

# 20 Jahre Umweltwochen in Baden

Vor über 20 Jahren hat die Aargauer Stadt Baden die Umweltwochen ins Leben gerufen und damit schon einiges bewegt. «Dabei muss man nicht immer mit der grossen Kelle anrichten», sagt Projektleiterin Barbara Finkenbrink. «Manchmal genügen auch einfache, kostengünstige Ideen.»

Die Stadt Baden ist das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum des Ostaargaus, einer Region mit rund 100 000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Mit den Badener Umweltwochen leistet die Stadtverwaltung seit 20 Jahren gezielte Öffentlichkeitsarbeit für mehr Natur- und Umweltschutz. Bisher fanden die Umweltwochen jährlich während zwei bis drei Wochen und zu verschiedenen Jahreszeiten statt. Künftig will Baden neue Wege gehen und jeweils ein Jahresthema lancieren – 2020 steht die Biodiversität im Fokus.

«Das Programm der Umweltwochen war sehr abwechslungsreich und hat sich für die Öffentlichkeitsarbeit sehr bewährt. Das neue System bietet uns aber noch mehr Möglichkeiten, um ein Thema zu bespielen», sagt Barbara Finkenbrink, die jeweils im Wechsel mit ihren Teamkolleginnen aus der Fachabteilung Stadtökologie die Projektleitung für die Kampagne übernimmt.

## Partner früh einbeziehen

In den letzten Jahren verliefen die Umweltwochen so: Rund ein Jahr vor dem Kampagnenstart fand jeweils ein Brainstorming zum Thema statt. Soviel Vorlauf braucht es, wenn man möchte, dass auch Museen, Bibliotheken und weitere Partner mitmachen. Am Brainstorming nehmen jeweils passend zum Thema verschiedene Abteilungen der Stadt und externe Partner teil – beispielsweise

## Das Wichtigste in Kürze

**Gemeinde:** Baden (AG), [www.baden.ch](http://www.baden.ch)

**Einwohnerzahl:** 19 000

**Projekt:** Badener Umweltwochen, [www.baden.ch/umweltwochen](http://www.baden.ch/umweltwochen), [www.umweltblog.baden.ch](http://www.umweltblog.baden.ch)

**Projektdauer:** Seit 1998 jährlich

**Jahresthema 2020:** [www.baden.ch/vielfalt-entdecken](http://www.baden.ch/vielfalt-entdecken)

### Projektkosten und -ressourcen:

Das Budget für Sachkosten ist klein. Eine Praktikantin oder ein Praktikant ist jeweils 6 Monate zu 100 Prozent für die Umwelttage angestellt. Die Projektleiterinnen sind übers Jahr gerechnet zu rund 10 Prozent für die Umwelttage tätig.

**Weitere Auskünfte:** Barbara Finkenbrink, Projektleiterin Stadtökologie Baden, [barbara.finkenbrink@baden.ch](mailto:barbara.finkenbrink@baden.ch)



Auch kleine Massnahmen wirken: Plakate verweisen auf die Bedeutung der Bäume fürs Stadtklima. (Quelle: Stadtökologie Baden)

## Praxisbeispiel Umweltkommunikation

Organisationen aus den Bereichen Naturschutz und Soziales oder Gewerbetreibende. 2018 stand an den Umweltwochen das Thema Stadtklima im Zentrum, 2019 die Nachhaltigkeit.

### Installation im öffentlichen Raum – Aktionen darum herum

Bisher bildete jeweils eine Installation im öffentlichen Raum das Kernstück der Kampagne. 2019 war dies eine Litfasssäule, auf der die Themen Ernährung, Wohnen, Mobilität und Abfall beleuchtet wurden. Um möglichst viele Menschen zu erreichen, wechselte die Säule ihren Standort. Mal stand sie neben der Stadtbibliothek, mal diente sie als Erkennungsmerkmal an einer öffentlichen Veranstaltung. Manchmal erregte die Säule auch anderweitig Aufmerksamkeit. «Wir haben dieses Ungetüm oft umweltschonend mit dem Handwägel durch die Stadt kutschiert. Das fiel natürlich auf», so Finkenbrink.

Veranstaltungen sind das zweite zentrale Element der Umweltwochen. Ein Beispiel aus dem letzten Jahr: Eine Kochaktion mit Ausschussgemüse zur Sensibilisierung zum Thema Foodwaste. «Mit solchen Events erhält die Bevölkerung die Möglichkeit, Gleichgesinnte zu treffen», erklärt Finkenbrink. Ergänzt werden diese Aktionen unter anderem mit Medienarbeit, Thementischen in Buchhandlungen und neu auch mit einem Umweltblog.

