



KEM - Leitprojekt

Anleitung zur Verbreitung eines erfolgreichen KEM-Leitprojekts am Beispiel

„Weniger CO2 – Wir sind beim Klimaschutz dabei!“
Mach mit bei den Wiener Neustädter Klimaschutz-Aktionswochen

Ausfüllbare Vorlage

Februar 2019

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Einleitung.....	2
1. Fact-Sheet.....	1
2. Leitprojektbeschreibung	1
3. Zielsetzung.....	2
4. Innovation, Vorbildcharakter, Umsetzung in Klima- und Energie-Modellregionen.....	2
5. Projektmanagement.....	3
6. Projektkosten und Finanzierung.....	3
7. Rechtliche Rahmenbedingungen.....	4
8. Projektablauf	4
9. Zeitlinie des Projektablaufs	1
10. Erfolgskontrolle	1
11. Erfolgsfaktoren	1
12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen	1
13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit	2
14. Ergebnis /Ausblick	3
Anhänge.....	3

Klima- und Energie-Modellregionen

Anleitung zur Durchführung des Leitprojekts

Weniger CO2 – Wir sind beim Klimaschutz dabei!“
Mach mit bei den Wiener Neustädter Klimaschutz-Aktionswochen

1. Fact-Sheet

Organisation	
Name durchführende Institution	Kultur Gut Natur
Name(n) teilnehmende(r) Modellregion(en)	Wiener Neustadt Stadt
Name(n) Projektpartner	Zahlreiche Kooperationspartner (lokale Vereine, Initiativen, Organisationen und Betriebe), sind in einem eigenen Anhang gelistet
Startdatum des Leitprojekts:	19.02.2018
Geplantes Fertigstellungsdatum:	17.02.2019

2. Leitprojektbeschreibung

Im vorliegenden umgesetzten Projekt wurde mithilfe von drei Klimaschutzaktionswochen eine möglichst breite Masse von Personen in Wr. Neustadt dazu angeregt und motiviert klimaschonend im Alltag zu handeln. Die einzelnen Schritte reichten dabei von Informationsveranstaltungen vor dem Start der Aktionswochen, über ein Klimaschutzfest und eine Ausstellung zum Klimawandel, der Durchführung der Aktionswochen sowie der Suche nach Kooperationspartnern und Partnerbetriebe über die Erstellung von Informationsmaterialien, einem Newsletter, einer Abschlussveranstaltung und einer Online-Umfrage.

In einem ersten Schritt wurden die Initiativen, Vereine, Organisationen und auch Betriebe zur Kooperation ausgewählt und kontaktiert. Bei einer Auftaktveranstaltung wurden diese über das Projekt informiert und eine Kooperation angestrebt. Eine intensive Pressephase am Beginn des Projektes und Aktionen (Klimaschutzfest, Klimawandelausstellung) an möglichst zentralen, öffentlichen Plätzen halfen mit, die Klimaschutzaktionswochen in Wr. Neustadt neben der Ankündigung bei den Kooperationspartner bzw. durch Plakate an öffentlichen Plätzen bekannt zu machen.

Drei Klimaschutz – Aktionswochen zu den Themen „Klimaschonender Konsum und Ernährung“, „klimaschonende Mobilität“ und „Klimaschutz durch Energiesparen“ motivierten die Teilnehmenden zum aktiven klimaschonenden Handeln. Einerseits durch die Übermittlung eines reichhaltigen Informationsangebotes das in Form von Newslettern und der Verlinkung der Informationsmaterialien darin übermittelt wurde, andererseits durch Veranstaltungen zum aktiven TUN und Ausprobieren in den Aktionswochen selbst, in Kooperation mit Organisationen, Initiativen. Weiters wurden in lokalen

Betrieben die thematisch zum Schwerpunkt der Aktionswoche gepasst haben Aktionen auf Produkte, Reparaturen,.... angeboten.

Die Erfahrungen aus den Klimaschutzaktionswochen wurden mittels Online-Fragebogen gesammelt, unter den Absendern des Fragebogens wurden klimaschonende Preise verlost.

Eine Abschlussveranstaltung erlaubte einen gemeinsamen Rückblick und Ausblick mit allen am Projekt beteiligten Kooperationspartner, sowie Politikern, Presse und interessierten Privatpersonen.

