

Spenden Sie Schatten!

WERDEN SIE TEIL DER KAMPAGNE „SCHATTENSPENDER“
DES UMWELTBUNDESAMTES!



Für Mensch & Umwelt

Umwelt 
Bundesamt

Impressum

Herausgeber:

Umweltbundesamt
KomPass-Kompetenzzentrum
Klimafolgen und Anpassung
Postfach 14 06
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
info@umweltbundesamt.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt

Redaktion:

neues handeln AG

Gestaltung:

Studio GOOD, Berlin

Publikationen und Materialien**der Kampagne Schattenspende:**

www.umweltbundesamt.de/schattenspende

Bildquellen:

Illustration Christine Rösch

Stand: Februar 2021

Inhalt

4	1. Einleitung – darum sollten Sie Schattenspender werden!
5	2. Aktionsmaterialien – so machen Sie auf sich aufmerksam!
5	2.1 Hitzeknigge
5	2.2 Poster
5	2.3 Aufkleber
5	2.4 Postkarte
6	2.5 Online Banner
6	2.6 Sharepics
7	2.7 Textbausteine
8	2.8 Grafikvorlagen zur Gestaltung von individuellen Give-aways und Werbematerialien
8	2.9 So können Sie Ihre Materialien produzieren
9	2.10 Wo sollen die Materialien ausgelegt werden?
9	2.11 Wichtige Hinweise zur Erstellung eigener Materialien
10	2.12 Alle Materialien auf einen Blick
12	3. Aktionsideen für alle – was können Sie tun?
12	3.1 Einfache Umsetzung (ein Sonnenschirm)
12	3.2 Mit größerem Aufwand umzusetzen (zwei Sonnenschirme)
13	3.3 Mit großem Aufwand (drei Sonnenschirme)
15	4. Website & Newsletter – hier gibt es alle Informationen gebündelt
16	5. Netzwerkarbeit – wie bilde und erhalte ich Partnerschaften?
16	5.1 Die Kommune einbinden
16	5.2 Netzwerk aufbauen und pflegen
17	5.3 Netzwerktreffen
17	5.4 Musteranschreiben für Ihre Kommunikation
19	6. Pressearbeit – machen Sie Hitzeschutz zur Nachricht
19	6.1 Die Pressemitteilung
20	6.2 Der Presseverteiler
22	7. Storytelling – Themen wirksam kommunizieren
24	8. Denken wir eine Kampagne – der Kontext macht's!
25	9. Good-Practice-Beispiele – von Vorreitern lernen
25	9.1 Hitzetelefon Kassel
25	9.2 Coole Straße Wien
25	9.3 Hitzeaktionsplan der Stadt Offenbach am Main in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wetterdienst
26	9.4 Hitze-Portal Erfurt
28	10. Weiterführende Hinweise für Städte und Kommunen

1. Einleitung – darum sollten Sie Schattenspender werden!

Angesichts des fortschreitenden Klimawandels ist auch weiterhin mit hohen Temperaturen, heißen Tagen, Hitzewellen und -extremen zu rechnen. Das bedeutet jedoch nicht nur mehr sonnige Tage mit blauem Himmel und Badewetter. Die Folge sind immer häufigere Hitzeperioden mit Tageshöchsttemperaturen von mehr als 30 Grad Celsius. Diese Temperaturen können dem menschlichen Organismus ernsthaft schaden. Besonders in dicht bebauten Innenstädten, wo sich heiße Luft staut, sollten die gesundheitlichen Gefahren nicht unterschätzt werden. Klimamodelle zeigen, dass Hitzeextreme in Zukunft weiter zunehmen werden. Außerdem können Tage mit starker Hitze immer früher im Jahr auftreten – also dann, wenn sich der Körper noch nicht auf höhere Temperaturen eingestellt hat. Umso wichtiger ist es, sich der Gefahren bewusst zu sein und sich und andere vor extremer Hitze zu schützen, kurz: Schatten zu spenden.

Dieser Kampagnenleitfaden richtet sich primär an Verantwortliche in Städten und Kommunen, beispielsweise an die Abteilung Umwelt, Klimaanpassung oder Klimaschutz, Gesundheit oder an das Büro der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters. Toll, wenn das Thema direkt dort verankert ist.

Darüber hinaus bietet dieser Leitfaden aber auch individuellen Akteuren beispielsweise aus dem Gesundheits- und Pflegebereich, Interessierten aus dem Einzelhandel oder persönlich betroffene Personen Ideen und Anregungen zur Umsetzung einzelner Maßnahmen und zur individuellen Durchführung der Kampagne „Schattenspender“.

Wir haben im Vorfeld der Kampagnenerstellung Mitarbeitende aus Kommunen in Deutschland befragt, wie wir sie unterstützen können und welche Ideen bereits umgesetzt wurden. Die Ergebnisse haben wir bei der Erstellung dieses Leitfadens berücksichtigt.

Ziel der Kampagne „Schattenspender“ ist es, Menschen, Einrichtungen und Begegnungsstätten in der Kommune zu beteiligen und gemeinsam die Gesundheit von Bürgerinnen und Bürger in den Hitzemonaten zu schützen. Werden Sie zum Schattenspender!



2. Aktionsmaterialien – so machen Sie auf sich aufmerksam!

Zur Umsetzung der Kampagne sowie zur Ankündigung konkreter Aktionen stehen Ihnen verschiedene Materialien zur Verfügung. Diese können Sie auf der Aktionswebsite (www.umweltbundesamt.de/schattenspender) herunterladen.

Zu den Aktionsmaterialien innerhalb der Kampagne zählen die Broschüre „Hitzeknigge“, Druckvorlagen für Plakate, Postkarten und Aufkleber sowie Grafiken zur individuellen Gestaltung von Give-aways.

Für Ihre Online-Kommunikation stellen wir darüber hinaus auch ein Banner, ein Sharepic (Bild zum Teilen auf Social Media) sowie geeignete Textbausteine für Sie zum Download bereit.

Sie finden eine Ansicht aller Materialien und Online-Elemente unter Punkt 2.12 auf den Seiten 10/ 11.

2.1 Hitzeknigge

Warum ist Schattenspenden so wichtig? Was kann man selbst für eine Reduktion der Hitzebelastung tun? Was sind Symptome für Hitzebelastung und wie kann man richtig reagieren? Der Hitzeknigge fasst die Antworten zu diesen Fragen übersichtlich zusammen. Verteilen Sie den Hitzeknigge an Ihre Mitmenschen, an Interessierte und an Multiplikatoren. Legen Sie ihn in Ihren Räumlichkeiten aus und verteilen Sie ihn bei Aktionen und Veranstaltungen. Der Hitzeknigge ist Informations- und Streumittel zugleich.

Das Besondere: Den Hitzeknigge können Sie zusätzlich um lokale Hinweise und Kontaktdaten für die Region ergänzen und ihn mit Ihrem eigenen Logo versehen. Hierfür haben wir eine individualisierbare Variante vorbereitet, die Sie einfach und in wenigen Schritten an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Die Sichtbarkeit eines lokalen Absenders in Ihrem Hitzeknigge macht Leserinnen und Leser neugierig und erhöht ihre Bereitschaft, ihn durchzublättern und die Hinweise und Tipps zu befolgen.

Hinweise zur Anpassung:

Sie erhalten die detaillierte Schritt-für-Schritt-Anleitung sowie alle Dokumente, die Sie für die Erstellung des individualisierten Hitzeknigges benötigen, auf Anfrage unter kompas@uba.de.

2.2 Poster

Auf verschiedenen Plakat-Motiven stellen wir durch Illustrationen wichtige Tipps und Verhaltensweisen im Umgang mit Hitzeextremen vor. Diese Illustrationen sind ein zentrales gestalterisches Element der Kampagne. Sie bilden den „roten Faden“ und lassen sich bei all Ihren Aktionen sowie im öffentlichen Raum einsetzen. Hängen Sie die Plakate überall dort auf, wo sie von vielen Menschen gut gesehen werden: im Rathaus, an Bürotüren, an Fenstern, in Schaukästen oder als Aufsteller. Bitten Sie auch lokale Kooperationspartner oder öffentliche Einrichtungen, die Poster in deren Räumlichkeiten aufzuhängen.

Bitte beachten Sie, dass „wildes Plakatieren“ nicht erlaubt ist. Verzichten Sie unbedingt darauf, private Flächen und insbesondere private Werbeflächen zu überkleben. Hier drohen hohe Strafen.

2.3 Aufkleber

Unsere Aufkleber sorgen für Aufmerksamkeit und eine „kleine Erinnerung“ im Vorbeigehen. Der Schattenspender-Aufkleber macht das (eigene) Ladenfenster, das Fahrrad oder auch den Laptop zum Hingucker. Und er sollte vor allem dort platziert werden, wo Menschen ein Hitzeschutz geboten wird, zum Beispiel vor teilnehmenden Supermärkten oder Cafés. Machen Sie mit den Schattenspender-Aufklebern auf das Thema aufmerksam!

2.4 Postkarte

Kostenlose Postkarten kommen gut an und lassen sich nicht nur auf Veranstaltungen, sondern auch an Infoständen oder in Bars und Restaurants verteilen oder auslegen. Die Postkarten der Schattenspender-Kampagne sind echte Hingucker. Interessierte und Beteiligte können sie als Erinnerungsstütze an Pinnwänden anbringen, auf den Schreibtisch stellen oder zusammen mit einem lieben Gruß versenden.

Wie wäre es analog zur Weihnachtskarte mit einer Hitzepostkarte an Partner und Interessierte im Frühsommer? Notieren Sie auf der Rückseite doch einen Hinweis zu Ihrem Engagement!

2.5 Online Banner

Das von uns aufbereitete Banner können Sie auf Ihrer Website einbinden und damit verdeutlichen, dass Sie Teil der Kampagne Schattenspender sind. Hinterlegen Sie auf dem Banner gerne die Kampagnenwebsite (www.umweltbundesamt.de/schattenspender), so finden alle Interessierten rasch weitere Informationen zum Thema Hitzeschutz.

Laden Sie Institutionen aus Ihrem Netzwerk ein, das Banner auch auf deren Websites einzubinden, mit einem Link zur Ihrem Web-Angebot zum Thema oder auf das Portal des UBA.

2.6 Sharepics

Ein Sharepic ist ein aussagekräftiges Bild mit einem kurzen, knappen Text, das zum Teilen in sozialen Medien anregt. Sie können unsere Schattenspender-Sharepics über Ihre Social-Media-Kanäle verbreiten und auf Ihrer Website oder im eigenen Newsletter einbinden. Bitte beachten Sie, dass sich für Facebook, Instagram und Twitter jeweils unterschiedliche Formate eignen: Facebook (1.200 x 1.200 Pixel), Instagram (1.080 x 1.080 Pixel) und Twitter (1.024 x 512 Pixel). Damit Ihre Social-Media-Posts als Teil der Kampagne „Schattenspender“ wahrgenommen werden, verwenden Sie dazu gerne den Kampagnen-Hashtag [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender).

