

# **Aktiv gegen Lärm**

**Tipps und Tricks für eine erfolgreiche  
Lobbyarbeit im Bereich Lärm**

## Impressum

Autor:

Thorben Prenzel, Susann Scherbarth

Auftraggeber:

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e-V. (BUND)

Am Köllnischen Park 1

10179 Berlin

Internet: [www.bund.net](http://www.bund.net)

V.i.S.d.P.: Norbert Frank

Mai 2005

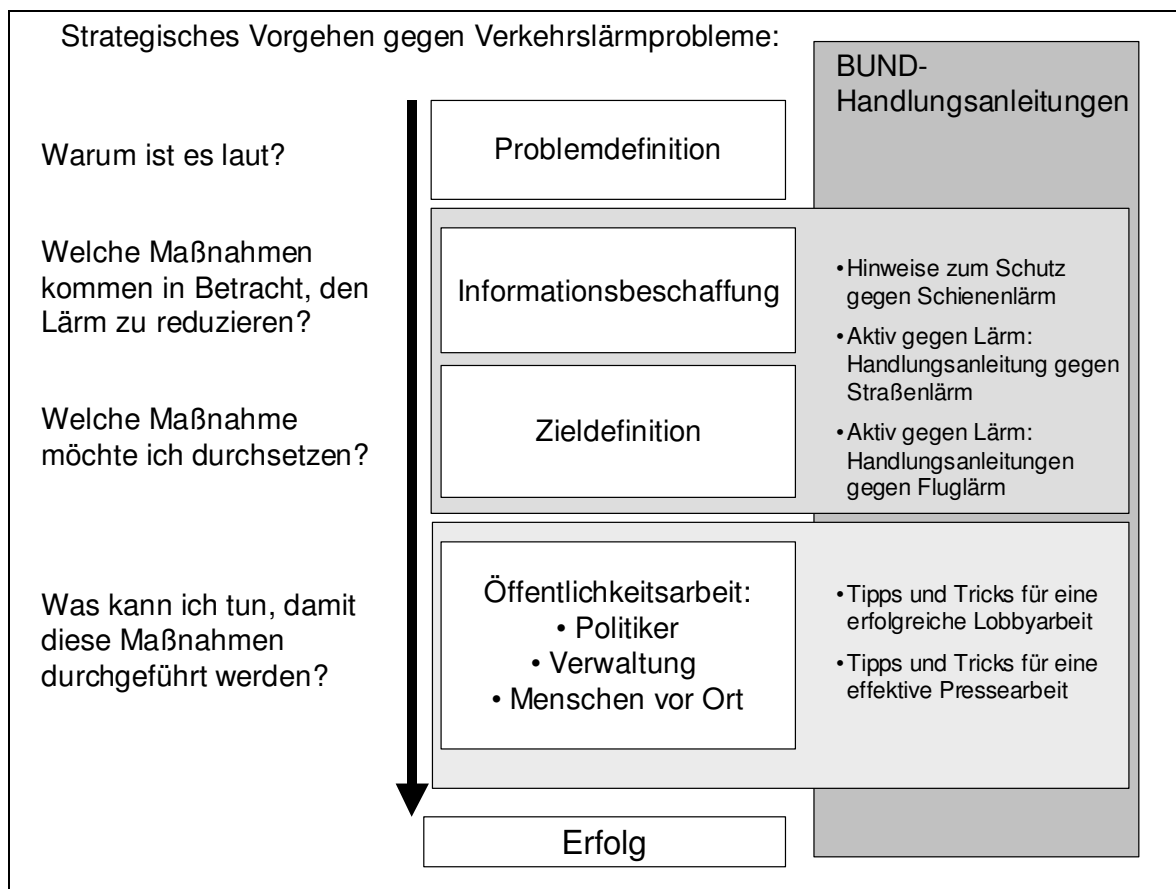
Die Studie wurde finanziell vom Bundesumweltministerium und vom Umweltbundesamt gefördert. Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