Das Projekt wurde vom Verein kultur.GUT.natur durchgeführt, Dipl. Ing. Karoline Kárpáti und Mag. Andrea Watz waren für das Projektmanagement und die Projektdurchführung zuständig. Kooperiert wurde mit vielen lokalen Vereinen, Initiativen und Betrieben sowie der Stadt Wiener Neustadt und der NÖN (Niederösterreichische Nachrichten).

3. Zielsetzung

Ziel des Projektes war es, eine möglichst breite Masse von Personen in der Stadt Wiener Neustadt zu klimaschonendem Verhalten im Alltag zu motivieren, sie in einem ersten Schritt zu erreichen, ihr Interesse am Klimaschutz zu wecken und sie dann darüber zu informieren, wie sie leicht und kostengünstig im Alltag klimaschonend handeln können.

4. Innovation, Vorbildcharakter, Umsetzung in Klima- und Energie-Modellregionen

Eine breite Masse an Einwohnern der KEM Wiener Neustadt wurde im Projekt über Möglichkeiten zu klimaschonendem Handeln im Alltag informiert und zur Teilnahme an den Aktionswochen motiviert. Zum Aktiven gemeinsamen klimaschonenden Handelns luden unterschiedlichste Veranstaltungen ein.

Innovativ ist bei der Ansprache der Personen ein Mix aus Informationsständen in der Innenstadt, über ein ganzes Projektjahr hinweg wiederholter Medienpräsenz, einem Klimaschutzfest am Hauptplatz, einer Klimawandelausstellung und als sehr wichtiger Bestandteil die Ansprache in Vereinen, Initiativen, Pfarrgemeinden, Organisationen und thematisch passenden Betrieben – Geschäften.

So konnten interessierte Personen mehrmals in kurzer Zeit direkt in ihrem Lebensumfeld auf das Thema Klimaschutz aufmerksam gemacht, über die Aktionen informiert und zum Klimaschutz motiviert werden. [Zum Zeitpunkt der Einreichung des vorliegenden Projektes war das Thema Klimawandel bundesweit auch noch nicht so oft in den Medien wie seit dem letzten Sachstandsbericht des IPCC bzw. dem Sommer 2018. Durch diesen bundesweiten (und globalen) Trend (z.B. Fridays for future, viele Berichte über die Auswirkungen des Klimawandel in gehobeneren Medien) werden die Menschen in den nächsten Jahren höchstwahrscheinlich noch offener für eine Ansprache zu dem Thema].

Informationsmaterialien zu innovativen, klimaschonenden und kostensparenden Ansätzen zum Klimaschutz wurden im Projekt für Jede/n verfügbar aufbereitet und gestreut und stehen nun nach Projektende zum Gratisdownload oder zur Adaptierung auf lokale Gegebenheiten anderer KEM's unter www.wenigerco2.at/ zur Verfügung.

Das Projekt kann mit regionalen Adaptionen (Ansprache der lokal tätigen Organisationen, Vereine, Initiativen, Betriebe..) gut in andere Regionen übertragen werden. Das Konzept der Klimaschutzaktionswochen kann zur Gänze übernommen werden. Informationsmaterialien müssen teilweise ebenso regional adaptiert werden, andere können 1:1 übernommen werden.

Umgesetzt können auch längere Klimaschutzaktionszeitraum – z.B. Klimaschutzaktionsmonate zu den drei im Projekt gewählten Schwerpunktthemen, gefüllt mit Veranstaltungen zum Ausprobieren, aktiven gemeinsamen TUN,...

5. Projektmanagement

Mit dem Projektmanagement war der Verein kultur.GUT.natur betraut. Dieser hat die Konzeption und Planung der Projektschritte, der Pressearbeit, der Projekthomepage, der Flyer, der Plakate, der Veranstaltungen in den Aktionswochen und vieles mehr durchgeführt.

DI Karoline Kárpáti war hier für das Projektmanagement und die Öffentlichkeits- und Pressearbeit zuständig, Mag. Andrea Watz für die inhaltliche Konzeption der Homepage, der Newsletterbeiträge, der Informationsmaterialien, der Plakate, Flyer und für die Kommunikation mit dem Grafikbüro.

Eingebunden war das Grafikbüro Narosy KG, das für die grafische Erstellung der Projektflyer, der Plakate sowie der Projekthomepage incl. Anmeldetool zum Newsletter betraut war.

