



An den Grossen Rat

20.5146.03

PD/P205146

Basel, 4. Dezember 2024

Regierungsratsbeschluss vom 3. Dezember 2024

Anzug Raffaella Hanauer betreffend «Schlüsse ziehen aus der Coronakrise für die Klimakrise»

Der Grosse Rat hat an seiner Sitzung vom 7. Dezember 2022 vom Schreiben 20.5146.02 Kenntnis genommen und – dem Antrag des Regierungsrates folgend – den nachstehenden Anzug Raffaella Hanauer und Konsorten stehen lassen und dem Regierungsrat zum erneuten Bericht überwiesen:

«Trotz Coronakrise macht die drohende Klimakatastrophe keine Pause. Ein weiteres Dürrejahr bahnt sich an und zeigt auf, wie wichtig gerade auch im Nachgang dieser globalen Krise nachhaltiger Klimaschutz ist. Sämtliche Entscheide der nationalen und kantonalen Exekutive in Bezug auf die momentane gesundheitspolitische Lage stützen sich auf wissenschaftlichen Erkenntnissen. Doch auch Umweltforschende warnen die Politik seit langem vor einem drohenden Klimakollaps. Zudem hat dieser bereits begonnen: Die momentane Dürre ist nur ein lokales Beispiel von vielen dafür. Wir befinden uns daher nicht nur in der Coronakrise, sondern auch mitten in der Klimakrise. Das hohe Gewicht von wissenschaftlichen Kenntnissen ist nicht nur bei Pandemien, sondern in allen weiteren Krisen relevant. Es ist systemrelevant, nicht nur die jetzige Gesundheit der Menschen, sondern auch unsere Lebensgrundlage und die zukünftige Gesundheit zu schützen.

Das Krisenmanagement der Coronakrise beinhaltet viele wirksame Instrumente. So wird beispielsweise die Bevölkerung regelmässig über die neusten Erkenntnisse und ihre Konsequenzen informiert, es werden externe Expertisen beigezogen und die Bevölkerung wird mit dringlichen Mitteln und einer Kommunikationsstrategie in die Krisenbewältigung integriert. Zudem gibt es ergänzend zu den nationalen Mechanismen rasche Unterstützung zur Abschwächung der negativen Folgen auf Gesellschaft und Wirtschaft, die durch die Massnahmen zur Eindämmung der Coronakrise entstanden sind. Solch entschiedenes Vorgehen braucht es auch, um die Klimaerhitzung einzudämmen und den ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Folgen der Klimakrise zu begegnen. Es ist notwendig, dass diese Überlegungen schon während der jetzigen Krise parallel angedacht werden, damit wir heute schon an morgen denken, und Vorsorge leisten.

Die Unterzeichnende fordert deshalb den Regierungsrat auf, zu prüfen und zu berichten, welche Instrumente aus der Coronakrise geeignet sind, um der Klimakrise zu begegnen und welche dafür adaptiert werden können. Insbesondere soll eine Strategie für die Krisenkommunikation des Regierungsrats an die Bevölkerung auch für die Klimakrise etabliert und eine regelmässige Beratung durch wissenschaftliche Expertise eingeführt sowie Klimamitigation und -adaption ebenso entschieden vorangetrieben werden, wie die Eindämmung und Bewältigung der Coronakrise.

Raffaella Hanauer»

Wir berichten zu diesem Anzug wie folgt:

1. Ausgangslage

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, wie schnell und tiefgreifend sich Krisen auf gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und politischer Ebene auswirken können. Besonders die Corona-Pandemie verdeutlichte, dass gezielte Kommunikation und wissenschaftliche Beratung in Krisensituationen entscheidend sind. Das legt die Frage nahe, welche Rückschlüsse von der Coronakrise auf die Klimaerwärmung gezogen werden können.

Während das Corona-Virus eine unmittelbare Bedrohung für die persönliche Gesundheit mit einschneidenden Folgen für die Gesellschaft darstellte, handelt es sich bei der Klimaerwärmung um eine stetig voranschreitende, langfristige Bedrohung, was es schwerer macht, sie in allen Dimensionen zu erfassen.

