



Abschlussbericht

Projekt: Aufbau der digitalen Community Academy „Klimaschutz nebenan“ für Nachbarschaftsprojekte

Projektlaufzeit: 01.01.2024 – 30.06.2025

Aktenzeichen der Deutschen Bundesstiftung Umwelt: 39376/01

Verfasserin: Julia Thimm

Institution: nebenan.de Stiftung gGmbH

Veröffentlichung: Juni 2025, Berlin

gefördert durch



Deutsche
Bundesstiftung Umwelt

www.dbu.de

Inhaltsverzeichnis

1. Anlass und Zielsetzung des Projekts
2. Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden
 - 2.1. Planung und Durchführung von zwei Webinaren sowie einem Beratungsangebot für die Community von Klimaschutz nebenan
 - 2.2. Erweiterung der Website www.klimaschutz-nebenan.de um eine bundesweite Aktionskarte
 - 2.3. Videoinhalte und Tutorials
 - 2.4. Durchführung eines Community Events in Berlin
 - 2.5. Aktivierung und Ausbau von Netzwerken der nebenan.de Stiftung
 - 2.6. Kommunikationsmaterialien, Pressearbeit und Medienpartnerschaften
 - 2.7. Social-Media- und Newsletter-Marketing
3. Ergebnisse: Darstellung der tatsächlich erzielten Ergebnisse
 - 3.1. Resonanz und Teilnahme an Webinaren
 - 3.2. Resonanz auf bundesweite Klimakarte, Videos und sonstige Inhalte auf der Website
 - 3.3. Resonanz und Teilnahme am Community Event
4. Diskussion: Zielerreichung, Herausforderungen und Learnings
5. Öffentlichkeitsarbeit: Veröffentlichungen, Partizipation, Ausblick
 - 5.1. Pressearbeit, Social Media und E-Mail-Kommunikation
 - 5.2. Präsentation bei Fachveranstaltungen und Gremien
 - 5.3. Veröffentlichung der Ergebnisse
6. Fazit: Lösungsansatz, Wirkung und Weiterentwicklung
7. Abbildungsverzeichnis

1. Anlass und Zielsetzung des Projekts

Die Bewältigung der Klimakrise erfordert nicht nur politische Weichenstellungen, sondern auch tiefgreifende Veränderungen im Alltag – und damit die aktive Mitwirkung möglichst vieler Menschen. Laut der *Klimakommunikationsstudie 2023* von klimafakten.de, dem Deutschen Klima-Konsortium (DKK) und weiteren Partnern ist das Problembewusstsein für den Klimawandel in der Bevölkerung zwar hoch, gleichzeitig fällt es vielen Menschen schwer, den Klimaschutz mit ihrer eigenen Lebenswelt in Verbindung zu bringen. Umso wichtiger ist es, konkrete Handlungsräume aufzuzeigen – dort, wo die Auswirkungen des eigenen Handelns spürbar werden: im direkten Wohnumfeld, in der Nachbarschaft.

Die Nachbarschaft ist das zentrale Wirkungsfeld der gemeinnützigen nebenan.de Stiftung. Seit Jahren fördern wir nachbarschaftliches Engagement und sehen dabei ein wachsendes Interesse am Thema Nachhaltigkeit. Aufbauend auf diesen Erfahrungen hat die Stiftung im Jahr 2021 das Projekt „**Klimaschutz nebenan**“ ins Leben gerufen – mit dem Ziel, Menschen zu motivieren, eigene Ideen für mehr Klimaschutz im Alltag zu entwickeln und umzusetzen.

Der Ideenwettbewerb, der seit 2022 jährlich durchgeführt wird, setzt als niedrigschwellige Aufklärungs- und Informationskampagne zum Thema „Klimaschutz in der Nachbarschaft“ an. Bei der Auswertung des mittlerweile erfolgreich etablierten Formats zeigten sich eindeutige Indikatoren dafür, dass eine weitere Unterstützung der (potentiellen) Ideengeber:innen sinnvoll wäre. Um dieses Potenzial noch viel expliziter und intensiver zu heben und das nachbarschaftliche Engagement im Bereich Klimaschutz zu fördern, baute die nebenan.de Stiftung ab 2024 die **Community Academy Klimaschutz nebenan** auf: ein digitales Bildungs- und Vernetzungsangebot, das engagierte Nachbar:innen bundesweit miteinander verbindet, qualifiziert und inspiriert.

Die Ziele der Community Academy waren einerseits, noch mehr Öffentlichkeit dafür schaffen, dass und wie jede:r Einzelne im unmittelbaren Lebensumfeld zur Umweltentlastung und zum Klimaschutz beitragen kann. Außerdem wollten wir nachhaltige Bildungsangebote für interessierte Nachbar:innen schaffen und aufzeigen, wie sich Ideen für Klimaschutz in der Nachbarschaft praxisnah umsetzen lassen und modellhaft für viele Orte in ganz Deutschland wirken können. Durch alle Maßnahmen wurden zudem die Ziele der gesamten Initiative „Klimaschutz nebenan“ gestärkt, nämlich durch **Selbstwirksamkeit** resiliente Nachbarschaften zu schaffen, **Klimaschutz in der**

Nachbarschaft zu stärken, die **Vernetzung** in der Nachbarschaft dazu zu fördern und den **Transfer** der Ideen in die breite Öffentlichkeit zu ermöglichen.

Im Projektzeitraum Januar 2024 bis Juni 2025 wurden verschiedene digitale Bildungsinhalte, Austauschformate und begleitende Kommunikationsmaßnahmen entwickelt, erprobt und verbreitet.

2. Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden

Das Projekt konnte planmäßig Anfang Januar 2024 starten. Nach der Durchführung Stiftungs-interner Kick-Off- und Strategie-Meetings, einer umfassenden Erarbeitung und Aufstellung der Projektplanung haben wir zunächst eine **Umfeldanalyse** durchgeführt. Dazu gehörten die Recherche von rund 50 Community Academy Formaten, Studien und Formate, die sich mit der Kommunikation von Klimaschutzthemen beschäftigen (Benchmark-Recherche).

Diese Recherche wurde durch den **Austausch mit zahlreichen Partnerorganisationen und ähnlichen Projekten** ergänzt, die sich mit der Vermittlung von kommunalen Klimaschutzmaßnahmen beschäftigen wie z.B. dem BUND, foodsharing e.V., dem Unabhängigen Institut für Umweltfragen, dem Programm Regionale Klimaänderungen und Mensch (REKLIM) des Alfred-Wegener-Institut Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung, der WWF-Akademie, co2online.com, dem Berliner Klimaschutz-Netzwerk Plan B, der Europäischen Woche der Abfallvermeidung sowie der Berliner Zero Waste Agentur. Das Ziel dieser Austauschtreffen war vor allem die sinnvolle Verknüpfung von bestehenden Kommunikationsmaterialien (Anleitungen und Tutorials) und die Vorbereitung von Kooperationen im weiteren Projektverlauf wie z.B. bei den Webinaren und dem Community Event.

Außerdem führten wir Planungstreffen mit unseren ausführenden Agenturen über passende zielgruppengerechte Formate durch. Im Anschluss konnten wir detaillierter in die Kommunikationsplanung gehen und die verschiedenen Kommunikationskanäle und -botschaften festlegen. Dabei wurde auch die Medienbeobachtung aufgesetzt sowie weitere Analysetools für unsere sozialen Medien.

2.1. Planung und Durchführung von zwei Webinaren sowie einem Beratungsangebot für die Community von Klimaschutz nebenan

Um Nachbar:innen optimal bei der Planung und Durchführung von Klimaschutzaktionen in der Nachbarschaft zu unterstützen, haben wir ein Webinar-Konzept erstellt, das sowohl auf wichtige Fragestellungen eingeht als auch interaktive Elemente umfasst. Im Vorfeld zum ersten Webinar recherchierten wir dafür umfassend nach Aktivierungsmethoden und passenden Referent:innen sowie nach geeigneten technischen Tools zur Umsetzung.