Weiters waren viele lokale Initiativen, Vereine und Organisationen sowie lokale Betriebe in die Bewerbung und Durchführung der Aktionswochen eingebunden. Mehrere Wochen vor dem Start der Aktionswoche erhielt diese Plakate und Eventflyer zur Bewerbung bzw. Vorlagen für Mails an ihre Mitglieder.

Veranstaltungen in den Aktionswochen wurden teilweise in Kooperation mit diesen regionalen Vereinen, Initiativen, Organisationen, Betrieben,... durchgeführt.

Ebenso war die Stadt Wiener Neustadt eingebunden bzw. wurde oftmalig zur Kooperation angefragt.

6. Projektkosten und Finanzierung

Die Projektkosten setzten sich aus folgenden großen Positionen zusammen:

- Personalkosten zur Organisation und Koordination (Anbahnung und Fixierung von Kooperationen, Erstellung Zeitplan, Fixierung der Aktionswochen (Zeitfenster, Aktivitäten ,...), Vorbereitung Klimaschutzfest und Klimawandelausstellung,..)
- Personalkosten zur Erstellung und Aufbereitung der Informationsmaterialien für die Aktionswochen (diese Position kann bei der Übertragung in andere KEM's geringer ausfallen da vieles vom bestehenden Leitprojekt verwendet werden kann) sowie der Erstellung der Newsletterbeiträge - Blogbeiträge auf der Homepage
- Drittkosten zur grafischen Aufbereitung der Projektunterlagen sowie Plakate, Flyer
- Drittkosten zur Erstellung einer Homepage, Anmeldetool,

- Sachkosten zur Bewerbung des Projektes und der Aktionswochen selbst und deren Veranstaltungen
- Personal- (oder Dritt), sowie Sachkosten zur Durchführung der Veranstaltungen in den Klimaschutzaktionswochen
- Personal – und Sachkosten zur Durchführung einer Abschlussveranstaltung (wenn gewünscht)
- Personalkosten für die Öffentlichkeits- und Pressearbeit sowie dem Projektmanagement

Im Projekt selbst wurden diese Kosten über die Förderung des Leitprojektes gedeckt, das Projekt könnte als Maßnahme einer KEM durchgeführt werden oder über das Umweltbudget von Gemeinden oder vielleicht auch Pfarren gedeckt werden. Sollte keine dieser Budgetmöglichkeiten möglich sein, ist auch eine Finanzierung über Crowdfunding oder mithilfe von Spenden denkbar. Kooperationen mit lokalen Vereinen, Initiativen und die Durchführung von Veranstaltungen durch diese können auch helfen Kosten zu sparen.

Weiters könnten bei Veranstaltungen Teilnahmebeiträge verlangt werden um so die Kosten zu decken, allerdings ist hier zu bedenken, dass es sich um ein Bewusstseinsbildungsprojekt handeln, mit dem eine breite Öffentlichkeit erreicht werden soll. Sind Teilnahmebeiträge zu hoch, können sich Personen aus ärmeren Gesellschaftsschichten die Teilnahme nicht leisten bzw. werden hohe Teilnahmebeträge auch die Anzahl der interessierten Personen schrumpfen lassen.

Das vorliegende Bewusstseinsbildungsprojekt ist längerfristig im wirtschaftlichen Betrieb nicht durchführbar, rechnet man aber das CO2 Einsparungspotential durch durch das Projekt hervorgerufenen Verhaltensänderungen monetär mit Kosten der Auswirkungen des Klimawandels gegen, würde sich wohl eine andere Sicht der Dinge ergeben

7. Rechtliche Rahmenbedingungen

Für die Durchführung des vorliegenden Leitprojektes ist bei der Veröffentlichung von Pressemitteilungen, Fotos, sowie die Speicherung von personenbezogenen Daten (Versand Newsletter – Anmeldung Newsletter) ist der Datenschutz / DSGVO zu beachten.

Für die Durchführung von Klimaschutzfesten, Informationsständen auf öffentlichen Plätzen ist um Bewilligung bei der jeweiligen Gemeinde / Magistrat anzusuchen und dafür auch eine Bearbeitungsgebühr zu entrichten.

