

6. KOMMUNIKATIONSSTRATEGIE

Die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie ist von zentraler Bedeutung für die Stadt Brühl, um ihr Klimaanpassungskonzept erfolgreich umzusetzen und die Bevölkerung aktiv einzubeziehen. In Zeiten des Klimawandels ist es unerlässlich, dass Maßnahmen und naturbasierte Lösungen zur Klimafolgenanpassung von verschiedenen Beteiligten, wie der Bevölkerung, Unternehmen, Vereinen oder der Stadt unterstützt und umgesetzt werden. Genau wie der Klimaschutz ist auch die Klimafolgenanpassung eine gemeinschaftliche Aufgabe. Indem die Notwendigkeit und der Mehrwert der Klimaanpassung und einer nachhaltigen Stadtentwicklung vermittelt werden, kann die Kommunikationsstrategie dazu beitragen, Vertrauen zu schaffen und die Akzeptanz für entsprechende Maßnahmen zu steigern sowie eigene Handlungsoptionen zu erkennen. Denn es wird erwartet, dass die Bürgerinnen und Bürger sowie lokale Beteiligte durch Verbesserung ihres Wissensstandes über wirksame und vorbeugende Maßnahmen zur Klimafolgenanpassung stärker zu eigenen Maßnahmen angeregt werden. Außerdem wird mit der Kommunikationsstrategie die Vorbildwirkung der Stadt Brühl gestärkt. So kann mittels verschiedener Kommunikationskanäle darüber informiert werden, welche Maßnahmen die Stadt Brühl bereits selbst vorgenommen hat, z. B. die Dach- und Fassadenbegrünung kommunaler Liegenschaften.

Die Herausforderung bei der Konzeptumsetzung liegt unter anderem darin, die Beteiligten gezielt anzusprechen, denn auch die Stadt Brühl zeichnet sich durch eine vielfältige Bevölkerung mit unterschiedlichen Hintergründen, Interessen und Kenntnissen aus. Die Kommunikationsstrategie sollte daher die Bedürfnisse und Interessen verschiedener Zielgruppen ansprechen. Nur durch eine qualifizierte und zielgruppenbezogene Öffentlichkeitsarbeit, kann die Sensibilisierung der verschiedenen Zielgruppen, wie private Haushalte, Unternehmen oder soziale Einrichtungen, geschehen. Die Stadt Brühl sollte daher zielgruppenspezifische Informations- und Beratungsangebote zur Verfügung stellen sowie immer über den aktuellen Stand kreisweiter und regionaler Angebote verfügen, die über verschiedene Kommunikationskanäle publiziert werden. Darüber hinaus sollten im Zuge der Umsetzung immer wieder Möglichkeiten der Mitwirkung (z.B. Workshops) für verschiedene Zielgruppen angeboten werden.

Mit dem Ziel, die Öffentlichkeitsarbeit auszubauen und die einzelnen Aktivitäten der Fachbereiche abzustimmen ist es wichtig, eine Struktur (insbesondere mit ausreichenden Personalressourcen) zu schaffen, mit der sämtliche Kommunikationsmaßnahmen zur Klimaanpassung, zentral innerhalb der Verwaltung gebündelt werden können.

Insgesamt berücksichtigen mehrere Maßnahmen im Katalog die Verstärkung der Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation mit Bürgerinnen und Bürgern und weiteren lokalen Beteiligten zum Thema nachhaltige Klimaanpassung und für natürlichen Klimaschutz (s. Maßnahme 01, 02, 04, 05, 06, 08, 10, 11, 14 und 15).

Kommunikationskanäle der Stadt Brühl

Die Stadt Brühl kann bereits auf eine Vielzahl an etablierten Kommunikationskanälen zurückgreifen, die es gilt, weiter auszubauen. Darüber hinaus können zusätzliche Kommunikationswege etabliert werden. Insgesamt gilt es immer, Botschaften und Inhalte mit Kanälen und Zielgruppen aufeinander abzustimmen, um die gewünschten Wirkungen zu erzielen.