Untenstehend finden Sie bereits zu jedem Sharepic einen passenden kurzen Text für Ihren Social-Media-Post. Nutzen Sie die Sharepics auf Twitter und Instagram? Dann setzen Sie neben dem Hashtag [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) gerne noch weitere passende Begriffe als Hashtag, z.B. [#Sonne](https://www.instagram.com/sonne), [#Hitze](https://www.instagram.com/hitze), [#Sport](https://www.instagram.com/sport), [#Sommer](https://www.instagram.com/sommer) oder auch den Namen Ihrer Kommune. Natürlich sind Ihrer Kreativität auch hier keine Grenzen gesetzt.

► *Claim Sharepic:* Jetzt wird's heiß!
Post-Text: In den kommenden Wochen und Monaten wird es heiß. Vermeiden Sie bei Hitze wenn möglich Aktivitäten wie körperliche Arbeit oder Sport im Freien. Suchen Sie Schutz vor der Sonne. Mehr Tipps finden Sie im [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.

Weitere mögliche Formulierungen:

- *Claim Sharepic:* So schön warm. Ist nicht immer gut.
Post-Text: Wir alle lieben den Sommer. Doch direkte Sonneneinstrahlung schadet unserem Organismus. Schützen Sie sich im Schatten und mit Sonnencremes vor direkter Sonneneinstrahlung. Mehr Tipps finden Sie im [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.
- *Claim:* Das bisschen Sonne kann mir gar nichts.
Post-Text: Nach dem Winter sind wir alle sonnenhungrig, doch Vorsicht! Menschen mit Kreislauf-Vorerkrankungen sind durch Hitze besonders gefährdet. Suchen Sie Schutz. Schlaun ist, wer sich schützt. Schwäche zu zeigen ist eine Stärke. Mehr Tipps finden Sie im [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.
- *Claim Sharepic:* Coole Looks für heiße Tage!
Post-Text: Auch wenn es noch so verlockend ist, knappe Kleidung ist im Sommer meist nicht die richtige Wahl. Stattdessen empfehlen wir leichte, die Haut bedeckende Kleidung. Stoffe wie Leinen oder Baumwolle kühlen unseren Körper bei hohen Temperaturen. Mehr Tipps finden Sie im [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.

Weitere mögliche Formulierungen:

- *Claim Sharepic:* Heiß, heißer, Hitzeschutz
Post-Text: Viele denken bei Sommer an Sonnencreme. Doch es geht schon vorher los, beim täglichen Anziehen: Achten Sie auf luftige Kleidung und schützen Sie Ihren Körper vor direkter Sonneneinstrahlung. Mehr Tipps finden Sie im [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.
- *Claim Sharepic:* Es gibt kein schlechtes Wetter, sondern nur falsche Kleidung!
Post-Text: Eigentlich kennen wir diesen Merksatz aus dem Herbst oder Winter. Doch er gilt auch im Sommer! Achten Sie darauf, Ihren Körper nicht schutzlos der Sonne auszusetzen. Mehr Tipps finden Sie im [#schattenspender](https://www.instagram.com/schattenspender) Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.

- ▶ *Claim Sharepic:* Wasser marsch!
Post-Text: Haben Sie Durst? Dann sendet Ihr Körper gerade ein Warnsignal. Denn das Durstgefühl setzt erst ein, wenn bereits viel Flüssigkeit verloren wurde. Trinken Sie daher insbesondere im Sommer ausreichend und regelmäßig, am besten Wasser aus der Leitung oder Flasche. So halten Sie Ihren Organismus am Laufen. Mehr Tipps finden Sie im #schattenspender Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.

Weitere mögliche Formulierungen:

- ▶ *Claim Sharepic:* Wasserratten ahoi!
Post-Text: Dieser Tipp richtet sich nicht nur an diejenigen, die sich gerne mal ins kühle Nass stürzen, sondern an alle. Denn ein erwachsener Mensch besteht zwischen 50 und 70 Prozent aus Wasser. Und unser Körper braucht, gerade bei Hitze, viel und regelmäßig Nachschub. Also: Trinken nicht vergessen! Mehr Tipps finden Sie im #schattenspender Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.
- ▶ *Claim Sharepic:* Heiß auf eine Abkühlung?
Post-Text: Es klingt so einfach und ist manchmal so schwer. Viele Menschen „vergessen“ zu trinken, durch Ablenkung, Stress oder mangelnden Durst. Achten Sie auf eine ausreichende Flüssigkeitszufuhr und trinken Sie stündlich ein Glas Wasser. So kommen Sie fit durch den Sommer! Mehr Tipps finden Sie im #schattenspender Hitzeknigge unter www.umweltbundesamt.de/schattenspender.

2.7 Textbausteine

Zur weiteren Kommunikation des Themas haben wir ergänzend einige Beispiel-Textbausteine als Inspiration für Sie vorbereitet. Diese können Sie beispielsweise für Social-Media-Posts in Kombination mit einem eigenen Foto verwenden, für eigene Newsletter, Ihre Website oder andere Publikationen. Damit diese Texte authentisch wirken, sollten Sie die Textbausteine individuell an Ihren Verband, Ihre Einrichtungen oder Region anpassen. Achten Sie unbedingt darauf, die Platzhalter (Musterhausen, Müller) durch die entsprechenden Namen Ihrer Stadt oder Kommune bzw. der erwähnten Persönlichkeiten zu ersetzen!

2.7.1 Textbausteine zur allgemeinen Bewerbung des Themas / einer Veranstaltung

- ▶ **Musterhausen spendet Schatten:** Im März dieses Jahres stellt Musterhausen für alle Bürgerinnen und Bürger in der Innenstadt kostenfreie Wasserspender und Sonnenschutz an belebten Orten auf. Ziel ist es, die Auswirkungen von Hitze auf den menschlichen Körper zu reduzieren. Wo die neuen Wasser- und Schattenspender stehen, erfahrt ihr auf unserem Hitzeportal. #schattenspender LINK
- ▶ **Die Gesundheit unserer Bürgerinnen und Bürger liegt uns am Herzen.** Deswegen startet Bürgermeisterin Müller am kommenden Freitag die Aktionswoche „Musterhausen spendet Schatten“. Kommt zur Eröffnung des Schattenspenders auf unserem Marktplatz am Freitag um 11 Uhr. Weitere Infos findet ihr auf unserem #schattenspender Hitzeportal. LINK
- ▶ **Das Mehrgenerationenhaus Musterhausen** beteiligt sich an der Aktionswoche „Musterhausen spendet Schatten“: Fatima und Hiltrud haben gemeinsam mit ihren Freundinnen einen wunderschönen Schattenspender für den Musterhausener Marktplatz genäht. Ab morgen findet ihr darunter Schutz vor der Sonne. #schattenspender LINK, FOTO von Fatima und Hiltrud beim Nähen.

2.7.2 Textbausteine zur inhaltlichen Bewerbung

- ▶ **Wusstet ihr, dass ältere Menschen besonders von Hitze betroffen sind?** Wie ihr euch und eure Lieben schützen könnt, erfahrt ihr in unserem Hitzeknigge im Musterhausener Hitzeportal #schattenspender LINK
- ▶ **Wusstet ihr, dass ihr einen Hitzestau zu Hause verhindern könnt, indem ihr richtig lüftet?** Der Trick: morgens und abends, wenn die Temperaturen noch niedrig sind, für Durchzug sorgen. Weitere nützliche Tipps gegen die Hitze findet ihr auf unserem Hitzeportal und im Hitzeknigge der Aktion #schattenspender LINK
- ▶ **Einen tollen Teint möchten viele im Sommer und legen sich dafür gerne mal in die Sonne.** Doch direkte Sonneneinstrahlung schadet nicht nur der

Haut, der ganze Organismus wird geschwächt. Mit der richtigen Kleidung könnt ihr verhindern, dass euch die Sommerhitze zu stark belastet. Mehr Tipps findet ihr auf unserem Hitzeportal #schattenspender LINK

2.7.3 Textbausteine als Warnung und Bekanntmachung einer Aktion

- ▶ Hitzewarnung! Für diese Woche hat der Deutsche Wetterdienst Tageshöchsttemperaturen von über 30 Grad für Musterhausen vorhergesagt. Bleibt im Schatten, vermeidet körperliche Anstrengungen und trinkt viel Wasser. Und sagt Oma und Opa Bescheid, dass sie dasselbe tun sollen. Weitere Informationen und Tipps findet ihr auf unserem Hitzeportal und im HitzeKnigge. #schattenspender LINK
- ▶ Die Ozonwerte in Musterhausen steigen aufgrund der anhaltenden Hitze. Bitte achtet auf eure Gesundheit und haltet euch in der Mittagszeit wenn möglich nicht im Freien auf. Sucht Schatten und Erholung. Warum Ozon für die Gesundheit belastend ist, erfahrt ihr im HitzeKnigge auf unserem Hitzeportal #schattenspender LINK
- ▶ Hitzewarnung: Heute Nacht wird es tropisch! Die Temperaturen sinken voraussichtlich nicht unter 20 Grad. Achtet auf atmungsaktive Bettwäsche, trinkt ausreichend Wasser und lüftet in den Morgen- und Abendstunden gut durch. Die Musterhausener Wasserwerke haben an zentralen Orten Trinkwasserbrunnen aufgebaut, bedient euch – die Erfrischung wird euch guttun! #schattenspender LINK

2.8 Grafikvorlagen zur Gestaltung von individuellen Give-aways und Werbematerialien

Unsere Grafikvorlagen mit unterschiedlichen Motiven bieten Ihnen die Möglichkeit, ganz individuell auf Ihr Engagement aufmerksam zu machen. Zum Beispiel durch Glasuntersetzer: Sie dürfen auf einem schönen Fest einfach nicht fehlen. Doch sie können mehr als einfach nur der Untersetzer für Wasser- oder Saftgläser zu sein. Unsere Untersetzer regen

zum Gespräch an und machen ganz subtil auf Ihr Ansinnen aufmerksam.

Sie dürfen die Grafikvorlagen gerne für alle Maßnahmen zum Thema Hitze verwenden. Wie wäre es mit folgenden Give-aways und Werbematerialien?

- ▶ Flaschenkühler
- ▶ Coolpacks
- ▶ Handfächer
- ▶ Trinkflaschen
- ▶ Sonnenblende
- ▶ Sonnenschirm
- ▶ Beachflags
- ▶ Liegestuhl

2.9 So können Sie Ihre Materialien produzieren

Nun wissen Sie, welche Materialien für Sie zur Verfügung stehen. Wenn es in Ihrem Ort einen Copyshop gibt, können Sie Plakate, Postkarten und Aufkleber dort in Druck geben. Vielleicht finden Sie auf diese Weise auch gleich einen neuen Netzwerkpartner, der bereit ist, die Materialien bei sich auszulegen, oder Ihnen einen kleinen Rabatt gewährt.

