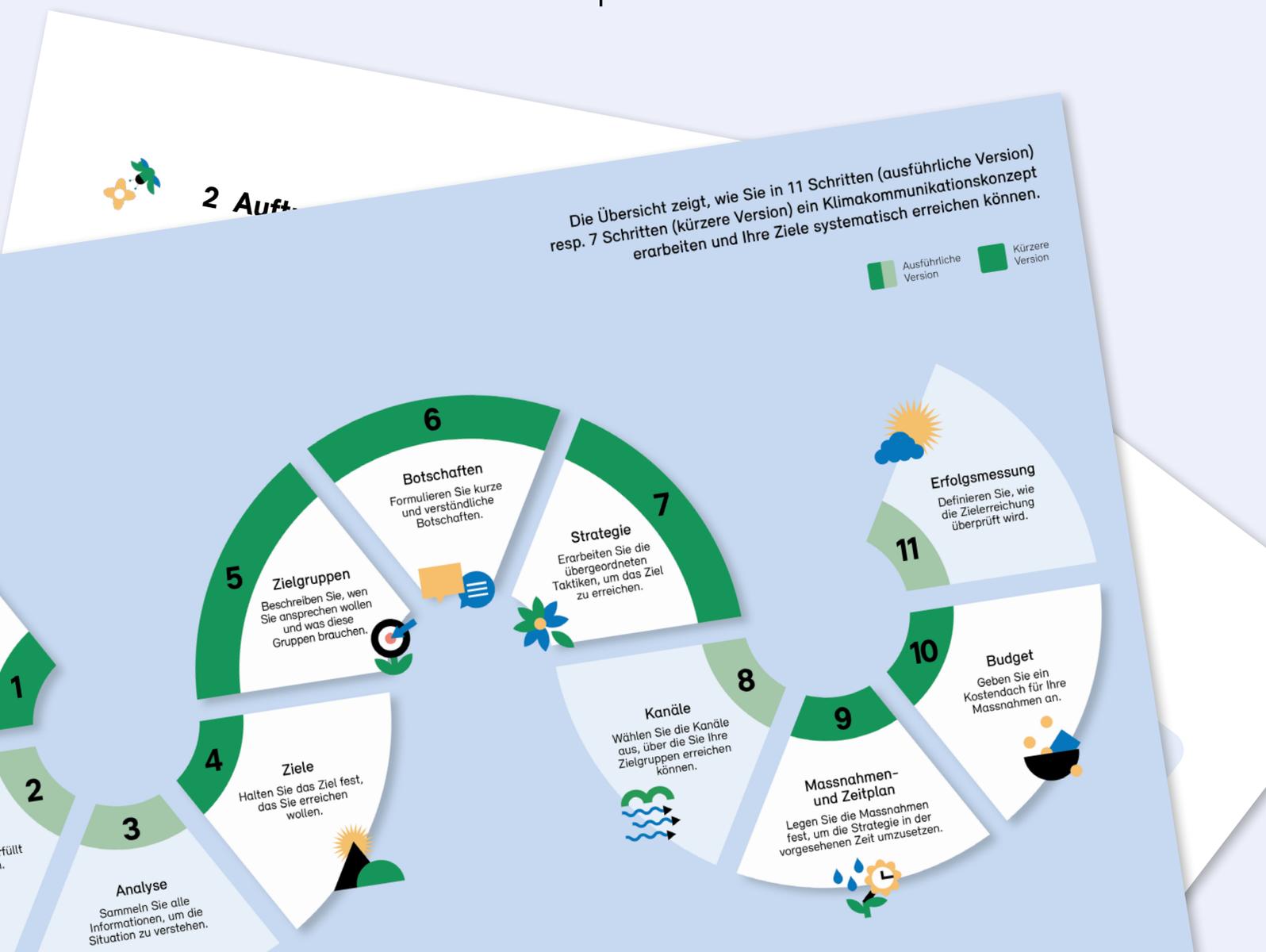


# Wegweiser Klimakommunikation für Gemeinden

In **7 Schritten** zum kurzen  
Kommunikationskonzept



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Bundesamt für Umwelt BAFU

sanu.

Liebe Mitarbeitende von Städten und Gemeinden

Das Netto-Null-Ziel bis 2050 ist eine grosse Herausforderung für die Schweiz. Wir freuen uns, dass Sie in Ihrer Gemeinde Massnahmen für den Klimaschutz planen.

