

PRAXISBEISPIEL: STADT MANNHEIM

MANNHEIM AUF KLIMAKURS – Markenzeichen für den Klimaschutz

Einwohnerzahl, Lage

Ca. 336.000 Einwohnerinnen und Einwohner, Kreisfreie Stadt, Baden-Württemberg

„Kurz gefasst“



Mannheim setzt ein Markenzeichen im Klimaschutz mit der Strategie- und Kommunikationskampagne MANNHEIM AUF KLIMAKURS. Der KLIMAKURS holt jeden individuell in den Aktionsfeldern: VORBILD STADT, ENGAGIERT VOR ORT, ZUKUNFT QUARTIER, AKTIVE UNTERNEHMEN vor Ort ab. Ob Haushalte auf der "EnergieExtraTour", bei den "Klimahelden" in Schulen, beim Umweltpreis "Einfälle statt Abfälle" oder zum "Klimafrühstück" im Büro. Die kreative Marke für den Klimaschutz ist auf allen Kanälen präsent. Aktionen zur Mitarbeitermotivation wie "FlurfunkE" oder die Mobilitätsaktion "Spar dir dein Auto!" auf der Suche nach Umsteigern zeugen von der einfallsreichen Teamarbeit im Klimaschutz. In Mannheim sitzen alle in einem Boot und machen den KLIMAKURS zum nachhaltigen Stadtgespräch.

Projekthintergrund

Die Dachmarke MANNHEIM AUF KLIMAKURS wurde als Klimaschutzstrategie und einheitliche Kommunikationskampagne für alle Klimaschutzaktionen und Projekte in der Stadt ins Leben gerufen. Zentral für das städtische Handeln ist die Wahrnehmung des Klimaschutzes als Querschnittsthema, bei dem die gesamte Stadtverwaltung Verantwortung übernimmt und die Vorbildfunktion der Kommune mit der Stärkung des Klimaschutzbewusstseins in der Bevölkerung verknüpft wird. Ziel ist es, Klimaschutz sichtbar zu machen, Akteure zu vernetzen und neue Partner zu gewinnen. Hauptakteur ist die Klimaschutzleitstelle der Stadt, wichtigster Kooperationspartner ist die Klimaschutzagentur Mannheim.

Umsetzung

Um kommunikativ erfolgreich zu sein und eine tatsächliche Mitwirkmentalität zu entwickeln, reicht es nicht, nur über Klimaschutz zu reden. Mit MANNHEIM AUF KLIMAKURS wurde eine Strategie und Kommunikationskampagne entwickelt, die vielfältig und kreativ ist, die Spaß macht und motiviert sowie lokal einen Sinn ergibt. In Mannheim bringt man individuell maßgeschneiderte Angebote zum Mitmachen vor Ort. Diese Anstrengung spiegelt sich in der Fülle der Ansatzpunkte und der Kreativität der Kommunikation wider, sei es durch Mitmach-Aktionen in der Fußgängerzone, Klimafrühstück in der Verwaltung, Thermografiebilder für Hauseigentümer oder witzige Aktionspostkarten in Kneipen – das Markenzeichen MANNHEIM AUF KLIMAKURS wurde medienwirksam gesetzt.

Projekt „Malen für den Klimaschutz“



Aktion „Spar dir dein Auto!“



Zu Beginn wurden dazu zunächst vier zentrale Handlungsfelder definiert: 1. VORBILD STADT betrifft die Vorbildfunktion der Stadt von den eigenen Liegenschaften bis zur klimafreundlichen Stadtentwicklung; 2. ZUKUNFT QUARTIER spricht z.B. mit Förderprogrammen zur Dachbegrünung oder zur energetischen Sanierung alle Akteure für die Umsetzung von integrierten Quartierskonzepten an und vernetzt diese; 3. ENGAGIERT VOR ORT aktiviert private Haushalte, Schüler, Sportler, Gärtner usw. am Ort ihres Wirkens, z.B. mit „Klimahelden“, „Baumpaten“ oder „Spar dir dein Auto!“; 4. AKTIVE UNTERNEHMEN gewinnt lokale Unternehmen für den Umwelt- und Klimaschutz, z.B. „Energiekarawane im Gewerbegebiet“ oder der Wettbewerb „Wirtschaften für die Zukunft“. Eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit, die mit umfassendem Kampagnenmaterial kreativ auf allen Kanälen präsent ist, dient dem Erfolg der Strategie. Das Logo der Marke MANNHEIM AUF KLIMAKURS zeigt sich bei allen Aktionen und Projekten und sorgt so dafür, dass die Klimaschutzaktivitäten in der Stadt sichtbar sind.

Projektzeitraum

Seit 2015 laufend

Effekte

Das Ziel der Kampagne MANNHEIM AUF KLIMAKURS wurde aus Sicht der Stadt erreicht. Es hat sich als Markenzeichen herumgesprochen, dass eine Teilnahme besondere Resonanz und Beachtung findet. Letztendlich kann der Erfolg auch über die Teilnahme an den Aktionen gemessen werden. Im Jahr 2016 haben über 2.000 Mannheimer aktiv an einzelnen Projekten von MANNHEIM AUF KLIMAKURS teilgenommen; in den Quartieren wurden ca. 20.000 Menschen erreicht. Aus den Entwicklungen der Energie- und CO₂-Bilanz lässt sich ableiten, dass die Aktivitäten maßgeblich den Mannheimer Klimakurs zum CO₂-Minderungsziel von 40 % bis 2020 beeinflussen.

Projektpartner und -beteiligte

Kampagne: Klimaschutzagentur Mannheim; Aktionen: viele Kooperationspartner

Finanzierung

Die Finanzierung der Kampagne wurde im Rahmen der vorhandenen Sach- und Personalmittel für den Klimaschutz gestellt. Teilweise haben Kooperationspartner die Aktionen vor Ort unterstützt und für einige Projekte konnten auch Fördermittel des Landes oder Bundes eingeworben werden.

Ansprechpartner/-in

Agnes Schönfelder
Klimaschutzleitstelle | Fachbereich Grünflächen und Umwelt
Collinstraße 1, 68161 Mannheim
Telefon: 0621 293-537, E-Mail: agnes.schoenfelder@mannheim.de

© Deutsches Institut für Urbanistik

Die Veröffentlichung der Praxisbeispiele erfolgt im Rahmen des Projekts KlimaPraxis. Das Projekt wird aus Mitteln der Nationalen Klimaschutzinitiative des Bundesumweltministeriums gefördert und dient der Information, Motivation und Vernetzung von Kommunen zum Thema Klimaschutz.

Stand: April 2017

Fotos: Stadt Mannheim

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