2. Kommunikation: Corona-Pandemie versus Klimaerwärmung

Die Kommunikation während der Corona-Pandemie zielte auf schnelle, kurzfristige Verhaltensänderungen ab. Sie stützte sich auf regelmässige, prägnante Anweisungen und Verbote, um die Bevölkerung zu sofortigem Handeln zu bewegen (vgl. Interface: Schlussbericht zuhanden des BAG: Evaluation der Krisenbewältigung Covid-19 bis Sommer 2021).

Im Gegensatz dazu verlangt die Klimaerwärmung eine strategische Kommunikation, die dazu anstösst, Gewohnheiten zu hinterfragen und strukturellen Wandel zu fördern. Sie muss über eine akute Krisenbewältigung hinausgehen.

In beiden Fällen zielt die Kommunikation darauf ab, durch Informationsvermittlung Vertrauen zu schaffen, die Öffentlichkeit mit klaren Botschaften zu sensibilisieren, Unsicherheiten abzubauen und ein Umdenken anzuregen.

2.1 Herausforderungen und Besonderheiten der Corona-Kommunikation

Krisenzeiten stellen besondere Anforderungen an die Kommunikation, wobei jede Krise unterschiedliche Kommunikationsansätze erfordert. Die Corona-Pandemie stellte eine akute, unmittelbare Bedrohung mit sofortigen Auswirkungen auf das eigene Leben und die öffentliche Gesundheit dar. Es waren schnell umsetzbare und teilweise tagesaktuell angepasste Massnahmen erforderlich, um die Ausbreitung eines klar identifizierbaren Virus und seiner Mutationen zu verhindern.

Der Bund fokussierte auf wenige, prägnante und einfach verständliche Botschaften, die sich in der Regel auf ebenso wenige, sofort umsetzbare Verhaltensanpassungen konzentrierten wie «Abstand halten» und «Maskenpflicht». In regelmässigen Pressekonferenzen wandten sich der Bundesrat und verschiedene Fachämter der Bundesverwaltung direkt an die Bevölkerung. Über die zentrale Webseite bag-coronavirus.ch informierte das BAG fortlaufend über den Krisenverlauf und aktuell notwendige Massnahmen. Mit der Kampagne «So schützen wir uns» informierte und motivierte das BAG die Bevölkerung über verschiedene Kommunikationskanäle (z. B. Plakate, soziale Medien), Corona-Massnahmen sofort aktiv umzusetzen.

Die Kommunikation im Kanton Basel-Stadt folgte einem ähnlichen Schema. Im Mittelpunkt standen die zentrale Informationswebseite coronavirus.bs.ch, regelmässige Pressekonferenzen, an welchen der Kantonsarzt und der Vorsteher des Gesundheitsdepartements die Bevölkerung über Aktuelles informierten, sowie eine Infoline für Fragen rund um Covid-19. Zudem setzte der Kanton auf Sensibilisierungskampagnen, die vorwiegend auf Plakaten und in sozialen Medien verbreitet wurden, um an die Bevölkerung zu appellieren, ihr Verhalten anzupassen. Diese fokussierte, intensive und kurzfristig ausgerichtete Kommunikationsstrategie war bei der Eindämmung der Pandemie entscheidend.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass zur Erreichung des Ziels, kurzfristige und sofortige Verhaltensänderungen zu bewirken, vorwiegend eine reaktive und generische Kommunikation notwendig war. Laufend veränderte Bedingungen und schnell wechselnde Massnahmen auf Bundesebene erforderten dennoch eine überdurchschnittlich hohe Aktivierung und starke Bündelung personeller Ressourcen von Kommunikationsfachleuten. «Der Kanton Basel-Stadt betrieb im Vergleich zu anderen Kantonen viel Aufwand für die kommunikative Begleitung der Krisenbewältigung» (vgl. Interface (2024): Schlussbericht zuhanden des Regierungsrats des Kantons Basel-Stadt: Evaluationsbericht über die Erkenntnisse aus der Corona-Krise und deren Bewältigung im Kanton Basel-Stadt).

