

klimametropole RUHR 2022

Selbstverständnis und Funktion

Die „klimametropole RUHR 2022“ (KMR) ist eine vom Regionalverband Ruhr (RVR) geführte Dachmarke, mit der die klimapolitischen Initiativen und Projekte in der Region gebündelt und vermarktet werden sollen. Bei der KMR handelt es sich also nicht um einen neuen bzw. weiteren klimapolitischen Akteur im RVR bzw. in der Region, sondern um eine dienstleistungsorientierte kommunikative Plattform für die im Themenfeld Klimaschutz und Klimaanpassung Handelnden in den Kommunen der Metropole Ruhr.

Die KMR wird über eine Lenkungsgruppe von relevanten Institutionen der Metropole Ruhr aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Kommunen und Zivilgesellschaft mitgetragen. Die Dachmarke ist seit September 2012 mit dem Ziel aufgebaut worden, nach IBA und RUHR.2010, ein neues regionales Themendach nachhaltig zu etablieren und die Metropole Ruhr als zentrales „regionales Schaufenster“ im Rahmen der Landesinitiative KlimaExpo.NRW zu präsentieren.

Die Dachmarkenstrategie wird durch ein Projektbüro beim RVR entwickelt und umgesetzt, das als Stabsstelle dem Referat 4 Kultur und Sport zugeordnet ist.

Aufgaben und Botschaften

Zentrale Aufgabe des Projektbüros ist die Konzeption und Umsetzung einer Kommunikations- und Präsentationsstrategie zur klimapolitischen Profilierung der Metropole Ruhr. Dabei bleiben Sicherung und Ausbau von Arbeitsplätzen in der Wirtschaft der Metropole Ruhr vorrangiges Ziel. Grundlage dafür ist die Einbindung themenrelevanter Aktivitäten und Projekte der Kommunen sowie weiterer regionaler Partner in die Dachmarke der „klimametropole RUHR 2022“, mit der folgende Botschaften kommuniziert werden sollen:

- Die Kommunen der Metropole Ruhr gestalten, gemeinsam mit dem RVR, aktiv den Wandel zur klimagerechten Stadt.
- Zahlreiche zivilgesellschaftliche Initiativen und Projekte entwickeln eine lebendige Mitmach-Kultur und ermöglichen gesellschaftliche Partizipation.
- Klimaschutz, Energieeffizienz, erneuerbare Energien sind wichtige Wirtschaftsfaktoren in der Metropole Ruhr.
- Ein intelligentes Miteinander von Ökologie und Wirtschaft wird angestrebt, ohne dass Wettbewerbsnachteile gegenüber anderen Regionen in NRW oder der Bundesrepublik dadurch entstehen. Neue Marktchancen und Beschäftigungspotenziale in der Metropole Ruhr stehen dabei im Fokus.

- Klimawandel erfordert kulturellen Wandel und bietet Chancen auch für soziale Innovationen in den Städten der Metropole Ruhr.

Zielgruppe und Partner

Die KMR geht von einem transdisziplinären Verständnis des Themas „Klimawandel“ aus, wie es in dem Begriff „Klimakultur“ von Leggewie zusammengefasst ist. In der Kommunikation und in ihren Präsentationsformaten verfolgt die KMR einen partizipatorischen Handlungsansatz. Sie hat den Anspruch, technologische Maßnahmen und kommunalpolitische Dienstleistungen mit sozio-kulturellen Ansätzen zur aktiven Unterstützung von Verhaltensänderungen zu verknüpfen.

Zielgruppe der KMR ist deshalb in erster Linie die breite Bürgerschaft.

Partner sind Industrie, Handel, Handwerk Dienstleistungen wie Hochschulen und Verwaltungen.

Über spezielle Formate, wie beispielsweise die geplante Internationale Regionalkonferenz zum Thema „Stadt im Klimawandel“, die gemeinsam mit den europäischen Partnerstädten der Metropole Ruhr durchgeführt werden soll, wird gezielt auch die internationale Öffentlichkeit angesprochen.

Markenentwicklung

Die KMR appelliert deshalb bewusst emotional an den Gemeinsinn, durch den bisher der Wandel, mit wirtschaftlicher Kompetenz, technologischem Wissen und regionaler Solidarität erfolgt ist und die Region positiv gestaltet hat.

„Viele Regionen in Europa haben Umbrüche und Wandel erlebt, doch in kaum einer Region war der Wandel so radikal wie in der Metropole Ruhr. Die industrielle Revolution ließ vor rund 150 Jahren die Region an Ruhr und Emscher explosionsartig wachsen und wandelte den ländlichen Raum in eine urbane, hoch innovative Metropole. Später erfind sich die Region nach der Schließungswelle der Zechen und Stahlwerke als technologieorientierte Wirtschaftsregion neu.

Nun setzt sich die Region neue Impulse: Die Zukunft der 5,1-Millionen-Menschen-Metropole klimagerecht zu gestalten. Hierzu braucht es Ideen, Engagement und Tatkraft, um die Entwicklung in der Region auf den Weg zu bringen. Wie wollen wir Strom produzieren? Wie wollen wir Energie transportieren und speichern? Wie können wir Lebensqualität und Klimaschutz in Einklang bringen? Wie wollen wir leben und arbeiten? Wie können wir Produkte und Dienstleistungen nachhaltiger anbieten? Wie können wir Wissenschaft und Wirtschaft optimal verknüpfen? Wie binden wir die demografische Situation und die stärkere Digitalisierung ein?

Wir haben keine Patentlösung. Aber wir haben 5,1-Millionen Menschen aus knapp 200 Nationen, um gemeinsam an einer Lösung zu arbeiten. Wir wollen neue Perspektiven entwickeln. Voneinander lernen. Ideen ausprobieren und gute Projekte weitertragen. Und weil das nicht von heute auf morgen geht, machen wir uns in den kommenden acht Jahren gemeinsam auf den Weg in eine klimagerechte Zukunft – wir alle sind die "Klimametropole RUHR 2022."

Markenauftritte

Dementsprechend liegt der Schwerpunkt der Markenauftritte der KMR in der Live-Kommunikation, d. h. bei erlebnisorientierten und populär aufbereiteten Präsentations- bzw. Aktionsformaten.

Die gemeinsam mit der WAZ geplante Kampagne „Licht aus! Kopf an!“, das „Energiespiel Ruhr“ und die Präsentationsreihe „Starke Partner – Exzellente Projekte“ sind gute Beispiele für markenkonforme Auftritte der Klimametropole Ruhr 2022. Auch die Initiierung oder Unterstützung direkter Aktionen, wie etwa „Critical Mass“ in den Städten der Metropole Ruhr, passen in diese Reihe.