Das Bundesamt für Umwelt (BAFU) unterstützt Sie bei der Klimakommunikation. Damit schaffen Sie ein Bewusstsein für den Klimaschutz, fördern die Akzeptanz für Klimaschutz-Massnahmen und motivieren die Bevölkerung, mitzumachen.

Mit dieser Anleitung erklären wir in 7 Schritten, wie Sie ein kurzes Kommunikationskonzept erstellen können. Falls Sie ein umfangreicheres Kommunikationskonzept umsetzen möchten, wählen Sie die entsprechende Anleitung dafür aus.

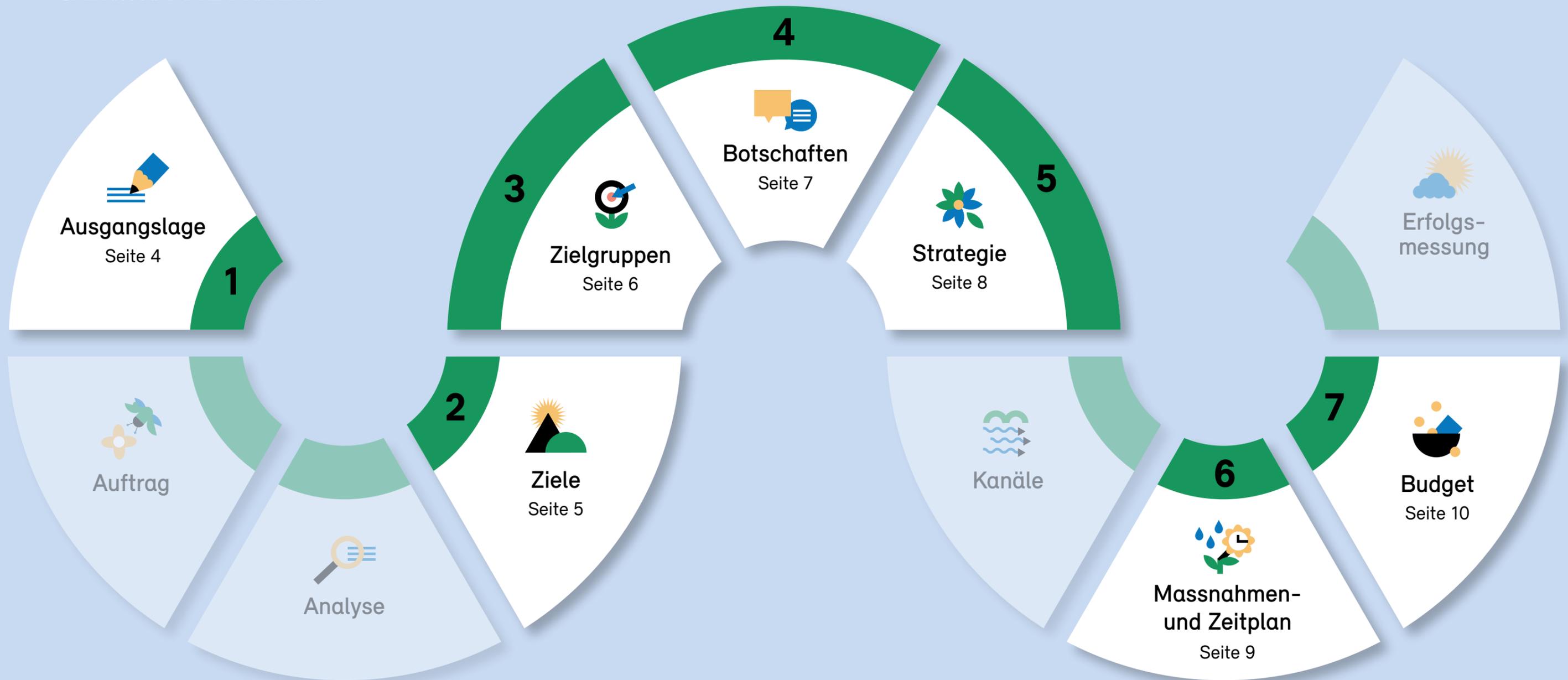
Gutes Gelingen!

#### **Umfassender Klimaschutz**

Während «Reduktion» auf die Verringerung der Treibhausgase abzielt, fokussiert «Anpassung an den Klimawandel» darauf, mit veränderten klimatischen Bedingungen so gut wie möglich umzugehen.