8. Projektablauf

1) Projektvorbereitungen

In einem ersten Schritt wurden bei der Einreichung des Leitprojektes die Ziele, Inhalte und Arbeitsschritte zum Projekt sowie ein Projektablaufplan erstellt. Nach der erfolgreichen Genehmigung wurde der Projektablaufplan im Detail geplant und die ersten Arbeitsschritte festgelegt. Wichtige Motivation für die Initiierung des Projektes war es, möglichst viele Personen zum Klimaschutz zu motivieren.

Zu Beginn wurden die Zeitpunkte der Klimaschutzaktionswochen und aller sonstigen Veranstaltungen im Jahresablauf sowie deren räumlichen Möglichkeiten fixiert.

Im Zuge der Einreichung des vorliegenden Projektes wurden bereits einige für die Kooperation in Frage kommende Vereine, Institutionen, Initiativen, ... kontaktiert und intensive Gespräche über das Projekt, seine Bestandteile, Ziele und eine mögliche Teilnahme geführt.

Um eine möglichst breite Ansprache und einen breiten Informationsfluss über das Projekt zu gewährleisten wurde im Projekt selbst nochmals ein Schritt zurück gegangen und am Beginn ein Recherche- und Auswahlverfahren für die Kooperation mit den Organisationen entwickelt.

Die Organisationen wurden zu einer Auftaktveranstaltung am Projektbeginn eingeladen.

Mit der Stadt Wiener Neustadt wurde Kontakt über die Durchführung des Projektes aufgenommen, eine Projektvorstellung wurde erstellt und um Kooperation angefragt. Wichtige Termine wurden mit der Stadt abgestimmt. Der KEM-Mangerin Mag. Anita-Christine Huber wurde das Projekt vorgestellt und um enge Zusammenarbeit gebeten.

Schon im Vorfeld bei der Einreichung waren mögliche Ausstellungen zum Klimawandel recherchiert worden, nun folgte eine vertiefte Recherche mit Kontaktaufnahme der Organisationen, die die Ausstellungen verleihen. Räumliche und zeitliche Möglichkeiten wurden geprüft und der Zeitpunkt für die Ausstellung fixiert.

Ein Pressefahrplan wurde erstellt, die Projektvorstellung für die Medien adaptiert und diese kontaktiert um eine Pressepartnerschaft fixieren zu können.

Zeitgleich begann die Suche nach einem geeigneten Grafikbüro für die Erstellung der Projektflyer, Plakate und der Homepage. Diese wurde danach mit dem Büro Narosy KG im Konzept erstellt und in den Folgewochen inhaltlich und grafisch erarbeitet. Als erster wurde das Projektlogo sowie der allgemeine Projektflyer fertiggestellt. Danach ein Großteil der Projekthomepage, diese ist aber dann im Laufe des Projektes noch gewachsen.

2) Fixierung der Kooperationen

Bei einer Auftaktveranstaltung wurden die möglichen Kooperationspartner über das Projekt und seine Ziele, wie auch über die folgenden Schritte bei einer Kooperation informiert und die Möglichkeiten zur Zusammenarbeit ausgelotet. Für die Auftaktveranstaltung wurde eine Präsentation über das Projekt und seine Eckpunkte erstellt.

In weiteren Gesprächen oder gleich nach der Auftaktveranstaltung wurden die Kooperationen fixiert. Es wurden aber im Projektverlauf im Zuge der Organisation der einzelnen Aktionswochen laufend neue Kooperationspartner gesucht und gefunden.

3) Vorbereitung und Durchführung der Start-Events

Um die Klimaschutzaktionswochen bekannt zu machen, wurden an zwei Samstagvormittagen Informationsstände am Hauptplatz durchgeführt, die kooperierenden Vereine, Initiativen,... informierten ihre Mitglieder, bzw. wurde bei vielen Veranstaltungen in der Stadt darüber informiert.

Nachdem der Entscheidung für eine der Ausstellungen zum Klimawandel (Klima? Wandel. Wissen! von Germanwatch) wurde diese gebucht und Orte für die Wanderausstellung wurden gesucht. Angefragt wurden alle Kooperationspartner sowie höhere Schulen, das Krankenhaus Wiener Neustadt, Banken mit großen Foyes, lokale Einkaufszentren (Fischapark, Merkurcity) sowie andere öffentliche Orte mit genügend großem Ausstellungsraum.

