortet sich bereits die Frage nach den Zielgruppen des Informations- und Wissenstransfers: es sind alle Bürgerinnen und Bürger, die kommunalen und landesbehördlichen Dienststel-

len mit ihren Mitarbeiter/innen, die Medien, die Fachwissenschaft und insbesondere alle Personen mit Leitungs- und Entscheidungsbefugnissen.

Um einer solch umfassenden Zielgruppenarbeit gerecht werden zu können, bedarf es einer möglichst spezifizierten Teilgruppenbeschreibung. Je klarer

Tab. 1: Gewünschte und beabsichtigte Aktivitäten des Fachzentrums Klimawandel in Kooperation mit der Klimaanpassungsakademie Kassel.

Jahresplanung Fachzentrum Fachzentrum Klimawandel/Klimaakademie, 2010					
	Alter / Stufe	Dauer	Größe (Anzahl Personen)	Organisationspartner	Anzahl Veranstaltungen
Klimaexpedition	Sek I und II	2 x 90 min	2 x 30	SSA/Schule	20 (6/6/7)
Klimamobil	GS	1 x 90 min	2 x 20	SSA/Schule	10 (2 x 5 Tage Juni 2010)
Klimakasper	Kita / GS		2 x 20		
Kinder Uni Klimawandel	8–12 J.	2 x 45 min	2 x 200	Stadt	3 in Nordhessen
Multivision	Sek I und II	3–4 x 60 min	500	Schule	
Klimaboot	Sek I		200		30 (10/10/10)
Lernkiste Klima	3./4. Klasse		1. Klasse/mehrfacher Satz		
KlimaClip					
Leuchtpol	Kita/ Erzieherinnen				
KlimaKids					
KinderKlima-Konferenz	GS	1.7.2010			3 x 5 GS (NH, MH, SH)
Klima3-Netzwerk					
Klimaempfang Hessen	Klimaaktive				
Klimaempfang Landesvertretung in Berlin	im Rahmen von Klima-Boot				
Klimatage	Klimaaktive				
Kinoreihe „Klimawandel“	Bauherren etc.			Kommunale Kinos	
Elternarbeit/ Verbrauchergruppen				GS Obervorschütz SEK / ev. Kirche WMK	
Fördertopf Microprojekte				HMUELV / HMK	

wir einzelne Zielgruppen vor Augen haben, je direkter wir Informationstransfer auf deren Bedürfnisse zuschneiden und mit deren Sprache kommunizieren, desto eher fühlen diese sich angesprochen und reagieren auf unsere Angebote, Vorschläge und Hinweise.

Die differenzierten Zielgruppen, die durch kommunikative Maßnahmen des FZK erreicht werden sollen, sind:

- Fachöffentlichkeit
- Medien
- Schule (verschiedene Formen und Zielgruppen)
- Kinder + Jugendliche
- Universität (verschiedene Formen und Zielgruppen)

- breite Öffentlichkeit
- Vereine, Institutionen und Verbände
- Unternehmen + Wirtschaft
- Landes- und Kommunalbehörden

Ein Hilfsmittel zum differenzierten Erreichen heterogener Zielgruppen ist die Nutzung einer Matrix, die die Kommunikationsinstrumente und die Zielgruppenspezifizierungen tabellarisch erfasst. Diese Matrix der Instrumente und Zielgruppen systematisiert alle kommunikativen Aktivitäten unter Berücksichtigung der jeweiligen Zielgruppen. Durch die Matrix lässt sich auch die „Informationsvermittlung und der Wissenstransfer“ über mehrere Jahre hinweg strategisch planen. Abb. 1 zeigt die Matrix-Schablone, sowie die einzelnen Instrumente.

Instrumente der „Informationsvermittlung und des Wissenstransfers“

Die vorgestellte Instrumenten/Zielgruppenmatrix hilft bei der strategischen Planung der Öffentlichkeitsarbeit. Damit ist auf einem Blick ersichtlich, wer mit welchem Instrument erreicht wird und wie viel Ressourcen dafür nötig sind. Die Frage ist immer: Für wen eignet sich welches Instrument?

Zudem lassen sich mit der Matrix die Kommunikationsinstrumente effektiv einsetzen. Die einzelnen Instrumente besitzen einen oder mehrere Wirkeffekte.

