

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Klimaanpassungsmaßnahmen im öffentlichen Raum partizipativ gestalten (KLISOPAR): Klimastraßen Solingen Ohligs

BGI-Dialogveranstaltung am Mittwoch, den 17.04.2024

Ilona Komossa (Klingenstadt Solingen)
Holger Haberstock (EuroSoc#DIGITAL)

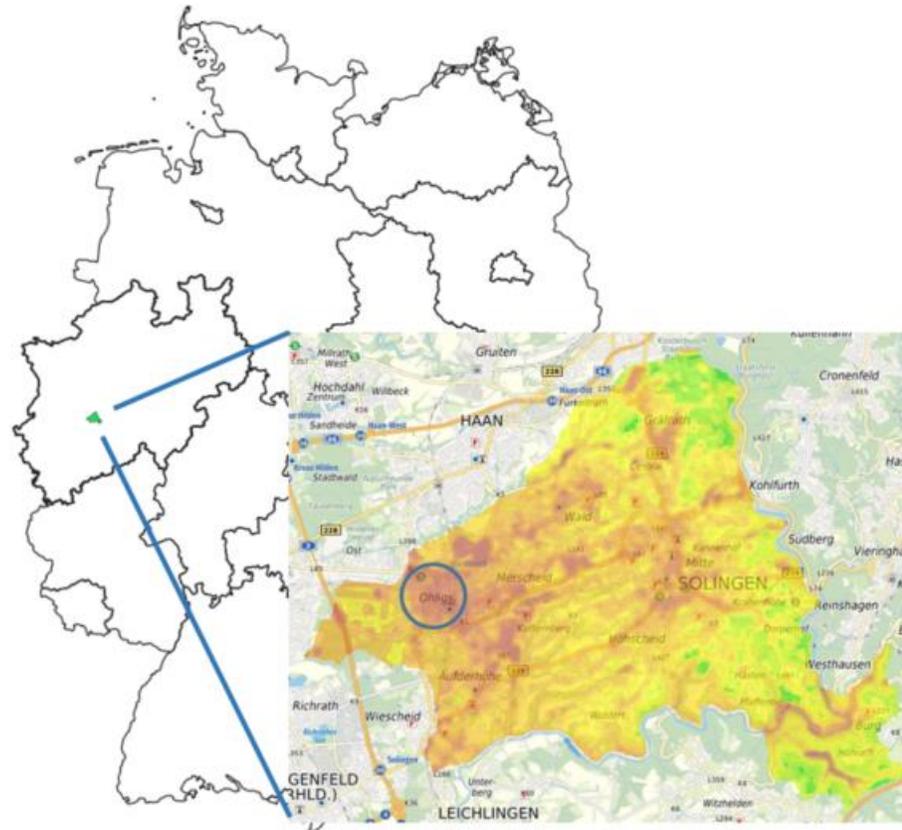
Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Solingen/ EuroSoc#DIGITAL