## Inhalt

Vorwort .....	4
Was ist Lobbyarbeit?.....	5
Acht goldene Regeln für ein erfolgreiches Lobbying.....	7
Goldene Regel 1: Arbeiten Sie strategisch!.....	7
Goldene Regel 2: Sie wollen etwas verändern!.....	9
Goldene Regel 3: Vertreten Sie das Gemeinwohl!.....	13
Goldene Regel 4: Argumentieren Sie sachlich!.....	14
Goldene Regel 5: Vernetzen Sie sich!.....	15
Goldene Regel 6: Wenden Sie unterschiedliche Methoden an, um Ihre Ziele umzusetzen!.....	17
Goldene Regel 7: Nutzen Sie Ihre Stärken!.....	19
Goldene Regel 8: Haben Sie Spaß!.....	20
Beispiele funktionierender Lobbyarbeit.....	21
Aktionstage .....	22
Was Engagement gegen Lärm so schwierig macht.....	23
Literaturtipps .....	26

## Vorwort

Lärm geht uns alle an: Lauter Verkehr belästigt viele Menschen Tag für Tag. Wie kann ich gegen den Straßenlärm vor meiner Haustür vorgehen? Der Flughafen in meiner Nähe soll ausgebaut werden, wie kann ich einen effektiven Lärmschutz erreichen? Wie kann ich den Lärm messen, der durch vorbeifahrende Züge erzeugt wird? In unserer Reihe *Aktiv gegen Lärm* geben wir die Antworten: Wir liefern Infomaterial und Aktionshilfen.



### *Das BUND-Lärm-Projekt*

Der BUND engagiert sich gegen Lärm: Mit unserem von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt geförderten Projekt *Umwelt und Gesundheit im Bereich Lärm* zeigen wir Möglichkeiten für einen effektiven Lärmschutz vor Ort auf. Unser Ziel ist es, Umweltgruppen und Bürgerinitiativen bei ihrer Arbeit für mehr Lärmschutz effektiv zu unterstützen. Parallel sind wir auf Bundesebene aktiv, um Bewegung in die politische (Lärm-) Arena zu bringen.

### *Machen Sie mit!*

Um mehr über das Projekt *Umwelt und Gesundheit im Bereich Lärm* und über das Thema Lärm zu erfahren, besuchen Sie uns im Internet: [www.bundgegenlaerm.de](http://www.bundgegenlaerm.de)

# Einleitung

## Hinweise zum Lesen

Sie fühlen sich durch den Lärm in Ihrer Umgebung gestört und wollen Ihr Thema an die Öffentlichkeit bringen?! Haben Sie keine Angst und Scheu davor. Tun Sie es einfach!

Lobbyismus will die eigenen Interessen in den politischen Prozess bzw. in die Öffentlichkeit vermitteln. Lobbyismus scheint zwar häufig einen negativen Beigeschmack zu haben, ist aber an sich nichts Schlimmes, im Gegenteil: Um eine aktive Teilnahme der BürgerInnen an politischen Prozessen zu erreichen, ist Lobbyismus nötig und sogar erwünscht. Dieses Heft aus der Reihe *Aktiv-gegen-Lärm* bietet einen Überblick, wie *erfolgreiche Lobbyarbeit im Bereich Lärm* gestaltet werden kann.

Der vorliegende Text kann nur einen Eindruck vermitteln, wie facettenreich Lobbyismus im Bereich Lärm ist. Um Ihnen das Lesen zu erleichtern, begnügen wir uns im ersten Kapitel mit einer sehr kurzen Darstellung der Grundzüge zum Lobbyismus. Im folgenden Hauptteil stellen wir Ihnen acht goldene Regeln vor, die Sie als Unterstützung für eine erfolgreiche Lobbyarbeit nutzen können. Viele Punkte werden Sie in Ihrer Arbeit bereits anwenden. Andere werden Ihnen neu vorkommen. Nutzen Sie diejenigen, die Ihnen weiterhelfen können.