Eine Alternative zum Copyshop ist die Online-Druckerei. Dort können Sie alle beschriebenen Print-Materialien in Auftrag geben. Fragen Sie gerne nach, ob auch die Produktion von Give-aways möglich ist.

Beachten Sie bei der Produktion, nur so viele Materialien in Auftrag zu geben, wie Sie voraussichtlich benötigen werden. Bedenken Sie bei Beachflags und ähnlichen Produkten auch die Brandschutzstandards. Denken Sie an die Umwelt und achten Sie auf die Produktion mit nachhaltigen Rohstoffen und auf Umweltsiegel wie den Blauen Engel, das FSC-Siegel oder das Europäische Umweltzeichen EU-Ecolabel.

Eine Übersicht zu Umweltsiegeln bieten die Websites www.siegelklarheit.de/ vom BMZ oder www.label-online.de von der Verbraucher Initiative.

Sollten Sie Hilfe benötigen, fragen Sie bitte beim jeweiligen Kundenservice nach.

Für das Bedrucken von Give-aways bieten sich neben den Online-Druckereien auch darauf spezialisierte Firmen an. Diese haben sicherlich noch weitere Vorschläge zur Umsetzung Ihrer Ideen. Eine kurze Recherche im Internet hilft Ihnen hier schnell weiter.

2.10 Wo sollen die Materialien ausgelegt werden?

Ihrer Fantasie sind keine Grenzen gesetzt: Wählen Sie passende Orte und fragen Sie nach, ob Sie Materialien auslegen können. Legen Sie aber nicht zu viel auf einmal aus. Wenige Postkarten, Aufkleber oder Hitzeknigge laden ein, ein Exemplar mitzunehmen. Große Stapel wirken wie Ladenhüter, die niemand mitnehmen möchte.

Folgende Stellen könnten möglich Auslageorte sein:

- ▶ Supermärkte, Bäckereien, Geschäfte
- ▶ Kommunale Büros
- ▶ Vereinshäuser
- ▶ Kleingartenanlagen
- ▶ Kirchen, Gemeindezentren
- ▶ Wohlfahrtsverbände
- ▶ Bibliotheken
- ▶ Parks, Grünflächen
- ▶ Kinos, Theater und Kulturstätten

2.11 Wichtige Hinweise zur Erstellung eigener Materialien

- ▶ Achten Sie darauf, dass bei Druckprodukten häufig ein bestimmtes Farbprofil und eine hohe Qualität (300 dpi) benötigt wird. Diese Anforderung kann nur durch die Verwendung einer Grafiksoftware erfüllt werden. Informieren Sie sich unbedingt vor der Produktion über die Anforderungen für das von Ihnen gewünschte Produkt. In der Regel finden Sie diese Daten bei der Bestellung des Produkts unter Begriffen wie Datenblatt, Druckdaten oder in den FAQs auf der Website des jeweiligen Dienstleisters. Lassen Sie sich bei Unsicherheiten unbedingt dort beraten, bevor Sie ein Produkt

bestellen. Viele Online-Druckereien bieten für einen geringen Aufpreis einen Datencheck / Datenproof, das bedeutet, dass eine qualifizierte Person Ihre Drucksachen vor der Produktion auf Qualität überprüft und Ihnen falls notwendig eine Rückmeldung gibt, was noch korrigiert werden muss.

- ▶ Beachten Sie auch Produktionszeiten: Wenn Sie auf eine geplante Aktion aufmerksam machen möchten, sollten Sie die Materialien etwa sechs Wochen davor produzieren lassen. Je eher das Umfeld über Ihre Veranstaltung informiert wird, desto besser.

2.12 Alle Materialien auf einen Blick

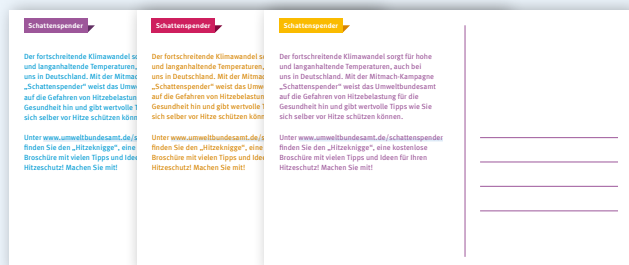
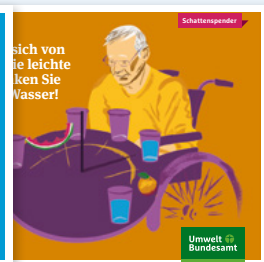
Poster: Vier unterschiedliche Postermotive inkl. Version mit Platz für Ihr Logo! (2.2)



Vier Aufklebermotive (100x 150 mm) für Sie und Ihre Unterstützerinnen und Unterstützer (2.3)



Drei unterschiedliche Postkartenmotive für Ihre Auslage. (2.4)



Online-Banner: Vier unterschiedliche Text-Bild Motive für Ihre Website in üblichen Formaten inkl. Version mit Platz für Ihr Logo!

Billboard_800x500px



Leaderboard_300x600px



Medium Rectangle_plus_336x280px

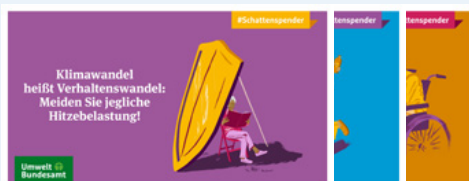


Sharepics: Drei unterschiedliche Sharepic-Motive für Ihre Social Media Aktivitäten (2.6)

1x1



16x9



Grafikvorlagen: Sie können Ihre eigenen Materialien gestalten und die Grafikvorlagen der Kampagne „Schattenspender“ nutzen. Hierfür stellen wir Ihnen die Illustrationen sowie das Kampagnenlogo mit # und ohne sowie in unterschiedlichen Farben zur Verfügung. (2.8)



#Schattenspender

Schattenspender

#Schattenspender

Schattenspender

#Schattenspender

Schattenspender

Schablone: Mit dieser Schablone können Sie Ihre Sprühkreide-Aktion durchführen (3.1, Nr. 4)

#Schattenspender

3. Aktionsideen für alle – was können Sie tun?

Unsere Aktionsmaterialien haben Sie nun kennengelernt und sicherlich gemerkt, dass Ihnen hier viele Möglichkeiten offenstehen. Um diese sinnvoll zu ergänzen, schlagen wir Ihnen eine Auswahl an Aktionsideen vor, mit der Sie zusätzliche Aufmerksamkeit für das Thema schaffen können. Hier finden Sie genau die Idee, die zu Ihrem Vorhaben passt: von ganz einfach umsetzbar bis ganz groß gedacht.

3.1 Einfache Umsetzung



Aktion Nr. 1: Kühle Erfrischung

Stellen Sie vor Ihrem Laden oder Ihrer Einrichtung einen kleinen Tisch mit einem Wasserspender bereit. Dazu ein paar Stühle und Sonnenschirme, die dazu einladen, sich im Schatten niederzulassen und sich von der Hitze zu erholen. Kühle Getränke laden zum Verweilen ein und lassen Menschen miteinander ins Gespräch kommen. Unsere Grafikkvorlage für Glasuntersetzer bietet eine gute Möglichkeit, Ihrem Schattenspender-Engagement Ausdruck zu verleihen.

Aktion Nr. 2: Sichtbarkeit durch Aufkleber

Auf unserer Website finden Sie eine Grafikkvorlage für Aufkleber mit dem Aufdruck „Ich bin ein Schattenspender“. Bringen Sie diesen von außen gut sichtbar an Ihrer Einrichtung oder Ihrem Laden an und laden Sie Ihre Mitmenschen ein, sich bei Ihnen eine Pause von der Hitze zu gönnen.

Aktion Nr. 3: Plakate & Streumaterial verteilen

Gehen Sie von Geschäft zu Geschäft und stellen Sie das Projekt kurz vor. Am besten schicken Sie vorab eine kurze E-Mail an die Orte, die Sie besuchen und für die Aktion gewinnen wollen. Vor Ort können Sie dann zum Beispiel gemeinsam mit einem Plakat oder einem Aufkleber auf Möglichkeiten hinweisen, Schutz vor der Sonne zu suchen. Nutzen Sie die Gelegenheit, um ein Foto für Ihre Social-Media-Kanäle zu machen – achten Sie dabei aber unbedingt darauf, dass Sie das Einverständnis aller abgebildeten Personen haben. Wenn Sie es einrichten können, machen Sie diese Tour gerne mit einem VIP (etwa Bürgermeisterin, lokale Kunstschaffende oder Personen des öffentlichen Lebens) und sorgen so zusätzlich

für Aufmerksamkeit. Ist die Person richtig bekannt, könnte diese Aktion auch für die Presse interessant sein. Mehr zum Thema Pressearbeit lesen Sie unter Punkt 6. „Pressearbeit“.

Aktion Nr. 4: Sprühkreide

Mit Sprühkreide können Hinweise zum Thema Hitze in Fußgängerzonen aufgebracht werden. Die Kreide sollte in jedem Fall mit Wasser abwaschbar sein, damit der Asphalt nicht beschädigt wird. Fragen Sie bei der Ordnungsbehörde an, ob Sie eine solche Aktion anmelden müssen. So können Sie beispielsweise einen einfachen Sonnenschirm und die Aufschrift „Schattenspender“ sprühen und mit einem Pfeil auf ein schattiges Plätzchen hinweisen, möglicherweise ja vor Ihrem Laden, Ihrer Einrichtung oder in Ihrem Café. Eine passende Grafikkvorlage finden Sie auf unserer Website.

Aktion Nr. 5: Social Media aktiv nutzen

Soziale Medien bieten die Möglichkeit, Ihr Netzwerk schnell und kostengünstig über Ihre Aktion und Ihre Bemühungen zu informieren. Machen Sie mithilfe unserer Sharepics und Textbausteine auf die bevorstehenden Hitze-Monate und mögliche Verhaltensmaßnahmen aufmerksam.

Verbinden Sie die Informationen mit der Bitte, sie in Newslettern, auf Facebook, Twitter oder Instagram weiter zu teilen. Wenn Sie dabei den Hashtag #schattenspender nutzen, verbessern Sie die Reichweite Ihrer Informationen. Sie erreichen Menschen, die Sie vielleicht noch nicht persönlich kennen, die das Thema aber auch wichtig finden und daher bereit sind, sich für Ihr Vorhaben aktiv einzusetzen.