Website

Die Schaltzentrale der Kommunikation ist die Website der Stadt Brühl. Ziel des Internetauftrittes sollte in jedem Fall sein, dass sich interessierte Bürgerinnen und Bürger auf anschauliche Art und Weise zum Thema Klimaanpassung und zu Beratungsangeboten informieren können und ihnen Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Die **Website** gilt es daher stets aktuell zu halten und Informationen

nutzerfreundlich aufzubereiten. Klimaschutz und Klimafolgenanpassung sind auf der Website der Stadt Brühl bereits als Untermenüpunkte verankert. Auch hier sollte die Nutzerführung, Struktur und die Aufbereitung der Inhalte gelegentlich geprüft werden. An dieser Stelle könnte außerdem ein Veranstaltungskalender implementiert werden, um eine Übersicht von Veranstaltungen und Angeboten für Interessierte bereitzustellen.

Soziale Medien

Als weiteres wichtiges Kommunikationsmedium nutzt die Stadt Brühl **soziale Medien**. So ist die Stadt Brühl auf den Plattformen Facebook und Instagram aktiv. Um visuelle Inhalte zu präsentieren, betreibt die Stadt außerdem einen eigenen YouTube-Kanal, auf dem ebenso Inhalte und Maßnahmen zur Klimafolgenanpassung oder auch Impressionen von vorangegangenen Veranstaltungen anschaulich dargestellt werden können.