Abgerundet wird das Papier sowohl durch einige positive Beispiele als auch durch Hinweise darüber, in welchen Situationen Schwierigkeiten auftauchen können. Infos zum Weiterlesen werden an passender Stelle genannt. Am Ende des Papiers finden Sie ein paar Literaturtipps zum Weiterlesen.

Viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg bei Ihrem Engagement gegen Lärm wünscht Ihnen das Lärmteam des BUND.

## Was ist Lobbyarbeit?

Lobbyarbeit heißt, EntscheidungsträgerInnen dazu zu bewegen, eigene Sichtweisen – hier umwelt- und Verbraucherschutzbezogene Aspekte – in die Politik zu integrieren. Lobbyarbeit erhöht damit die Beteiligung der BürgerInnen an staatlichen Entscheidungen. Die Lobbyierenden vertreten die Interessen der BürgerInnen, gestalten rechtzeitig mit und betreiben Informationsmanagement. Lobbyarbeit beinhaltet daher zwei zentrale Elemente: **Informationsarbeit** und **Kommunikation**.

Informieren Sie sich im Vorfeld genau über das zu diskutierende Thema und die bestehende Problematik. Nehmen Sie Kontakt mit Menschen aus verschiedenen Bereichen auf, um ein vielfältiges Meinungsbild zu erlangen.

### Informationsarbeit

Damit Argumente ihre erwünschte Wirkung zeigen, müssen bestehende Informationen gesammelt und durchgearbeitet werden und klar formuliert sein. Informieren Sie sich dazu bei den zuständigen Verbänden, Behörden, Instituten, etc. und schreiben Sie sich die Argumente auf, damit Sie jederzeit darauf zurückgreifen können. Die Qualität der Informationen spielt eine wichtige Rolle, da widerlegbare Fakten schnell vom Tisch geschoben werden. Denken Sie daran, dass Lobbying nicht emotional oder mit Druckmitteln arbeiten sollte sondern argumentativ. Nur stichfeste Argumente helfen Ihnen weiter.

## **Kommunikation**

Die kontinuierliche, persönliche Kontaktpflege in die umweltpolitischen Netzwerke – die Kommunikation in Form von Gesprächen – ist das zweite zentrale Element der Lobbyarbeit. Sie als LobbyistIn sollten wie ein Radar arbeiten: Stets Augen und Ohren offen halten, um Entwicklungen und Tendenzen wahrzunehmen. So können Sie schnell reagieren und gegebenenfalls intervenieren. Es ist wichtig, sich hierfür ein Netzwerk von Beziehungen aufzubauen. Ein Netzwerk funktioniert aber nur dann, wenn beide Seiten davon profitieren. Bieten Sie Ihre Hilfe zur Unterstützung an.

Sie als lobbyierende Person sollten zudem voll hinter der Sache stehen, für die Sie sich einsetzen. Nur dann wirken Sie überzeugend.

Bisher haben Sie einen kurzen, allgemeinen Überblick über das Thema Lobbyarbeit bekommen. Das Thema Lobbyarbeit wirft bestimmt noch weiterhin viele Fragen bei Ihnen auf. Die folgenden acht goldenen Regeln werden Ihnen dabei helfen, bestehende Fragen zu beantworten und zu klären, was Sie beim Lobbying beachten sollten und wie Sie vorgehen können.

## Acht goldene Regeln für ein erfolgreiches Lobbying

Gerade in Verbindung mit der Lärmproblematik ist Lobbying schwierig und nicht immer unproblematisch. Lärmschutz ist ein sehr zeitaufwändiges und nicht immer beliebtes Thema. Wie schaffen Sie es, Ihr Thema den EntscheidungsträgerInnen nahe zu bringen? Wie können Sie diese dazu bewegen, umwelt- und verbraucherschutzbezogene Aspekte in die Politik zu integrieren?

Die folgenden acht goldenen Regeln werden Ihnen hierbei helfen. Die erste goldene Regel ist die wichtigste. In den weiteren goldenen Regeln wird dann näher auf einzelne Aspekte eingegangen.