3.2 Mit größerem Aufwand umzusetzen



Aktion Nr. 1: Hitzecafé

Was gibt es Schöneres, als sich bei Sonnenschein und blauem Himmel ein leckeres Eis zu gönnen? Wie wäre es, wenn dazu auch noch die Neugier geweckt wird? Hier kommt das Hitzecafé ins Spiel. Sie verkaufen selbst Eis? Wunderbar. Wenn nicht, tun sie sich mit einem Eisladen Ihres Vertrauens zusammen und

organisieren Sie für die Menschen in Ihrer Stadt die Möglichkeit, bei einem Eis unter dem Sonnenschirm sitzend einem Vortrag oder einer Diskussion zum Thema Hitzeprävention und Hitzeschutz zu lauschen. Kommen Sie in den Austausch mit Fachkundigen und Gleichgesinnten. Mögliche referierende Personen können etwa aus dem Bereich Klimaschutz, von der Verbraucherzentrale oder aus dem Gesundheitsmanagement kommen.

Aktion Nr. 2: Workshop/Vorträge

Thema Hitze aufzuklären. Hier kommen Wohnanlagen für ältere Menschen infrage, aber auch andere Orte, an denen diese zusammenkommen. Die Diakonie, Caritas und vergleichbare Verbände sind gute Anlaufstellen, die Ihnen Tipps geben können, wo das Thema am besten untergebracht werden könnte. Als Vortragende kommen die Gesundheits- und Umweltbeauftragten der Stadt infrage. Diese Aktion kann auch digital umgesetzt werden.

Aktion Nr. 3: Nachbarschaftshilfe

Eine gut funktionierende Nachbarschaft kann man sich nicht unbedingt aussuchen, aber man kann sich dafür einsetzen, dass diese entsteht. Das kann mit einem freundlichen Gruß am Gartenzaun beginnen und im besten Fall auf eine bereichernde Begegnung hinauslaufen. Gerade in besonderen oder auch schweren Zeiten, ist es schön zu wissen, dass man sich auf seine Nachbarschaft verlassen kann. Machen Sie ruhig den ersten Schritt. Sie werden sehen, Ihr Einsatz als Schattenspender findet Anklang. Wenn Sie Ihre Nachbarinnen und Nachbarn noch nicht persönlich kennen, ist das ein guter Grund, sich und Ihr Angebot vorzustellen. Oder machen Sie einen Aushang in Ihrem Hausflur oder in der Straße. Mögliche Angebote an Ihre Nachbarschaft bei Hitzephasen:

- ▶ Einkaufshilfe organisieren – so können geschwächte Personen körperliche Anstrengung während einer Hitzeperiode vermeiden
- ▶ Besuchsdienste für Alleinstehende organisieren
- ▶ Transportdienste organisieren, um zu vermeiden, dass geschwächte Personen alleine in öffentlichen Verkehrsmitteln unterwegs sind

- ▶ Kühle Räume und schattige Plätze einrichten: Kirchen und andere Gebäude mit kühlen Räumen können ihre Türen in heißen Stunden öffnen und das aktiv kommunizieren, Hinterhöfe öffnen, Sonnensegel aufhängen
- ▶ Care-Pakete verteilen: Leichte Kost und geeignete Getränke
- ▶ Gemeinschaftsaktivitäten organisieren: Spaziergänge am Morgen, Freizeitangebote in kühlen Räumen anbieten, gemeinsamer Mittagstisch mit frischen, wasserhaltigen Mahlzeiten
- ▶ Betreuungsangebote für besonders gefährdete Personen anbieten
- ▶ Vernetzung in der Nachbarschaft anregen, damit ältere Menschen aus aufgeheizten Wohnungen Zugang zu kühlen Höfen oder ähnlichen Orten erhalten
- ▶ Rezeptheft, um Ideen für frisches, leichtes Essen mit hohem Wassergehalt zu geben (Obst, Salat, Gemüse).

Aktion Nr. 4: Pressetermin

Organisieren Sie zum Start Ihrer Hitzeschutz-Bemühungen einen Pressetermin, zu dem sie die lokale Presse einladen (weitere Hinweise auch unter Punkt 6). Berichten Sie über Ihr Vorhaben oder Ihre Aktion. Machen Sie ein aussagekräftiges Bild, zum Beispiel mit zwei Menschen, über die eine dritte Person symbolisch einen Sonnenschirm hält. Die Presse freut sich immer über ein leicht verständliches Bild, dass die Berichterstattung unterstützt. So ein Pressetermin kann der sichtbare Auftakt Ihrer Bemühungen auf kommunaler Ebene sein. Weitere Hinweise zur Pressearbeit finden Sie unter Punkt 6. „Pressearbeit“.

3.3 Mit großem Aufwand



Aktion Nr. 1: Schattenspender-Fest

Organisieren Sie ein Stadteilfest oder stellen Sie bereits geplante Feste im Frühling oder Frühsommer unter das Thema „Schatten spenden“. Wie wäre es mit einem so genannten „Markt der Möglichkeiten“, auf dem die Besucherinnen und Besucher mehr über verschiedene Aspekte von Gefährdung durch Hitze erfahren und auch gleich Unterstützende aus der

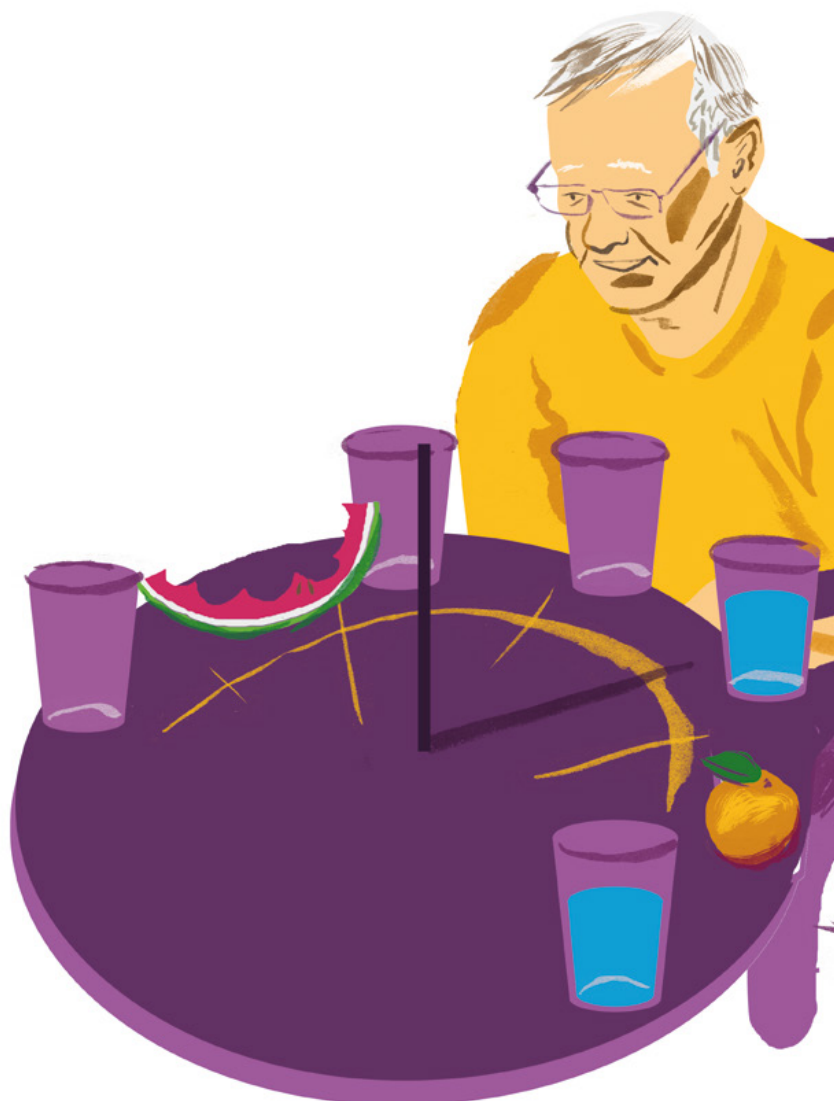
Region kennenlernen? Oder Sie bieten Ihren Gästen zusammen mit einem örtlichen Stoffgeschäft die Möglichkeit, vor Ort Tarps (dreieckiger Sonnenschutz) für die eigene Straße, den Balkon oder Garten zu basteln und mitzunehmen? Bedenken Sie, dass die Organisation eines solchen Festes einige Wochen an Planung benötigen kann. Starten Sie daher schon im Frühjahr, sammeln Sie Ideen und tauschen Sie sich mit Ihrem Netzwerk aus. Denken Sie auch daran, entsprechende Genehmigungen bei der Stadt einzuholen.

Aktion Nr. 2: Das Sonnensegel spannen

Stellen Sie sich vor: Über die gesamten Sommermonate hinweg ist der sonst so sonnige Marktplatz ein Ort, der Schatten spendet. Und das ganz ohne bauliche Veränderung. Die Idee: Im Mehrgenerationenhaus oder im Seniorentreff wird über einige Tage hinweg ein großes Sonnensegel genäht, geradezu überdimensional groß. Schon dies ein Anlass, der auch die lokale Presse interessieren wird. Einmal fertig genäht, können die Kinder der örtlichen Grundschule das Sonnensegel mit bunten Farben bemalen, ihre Fingerabdrücke hinterlassen und das Kampagnenlogo gestalten. Dann folgt die große Aktion: Mit Unterstützung der freiwilligen Feuerwehr, begleitet von der Lokalpresse und vor den Augen der Bürgerinnen und Bürger spannt die Bürgermeisterin oder der Bürgermeister den Schattenspender für die kommenden Monate über den Marktplatz der Stadt.

Ein Bild, das nicht nur beeindruckt, sondern seine Wirkung nachhaltig entfalten wird. Nutzen Sie für die Umsetzung Ihrer Idee auch gerne einen bundesweiten Aktions- oder Gedenktag wie etwa den 21. Juni als Tag des Sonnenschutzes oder auch den kalendrischen Sommeranfang.

Eine Inspiration, wie so etwas aussehen kann, entnehmen Sie zum Beispiel aus spanischen Städten. In Madrid, Malaga oder Toledo sind solche Sonnensegel bereits seit Langem Teil des Stadtbildes.



4. Website & Newsletter – hier gibt es alle Informationen gebündelt

- ▶ Die Kampagnenwebsite www.umweltbundesamt.de/schattenspender ist die zentrale Anlaufstelle für die Schattenspender-Kampagne. Haben Sie selbst noch keinen Schwerpunkt auf Ihren Seiten? Dann verlinken Sie gerne auf diese Seite!
- ▶ Auf der Kampagnenwebsite finden sich alle Informationen zur Kampagne gekürzt zusammengefasst. Alle in diesem Leitfaden genannten Materialien stehen dort ebenfalls zum Download bereit.
- ▶ Falls Sie es noch nicht getan haben: Abonnieren Sie den „UBA Newsletter Klimafolgen und Anpassung“, der Sie alle zwei Monate über aktuelle Entwicklungen, Projekte, Forschungsergebnisse und Veranstaltungen rund um das Thema Klimafolgen und Anpassung informiert. Das Anmeldeformular finden Sie unter www.umweltbundesamt.de/service/newsletter.
- ▶ Den Newsletter und die Kampagnenwebsite können Sie gerne auch anderen Interessierten weiterempfehlen. Sie bieten einen einfachen Einstieg in die Kampagne und das Thema Klimawandel und Anpassung.



