

Berichtsvorlage

zur Behandlung im **Ausschuss für Energie, Umwelt und Klimaschutz**

Betreff: **Öffentlichkeitsarbeit zur Fortschreibung des Klimaschutzprogramms**
Bezug: interfraktioneller Antrag 510/2026
Anlagen:

Zusammenfassung:

Mit der Fortschreibung des Klimaschutzprogramms soll der Klimaschutz in Tübingen noch stärker sichtbar gemacht werden. Die Verwaltung greift die Forderung nach einer verstärkten Öffentlichkeitsarbeit auf und setzt verschiedene Kommunikationsmaßnahmen um, um die Inhalte verständlich und zugänglich zu vermitteln. Für zusätzliche, umfangreichere Kampagnen oder neue Formate im öffentlichen Raum wären zusätzliche Ressourcen nötig.

Bericht:

1. Anlass / Problemstellung

Anders als bei der Verabschiedung des ersten kommunalen Klimaschutzprogramms 2019, als der Klimaschutz in der Gesellschaft große und sichtbare Zustimmung fand, hat das Thema in der öffentlichen Debatte mittlerweile an Bedeutung verloren. Wirtschaftliche und soziale Probleme, Krisen und Kriege haben den Klimaschutz in den Hintergrund gedrängt. Daher fordert der interfraktionelle Antrag 510/2026 eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit zur anstehenden Fortschreibung des Klimaschutzprogramms, um das Thema Klimaschutz in der Stadtbevölkerung wieder bekannter und präsenter zu machen.

Konkret beantragen die Fraktionen AL/Grüne, SPD, Klimaliste und Linke folgende Kommunikationsbausteine:

- übersichtliche und klar strukturierte Darstellung des Programms auf der städtischen Internetseite

- Kurzfassung des Klimaschutzprogramms
- Kommunikation über Social Media
- Übersetzung des Klimaschutzprogramms in einfache Sprache
- Klimapfad mit QR-Codes im Stadtgebiet
- intensive städtische Öffentlichkeitsarbeit zur Verabschiedung (Social Media, Pressemitteilungen, Großwerbeflächen, Plakate im TüBus etc).

2. Sachstand

2008 wurde die Klimaschutzkampagne „Tübingen macht blau“ ins Leben gerufen. Unter diesem Label veröffentlicht die Stadtverwaltung alle Maßnahmen und Aktionen zum Klimaschutz. Dabei setzt die Verwaltung in enger Zusammenarbeit mit den Stadtwerken Tübingen auf einzelne, abgegrenzte Klimaschutz-Bausteine, Handlungs- und Zielgruppenorientierung sowie einen breiten Mix an Aktions- und Kommunikationsformaten. Deren Kommunikation gehört zu den regelhaften Aufgaben der Stabsstelle Kommunikation und Medien, die diese in enger Zusammenarbeit mit der Stabsstelle Umwelt- und Klimaschutz seit Beginn der Kampagne „Tübingen macht blau“ in verschiedenen Medien umsetzt.

Wichtigster Kommunikationskanal zu Beginn der kommunalen Klimaschutzaktivitäten war die eigens für die Kampagne erstellte Internetseite www.tuebingen-macht-blau.de. Inzwischen sind Social Media, klassische Printmedien (z.B. Schwäbisches Tagblatt, TüWelt, „Tübingen im Fokus“) sowie analoge Informations- und Beratungsangebote (z.B. Klimatag im Rathaus, Donnerstagsberatungen) wichtige Reichweitenbringer. Zudem wurden von den Stabsstelle Umwelt- und Klimaschutz auch interaktive, digitale Angebote wie Actions-bounds zum Klimaschutz eingerichtet, die sehr stark nachgefragt werden.

Das Klimaschutzprogramm steht ebenfalls unter dem Label „Tübingen macht blau“. Die PDF-Datei des Programms, Indikatoren zur Wirksamkeit der Maßnahmen, Energie- und Klimabilanzen sowie ein Rückblick auf den Beteiligungsprozess 2020 sind sowohl auf der städtischen Homepage www.tuebingen.de/klimaneutral2030 als auch unter www.tuebingen-macht-blau.de/klimaneutral2030 abrufbar. In der Rubrik „Klimaneutral 2030“ finden sich zudem Unterpunkte zur Strom- und Wärmewende (z.B. Wärmepumpen-Installationsbetriebe in der Region und Stromspartipps). Ferner gibt es gedruckte Exemplare des Klimaschutzprogramms, die in Tübingen allerdings kaum nachgefragt werden, und eine gedruckte Kurzfassung zum Entwurf 2020.