2.2 Herausforderungen und Besonderheiten der Klimakommunikation

Im Gegensatz zur akuten Bedrohung der Corona-Pandemie stellt die Klimaerwärmung eine stetig voranschreitende und langfristige Bedrohung dar. Ihre vollen Auswirkungen sind oft noch schwer greifbar, was eine strategische, proaktive und zielgruppengerechte Klimakommunikation unerlässlich macht. Zentrale Bestandteile der Klimakommunikation sind die Sensibilisierung der Bevölkerung und die Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse, um das Bewusstsein für die Notwendigkeit des Klimaschutzes zu stärken und die komplexen Zusammenhänge der Klimaerwärmung verständlich zu machen und zu einem klimafreundlichen und nachhaltigen Handeln anzuregen.

Die Klimakommunikation kombiniert Elemente aus Wissenschaftskommunikation, Krisenkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Sie soll ein Hinterfragen und Umdenken fördern und so eine stabile Basis für nachhaltiges Handeln schaffen. Sie vereint Aufklärung mit konkreten Handlungsoptionen, um ein langfristiges Engagement aller Akteurinnen und Akteure von Politik über die Wirtschaft bis hin zur breiten Bevölkerung anzuregen. Zusätzlich werden Erfolgsgeschichten und Mehrwerte des Klimaschutzes kommuniziert, beispielsweise eine verbesserte Lebensqualität, eine bessere Gesundheit, niedrigere Energiekosten und eine höhere Standortattraktivität. Kommunikation kann Brücken schlagen, die langfristigen Vorteile einer nachhaltigen Stadtentwicklung betonen und damit die Bevölkerung dazu motivieren, Veränderungen gemeinschaftlich zu bewältigen. Dazu gehören beispielsweise die Änderungen in der Beschaffungspraxis in Unternehmen, die konsequente Nutzung erneuerbarer statt fossiler Energien oder das nachhaltige Konsumverhalten von Privatpersonen.

Zielgruppenspezifische Botschaften wie «Klimaschutz als ökonomische Chance» oder «mehr Lebensqualität durch umweltfreundliche Städte» erreichen verschiedene gesellschaftliche Gruppen und können zur Akzeptanz nachhaltiger Massnahmen beitragen. Regelmässige Informationsangebote zu langfristigen Trends und Klimazielen vermitteln aktuelles Wissen, stärken das Bewusstsein für nachhaltiges Denken und Handeln und beugen Abstumpfung oder Resignation vor. Eine klare Sprache und das Vermeiden von Fachjargon sind entscheidend, um komplexe wissenschaftliche Themen verständlich zu machen. Positive Beispiele und Handlungsoptionen statt reiner Risikoaufklärung motivieren zur aktiven Mitwirkung und helfen, Krisenmüdigkeit zu vermeiden.

Zusammenfassend zeigt sich, dass Klimakommunikation mehr als klassische Krisenkommunikation erfordert. Sie baut auf einen langfristigen, strategischen und proaktiven Ansatz auf, der durch zielgruppengerechte Ansprache Sensibilisierung, Wissensvermittlung und aktives Mitwirken fördert. Erfolgsgeschichten und konkrete Handlungsoptionen schaffen die Grundlage für ein kollektives Handeln zur Eindämmung der Klimaerwärmung. Ziel ist es, unterschiedliche Akteurinnen und Akteure aktiv einzubeziehen, strukturelle Veränderungen anzustossen und langfristig einen kulturellen Wandel hin zu nachhaltigem Handeln zu fördern.

2.3 Vergleichende Analyse

Die Corona-Kommunikation fokussierte auf Sofortmassnahmen und kurzfristige Verhaltensänderungen – oft durch klare, kurzfristig umsetzbare Anweisungen und Verbote –, während die Eindämmung der Klimaerwärmung einer langfristigen gesellschaftlichen Entwicklung bedarf.