5. Netzwerkarbeit – wie bilde und erhalte ich Partnerschaften?

Hitzeschutz geht die ganze Bevölkerung etwas an. Sie haben sich bereits dazu entschieden, in Ihrer Gemeinde dem Thema vermehrt Aufmerksamkeit zu schenken? Das ist super! Nun kommt es darauf an:

- ▶ Sind Sie Teil der Stadtverwaltung, der Abteilung Klimaschutz oder des Büros der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters? Großartig, wenn das Thema direkt von Ihnen gefördert wird. Suchen Sie sich Unterstützung in anderen Abteilungen, bei öffentlichen Einrichtungen oder dem Einzelhandel und informieren Sie die Bevölkerung über Ihr Engagement.
- ▶ Arbeiten Sie in einer Senioreneinrichtung oder einer Kindertagesstätte und möchten das Thema aus diesem Grund voranbringen? Vielleicht arbeiten Sie im Einzelhandel, kämpfen selbst jeden Sommer mit den zunehmend wärmeren Temperaturen und haben ganz persönlich den Wunsch, das Thema und damit Ihre Mitmenschen zu unterstützen? Dann wenden Sie sich an den Klimaschutzbeauftragten der Stadt oder das Büro der Bürgermeisterin oder des Bürgermeisters, um zu besprechen, ob Sie bei Ihrem Engagement unterstützt werden können.

Haben Sie keine Scheu: Ein Netzwerk aufzubauen kann auch mit kleinen Schritten beginnen, die bereits große Erfolge nach sich ziehen können. Nehmen Sie sich ein paar unserer bereitgestellten Materialien, gehen Sie damit ganz gezielt auf mögliche Netzwerk-beteiligte zu und berichten Sie von Ihrem Ansinnen. Vielleicht können Sie in einem ersten Schritt das Interesse weiterer Akteure wecken, aus dem sich später mehr ergibt.

Wir haben eine Liste mit möglichen Netzwerk-beteiligten für Sie zusammengestellt, ergänzen Sie diese Liste gerne:

- ▶ Bürgermeisterin oder Bürgermeister Ihrer Stadt
- ▶ Abteilung Klimaschutz
- ▶ Verbraucherzentrale
- ▶ Lokale Energieversorger
- ▶ Soziale Träger
- ▶ Mobile Pflegedienste
- ▶ Arztpraxen
- ▶ Apotheken

- ▶ Kindertagesstätten und Schulen
- ▶ Senioreneinrichtungen
- ▶ Pflegedienste/Wohlfahrtseinrichtungen
- ▶ Krankenkassen-Filialen
- ▶ Verbände für Seniorinnen und Senioren vor Ort
- ▶ Verbände für Familien vor Ort
- ▶ Mehrgenerationenhäuser
- ▶ Supermärkte, Kioske u.ä. vor Ort
- ▶ Bibliotheken
- ▶ Kirchen und Glaubensgemeinschaften

5.1 Die Kommune einbinden

Wie das Netzwerk auch gestartet wurde und wer bereits mitmacht: In jedem Fall sollten Sie versuchen, die Kommune so aktiv wie möglich einzubinden. Das kann von der kontinuierlichen Information zuständiger Stellen über die Netzwerkarbeit bis hin zur aktiven Mitarbeit kommunaler Vertreterinnen und Vertreter im Netzwerk reichen. Auch eine Unterstützung durch die Kommune in Form von Bereitstellung von Räumen und anderen Ressourcen ist denkbar.

Beachten Sie: Je einfacher es ist, mitzumachen, umso besser arbeiten die Mitglieder des Netzwerks zusammen – und leisten damit einen Beitrag, um auch Ihr persönliches Engagement einfacher zu gestalten. Im besten Falle gelingt es Ihnen, dass Hitzeschutz zum Gesprächsthema in Ihrer Region wird.

5.2 Netzwerk aufbauen und pflegen

Ein gutes Netzwerk braucht Zeit und Engagement. Und es braucht nicht unbedingt viele, aber die richtigen Mitglieder. Mit ihnen erreichen Sie das Ziel, das Thema Hitze sowie die Schutzmaßnahmen und Hilfsangebote bekannt zu machen. Ergänzen Sie die obenstehende Liste um Eigenschaften der möglichen Partnerinnen und Partner:

- ▶ Wer hat direkten Zugang zu den Betroffenen?
- ▶ Wer hat reichweitenstarke Verteiler (Newsletter, Rundbrief, Aushang, Magazin), die das Thema verbreiten können?
- ▶ Wer hat Ressourcen und Infrastruktur, die bei der Linderung von Hitzesymptomen helfen können?

Sprechen Sie die möglichen Netzwerkmitglieder mit einer ersten persönlich adressierten E-Mail an,

die auf Ihr beginnendes Engagement zum Thema Hitzeschutz hinweist. Einige Tage später sollten Sie telefonisch nachfassen. Erwähnen Sie Ihre E-Mail und bieten Sie an, im Austausch zu bleiben.

Nennen Sie Ihren Ansprechpersonen auch Gründe, warum es sich lohnt, Teil der Kampagne Schattenspender zu werden. Wir geben Ihnen einige Argumente mit auf den Weg.

► *Bindungen schaffen*

Ein guter Grund, sich zu engagieren, ist die Bereicherung des sozialen Umfeldes und die Erweiterung des eigenen Netzwerkes. Das ist sowohl für Privatpersonen schön – denn niemand ist gerne allein – aber auch für Unternehmen, die möglicherweise neue Geschäftsbeziehungen im direkten Umfeld knüpfen können.

► *Die Zukunft mitgestalten*

Durch aktives Engagement hat jeder einzelne Mensch, ganz gleich ob als Individuum oder als Teil eines Unternehmens, die Möglichkeit, die Zukunft mitzugestalten und positiv zu verändern. In der Kampagne Schattenspender zählt jede helfende Hand, um vor Ort etwas zu bewegen und das direkte Umfeld zu unterstützen.

► *Stärkung der Attraktivität*

Wer sich aktiv engagiert, tut nicht nur für andere etwas Gutes, sondern auch für sich selbst. Privates Engagement wird beispielsweise in Bewerbungen für den Traumjob häufig positiv gewertet. Aber auch Unternehmen steigern ihre Attraktivität für potenzielle Kundinnen und Kunden, wenn sie sich für ein soziales und nachhaltiges Miteinander in ihrer Region einsetzen.

5.3 Netzwerktreffen

Verabreden Sie sich mit allen Interessierten zu einem Netzwerktreffen – am besten persönlich, per Video- oder Telefonkonferenz funktioniert es natürlich auch. In diesem Treffen stellen Sie sich, Ihr Anliegen und Ihre Vorhaben vor. Fragen Sie ab, wer welche Beiträge leisten kann und möchte. Halten Sie Kontaktdaten mit einer Anwesenheitsliste fest – am besten Sie holen auch eine Einverständniserklärung ein, dass diese Kontaktdaten genutzt werden dürfen.

Die darauffolgenden Wochen sind entscheidend: Motivieren Sie Ihr Netzwerk dranzubleiben. Fragen Sie regelmäßig nach, ob sie ihr Projekt gut umsetzen können und ob sie Unterstützung brauchen.

Treffen Sie sich zum Sommerstart noch einmal und bitten Sie alle Mitglieder, von den getroffenen Vorbereitungen zu erzählen. Wenn Sie positive Fortschritte miteinander teilen, wird das womöglich auch andere motivieren, sich Ihrem Anliegen anzuschließen.

Dokumentieren Sie die einzelnen Schritte und begleiten Sie die Aktionen der Netzwerkmitglieder auf Ihren Kanälen (Website, Newsletter) und versuchen Sie darüber hinaus eine Berichterstattung in der Lokalzeitung mithilfe einer Pressemitteilung anzustoßen. Haben Sie ein Budget? Dann kann es auch interessant sein, eine Anzeige zu schalten. (Siehe auch der folgende Punkt 6. „Pressearbeit“)

Beschließen Sie das Jahr mit einem letzten Netzwerktreffen. Blicken Sie gemeinsam zurück, holen Sie Feedback ein und lassen Sie es gemütlich werden. „Wir haben etwas gemeinsam geschafft!“ – das sollte das Gefühl sein, mit dem die Mitglieder auf das Jahr zurückblicken. Im Neuen Jahr geht es dann weiter. Mit bekannten und bewährten Projekten – und vielen neuen Ideen.

5.4 Musteranschreiben für Ihre Kommunikation

Im Folgenden haben wir für Sie ein beispielhaftes Anschreiben an potenzielle Netzwerkmitglieder und Unterstützerinnen und Unterstützer formuliert. Bedienen Sie sich gerne aus diesen Formulierungen und passen Sie sie an Ihre Gegebenheiten an.

Musterhausen spendet Schatten. Machen Sie mit!

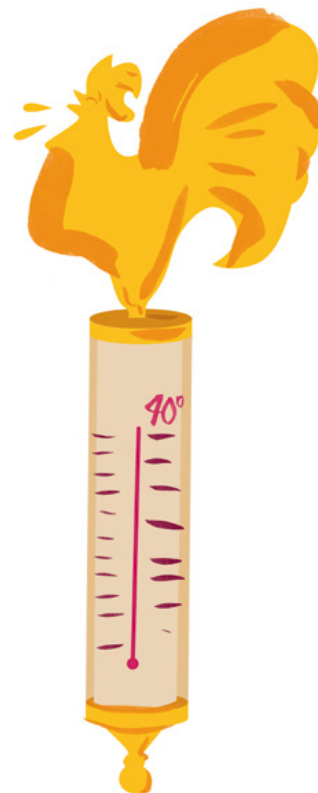
Sehr geehrter Herr Mustermann,
Sie werden es vielleicht schon selbst gespürt haben: Die Anzahl heißer Tage in Musterhausen nimmt durch den Klimawandel stetig zu. Angesichts des fortschreitenden Klimawandels ist auch weiterhin mit hohen Temperaturen, heißen Tagen, Hitzewellen und -extremen zu rechnen. Besonders

in dicht bebauten Innenstädten wie Musterhäusern, wo sich heiße Luft staut, sollten die gesundheitlichen Gefahren nicht unterschätzt werden. Die Abteilung Klimaschutz Musterhäusern beteiligt sich daher an der Kampagne „Schattenspende“ des Umweltbundesamtes, deren Ziel es ist, Menschen, Einrichtungen und Begegnungsstätten in der Kommune zu beteiligen und gemeinsam die Gesundheit von Bürgerinnen und Bürger zu schützen.

