

Merkblatt -

Alternativen zum Pestizideinsatz

Kommunikation mit dem Bürger

N°2

September 2016

Pestizidfreie
Gemeinde

Bei der Kommunikation handelt es sich um einen Prozess der Übertragung von Nachrichten (meist mittels Sprache oder Zeichen) zwischen einem Sender und einem oder mehreren Empfängern. Sie findet ständig statt!

„Man kann nicht nicht kommunizieren“
(Paul Watzlawicks).



Abb. 1



Abb. 2

„Man kann nicht nicht kommunizieren“ schreibt Paul Watzlawick, österreichisch-amerikanischer Kommunikationswissenschaftler. Egal was wir tun, wir senden permanent Informationen, die von unserem Umfeld aufgenommen und interpretiert werden. Ob wir überhaupt kommunizieren wollen ist demnach gar nicht die Frage, denn wir tun es automatisch. Auch der Verzicht auf aktive Kommunikation sendet eine bestimmte Nachricht an unsere Mitmenschen!

Auch für Gemeinden ist Kommunikation ein wesentliches Thema, welches nicht unterschätzt werden sollte. Vor allem dann, wenn es sich um Umwelt- und Gesundheitsrisiken handelt. Wie informiere und sensibilisiere ich die Bürger am effektivsten über und für anstehende Veränderungen in der Gemeinde? Über welches Medium erreiche ich sie am besten? Wodurch bringe ich sie dazu, sich für das Gemeindegeschehen zu interessieren und sich einzubringen? Mit der Entwicklung von immer neuen Kommunikationsmedien scheint es, als ob die Vermittlung von Informationen immer aufwendiger, komplexer, intensiver, hektischer, sensibler und schneller wird. Gemeinden fühlen sich teilweise überfordert oder befürchten Imageverluste durch Fehler bei der Kommunikation.

Theoretisch besteht die „optimale Kommunikation“ darin, die richtige Information, der richtigen Zielgruppe, zum richtigen Zeitpunkt, in der richtigen Form und mit den richtigen Instrumenten zu übermitteln. An den Fragen „Was?“, „Wer/Wem?“, „Wann?“, „Wie?“, „Wo?“ oder „Wieso“ kommt man demnach nicht vorbei. In der Praxis tritt die Wirkung unter Umständen jedoch erst mit Verzögerung ein. Kommunikation hat demnach auch einen Zeitfaktor.

Mit dem Verbot sogenannter Pflanzenschutzmittel auf öffentlichen Flächen wird sich auch das Erscheinungsbild der Gemeinden ändern. Eine gezielte Information hierrüber wird unumgänglich, denn neue Wege erfordern neue Kommunikationsstrategien. Im vorliegenden Dokument hat die Kampagne „Ouni Pestiziden“ für Sie die wichtigsten Tipps zur Kommunikation mit Bürgern zusammengefasst. Beispiele aus der Praxis geben Denkanstöße und Ideen.



Abb. 3

Wieso den Bürger informieren und sensibilisieren



1 **Beschwerden verhindern oder reduzieren**

Beschwerden entstehen meist durch Missverständnisse oder das Gefühl, hintergangen worden zu sein. Werden Bürger im Vorfeld über anstehende oder geplante Veränderungen in Kenntnis gesetzt, sinkt die Beschwerdeanzahl nachweislich. Verhindern Sie Überraschungseffekte und geben Sie dem Bürger rechtzeitig die nötigen Informationen, wodurch gegebenenfalls auch sachlicher über eventuelle Einsprüche diskutiert werden kann. Im Falle des Pestizidverzichts müssen dem Bürger die Vorteile hiervon (z.B. Wasserschutz, Naturschutz, Steigerung der Biodiversität, usw.) klar vor Augen geführt und mögliche Gefahren für die Bevölkerung unterstrichen werden (z.B. Gesundheitsrisiken, usw.). Wenn der Bürger die Beweggründe kennt und versteht, fällt es ihm leichter, die Umstellung zu akzeptieren.