Am 16.5.2024 fand das **erste Webinar zum Thema "Klimaschutz in der Nachbarschaft - Wie fange ich an?"** statt. Neben einem Impuls zu Klimaschutz in der Nachbarschaft von der nebenan.de Stiftung und Lu Yen Roloff, Plan B, kamen hier vor allem Gewinner:innen mit ihren Erfahrungen bei der Umsetzung von Klimaschutz-Ideen zu Wort. Ziel dieser Maßnahme war es, Nachbar:innen, die noch nicht engagiert sind, beispielhaft zu zeigen, wie Klimaschutzaktionen in ihrer Nachbarschaft gestartet werden können und Impulse zu geben, wie eine Idee in die Umsetzung kommen kann. Das Webinar wurde im Vorfeld über Mailings an das Stiftungsnetzwerk, über Anzeigen auf nebenan.de sowie über unsere Social Media-Kanäle beworben, so dass 100 Anmeldungen zur Zoom-Konferenz eingingen. Über 50 Teilnehmende waren beim Webinar anwesend, davon nahmen über 30 an der Umfrage im Anschluss teil. Durch die Evaluation des ersten Webinars konnten wir ein erstes positives Feedback unserer Zielgruppe einholen und erfragen, welche Inhalte in den weiteren Webinaren gewünscht sind.

Beim **zweiten Community Webinar „Klimaschutz in meiner Nachbarschaft - Wie mache ich meine Idee bekannt und finde Mitstreiter:innen?"** am 25.09.2024 waren ebenfalls zwei erfolgreiche Gewinnerprojekte des Ideenwettbewerbs Klimaschutz nebenan zu Gast. Die *Omas For Future* berichteten darüber, mit welchen Mitteln sie in ihren Nachbarschaften auf ihre Aktivitäten aufmerksam machen und Unterstützer:innen finden. Im Anschluss zeigten uns die Alltagshelden, die das Thema Nachhaltigkeit im sächsischen Lengenfeld salonfähig gemacht haben, wie man Mitstreiter:innen organisiert und erste Treffen initiiert. Die nebenan.de Stiftung stellte zudem Tipps zum Thema Öffentlichkeitsarbeit vor, um die Ideen in der Nachbarschaft zu bewerben und bekannt zu machen.

Ein besonderer Fokus wurde beim zweiten Webinar auf das Thema Vernetzung gelegt. Hier nutzten wir wieder das Tool Mentimeter, um durch interaktive Umfragen die Teilnehmenden zu aktivieren und in den Austausch zu bringen.

Beide Webinare wurden aufgezeichnet, so dass die Ergebnisse weiteren Interessierten auf der Website zur Verfügung gestellt werden können.



Abb. 1: Anzeigen zur Bewerbung der Webinare auf Social Media und nebenan.de



Abb. 2: Referent:innen und Organisator:innen des ersten Community Webinars (Ausschnitt)

Um die Community bei der Realisierung von Klimaschutzprojekten im eigenen Umfeld noch weiter zu stärken, wurde ein digitales und telefonisches Beratungsangebot

eingeführt. Dafür wurde auch ein interner Schulungsworkshop durchgeführt. Nachbar:innen konnten sich nun bei individuellen Fragen zur Planung und Umsetzung ihrer Klimaschutz-Aktionen persönlich beraten lassen. Es wurde kontinuierliche Hilfestellung per Telefon und E-Mail angeboten, ergänzt durch eine konkrete Online-Sprechstunde. Der laufende Ideenwettbewerb wurde zudem genutzt, um die Motivation zu steigern und den Einstieg zu erleichtern.



The screenshot shows the website interface for 'Klimaschutz nebenan'. At the top left is the logo with a lightbulb icon. Navigation links include 'Ideen finden', 'Über Klimaschutz nebenan', and 'Mehr'. A blue button labeled 'Online-Voting' is visible. The main content area features a green header with abstract shapes. Below this, the section is titled 'Sprechstunde und Beratung'. On the left, a green box contains the text: 'Online-Sprechstunde', 'Wir beantworten Eure Fragen zur Teilnahme am Ideenwettbewerb Klimaschutz nebenan.', and 'Wann? 20. Juni, 16 - 17 Uhr'. To the right, the text reads: 'Wir beantworten Eure Fragen', 'Ihr möchtet eure Nachbarschaft klimafreundlicher machen? Vielleicht habt ihr dazu sogar schon eine Idee, die ihr beim Ideenwettbewerb Klimaschutz nebenan einreichen wollt? Prima!', 'Bei Fragen rund um den Ideenwettbewerb und Klimaschutz in der Nachbarschaft stehen wir Euch jederzeit zur Verfügung. Ihr erreicht uns per Email an klimaschutz@nebenan-stiftung.de oder telefonisch Montag bis Freitag, 09:00 - 16:00 Uhr unter 030/ 346557762.', 'Viele Infos zum Ideenwettbewerb findet ihr außerdem in unseren [FAQs](#) und den [Teilnahmebedingungen](#).', and 'Am 20. Juni 2024, 16:00 - 17:00 Uhr, laden wir Euch außerdem herzlich zu unserer offenen Sprechstunde ein, in der ihr all Eure Fragen live in einem Videocall stellen könnt. Meldet Euch gerne jetzt an.' At the bottom, a small note states: 'Dies ist ein Beratungsangebot im Rahmen der **Community Academy Klimaschutz nebenan**. Diese ist 2024 als ergänzendes Vernetzungs- und Bildungsangebot für nachbarschaftliches Engagement im Bereich Klimaschutz gestartet und wird von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt gefördert.'

Abb. 3: Beratungsangebot auf der Website www.klimaschutz-nebenan.de

2.2. Erweiterung der Website www.klimaschutz-nebenan.de um eine bundesweite Aktionskarte

Die digitale Präsenz der Community Academy wurde in Zusammenarbeit mit unseren Entwicklern vorbereitet und umgesetzt. Dabei wurde eine grafische und technische Anpassung der Webseite vorgenommen und für die Schaltung weiterer Bausteine und

Unterseiten gestaltet. Danach wurde eine offene interaktive Karte zur Verfügung gestellt, auf der laufende Klimaschutz-Aktionen und -Projekte von den Engagierten selbst veröffentlicht und verwaltet werden können.

Als zentralen Anlaufpunkt des Angebots wurde auf der **Unterseite "Werde aktiv"** eine **interaktive Deutschlandkarte** installiert, auf der Nachbar:innen laufende Klimaschutz-Aktionen in Deutschlands Nachbarschaften eintragen können. Die Nachbarschaftsprojekte werden hier mit einem Profil/Steckbrief inkl. Kontaktformular vorgestellt. So können interessierte Nutzer:innen unkompliziert Kontakt aufnehmen, Mitstreiter:innen finden oder sich einfach nur inspirieren lassen.

Die Einträge können dabei jederzeit selbständig verwaltet und aktualisiert werden. Diese Karte ist somit ein nachhaltiges Tool und eine einzigartige Vernetzungsmaßnahme.

Die Seite wurde im Juni 2024 veröffentlicht und kontinuierlich aktualisiert. Die technische Umsetzung erfolgte intern, die Inhalte wurden redaktionell durch die Stiftung entwickelt. Die Karte wurde Ende 2024 verstärkt über die Stiftungskanäle beworben, insbesondere über Social Media und den Stiftungsnewsletter. Bislang wurden 94 Aktionen für Klimaschutz eingetragen, was unsere Erwartungen für die Annahme des Angebots übertraf. Die Karte wird als fester Bestandteil von Klimaschutz nebenan und den Angeboten der Stiftung weiterhin in die Kommunikation integriert, wodurch ein nachhaltiger Effekt und eine langfristige Nutzung zu erwarten ist.

Nachbarschaften aktiv für Klimaschutz: wir zeigen dir wo!



Viele Nachbar:innen engagieren sich bereits lokal für den Klimaschutz. Ob zusammen alte Haushaltsgeräte reparieren, Lebensmittel vor der Mülltonne retten, Klima-Stammtische oder Lastenfahrräder teilen – das alles gibt es bereits in den Nachbarschaften in ganz Deutschland.

Du möchtest einfach bei Projekten mitmachen? Finde mit unserer Karte heraus, was in deiner Nähe los ist und nimm direkt Kontakt auf. Oder hast du bereits ein eigenes Klimaprojekt in deiner Nachbarschaft und suchst Menschen, die dich unterstützen? Dann trag dich [hier](#) ein.