### Goldene Regel 1: Arbeiten Sie strategisch!

Eine Strategie ist unerlässlich. Deshalb ist die erste und wichtigste goldene Regel: Arbeiten Sie strategisch! Die Gefahr der Verzettelung in unwichtige Details verringert sich dadurch. Damit vermeiden Sie später vergeblichen Aufwand und unnötigen Frust.

Planen Sie ihr Handeln. Versuchen Sie, mit möglichst geringem Aufwand möglichst effektiv das angestrebte Ziel zu erreichen. Handeln Sie nicht in kurzfristigem Denken. Es wird Ihnen viel Mühe ersparen.

Wie kann eine Strategie aussehen? Was muss ich dabei beachten?

Ein kurzer allgemeiner Ablaufplan für Ihr Handeln könnte so aussehen:

- Informieren Sie sich zuerst genau über die bestehende Problematik.
  - Machen Sie sich einen Plan und formulieren Sie Ihre Ziele.
  - Suchen Sie sich MitstreiterInnen, die Sie unterstützen könnten.
  - Knüpfen Sie Kontakte, nutzen Sie diese und bauen Sie diese weiter aus (besonders aus Verwaltung und Journalismus).
  - Veranstalten Sie eine pressewirksame Aktion, erklären Sie Ihre Absicht.
- Sie werden merken, wie Sie etwas in den Köpfen anderer Menschen bewegen können und Veränderungen erreichen.

Um für die geplanten Ziele (Zieldefinition siehe **goldene Regel 2**) eine passende Strategie zu entwickeln, sind drei allgemeine Elemente entscheidend: a) *Richtung*, b) *Option*, c) *Kommunikation*. Sie müssen sich selbst einige Fragen zu Ihrem Vorhaben stellen, um strategisch vorgehen zu können:

a) Wohin wollen Sie gelangen? Was ist Ihr Ziel? (Richtung)

b) Welche Möglichkeiten haben Sie? (Optionen)

c) Wie wollen Sie zu Ihrem Ziel gelangen? Wen wollen Sie erreichen? Was ist Ihre Botschaft? Wie soll diese vermittelt werden? Wie wollen Sie die Kommunikation einsetzen? (Kommunikation - beinhaltet Zielgruppe, Kernaussage, Umsetzung)

Können Sie alle Fragen ausreichend beantworten? Anschließend folgt die Umsetzung der strategischen Überlegungen in konkrete taktische Maßnahmen, um die Lobbyziele zu erreichen. Folgende Fragen sollten Sie sich dann diesbezüglich stellen. Hilfestellungen dazu finden Sie in den einzelnen goldenen Regeln.

- Sind die Ziele logisch abgeleitet? Sind die Ziele nach Ebenen und nach Prioritäten gegliedert? (siehe goldene Regel 2)
- Sind die Zielgruppen ausreichend beschrieben und ihre Interessen erfasst? Sind die Botschaften für die Zielgruppen wichtig und angemessen formuliert? (siehe goldene Regel 2)
- Ist der Zeitpunkt günstig gelegen und vielleicht mit irgendeinem ähnlichen Ereignis gekoppelt? (siehe goldene Regel 2 und Aktionstage)
- Habe ich ein positives Ziel? Vertrete ich damit viele Menschen? (siehe goldene Regel 3)
- Bin ich auf meine Gegenüber eingegangen und agiere ich konstruktiv? (siehe goldene Regel 4)
- Habe ich mich mit anderen Menschen vernetzt oder stehe ich alleine da? (siehe goldene Regel 5)
- Habe ich die Problematik bei den wichtigen Personen bekannt gemacht? (siehe goldene Regel 6)
- Ist die Konzeption noch problemgerecht und realistisch? (siehe goldene Regel 7)
- Bin ich noch mit Freude dabei? (siehe goldene Regel 8)

Sie fühlen sich jetzt verwirrt, weil Sie so viele Fragen beantworten sollen? Lassen Sie sich nicht davon abschrecken. Agieren Sie weiter. Sie erhalten unter den folgenden goldenen Regeln konkrete Hilfen zur Beantwortung der einzelnen Punkte. (Weitere hilfreiche Hinweise bekommen Sie im Heft **aktiv.um** No 1 „Mehr bewegen mit Strategie“ – siehe **Literaturtipps**).