2 **Gewährleistung der Transparenz der politischen Entscheidungen**

Das Informieren sollte vor, während und nach der vorgenommenen Maßnahme stattfinden und transparent kommuniziert werden. Versuchen Sie auf keinen Fall, Informationen zu verheimlichen und dokumentieren Sie sowohl Vorteile, als auch eventuelle Risiken und Folgen der umgesetzten Maßnahme. Es gilt hier aufzuzeichnen, wie man mit vermeintlichen Nachteilen umgeht, um den Mehrwert der Maßnahme für die Allgemeinheit hervorzuheben. Nur so können Sie das Vertrauen der Bürger gewinnen.

3 **Der Gemeinde ein Bild verleihen**

Hat die Gemeinde eine bestimmte Philosophie oder Einstellung (beispielsweise: Wir wollen den Wildkrautbewuchs in unserer Gemeinde fördern), muss diese dem Bürger vermittelt werden! Die Philosophie oder Einstellung entsteht nicht dadurch, dass Sie auf einem Stück Papier festgehalten wurde. Das Handeln der Bürger bestimmt letztendlich das Bild, das die Gemeinde abgibt. Setzen Sie durch die Kommunikation und Sensibilisierung den nötigen Rahmen und lenken Sie die Entwicklung in die gewünschte Richtung.

4 **Bürger motivieren ähnliche Aktionen auch zu Hause umzusetzen**

Gehen Sie mit einem guten Beispiel voran und zeigen Sie Ihren Bürgern, ansässigen Unternehmen oder sogar anderen Gemeinden, wie die Umstellung vonstattengeht. Die Gemeinde hat eine nicht zu unterschätzende Vorbildfunktion, welche gezielt eingesetzt werden sollte. Indem Sie aktiv über umgesetzte Maßnahmen kommunizieren, geben Sie nicht nur die Marschrichtung an, sondern liefern auch gleichzeitig praktische Beispiele, an denen sich Andere inspirieren können.

5 **Umweltthemen ansprechen und die Wichtigkeit unterstreichen**

Zeigen Sie Gesicht und machen Sie klar, dass der Gemeinde die Umwelt am Herzen liegt. Indem Sie Ihre Bürger über Umweltthemen informieren und sensibilisieren geben Sie dieser Thematik ein Gewicht. Machen Sie Umwelt-, Klima- und Wasserschutz, Artenvielfalt und nachhaltige Entwicklung zum Gesprächsstoff und verankern Sie positive Einstellungen zur Natur und Umwelt in den Köpfen der Bürger.

6 **Beziehung mit dem Bürger stärken und Potentiale nutzen**

Bei der Kommunikation auf Gemeindeebene sollte es nicht primär darum gehen, der Bevölkerung ein Projekt zu „verkaufen“. Durch eine kontinuierliche Kommunikation mit dem Bürger ist es einer Gemeinde möglich, ein positives Klima zwischen Behörden und Bürgern aufzubauen. Erst wenn das Klima stimmt, kann man Projekte so kommunizieren, dass diese positiv aufgenommen werden und Zustimmung bei der Bevölkerung finden. Nur so können ungeahnte Potentiale entdeckt und Synergien genutzt werden.



Wie können Sie die Einwohner der Gemeinde informieren



■ Eine positive Einstellung wirkt ansteckend!

Egal ob Sie über ein Projekt berichten oder nur für eine bestimmte Thematik sensibilisieren möchten, ein **positiver Sprachgebrauch** ist ein Muss. Hierbei soll es sich jedoch in keinem Fall um eine Verschönerung oder Übertreibung der Sachlage handeln. Die Formulierung sollte ansprechend und zuversichtlich gewählt werden. Negative Wörter, Formulierungen und Aussagen sollten weitestgehend vermieden werden.

■ Wer einfach erklärt wird einfach verstanden!