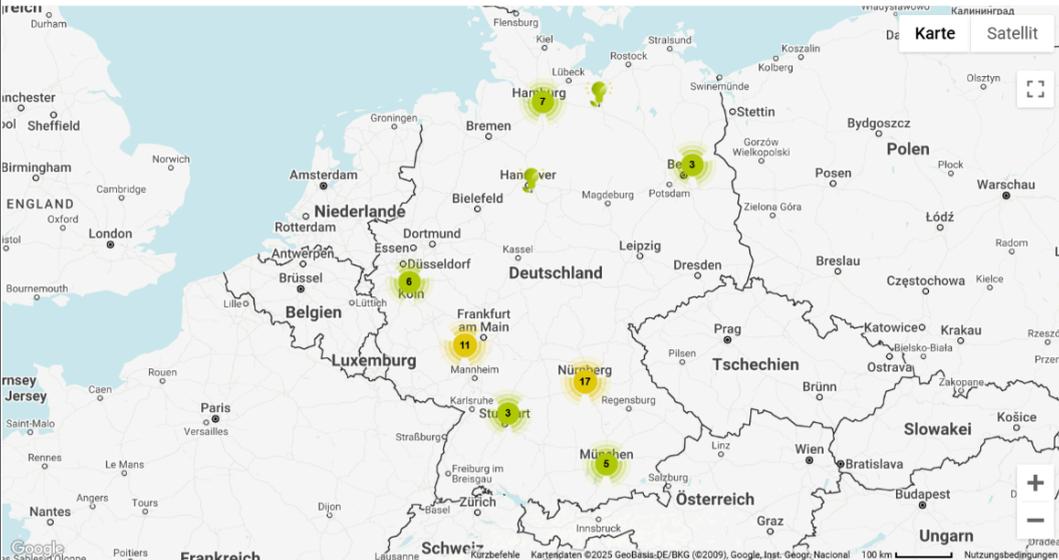
Gemeinsam machen wir unsere Nachbarschaften klimafreundlicher! Schön, dass du dabei bist.

Die Klimakarte ist Teil der Community Academy. Diese ist 2024 als ergänzendes Vernetzungs- und Bildungsangebot für nachbarschaftliches Engagement im Bereich Klimaschutz gestartet und wird von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt gefördert.

Aktion finden

Deutschland
Polen
Tschechien
Österreich
Ungarn

Karte
Satellit



Suchergebnisse filtern

--- Bundesland ---

--- Kategorie ---

Titel

Abb. 4: Bundesweite Aktionskarte auf der Website www.klimaschutz-nebenan.de



Abb. 5: Social Media Beiträge zur bundesweiten Karte (Beispiel)

2.3. Videoinhalte und Tutorials

Neben der Karte auf der Unterseite “Werde aktiv” wurde eine **neue Unterseite “Tipps & Infos” mit weiterem Content, Handlungshilfen und Informationen zu Aktionsformaten** aufgebaut, die sich in der Nachbarschaft umsetzen lassen.

Einen wichtigen Baustein lieferten hier die mit Hilfe einer Videoproduktions- und KI-Agentur geplanten und erstellten **Videos mit dem Klima-Influencer “Climate Justus”**.

Die Idee für die Videoreihe war, bestehende Nachbarschaftsaktionen einzubetten in ein Narrativ über Lösungen in der Nachbarschaft: Hintergrundinfos über Maßnahmen, die Einfluss auf das Klima haben, wurden hier mit konkreten lokalen Aktionen aus der “Klimaschutz nebenan” Community verknüpft. Insbesondere sollten damit Menschen, die dem Thema „Klimaschutz“ und der Umsetzung von Maßnahmen noch skeptisch oder kritisch gegenüberstehen. Deswegen wurden in den Videos ausschließlich reale Aktionen vorgestellt, um durch authentische Beispiele zu inspirieren und die bestehende Skepsis gegenüber Klimaschutzmaßnahmen abzubauen.

Zusätzlich haben wir uns für ein modernes Format mit persönlicher Ansprache durch einen jungen Influencer, “Climate Justus”, entschieden, um auch die jüngere Zielgruppe direkt anzusprechen. Insgesamt wurden **7 Videos** umgesetzt zu den Themen Mobilität,

Ernährung, Begrünung, Wasser sparen, Abfallvermeidung, Teilen & Tauschen und Energie.

Inspirationen für Klimaschutzaktionen: Ernährung 🍏

Gemeinsam feiern mal anders – wie wär’s mit einer Schnibbeldisko? Zusammen mit Climate Justus haben wir nicht nur herausgefunden, was hinter diesem Begriff steckt, sondern geben euch Inspiration und Hintergrundinfos, wie ihr auch beim Thema Ernährung mit euren Nachbar:innen aktiv werden könnt.

Im Video zu sehen: Unsere Gewinnerideen

- „**krumm & schepp - foodsharing-Café in Mainz**“,
- „**Gemeindegarten - ein offenes Gartentor/Ohr**“ aus Halle &
- „**KlimaKüche**“ aus Horsmar



Abb. 6: Integration der Info-Videos mit “Climate Justus” auf der Unterseite “Tipps & Infos” (Beispiel)

Zudem wurden **4 KI-generierte Videos zu Visionen von “Zukunftsnachbarschaften”** erstellt. Diese dienen dazu, über das Hier und Jetzt hinauszublicken und positive, motivierende Zukunftsperspektiven aufzuzeigen, wie Klimaschutz das Zusammenleben und die Umwelt in der Nachbarschaft positiv beeinflussen kann. Sie regen die Vorstellungskraft an und machen die langfristigen Vorteile von Engagement greifbar. Diese Videos wurden bislang über Social Media und andere Anzeigen ausgespielt. Damit sollte noch breiter die Öffentlichkeit erreicht werden und mehr Aufmerksamkeit auf die Kampagne “Klimaschutz nebenan”, die Deutschlandkarte und andere Maßnahmen gezogen werden.

Zusätzlich zum Video-Content wurden auf der **Unterseite “Tipps & Infos”** konkrete Anleitungen zu Aktionen für Klimaschutz in der Nachbarschaft auf Unterseiten installiert. Dazu wurden zu fünf verschiedenen Klimaschutzaktionen mit den Partnerorganisationen BUND und der Europäischen Woche für Abfallvermeidung gemeinsam Tutorials erarbeitet. Außerdem wurden Tutorials zu Social Media und Pressearbeit erstellt.

Folgende **8 Tutorials** sind dabei insgesamt entstanden:

- Eine Kleidertauschparty organisieren
- Ein Tauschregal einrichten

- Repairtreffen organisieren
- Baumscheiben bepflanzen
- Einen Fairteiler einrichten
- How To "Pressearbeit"
- How To "Social Media"
- How To "Mitstreiter:innen gewinnen"

So organisierst du eine Kleidertauschparty!

Eine Kleidertauschparty ist eine großartige Möglichkeit, ungenutzte Kleidung weiterzugeben, neue Lieblingsstücke zu finden und Nachbar:innen besser kennenzulernen. Hier findest du eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Organisation einer erfolgreichen Kleidertauschparty

1. Planung

Organisiere dir als erstes Unterstützung für dein Vorhaben: Gemeinsam macht's gleich mehr Spaß! Tipps dazu findest du in unserer Anleitung „**Wie mache ich meine Idee bekannt und finde Mitstreiter:innen?**“

Wählt Datum und Uhrzeit der Kleidertauschparty so, dass möglichst viele Menschen teilnehmen können. Eine Dauer von 2 Stunden ist meist ausreichend.

Findet einen geeigneten Ort, z.B. einen Hof oder Garten, einen Gemeinschaftsraum oder einen öffentlichen Platz. Stellt in jedem Fall sicher, dass ihr die Erlaubnis habt, am jeweiligen Ort eine Kleidertauschparty durchzuführen. Vor Ort sollte es ausreichend Platz geben, um die Kleidung ansprechend präsentieren zu können.

Überlegt euch im Vorfeld die Regeln für die Kleidertausch und was mit Kleidung, die übrig bleibt, passiert. Es gibt zahlreiche Wohltätigkeitsorganisationen, die sich über Kleiderspenden freuen. Alternativ können die Gäste ihre Kleidungsstücke wieder mit nach Hause nehmen.