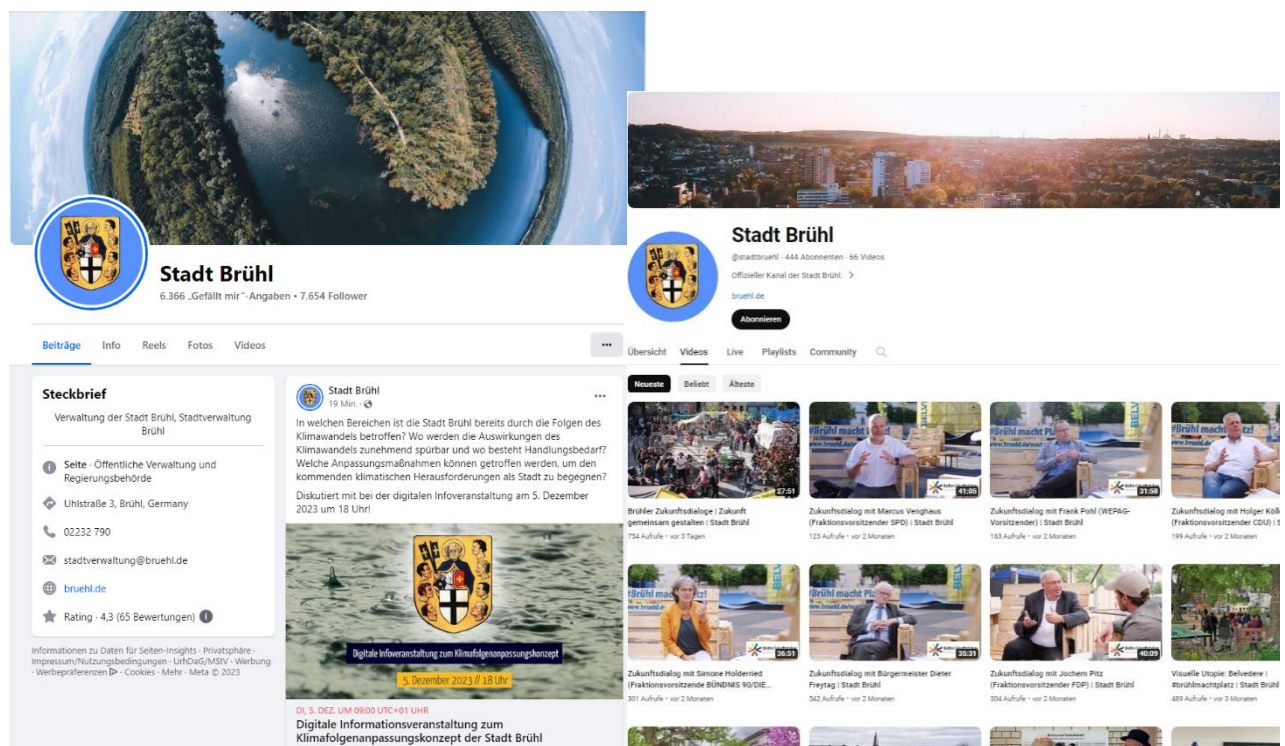


Abbildung 6-1: Social-Media-Auftritte der Stadt Brühl (Stadt Brühl, 2023).

Newsletter

Zur regelmäßigen Verbreitung von Informationen und Neuigkeiten gibt es in der Stadt Brühl darüber hinaus Newsletter zu verschiedenen Themen. Ein separater Newsletter zum Thema Klimaanpassung existiert derzeit nicht. Die **Einführung eines eigenen Newsletters**, z. B. in Verbindung mit dem Klimaschutz, bietet das Potenzial, dass die Stadtgesellschaft aktuelle Entwicklungen verfolgen kann und dadurch andere Zielgruppen als auf Social-Media-Plattformen erreicht werden können. In Betracht kommen kann dabei nicht nur die Nutzung von E-Mail-Newslettern, sondern auch die von Messengern, um

direkt und schnell mit der Zielgruppe kommunizieren zu können. Dafür hat die Stadt Brühl bereits ein Funktionspostfach (klimaschutz@bruehl.de) eingerichtet. Hierüber können Bürgerinnen und Bürger die Verwaltung zentral kontaktieren.

Presse- und Medienarbeit

Auch die Presse- und Medienarbeit kann eine wichtige Grundlage sein, um das Thema Klimaanpassung in Brühl an die breite Öffentlichkeit zu tragen. In Brühl stehen dazu mehrere **lokale Publikationen** zur Verfügung. Der Brühler Schlossbote ist beispielsweise ein kostenloses Wochenblatt. Darüber hinaus findet sich in im Kölner Stadt-Anzeiger ein Lokalteil, während Radio Erft den lokalen Hörfunk abdeckt. Amtsblätter und Pressemitteilungen sind überdies auf der Website verortet, in denen beizeiten über die Klimafolgenanpassung berichtet wird. Thematisch entsprechende Pressemitteilungen und Amtsblätter sollten dann ebenso auf der Seite zur Klimafolgenanpassung verlinkt werden.

