

Plenum Zukunftsstadt

Identifikation geeigneter Ansprachen für bürgerliche Zielgruppen mit geringer Affinität zum nachhaltigen Energiesystem

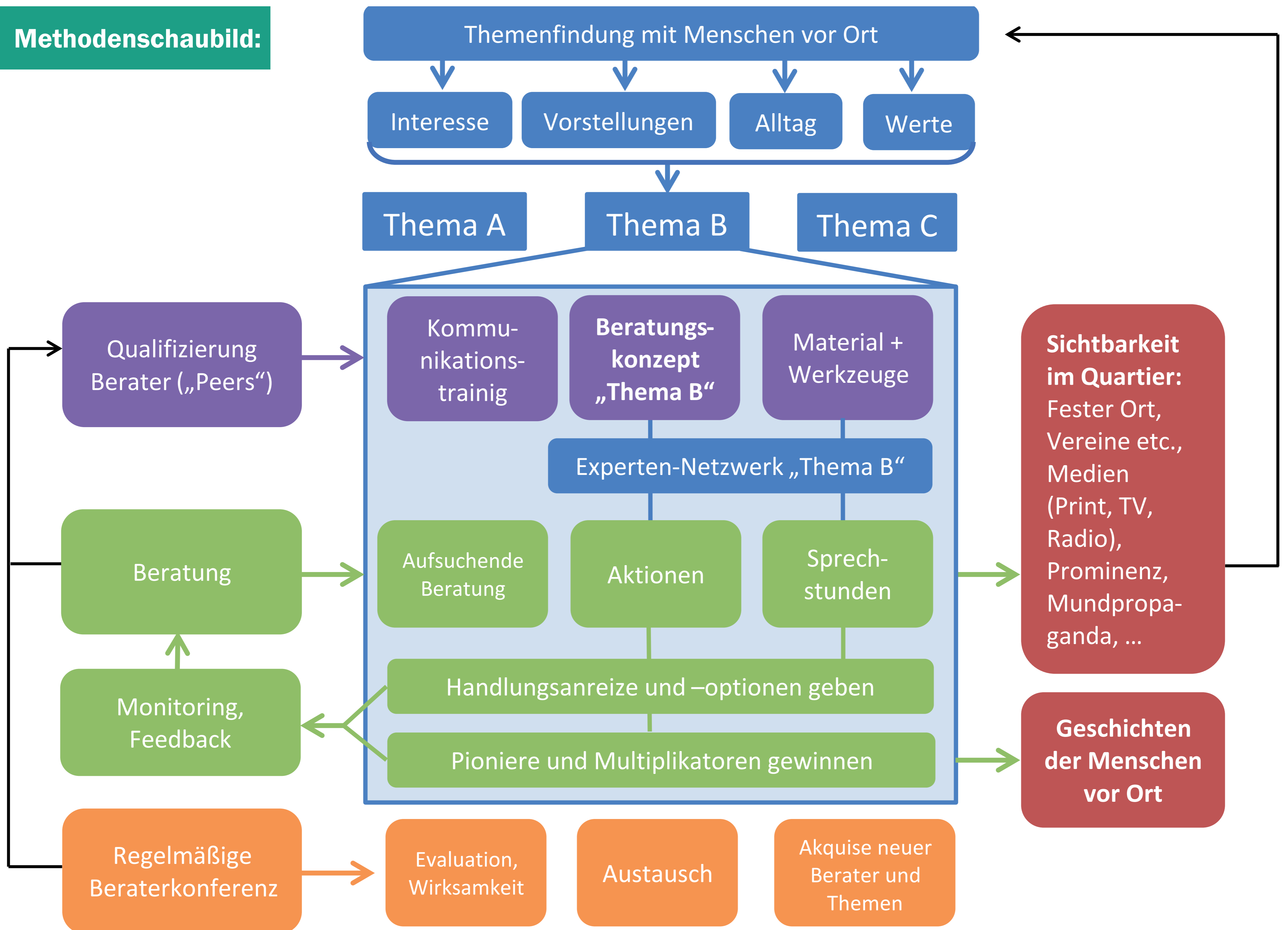
Forschungsfrage:

Welche konkreten Kommunikationsinstrumente, Botschaften und Angebote tragen zur Verstärkung der Nachhaltigkeits-Affinität bei?

Zielgruppe:

Nicht nachhaltigkeits-affine Milieus | konservative Mittelschicht, traditionelle Unterschicht und die neue, liberale Unterschicht

Methodenschaubild:



- Menschen über innere Werte und Vorstellungen mit Themen der Nachhaltigkeit und konkreten Alltagspraktiken in Berührung bringen

- Qualifizierung von Beratern aus dem Quartier, die den Menschen auf Augenhöhe begegnen können.

- Beratung ist gegliedert in aufsuchende Beratungsangebote, spezielle Aktionen (z.B. bei Stadtteilstesten) und feste Sprechstunden an einem Ort.

- Das Quartier als „Resonanzraum“ nutzen: Geschichten der Menschen vor Ort erzählen. Bezüge zu Besonderheiten des Quartiers herstellen. Gemeinschaft/Nachbarschaft nutzen und stärken („Wir im Quartier“).

- Experten-Netzwerk unterstützt Qualifizierung und Beratung durch Fachwissen, Methoden und erprobte/bestehende Konzepte.

- Neue Themenvorschläge die während der Beratung aufgekommen sind, können an den Anfangsprozess rückgespiegelt werden.

- Beratung vermittelt niedrigschwellige Handlungsoptionen und -anreize, sprachlich und visuell an die Zielgruppe angepasst.