- Informationsorientierte Instrumente
- Handlungsstiftende Instrumente
- Imageorientierte Instrumente
- Vernetzende Instrumente

Nur bei einer klaren Zielsetzung, was mit einer Aktion der Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden soll, gelingt es auch die passenden Instrumente dafür auszuwählen.

- Mit welchem Instrument sollen welche Inhalte kommuniziert werden?
- Welche Resonanz erwarten wir uns bzw. wie aktivierend wirkt die Maßnahme?

Für alle Instrumente und die dort untergliederten konkreten Maßnahmen sind auch immer die dafür benötigten Ressourcen in die Überlegungen mit ein-

zubeziehen. Mit Ressourcen sind nicht nur finanzielle Mittel gemeint, sondern auch zeitliche Ressourcen von Mitarbeiter/innen (z. B. Zeit für Erstellung einer Presseerklärung, das Entwickeln und Halten eines Vortrags oder Gremien- und Juryarbeit). Gerade bei den erklärten Zielsetzungen des FZK rückt jedoch das für private und öffentliche Institutionen wichtige Kosten-Nutzen-Verhältnis in die zweite Reihe. Um einen intensiven Informationstransfer und eine enge Zusammenarbeit mit den in Hessen auf dem Gebiet des Klimawandels tätigen Kommunen, Institutionen und Fachwissenschaftler zu gewährleisten, steht der Nutzen des Instruments sicherlich oft vor dem Kostenfaktor.

Durch die Arbeit mit der Matrix über mehrere Jahre hinweg, können zudem in Zukunft die Erfahrungen mit den unterschiedlichen Instrumenten im Aufgabenbereich des FZK gesammelt werden, so dass ein nachhaltiger Erfahrungsspeicher entsteht.

Hinter jedem Instrument verbergen sich viele einzelne Teilinstrumente, die durch konkrete Maßnahmen den jeweiligen zu erreichenden Zielgruppen zugeordnet werden kann. Die Instrumente unterteilen sich in folgende kommunikative Hauptmaßnahmen:

- Pressearbeit
- Interne Printmedien
- Externe Printmedien
- Merchandising
- Direktansprache
- Elektronische Medien
- Events, Aktionen
- Vernetzung

Unter Pressearbeit versteht sich der Einsatz klassischer Materialien für die Information von Journalisten (Presseerklärung, Pressemitteilung, Info-Mappe, Pressekonferenz u. a.).

Das Instrument der internen und externen Printmedien nutzt die Möglichkeit der Verbreitung von Printerzeugnissen für die eigene Öffentlichkeitsarbeit. Interne Printmedien sind jene, die im eigenen Haus und in Partnerschaft mit anderen erzeugt und produziert werden können (Broschüren, Faltblätter, Plakate, aber auch eigene Schriftreihen und Bücher). Unter externen Printmedien versteht sich die Nutzung von Fachzeitschriften, Zeitungen und Magazinen. Hierbei wird versucht, die eigenen Informationen mit Hilfe von Fachartikeln, Leserbriefen oder Anzeigen an die breite Öffentlichkeit zu kommunizieren.

Mit Merchandising-Produkten wie Give-aways, Kappen, Kalender oder ähnliche Materialien mit einem Alltagswert, sollen die Kommunikationsziele und die Aktivitäten des FZK in Erinnerung der Betrachter dieser Erzeugnisse gerufen werden.

Direktansprache ist eine aufwendige aber sehr effektive Methode der Öffentlichkeitsarbeit. Personen, die für die Kommunikation oder für die Umsetzung bestimmter Informationen als besonders relevant betrachtet werden, können gezielt per E-Mail, Telefon oder Postzustellung kontaktet und informiert werden. Diese Form des Informations- und Wissenstransfers hat einen sehr persönlichen und daher authentischen Charakter. Pressegespräche mit Journalisten sollten gut vorbereitet durchgeführt werden. Die Direktansprache gelingt aber nur, wenn die beiden miteinander kommunizierenden Perso-

nen sich persönlich bekannt sind und bei verschiedenen Gelegenheiten sich persönlich treffen. Daher gehört zu der Direktansprache auch das persönliche Gespräch bei Fachveranstaltungen oder Empfängen.

Events- und Aktionen stellen ein Kernstück moderner Kommunikationsarbeit dar, sowohl auf rein fachlicher Ebene als auch für Infotainment-Veranstaltungen zum Erreichen breiter Öffentlichkeiten. Daher handelt es sich bei diesem Instrument um Veranstaltungen, die sich von der Organisation einer Fachmesse, über das Angebot von Bildungsmaßnahmen bis hin zur Ausschreibung von Videowettbewerben erstreckt.