Wählen Sie einen einfachen und verständlichen Wortschatz. Vermeiden Sie Fachwörter, schwierige Formulierungen und lange Sätze. Eine simple Sprache erleichtert das Verständnis, verkürzt die Lesezeit, macht die Information einem breiteren Publikum zugänglich und verhindert Missverständnisse und Frustrationsgefühle beim Leser.

■ Bringen Sie es auf den Punkt!

Vermeiden Sie unnötige Informationen. Wir leben in einer Welt des Informationsüberflusses. Erleichtern Sie Ihren Bürgern das Leben indem Sie Ihre Informationen auf das Wesentliche reduzieren und erhöhen Sie damit die Chance, dass diese überhaupt zur Kenntnis genommen werden. Meist reicht das Beantworten der **W-Fragen** (Was? Wo? Wann? Wer? Wie? Wieso? Für Wen?) aus, um die Information vollständig zu kommunizieren.

■ Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!

Lange Texte und Erklärungen können meist durch ein einfaches Bild, eine Zeichnung oder ein Diagramm ersetzt werden. Dies erspart dem Leser nicht nur die Lesezeit, sondern wirkt meist auch anziehend und weckt das Interesse. Außerdem können gleichzeitig auch Menschen erreicht werden, welche nicht lesen können oder die geschriebene Sprache nicht verstehen. Bilder und Grafiken müssen jedoch gut gewählt und selbsterklärend sein!

■ Was der Bauer nicht kennt ...

Verwenden Sie **Schlagwörter oder Stichwörter** (vor allem in Überschriften und Slogans), um das Interesse der Leser zu wecken und um online durch die Suchmaschinen auffindbar zu werden. In einer Welt des Informationsüberflusses reagieren wir mit Vorliebe auf Wörter die wir kennen, die wir oft sehen und die für uns unmittelbar eine Aussage machen (Schlagwörter) um die enorme Menge an Informationen irgendwie zu filtern. Auch Suchmaschinen funktionieren erst durch solche Schlagwörter. Möchten Sie, dass Ihre Information so viel wie möglich gelesen wird, verwenden Sie Schlagwörter oder Hashtags (#).

■ Nicht jeder spricht die gleiche Sprache!

Es ist unmöglich, mit einer Kommunikation alle zu erreichen. Deswegen sollten Sie, nachdem Sie die Kernaussage Ihrer Mitteilung bestimmt haben, sich darüber im Klaren sein, wen sie erreichen möchten. Passen Sie nun die Kommunikationsstrategie der Zielgruppe an. Die Zielgruppe bestimmt, wie, wo und wann Sie die Information preisgeben. Unterschiedliche Zielgruppen können sein: Kinder, Jugendliche, Eltern und Großeltern, alleinstehende Erwachsene, ältere Personen, Zuwanderer (Sprache und Sprachgebrauch), ansässige Unternehmen, Vereine, usw.

Wo

können Sie die Einwohner der Gemeinde informieren



An Ort und Stelle

Mit Hilfe von Schildern, Logos, Bildern, usw. sollten die Orte versehen werden, an denen neue Maßnahmen umgesetzt werden. Ohne größeren Aufwand lassen sich kleine Informationstafeln aufstellen, auf denen anhand von leicht verständlichem Bild- und Textmaterial auf ein jeweiliges Projekt hingewiesen wird.

Eine Kontaktstelle ist unbedingt anzugeben.

Die Informationstafeln (oder ähnliches) können, wenn möglich, schon vor Beginn der Umsetzung angebracht werden, damit keine Überraschungen oder Missverständnisse auftreten. So weiß der Bürger: „Hier wird in Kürze eine Veränderung stattfinden!“.

Bekommt man gleich zu Beginn klare Antworten auf die W-Fragen (Was? Wo? Wann? Wer? Wie? Wieso? Für Wen?) wird die Ungewissheit sofort aus der Welt geschafft und eventuell entstehende Gerüchte unterbunden.

