



Klimakampagne „Unser grünes Herz“

Maßnahmen-träger	Gemeindebehörden Nijmegen
Verbreitung	Stadt Nijmegen
Maßnahmen-gruppen	Informieren
Kontakt	www.hetgroenehert.nl/digitale-balie info@hetgroenehert.nl



Beschreibung und Zielsetzung

Die Klimakampagne „Unser grünes Herz“ ist eine lokale Aktion zur Steigerung der Sensibilisierung der Bürger für die Probleme, die sich durch den Klimawandel ergeben, und soll Wege zeigen, wie mit diesen umzugehen ist. Bei der Klimakampagne liegt der Schwerpunkt darauf, die Menschen in ihrem alltäglichen Verhalten zu erreichen und sie zu einer nachhaltigeren Lebensweise zu ermutigen. Dies soll durch unterhaltsame Aktionen und alltagstaugliche Lösungsvorschläge, die einfach umzusetzen sind, geschehen.

Ziel:

Wissensvermittlung, Veränderung der Einstellung, Veränderung des Verhaltens:
Das Ziel für die Veränderung des Verhaltens bestand in einer Energieeinsparung von 3% pro Jahr in Nijmegen.

Zielgruppe(n), Botschaft, Instrumente

Zielgruppe(n):

Bevölkerung, Einwohner, Hauseigentümer, verschiedene Altersklassen (z.B. Kinder)

Botschaft:

Klimawandel sollte nicht bei einer stärkeren Sensibilisierung „im Kopf“ enden, sondern sich auch im Herzen der Menschen verankern, damit sie sich nachhaltiger verhalten.

Instrumente:

Nutzung von Meinungen, Emotionen und Fakten durch Events, Werbematerial (Kleidung, Webseite, Poster, Banner, Freikarten, Werbe-Anzeigen, Promotion-Teams, Wettbewerbe).

Klima- und Energiemarkt, der die Menschen über Energieeinsparmöglichkeiten zu Hause aufklärt.

Erfahrungen

Kombination mit anderen Maßnahmen:

Baumaßnahmen wie Grünstrukturen, besonders Gründächer mit Hilfe von öffentlicher Förderung.

Folgeaktivitäten / Überwachung der Ergebnisse:

Die Kampagne wurde von den Zielgruppen erfolgreich angenommen. Tatsächlich hatten drei Monate nach der Kampagne 38% der Bevölkerung davon gehört und 80% von ihnen gaben an, bereit zu sein zu handeln.

Good-practice:

Für jede Kampagne ist eine gute Planung als Grundlage wichtig. Das „grüne Herz“ wurde vor einigen Jahren begonnen und ist seitdem gewachsen (u.a. zu einem zentralen Klimaladen). Die grundsätzliche Botschaft überzeugt nach wie vor.