Fasst die Regeln und alle wichtigen Details in Hinweis-Plakaten zusammen, welche ihr vor Ort aushängt (s. Beispiel unten).

Verteilt Aufgaben für den Auf- und Abbau, den Empfang der Gäste, die Sortierung von Kleidung während der Party, Musik und evtl. ein Buffet.



(c)Marina Zubchenko-Fritzsche

Abb. 7: Neue Unterseite "Tipps & Infos" mit Anleitungen zu Aktionsformaten (Beispiel)

2.4. Durchführung eines Community Events in Berlin

Im Rahmen der Community Academy konnte die nebenan.de Stiftung zudem ein völlig neues Veranstaltungsformat ausprobieren. Ziel unserer Veranstaltung, dem "Community Event Klimaschutz nebenan", war es, zu zeigen, wie Menschen niedrigschwellig Klimaschutz auf lokaler Ebene starten, Ideen in die Umsetzung und Nachbar:innen die

Selbstwirksamkeit kommen können. Dazu wurde ein erfahrungsbasiertes und auf echte Begegnungen angelegtes Veranstaltungsformat entworfen. In Zusammenarbeit und im engen Austausch mit Netzwerkpartnern wie *reinventing society* und *Plan B* konnten zudem zielgruppengerechte Workshops entworfen werden sowie ein Markt der Möglichkeiten mit Ausstellungsständen etc. für lokales Engagement für Klimaschutz.

Rund **90 Teilnehmende**, bestehend aus Nachbar:innen, Gewinnerprojekten, Initiativen aus Berlin und ganz Deutschland sowie Expert:innen, kamen zusammen und waren von Beginn der Veranstaltung bis zum gemeinsamen Ausklang aktiv dabei.

Die **Autorin Milena Glimbovski** eröffnete die Veranstaltung mit einer Keynote zum Thema **„Das Potenzial resilienter Nachbarschaften“** und gab damit die einen entscheidenden Impuls für die folgenden Diskussionen und Workshops. Bei einem anschließenden **Speed-Dating** konnten sich die Teilnehmenden in ungezwungener Atmosphäre kennenlernen. Im Anschluss wurden erfolgreiche ausgewählte **Gewinner:innen des Ideenwettbewerbs im Rahmen einer Podiumsdiskussion „Klimaschutz nebenan“** vorgestellt. Die Projekte **„Gekühlte Lebensmittelrettung“** oder **„E-Lastenrad für die Fairteilung“** standen exemplarisch für die vielen praxisorientierten Lösungen, die vor Ort im Bereich Klimaschutz umgesetzt werden können.

Nach der **Kaffeepause** ging es in die **interaktive Workshoprunde**, bei denen sich jeweils ca. 30 Teilnehmende zu verschiedenen Themen des Engagements für klimafreundliche Nachbarschaften austauschten:

- **„Klimaanpassung solidarisch gestalten – ein Trend für Nachbarschaften?“** mit *Milena Glimbovski* beleuchtete die Rolle gemeinschaftlicher Solidarität beim Umgang mit den Auswirkungen des Klimawandels.
- **„Zukunftsvision Nachbarschaft: Wie wollen wir 2050 leben?“** mit *Sebastian Vollmar von reinventing society*, regte die Teilnehmenden dazu an, ihre Visionen einer nachhaltigen Zukunft zu entwerfen.
- **„Klimagefühle: Wie kommen wir von der Klima-Angst in die Selbstwirksamkeit?“** mit *Ines Walter von den Psychologists for Future* zeigte auf, wie wichtig es ist, die eigenen Ängste und Sorgen über den Klimawandel zu erkennen und als Antrieb für positive Veränderung zu nutzen.

Besonders hervorzuheben war der **Markt der Möglichkeiten**, auf dem lokale und überregionale Netzwerkpartner:innen ihre Initiativen an Ständen und Tafeln

präsentierten und in den Austausch mit den Teilnehmenden kamen. Zu den teilnehmenden Organisationen gehörten:

- BUND – Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
- Changing Cities e.V.
- Change Clubs
- Freiwilligenagentur Mitte
- Klimafakten.de
- Unabhängiges Institut für Umweltfragen (UfU)
- Nora Wolter (Klimaschutzbeauftragte, Bezirksamt Mitte / FEIN-Förderung)
- Plan B
- wirBERLIN
- Zero Waste Agentur

Zusätzlich waren auch einige der aktuellen und ehemaligen Gewinner:innen des Ideenwettbewerbs „Klimaschutz nebenan“ mit ihren Projekten vertreten:

- Gekühlte Lebensmittelrettung (2024)
- 33 reparierte Fahrräder (2023)
- E-Lastenrad für die Fairteilung (2024)
- Bunte Südstadt, Solarenergie direkt (2023)
- PrimaKlima
- krumm & schepp
- Dämm it
- Omas for Future

Der Markt der Möglichkeiten bot den Teilnehmenden nicht nur die Möglichkeit, sich über innovative Klimaschutzprojekte zu informieren, sondern auch, sich mit verschiedenen Netzwerkpartner:innen auszutauschen und neue Kooperationen zu schmieden.

Wichtige Learnings aus der Veranstaltung waren die Erkenntnis, dass **lokale Netzwerke** und **solidarisches Engagement** die Grundlage für nachhaltige Klimaschutzprojekte in Nachbarschaften bilden können, aber darüber hinaus auch weiter wirken. Insbesondere im Hinblick auf Klimaanpassung und die Bildung von resilienten Strukturen zur Bewältigung von Krisen allgemein werden Nachbarschaften immer mehr zu einem wichtigen gesellschaftlichen Hebel. Die Teilnehmenden nahmen viele wertvolle Anregungen und praktische Ideen mit, wie auch sie in ihren eigenen Nachbarschaften aktiv werden können. Besonders inspirierend war die Verbindung von **Vision und Praxis**, die in den Workshops sowie der Vorstellung der Gewinnerprojekte deutlich wurde: Es geht nicht nur darum, Probleme zu erkennen, sondern konkrete Lösungen zu entwickeln

und umzusetzen. Das Event bot dabei eine schöne Gelegenheit, diese Lösungen und das bundesweite Engagement sichtbar zu machen.

Ein gemeinsamer **Ausklang mit Netzwerken und einem Imbiss rundete das Community Event ab.** Hier bot sich noch einmal die Gelegenheit, die gewonnenen Erkenntnisse in entspannter Atmosphäre weiterzugeben, zu reflektieren und mögliche Kooperationen für zukünftige Projekte anzubahnen.



Abb. 8: Gfrafic Recording des Gesamtevents



Abb. 9: Workshop zur Zukunftsvision "Nachbarschaft" mit reinventing society



Abb. 10: Keynote von Milena Glimbowski zu solidarischen Nachbarschaften und Klimaschutz als Eröffnung der Veranstaltung



Abb. 11: Gewinnerprojekte von "Klimaschutz nebenan" auf der Bühne



Abb. 12: Impressionen vom Markt der Möglichkeiten mit lebhaftem Austausch der Teilnehmenden

2.5. Aktivierung und Ausbau von Netzwerken der nebenan.de Stiftung

Zu allen Phasen des Projektes wurden Interessierte über die Netzwerke der nebenan.de Stiftung per Mailing angeschrieben. Diese Ansprache umfasste Politiker:innen auf Bund- und Landesebene, Organisationen aus dem Bereich gesellschaftliches Engagement und Klimaschutz sowie Medienkontakte und Newsletter-Abonent:innen. Die Community Academy wurde zudem mit der Recherche, dem Ausbau eines eigenen Verteilers und der Akquise neuer Organisationen bundesweit vernetzt und inhaltlich breit aufgestellt. Diese Netzwerkarbeit wurde kontinuierlich über die gesamte Projektlaufzeit hinweg fortgeführt, so dass neue relevante Partnerschaften z.B. zur *Stiftung Gesunde Erde Gesunde Menschen*, *reinventing society*, *Plan B*, *BUND*, *Changing Cities*, dem *Unabhängigen Institut für Umweltfragen (UfU)*, Klimafakten.de, *WWF/Klimafit*, *der Woche der Abfallvermeidung* und vielen mehr. Mit unseren Partnerorganisationen haben wir inhaltlich z.B. bei der Erstellung der Tutorials als auch bei den Veranstaltungen zusammengearbeitet.