Auch während der Umsetzung der Maßnahme und nach deren Beendigung kann weiter an Ort und Stelle informiert werden. Dokumentiert werden kann beispielsweise der Zeitplan der Arbeiten, eine Erklärung der einzelnen Etappen, Beschreibung aufgetretener Probleme (falls nötig um die Transparenz zu wahren), Hervorhebung von Vorteilen, gesteckte Ziele, Projektionen des zukünftigen Erscheinungsbildes, usw.

Über verschiedene Medien

Mit Hilfe von kleinen oder größeren Artikeln in den sozialen Netzwerken (Facebook und co.), auf der eigenen Internetseite, in der Gemeindebroschüre, an Bushaltestellen usw. kommunizieren.

Doch aufgepasst: „Copy-Paste“ ist unvorteilhaft! Den gleichen Text über verschiedene Medien zu verteilen, sollte unbedingt vermieden werden. Jedes Medium hat sein eigenes Zielpublikum und seine eigene Sprache. Demnach sollte auch die Information dem Medium (und damit dem Zielpublikum) angepasst werden!

Durch Aktionen und Projekte

Um die Änderung nachhaltig in der Gemeinde umzusetzen, sollten die Einwohner aktiv einbezogen werden. Dies geschieht am besten durch Aktionen und Projekte (Versammlungen, Ausstellungen, Aktivitäten in Schulen oder mit Vereinen, usw.). Schaffen Sie den Rahmen und lenken Sie dabei die angesprochenen Themen in die gewünschte Richtung, damit Einwohner anschließend eigenständig Projekte in der Gemeinde entwickeln können.

Sie können gerne auch selber Aktionen zu wichtigen Thematiken organisieren. Wenn Sie aber von Anfang an die Bürger mit ins Boot nehmen, ist die Erfolgsquote höher.



Abb. 4

Nutzen Sie bereits bestehendes Material!

Die Kampagne „Ouni Pestiziden“ hat in den vergangenen Jahren eine Vielzahl an Informations- und Sensibilisierungsmaterial ausgearbeitet, welches meist kostenlos von den Gemeinden genutzt werden kann. Haben Sie eine bestimmte Idee für Ihre Gemeinde? Zögern Sie nicht und kontaktieren Sie uns! Wir helfen Ihnen gerne bei der Ausarbeitung neuer Projekte und unterstützen Sie mit der nötigen Fachkompetenz.

Good-Practice-Beispiele

Praxisbeispiele aus den Gemeinden schaffen im Folgenden einen konkreten Praxisbezug und liefern interessante Anregungen. **Kopieren ist in diesem Fall ausdrücklich erwünscht!** Zögern Sie nicht die entsprechenden Gemeinden zu kontaktieren, falls Sie mehr über die umgesetzten Maßnahmen erfahren möchten. Wenn Sie auch Ihre Praxisbeispiele und Ihr Wissen im Bereich Kommunikation mit anderen Gemeinden teilen möchten, dann kontaktieren Sie uns!

Sensibilisierung vor Ort in der Gemeinde Bettemburg



Die Informations- und Sensibilisierungskampagne der Gemeinde Bettemburg wurde 2015 offiziell dem breiten Publikum vorgestellt.

Seit 2008 ist die Gemeinde Bettemburg eine pestizidfreie Gemeinde. Mit dem Verzicht auf Pestizide mussten auch die Pflegemethoden der Gemeindeflächen umgestellt werden. Die Diversifizierung der Behandlungsmethoden von Grünflächen wurde zum Schlüsselbegriff eines neuen Biodiversitätsprogrammes. Konkret unterscheidet die Gemeinde hierfür zwischen intensiv und extensiv gepflegten Flächen, welche mit jeweils angepassten Methoden gepflegt werden.

Ziel dieses Biodiversitätskonzepts ist es, die Bürger auf einfache Art und Weise über die diversifizierte Behandlung der Grünflächen zu informieren und zu sensibilisieren. Hierdurch soll die Toleranz der Einwohner gegenüber der ökologisch gestalteten Grünfläche gesteigert werden. Kinder und Jugendliche werden durch verschiedene Aktionen in den Maisons Relais und Schulen in die Thematik eingeführt.