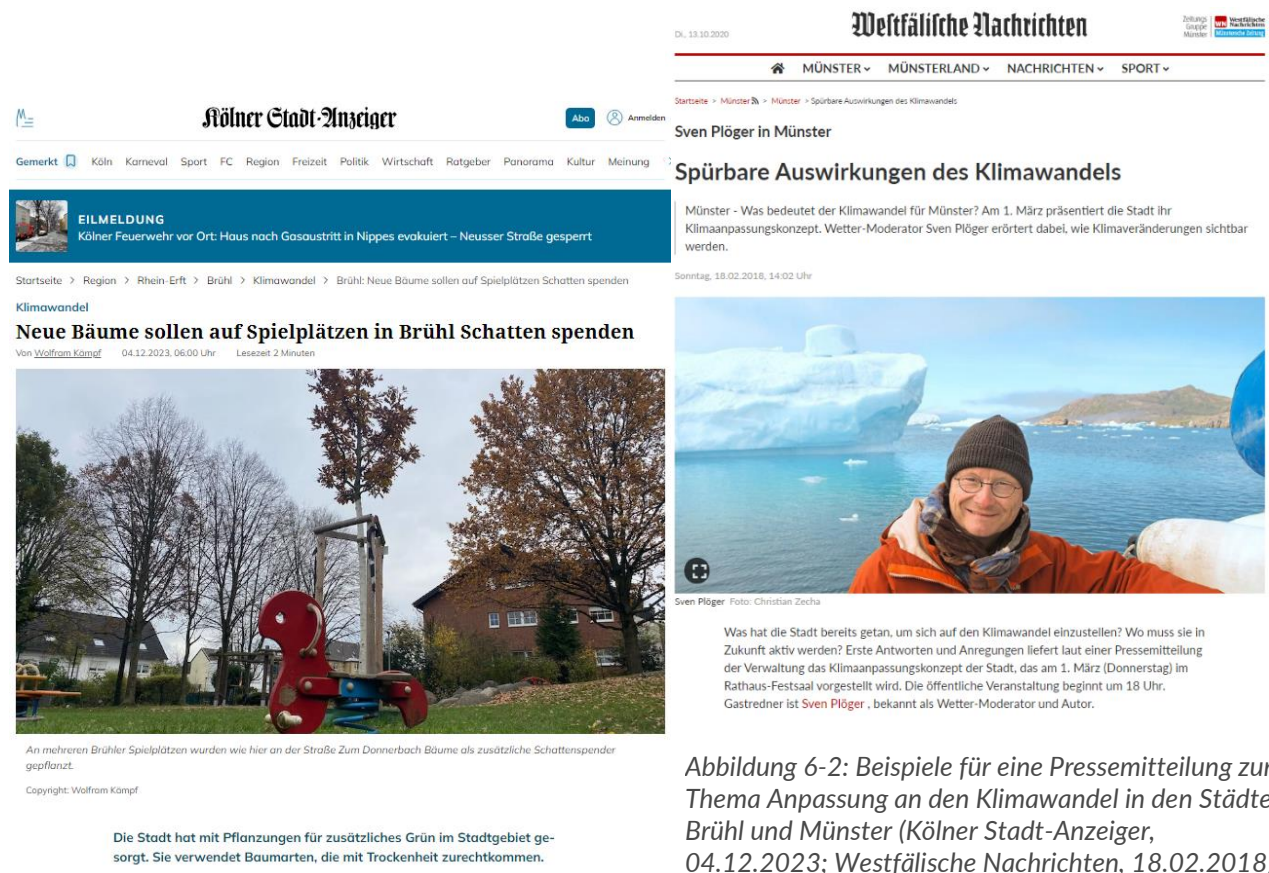


Abbildung 6-2: Beispiele für eine Pressemitteilung zum Thema Anpassung an den Klimawandel in den Städten Brühl und Münster (Kölner Stadt-Anzeiger, 04.12.2023; Westfälische Nachrichten, 18.02.2018).

Netzwerke

Kommunikation ist jedoch keine Einbahnstraße, sondern eine Möglichkeit zum Austausch. So sind Beteiligungsformate, runde Tische, Workshops und Mitmachaktionen in der Klimafolgenanpassung von besonderer Bedeutung. Sie geben Gelegenheit, mit verschiedenen Beteiligten ins Gespräch zu kommen, neue Sichtweisen zu erörtern und sich zu vernetzen. Dabei ist es entscheidend, bereits **aktive Vereine** wie das Klimabündnis Brühl oder Parents4Future aktiv einzubinden. **Netzwerktreffen** können darüber

hinaus die interkommunale Zusammenarbeit stärken und das bereits etablierte Format „Zukunftsdialog“ bietet die Möglichkeit mit (bekannten) Beteiligten zur Klimaanpassung zu sprechen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt exemplarisch Kommunikationskanäle für eine offensive Öffentlichkeitsarbeit und Akteursbeteiligung in der Umsetzungsphase des Klimaanpassungskonzeptes der Stadt Brühl.