Solingen

Entwickelt, plant und
implementiert
Klimaanpassungsmaßnahmen

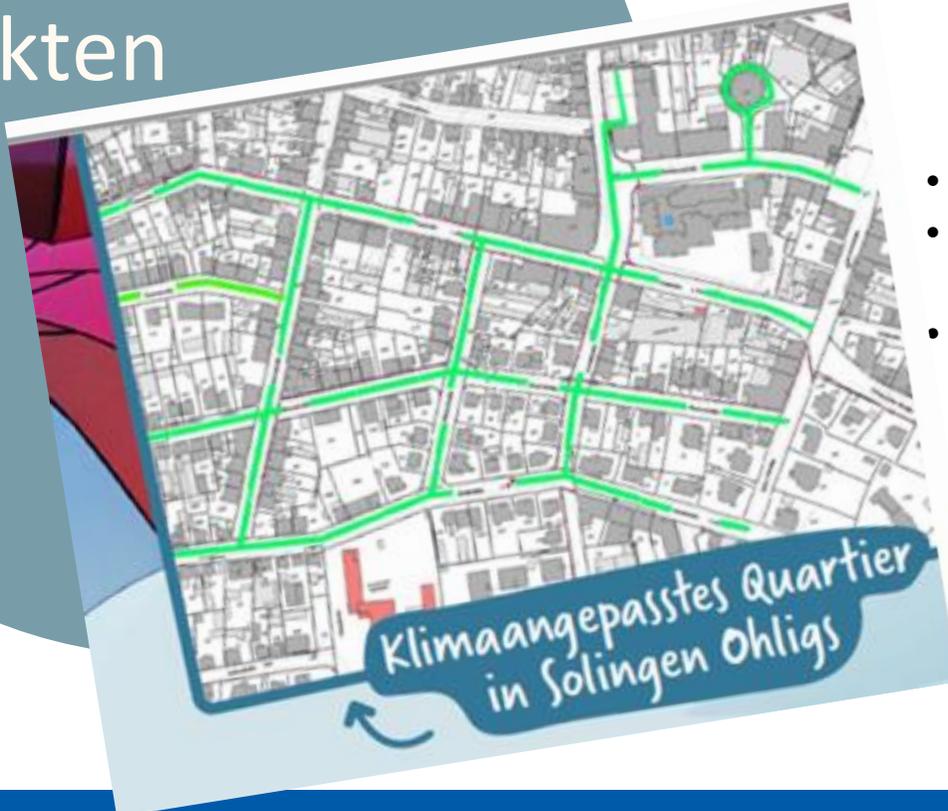


Unterstützt bei Co-Creation,
interner und externer
Beteiligung und Kommunikation



Beiträge zu Vortragsreihe
Klimawandel und Gesundheit

Fakten



- Ziel: Die partizipative Entwicklung von Solingen-Ohligs zu einem klimaangepassten Stadtteil
- DAS – Deutsche Anpassungsstrategie
Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel, Kommunale Leuchtturmvorhaben sowie Aufbau von lokalen und regionalen Kooperationen (Förderschwerpunkt 3)
- Laufzeit: 36 Monate
- Fördersumme: Rund 290.000€, davon rund 200.000 € für Personal, der Rest für Gutachten/Konzepte/Beratungen
- Stakeholder (Interessensvertreter*in):
 - Intern: 15 Solinger Dienststellen und politische Gremien
 - Extern: versch. kollektive Akteure sowie Bürger*innen

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Ziele

Klimaangepasste Straßen

- Umgestaltung des Straßenraums

Klimaangepasster Wohnraum

- Einrichtung einer Wohnraumberatung

Bürger*innen kennen Risiken für Gesundheit

- Vortragsreihe zu Klimawandel und Gesundheit

Bürger*innen helfen sich bei Hitze und Kälte

- Netzwerk Ohligser*innen helfen Ohligser*innen

Toolbox

- Einbindung bestehender Toolboxen (z.B. Blue GreenStreet) sowie Weiterentwicklung (z.B. Bereich Kommunikation)



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Interne Akteurseinbindung

AK STEP/
Ressort 5

AK
Gesund-
heit

AK
Straßen-
raum

Kernteam
Klisopar

AK Wohn-
raum

AK
Bürger-
beteiligung

Einbindung Politik

Gefördert durch:



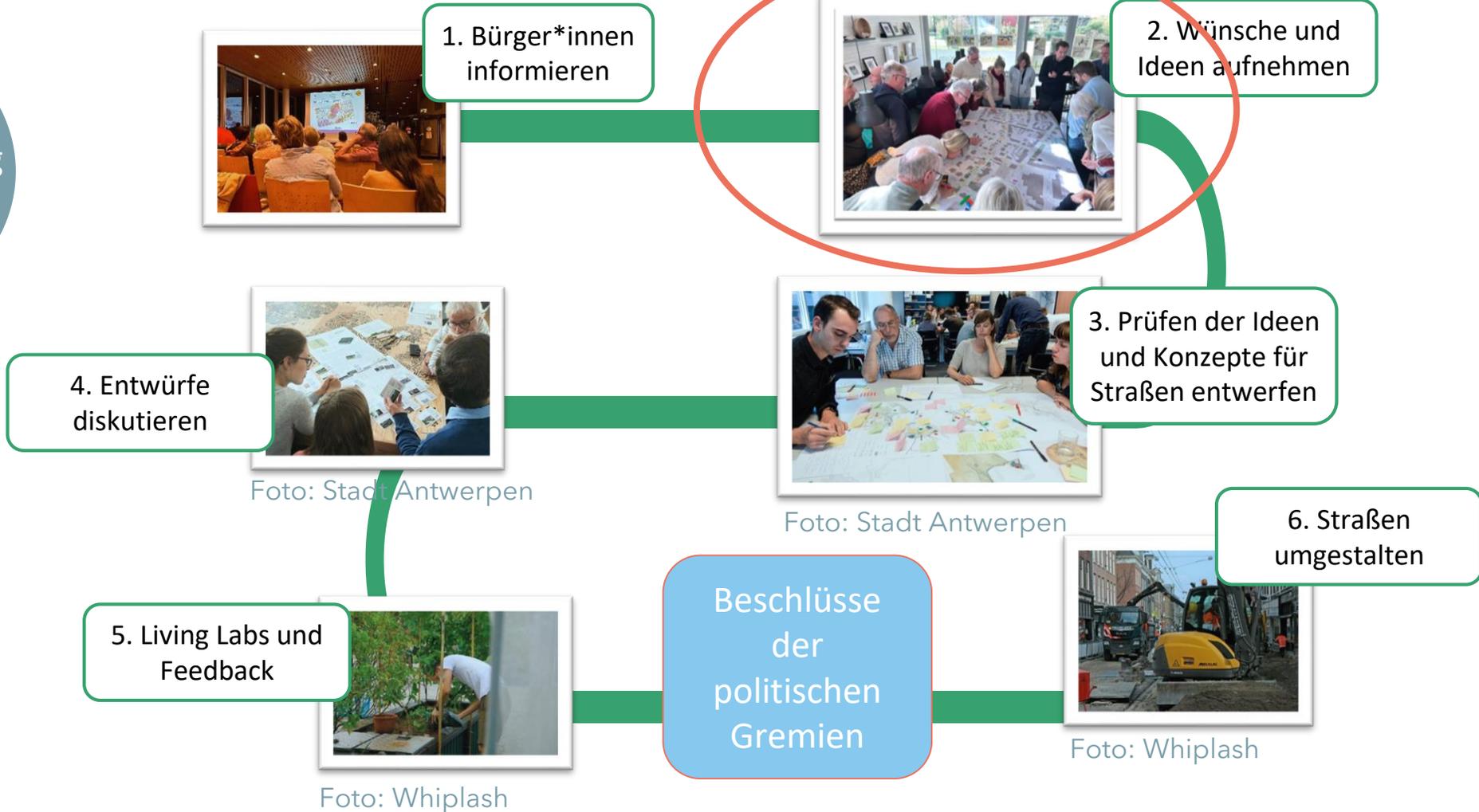
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Akteure und Kommunikationskanäle

Bereich	Akteure	Kommunikationskanäle
Allgemein/Straßenraum	<p>Intern: Stadtdienst Natur und Umwelt Stadtdienst Planung, Mobilität und Denkmalpflege Stabsstelle Bürgerbeteiligung, TBS Technische Betriebe polit. Gremien</p> <p>Extern: Bürger*innen, Stadtteilbüro, Oase, OLX35, de Jongens, ZWAR-OMA,</p>	<p>Intern: Internetseiten der Stadt: Natur und Umwelt https://solingen.de/inhalt/klisopar, Bürgerbeteiligung https://www.solingen-redet-mit.de/ Nachhaltige Kommune https://nachhaltig.solingen.de Pressestelle: https://solingen.de/inhalt/verzeichnis/pressreleases</p> <p>Extern: www.klisopar.de, Blog, Newsletter, PMs, Steelen, Facebook, Bauwagen, Poster und Postkarten in Ohligs, themenspezifische Mailverteiler, z.B. Apothekervereinigung, Ärzte-Verteiler, Sportvereine, Altenheime, Vereine Bergische VHS, Stadtbücherei Kanäle d. Stadtteilbüros https://www.stadtteilbuero-ohligs.de/ Solingen Live, Internetseiten: z.B. https://www.zwar-oma.de/stadtteile-aktuell Bürgerworkshops, hybride Gesundheitsvorträge Stadtteilkonferenz, LivingLabs, Netzwerk der soz. Organisationen, Fachveranstaltungen (z.B. ZKA), Messen/Festivals (z.B. BergischLänd)</p>
Gesundheit	<p>Intern: Stadtdienst Natur und Umwelt Stadtdienst Gesundheit Stadtdienst Soziales (Behindertenkoordinatorin, Seniorenbüro) Katastrophenschutz polit. Gremien</p> <p>Extern: Bürger*innen, Stadtteilkonferenz, soziale Organisationen (Wohlfahrtsverbände, Kirchengemeinden, Kindergärten, Schulen, VHS), Ärzte und Ärztinnen, Ärztenetzwerk solimed, Apotheker*innen, Pflegeeinrichtungen, Gesundheitskiosk</p>	
Wohnraumberatung	<p>Intern: Stadtdienst Natur und Umwelt Stadtdienst Wohnen Stabstelle Nachhaltigkeit und Klimaschutz</p> <p>Extern: Verbraucherzentralen, Sparkasse, Stadtwerke, Haus und Grund,</p>	