Die Eindämmung der Klimaerwärmung erfordert nicht nur das Engagement von Einzelpersonen, sondern setzt einen gesamtgesellschaftlichen Ansatz voraus, um Prozesse und Handlungen zu überdenken und langfristig anzupassen. Die Herausforderung liegt darin, sich langsam verstärkende, abstrakte Risiken sichtbar und verständlich zu machen, ohne die Bevölkerung durch Krisenbotschaften zu überlasten. Denn eine zu intensive Kommunikation, welche vorwiegend Gefahren und Risiken thematisiert und mit erhobenem Zeigefinger Verbote ausspricht, birgt die Gefahr, auf Dauer Akzeptanz und Engagement zu mindern. Hier ist ein zielgruppengerechtes und vorausschauendes Vorgehen gefragt: Eine Kommunikation, die informiert, motiviert und durch positive Anreize zur Selbstverantwortung inspiriert und so zur Akzeptanz und langfristigem, systemischem Wandel beitragen kann.

2.3.1 Massgebliche Prinzipien der Kommunikation

Corona-Pandemie	Klimaerwärmung
<u>Schnelligkeit</u> : Rasche Reaktion und Informationsverbreitung	<u>Langfristigkeit</u> : Fokus auf nachhaltige Handlungsoptionen
<u>Einfachheit</u> : Klare, leicht verständliche und kurze Botschaften	<u>Komplexitätsvermittlung</u> : Vermittlung von Zusammenhängen
<u>Autorität</u> : Vermittlung von Informationen durch bewährte Quellen und Personen	<u>Partizipation</u> : Förderung aktiven Mitgestaltens

2.3.2 Wesentliche Gemeinsamkeiten

- Vertrauensaufbau: Sowohl die Corona- als auch die Klimakommunikation zielen darauf ab, durch klare und konsistente Botschaften Vertrauen zu schaffen und die Öffentlichkeit umfassend zu informieren. Transparenz ist in beiden Fällen essentiell, um Gerüchte zu vermeiden und Unsicherheiten abzubauen.
- Eskalierende Dringlichkeit: Die Coronakrise erforderte vor allem eine schnelle Reaktion auf eine akute Bedrohung. Angesichts der sich häufenden und eskalierenden Klimaereignisse werden auch in der Klimakommunikation zunehmend Aspekte der Krisenkommunikation notwendig.

2.3.3 Wesentliche Unterschiede

Corona-Pandemie	Klimaerwärmung
<u>Reaktive, sofortige Kommunikation</u> Die akute Bedrohung durch das Corona-Virus erforderte schnelle Reaktionen und direkte Interventionen. Pressekonferenzen, kurzfristige Website-Updates, Mitteilungen auf sozialen Medien sowie Warnungen per SMS und Push-Benachrichtigungen erwiesen sich als effektiv, um klare und unmittelbar umzusetzende Anweisungen zu verbreiten.	<u>Strategische Kommunikation und langfristiger Dialog</u> Die Klimakommunikation setzt auf einen langfristigen Dialog und kontinuierliche Information und Bildung. Durch Instrumente wie Informationskampagnen, Bildungsangebote, Workshops und interaktive Plattformen wird das Bewusstsein für die Klimaerwärmung gefördert. Die Komplexität der Situation soll verständlich vermittelt werden, um langfristig einen gesellschaftlichen Wandel anzustossen.
<u>Generische Botschaften</u> Einheitliche, leicht verständliche Botschaften, konkrete Verhaltensregeln und klare Anweisungen wie «Abstand halten» und «Maske tragen» wurden gezielt eingesetzt, um ein breites Publikum zu erreichen und eine sofortige Wirkung zu erzielen.	<u>Zielgruppenspezifische Ansprache</u> Erforderlich ist eine zielgerichtete Ansprache mit differenzierten Botschaften, die verschiedene Bevölkerungsgruppen erreicht. Indem sie an individuelle Werte und Bedürfnisse anknüpft, soll sie eine aktive Auseinandersetzung mit dem Thema fördern und so die langfristige Akzeptanz für Klimaschutz stärken.