Jede helfende Hand zählt und kann einen wichtigen Beitrag leisten. Daher bitten wir auch Sie, sich der Kampagne anzuschließen. Konkret arbeiten wir an der Erstellung eines Hitzeaktionsplans, bei dessen Realisierung wir auf Ihre Hilfe hoffen. Durch Ihr umfangreiches Netzwerk sehen wir Sie als hilfreichen Multiplikator, um Bürgerinnen und Bürger aktiv anzusprechen. Gerne können wir in einem persönlichen Gespräch über weitere Details der Kampagne sowie über eine mögliche Zusammenarbeit sprechen.

Wir freuen uns, von Ihnen zu hören.
Mit herzlichen Grüßen

Max Mustermann



6. Pressearbeit – machen Sie Hitzeschutz zur Nachricht

Durch eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit erhöhen Sie die Aufmerksamkeit für Hitze-Gefährdungen und unterstützen dadurch die Gesundheitskompetenz in unterschiedlichen Alltags- und Lebenssituationen.

Im Umgang mit der Presse sollten Sie eines immer im Hinterkopf behalten: Sie brauchen einen Anlass für Berichterstattung, eine Geschichte, die es zu erzählen gilt. Die Geschichten stecken in Ihrer Arbeit. Sie setzen sich aktiv für das Thema Hitzeschutz in Ihrer Kommune ein. Ein Themenfeld, das für unsere Gesellschaft von höchster Relevanz ist. Ideen für Berichterstattungsanlässe können zum Beispiel eine geplante Aktion sein, Ihre Bereitschaft, ein Ort zum Schatten spenden zu schaffen, oder der Aufruf, sich innerhalb der Kommune zu organisieren.

Um gute Öffentlichkeitsarbeit machen zu können, ist es sinnvoll, die Medien zu kennen und zu verstehen. Die Arbeit Ihres Projektes ist häufig vor allem für das Ressort Lokales oder Soziales von Interesse. Wenn Sie kein Mitglied des Redaktionsteams persönlich kennen, wenden Sie sich zunächst an die Ressortleitung. Im weiteren Verlauf Ihrer Arbeit werden Sie die Profis für Ihr Thema sicher kennen lernen. Scheuen Sie sich nicht, einfach in den Redaktionen anzurufen und Ihr Anliegen vorzutragen – die Medien sind auf interessante Themen angewiesen. Formulieren Sie Ihr Anliegen dabei kurz, knapp aber verständlich.

Da Sie sich vor allem an die lokale Öffentlichkeit in Ihrer Gemeinde wenden, sind folgende Medien besonders relevant:

- ▶ Tageszeitungen
- ▶ Anzeigenblätter
- ▶ Amtsblätter
- ▶ Stadt-Magazin /-Illustrierte, Heimatzeitungen
- ▶ Verbands-, Kammer- und Mitgliederzeitschriften (z.B. Kirchen-, Gewerkschafts- oder Parteizeitschriften. Über diese Medien erreichen Sie gezielt eine bestimmte Zielgruppe, wie bspw. regionale Wirtschaftsunternehmen o.ä.)
- ▶ Newsletter von gemeinnützigen Organisationen

In den oben genannten Gattungen wird über das Geschriebene, was vor Ort wichtig und aktuell ist. Anzeigenblätter haben beispielsweise eine hohe lokale Reichweite, werden kostenlos verteilt und berichten im redaktionellen Teil nahezu ausschließlich über lokale Angelegenheiten und soziale Themen. In Amtsblättern finden Sie vor allem dann eine gute Berücksichtigung, wenn Ihr Projekt von kommunalen Trägern unterstützt wird. Beachten Sie hier auch die Möglichkeit, Ihre Veranstaltung in den Kalendern der jeweiligen Medien anzukündigen.

Außerdem von großer Relevanz für Sie:

- ▶ Regionaler Hörfunk
- ▶ Regionales und lokales TV

Da Hörfunksender bis auf wenige Ausnahmen in Deutschland (ARD-Länderprogramme oder Deutschlandfunk) regional und lokal organisiert sind, stellen sie ein sehr interessantes Zielmedium für Ihre Öffentlichkeitsarbeit dar. Beim Fernsehen sind es vor allem die dritten Programme und private Lokalsender, die über Ihr Engagement berichten könnten. Hier gibt es vor allem eines zu bedenken: Das Fernsehen braucht interessante Bilder und Persönlichkeiten für Interviews. Sprechen Sie mit den Verantwortlichen und fragen Sie nach, was für einen Bericht interessant sein könnte.

6.1 Die Pressemitteilung

Eine gut verfasste Pressemitteilung kann helfen, Interesse für Ihr Engagement zu wecken, und führt im Idealfall zu einem Artikel. Für die Erstellung sind folgende Grundregeln hilfreich:

- ▶ Stellen Sie sich die Frage: Was möchte ich kommunizieren? Spitzen Sie dies auf eine Botschaft zu. Versuchen Sie im ersten Absatz das Wichtigste zu sagen und dabei die sieben W-Fragen zu beantworten: was, wann, wer, wo, wie, warum, woher. Beginnen Sie gerne mit einem Zitat!
- ▶ Verwenden Sie Überschriften, Zwischenüberschriften und eine Schriftgröße von 12 pt. Verfassen Sie zudem einen kurzen Teaser, der neugierig auf den Inhalt macht.

- ▶ Eine Pressemitteilung sollte den Umfang einer A4-Seite (höchstens zwei) nicht überschreiten.
- ▶ Schreiben Sie bildhaft und lebensnah.
- ▶ Verzichten Sie auf überflüssige Füllwörter, die vom Kern der Sache wegführen und für das Verständnis nicht notwendig sind.
- ▶ Versetzen Sie sich in die Lage der Person, die den Text liest. Vermeiden Sie unnötige Fremdworte, schreiben Sie abwechslungsreich und bauen Sie Beispiele, Zitate oder direkte Rede in Ihren Text mit ein.
- ▶ Nicht vergessen: Nennen Sie eine Ansprechperson für die Presse, mit Namen, Telefonnummer und E-Mail-Adresse.

6.1.1 Beispiel Pressemitteilung

Die folgende Pressemitteilung ist ein Muster, das Sie entsprechend Ihrer Anforderungen anpassen können.

Musterhausen spendet Schatten: Bürgermeisterin Müller eröffnet Aktionswoche zum Thema Hitzeschutz

Musterhausen, 21.5.21. Die Stadt Musterhausen startet am Montag eine Aktionswoche zum Thema Hitzeschutz. Zahlreiche Aktionen und Workshops laden zum Mitmachen ein. Zur Eröffnung spannt Bürgermeisterin Müller am Freitag ein Sonnensegels über dem Musterhausener Marktplatz. Wer die Aktion unterstützen will, ist herzlich eingeladen.

„Auch wenn wir uns freuen, dass der Sommer endlich da ist: Wir sollten nicht unterschätzen, wie gefährlich Hitze werden kann“, sagt Michaela Müller, Bürgermeisterin der Gemeinde Musterhausen. Um auf diese Gefahren aufmerksam zu machen, beteiligt sich die Gemeinde in diesem Jahr an der Kampagne „Schattenspende“ des Umweltbundesamts. Sie will Bürgerinnen und Bürger aufzeigen, wie sie sich gegen Hitze schützen können – und welche Gruppen besonders auf ihre Gesundheit achten sollten, wenn die Temperaturen steigen.

Erfrischung an heißen Tagen

Ein Drittel der Menschen in Musterhausen ist über 70 Jahre alt – und gilt damit als Risikogruppe für hitzebedingte Beeinträchtigungen. Als Teil der Aktion hat die Stadt unter anderem einen Hitzeaktionsplan aufgestellt. Dieser beinhaltet verschiedene Maßnahmen, um die Menschen im Ort an heißen Tagen zu unterstützen: So werden ab kommender Woche Wasserspender an vier zentralen Punkten aufgestellt und mehrere Schattenzonen in der Innenstadt geschaffen.

Zum Auftakt der Aktionswoche „Musterhausen spendet Schatten“ eröffnet Bürgermeisterin Müller am kommenden Freitag, den XX. Mai, ab 11 Uhr auf dem Musterhausener Marktplatz die erste Hitzeschutzzone Musterhausens.

Die Bürgermeisterin wird gemeinsam mit dem Team des Mehrgenerationenhauses, Vertreterinnen und Vertretern des örtlichen Nähclubs und der freiwilligen Feuerwehr Musterhausen ein Sonnensegel über dem Marktplatz spannen.

Der Termin eignet sich für auch für die Fotoberichterstattung. Weitere Informationen finden Sie unter: <http://www.musterhausen.de/aktionswochehitze>

Für Nachfragen steht Ihnen
Matthias Meier
Abteilung Gesundheit und Umwelt
der Stadt Musterhausen
meier@musterhausen.de
0123-456 789
gerne zur Verfügung.

Herr Meier ist auch vor Ort und Ansprechpartner beim Auftakt der Aktionswoche.

Hintergrund: Der Klimawandel lässt die Temperaturen auch in Musterhausen steigen. Die Zahl der Hitzetage (Tage über 30 Grad) und Hitzeperioden (aufeinanderfolgende Hitzetage) und tropische

Nächte (über 20 Grad) hat in den vergangenen zehn Jahren auch in Musterhausen zugenommen. Dies belastet vor allem die Gesundheit unserer älteren Mitbürgerinnen und Mitbürger, aber auch derer mit geschwächter Gesundheit.

6.2 Der Presseverteiler

Ein guter Presseverteiler enthält alle Pressekontakte in Ihrer Region. Wir empfehlen Ihnen, einen lokalen und regionalen Presseverteiler mit Print (Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Amtsblätter etc.), Hörfunk und TV, Onlinemedien (Website der Stadt und Ähnliches) und freien Journalistinnen und Journalisten anzulegen. Recherchieren Sie die für Ihr Thema zuständigen Ansprechpersonen (aus der Lokalredaktion, dem Gesundheitsbereich oder dem Bereich Umweltpolitik) und halten Sie im besten Fall Kontakt.

Der Verteiler kann darüber hinaus beliebig mit Kontakten der relevanten Öffentlichkeit erweitert werden, zum Beispiel mit regionalen Wohlfahrtsverbänden oder Netzwerkmitgliedern.

Achten Sie bei einem Massenaussand per E-Mail unbedingt darauf, die Adressen in „bcc“ (Blindkopie) zu setzen. Ein persönliches Anschreiben ist natürlich in jedem Fall besser.

Besonders Pressevertreterinnen und -vertreter brauchen Planungssicherheit. Versenden Sie Pressemitteilungen daher rechtzeitig und erkundigen Sie sich bei den verantwortlichen Redakteurinnen und Redakteuren noch einmal telefonisch, ob weitere Informationen benötigt werden.

Tipp: Treten Sie wenn möglich einige Tage nach dem Presseversand telefonisch mit den Medien in Kontakt, um im persönlichen Gespräch zu klären, ob das Thema von Interesse ist.