«Reduktion» und «Anpassung an den Klimawandel» sind aber eng miteinander verbunden. Klimaschutz umfasst immer beide Bereiche.

# Inhaltsverzeichnis



Auf der [Website](#) finden Sie praktische Vorlagen, Checklisten, Informationen und Tipps für die Planung und Umsetzung Ihrer Klimakommunikation.

## Legende



Erklärungen und unterstützende Fragen, die Sie anleiten, die richtigen Informationen in den jeweiligen Kapiteln einzufügen.



Tipps



## 1 Ausgangslage

In der Ausgangslage werden die Rahmenbedingungen geklärt. Folgende Fragen sind zu beantworten:

- ➔ Weshalb soll kommuniziert werden? Was ist der Auslöser?
- ➔ Geht es um ein allgemeines Kommunikationskonzept für die Klimastrategie in Ihrer Gemeinde oder um begleitende Kommunikation zu einem Klimaschutzprojekt?
- ➔ Gibt es weitere wichtige Informationen, die vorab bekannt sein sollten, z. B. Vorgaben oder Beschlüsse, Rahmenbedingungen oder Einschränkungen? Erfahrungen von vergangenen Aktionen?



## 2 Ziele

Schreiben Sie die Ziele so konkret wie möglich auf. Dies hilft, um Kommunikationsmassnahmen auszuarbeiten, aber auch, um die Ziele zu messen. In der Regel sollten Sie nicht mehr als drei Ziele verfolgen. Sonst besteht die Gefahr, dass Sie sich verzetteln.

- ➔ Welche Ziele wollen Sie mit den Kommunikationsmassnahmen erreichen?
- ➔ Formulieren Sie Ziele, die qualitativ oder quantitativ messbar sind.
- ➔ Überprüfen Sie nach Abschluss des Projekts Ihre Ziele.



Suchen Sie noch nicht nach Lösungsansätzen, sondern versuchen Sie, die Ausgangslage bewertungsfrei zu erfassen, um einen Überblick zu erhalten.



Wenn es mehr als drei Ziele gibt, priorisieren Sie diese. Das hilft, den Fokus zu behalten.



### 3 Zielgruppen

In diesem Kapitel wird definiert, an wen sich die Kommunikationsmassnahmen und Botschaften richten. Die detaillierte Beschreibung der Zielgruppe hilft, die Massnahmen gezielt auf diese Personen auszurichten und die passenden Kommunikationskanäle zu wählen.

- ➔ Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?
- ➔ Beschreiben Sie die demografischen Merkmale, Bedürfnisse und Interessen dieser Personengruppe so genau wie möglich.
- ➔ Gibt es Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, also Organisationen, Personen oder Medien, welche die Kommunikationsinhalte weiterverbreiten können?



### 4 Botschaften

Die Botschaften transportieren die wichtigsten Inhalte. Sie sollten kurz und prägnant formuliert sein. Beschränken Sie sich auf maximal drei Botschaften – sonst bleiben diese nicht im Gedächtnis haften. Diese sollten in Haupt- und Nebenbotschaften eingeteilt werden.

- ➔ Was ist die Hauptbotschaft für alle Zielgruppen?
- ➔ Welche Nebenbotschaften sollen welche Zielgruppen erreichen?



Tipps zum Schreiben der Botschaften:

- Schreiben Sie kurze und verständliche Sätze.
- Vermeiden Sie Fachbegriffe.
- Beachten Sie den Stil und die Tonalität – die Botschaften sollten motivierend, positiv formuliert und nicht moralisierend sein.
- Arbeiten Sie mit Emotionen und Bildern.



## 5 Strategie

Nachdem Sie die Situation analysiert, Ziele und Zielgruppen definiert und die Botschaften formuliert haben, legen Sie die Kommunikationsstrategie fest. Sie umschreibt, auf welche Art und Weise die Kommunikationsziele erreicht werden sollen, erklärt Ihr Vorgehen und begründet die Priorisierung von Ressourcen und Massnahmen. Die Strategie legt fest, wie Sie vom «IST-Zustand» (Kapitel 1. Ausgangslage) den «SOLL-Zustand» (Kapitel 2. Ziele / 3. Zielgruppen / 4. Botschaften) erreichen wollen.

Oder anders gesagt: Das Strategiekapitel dient als «roter Faden» für die Kommunikation und legt Schwerpunkte fest.