Tabelle 6-1: Öffentlichkeitsarbeit zur Umsetzung von Maßnahmen zur nachhaltigen Klimaanpassung und für natürlichen Klimaschutz (energielecker projects)

Kommunikationskanal	Inhalt	Akteure / Verantwortung	Zielgruppe			
			Private Haushalte	Gewerbe und Industrie	Schulen	Öffentlichkeit allgemein
Informieren						
Pressearbeit	Pressemitteilungen (über aktuelle oder realisierte Maßnahmen, Veranstaltungen, etc.)	Stadtverwaltung, örtliche / regionale Presse	•	•	•	•
	Pressetermine zu aktuellen Themen		•	•	•	•
Internetauftritt	Städtische Homepage: Informationen wie Pressemitteilungen, allg. und spezielle Informationen, Verlinkungen, Downloadmöglichkeiten auf www.bruehl.de veröffentlichen	Stadtverwaltung, Klimaanpassungsmanagement, öffentliche Institutionen, ggf. regionale Fachleute	•	•	•	•
Informationsveranstaltungen	Zielgruppen-, branchen-, themenspezifisch	Fachleute, Referierende, Stadtverwaltung, Klimaanpassungsmanagement, Volkshochschule	•	•	•	
	Status quo Klimaanpassung in der Stadt Brühl					•
Informationsmaterial	Beschaffung und Bereitstellung von Informationsmaterial über analoge und digitale Medien (Erklärfilme, Broschüren, Infografiken, Infoblätter)	Stadtverwaltung, öffentliche Institutionen, Unternehmen, Verbraucherzentrale, Eigenbetriebe	•	•	•	•
Beratungsangebot	Flächiges Angebot sowie zielgruppenspezifische Beratung, z. B. zu Möglichkeiten des Objektschutzes	Fachleute, Verbraucherzentrale, Handwerk, Unternehmen	•	•	•	
Kampagnen	Status quo Klimaanpassung in der Stadt Brühl	Stadtverwaltung, Schulen / Lehrer			•	•
	Nutzung bestehender Angebote	öffentliche Institutionen	•	•	•	

Soziale Medien	Verbreitung von Informationen und Veranstaltungen über Facebook, Instagram und YouTube	Stadtverwaltung					•
Mitwirken							
Bürgerbeteiligungen	Workshops, Wunschboxen, runde Tische, Fragerunden, Beteiligungskarten, etc. um Erfahrungen, Ideen, Einwände zu sammeln, zu diskutieren, Lösungen zu finden und den Gemeinschaftssinn zu stärken	Stadtverwaltung, Klimaanpassungsmanagement, öffentliche Institutionen, ggf. weitere Beteiligte (je nach Thema)	•	•	•		•
Projekte in Erziehungs- und Bildungseinrichtungen	Durchführung bzw. Initiierung von (spielerischen) Projekten in Schulen sowie weiteren Bildungseinrichtungen, z. B. Patenschaften, Kunst-Projekte	Stadtverwaltung, Lehrer/Pädagogen, Referierende öffentliche Institutionen, Hochschulen				•	•
Netzwerke	Vernetzung, z. B. mit aktiven Vereinen, die als Multiplikatoren fungieren und mit Nachbarkommunen, um gemeinsame Lösungen zu finden	Stadtverwaltung, Vereine, Nachbarkommunen	•	•		•	•
Mitmachaktionen	Gemeinsam organisierte Aktionen, z. B. Umgestaltung von Flächen, Förderung artenreicher Räume, Baumpflanzungen	Stadtverwaltung, Fachleute, Klimaanpassungsmanagement	•			•	•

