

TIPPS für die Ansprache von Schlüsselakteuren

► DIE SPRACHE DER PARTNER TREFFEN

Wie dargestellt, geht es beim Aufbau eines Transition Networks darum, mit einer ausgewählten Gruppe von Akteuren, die sowohl durch ihre fachlichen als auch persönlichen Eigenschaften besonders geeignet sind, den Wandel vor Ort gemeinsam voran zu treiben. Daher ist eine angemessene, zielgruppenspezifische und persönliche Ansprache besonders wichtig. Unpersönliche Standardanschreiben sollten möglichst vermieden werden. Eine bürokratisch klingende Ansprache schreckt Akteure aus der Wirtschaft ab.

„Da habe ich das Standardschreiben gekriegt, was auch alle möglichen Sachbearbeiter in, was weiß ich wie vielen, 100 anderen Unternehmen kriegen. Es findet keine persönliche Ansprache statt.“ (Interview 38:222)

► ANSPRACHE AUF AUGENHÖHE

EntscheidungsträgerInnen sind meist vielbeschäftigt und schwer direkt erreichbar, insbesondere wenn bisher noch keine Beziehungen zur Person bestehen. Daher ist die Form der Erstansprache dieser Akteure besonders wichtig. Diese sollte auf gleicher Hierarchieebene (Augenhöhe) erfolgen.

Die persönliche bilaterale Ansprache durch den/die (Ober-)BürgermeisterIn findet meist Beachtung. Auch ein offizielles Anschreiben durch den/die (Ober-)BürgermeisterIn verbunden mit einer Einladung zur Beteiligung am Klimaschutzprozess z.B. mit einer feierlichen Auftaktveranstaltung, kann wirksam sein.

„Ich würde da schon auch jemanden suchen, mit dem man dann was das eigene Unternehmen betrifft auf Augenhöhe sprechen kann.“ (Interview 23:382)

„Da muss es von entscheidender Stelle überhaupt mal einzelne Gespräche geben. Ich hätte jetzt erwartet, dass der Bürgermeister hier mal herkommt und mit mir mal eine halbe Stunde über das Thema redet.“ (Interview 38: 218-220)

Ein **Veranstaltungskonzept für eine lokale Motivationsveranstaltung für Schlüsselakteure** mit Einladungstextmuster und einer Musterpräsentation „Schlüssellakteure bewegen kommunalen Klimaschutz“ gibt es unter: www.schluessellakteure.de

► GÜNSTIGE GELEGENHEITEN UND PHASEN DES UMBRUCHS NUTZEN

Führungskräfte im Ruhestand oder kurz davor haben eine relativ größere Bereitschaft für das Klimaschutzengagement. Viele Gelegenheiten eignen sich, um neue Schlüsselakteure und Netzwerke für den Klimaschutz zu gewinnen. So bieten sich neue Förderprogramme oder politische Themen ebenso gut an wie auch Großereignisse, die eine wichtige Bedeutung für die Entwicklung der Kommune haben.

„Wir hatten im Beirat der lokalen Agenda 21 den Geschäftsführer vom Nahverkehr. [Dort] ging es um sowas wie kostenlosen Nahverkehr für Schüler und Jugendliche als soziale und ökologische Komponente. Den hatten wir als Geschäftsführer da und dann sozusagen als scheidenden Geschäftsführer. Zwei unterschiedliche Positionen wurden dort formuliert. Als Geschäftsführer: [das] kostet Geld und wie sollen wir das machen?‘ [...] Wie dann klar war, er ist nur noch ein halbes Jahr da: ‚Gute Idee‘.“ (Interview 42:137)

„Und ich sehe schon, dass wir mit der Planung zur international renommierten Messe einen wesentlichen Punkt hatten, durch den Dynamik reingekommen ist [...]. Die Messe wurde sehr groß diskutiert, die Anforderungen an den [neuen Stadtteil], die Auflagen, die wir da hatten an den Baustandard. Ich glaube, da ist in der Wohnungswirtschaft eine Stimmung entstanden, was Klimaschutz betrifft. Ich glaube, das war sehr, sehr gut, weil es sich ein bisschen in die Breite entwickelt hat und einige Akteure das Thema für sich dann aufgenommen haben und weiterentwickelt haben.“ (Interview 45:05)