Fachbereich 3 Planung und Bau
Referentin für Bürgerbeteiligung
Karin-Anne Böttcher

in Zusammenarbeit mit dem
Referat 3.1.2 Umwelt, Klima, Verkehr

KONTAKT:
Telefon 07641/452-3103
Telefax 07641/452-3109
buergerbeteiligung@emmendingen.de

Stadt Emmendingen im Breisgau

Anmeldung per Mail bis 11.05.2022:
buergerbeteiligung@emmendingen.de

Einladung zur KLIMAWERKSTATT:

„Soziale Milieus im Klimaschutz berücksichtigen“

Entwicklung von Werkzeugen für passgenaue Kommunikation:
Wer sind unsere Zielgruppen und wie können wir sie erreichen?

Samstag, 14. Mai 2022 (10 - 14.30 Uhr)
Jugendzentrum Emmendingen, Steinstraße 1A

Sie engagieren sich im Bereich Klimaschutz oder arbeiten im Klimaschutzmanagement einer Kommune und kennen diese Situationen?

- Sie organisieren Veranstaltungen, aber es kommen immer die Gleichen?
- Sie suchen Teilnehmer_innen für eine „Klimaschutz-Challenge“, aber es gelingt nicht, Leute zu erreichen, die sich nicht schon länger für das Thema interessieren?
- Ihr Ziel ist mehr Aufmerksamkeit für Klimaschutz-Themen in der „breiten Öffentlichkeit“, aber Sie wissen nicht, wie Sie Menschen außerhalb der üblichen „Filterblase“ erreichen können?

Hier setzt der Workshop **„Klimawerkstatt Soziale Milieus“** der Stadt Emmendingen mit Professor Michael N. Ebertz an: Die Teilnehmer_innen denken sich ein in das Wertesystem unterschiedlichen Milieus und entwickeln gemeinsam passgenaue Werkzeuge und Projekte für die zielgruppenspezifische Arbeit.

Die zentrale Frage ist nicht:

'Was stimmt nicht mit den Leuten, warum wollen diese uns nicht verstehen?',

sondern:

'Woran hapert es bei uns - was verstehen wir nicht an unserer Zielgruppe?'
Wie können wir diese so ansprechen, dass ihr Interesse für den Klimaschutz gefördert und eine Veränderungsmotivation geweckt wird?

- Mit den klassischen Angeboten im Bereich Bürgerbeteiligung, Klimaschutz und Engagementförderung werden in der Regel vor allem gut gebildete, bereits vorsensibilisierte Bürger_innen erreicht
- Um neue Zielgruppen zu erschließen, müssen neue Formen der Ansprache und der Beteiligung erprobt werden. Welche Zielgruppenpotentiale gibt es und wie wie können diese erschlossen werden?
- Bestimmte Bevölkerungsgruppen sind für viele Anliegen nicht unmittelbar zu gewinnen. Gibt es Wege, sie dennoch zu erreichen – insbesondere für Klimaschutz-Themen?

➔ **Unser Lösungsansatz:** Zielgruppenorientierte Kommunikation und passgenaue Projektentwicklung!

Ablaufplan „Klimawerkstatt Soziale Milieus“

1. **Soziale Milieus als Zielgruppen** – **Einführung in das Modell der „Sinus-Milieus“ und ihre Werteorientierung,** Prof. Dr. Michael N. Ebertz (Einstellungen und Verhaltensweisen der sozialen Milieus im Bereich Bürgerbeteiligung und Engagement am Beispiel Klimawandel)
2. **Gruppenarbeit: Entwicklung eigener Ansätze für milieuorientierte Angebote** zum Engagement im Bereich Klimaschutz (Kleingruppen für je ein „Sinus-Milieu“; Entwicklung von „Personas“ und passenden Formen der Ansprache/Projekte)
3. **Präsentation und Diskussion der entwickelten Ansätze** (mit Feedback von Prof. Dr. Ebertz)

Was sind die „Sinus Milieus“?

Die Sinus-Milieus wurden vom SINUS-Institut vor über 40 Jahren entwickelt und gelten als Goldstandard der „Zielgruppen-Segmentation“. Die SINUS-Milieus fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zusammen. Die Übergänge zwischen einigen Milieus sind fließend, zwischen anderen eher begrenzt.

Mehr Informationen: https://www.sinus-institut.de/sinus-milieus
Erklärfilm: https://www.sinus-institut.de/media-center/videos/sinus-milieus-einfach-erklaert

Was sind „Personas“?

„Personas“ sind im Marketing beschreibende Modelle idealisierter „Wunschkunden“. Sie sind fiktive Vertreter von Zielgruppen und repräsentieren die unterschiedlichen Werte und Bedürfnisse innerhalb zumeist inhomogener Zielgruppen. Eine Persona hilft bei der Produktentwicklung und im Marketing bzw. der Öffentlichkeitsarbeit darüber nachzudenken, wie Vertreter_innen der jeweiligen Zielgruppe handeln, denken und was ihre Ziele und Motivationen sind. Personas erleichtern den Perspektivwechsel, um gezielter und empathischer auf die Bedürfnisse und Erwartungen von Zielgruppen eingehen zu können und die Kommunikation und das Angebot zu optimieren.

Mehr Informationen z.B. hier: https://www.kompetenzzentrum-kommunikation.de/artikel/die-kunden-mit-personas-kennenlernen-412/