

Berichtsvorlage

zur Behandlung im: **Verkehrsplanungs- und Umweltausschuss**

Betreff: Klimaschutzkampagne

Bezug: Vorlage 395 (Gesamtprojekt Klimaschutz)

Zusammenfassung:

Die Maßnahmen zum Klimaschutz werden von einer öffentlichkeitswirksamen Kampagne begleitet. Die Verwaltung gibt dazu ein Kommunikationskonzept in Auftrag.

Finanzielle Auswirkungen		Jahr: 2007	Folgej.:
Investitionskosten:	€	€ 5.000	€
bei HHStelle veranschlagt:		0240.6301	
Aufwand / Ertrag jährlich	€	ab:	

Ziel: Begleitung der Klimaschutz-Offensive mit dem Ziel des Umsteuerns, des Umdenkens und der damit verbundenen Verhaltensänderungen. Eine Verringerung des CO₂-Ausstoßes von 10 Prozent in zwei Jahren wird angestrebt.

Begründung:

1. Anlass / Problemstellung

Die Universitätsstadt Tübingen ist auf dem Weg zu einer Vorbild-Kommune in Sachen Umwelt und Klimaschutz. Sie weist nach, dass hohe Lebensqualität mit den Prinzipien der Nachhaltigkeit vereinbar ist. Um diesem Anspruch gerecht zu werden und um einen vorbildlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, startet die Stadt eine Klimaschutz-Offensive auf lokaler Ebene. Dabei werden große und kleine Projekte und vielfältige Maßnahmen einen Beitrag zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes leisten.

Mit der Klimaschutz-Offensive will die Stadt einen Bürgerbeteiligungsprozess anstoßen, in dem die Möglichkeiten im Mittelpunkt stehen, wie jeder einzelne einen Beitrag zum Klimaschutz leisten kann. Es geht um Information, Aufklärung, Identifikation und Verhaltensänderung. Eigene Projekte der Kommune sollen Vorbildcharakter entfalten; mit Planungsinstrumenten schafft die Kommune Rahmenbedingungen; Aktionen Dritter sollen angeregt und positiv verstärkt werden.

Da die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit für die geplante Kampagne keine genügenden eigenen Ressourcen hat, strebt die Verwaltung die Unterstützung durch eine Kommunikationsagentur an, die eine Konzeption entwickeln und die Kampagne begleiten soll. Die Kampagne soll zunächst auf zwei Jahre angelegt werden.

2. Sachstand

Die Verwaltung hat im August 2007 sechs örtliche Werbeagenturen zu einem beschränkten Wettbewerb (Pitch) eingeladen. Die Agenturen hatten dabei die Gelegenheit, erste Ideen für ein Konzept für die zweijährige Kampagne vorzustellen. Drei Agenturen haben sich beteiligt und wurden von einer Jury unter der Leitung von Oberbürgermeister Boris Palmer bewertet. Die Jury setzte sich wie folgt zusammen: Dr. Sybille Hartmann, Ulrich Narr (Projektgruppe Klimaschutz), Knud Hädicke und Cornelia Szelényi (Unternehmenskommunikation der Stadtwerke Tübingen) und Sabine Schmincke (Leitung Teilprojekt Klimaschutzkampagne). Die Jury hat sich einstimmig für die Zusammenarbeit mit der Tübinger Agentur DIE KAVALLERIE ausgesprochen.

3. Lösungsvarianten

- a. keine öffentlichkeitswirksame Kampagne für das Klimaschutzprojekt
- b. keine professionelle Unterstützung für die öffentlichkeitswirksame Kampagne

4. Vorschlag der Verwaltung

Die Verwaltung beauftragt die Agentur DIE KAVALLERIE mit der Erstellung des Kommunikationskonzeptes. Die Werbekampagne wird durchgeführt.

5. Finanzielle Auswirkungen

Für das Kommunikationskonzept hat die Agentur ein Angebot abgegeben in Höhe von 5.000 Euro. Die Mittel stehen auf der Haushaltsstelle 0240.6301 (Öffentlichkeitsarbeit) zur Verfügung. Die Kosten für die Umsetzung der zweijährigen Kampagne stehen noch nicht fest; die Verwaltung geht von rund 25.000 Euro pro Jahr aus. Hierzu wird die Verwaltung rechtzeitig berichten.

Anlagen: keine