«Mit dem Blog haben wir gute Erfahrungen gemacht», sagt Finkenbrink. Er diene als Veranstaltungsagenda und biete die Möglichkeit, einzelne Aspekte der Umweltwochen inhaltlich vertieft und facettenreicher darzustellen. Zudem ist der Blog keine kommunikative Einbahnstrasse, sondern bietet allen Interessierten die Möglichkeit, sich mit eigenen Ideen interaktiv einzubringen und Gastbeiträge zu platzieren.

lassen sich schwer beantworten. Sie und ihr Team bekämen jedoch sehr viele positive Rückmeldungen aus der Bevölkerung. Und im Rückblick auf die Umweltwochen 2019 erzählt sie folgende Anekdote: «Während der Vorbereitungszeit hegte ich ganz für mich den heimlichen Traum, dass Baden vielleicht einmal eine Reparaturwerkstatt erhalten wird.» Ende Januar 2020 wurde tatsächlich ein solches Lokal eröffnet, und die Umweltwochen haben dabei mit einem Wettbewerb vielleicht ein Stück weit Geburtshilfe geleistet.

Der Badener Umweltpreis, der 2019 erstmals verliehen und vom Stadtrat juriiert wurde, ging an die drei Projekte «Plastikfreier Badener Markt», den öffentlichen Kühlschrank namens «RestEss-Bar» und die «Flickstatt». Sie erhielten ein Preisgeld von 1000, 2000 und 3000 Franken.

Mit der Flickstatt hat Baden nun einen Treffpunkt für all diejenigen erhalten, die ihre Alltagsgegenstände lieber reparieren als wegwerfen. Die Siegerprämie war für den Trägerverein ein willkommener Zustupf an die Renovation und die Ausrüstung des Lokals.

Finkenbrink freut sich aber auch darüber, dass sich derzeit in Baden sehr viele Umweltinitiativen entwickeln, die oft völlig unabhängig von Aktionen der Stadt ins Leben gerufen wurden. Ende Dezember sorgte im «Blick» die Aktion «Baden geht voran. Das Plastikexperiment» für Schlagzeilen. Im März 2020 sollen die Badenerinnen und Badener einen Monat lang auf Plastik verzichten. 200 Personen haben schon im Vorfeld erklärt mitzumachen, bis im Frühling sollen es noch deutlich mehr werden. «Auch im Rahmen der Umweltwochen 2019 kam das Thema Plastik oft zur Sprache», sagt Finkenbrink. Es sei toll, dass in der Bevölkerung

## «Wenn man externe Partner wie Museen einbeziehen möchte, muss man ein Jahr Vorlauf haben.»

*Barbara Finkenbrink, naturwissenschaftliche Fachspezialistin, Projektleiterin Stadtökologie Baden*

So digital die Zeiten sind, das Erleben und die menschliche Begegnung dürfen trotzdem nicht zu kurz kommen: «Verantwortliche von Städten und Gemeinden müssen fassbar sein und Präsenz zeigen, etwa an Informationsständen oder bei gemeinsamen Arbeitseinsätzen und Aktionen», betont Finkenbrink. «Die Menschen wollen ihre Fragen persönlich stellen können, Informationen direkt abholen und einem in die Augen sehen, nicht bloss Broschüren lesen.»

### Ein Repair-Café als greifbarer Erfolg

Auf die Frage, ob die Umweltwochen jeweils erfolgreich seien, reagiert Finkenbrink erst zögernd, dann strahlt sie: «Es ist ja nie einfach, bei solchen Aktionen messbare Erfolge auszuweisen.» Wieviel CO<sub>2</sub> wurde dank den Umweltwochen eingespart? Wie viele Menschen haben von den Aktionen gehört? – Solche Fragen

eine solche Dynamik und reale Lösungsansätze entstehen. «Die Verwaltung kann ja schliesslich die Umweltprobleme nicht alleine lösen, es braucht alle dazu. Gemeinsam erreichen wir mehr».

### Angebot für andere Gemeinden

Baden geht es wie vielen anderen Städten oder kleineren Gemeinden: Mit den finanziellen Mitteln muss sparsam umgegangen werden. «Daher versuchen wir immer, Synergien mit Partnern zu bilden und kostengünstige Ideen zu entwickeln», sagt Finkenbrink. Ein gelungenes Beispiel dafür sind die leuchtendgelben, humorvollen Plakate an Baumstämmen, die 2018 auf den Wert und die Bedeutung der Bäume fürs Stadtklima hinwiesen. Kostenpunkt: 300 Franken. Interessierte Gemeinden können die Druckvorlagen dieser Plakate oder die Texte der Litfasssäule bei der Stadtökologie Baden bestellen.

## Impressum

**Herausgeber** Pusch – Praktischer Umweltschutz, Hottingerstr. 4, Postfach 211, 8024 Zürich, Tel. 044 267 44 11, mail@pusch.ch, www.pusch.ch

**Autorin** Mirella Wepf, freie Journalistin, Zürich **Projektverantwortlicher** Remo Bräuchi, Projektleiter Umweltkommunikation und Partizipation, Pusch

**Konzept und Design** Binkert Partnerinnen, Zürich **Satz** Peter Nadler, Uster

Februar 2020