Akteurseinbindung Straßenraum



Methoden

- Methoden visueller Problemstrukturierung
 - z.B. Causal Loop Diagram
 - Haptische Methoden
 - (z.B. Living Labs, Prototyping)
 - Interaktionsmethoden
 - z.B. Liberating Structures
 - Agile Methoden
 - Z.B. User Stories
- Angewandt in Bürgerworkshops, interner Co-Creation (z.B. Marken-WS), aufsuchende Formate mit lokalen Vereinen/Organisationen

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Kommunikation

Fokus Kommunikation

- 6,6 Personenmonate
- Kommunikationsstrategie mit Markenentwicklung
 - Interne Co-Creation Workshops
 - Ziel: Bei Bürger*innen Emotionale Verbindung zum Projekt schaffen
- Kommunikation über Vielzahl an Kommunikationskanäle verbreiten (für Klimaanpassungsprojekt)

Gefördert durch:

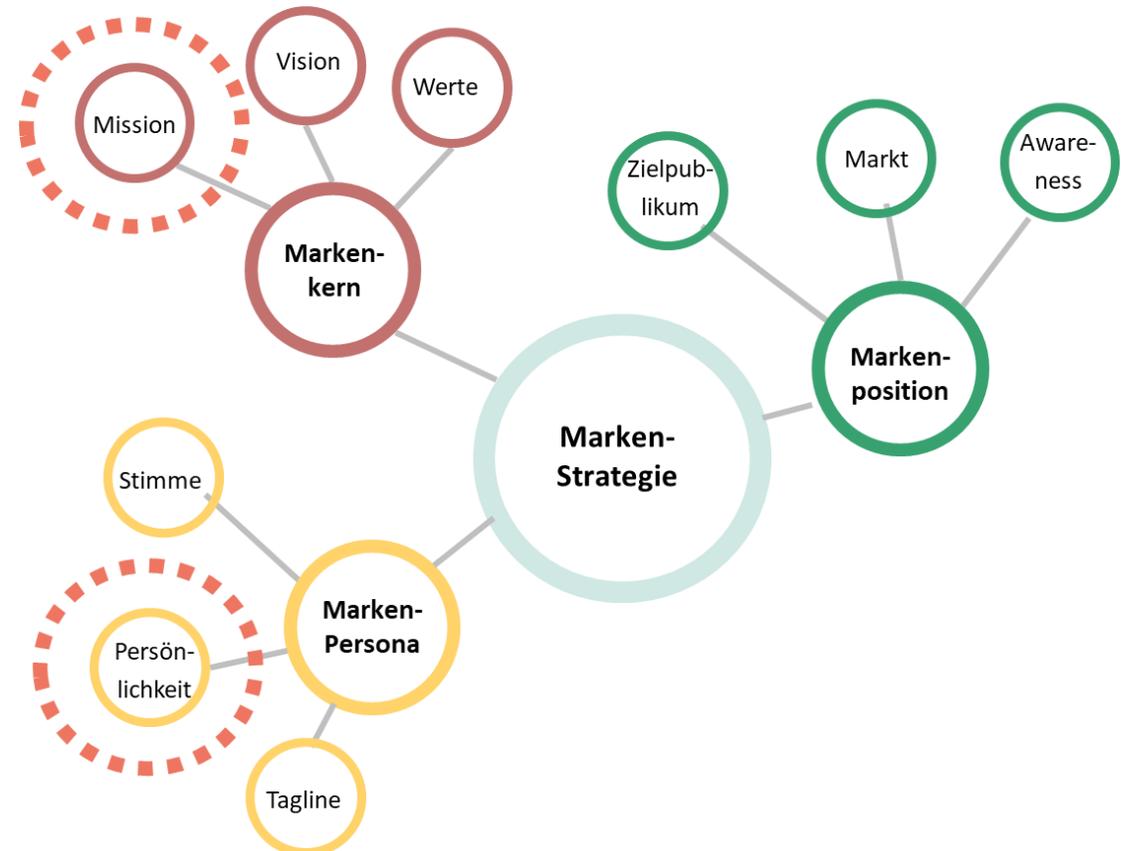


aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



“A Brand is a person’s **gut feeling** about a product, service or organization.”

(Marty Neumeier, The Brand Gap)



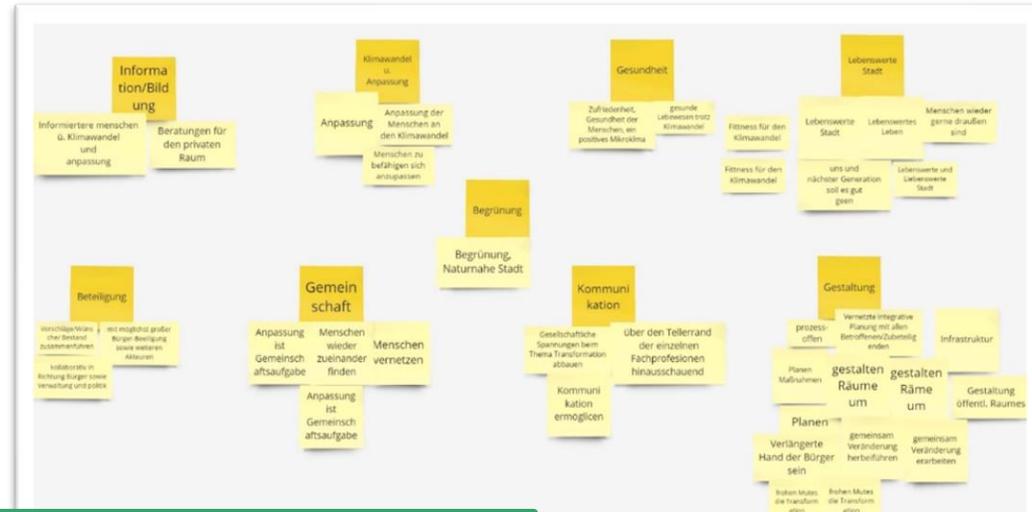
Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Markenmission



Beitrag *Wir informieren über Klimawandel und Gesundheit*

Wir planen Maßnahmen für eine bessere Lebensart in den Straßen