2.6. Kommunikationsmaterialien, Pressearbeit und Medienpartnerschaften

Sämtliche visuelle Materialien der Academy wie die produzierten Videos zu den Aktionsformaten oder erarbeitetes Infomaterial wie die Tutorials wurden umgehend auf der Website und über Social Media kommuniziert. Die Öffentlichkeitsarbeit wurde zum Launch der Academy sowie zu einzelnen Webinaren und Ergebnissen gezielt verstärkt. Zusätzlich zur regulären Presse- und Medienarbeit wurden im Vorfeld zahlreiche potentielle Medienpartner und thematisch nahestehende Redaktionen kontaktiert. So konnte das Magazin "Schrot & Korn" (Print-Reichweite: 1,8 Mio. Leser:innen) sowie das *freundin magazin* (Reichweite: 1,4 Mio. Leser:innen) und das *Good News Magazin* wieder als Medienpartner von "Klimaschutz nebenan" gewonnen und so insgesamt die Reichweite der Community Academy vergrößert werden.

2.7. Social-Media- und Newsletter-Marketing

Die Academy sowie insbesondere die Angebote für die Community Academy wurden kontinuierlich auf den Kanälen der Stiftung sowie auf nebenan.de beworben. Insbesondere der eigene Stiftungskanal auf Instagram sowie der nebenan.de Stiftungs-Newsletter wurden zur Bekanntmachung genutzt.

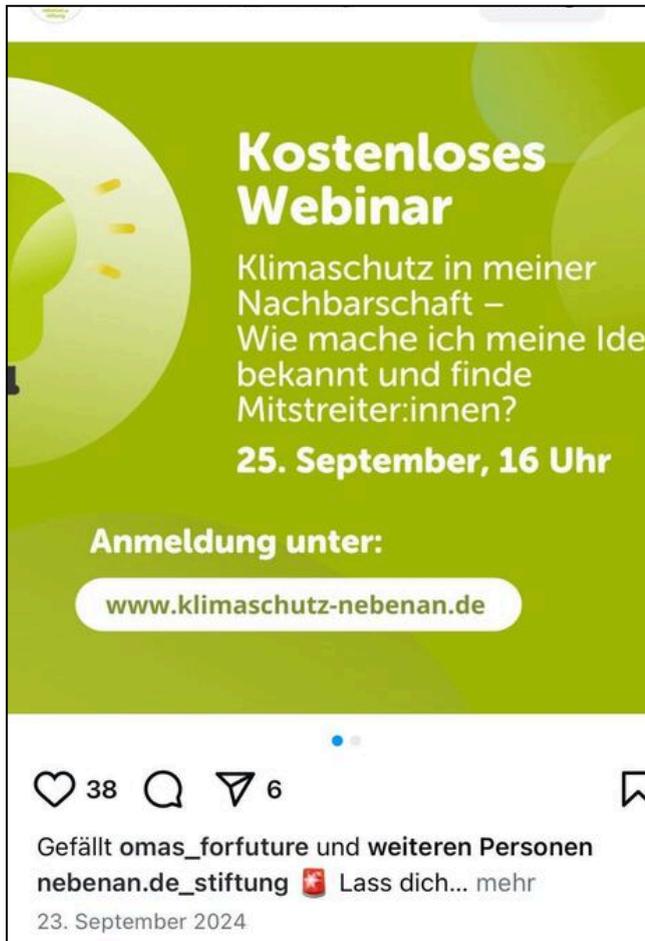


Abb. 13: Social Media Post zur Bewerbung der Klimakarte



Abb. 14: Social Media Post zur Dokumentation des Community Events

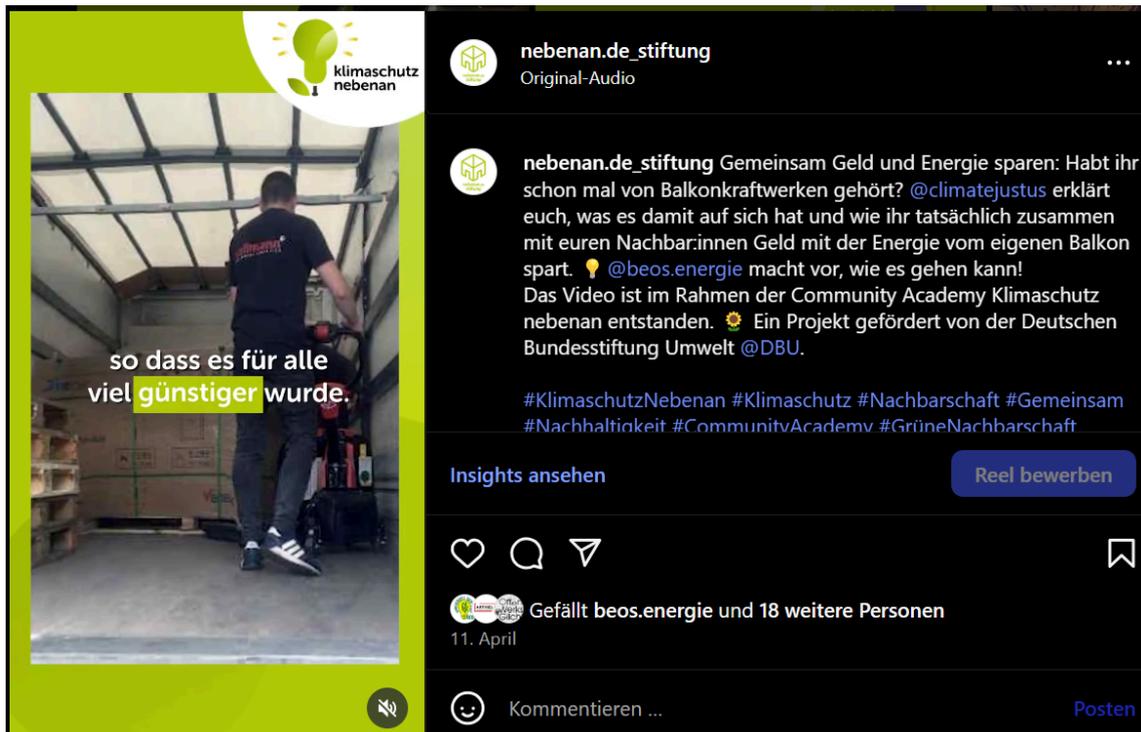


Abb. 15: Social Media Post zur Videoreihe mit "Climate Justus"



Abb. 16: Social Media Post zur Bewerbung des Community Events

3. Ergebnisse: Darstellung der tatsächlich erzielten Ergebnisse

3.1. Resonanz und Teilnahme an Webinaren

Am 16.5.2024 fand das **erste Community Webinar** zum Thema "Klimaschutz in der Nachbarschaft – Wie fange ich an?" statt. Das Webinar wurde im Vorfeld über Mailings an das Stiftungsnetzwerk, über Anzeigen auf nebenan.de sowie auf Social Media beworben, so dass 100 Anmeldungen zur Zoom-Konferenz eingingen. Es waren zwischen 58 (Anfang) und 48 (Ende) Teilnehmende beim Webinar anwesend, davon nahmen über 30 an der Umfrage im Anschluss teil. Bei fast 77 % der Teilnehmenden ist das Interesse am Thema nach dem Webinar gestiegen, rund 93 % fühlen sich nun fachlich besser vorbereitet, eine eigene Aktion zu starten. Auch die Motivation, sich in der eigenen Nachbarschaft zu engagieren, konnte bei über 70 % gesteigert werden. Viele Teilnehmende sehen sich zudem in der Lage, selbst aktiv zu werden und einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Zwei Drittel konnten durch das Webinar neue Kontakte knüpfen. Besonders gewünscht wurden in der Evaluation weitere praktische Tipps, Infos zu Fördermöglichkeiten und noch mehr konkrete Projektbeispiele.