Auch Unternehmen werden im Rahmen des „Eco-Echange-Entreprises“ Programms, welches die Zusammenarbeit in diversen Bereichen zwischen der Gemeinde Bettemburg und den Betrieben fördern soll, mit ins Boot genommen. So wurden auf Unternehmensflächen beispielsweise insektenfreundliche Blumenwiesen eingesät und Insektenhotels aufgestellt.

Steckbrief der Gemeinde: Fläche: 21,45 km² | Einwohner: 10.516

Ortschaften: 5 | Gemeindearbeiter: 20 Arbeiter im Service des Parcs und 2 Beamtinnen im Service Ecologique.

^{Abb. 5}**Investitionskosten:** Kosten für die Gestaltung eines Logos sowie die Druckkosten einer Broschüre. Zusätzlich wurden in einer ersten Phase etwa 50 DinA5 Schilder bestellt.

Vorgehensweise: Es wurde ein Logo passend zum Programm konzipiert, welches durch ein symbolisches „B“ für Biodiversität in Bettemburg steht. Zudem wurde eine Broschüre an die Einwohner verteilt, welche mit Hilfe von konkreten Beispielen aus der Gemeinde über Biodiversität und Naturschutz informiert.

Erste Erfahrungen/Reaktionen: Die Voraussetzung für das Gelingen dieser Kommunikationskampagne ist ein ständiges Wiederholen der Informationen. Es ist wichtig, bei diversen naturverbundenen Aktivitäten der Gemeinde, die Gelegenheit zu nutzen und die Verbindung zum Thema Biodiversität herzustellen.

Zusätzliche Infos: Es ist wichtig, dass benachbarte Gemeinden in dieser Thematik zusammenarbeiten, da die Biodiversität keine (Gemeinde)-Grenzen kennt. Weitere Informationen über das Programm finden Sie auf folgender Internetseite: www.bettembourg.lu/residents/environnement/nature-et-biodiversite/

Kontakt: Service écologique | Calmes Caroline | Tél. (+352) 51 80 80 248
E-Mail: caroline.calmes@bettembourg.lu



Abb. 6



Abb. 7



Abb. 8

Beschilderung „Aartevillfalt – Gréng Zonen“ in den Gemeinden Parc Hosingen und Kiischpelt



Abb. 9

In den Gemeinden Parc Hosingen und Kiischpelt wurden, mit Hilfe des Naturpark Our, in den vergangenen Jahren (ab 2014) vermehrt naturnahe Grünflächen angelegt. Eine naturnahe Umgestaltung von Grünflächen und die Änderung der Bewirtschaftungsweise mit Verzicht auf einen Pestizideinsatz führt unmittelbar zu einem anderen Dorf-Bild. Um die Bürger der Gemeinde über diese Umstellung zu informieren und das veränderte Dorf-Bild zu erklären hat der Naturpark Our für die Gemeinden eine einheitliche Beschilderung entworfen. Diese dient der Sensibilisierung der Öffentlichkeit

und wird an Ort und Stelle angebracht um die umgestalteten Flächen zu identifizieren und die Beweggründe für diese Änderung zu erläutern. Für weitere Fragen zu diesem Thema bekommen Bürger die Möglichkeit einen Mitarbeiter der Gemeinde zu kontaktieren.

Steckbrief der Gemeinde Parc Hosingen: Fläche: 70 km² | Einwohner: 3201 | Ortschaften: 13
Gemeindearbeiter: 9

Steckbrief der Gemeinde Kiischpelt: Fläche: 33 km² | Einwohner: 1091 | Ortschaften: 7 | Gemeindearbeiter: 4

Investitionskosten: < 500€

Vorgehensweise: Gestaltung eines einheitlichen Layouts (Naturpark Our) Produktion und Installation der Beschilderung

Kontakt: Naturpark Our | Laurent Spithoven | Tel.: 908188642 | E-Mail: laurent.spithoven@naturpark-our.lu



Abb. 10

Abb. 11

Publikationen im Gemeindeblatt der Gemeinde Reckingen/Mess



Abb. 12

Das Anliegen des technischen Dienstes bei der Pflege der Grünanlagen der Gemeinde auf Pestizide zu verzichten, wird seit geraumer Zeit von der Umweltkommission der Gemeinde Reckingen/Mess gefördert und auch in der Praxis umgesetzt. Doch die Frage, wie sich auch die Einwohner der Gemeinde mit dem Thema identifizieren können war nicht ohne Weiteres zu beantworten.