Zu verschiedenen Maßnahmen des Klimaschutzprogramms, die bereits umgesetzt wurden oder aktuell in der Umsetzung sind, gibt es Informationen auf www.tuebingen-macht-blau.de, in der TüWelt sowie Flyer, Faltblätter und Plakate im öffentlichen Raum und in den TüBussen, die für die Maßnahmen werben. Beispiele hierfür sind Förder- und Beratungsangebote beim Ersatz von Ölheizungen durch klimaneutrale Heizungen, Maßnahmen zur Senkung des Stromverbrauchs und Angebote zum Umstieg auf nachhaltige Mobilität.

Themen zum Klimaschutz werden auch über weitere Kommunikationskanäle von Stadt und Stadtwerken (Pressearbeit, Social Media, Werbeflächen) kontinuierlich transportiert: Allein im Zeitraum Anfang 2025 bis Mitte 2026 wurden von Seiten der Stadtverwaltung und der Stadtwerke in Summe 104 Pressemitteilungen, 190 Social-Media-Beiträge und etwa 40 Sonderbeiträge in der TüWelt, im Blog der Stadtwerke und in „Tübingen im Fokus“ platziert.

3. Vorgehen der Verwaltung

Nach dem Beschluss zur Fortschreibung des Klimaschutzprogramms setzt die Stabsstelle Kommunikation und Medien im Rahmen der vorhandenen personellen und finanziellen Ressourcen weiterhin eine breite Kommunikation zum Klimaschutz in Tübingen um. Dabei werden die Anregungen der Fraktionen größtenteils aufgegriffen: Insbesondere die Kommunikation über Social Media und über die Großwerbeflächen im Stadtgebiet wird schrittweise intensiviert. Geplant sind unter anderem:

- Veröffentlichung des Klimaschutzprogramms als HTML-Texte zusätzlich zur PDF-Datei
- Pressearbeit zur Verabschiedung der Fortschreibung des Klimaschutzprogramms
- Social-Media-Beiträge zur Verabschiedung der Fortschreibung und zur Darstellung der einzelnen Sektoren (z.B. im Rahmen einer Serie)
- kontinuierliche Kommunikation konkreter Klimaschutz-Themen über das städtische Kontingent auf den Großwerbeflächen im Stadtgebiet

Darüber hinaus plant die Verwaltung die Erstellung einer Kurzfassung des Klimaschutzprogramms sowie eine Übersetzung dieser Kurzfassung in einfache Sprache. Beides lässt sich voraussichtlich ohne zusätzliche Ausgaben mit Unterstützung von KI verwaltungsintern umsetzen. Diese Bausteine werden jedoch nicht sofort nach Beschluss des Klimaschutzprogramms verfügbar sein, da die Erstellung, Prüfung und redaktionelle sowie gestalterische Umsetzung auf den unterschiedlichen Kanälen (z.B. Internetseite, Flyer) zusätzlich zu den oben genannten Maßnahmen nur gestaffelt erfolgen kann.

Kommunikationswege, die zusätzliche Sachausgaben erfordern würden, verfolgt die Verwaltung zum jetzigen Zeitpunkt nicht. Dazu gehören insbesondere ein Klimapfad mit QR-Codes im öffentlichen Raum und eine umfangreiche Kampagne mit Anzeigen (z.B. an Haltestellen und im TüBus). Für diese Bausteine müsste zunächst eine umfassende Kommunikationskampagne erstellt werden, die Konzeption, Redaktion, Gestaltung, Abstimmung, Produktion, laufende Pflege und organisatorische Begleitung erfordert. Dies ist mit den derzeitigen personellen und finanziellen Ressourcen nicht leistbar.

4. Lösungsvarianten

Für folgende Kommunikationsbausteine wären zusätzliche finanzielle Mittel und gegebenenfalls zusätzliche personelle Kapazitäten bereitzustellen:

- Die Kurzfassung des Klimaschutzprogramms und deren Übersetzung in einfache Sprache könnten schneller erstellt werden. Hierfür müssten externe Dienstleister beauftragt werden.
- Für einen Klimapfad mit QR-Codes im öffentlichen Raum könnte ein Konzept erstellt werden.
- Für eine umfassende Kommunikationskampagne im öffentlichen Raum könnten Mittel im Haushalt 2027 bereitgestellt werden.

5. Klimarelevanz

Die Fortschreibung des Klimaschutzprogramms ist ein zentrales kommunales Thema. Eine verständliche, niedrigschwellige und sichtbare Kommunikation kann dazu beitragen, die Inhalte besser zugänglich zu machen, die öffentliche Wahrnehmung zu erhöhen und Bürgerinnen und Bürger stärker einzubeziehen.