Beim **zweiten Community Webinar** „Klimaschutz in meiner Nachbarschaft – Wie mache ich meine Idee bekannt und finde Mitstreiter:innen?" am 25.09.2024 waren ebenfalls zwei erfolgreiche Gewinnerprojekte des Ideenwettbewerbs Klimaschutz nebenan zu Gast. Die Omas For Future berichteten darüber, mit welchen Mitteln sie in ihren Nachbarschaften auf ihre Aktivitäten aufmerksam machen und Unterstützer:innen finden. Im Anschluss zeigten uns die Alltagshelden, die das Thema Nachhaltigkeit im sächsischen Lengenfeld salonfähig gemacht haben, wie man Mitstreiter:innen organisiert und erste Treffen initiiert. Die nebenan.de Stiftung stellte zudem Tipps zum Thema Öffentlichkeitsarbeit vor, um die Ideen in der Nachbarschaft zu bewerben und bekannt zu machen.

Ein besonderer Fokus wurde beim zweiten Webinar auf das Thema Vernetzung gelegt, hier nutzten wir wieder das Tool Mentimeter, um durch interaktive Umfragen die Teilnehmenden in den Austausch zu bringen.

Es waren zwischen 62 (Anfang) und 48 (Ende) Teilnehmende beim Webinar anwesend, davon nahmen 36 an der Umfrage im Anschluss teil. Bei 75 % der Teilnehmenden ist das Interesse am Thema nach dem Webinar gestiegen, rund 86 % fühlen sich fachlich besser vorbereitet, eine eigene Aktionen zu starten. Rund ein Drittel der Teilnehmenden konnte

im Rahmen des Webinars neue Kontakte knüpfen, wobei dieser Vernetzungseffekt im Vergleich zum ersten Webinar etwas geringer ausfiel. Die Bereitschaft, das Gelernte mit den eigenen Nachbar:innen zu teilen, war jedoch auch diesmal hoch. Die Mehrheit der Teilnehmenden befand sich bereits in der Ideenfindung oder verfügte über erste Erfahrungen mit eigenen Projekten. Der Großteil wurde über Social Media, nebenan.de oder persönliche Einladungen auf das Angebot aufmerksam.

Beide Webinare wurden aufgezeichnet, so dass die Ergebnisse weiteren Interessierten auf der Website zur Verfügung stehen.

3.2. Resonanz auf bundesweite Klimakarte, Videos und sonstige Inhalte auf der Website

Als zentralen Anlaufpunkt des Angebots wurden die **Unterseiten "Werde aktiv"** mit einer **interaktiven Deutschlandkarte** und **"Tipps & Infos" mit 7** thematisch vielfältigen **Erklärvideos** und ergänzenden Hilfsmaterialien zur Umsetzung eigener Ideen zur Verfügung gestellt und breit beworben. Im Mai 2025 wurde eine Evaluationsumfrage zu diesem Content durchgeführt. Insgesamt nahmen 31 Personen an der Evaluation teil.

Die Karte wurde im Juni 2024 veröffentlicht und Ende 2024 verstärkt über die Stiftungskanäle beworben, insbesondere über Social Media und den Stiftungsnewsletter. Bislang (Stand: 12.06.2025) wurden 94 Aktionen für Klimaschutz eingetragen, was unsere Erwartungen für die Annahme des Angebots übertraf. Nutzer können ihre Einträge jederzeit eigenständig pflegen und aktualisieren. Die Karte ist somit ein nachhaltiges Werkzeug und eine einzigartige Vernetzungsmöglichkeit. Sie wird ein fester Bestandteil von Klimaschutz nebenan bleiben und in den Angeboten der Stiftung weiterhin in die Kommunikation integriert, wodurch ein nachhaltiger Effekt und eine langfristige Nutzung zu erwarten ist.

Die Evaluation ergab, dass rund 42 % der Teilnehmenden durch die Karte motiviert worden sind, selbst aktiv zu werden. 64 % fanden durch sie neue Ideen für eigene Aktionen. In der Umsetzung konkreter Projekte bewertete knapp die Hälfte die Karte als zumindest teilweise hilfreich. Die Orientierung auf der Karte empfanden jedoch nur 40 % als „eher einfach“ oder „sehr einfach“, hier besteht Optimierungspotenzial. Knapp ein Viertel hat neue Kontakte über die Karte geknüpft.

Rund ein Viertel der Befragten hat bereits eine eigene Aktion eingetragen; ein weiteres Drittel plant dies künftig.

Es wurden insgesamt **7 Videos mit dem Klima-Influencer "Climate Justus"** konzipiert und umgesetzt. Zudem wurden **4 KI-generierte Videos zu Visionen von "Zukunftsnachbarschaften"** umgesetzt, diese Videos wurden über Social Media und über bezahlte Anzeigen ausgespielt. Damit konnte noch mehr Aufmerksamkeit auf das Thema Klimaschutz in der Nachbarschaft " und die neuen Websiteinhalte sowie vor allem die Deutschlandkarte gezogen werden.

Ergänzend zum Video-Content wurden auf der **Unterseite "Tipps & Infos" 8 konkrete Anleitungen zu Aktionen für Klimaschutz in der Nachbarschaft** auf Unterseiten installiert.

Auch diese Materialien wurden am Ende des Projektes mit einer Umfrage ausgewertet. Insgesamt nahmen 31 Personen an der Evaluation teil. Die Ergebnisse zeigen ein gemischtes, aber vielfach positives Stimmungsbild zur Klimakarte und den digitalen Begleitmaterialien der Community Academy „Klimaschutz nebenan“. Die Klimakarte konnte insbesondere hinsichtlich Inspiration und Motivation punktuell wirken. Rund 42 % der Teilnehmenden gaben an, durch die Karte motiviert worden zu sein, selbst aktiv zu werden. 64 % fanden durch sie neue Ideen für eigene Aktionen. In der Umsetzung konkreter Projekte bewertete knapp die Hälfte die Karte als zumindest teilweise hilfreich. Die Orientierung auf der Karte empfanden jedoch nur 40 % als „eher einfach“ oder „sehr einfach“, hier besteht Optimierungspotenzial. Die Vernetzungsfunktion blieb schwach: 77 % haben keine neuen Kontakte über die Karte geknüpft. Rund ein Viertel der Befragten hat bereits eine eigene Aktion eingetragen; ein weiteres Drittel plant dies künftig.

Die Videos erzielten eine gemischte Resonanz. Ein Drittel der Befragten bewertete sie als gut oder sehr gut verständlich, ebenso viele fühlten sich dadurch motiviert, selbst aktiv zu werden. Einige wünschten sich in den offenen Antworten tiefergehende, teils auch kritischere Inhalte sowie Tutorials zu praktischen oder rechtlichen Fragen.

Etwa 60 % fanden die Anleitungen verständlich und hilfreich bei der Umsetzung eigener Ideen. Rund die Hälfte fühlte sich durch die Inhalte motiviert, aktiv zu werden. In den offenen Antworten wurde der Wunsch nach weiteren praktischen Themen wie Mülltrennung, Stadtbegrünung oder Social-Media-Nutzung deutlich.

Als besonders nützlich empfanden die Befragten Tipps zur Aktionsplanung und zur Kommunikation (je 50 %) sowie die interaktive Klimakarte und Webinar-Aufzeichnungen (je 35 %). Knapp die Hälfte gab an, ihr Wissen zum Klimaschutz bereits geteilt zu haben. Rund 60 % fühlen sich durch die Angebote zumindest teilweise besser befähigt, Klimaschutzprojekte in ihrer Nachbarschaft umzusetzen. Die Rolle der nebenan.de Stiftung wurde dabei von jeweils 31 % klar wahrgenommen – ebenso viele sahen hier noch wenig Unterstützung.

3.3. Resonanz und Teilnahme am Community Event

Besondere Reichweite und Resonanz fand das neue Format der nebenan.de Stiftung, das im Rahmen des Projektes entwickelt werden konnte, das Community Event Klimaschutz nebenan am 30.1. in Berlin. Rund **90 Teilnehmende**, bestehend aus Nachbar:innen, Gewinnerprojekten, Initiativen aus Berlin und ganz Deutschland sowie Expert:innen, kamen zusammen und waren von Anfang bis Ende aktiv dabei. Im Vorfeld waren diese über die Netzwerke der Stiftung, über das aufgebaute Klima-Netzwerk sowie über Anzeigen in Social Media und bei nebenan.de eingeladen worden. Dabei gab es weitaus mehr Teilnahmewünsche als Kapazitäten, so dass zukünftige Events auch größer angelegt werden könnten.