Die Steckkarten, die von der Kampagne „Ouni Pestiziden“ im Jahr 2015 ausgearbeitet wurden, boten sich hierzu förmlich an. Die Kampagne „Ouni Pestiziden“ schlägt eine Brücke zwischen der pestizidfreien Landschaftspflege und dem immer stärker werdenden Interesse der Verbraucher, die Herkunft ihrer Lebensmittel zu kennen.

Nach Rücksprache mit der „Ëmweltberodung Lëtzebuerg asbl“ (EBL), welche die Kampagne „Ouni Pestiziden“ koordiniert, wurde beschlossen, die Steckkarten im „Gemengebuet“ abzdrukken, anstatt sämtliche Haushalte der Gemeinde mit einem Set auszustatten. Durch den „Gemengebuet“ sind alle interessierten Einwohner der Gemeinde zu erreichen, ohne jedoch das Risiko einzugehen, dass die Steckkarten im Müll landen. Das Layout der Doppelseite bietet Interessenten die Möglichkeit, die Kärtchen auszuschneiden und aufzuheben. Dazu wurde die Doppelseite auf besonderem Papier gedruckt und zum leichteren Herausstrennen in der Mitte des „Gemengebuet“ eingefügt.

Steckbrief der Gemeinde: Fläche: 20,42 km² | Einwohner: 2320 | Ortschaften: 6 | Gemeindearbeiter: 20 (davon 10 im technischen Dienst)

Investitionskosten: Keine gesonderten Kosten

Vorgehensweise: Abstimmung zwischen der Umweltkommission der Gemeinde und den Verantwortlichen der Ëmweltberodung Lëtzebuerg asbl

Erste Erfahrungen/Reaktionen: Keine Rückmeldungen

Kontakt: Akim Schmit (Relations publiques) | Tél.: (+352) 37 00 24 – 26 | E-Mail: akim.schmit@reckange.lu

Informationsabend in der Gemeinde Bauschleiden

Am 1. April 2016 hat die Gemeinde Bauschleiden in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Öewersauer einen Informationsabend zum Thema Pestizide und Wasserknappheit organisiert. Ziel des Abends war es, die Einwohner auf die Problematik der Pestizide aufmerksam zu machen und zu zeigen, warum der Verzicht auf Pestizide sinnvoll ist. Die Teilnehmer wurden darauf hingewiesen, dass seit Januar 2016 die Anwendung von Pflanzenschutzmitteln im öffentlichen Raum per Gesetz verboten ist.

Einleitend hielt ein Naturparkmitarbeiter einen kurzen Vortrag zum Thema Pestizide. Anschließend wurde ein Film zum Thema Wasserknappheit projiziert. Danach hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, sich über die Thematik auszutauschen.

Zusätzlich wurden die Ausstellung der nationalen Kampagne „Ouni Pestiziden“ aufgestellt und die Pflanzensteckkarten (siehe „Publikation im Gemeindeblatt der Gemeinde Reckingen“) sowie Informationsmaterial der Kampagne ausgelegt.

Steckbrief der Gemeinde: Fläche: 32,1 km² | Einwohner: 1.122 | Ortschaften: 3 | Gemeindearbeiter: 3

Investitionskosten: gering

Vorgehensweise: In Zusammenarbeit mit dem Naturpark Öewersauer wurde ausgearbeitet, wie ein solcher Infoabend erfolgreich organisiert werden kann.