<u>Anweisungen und Verbote</u> Die Kommunikation in der Coronakrise setzte stark auf strikte Anweisungen und Verbote, was zunehmend zur Pandemiemüdigkeit beitrug. Ein dauerhaftes Appellieren an Ängste und die Betonung von Risiken und Einschränkungen kann Frustration und Widerstand hervorrufen.	<u>Positive Anreize</u> Die Klimakommunikation erfordert positive Anreize, um langfristiges Engagement zu fördern. Erfolgsgeschichten, ein grundsätzlich optimistischer Ausblick und konkrete Handlungsoptionen können die Motivation fördern und zudem verdeutlichen, dass jeder Beitrag wichtig ist.
---	---

2.3.4 Fazit

Aus den vorausgegangenen Ausführungen wird ersichtlich, dass die Klimakommunikation Elemente der Krisenkommunikation enthalten kann, insbesondere in Bezug auf akute Bedrohungen wie extreme Wetterereignisse oder auf die Notwendigkeit zur Begrenzung der Klimaerwärmung. Im Allgemeinen jedoch zielt die Klimakommunikation auf einen kontinuierlichen Prozess und langfristiges Umdenken ab, um ein Fortschreiten der Klimaerwärmung einzudämmen. Damit unterscheidet sie sich von der klassischen Krisenkommunikation.

In Bezug auf die Wahl der Kommunikationsinstrumente gibt es durchaus Gemeinsamkeiten. Zur Informationsvermittlung und vorwiegend unidirektional an die breite Öffentlichkeit gerichtet bieten sich beispielsweise Publikationen, Webseiten, Medienkonferenzen und auch Beiträge in sozialen Medien an. Entscheidend für gelingende Klimakommunikation und langfristige Mobilisierung ist jedoch eine interaktive Kommunikation in zielgruppengerechten Formaten, die Dialog, Bildung, Partizipation und Kooperationsprojekte ermöglichen.

2.4 Ausblick: Klimakommunikation als integraler Bestandteil des Aktionsplans zur Klimaschutzstrategie

Die Klimakommunikation ist mit der Massnahme u-1 fest verankert im Aktionsplan zur Klimaschutzstrategie, der im Oktober 2024 publiziert wurde. Im Mittelpunkt dieser Massnahme stehen die Information, Sensibilisierung und Mobilisierung von Bevölkerung und Unternehmen für den Klimaschutz. Zudem werden auch innerhalb der Verwaltung gezielte Kommunikationsmassnahmen umgesetzt. Der konsequente Einsatz der Dachmarke «Klima Basel 2037» wird es ermöglichen, Basel als Vorreiter im Klimaschutz zu etablieren.

Ein Konzept zur Klimakommunikation wird derzeit erarbeitet. Mit dessen Vorliegen wird das Anliegen des Anzugs in Bezug auf die Etablierung einer Strategie für Krisenkommunikation als erfüllt betrachtet.

3. Wissenschaftliche Beratung

Die wissenschaftliche Beratung spielt eine zentrale Rolle bei der Klimamitigation und -adaption, ebenso wie sie es während der Corona-Pandemie tat. Sie bildet die Grundlage für fundierte Entscheidungen und die Entwicklung wirksamer Massnahmen.

Schon in der Entwicklung der kantonalen Klimaschutzstrategie und des zugehörigen Aktionsplans wurde wissenschaftliche Expertise einbezogen. Eine Begleitgruppe, bestehend aus Vertretern der Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Wissenschaft, beriet die Fachstelle Klima bei diesem Prozess.

Die regelmässige Einbindung von Expertinnen und Experten ist somit bereits fest im Prozess verankert. Dies ermöglicht es dem Regierungsrat, aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse zu berücksichtigen und entsprechende Massnahmen abzuleiten. Dabei wird sichergestellt, dass unterschiedliche Perspektiven in die Entscheidungsprozesse einfließen, um der Komplexität der Situation gerecht zu werden.

Diese bewährte Form der unterstützenden Beratung wird fortgeführt, so etwa bei der Erarbeitung des zweiten Teils der Klimaschutzstrategie. Das Anliegen des Anzugs hinsichtlich regelmässiger Beratung durch wissenschaftliche Expertise wird somit als erfüllt betrachtet.

4. Antrag

Aufgrund dieses Berichts beantragen wir, den Anzug Raffaella Hanauer betreffend «Schlüsse ziehen aus der Coronakrise für die Klimakrise» abzuschreiben.

Im Namen des Regierungsrates des Kantons Basel-Stadt



Dr. Conradin Cramer
Regierungspräsident



Barbara Schüpbach-Guggenbühl
Staatsschreiberin