An der Umfrage zum Community Event „Klimaschutz nebenan“ nahmen 31 Personen teil. Die Ergebnisse zeigen eine durchweg positive Resonanz: Zwei Drittel der Befragten (67,7 %) gaben an, neues Wissen für die Umsetzung eigener Klimaschutzaktionen gewonnen zu haben. Ebenso viele berichteten von einem gestiegenen Interesse am Thema Klimaschutz in der Nachbarschaft. Rund drei Viertel (77,4 %) fühlen sich durch das Event motivierter, sich lokal zu engagieren, und empfinden ihr Engagement als wirksam.

Das Netzwerken wurde besonders gut bewertet: 87,1 % der Teilnehmenden knüpften neue Kontakte, knapp die Hälfte möchte sich mit diesen künftig weiter austauschen. In den offenen Rückmeldungen wurde deutlich, dass der Wunsch nach mehr Zeit und Struktur für Austauschformate groß ist – etwa durch regionale Arbeitsgruppen oder eine Nachvernetzungsliste.

Auch das Programm stieß auf positive Resonanz: Die Präsentation der Gewinnerideen, das Speed-Dating und der informelle Austausch beim Essen wurden besonders geschätzt. Die Workshops wurden differenzierter bewertet, mit dem Wunsch nach mehr konkretem Austausch.

Die Weiterempfehlungsquote lag bei 83,9 %, fast alle Befragten (96,8 %) möchten erneut an einem Community Event teilnehmen. Die meisten wurden über den Newsletter der nebenan.de Stiftung, persönliche Kontakte oder nebenan.de auf das Event aufmerksam.

Insgesamt zeigt die Evaluation: Das Community Event war ein erfolgreicher Impuls für Vernetzung, Motivation und Wissensaustausch im Bereich nachbarschaftlicher Klimaschutz.

4. Diskussion: Zielerreichung, Herausforderungen und Learnings

Die Community Academy „Klimaschutz nebenan“ verfolgte das Ziel, Engagierte auf lokaler Ebene durch niedrigschwellige Bildungs- und Vernetzungsangebote bei der Umsetzung von Klimaschutzprojekten in der Nachbarschaft zu unterstützen. Dieses Ziel wurde weitgehend erreicht: Die Resonanz auf die verschiedenen Formate zeigt, dass ein konkreter Bedarf an Austausch, Informationen und Motivation besteht. Vor allem die Webinare und das Community Event wurden sehr gut angenommen und konnten viele Teilnehmende aktivieren, informieren und miteinander vernetzen. Besonders wirksam waren praxisnahe Inputs und Erfahrungsberichte von anderen Projekten, die zur Nachahmung anregten. Auch die interaktive Klimakarte stieß auf Interesse und inspirierte viele Nutzer:innen zu eigenen Aktionen.

Herausforderungen zeigten sich insbesondere in der technischen Umsetzung und der langfristigen Aktivierung der Teilnehmenden. So wurde etwa die Orientierung auf der Klimakarte von einem Teil der Nutzer:innen als ausbaufähig bewertet. Auch die Nutzung der Vernetzungsfunktion blieb unter den Erwartungen, was zeigt, dass reine digitale Tools zur Kontakthanbahnung gezielter begleitet und beworben werden müssen oder auch nicht-digitale Angebote zur gezielten Vernetzung noch mehr genutzt werden sollten. Zudem stellte die Ansprache über digitale Kanäle (z. B. Social Media oder Anzeigen) nicht alle Zielgruppen gleichermaßen zufrieden – hier bedarf es künftig noch stärker segmentierter Kommunikationsstrategien.

Auch bei der inhaltlichen Gestaltung der Materialien gab es wichtige Learnings: Während viele Inhalte als verständlich und motivierend bewertet wurden, wünschten sich einige Teilnehmende tiefergehende Informationen, Tutorials oder kritischere Auseinandersetzungen mit Klimathemen. Das zeigt: Eine Mischung aus niedrigschwelligen, aktivierenden Angeboten und weiterführenden Materialien für Engagierte mit Vorerfahrung ist sinnvoll, um die Community langfristig zu begleiten.

Das **Community Event** bestätigte die Relevanz von Präsenzformaten: Die hohe Nachfrage und die starke Wirkung auf Motivation, Wissenstransfer und Vernetzung unterstreichen, wie wichtig echte Begegnungen für Engagement im Klimaschutz sind. Zukünftige Veranstaltungen sollten mehr Raum für den Austausch in kleinen Gruppen, für regionale Vernetzung sowie für die Weiterarbeit an konkreten Ideen bieten.

Insgesamt verdeutlichen die Rückmeldungen: Die Kombination aus digitalen Bildungsangeboten, inspirierenden Inhalten und persönlichem Austausch vor Ort stellt

ein wirkungsvolles Modell für ähnliche Projekte dar. Erfolgsfaktoren waren dabei die gute inhaltliche Vorbereitung, die Einbindung aktiver Praxisbeispiele und Netzwerkpartner sowie die transparente Kommunikation über Stiftungskanäle.

5. Öffentlichkeitsarbeit: Veröffentlichungen, Partizipation, Ausblick

Das Thema Klimaschutz in der Nachbarschaft wurde über alle Kanäle der nebenan.de Stiftung konstant transportiert. Durch aktive, regelmäßige Pressearbeit konnten vor allem sowohl regionale Print-Medien (Reichweite ca. 3,2 Mio. Leser:innen) als auch Online-Medien (Reichweite ca. 4,6 Mio. Impressions/Ausstrahlungen) erreicht werden. Auch durch den Aufbau von Netzwerken, Medienpartnerschaften und Werbeanzeigen (z. B. Schrot&Korn, freundin Magazin, Good News, utopia.de, Ökotest, Burda2050), eine Social Media Kampagne (Reichweite insg. über 5,6 Mio. Impressions/Ausstrahlungen auf Facebook, Twitter, Instagram) sowie durch die Platzierung auf der hyperlokalen Plattform nebenan.de (Reichweite insg. über 7,4 Mio. Impressions/Ausstrahlungen) wurden zahlreiche Menschen auf das Thema aufmerksam.

5.1. Pressearbeit, Social Media und Email-Kommunikation

Die Community Academy wurde kontinuierlich in die Pressearbeit zum Ideenwettbewerb integriert. In allen Medienansprachen und Pressemitteilungen wurde die Academy stets zusammen mit der Förderung durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt mitkommuniziert. Diese kontinuierliche Verknüpfung trug dazu bei, die Academy und ihre Angebote im Zusammenhang mit dem Wettbewerb sichtbar zu machen. Über die Social-Media-Kanäle – insbesondere Facebook und Instagram – konnten im gesamten Projektzeitraum hinweg zahlreiche Nutzer:innen erreicht werden, wobei vor allem eigens erstellte Videos die Reichweite erheblich steigerten.

Im Rahmen der Kommunikationsstrategie wurden in den Jahren 2024 und 2025 verschiedene digitale Werbemaßnahmen umgesetzt, um gezielt auf Webinare, das Community Event, die Projektwebsite sowie Videoinhalte aufmerksam zu machen.

2024 lag der Fokus insbesondere auf der Bewerbung der Webinare und des Events im Januar. Die Webinar-Bewerbung erreichte rund 21.800 Personen und führte zu knapp 700 Link-Klicks. Die Bewerbung des Events erzielte über Meta (Facebook/Instagram) eine Reichweite von fast 131.900 Personen bei über 4.800 Link-Klicks. Ergänzend wurde auch TikTok eingesetzt, wodurch zusätzlich rund 44.000 Personen erreicht und über 200

Link-Klicks generiert wurden. Die begleitende Bewerbung der Projektwebsite führte zu einer Reichweite von knapp 49.400 Personen und rund 2.500 Link-Klicks.