Erste Erfahrungen/Reaktionen: Der Abend war ein Erfolg: ca. 50 Leute haben daran teilgenommen und die Gespräche nach dem Film zeigten deutlich, dass das Thema sehr aktuell ist und der Abend gut ankam.

Kontakt: Naturpark Öewersauer | Anita Lanners | Tél.: (+352) 899331-220
E-Mail: anita.lanners@naturpark-sure.lu



Abb. 13

Sensibilisierungsfilm der Gemeinde Hobscheid

In der Fernsehsendung „Antenn Gemeng Habscht“ veröffentlichte die Gemeinde Hobscheid im Juni 2016 einen Beitrag über die Funktionsweise der Kläranlage in Hobscheid, dies mit den entsprechenden Erklärungen des Direktors Jean Weicherding des interkommunalen Abwassersyndikats SIDERO. Hierbei wurde auch das Thema „Gemeinde ohne Pestizide“ angesprochen und darauf hingewiesen, dass diese Schadstoffe trotz hochwertiger Abwasserinfrastrukturen nicht vollständig durch den Klärungsprozess beseitigt werden können. Der Beitrag soll die Einwohner nicht nur über die Funktionsweise einer Kläranlage informieren, sondern auch für die Problematik von Pestiziden im Allgemeinen sensibilisieren. Einleitend wurde daher der von der Kampagne „Ouni Pestiziden“ realisierte Sensibilisierungsfilm zum Thema Pestizide gezeigt.

Steckbrief der Gemeinde: Fläche: 17,53 km² | Einwohner: 3500 | Ortschaften: 2 | Gemeindearbeiter: 12

Investitionskosten: /

Vorgehensweise: Kontaktaufnahme mit den Partnern SIDERO (zur Vereinbarung eines Termins für die Aufnahme des Beitrags und zur Festlegung dessen Inhalts) und der Umweltberodung Lëtzebuerg asbl (EBL) (Beantragung des Sensibilisierungsfilms „Ouni Pestiziden“).

Erste Erfahrungen/Reaktionen: /

Zusätzliche Infos: Den Film findet man unter www.hobscheid.lu, Rubrik „Antenn Gemeng Habscht“ (Sendung Nr. 8 vom 18. Juni 2016). Der Beitrag beginnt ab Minute 21.

Kontakt: Daniel Jost, Gemeindesekretariat | Tel.: (+352) 39 01 33 223 | E-Mail: daniel.jost@hobscheid.lu



The screenshot shows the website interface for 'Antenn Gemeng Habscht'. At the top, there is a navigation bar with a search field and various menu items like 'AGENDA', 'ACTUALITES', 'MEDIATHEQUE', 'ANNUAIRE', 'CONTACT', and 'ANTENN GEMENG HABSCHT'. Below the navigation bar, there are several menu categories: 'DECOUVRIR HOBSCHEID', 'VIE POLITIQUE', 'SERVICES COMMUNAUX', 'GUICHET ELECTRONIQUE', 'ENSEIGNEMENT & MAISON RELAIS', and 'VIE COMMUNALE'. The main content area features the title 'Antenn Gemeng Habscht' and a video player. The video player is titled 'Antenn Gemeng Habscht no8, Emissioun 18. Juni 2016' and shows a cartoon character holding a green bottle labeled 'PESTICIDE'. Below the video player, there is a list of subjects: 'Strausfeier vun der neier Gemeng, Seniorefeier 2015, Auditioun vun de Schüler aus der Museksschoul vum Joer 2014/2015, Gemeng ouni Pestiziden: Visite vun der Kläranlag zu Habscht, verschidde Manifestatiounen: "Kannerfloumaart" - Chancégläichheits- a Kulturkommissioun, "Jugenddag" - Alliance Äischdall, Kannertheater "De Léiwekinnék" - Theaterëquipe Habscht, "Maison des Générations" - offiziell Schlësselivverreechung un d'Bedreiwergesellschaft vum Restaurant "Aal Schoul", Reportage iwwert d'Konschtrestauratrice Tilly Hoffelt'. At the bottom of the page, there is a cookie notice: 'Les cookies assurent le bon fonctionnement du site. En le consultant, vous acceptez l'utilisation des cookies.' and a button 'OK En savoir plus'.

