

## Stadt Heidelberg

Federführung:

Dezernat I, Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie

Beteiligung:

Betreff:

**Sachstand des EU-Klimaschutzprojektes  
"ENGAGE"**

# Informationsvorlage

Beratungsfolge:

Gremium:	Sitzungstermin:	Behandlung:	Kenntnis genommen:	Handzeichen:
Umweltausschuss	01.12.2010	Ö	( ) ja ( ) nein	

**Inhalt der Information:**

*Der Umweltausschuss nimmt die Information über das EU-geförderte, internationale Kooperationsprojekt „ENGAGE“ zur Kenntnis.*

## A. Prüfung der Nachhaltigkeit der Maßnahme in Bezug auf die Ziele des Stadtentwicklungsplanes / der Lokalen Agenda Heidelberg

### 1. Betroffene Ziele des Stadtentwicklungsplanes

Nummer/n: (Codierung)	+ / - berührt:	Ziel/e:
<b>UM 1</b>		Umweltsituation verbessern
<b>UM 4</b>	+	Klima- und Immissionsschutz vorantreiben
<b>UM 8</b>		Umweltbewusstes Handeln und Eigeninitiative fördern
		<b>Begründung:</b> Das ENGAGE-Projekt greift die Heidelberger Klimaschutzkampagne auf. Ziel des Projektes ist die Heidelberger Bürgerinnen und Bürger zum Klimaschutz im privaten Bereich zu motivieren.
<b>SOZ 3</b>	+	Solidarität und Eigeninitiative, Selbsthilfe und bürgerschaftliches Engagement fördern
		<b>Begründung:</b> Im ENGAGE-Projekt sollen Kommunikationsinstrumente entwickelt und erprobt werden (zum Beispiel Online-Klimaschützer-Galerie).

### 2. Kritische Abwägung / Erläuterungen zu Zielkonflikten:

keine

## B. Begründung:

Im Jahr 2007 wurde der Startschuss für die neue Klimaschutzkampagne gegeben. „Klima sucht Schutz in Heidelberg...auch bei Dir!“ ist seitdem der neue Slogan der stadtweiten Klimaschutzkampagne. Ziel der Kampagne ist es daher, die Heidelberger Bürgerinnen und Bürger zu motivieren, durch viele kleine Veränderungen im Alltag Einfluss auf die drohende Klimaveränderung zu nehmen, denn mit rund 30 Prozent der städtischen CO<sub>2</sub>-Emissionen tragen die privaten Haushalte einen großen Anteil am gesamtstädtischen CO<sub>2</sub>-Ausstoß.

### ENGAGE-Projekt

Am 1. Juni 2010 startete das Klimaschutzprojekt ENGAGE der Europäischen Union.

Ziel des Projekts ist es, europaweit das bürgerschaftliche Engagement für den Klimaschutz zu verstärken. Zwölf EU-Kommunen wirken an dem Projekt mit und werden unter anderem die Klimaschutzaktivitäten der Stadt Heidelberg analysieren. Heidelbergs Status als Pilot-Stadt spiegelt dabei die Vorreiterrolle im Bereich lokaler Klimaschutzkampagnen wieder. Im Vordergrund stehen der EU-weite Konvent der Bürgermeister und die Umsetzung der damit verbundenen Klimaschutz-Ziele. Verstärkt sollen die Bürgerinnen und Bürger und öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Sportvereine in die Energiepolitik eingebunden und so die CO<sub>2</sub>-Einsparziele erreicht werden.

Das Projekt hat eine Laufzeit von 30 Monaten und wird zu 75 Prozent in Form von Personalkostenübernahme finanziell gefördert. Die restlichen 25 Prozent werden von der Stadt Heidelberg getragen, wobei sich das Projekt hervorragend in die laufende Klimaschutzkampagne Heidelbergs integriert.

Die internationale Projektkoordination obliegt Energy Cities. Das Amt für Umweltschutz, Gewerbeaufsicht und Energie übernimmt innerhalb der Stadt Heidelberg die

Koordinationsaufgabe. Ansprechpartner sind Herr Krohn (Energieabteilung) und Frau Lachenicht (Agenda-Büro).

Die offizielle Kick-off-Veranstaltung hat am 1. und 2. Juli in Heidelberg stattgefunden.