Ausgestellt wurde schließlich im Bildungszentrum St. Bernhard, dem BRG Gröhmühlgasse, der Europaschule und der Erlöserkirche, bei einige anderen interessierten Einrichtungen war dies aufgrund des von der Verleihorganisation vorgegebenen Zeitfensters nicht möglich. Die Ausstellung tourte so zwei Wochen durch Wr. Neustadt.

Um auf die Klimaschutz-Aktionswochen auch außerhalb der Informationen durch Vereine, Initiativen und Organisationen aufmerksam zu machen und die Lust am Mitmachen und am Klimaschutz zu wecken, wurde am Hauptplatz von Wr. Neustadt ein Klimaschutz-Fest organisiert und durchgeführt. Motto war „Klimaschutz zum Anfassen“, d.h. an den Ständen des Startevents wurde nicht nur informiert, es konnte auch aktiv ausprobiert werden.

Die Vorbereitungen dazu umfasste: Kontaktaufnahme und Abstimmung mit den beteiligten Organisationen, Ansuchen um einen Stellplatz am Hauptplatz, Detailplanung mit den einzelnen Aktionen, Platzbedarf, notwendigen Utensilien,... Dazu waren einige Besprechungen im Planungsteam und Abstimmung per Mail und Telefon mit den beteiligten Organisationen nötig.

Am Tag des Festes musste die Infrastruktur vor Ort hergestellt werden. Das Programm umfasste ein Natur- Mensch-Tanz-Theater, einen Verkostungsstand zu klimaschonender Ernährung, die Vorstellung Regionale Produzentinnen, Klimabasteln mit Kindern, Vorstellung Möglichkeiten klimaschonend mobil zu sein in Wr. Neustadt (Verleihsystem Lastenräder, Next-Bike, Car-Sharing,..), Vorstellung klimaschonende Putzmittel, Vorstellung Gesundheitsvorsorge und Kosmetik aus der Natur, Informationen der Energie- und Umweltagentur Informationsstand zu den Klimaschutz-Aktionswochen mit Projektflyer und der Möglichkeit sich gleich für die erste Aktionswoche anzumelden.

4) Vorbereitung Klimaschutz – Aktionswochen

Für die jeweilige Aktionswoche wurde Informationsmaterialien erstellt und grafisch aufbereitet. Die Themen der drei Aktionswochen waren „Klimaschonender Konsum und Ernährung“, „Klimaschonende Mobilität“ und „Klimaschutz durch Energiesparen“. Teilweise waren diese Informationsmaterialien inhaltlich schon aus Folgeprojekten vorhanden, teilweise wurden sie neu recherchiert, erstellt. Diese Informationsmaterialien stehen nun für die Umsetzung von Klimaschutzaktionswochen auch in anderen KEM's oder Gemeinden zur Verfügung, sollten aber teilweise mit regionalen Informationen ergänzt werden.

Einige Monate vor der Aktionswoche wurde damit begonnen, für die Aktionswoche ein Programm an interessanten aktiven Veranstaltungen zu organisieren. In der ersten Aktionswoche führten diese Veranstaltungen aufgrund der thematischen Spezialisierung des Vereins kultur.GUT.natur alle der Verein selbst durch, in den anderen beiden Aktionswochen wurden diese gemeinsam mit Kooperationspartner, Partnerbetrieben,... und deren ExpertInnen organisiert. Ursprünglich waren nur 2 Informationsveranstaltungen pro Aktionswoche geplant, im Laufe der Organisation der Wochen fanden sich aber wesentlich mehr interessante Events die umgesetzt werden konnten.

Teilweise wurde die Veranstaltungen mit verpflichtender Anmeldung durchgeführt, dort wo Materialien eingekauft werden mussten, bzw. dies für den Verlauf der Veranstaltung wichtig war. Andere Veranstaltungen waren öffentlich und frei besuchbar (wie etwa der Kleidertausch oder auch die Informationsveranstaltung zu klimaschonender Mobilität).

Weiters fiel die Bewerbung der Aktionswochen über Presseaussendungen sowie Erstellung von Plakaten und Programmflyern und die Verteilung und Veröffentlichung dieser an die kooperierenden Vereine, Initiativen, Organisationen, Betriebe und die Stadt Wiener Neustadt in diese Phase.

Newsletter mit kurzen Tipps zum „Lust auf mehr machen“ wurden vor dem Beginn der Aktionswochen an die Teilnehmenden versandt und ebenso auf der Facebookseite gepostet.