7. Storytelling – Themen wirksam kommunizieren

In den vorangegangenen Kapiteln haben Sie zahlreiche Gestaltungselemente, Textbeispiele und Kommunikationswege zur Bewerbung Ihrer Kampagne „Schattenspende“ kennengelernt. Wir möchten Sie auf einen weiteren Aspekt der Kommunikation hinweisen: gutes Erzählen oder Storytelling. Die folgenden Hinweise beziehen sich auf alle Ihre Kommunikationswege (ausgenommen Pressemitteilungen).

Stellen Sie sich vor, Sie wollen eine Aktionswoche zum Thema Hitzeschutz in Ihrer Stadt machen (Wie so etwas aussehen kann skizzieren wir unter Punkt 8.2 „Denken wir eine Kampagne“). Sie könnten das ganz trocken kommunizieren:

Hitze ist ungesund für ältere Menschen. Darauf weist die Aktionswoche „Musterhausen spendet Schatten“ diese Woche hin. Es gibt mehrere Aktionen, an denen Sie uns besuchen können. Am Freitag läuft unsere Bürgermeisterin durch die Stadt und informiert Ladenbesitzer. Am Mittwoch sind wir mit einem Infostand beim Wochenmarkt. Am Samstag wird das Sonnensegel in der Innenstadt eingeweiht. Kommen Sie vorbei.

Hier ist alles drin und es ist klar, wer was wann macht und was passiert. Aber so richtig springt der Funke noch nicht über. Was fehlt ist Emotion, Verbindung zum Lesenden, eine größere Geschichte.

Achten Sie darauf, die Sichtweise des Lesenden einzunehmen. Was interessiert mich? Wieso betrifft mich das? Wann und wie kann ich das nächste Mal selbst aktiv werden?

Wie wäre es mit einem persönlichen Einstieg? Mit diesem sprechen Sie unterschiedlichste Menschen an, die sich sofort mit den Aussagen identifizieren können.

Ist Ihnen aufgefallen, dass die Sommer immer wärmer werden? Dass die Hitze uns regelrecht austrocknet? So geht es vielen Menschen.

Frage 1 werden die meisten mit ja beantworten. Frage 2 werden viele als alarmistisch empfinden, aber die Aussage, dass es vielen so geht, wird ihr Interesse wecken. Niemand möchte eine Gefahr übersehen haben.

Um auf die Gefahren von Hitze hinzuweisen, startet Musterhausen unter der Schirmherrschaft von Bürgermeisterin Müller die Aktionswoche „Musterhausen spendet Schatten“.

Hier ist klar benannt, wer was warum und wann macht. Gleichzeitig wurde mit der Bürgermeisterin auch noch eine Person des öffentlichen Lebens eingebunden, womit das Anliegen besonderes Gewicht erhält. Wenn die Bürgermeisterin ihre Schirmherrschaft gegeben hat, muss das Thema wirklich wichtig sein.

Sie können dabei sein: Am kommenden Freitag nachmittag zieht Bürgermeisterin Müller, begleitet von zwei Personen mit farbigen Sonnenschirmen, durch unsere Stadt. Sie steht mit hilfreichen Tipps und Auskünften zum Thema Hitze zur Verfügung. Gerne können Sie eine Hitzeknigge-Broschüre mit nützlichen Hinweisen kostenlos mitnehmen.

Hier wird sofort klar, dass man mitmachen kann. Der oder die Lesende werden darauf vorbereitet, was passiert (Bürgermeisterin mit zwei Helfern mit farbigen Sonnenschirmen, „das will ich mir anschauen“, die Neugier wird geweckt) und was es ihnen bietet (hier kann ich mich informieren und kostenlos eine Broschüre mitnehmen, die mir hilft, besser mit Hitze umzugehen).

Am Mittwoch ist das Schattenspende-Team beim Wochenmarkt vertreten. Auch hier erhalten Sie Tipps und Hinweise zum Hitzeschutz. Der Höhepunkt der Aktionswoche ist das Aufspannen des großen Sonnensegels auf dem Marktplatz: Näherinnen aus Musterhausen, die Freiwillige Feuerwehr und unsere Bürgermeisterin Müller eröffnen diesen Hitzeschutz, der Musterhausen durch die heißen Wochen bringen wird.

Vielleicht kann die Lesende am Freitag gar nicht. Deswegen kommen nun Alternativen: Vielleicht plane ich sowieso beim Wochenmarkt am Mittwoch zu sein, da kann ich mich also informieren. Und spätestens beim Höhepunkt der Aktionswoche (hier passiert etwas, darüber wird man sprechen, also will ich es selber erleben) wird deutlich, dass hier bereits viele Menschen in der Stadt mitmachen. Das interessiert mich, denn auch ich fühle mich als aktive Mitbürgerin oder Mitbürger von Musterhausen und möchte bei so einem gemeinschaftlichen Moment dabei sein.

Seien Sie dabei, wenn es heißt: Musterhausen spendet Schatten!

Der abschließende Satz appelliert noch einmal an das Gemeinschaftsgefühl und regt zum Mitmachen und Dabeisein an.

Wir hoffen, dass diese Beispiele Ihnen Anregung geben können, lebendiger, emotionaler und persönlicher zu kommunizieren. Mit diesem Kommunikationsstil erreichen Sie die Menschen im Kopf UND im Herzen und bringen Ihr Thema effektiver in die Gesellschaft.

8. Denken wir eine Kampagne – der Kontext macht's!

Sie können alle Maßnahmen zum Thema Hitze einzeln durchführen. Erfolgreicher wird Ihre Kampagne, wenn Sie eine durchgehende Erzählung haben und einen Moment, an dem die Maßnahmen gebündelt wahrgenommen werden. Wie wäre es mit folgender fiktiver Aktionswoche? Lassen Sie sich inspirieren.

- ▶ **Freitag:** Zum Auftakt geht die Bürgermeisterin zusammen mit zwei weiteren Personen mit bunten Sonnenschirmen durch die Stadt und spricht aktiv Menschen an, die im Ort Läden besitzen oder einfach nur zum Bummeln unterwegs sind. Die Presse ist eingeladen und es werden auch kurze Interviews und O-Töne zum Thema eingeholt. Das „Schattenspender“-Team kommt mit den Menschen ins Gespräch über Hitzegefahren und erreicht so zuerst indirekte Zielgruppen, die ihren älteren Familienangehörigen die Informationen weitergeben können. Und Sie können sicher sein, dass ihre Aktion Aufmerksamkeit erregen wird.

Diese Aktion findet am Freitag statt, damit die eingeladene Presse direkt in der Wochenendausgabe berichtet und auf diese Weise mehr Menschen erreicht werden. In dem Pressebericht steht idealerweise auch ein Hinweis auf die Aktionswoche und weitere Termine, insbesondere das Finale am Samstag (s.u.).

- ▶ **Montag:** Bürgermeisterin Müller besucht die örtliche Seniorenresidenz und erläutert gemeinsam mit Fachleuten in einem Workshop die Problematik der zunehmenden Hitzebelastung, gibt Hitzetipps und beantwortet Fragen. Dieser Termin ist nicht öffentlich, aber für die Presse zugänglich. (Klären Sie dies unbedingt vorher mit der Heimleitung und den teilnehmenden Bewohnerinnen und Bewohnern und holen Sie DSGVO-konforme Erlaubnisse ein.). Dieser Termin lässt sich auch digital per Videokonferenz durchführen.
- ▶ **Mittwoch:** Beim Wochenmarkt ist das Team mit einem Infostand vor Ort. Natürlich immer dabei: der Hitzeknigge und weitere Materialien, die Sie auslegen und Interessierten mitgeben können.

- ▶ **Samstag:** Spannen Sie auf dem Marktplatz gemeinsam mit Mitgliedern des lokalen Nähklubs, der freiwilligen Feuerwehr und der Bürgermeisterin pressewirksam einen in Kampagnenfarben gestalteten Sonnenschutz über den Platz. Dieser kann über die Woche genäht werden, er kann auch von Kindern der lokalen Kita oder Grundschule bemalt werden, der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Machen Sie es zu einem Gemeinschaftsprojekt! Nach einer Woche haben Sie dann viel Wirbel um das Thema gemacht und können sicher sein, dass der Schutz vor Hitze Gesprächsthema ist. Und: Mit dem dauerhaft befestigten Sonnenschutz auf dem Marktplatz schaffen Sie ein großes, bleibendes Bild und einen praktischen Schattenspender an einem zentralen Platz.

Wichtig: Machen Sie von allen Aktionen Fotos. Diese können Sie dann tagesaktuell aber auch im Nachhinein immer wieder für die Kommunikation des Themas über alle Kanäle verwenden. Am besten buchen Sie dafür eine professionelle Fotografin oder Fotografen aus der Region.

9. Good-Practice-Beispiele – von Vorreitern lernen

In vielen Städten wurden bereits Maßnahmen ergriffen, um Hilfe an heißen Tagen zu bieten, für das Thema Hitzeschutz zu sensibilisieren und die Bevölkerung zu schützen. Im Folgenden möchten wir Ihnen einige dieser Ideen und Umsetzungen vorstellen. Fühlen Sie sich ermutigt und lassen Sie sich inspirieren.

9.1 Hitzetelefon Kassel

Ein großartiges Beispiel für Hilfe bei Hitze und den Einsatz von Ehrenamtlichen ist das Hitzetelefon Sonnenschirm in Kassel. Die Ausgangslage ist wie überall: An besonders heißen Tagen sollen gefährdete Personen sich an Regeln halten, um die Hitzebelastung möglichst gering zu halten. Hierfür gibt es vom Deutschen Wetterdienst eine Website und eine eigene App, die automatisch Warnungen versendet. Viele der Betroffenen, insbesondere sehr alte Menschen, nutzen aber kein Smartphone, fühlen sich nicht sicher mit dem Umgang mit dem Computer und werden so nicht erreicht. Der Seniorenbeirat der Stadt Kassel und das Gesundheitsamt der Region haben die Lücke pragmatisch gelöst: Das Telefon ist für sie das Kommunikationsmittel, mit dem die Zielgruppe am besten erreicht werden kann.

Bereits seit 2010 informieren der Seniorenbeirat der Stadt Kassel und das lokale Gesundheitsamt mithilfe von Freiwilligen persönlich all jene, die von Hitze besonders gefährdet sind, wenn Warnungen des Deutschen Wetterdienstes vorliegen. Hierfür müssen sich die Personen auf der Website anmelden (gegebenenfalls mit der Hilfe von Bekannten oder Angehörigen). Von Mitte Juni bis Ende August telefonieren am Vormittag Ehrenamtliche die angemeldeten Personen ab und informieren über die Hitzewarnung. Neben allgemeinen Tipps für den Tag hören sie auch aufmerksam zu, um die gesundheitliche Situation der Angerufenen abzuschätzen. Bei Bedarf wird der Hausarzt über mögliche Beschwerden informiert.