## Goldene Regel 2: Sie wollen etwas verändern!

Veränderungen brauchen Zeit und müssen Widerstände überstehen. Hierfür ist es wichtig zu wissen, wann es wen zu überzeugen gilt und wer Ihre Verbündeten sind. Machen Sie sich einen Zeitplan – auch mit vielen kleinen Zielen. Verlieren Sie dabei nicht den Überblick über Ihr Vorhaben.

Sie wollen etwas bewegen, nehmen Sie sich dafür *Zeit*. Haben Sie konkrete *Zielpersonen* im Blick. Haben Sie Ziele vor Augen, die sie in einen bestimmten *Zeitraum* erfüllen können. Wichtig sind also die Zeit, eine Zielgruppe und die passenden Zeitpunkte.

Wie erreichen Sie das konkrete Ziel, die passende Zielgruppe und den richtigen Zeitpunkt?

- Zielfestlegung
- Zielgruppe
- Zeitpunkt

### Zielfestlegung

Mit welchem Ziel wird lobbyiert? Was möchten Sie mit Ihrem Engagement in der Lärmpolitik bewirken?

Bevor Überlegungen angegangen werden, wie Lobbyarbeit betrieben wird, muss ein *konkretes* Ziel in einem *zeitlich* festgesteckten Rahmen feststehen. Überlegen Sie sich das Ziel, das Sie erreichen wollen. Wenn unklar bleibt, wozu das eigene Handeln führt, verlieren Sie leicht die Motivation. Sie wissen nicht, wofür Sie sich anstrengen, Sie entwickeln kein Vertrauen in die eigene Tätigkeit, und die Umsetzung bleibt auf der Strecke.

### Formulierung von Lobbyzielen

Das konkrete Ziel muss nach genauer Planung und Betrachtung der Ausgangssituation in klare Botschaften überführt werden. Die Ziele werden umso realistischer, je sorgfältiger die Situation analysiert wird und das Wissen um die Lärmproblematik ist. Ziele sollten konkret formuliert werden. Das ist besonders wichtig, um eigene Fortschritte zu erkennen. Ein Ziel „Am 10.05.06 machen wir eine Veranstaltung am Ort ..xy.. mit ..yz.., um den Bürgermeister unser Problem vorzustellen“ ist zu erreichen. Das Ziel „wir müssen mal die Öffentlichkeit zu der Problematik Lärm informieren“ hilft dagegen wenig weiter.

Es gibt verschiedene Methoden, Ziele zu definieren. Eine Faustregel sagt, Ziele haben *S.M.A.R.T.* zu sein. Diese Faustregel beinhaltet 5 Aspekte, nach denen Ziele festgesetzt werden können:

- |                     |   |
|---------------------|---|
| <b>Spezifisch –</b> | Setzen Sie sich ein konkretes Ziel mit einer gewissen Bandbreite – kein zu allgemeines, abstraktes Ziel.  |
| <b>Messbar –</b>    | Legen Sie sich Kriterien fest, die die Zielerreichung messbar machen. Legen Sie sich auch kleine Ziele fest. Könnte eine außenstehende Person Veränderungen wahrnehmen? |

- Ambitioniert** – Die Ziele müssen akzeptabel und attraktiv sein. Sie müssen den Drang verspüren, das Ziel zu erreichen. Nur attraktive Ziele dienen Ihnen. Zudem sollte das Ziel nicht nur Ihren Vorstellungen entsprechen sondern auch Ihren Verbündeten. Formulieren Sie Ihr Ziel positiv und suchen Sie sich eigenverantwortliche Ziele.
- Realistisch** – Ziele sollen eine Herausforderung sein, die aber realistisch ist. Überlegen Sie sich vorher, ob das Ziel nicht zu hoch angesetzt, sondern unter den gegebenen finanziellen, personellen und politischen Rahmenbedingungen verwirklicht werden kann.
- Terminiert** – Legen Sie ein zeitlich abgegrenztes Ziel fest. Der festgelegte Zeitrahmen schafft eine Verbindlichkeit gegenüber dem Ziel und erleichtert es, bei Ihrer Zeitplanung zu bleiben.