5) Durchführung Klimaschutz – Aktionswochen

Anmelden konnten sich interessierte Personen zu den Aktionswochen über eine Anmeldetool auf der Projekthomepage, wenn kein Internetzugang vorhanden ist auch per Post oder telefonisch. Diese TeilnehmerInnen erhielten vorab und während der Aktionswochen Informationsmaterialien (Rezeptvorschläge, vielen Tipps und Tricks zum jeweiligen Thema, Anleitungen, Kontaktadressen,..) in digitaler Form per E-Mail.

Die schon weiter oben beschriebenen Veranstaltungen in den Klimaschutz-Aktionswoche selbst luden zum aktiven gemeinsamen Handeln und Ausprobieren ein (siehe Anhänge).

Am Ende der Aktionswochen wurde ein Online-Fragebogen an die TeilnehmerInnen der Klimaschutzaktionswochen versandt um Rückmeldung zu erhalten wie es ihnen in der Aktionswoche ergangen ist. Unter den Rücksendungen wurden klimaschonende Preise verlost.

6) Abschlussveranstaltung

Am Ende des Projektes, nach Abschluss der letzten Aktionswoche fand eine Abschlussveranstaltung statt. Eingeladen waren alle Kooperationspartner (Initiativen, Organisationen, Vereine, Betriebe,.. sowie Presse, Politiker und interessierte Privatpersonen). Wie auch schon das ganze Projekt über erging die Einladung zu Teilnahme an alle Mitglieder des Gemeinderates in Wr. Neustadt.

Gemeinsam wurde auf die Klimaschutz-Aktionswochen und alle anderen Aktionen im Projekt zurückgeblickt, überlegt wie Klimaschutz im eigenen Arbeits- und Privatumsfeld noch stärker umgesetzt werden kann und welche Verbesserungsvorschläge es für die Durchführung von weiteren Klimaschutz-Aktionswochen gibt.

7) Projektmanagement und Steuerung

Eine laufende Kontrolle des Projektfortschritt sowie eine Kostenkontrolle begleitete den gesamten Projektablauf. Laufende Kommunikation zu den Kooperationspartnern, dem beauftragten Grafikbüro, der Stadt Wiener Neustadt und den Medien war notwendig.

9. Zeitlinie des Projektablaufs

Arbeitspaket	Feb.18	Mär.18	Apr.18	Mai.18	Jun.18	Jul.18	Aug.18	Sep.18	Okt.18	Nov.18	Dez.18	Jän.19	Feb.19
AP 1 Kooperationen mit Organisationen aufbauen													
AP 2 Vorbereitung und Durchführung der Startevents													
Klimaschutzausstellung													
Klimaschutzfest													
AP 3 Vorbereitung Klimaschutz Aktionswochen													
Klimaschonender Konsum und Ernährung													
Klimaschonende Mobilität													
Klimaschutz durch Energiesparen													
AP 4 Durchführung Klimaschutz - Aktionswochen													
Klimaschonender Konsum und Ernährung													
Klimaschonende Mobilität													
Klimaschutz durch Energiesparen													
AP 5 Abschlussveranstaltung													
AP 6 Produkte													
Plakate, Projektflyer zum Projektstart													
Informationsmaterialien, Projekthomepage													
AP 7 Öffentlichkeits- und Pressearbeit													
intensive PR-Phase vor den Startevents													
Begleitende PR- und Öffentlichkeitsarbeit													
AP 8 Projektmanagement und Projektsteuerung													
Zwischenbericht													
Endbericht, Projektsabschluss													

10. Erfolgskontrolle

Der Projektfortschritt wurde anhand des zeitlichen Ablaufplanes laufend kontrolliert, eine laufende Kostenkontrolle wurde durchgeführt. Durch die Anmeldungen zum Newsletter und den Veranstaltungen konnte laufend eingesehen werden wie viele Personen sich für die Klimaschutz-Aktionswochen aktiv interessieren.

11. Erfolgsfaktoren

Wichtig für den Erfolg des Projektes ist die Kooperation mit vielen lokalen Organisationen, die das Thema in ihren Bereich tragen sowie die ständige Präsentmachung der Klimaschutzaktionswochen. Dazu gehört auch eine gute Medienpräsenz bzw. die Möglichkeit einer guten Bewerbung der Aktionswochen (viele Plakate zu den Aktionswochen im öffentlichen Raum). Je mehr lokale Initiativen und Betriebe die Klimaschutzwochen unterstützen desto besser ist die Meinung der Projektinitiatoren.

Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist auch das Engagement der Stadtpolitik und höchsten Gemeindevertreterinnen bei einem solchen Projekt. Stehen diese voll hinter dem Thema und unterstützen die Klimaschutzaktionswochen mit voller Kraft kann eine wesentlich größere öffentliche Präsenz erzeugt werden, als wenn diese nur halbherzig geschieht.

Neben dem Informationsfluss per Newsletter sind Veranstaltungen die zum gemeinsamen aktiven Handeln und Ausprobieren einladen wesentlich für den Erfolg der Aktionswochen.

Lustvolle Events in den Aktionswochen selbst mit einladenden Titeln sind überaus wichtig, um viele Besucher bei den Veranstaltungen begrüßen zu können. Allerdings sollten es in einem kurzen Zeitraum auch nicht zu viele Veranstaltungen sein.

Veranstaltungen an öffentlichen gut besuchten Plätzen zu gut frequentierten Zeiten helfen mit viele Personen für das Thema zu gewinnen, selbst wenn sich diese davor noch nicht damit auseinandergesetzt haben.

Events zum Ausprobieren und Mitmachen garantieren mehr Erfolg als reine Vorträge mit Themen, die von der Allgemeinheit als eher langweilig eingestuft werden bzw. mit Verzicht zu tun haben.

12. Herausforderungen und Stolpersteine – Lösungen und Erfahrungen

Die Ansprache der Organisationen zur Kooperation verlief am Anfang bei Organisationen die sich noch nicht mit dem Klimawandel befasst hatten eher schleppend. Erst nach mehrmaliger Ansprache bzw. im Verlauf des Projektes als dieses bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad hatte und der heiße Sommer 2018 den Klimawandel am eigenen Leib spüren lies, veränderte sich dies stark.

Insofern würden wir vorschlagen den Start von Klimaschutz-Aktionswochen zeitlich auf die Zeit um Schulbeginn nach dem Sommer zu legen. Allerdings ist das Thema Klimawandel seit dem Sommer 2018 vermehrter als vorher in den Medien, was das allgemeine Interesse am Thema nun sicherlich ständig steigen lässt.

Lt. Online-Umfrage konnten die TeilnehmerInnen im Bereich Ernährung am meisten umsetzen, insofern würden wir empfehlen auch mit diesem Thema wie im vorliegenden Projekt zu starten.

Herausfordernd war auch die Zusammenarbeit und Kommunikation mit der Stadt Wiener Neustadt. Durch oftmaliges Nachfragen und Aktivbleiben des Vereins war es möglich in einigen Bereichen des Projektes zu kooperieren, wäre dem Thema auf stadtpolitischer Ebene höhere Priorität zugefallen, wäre aber noch viel mehr möglich gewesen und das Projekt hätte eine wesentlich größere Breitenwirkung entfalten können. Als Beispiel kann angeführt werden, dass der öffentliche Auftritt für das Projekt an einigen Tagen nicht genehmigt wurde (z.B. ein Infostand dazu oder die Informationsveranstaltung zur klimaschonenden Mobilität), da an diesen Tag am Hauptplatz bzw. in der Innenstadt bereits viel los war (z.B. buntes Stadtfest oder Vorstellung der Air Race Piloten) und die Sichtbarmachung der Klimaschutzaktionswochen nicht genehmigt wurde. Gerade bei solchen Festen, Veranstaltungen wäre es wichtig gewesen die Klimaschutzaktionswochen präsent möglichst vielen Personen zu zeigen. Das Projektteam empfiehlt, vor einer Projektumsetzung die höchsten Vertreter der Gemeinden vollends für das Projekt zu gewinnen, da dann eine größere Präsenz des Projektes in der Öffentlichkeit mit weniger Arbeitsaufwand erzeugt werden kann.

Bei der Planung von Veranstaltungen sollte auf lustvolle Events gesetzt werden, nach den Erfahrungen des Projektes werden reine Vorträge (z.B. zum Thema Energiesparen) eher schlechter besucht als Veranstaltungen mit praktischer Anwendung, gemeinsamer Aktivität bei „hippen“ Themen (wie z.B. Wildkräuterküche, Up-Cycling, Ökologische Putzmitteln, Kleidertausch, Filmvorführungen, Ausprobier-nachmittagen,...).