Wir schaffen Infrastruktur für eine lebenswerte Stadt

Wir beraten für ein lebenswertes Leben

Wir ermöglichen gesellsch. Kommunikation für ein lebenswertes Leben

Wir bieten Hilfe für die Anpassung des Zuhauses an den Klimawandel

Wir vernetzen Menschen im Quartier

Auswirkung

Wir gestalten Räume um, damit die Menschen wieder gerne draussen sind

Wir gestalten Räume um, damit die Menschen wieder zueinander finden

... Menschen informierter und ggf. verständnisvoller sind über Klimawandel und Anpassungsmaßnahmen und deren Möglichkeiten

..., damit die Menschen in Ohligs verstehen, dass Anpassung an den Klimawandel eine Gemeinschaftsaufgabe ist

..., damit Verwaltung und Politik entstehen, dass Anpassung an den Klimawandel eine Gemeinschaftsaufgabe ist

2 *damit die Menschen frohen Mutes die Transformation anpacken*

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Markenmission

Mission

- „KLISOPAR: Ein Stadtteil wird klimaadaptiv“

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Markenmission

Mission

- „KLISOPAR: Ein Stadtteil wird klimaadaptiv“
- KLISOPAR - Wir gestalten gemeinsam Ohligs, damit wir wieder gerne draußen sind.