Anhand der folgenden Fragen können Sie am Schluss nochmals überprüfen, ob ihr Ziel klar genug definiert ist:

- Woran ist erkennbar, dass das Ziel erreicht worden ist?
- Ist das Ziel für alle Beteiligten akzeptabel und attraktiv?
- Können die formulierten Ziele von Außenstehenden unterschiedlich gedeutet werden?
- Ist es in dieser Zeit unter den Rahmenbedingungen realistisch?

### Beispiel:

#### **Einführung einer Tempo-30-Zone – Zielfestlegung**

Die Straße vor meiner Haustür soll in diesem Jahr aufgrund der Lärmbelästigung zu einer Tempo-30-Zone werden. Das Ziel ist:

- Spezifisch: Ich möchte eine **Tempo-30-Zone**. Es handelt sich um eine einzelne Maßnahme.
- Messbar: Wenn das Tempo 30 Schild da ist, sehe ich meinen Erfolg. Einzelne Schritte hierzu müsste ich noch definieren.
- Ambitioniert: Es ist positiv formuliert und ich habe es (hoffentlich) vorher mit meinen Verbündeten zusammen erstellt.
- Realistisch: Ist es auf jeden Fall, ich kann es erreichen (genau prüfen).
- Terminiert: Ich kann/ will es in diesem Jahr schaffen (auch ehrlich prüfen).

### **Zielgruppe**

Wen sollten Sie ansprechen? Wer ist zu diesem Zeitpunkt wichtig, um Sie bei Ihrem Lärmproblem zu unterstützen?

Im Zentrum Ihrer Lobbyarbeit stehen EntscheidungsträgerInnen. Haben Sie konkrete Personen im Blick. Kontaktieren Sie im Vorfeld MitarbeiterInnen und ReferentInnen der zu lobbyierenden Person. Damit können Sie das Thema bereits vorher an die Person herantragen. Zu ihnen zählen auch MultiplikatorInnen, d.h. informelle und formelle MeinungsführerInnen oder JournalistInnen.

In der Regel ist es schwierig bis unmöglich, an die oberste Hierarchieebene (z.B. BürgermeisterIn) zu gelangen. Aber wichtige Vorentscheidungen werden sowieso auf den unteren Ebenen getroffen. Wichtig ist es, sich im Vorfeld zu informieren, wer sich mit dem Thema befasst und zu Entscheidungen beiträgt.

Verfolgen Sie die zu lobbyierende Person wenn möglich in den Medien oder bei öffentlichen Veranstaltungen, um sich gezielt Argumente zu überlegen und somit schlagfertig reagieren zu können. Dabei sind auch personenbezogene Informationen und Wissen um frühere Positionen und Initiativen der zu lobbyierenden Person sehr hilfreich. „Wohnt die Person z.B.: auch an einer lauten Straße?“. Auf entscheidende und interessante Punkte kann aufgebaut werden und Knackpunkte Ihrer Argumentation können darauf ausgerichtet sein.

Bei Lärmbeschwerden wie Straßen-, Schienen- und Fluglärm ist meist das Umweltamt der Stadt, des Landkreises (Landratsamt) oder des Bezirkes und dort wiederum die für den Immissionsschutz zuständige Stelle bzw. die örtlich zuständige Behörde verantwortlich. Finden Sie die zuständigen Fachvertreter, denken Sie auch daran, wer Ihre Verbündeten sind. (Mehr hierzu in der Reihe „Aktiv-gegen-Lärm“: Handlungsmöglichkeiten gegen Straßenlärm.)

