

Der 2024 veröffentlichte Klimaschutzaktionsplan sieht sowohl die Massnahme "Klimakommunikation" als auch die Einrichtung eines verknüpften Dashboards vor. Das Klima-Dashboard wird in Kapitel 4.1.1 wie folgt beschrieben: "Entwicklung und Betrieb eines Online-Dashboards für Monitoring und Berichterstattung der Klimaschutzstrategie und des Aktionsplans. Das Dashboard ermöglicht eine niederschwellige und adressatengerechte Kommunikation der Klimaschutzbemühungen des Kantons. Weiter dient es der vereinfachten Dateneingabe im Massnahmencontrolling und der Gesamtüberprüfung und Aktualisierung der Klimaschutzstrategie."

Etwas Ähnliches kennt die Stadt Zürich mit ihrem "netto-null-cockpit" bereits. Möchte der Kanton Basel-Stadt von Zürich lernen, könnte er die im künftigen Dashboard eingearbeiteten informativen Zahlen und komplexen Darstellungen sinnvoll ergänzen mit einer Kommunikation an die Bevölkerung zur Akzeptanzsteigerung und mittelfristigen Verhaltensänderung, wie sie in der Beschreibung der Massnahme "Klimakommunikation" zum Ausdruck kommt. Inwiefern die beiden Massnahmen "Klimakommunikation" und "Dashboard" jedoch zusammenspielen, und was der Kanton aus den Erfahrungen der Stadt Zürich mit ihrem Netto-Null-Cockpit mitnimmt, ist bisher noch nicht bekannt.

Bekannt ist jedoch bereits, wie der Regierungsrat generell zur Klimakommunikation steht: In der Beantwortung des Anzugs von Raffaella Hanauer "Schlüsse ziehen von der Coronakrise für die Klimakrise" zeigt der Regierungsrat sehr gut die Herausforderungen der Kommunikation zur Klimakrise auf. Der Regierungsrat verweist zur Weiterbehandlung der Forderung auf die Massnahme im Klimaaktionsplan "Klimakommunikation" und verspricht ein Konzept, welches derzeit erarbeitet werde und nach dessen Vorliegen das Anliegen des Anzugs in Bezug auf die Etablierung einer Strategie zur Krisenkommunikation als erfüllt betrachtet wird. Dabei sollen zentrale Bestandteile der Klimakommunikation die Sensibilisierung der Bevölkerung und die Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse sein, 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. Hier ist ein zielgruppengerechtes und vorausschauendes Vorgehen gefragt, eine Kommunikation, die informiert, motiviert und auch zur Selbstverantwortung inspiriert und so zur Akzeptanz und zu langfristigem, systemischem Wandel beitragen kann.

Zur Klimakommunikation des Kantons und zur Integration des Dashboards in diese stellen sich damit folgende Fragen:

1. Wird das Dashboard als Teil der Klimakommunikation gesehen oder erfolgt die Klimakommunikation über das Dashboard als Medium?
2. Werden folgende vom Regierungsrat in der Beantwortung auf den Anzug Hanauer (20.5146.03) identifizierte Herausforderungen und Aspekte der Klimakommunikation im Konzept zur Klimakommunikation angegangen?
 - a. Langfristigkeit: Fokus auf nachhaltige Handlungsoptionen
 - b. Komplexitätsvermittlung: Vermittlung von Zusammenhängen
 - c. Partizipation: Förderung des aktiven Mitgestaltens
 - d. Strategische Kommunikation und langfristiger Dialog
 - e. Zielgruppenspezifische Ansprache
 - f. Positive Anreize
 - g. Vertrauensaufbau
 - h. Eskalierende Dringlichkeit
3. Wie trägt das Dashboard dazu bei, die obigen Herausforderungen und Aspekte anzugehen?
4. Wird der Kanton an einem zentralen Ort online die verschiedenen Massnahmen zur Zielerreichung für die Bevölkerung übersichtlich zugänglich machen? Tut er dies sowohl bei der Massnahme "Klimakommunikation" als auch im Dashboard, oder nur an einem Ort?
5. Wird er in der Klimakommunikation und/oder im Dashboard auch unterscheiden, welche Massnahme welche Zielgruppen (bspw. Unternehmen/ Verwaltung/ Haushalte/ Hauseigentümer etc.) betrifft, sodass die Zielgruppen sich zurechtfinden und einfach herausfinden können, was ihr Beitrag zur Erreichung der Klimaziele sein kann?
6. Wird die künftige Klimakommunikation des Kantons auch analog stattfinden und Personen ansprechen, die mit dem Internet nicht vertraut sind (z.B. über Plakatwände, wie in London realisiert)?
7. Wird die bereits erfolgte Plakatkampagne neu ausgerichtet und weiterentwickelt, nachdem das Konzept zur Klimakommunikation vorliegt?
8. Werden dazu die Inhalte des Dashboards auch analog kommuniziert?
9. Wer entwickelt und betreibt das Dashboard, wer macht Einträge?
10. Wie wird im Dashboard signalisiert, wenn die Erreichung von Zielen gefährdet ist?
11. Wird im Falle einer Gefährdung der Zielerreichung das Dashboard in der Kommunikation eine neue Rolle einnehmen?

Raffaella Hanauer