Insbesondere für die Aktivitäten des FZK ist ein auf Vernetzung gerichteter Informations- und Wissenstransfer von übergeordneter Bedeutung. Bei Aktivitäten mit dieser Zielrichtung geht es oft gar nicht um aufwendige und teure Kommunikationsmaßnahmen, sondern vielmehr um das Schaffen von Anlässen zum Kennenlernen, das Bereitstellen von Kommunikationsplattformen und das vertragliche Vereinbaren von Kooperationen.

Die intensive Nutzung elektronischer Medien kann heutzutage kaum noch als einzelnes differenziertes Instrument beschrieben werden. Bei fast allen bereits vorgestellten Instrumenten spielen Aspekte der elektronischen Medien eine entscheidende Rolle. Unter der Bandbreite der elektronischen Medien lassen sich die alten Medien wie Radio, Fernsehen und Kino subsumieren. Mit neuen Medien kann dagegen die Nutzung des Internets, menügesteuerter DVD's und moderner Info-Screenings gemeint sein. Nahezu alle Erzeugnisse der Pressearbeit, der internen und externen Printerzeugnisse, einige Kanäle der Direktansprache, die Planung, Bekanntmachung und Durchführung von Events und Aktionen sowie die Herstellung und Aufrechterhaltung informeller Netzwerke bedienen sich der Möglichkeiten elektronischer Medien und sind ohne sie kaum noch denkbar. Von daher handelt es sich bei diesem Instrument um ein Meta-Instrument, welches Querbezüge zu allen anderen Instrumenten unterhält.

Qualitätssicherung

Maßnahmen der Qualitätssicherung dienen dazu, die Aktivitäten der „Informationsvermittlung und des Wissenstransfers“ regelmäßig zu überprüfen. Sie beinhalten daher die Überprüfung, mit welchem Erfolg die geplanten Maßnahmen und Aktionen umgesetzt wurden. Zudem kann die Qualitätssicherung dazu dienen in regelmäßigen Abständen die Wirksamkeit des gesamten Öffentlichkeitskonzeptes zu untersuchen und ggf. einzelne Instrumente zu modifizieren, zu streichen oder zu ergänzen. Die dadurch gewonnenen Erfahrungen können für zukünftige Maßnahmen des Informations- und Wissenstransfers genutzt werden.

Als Formen der Qualitätssicherung können sowohl interne und als auch externe Evaluationen genutzt werden. Zu den internen Methoden zählt die Sichtung und Überarbeitung von Print- und Medienezeugnissen, die Pflege des Pressespiegels und des Presseverteilers und unter Umständen auch die Bildung und Auswertung geeigneter Kennzahlen zur Öffentlichkeitsarbeit:

- Anzahl Presseerklärungen
- Besuche der Internetseite
- Anzahl der Anfragen
- Dichte der Vernetzung
- Qualität der Kooperationen u. ä.

Zu den externen Methoden gehören alle Methoden der Marktforschung, z. B. gezielte Befragungen ausgewählter Zielgruppen, ungerichtete Umfragen als auch qualitative Verfahren zur Wirksamkeit der Kommunikationsmaßnahmen. Mit der Durchführung solcher komplexen qualitativen Verfahren der Qualität-

s-entwicklung und -sicherung müssen, um die Neutralität der Ergebnisse zu wahren, externe wissenschaftliche Institutionen beauftragt werden.

Am Ende des Textes finden Sie beispielhaft Aktivitäten, die in Kooperation mit der „Klimaanpassungsakademie Kassel“ im nordhessischen Raum umgesetzt wurden und werden. Besondere Leuchtturmprojekte waren die Veranstaltungen zum „Klimaboot“ im Beisein des Herrn Staatssekretärs und die Durchführungen der Kinder-Universitäten in Homberg (Efze) und Korbach, wo zum Teil über 230 SchülerInnen an einer „Vorlesung“ teilnahmen. In Mittelhessen werden wir in 2010 mit der „Naturschutzakademie Wetzlar“ kooperieren, in Osthessen mit dem „Umweltbildungszentrum Fulda“, im Rhein-Main-Gebiet mit dem „Verein Umweltlernen in Frankfurt“ und im südhessischen Raum mit den Akteuren von „Klara-Net in Darmstadt“.