Markenpersönlichkeit

Strategie für die Markenpersönlichkeit

- Markenpersönlichkeit
 - Menschliche Eigenschaften
 - Schafft Vertrautheit, Wiedererkennung
 - emotionale Bindung
- Nutzung von Archetypen
 - Haben typische Eigenschaften
 - Vertraut aus Legenden, Geschichten und Mythen
 - Ruler (Herrscher), Outlaw (Rebell),
 - Creator (Erschaffer), Regular Guy (Mensch von nebenan)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Markenstrategie

Kommen Sie zu unseren
Workshops und drücken Sie
ohligs Ihren Stempel auf!



Wir gestalten ohligs
Nicht der Klimawandel!

Was wir jetzt tun, wird ohligs für lange prägen!

Kein gesunder Mensch
ohne gesundes Stadtklima!
Wie verändert der Klimawandel unsere Gesundheit?

EIN NACHBARSCHAFTSTREFFPUNKT:
FRÖHLICHE MENSCHEN ODER
NERVIGER MÜLL?
WIE SEHEN SIE DAS?

Die Stadt Solingen lädt
Sie zur Mitgestaltung
des Straßenraums ein!



Es die Menschen, die einen Ort besonders machen. Und das sind wir alle
zusammen.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Aus dem KLISOPAR-Blog



27.02.24

Gemeinsam gestalten: Ein Workshop voller Energie und Ideen für die Talstraße und Rheinstraße

In der warmen Atmosphäre des Café Kiste unter dem Dach der Evangelischen Kirche Solingen, fand der erste Workshop zur Gestaltung des Straßenraums im Rahmen des KLISOPAR Projekts statt, der die Bürgerinnen und Bürger von Solingen Ohligs in den Fokus der klimaadaptiven Stadtgestaltung rückte.

[Weiterlesen](#)



20.11.23

Klima im Wandel, Ohligs im Aufbruch: Bürger gestalten Zukunft im Klisopar- Bauwagen

Am Samstag, den 18. November 2023, wurde die Fußgängerzone der Düsseldorfstraße in Solingen-Ohligs zum Treffpunkt für alle, die sich für Klimaanpassung und Nachhaltigkeit interessieren.

[Weiterlesen](#)

15.01.24

Gesundheit im Fokus: Ein kalter Abend in Ohligs mit wärmenden Einblicken

Am Abend des 12. Januar 2024 trotzte eine Gruppe engagierter Solinger Bürgerinnen und Bürger dem regnerischen Wetter und Glatteis, um sich im großen Gemeindesaal der Evangelischen Kirchengemeinde Ohligs zum ersten Gesundheitsvortrag des KLISOPAR Projekts „Eiskaltes Stadtklima: Wissenswertes zu Lunge, Herz und Seele“ zu versammeln.

[Weiterlesen](#)



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Fazit

- Teamleitung aus den Fachbereichen Natur und Umwelt, Mobilität, Gesundheit und Eurosoc#Digital macht das Projekt effizienter, schlagfertiger und verbindlicher.
- Interne Arbeitskreise verkürzen Abstimmungsprozesse, fördern den Wissenstransfer und stärken ebenfalls die Verbindlichkeit in der Stadtverwaltung.
- Einbindung verschiedener politischer Gremien schaffen Transparenz und Unterstützung.
- Die **aktive** Einbindung lokaler Akteure ist ein Muss für das Gelingen.
- Auch oder gerade bei Transformationsprojekten – wie Klimaprojekten und Nachhaltigkeitsprojekten lohnt es sich die Kommunikation strategisch auszurichten.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Vielen Dank für
ihre
Aufmerksamkeit!



[Das Projekt](#) [Veranstaltungen](#) [Projektpartner](#) [Team](#) [Blog](#)

[Mitmachen](#)



www.klisopar.de

Ilona Komossa
Stadt Solingen, Natur und Umwelt
+49 212 290 - 6544
i.komossa@solingen.de

Holger Haberstock
EuroSoc#DIGITAL gGmbH
+49 30 - 2023-9615-0
hhaberstock@eurosoc-digital.org