Aufbau einer Dachmarke

Eine Dachmarke umfasst alle Leistungen und Maßnahmen zu einem Thema. Hierbei entstehen Synergieeffekte zwischen (Natürlichem) Klimaschutz und der Klimaanpassung, die unter einer gemeinsamen Klimastrategie summiert werden könnten. Die Stadt Brühl hat in diesem Kontext bereits ein Energie- und Klimapolitisches Leitbild (11 Handlungsempfehlungen) erarbeitet. Ein Leitmotiv dient dazu, eine einheitliche Botschaft zu vermitteln, Menschen zu mobilisieren und eine starke gemeinsame Bewegung zu schaffen. Es unterstützt die Kommunikation, Identifikation, Fokussierung und Inspiration und trägt somit dazu bei, die dringend erforderlichen Maßnahmen zu fördern. Grundsätzlicher Leitsatz sollte dabei sein:

Informieren – sensibilisieren – zum Handeln motivieren

Auch Schlüsselbilder (Banner und Logo) können für die Kommunikation von Klimaschutz und Klimafolgenanpassung der Stadt Brühl von großer Bedeutung sein. Ein Schlüsselbild stellt eine gute Basis dar, um Werte und Identität des Konzepts zu kommunizieren und eine breite Zielgruppe zu erreichen. Eine visuelle Verbundenheit ist vor allem dann entscheidend, wenn die Kommunikation wie in diesem Fall auf unterschiedlichen Kommunikationsmedien aufbauen soll. Nur so können Identifikation und Wiedererkennbarkeit gewährleistet werden.

Die Stadt Brühl hat bereits Logos u. a. zu den Themenfeldern "Klimafolgenanpassung" und "Klimaschutz" entwickelt, die das Leitmotiv "Gemeinsam Zukunft gestalten" sowie aussagekräftige Icons integrieren. Diese Logos werden bereits regelmäßig auf Flyern und anderen Kommunikationsmitteln eingesetzt. Auch in Zukunft wird dies forciert.



Abbildung 6-3: Logos der Stadt Brühl zur Klimafolgenanpassung und zum Klimaschutz. Logoeinsatz auf dem Informationsflyer zu Baum- und Beetpatenschaften (Stadt Brühl, 2024).

Brühl Gemeinsam Zukunft gestalten
Klimaschutz
www.bruehl.de

Baum- und Beetpatenschaften
Für das Grün vor Ihrer Tür

www.bruehl.de

Interne Kommunikation

Die interne Kommunikation konzentriert sich hauptsächlich auf die Mitarbeitenden der städtischen Verwaltung, insbesondere auf die Fachbereiche und ihre Leitungen sowie auf das gesamte Verwaltungspersonal, die von den Inhalten und geplanten Maßnahmen betroffen sind. Die Zuständigkeiten für die Realisierung der Projekte in der Klimaanpassung sind oftmals nicht immer eindeutig. Daher ist an dieser Stelle eine transparente und offene Kommunikation von Bedeutung. Gleichzeitig ist es wichtig, auch die kommunale Politik einzubeziehen, da ein umfassendes Verständnis der Entscheidungsträgerinnen und -träger dazu beiträgt, nachhaltige Maßnahmen zur Stärkung der Klimaresilienz zu fördern und zu beschließen.

Mittels einer guten internen Kommunikation können somit die jeweiligen Zielgruppen und Ziele erreicht werden, die nachfolgend exemplarisch dargestellt werden.

Tabelle 6-2: Zielgruppen der internen Kommunikation zur Klimaanpassung (energielecker projects)

Zielgruppe	Ziel
Bürgermeister / Verwaltungsvorstand	Information und Aufklärung, sodass politische Beschlüsse angestoßen und Verwaltungsprozesse angepasst werden können und damit die Umsetzung von Maßnahmen unterstützt wird.
Stadtrat	Information und Aufklärung, damit politische Beschlüsse geschlossen werden können.
Fach- und Führungsebene	Aufgabenklarheit und Wissensvermittlung durch Information und Beteiligung
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der städt. Fachämter	Aufgabenklarheit und Wissensvermittlung durch Information und Beteiligung