### Beispiel:

#### Einführung einer Tempo-30-Zone – Zielgruppe

- Die Bevölkerung als Zielgruppe, um auf das Problem aufmerksam zu machen und Druck auf die Verwaltung/ Politik auszuüben.
- AnwohnerInnen als Unterstützende und Verbündete
- Die Politik als Gegner und (!) UnterstützerIn. (Finden Sie heraus, wer Ihre AnsprechpartnerInnen sein können.)
- Die Presse als Unterstützer der Öffentlichkeitsarbeit (siehe „Aktiv-gegen-Lärm – Tipps und Tricks für eine effektive Pressearbeit im Bereich Lärm“)

Wichtig ist, dass jede Zielgruppe eine andere Form der Ansprache braucht. Zudem ist sie auch zu anderen Zeitpunkten für Ihr Anliegen bedeutend. (Siehe dazu auch in den Literaturtipps: **aktiv.um** No8 „Mehr Menschen erreichen“.)

### **Zeitpunkt**

Wann agieren Sie? Wann gehen Sie an die Öffentlichkeit?

Sie müssen einen passenden Zeitpunkt wählen. Agieren Sie nicht erst, wenn das Problem schon überall bekannt ist und sich niemand mehr damit auseinandersetzen möchte. Nehmen Sie frühzeitig Entwicklungen wahr, analysieren Sie diese und bestimmen Sie danach Ihr Vorgehen.

Voraussetzung für ein effektives Arbeiten ist das Wissen über aktuelle Geschehnisse in der Lärmpolitik. Da ist wieder Ihre Radarfunktion gefragt. Welche neuen Gesetze gibt es, welche Veränderungen wird es demnächst geben? Ist das Thema Geschwindigkeitsbegrenzung, Fahrbahnbelagänderung oder Verkehrsverlagerung aufgrund von Lärm gerade aktuell? Oder gibt es andere Diskussionen in der Stadt (Schadstoffbelastung, Verkehrssicherheit, etc.), an die Sie sich dranhängen können? Wenn Dinge schon in Bewegung sind, wird es für Sie leichter sein, über notwendige Veränderungen zu sprechen und Ziele zu erreichen.

Besonders wichtig ist es, schon im Vorfeld von Entwicklungen aktiv zu sein. Teilweise ist das sehr schwierig, da in unserer schnelllebigen Zeit Themen von der Presse kurzfristig aufgegriffen werden und auch schnell wieder verschwinden. Wenn Sie gut mit Politik/ Verwaltung/ Presse vernetzt sind, werden Ihnen aber auch Themen angetragen. Seien Sie offen und denken Sie daran: Sie haben ein Ziel!

Was machen Sie, wenn das Thema gerade nicht aktuell ist, Sie trotzdem mit der Problematik an die Öffentlichkeit wollen? Nutzen Sie erfolgreiche Beispiele für Ihre Zwecke (siehe „Erfolgreiche Beispiele“ und Aktiv-gegen-Lärm „Tipps und Tricks für eine erfolgreiche Pressearbeit“.)

**Beispiel:**

**Einführung einer Tempo-30-Zone – Zeitpunkt**

- Agieren Sie z.B., wenn in anderen Straßen Geschwindigkeitsreduzierungen eingeführt werden.
- Finden Sie heraus, ob dieses Thema in anderen Zusammenhängen auf der Tagesordnung steht.
- Stellen Sie z.B. ihre Forderung am ersten Schultag unter dem Thema „Sicherheit für Kinder“ vor, hiermit werden Sie große Resonanz finden.
- Gibt es Neubaumaßnahmen in der Nähe: Nutzen Sie diese Gelegenheit.

### **Goldene Regel 3: Vertreten Sie das Gemeinwohl!**

Seien Sie nicht gegen Lärm per se, sondern setzen Sie sich stattdessen für eine ruhigere bzw. saubere Stadt ein. Stellen Sie die Sache positiv dar, indem Sie die Offensive ergreifen und intelligentere Lösungen (Alternativen) als die bisherigen anbieten.

Stellen Sie nicht die eigene Betroffenheit in den Vordergrund. Versuchen Sie, für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung zu sprechen. Formulieren Sie Ihre Ziele positiv.