In diesem Kapitel werden keine einzelnen Massnahmen beschrieben – das folgt später.

- ➔ Was ist die Leitidee respektive der rote Faden?
- ➔ Gibt es spezifische Meilensteine, auf welche die Kommunikation ausgerichtet werden soll?
- ➔ Auf welchen Zielgruppen liegt der Fokus?
- ➔ Wo liegen die inhaltlichen, finanziellen und personellen Schwerpunkte?
- ➔ Gibt es strategische Partner für die Zusammenarbeit? Dies können Vereine, Unternehmen, Organisationen oder andere Gemeinden sein, die an einem ähnlichen Projekt/Thema arbeiten.



Beispiel für eine Strategie: *Die Mustergemeinde fokussiert die Kommunikation zum Projekt X auf die Zielgruppe «Familien» und nutzt, wo möglich, Synergien mit dem Quartierverein. Die Mustergemeinde informiert die Zielgruppe «Familien» einmal jährlich persönlich über das Projekt. Aus Ressourcengründen wird nur ein Anlass durchgeführt. Damit auch die anderen Zielgruppen über das Projekt informiert werden, nutzt die Gemeinde die bestehenden Kommunikationskanäle und die Information über das Gemeindeblatt. Diese Beispiel-Strategie ist die Basis, auf der die Massnahmen entwickelt werden (Kapitel 6).*



## 6 Massnahmen- und Zeitplan

Sie haben nun die Ausgangslage erfasst, Ziele und Zielgruppen definiert und die Strategie festgelegt. Nun können Sie konkret planen, welche Massnahmen Sie wann, wo und in welchem Umfang umsetzen wollen.

Am einfachsten führen Sie die Massnahmen in Form einer Tabelle auf. Darin beschreiben Sie die einzelnen Massnahmen detailliert, weitere relevante Informationen wie beispielsweise Zielgruppen, Schnittstellen oder Verantwortlichkeiten sind angegeben.

Damit behalten Sie den Überblick und können die Ressourcen planen. Geben Sie Prioritäten und allenfalls die Frequenz bei wiederkehrenden Massnahmen an. Berücksichtigen Sie nach Möglichkeit bestehende Kanäle und Anlässe, um Synergien zu nutzen.

Wenn die Massnahmen mit weniger Detailtiefe erfasst werden, verwenden Sie den Zeitplan, der auf der Website des Bundesamts für Umwelt (BAFU) als Arbeitsdokument zur Verfügung steht. Darin können die Massnahmen, das Budget und die Verantwortlichkeiten aufgeführt und zeitlich gegliedert werden.

Die Tabellen helfen, den Überblick zu behalten und die Verantwortlichkeiten zu regeln. Sie können diese je nach Bedürfnis um Spalten erweitern oder vereinfachen.



Wenn Sie ein Projekt mit vielen Beteiligten umsetzen, empfiehlt es sich, ein internes Memo zu erstellen, um alle zu informieren und Fragen zu beantworten. Sie können auch eine FAQ-Liste mit den häufigsten Fragen und Antworten erstellen. Diese Liste kann als Leitfaden für Fragen aus der Bevölkerung dienen.



## 7 Budget

Geben Sie das Kostendach und die Aufteilung gemäss Massnahmen und/oder strategischen Schwerpunkten an. So haben Sie die Möglichkeit, die Massnahmen frühzeitig dem Budget anzupassen, und erhalten einen Überblick über die Kosten.



Wenn Sie grössere Aufträge zu vergeben haben (z. B. für grafische Leistungen), holen Sie mehrere Offerten ein, um einen Vergleichswert zu haben.

**Herausgeber**

Bundesamt für Umwelt (BAFU)  
sanu future learning ag

**Konzept und Redaktion**

Manuela Christen und Vincent Roth (BAFU)  
Kathrin Schlup (sanu future learning ag)  
Lina Lanz und Jessica Wullschleger (HOI Kommunikation GmbH)

**Gestaltung**

Gruber & Ianeselli AG, Zürich

**Kontakt**

[klimaprogramm@bafu.admin.ch](mailto:klimaprogramm@bafu.admin.ch)

**PDF-Download**

<https://www.bafu.admin.ch/wegweiser-klimakommunikation>

Eine gedruckte Fassung liegt nicht vor.

Die Originalsprache ist Deutsch. Dieser Wegweiser ist auch  
in französischer und italienischer Sprache verfügbar.

Version 1.0

© BAFU 2025