Abb. 1: Von links nach rechts: Herr Gerst, Hessenforst, Herr Lerch, Schulleiter, Sts Weinmeister, Frau Fiedler, Hessenforst, Herr Reeh, FZK, Frau Janz, Stadtschuldezernentin.

Im Verbund die Klimacharta unterzeichnet

KORBACH. Bei der Kinder-Uni in Korbach haben die sieben Bürgermeister des Kommunalen Serviceverbundes Eisenberg die Charta „100 Kommunen für den Klimaschutz“ unterzeichnet. Die Charta wurde bei einem Projekt der Nachhaltigkeitsstrategie ins Leben gerufen. Das Land Hessen sucht 100 Städte und Gemeinden, die sich mit der Unterzeichnung dafür einsetzen, den Energieverbrauch in öffentlichen Gebäuden und den Ausstoß von Treibhausgasen zu reduzieren sowie verstärkt erneuerbare Strom- und Wärmeerzeugung einzusetzen.

Bei der Unterzeichnung in der Stadthalle war Edgar Freund vom Hessischen Umweltministerium anwesend. Zum Serviceverbund Eisenberg gehören die Städte und Gemeinden Diemelsee, Korbach, Lichtenfels, Medebach, Vöhl, Waldeck und Willingen. „Es ist im Interesse unserer Kinder wichtig, die rasante Entwicklung des Klimawandels aufzuhalten“, waren sich alle sieben Bürgermeister bei der Unterzeichnung der Charta einig. (aha)

Korbach

Chöre proben

GOLDHAUSEN/NORDENBECK. Die gemischten Chöre Goldhausen und Nordenbeck treffen sich am heutigen Dienstag um 20 Uhr zur Gemeinschaftsprobe im Dorfgemeinschaftshaus Nordenbeck (bitte Fahrgemeinschaften bilden).

Diabetikertreff

KORBACH. Der Diabetikertreff beginnt heute, 19.30 Uhr, im



Geht die Flamme der Kerze jetzt tatsächlich aus? Stefan Rötzel von der Universität Kassel und seine gespannten Nachwuchsforscher bei einem Experiment mit Luft und Kohlendioxid in der Korbacher Stadthalle. Foto: Hermann

Tuvalu vor dem Untergang

Sondervorlesung der Kinder-Uni zum Thema Klimaschutz und globale Erwärmung

VON ANDREAS HERMANN

KORBACH. Tuvalu ist eine Insel, die am höchsten Punkt nur fünf Meter über dem Meeresspiegel liegt. Wenn dieser weiter steigt, wird das Eiland bald im Meer versinken. Schon jetzt haben die Bewohner immer häufiger mit Überschwemmungen zu kämpfen. Sie sind hautnah vom Klimawandel betroffen, obwohl es dort nur eine Handvoll Autos und keine einzige Fabrik gibt.

„Oh wie schön ist Tuvalu!“ lautete der Titel der Kinder-Uni-Sondervorlesung am Montagabend in der Korbacher Stadthalle. Am Beispiel der kleinen Insel im Pazifischen Ozean erklärte Stefan Rötzel, wissenschaftlicher Mitarbeiter im Zentrum für Umweltsystemforschung der Universität Kassel, die Wirkungsweisen des Klimawandels und der globalen Erwärmung.

Die Folgen davon sind auf Tuvalu, aber natürlich auch

bereits bei uns festzustellen, erfuhren die mehr als 200 emsigen Nachwuchsstudenten.

Kooperation

Die Sondervorlesung war eine Kooperation des Kommunalen Serviceverbundes Eisenberg und des Hessischen Landesamtes für Geologie und Umwelt in Zusammenarbeit

mit der Universität Kassel. Den Kindern wurden altersgerecht die Zusammenhänge veranschaulicht, die zu der globalen Erwärmung führen. Einige durften Fragen beantworten oder gar bei Experimenten mitmachen. Als Überraschungsgast tauchte nach der Kinder-Uni-Stunde der Nikolaus auf. **BERICHT LINKS**

Abb. 2: In zwei Vorlesungen informierten sich weit über 400 sehr interessierte Schülerinnen und Schüler im Rahmen der Kinder-Uni zum Thema Klimawandel, Klimaschutz und Klimaanpassung. Quelle: HNA vom 8.12.2009.