Abb. 14

Beispiel aus dem Ausland – Wildpflanzen in der Stadt Nantes

In der französischen Stadt Nantes haben zwei engagierte Bürger im Jahr 2014 das Projekt „Les Belles de Bitumes“ („Die Schönen aus dem Asphalt“) ins Leben gerufen. Den Initiatoren ging es vor allem darum, ihren Mitbürgern die Augen für die Vielfalt der Pflanzenwelt um sie herum zu öffnen.

Sie organisieren geführte Touren durch die verschiedenen Stadtteile und gehen dabei auf die Suche nach Pflanzen, welche sich auf natürlichem Wege entlang der Straßen angesiedelt haben. Frédérique Soulard, Initiatorin des Projektes, kennt zu jeder Pflanze ein Gedicht oder eine Geschichte und kann sogar für manche Pflanzen einen Tee oder andere Kostprobe anbieten. Die Teilnehmer bekommen die Möglichkeit mit weißer, wasserlöslicher Farbe die Namen der Pflanzen neben diese zu schreiben. Hier wird nicht der Fachbegriff, sondern der im Volksmund gängige Name der Pflanze niedergeschrieben. Somit wird die Pflanze nicht nur sichtbar, sie bekommt einen Namen, so dass auch andere Passanten die Pflanze kennenlernen können.

Ziel des Projektes ist es, wieder einen Kontakt zwischen den Menschen und den freiwachsenden Kräutern herzustellen. Denn nur wenn die Bevölkerung die Pflanzen kennt (Name, Herkunft, Wirkstoffe, usw.) lernen sie diese auch in ihrer Umgebung zu schätzen.

Mehr Informationen hierzu finden Sie unter folgenden Links:

- <http://frederique.soulard.free.fr/bbellesdebitume.htm>
- <https://www.facebook.com/Belles-de-bitume-626650114108673/>



Abb. 15

Kontakt:

Koordinator der Kampagne „Ouni Pestiziden“:
Umweltberodung Lëtzebuerg (EBL) a.s.b.l
4, Place de l'Europe / L-1499 Luxembourg
Telefon: (+352) 2478 6831
E-Mail: info@ebl.lu
Internet: www.ebl.lu



Weitere Informationen zum Thema finden Sie auf der
Internetseite der Kampagne: www.ounipestiziden.lu

Literatur- und Abbildungsverzeichnis

Literaturverzeichnis:

- **Guide de la communication sur la gestion différenciée**, Pôle wallon de gestion différenciée, Gestion Différenciée.be, 2013
- **Wie sich die Kommunikation in den Gemeinden verändert**, Steff Schneider, Schweizer Gemeinde 5/12

Abbildungsverzeichnis:

- Abb. 1: Kommunikation mit dem Bürger*, So sprechen Gemeinden ihre Bürger, BZ Thuner Tageblatt
- Abb. 2: Kommunikation mit dem Bürger*, eGovernment, Kobil
- Abb. 3: Beschilderung „Ouni Pestiziden“*, Umweltberodung Lëtzebuerg
- Abb. 4: Die W-Fragen*, Change Management and Communications, The Denovati Group
- Abb. 5-8: Kommunikationskonzept in der Gemeinde Bettembourg*, Gemeinde Bettembourg
- Abb. 9-11: Beschilderung in den Gemeinden Kiischpelt und Parc Hosingen*, Naturpark Our
- Abb. 12: Pflanzensteckkarten im Gemeinblatt*, Gemeinde Reckingen/Mess
- Abb. 13: Informationsabend in der Gemeinde Bauschleiden*, Naturpark Öewersauer
- Abb. 14: Sensibilisierungsfilm der Gemeinde Hobscheid*, Internetseite der Gemeinde Hobscheid
- Abb. 15: Les belles de bitume*, Site Facebook