Folgende Städte neben Heidelberg sind am ENGAGE-Projekt beteiligt: Växjö (Schweden), Helsinki (Finnland), Liège (Belgien), Ivanic-Grad (Kroatien), Pamplona (Spanien), Leicester (England), Heerlen (Niederlande), Bielsko Biala (Polen), Rimini (Italien), Oeiras (Portugal), Rennes (Frankreich). Koordinator des Projektes ist das Städtenetzwerk Energy Cities. Langfristig sollen die Erfahrungen der zwölf Kommunen auf 150 europäische Städte ausgeweitet werden.

### **1. Phase: Analyse der Heidelberger Klimaschutzkampagne**

Im Rahmen des ENGAGE-Projektes wurde von Energy Cities futerra – eine internationale PR- und Kommunikations-Agentur – beauftragt, die Heidelberger Klimaschutzkampagne zu analysieren. Futerra berät Ihre Kunden in den Bereichen Nachhaltigkeit und Klimaschutz.

Die Analyse bescheinigt der Heidelberger Klimaschutzkampagne Erfolg in unserer Ausrichtung, den Bürgerinnen, Bürgern die Themen Energie, Klima und Umwelt ins Bewusstsein zu rufen. Insgesamt 486 Bürgerinnen, Bürger und diverse Interessengruppen bekannten sich im ausgewerteten Zeitraum (Mai 2007 bis November 2008) jeweils mit ihren persönlichen Testimonials zum Klimaschutz, 289 Plakate wurden erstellt und in der Stadt bei verschiedenen Veranstaltungen und online auf der Heidelberger Klimaschutz-Internetseite präsentiert. Ca. 10.000 Personen nahmen im Rahmen dieser Kampagne bei verschiedenen Veranstaltungen teil. Die Kampagnen-Website besuchten in diesem Zeitraum 20.785 Personen und es erschienen 56 Presseartikel.

Die größten Stärken der Kampagne liegen im kreativen visuellen Ansatz und in den vielfältigen Aktivitäten. Insbesondere die Verwendung von mehreren Kommunikationssträngen und der Ansatz, kreative Aktionen wie zum Beispiel die Fahrradaktion und die Eisblockwette neben der traditionellen Berichterstattung einzusetzen, wurden im Rahmen der Analyse positiv bewertet. Auch die Einbindung politischer Gruppen und Personen, Wirtschaftsvertreter und anderer prominenter Interessengruppen, sind ein Erfolgsgarant für die Kampagne.

Auf Basis der Analyse, die in einem rund 60 seitigen englischsprachigen Bericht dokumentiert ist, wurden für Heidelberg als Pilot-Stadt und den 11 Partnerstädten Empfehlungen erarbeitet, die in die Implementierung auf Europäischer Ebene einfließen sollen.

### **2. Phase: Durchführung einer Europäischen Klimaschutzkampagne**

In der nächsten Phase sollen diese Empfehlungen in der Praxis geprüft und in die lokalen Klimaschutzkampagnen integriert werden. Für die 12 Partnerstädte liefert die Analyse eine Grundlage zur Erstellung Ihrer eigenen Kampagnen. Dazu wird auch ein gemeinsames Layout erstellt, das sich stark am Design der lokalen Heidelberger Klimaschutzkampagne orientieren wird.

Ergänzend dazu wird eine ENGAGE-Website erstellt, die es allen Partnerstädten ermöglicht im Rahmen ihrer Aktivitäten Poster von Klimaschützern entsprechend dem Heidelberger Vorbild über ein Online-Tool direkt in das ENGAGE-Kampagnen-Design zu bringen.

Diskutiert wird auch, wie man den Energieverbrauch der Klimaschützer messbar machen kann. Eine Möglichkeit dafür liefert der neue Heidelberger CO<sub>2</sub>-Spiegel (<http://www.heidelberg.de/co2spiegel>) – ein Online-Tool, mit dem jeder Bürger seine persönliche CO<sub>2</sub>-Bilanz ermitteln kann. Hier ist Heidelberg bereits aktiv geworden und hat den CO<sub>2</sub>-Spiegel auf der Umweltmesse TREND 2010 erstmalig in Verbindung mit der Klimaschutzkampagne erfolgreich eingesetzt.

### **3. Phase: Evaluierung der Kampagnen**

In einem letzten Schritt werden die Kampagnen ausgewertet und der Erfolg und die Auswirkungen auf den lokalen Klimaschutz messbar gemacht.

Energy Cities plant die Kampagne auf weitere europäische Städte auszuweiten. Somit wird auch die Heidelberger Klimaschutzkampagne Vorbild für weitere europäische Städte.

gezeichnet

Dr. Eckart Würzner