13. Dissemination – Wirkung in der Öffentlichkeit

Über Medienberichte und die Informationsstände vor dem Start der Aktionswochen und der Startevents wurde reges Interesse und Aufmerksamkeit geschaffen.

Weiters hat das Klimaschutzfest mit vielen Informationen und dem „Klimaschutz zum Anfassen“ sowie dem Mensch-Natur-Tanztheater Aufmerksamkeit erreicht. Ebenso die Ausstellung „Klima?Wandel. Wissen!“ von Germanwatch die durch Wr. Neustadt getourt ist und mit den großen grafisch sehr gut aufgearbeiteten Roll-ups viele Themen in den Focus gerückt hat – auch die Möglichkeit des eigenen Handelns.

Durch die Pressepartnerschaft mit der NÖN (Niederösterreichische Nachrichten) war es möglich im gesamten Projektverlauf in diesem Medium zu berichten und so immer wieder in Erinnerung zu rufen.

Sehr gute Erfolge konnten bei den Medienberichten auch mit Artikel über z.B. lokale klimaschonende Unternehmen (wie Grabi Mietfach) erzielt werden. Bei der Abschlussveranstaltung wurde von vielen TeilnehmerInnen angeregt Erfolgsstories über solche Betriebe und Geschichten über Personen die in der Gesellschaft Vorbildwirkung im Bereich Klimaschutz aufweisen für zukünftige Projekte noch mehr in die Medienarbeit aufzunehmen.

Das Projekt wurde stark über die Kooperation mit lokalen Vereinen, Initiativen, Organisationen und Betriebe (Bewerbung aber auch die Organisation der unterschiedlichen Veranstaltungen) gestreut, was auch das Herzstück des Projektes darstellte. Somit konnten zahlreiche Personen aus allen gesellschaftlichen Schichten, mit unterschiedlichem Alter und verschiedensten Interessen erreicht werden.

14. Ergebnis /Ausblick

Als sehr guter Erfolg kann gewertet werden, dass die Anzahl der teilnehmenden Personen pro Aktionswoche sowie deren Bekanntheit stetig gestiegen ist.

Insgesamt haben rd. 370 Personen an den Klimaschutzaktionswochen teilgenommen, entweder durch die Anmeldung für den Newsletter oder bei Veranstaltungen in den Aktionswochen selbst.

Beim Klimaschutzfest wurden mind. 100 Personen am Hauptplatz Wr. Neustadt erreicht, die Ausstellung „Klima?.Wandel.Wisen! sahen insgesamt rd. 1440 Personen (viele davon SchülerInnen).

Die Abschlussveranstaltung war sehr gut besucht, von VertreterInnen aus Politik, lokaler Presse, den Organisationen und Initiativen und Privatpersonen. Die rd. 30-35 Teilnehmerinnen erarbeiteten intensiv weitere Möglichkeiten Klimaschutz im beruflichen und privaten Umfeld auch in der Zukunft zu forcieren sowie Verbesserungsvorschläge für weitere Klimaschutzaktionswochen und Möglichkeiten Personen zu klimaschonendem Verhalten zu motivieren.

Viele der anwesenden Organisationen haben sich vorgenommen das Thema Klimawandel im folgenden Jahr vermehrt und stärker in ihre Arbeit aufzunehmen, darunter auch die Ferdinand Porsche FernFH, die erst bei der Abschlussveranstaltung zum Projekt gestoßen ist.

Größerer Kooperationen wurden bei der Abschlussveranstaltung angedacht.

Der Verein kultur.GUT.natur hat nach der Abschlussveranstaltung und der Auswertung der Ergebnisse an den Runden Tischen ein modular aufgebautes Projektangebot für die Durchführung von Klimaschutzaktionswochen 2019 erarbeitet und an die verantwortlichen Personen innerhalb der Stadtregierung sowie die KEM Managerin übermittelt. Sollte diese abgelehnt werden, ist eine Fortführung einzelner Module der überarbeiteten Klimaschutzaktionswochen über Crowdfunding wenn möglich angedacht.

Anhänge

Alle Anhänge des Zwischen- und Endberichtes können auch hier verwendet werden.