

Plenum Zukunftsstadt

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

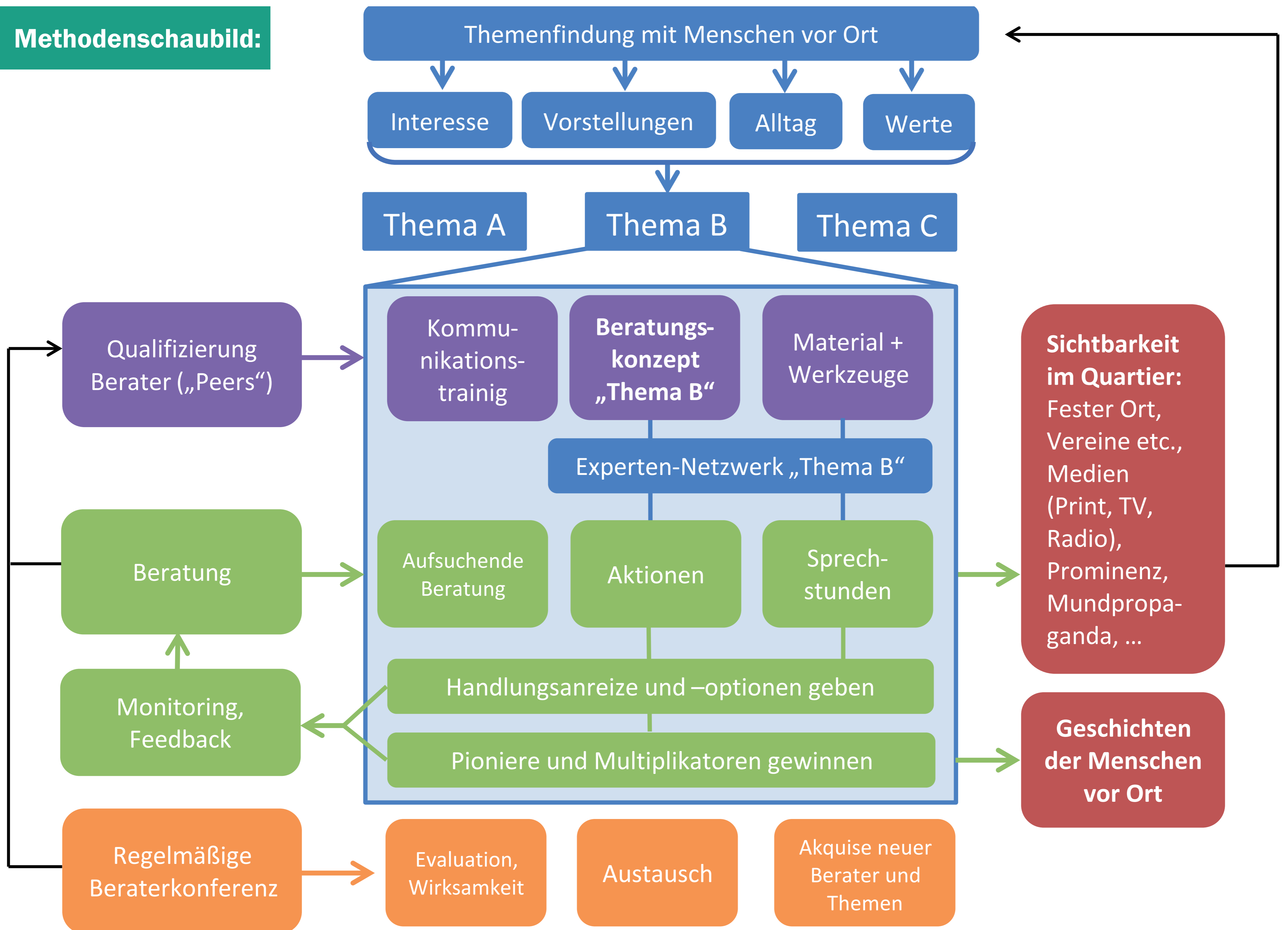
Forschungsfrage:

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.