2025 (Stand: 11.06.) wurden die Maßnahmen ausgeweitet und zielgerichtet angepasst: Ein besonderer Fokus lag auf der Verbreitung von Videoinhalten: Über Meta wurden über 110.000 Personen erreicht und mehr als 26.000 Videoaufrufe (mindestens 15 Sekunden) erzielt. Auf TikTok lag die Reichweite bei rund 218.000 Personen mit über 51.000 Video Views (mindestens 15 Sekunden).

Die Zahlen zeigen eine erfolgreiche Ansprache über verschiedene Plattformen und unterstreichen insbesondere die hohe Wirksamkeit von Bewegtbildinhalten für Reichweite und Engagement.

5.2. Präsentation bei Fachveranstaltungen und Gremien

Im Rahmen der Präsentation der Ergebnisse des Projekts Community Academy „Klimaschutz nebenan“ wurden die erreichten Meilensteine und die positiven Auswirkungen des Projekts auf mehreren **Fachveranstaltungen** und in relevanten **Gremien** vorgestellt. Durch diese gezielte Öffentlichkeitsarbeit konnte das Thema **Klimaschutz in der Nachbarschaft** nicht nur einer breiten Öffentlichkeit nähergebracht werden, sondern es wurde auch der Austausch mit anderen intensiviert. Besonders hervorzuheben ist die Teilnahme am **Kiezlabor des CityLab Berlin**, bei dem das Projekt an **zwei verschiedenen Standorten** präsentiert wurde. Hier kamen wir sowohl mit der lokalen Bevölkerung als auch mit den Teilnehmenden des Kiezlabs ins Gespräch und konnten wertvolle Kontakte knüpfen. Darüber hinaus waren wir im Rahmen des Projektes auch bei **Plan B** eingebunden und nahmen an mehreren ihrer **Veranstaltungen** teil, bei denen das Thema nachbarschaftlicher Klimaschutz ebenfalls im Fokus stand. Ein weiteres Highlight war die Teilnahme am **Summit von Reinventing Society**, wo von der Projektleiterin das Projekt im Kontext der **Transformationsbewegung** und der Entwicklung einer lebendigen Gesellschaft vorgestellt wurde. Zudem präsentierten wir „Klimaschutz nebenan“ bei der **Europäischen Akademie Berlin**, was ebenfalls zur Verbreitung des Academy Konzeptes und zum Austausch mit anderen Fachleuten aus dem Bereich der Klimapolitik und -forschung beitrug. Diese vielfältigen Möglichkeiten zur Präsentation und zum Austausch haben nicht nur dazu beigetragen, die Projektergebnisse weiterzutragen, sondern auch den Dialog über den lokalen Raum hinaus zu fördern. So konnten neue Kooperationen angestoßen und das Netzwerk für zukünftige gemeinsame Initiativen gestärkt werden.



Abb. 17: Vorstellung von "Klimaschutz nebenan" bei der Europäischen Akademie Berlin

5.3. Veröffentlichung der Ergebnisse

Die im Rahmen des Projekts entwickelten Inhalte und Ergebnisse wurden über verschiedene digitale Kanäle öffentlich zugänglich gemacht und langfristig verfügbar gehalten. Die zentrale Website www.klimaschutz-nebenan.de dient dabei als Hauptplattform für die Veröffentlichung: hier werden die Webinar-Aufzeichnungen, die interaktive Deutschlandkarte, Handreichungen und Inspirationsvideos bereitgestellt.

Zur besseren Verbreitung wurden die Inhalte außerdem mehrfach über den Stiftungsnewsletter kommuniziert und über die Social-Media-Kanäle der Stiftung verbreitet. Über die Veröffentlichung der Gewinner:innenprojekte hinaus wurden auch Learnings aus der Evaluation sowie besonders gelungene Beispiele aus der Praxis hervorgehoben, um eine breitere Wirkung zu erzielen.

Zudem wurden die Ergebnisse im Rahmen des Community Events „Klimaschutz nebenan“ und auf weiteren Fachveranstaltungen vorgestellt und diskutiert. So konnten nicht nur direkt Beteiligte, sondern auch eine Vielzahl externer Akteur:innen erreicht werden. Die langfristige Sichtbarkeit der Materialien – insbesondere der Klimakarte und der Webinare – stellt sicher, dass auch über das Projektende hinaus Inspiration und Wissenstransfer ermöglicht werden.

6. Fazit: Lösungsansatz, Wirkung und Weiterentwicklung

Mit dem Aufbau der **Community Academy Klimaschutz nebenan** konnte die nebenan.de Stiftung ihr Engagement für Klimaschutz in der Nachbarschaft weiter vertiefen und ausweiten. Das Projekt erweiterte das Angebot des etablierten Ideenwettbewerbs durch gezielte Bildungs- und Vernetzungsangebote wie die Klimakarte für laufende Aktionen. Gleichzeitig wurden neue Formate wie Webinare, Tutorials, Beratung und digitale Austauschmöglichkeiten erprobt, die künftig weiterentwickelt und verstetigt werden sollen.

Die gesetzten Ziele – Sichtbarkeit für das Thema „Klimaschutz in der Nachbarschaft“, Mobilisierung von Engagierten sowie konkrete Projektumsetzungen vor Ort – konnten erreicht werden. Besonders positiv hervorzuheben ist die große Resonanz auf die digitalen Angebote der Community Academy, die in enger Verzahnung mit dem Wettbewerb entwickelt und durchgeführt wurden.

Formate wie die Webinare, die interaktive Klimakarte sowie vor allem das Community-Event-Format stießen auf hohe Nachfrage und rege Beteiligung. Hier zeigt sich ein großes Potenzial für den weiteren Ausbau dieser Bildungs- und Vernetzungsangebote, sowohl digital als auch analog. Auch in der Verstetigung des Projekts sollten diese Formate zentraler Bestandteil bleiben. Die Klimakarte kann dabei künftig noch stärker in die Kommunikation eingebunden werden, um Sichtbarkeit für bestehende Best-Practice-Beispiele zu schaffen und weitere Akteur:innen zum Mitmachen zu inspirieren.

Darüber hinaus besteht Entwicklungspotenzial durch die inhaltliche Erweiterung des Projekts – etwa durch internationale Vergleiche zu Nachbarschaftsprojekten im Bereich Klimaschutz oder durch eine vertiefte Analyse lokalen Engagements und seiner Wirkfaktoren. Solche Elemente könnten einen wertvollen Beitrag zur Weiterentwicklung und strategischen Verankerung des Projekts leisten und die Wirkung von „Klimaschutz nebenan“ über die bisherigen Formate hinaus verstärken.

7. Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Anzeigen zur Bewerbung der Webinare auf Social Media und nebenan.de

Abb. 2: Referent:innen und Organisator:innen des ersten Community Webinars (Ausschnitt)

Abb. 3: Beratungsangebot auf der Website www.klimaschutz-nebenan.de

Abb. 4: Bundesweite Aktionskarte auf der Website www.klimaschutz-nebenan.de

Abb. 5: Social Media Beiträge zur bundesweiten Karte (Beispiel)

Abb. 6: Integration der Info-Videos mit "Climate Justus" auf der Unterseite "Tipps & Infos" (Beispiel)

Abb. 7: Neue Unterseite "Tipps & Infos" mit Anleitungen zu Aktionsformaten (Beispiel)

Abb. 8: GfIC Recording des Gesamtevents

Abb. 9: Workshop zur Zukunftsvision "Nachbarschaft" mit reinventing society

Abb. 10: Keynote von Milena Glimbowski zu solidarischen Nachbarschaften und Klimaschutz als Eröffnung der Veranstaltung

Abb. 11: Gewinnerprojekte von "Klimaschutz nebenan" auf der Bühne

Abb. 12: Impressionen vom Markt der Möglichkeiten mit lebhaftem Austausch der Teilnehmenden

Abb. 13: Social Media Post zur Bewerbung der Klimakarte

Abb. 14: Social Media Post zur Dokumentation des Community Events

Abb. 15: Social Media Post zur Videoreihe mit "Climate Justus"

Abb. 16: Social Media Post zur Bewerbung des Community Events

Abb. 17: Vorstellung von "Klimaschutz nebenan" bei der Europäischen Akademie Berlin