


Bezeichnung: Informationsveranstaltungen zum Klimawandel							
Stichwörter: Sensibilisierung; Gruppen							
Zielgruppe: Kommunikationsverantwortliche, Klimawandelprojekte							
ESPACE-Strategie, auf deren Aspekte die Fallstudie zutrifft:	1.	2.	3.X	4.	5.	6.	7.
	8.	9.	10.X	11.	12.	13.	14.
Inhalte der Strategieempfehlungen, die die Fallstudie aufgreift:							
3 & 10. Die einzelnen Veranstaltungen und Gespräche haben gezeigt, auf welche Weise den Zuhörern die Notwendigkeit einer Anpassung an den Klimawandel vermittelt werden kann. Sensibilisierung bezüglich der Notwendigkeit von Anpassungen an den Klimawandel sowie Aufzeigen möglicher Maßnahmen.							
Leitfäden, auf die die Fallstudie sich bezieht:				Instrumente, auf die die Fallstudie sich bezieht:			
Foto/Abbildung/Karte:				Überblick:			
<p>Auch das Maskottchen des Sussex Cricket Team benutzt Sonnenschutzcrème.</p> 				<p>Das Thema Klimawandel wurde hauptsächlich über Gespräche und Vorträge sowie über die Teilnahme an öffentlichen Veranstaltungen auf die Tagesordnung gesetzt.</p>			
Beschreibung:							
<p>Während der Laufzeit des Projekts hat der Projektmitarbeiter 31 Mal an öffentlichen Veranstaltungen teilgenommen, 22 Vorträge vor Vertretern der Öffentlichkeit gehalten, 39 Schulen und 15 interne Gruppen besucht.</p> <p>In der ersten Phase der Bürgerbeteiligung werden Gespräche angeknüpft. Sobald dies geschehen ist, können wichtige Fragen besprochen und kann die gewünschte Botschaft vermittelt werden. Wir haben verschiedene Möglichkeiten für die Realisierung dieses Ziels untersucht. Die erfolgreichsten Mittel sind „kostenlose Artikel“ und „Wettbewerbe“. Bei der Verteilung kostenloser Artikel wie Energiesparlampen, Sonnenhüte oder Armbänder lassen sich leicht Gespräche anknüpfen. So können Sie auch auf Ihre Anwesenheit aufmerksam machen. Allerdings sollte man sich bewusst machen, dass eine Menschenmenge wie ein</p>							

Magnet wirkt und dass ein kleines Team dann in der Menge untergeht, so dass weniger Zeit bleibt, die gewünschte Botschaft zu verkünden. Dies kann vermieden werden, indem man sich Kontaktdaten für künftige Korrespondenz geben lässt.

Auf Märkten, Dorffesten und ähnlichen Veranstaltungen sind meist dieselben Besucher zu finden; vielen von ihnen wird die zu vermittelnde Botschaft bereits bekannt sein. Indem andere Veranstaltungen ausgewählt werden (wie z.B. ein Cricket-Turnier), können neue Zielgruppen angesprochen werden. Die Veranstaltung sollte sorgfältig ausgewählt werden, um zu gewährleisten, dass Sie über eine relevante Botschaft und genügend Zeit zu deren Verbreitung verfügen.

Veranstaltungen zu verschiedenen Themen scheinen beliebter zu sein als Veranstaltungen, die sich auf ein Thema konzentrieren. Statt den Klimawandel als Konzept darzustellen, wurde auf Veranstaltungen und Road-Sows versucht, Besuchern den Klimawandel als persönliches Interesse nahe zu legen. So soll Bürgern gezeigt werden, wie sie selbst zuhause einen Beitrag leisten können.

PowerPoint-Präsentationen sind ein ausgezeichnetes Mittel für die Initiierung von Diskussionen. Es handelt sich jedoch nur um ein Mittel; wenn die Zuhörer nicht in die Präsentation einbezogen werden, wird es schwierig, ihnen die gewünschte Botschaft zu vermitteln. Wichtig ist, möglichst früh einen Bezug zu den Maßnahmen herzustellen, die die Menschen selbst ergreifen können.

Autor: Fran Wallington, Manhood Peninsula Coordinator, WSCC

Weitere Informationen:

In englischer Sprache.

Climate Change Communication Strategy (WSCC 2007)