Informationen zum Hitzetelefon Sonnenschirm in Kassel finden Sie unter: www.kassel.de/buerger/gesundheitsfoerderung/inhaltsseiten/hitzetelefon-sonnenschirm.php

9.2 Coole Straße Wien

Auch die österreichische Hauptstadt Wien kämpft mit Hitzebelastung und hat hierzu Maßnahmen ergriffen. Ein besonders schönes Beispiel ist das Projekt „Coole Straßen“. Basierend auf der tatsächlichen Hitzebelastung in unterschiedlichen Vierteln der Stadt (Wiener Hitzekarte) und nach Abgleich mit den Bezirken, wo besonders viele Menschen von Hitze stark betroffen sind, wurden im Sommer 2020 insgesamt 18 temporäre „Coole Straßen“ eingerichtet: Die Straßen wurden für den Autoverkehr (Fahren, Parken, Halten) gesperrt und mit Sitzgelegenheiten, Schatten spendenden Pflanzen sowie Sprühnebel-Stellen ausgestattet.

Zusätzlich zu den Sperrungen und Aufbauten waren jeweils zwei Ansprechpersonen in jeder der 18 „coolen Straßen“ vor Ort, gaben Antworten auf Fragen zur Hitzebelastung in der Stadt und sammelten Feedback zu dem Pilotprojekt. Jede der 18 Straßen hat dabei ihren ganz eigenen Charakter entwickelt. Allen gemein war, dass die Umwandlung gut ankam: Kinder spielten, Erwachsene verweilten, verlegten ihre Mittagspause oder sogar das Homeoffice auf die Straße. So hat das Projekt nicht nur die Hitzebelastung reduziert, sondern auch positive soziale Auswirkungen auf das Leben in der Straße und ihrer Umgebung erreicht.

Bereit 2019 gab es ein Pilotprojekt mit drei „coolen Straßen“ und einer sehr detaillierten Auswertung der Erfahrungen mithilfe einer repräsentativen Umfrage. Die Ergebnisse sind alle öffentlich zugänglich.

Vier der Straßen wurden bzw. werden nun dauerhaft eingerichtet unter dem Namen „Coole Straße Plus“. Dazu gehören auch bauliche Veränderungen der Straßen hin zu einem Ort des Austauschs und Verweilens.

Informationen zu den „Coolen Straßen“ in Wien finden Sie unter www.wien.gv.at/verkehr-stadtentwicklung/coolestrasse.html

9.3 Hitzeaktionsplan der Stadt Offenbach am Main in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wetterdienst

Zur Bündelung der Maßnahmen gegen die Hitzebelastung aller Bürgerinnen und Bürger, insbesondere der Risikogruppen, sind alle politischen Ebenen angehalten, Hitzeaktionspläne zu erarbeiten. Als Hilfestellung bei der Umsetzung können die Handlungsempfehlung des Bundesumweltministeriums dienen.

Auch die Stadt Offenbach am Main hat es sich zur Aufgabe gemacht, dem Thema Hitze ein Sonnensegel vor zu halten und im September 2020 einen Hitzeaktionsplan beschlossen. Dieser schafft Abstimmungsstrukturen und setzt bei entsprechenden Temperaturen eine Warn- und Aktionsliste in Gang.

Das Amt für Umwelt, Energie und Klimaschutz in Offenbach am Main koordiniert die Zusammenarbeit mit weiteren Behörden und Einrichtungen unterschiedlicher Zuständigkeiten und versorgt darüber hinaus auch alle Akteure mit aktuellen Informationen.

Ein wichtiger Kooperationspartner ist der Deutsche Wetterdienst (DWD). Wenn der DWD seine Hitzewarnungen herausgibt, ist eine starke Wärmebelastung für mindestens zwei Tage in Folge zu erwarten und eine ausreichende nächtliche Auskühlung der Wohnräume kann nicht mehr gewährleistet werden.

Im Aktionsplan wird zwischen präventiven Maßnahmen, vorbereitenden Maßnahmen, Ad-hoc-Maßnahmen und langfristigen Maßnahmen unterschieden.

Präventive Maßnahmen beziehen die Veränderungen des Lebens- und Arbeitsumfeldes ein. Im Hitzeaktionsplan sind Vertreterinnen und Vertreter der Ämter benannt, die bei einer Hitzewarnung des Deutschen Wetterdienstes diese Warnung an spezielle Zielgruppen weitergeben oder konkrete Maßnahmen zum Bevölkerungsschutz starten. Alle Akteurinnen und Akteure haben den Hitzenewsletter des Deutschen Wetterdienstes abonniert.

Vorbereitende Maßnahmen stimmen auf die Hitzeperiode ein: Die Wetterwarnungen des Deutschen Wetterdienstes werden immer direkt auf die Startseite der Stadt Offenbach gestellt. Auf den Social-Media-Kanälen der Stadt wird darauf ebenfalls hingewiesen. Vor jeder Hitzeperiode geht eine E-Mail mit Handlungsempfehlungen an die Gastronomiebetriebe.

Zu den Ad-hoc-Maßnahmen gehört es zum Beispiel, über den Öffentlichen Nahverkehr an die Bevölkerung zu appellieren. Sobald der Deutsche Wetterdienst entsprechende Meldungen über seinen Newsletter bekannt gibt, wird ein Hinweis, im Schatten zu bleiben und genug Wasser zu trinken, für die Zeit der Hitzewarnung auf allen Fahrgastinformationstafeln geschaltet. Eine tolle Möglichkeit, einen großen Personenkreis auf einfache Art und Weise zu erreichen!

Fragen doch auch Sie bei Ihrem Verkehrsunternehmen vor Ort an, ob es möglich wäre DWD-Hitzewarnungen direkt in Bus und Bahn anzuzeigen. Den Newsletter zu Hitzewarnungen des DWD können Sie ganz einfach unter folgendem Link abonnieren: [Hitzewarnungen des DWD](#)

Langfristige Maßnahmen der Stadt Offenbach sind beispielsweise bauliche Maßnahmen zur Verschattung sowie die Gewinnung von neuen Akteuren.

Durch den Hitzeaktionsplan verpflichten sich die Beteiligten ab Hitzewarnstufe I des Deutschen Wetterdienstes diese Nachricht innerhalb der Stadt Offenbach durch eine festgelegte Kommunikationskaskade zu verbreiten und Maßnahmen zu ergreifen.

Es wird deutlich: Die Zusammenarbeit und der Zusammenhalt innerhalb einer Stadt sind der Schlüssel zum Erfolg, um der Hitze zu trotzen.

- ▶ Hier finden Sie den Hitzeaktionsplan der Stadt Offenbach am Main zum Download: www.offenbach.de/microsite/klimaschutzaktion/Klimawandel/hitzeaktionsplan.php
- ▶ Hier finden Sie die Handlungsempfehlungen für die Erstellung von Hitzeaktionsplänen zum Schutz der menschlichen Gesundheit: www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/hap_handlungsempfehlungen_bf.pdf

9.4 Hitze-Portal Erfurt

Eine wirksame Maßnahme, die jede Kommune gut umsetzen kann, hat die Stadt Erfurt ergriffen. Auf der Website der Stadt finden sich zentral gebündelt vielfältige Informationen zum Thema Hitze ausführlich und ansprechend aufbereitet. Hier werden – ähnlich, aber ausführlicher als im Hitzeeknigge – die Problematik erläutert, gefährdete Gruppen dargestellt und zahlreiche Tipps gegeben.

Zudem bietet das Hitze-Portal eine Übersicht über alle Orte der Stadt, an denen Abkühlung möglich ist: ob Bäder oder Badeseen, Fluss-, Park- und Waldlandschaften, Trinkbrunnen und Wasserspender. Übersichtlich zusammengefasst können sich hier von Hitze Betroffene auf einen Blick über Möglichkeiten informieren, wo sie in den heißen Monaten auch im Freien gut vor Hitze geschützt sind.

Das Hitze-Portal der Stadt Erfurt ist der erste Schritt im Rahmen der Umsetzung des Hitzeaktionsplans der Stadt.

Sie finden das Hitze-Portal der Stadt Erfurt unter: www.erfurt.de/hitze

10. Weiterführende Hinweise für Städte und Kommunen

Der Klimawandel stellt Städte und Kommunen vor enorme Herausforderungen. Die damit verbundene zunehmende Hitzebelastung ist zudem von erheblicher gesundheitlicher Bedeutung. Erforderlich sind jetzt ein nachhaltigkeitsorientierter und wirksamer Umgang mit den sich rasant verändernden klimatischen Bedingungen. Unerlässlich ist gemeinschaftliches Handeln. Hierfür sind neue Ansätze und Strategien notwendig, die in Zusammenarbeit mit allen betroffenen Stellen sowie mit der Bevölkerung rechtzeitig auf den Weg gebracht werden müssen.

Durch die Kampagne „Schattenspender“ und diesen begleitenden Kampagnenleitfaden haben wir bereits die Gefahren, aber auch mögliche Maßnahmen im Bereich gesundheitlicher Hitzeschutz erläutert. Weiterhin möchten wir Städte und Kommunen ermutigen, sich den Themen Klimawandelanpassung und zunehmende Hitzebelastung verstärkt anzunehmen, um auf diese Weise den klimatischen Veränderungen zu begegnen.

Im Folgenden haben wir einige Links zusammengestellt, über die Sie allgemeine Informationen zum Thema Klimawandel und Hitzeschutz beziehen können. Darüber hinaus finden Sie spezifische Informationen zur Umsetzung eines Hitzeaktionsplans, Unterstützungsangebote und Förderungsmöglichkeiten sowie weitere Ideen und Anregungen zur Umsetzung eigener Maßnahmen.

- ▶ Zur Erarbeitung eines Hitzeaktionsplans, nutzen Sie die Handlungsempfehlungen des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit: www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Klimaschutz/hap_handlungsempfehlungen_bf.pdf
- ▶ Hintergründe und Informationen zum Klimawandel und zur Anpassung finden Sie auf der Internetseite vom Umweltbundesamt unter: www.anpassung.net
- ▶ Einen Wegweiser für Unterstützungsangebote bei der Klimaanpassung stellt das Deutsche Klimavorsorgeportal der Bundesregierung für Sie zur Verfügung: www.klivoportal.de

- ▶ Fördermöglichkeiten des Bundes im Bereich Klimaanpassung, Klimaschutz, u.a. finden Sie auf der Website der Zukunft – Umwelt – Gesellschaft (ZUG) gGmbH, die das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) dabei unterstützt, seine förderpolitischen Zielsetzungen zu verwirklichen: www.z-u-g.org/aufgaben/
- ▶ Die Region Nordhessen entwickelte zwischen 2015 und 2018 ein Freiwilliges-vor-Ort-System (FvOS) für vulnerable Personen, das zur Unterstützung von organisierten Hilfeleistungssystemen in klimawandelbedingten Krisensituationen dient. Lassen Sie sich inspirieren! www.nordhessen-gesundheit.de/die-projekte/fvos/

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Umsetzung der Kampagne. Kommen Sie gesund durch den Sommer!



#Schattenspender



Publikationen als PDF:
www.umweltbundesamt.de/schattenspender