Haben sie immer das Gemeinwohl im Blick. Auch wenn die Straße vor ihrer Haustür „nur“ die AnwohnerInnen nervt, müssen Sie trotzdem für eine möglichst große Anzahl von Menschen sprechen. Politiker und Behördenvertreter verstehen sich als Anwälte des Gemeinwohls. Wenn Sie nur ein Einzelinteresse vertreten, ist es ein Leichtes, dies zu ignorieren. Versuchen Sie, nicht nur gegen den Lärm in ihrer Umgebung zu kämpfen. Wenn Sie verschiedenste Interessen zusammenbringen, können Sie mehr erreichen. Formulieren Sie ein positives Ziel, z.B.: „Wir wollen mehr Lebensqualität in unserem Stadtgebiet, mehr Ruhe, Sicherheit für Kinder, etc.“.

#### **Informationen beschaffen**

Eigene Recherchen, Gutachten und Analysen, auf die man sich später immer wieder beziehen kann, sind wichtig und hilfreich. Fachkundige Personen vor Ort helfen, die oftmals vorhandene Scheu der BürgerInnen zu überwinden, sich für die eigene Sache mit der „höheren Ebene“ anzulegen. Sie machen sich zum Anwalt der BürgerInneninteressen und bringen gewonnene Erkenntnisse bei Politik und Verwaltung gezielt vor.

#### **Beispiel:**

##### **Einführung einer Tempo-30-Zone**

Wir, die Initiative xy, yz, zz fordern eine Tempo-30-Zone für die Straße xy. Die Lebensqualität von x AnwohnerInnen wird damit verbessert und Kinder auf dem Schulweg nach ... werden geschützt. Die Lärm- und Abgaswerte würden auf ein erträgliches Niveau gesenkt werden, etc.

Der Lärmpegel kann durch Erneuerung oder Austausch des Straßenbelages vermindert werden.

## Goldene Regel 4: Argumentieren Sie sachlich!

Sie wollen andere Menschen bewegen und von Ihren Ansichten und Absichten überzeugen. Hierzu sollten Sie sachlich bleiben, argumentieren Sie nicht emotional.

Sie vertreten eine Meinung. Machen Sie sich klar, dass Sie nur eine Meinung unter vielen vertreten. Nicht jede Person wird Ihre Ansicht haben.

Bei dieser goldenen Regel handelt es sich eher um einen Hinweis: Bleiben Sie ruhig!

Viele Lärmbetroffene sind durch die jahrelange Dauerbelastung schon zermürbt. Dazu kommen endlose Versuche, bei Behörden und Politik Gehör zu finden. Folge: Frust und die wahrgenommene Sinnlosigkeit des Tuns lassen verzweifeln. Irgendwann ist eine Grenze überschritten. Entweder die Betroffenen geben auf oder sie kämpfen weiter und verrennen sich in ihr eigenes Anliegen und können Freund und Feind nicht mehr unterscheiden.

Machen Sie sich klar, dass nicht alle Menschen Verständnis für ihr Anliegen haben. Wer selber nicht durch Lärm betroffen ist, kann die Belastungen nur schwer nachvollziehen. Auch hier gilt wieder: Argumentieren Sie sachlich. Emotionen wecken Abwehr und sind in Gesprächen mit der Verwaltung z.B. wenig tauglich. Emotional sollte man in Bereichen der Werbung und der Presse sein – nicht bei der Lobbyarbeit.

Wie schaffen Sie es, bei der bestehenden Problematik sachlich zu argumentieren und ruhig zu bleiben? Das hängt von ihrer Persönlichkeit ab. Aber wenn Sie diese Regel in Ihrem Kopf gespeichert haben, denken Sie einfach daran, wenn Ihnen „der Kragen zu platzen“ droht.

### Beispiel:

#### **Einführung einer Tempo-30-Zone**

*Sachliche Begründung:* Tempo 30 dient der Sicherheit, reduziert das Lärmproblem, wirkt sich günstig auf die gesamte Umgebungen aus, etc.

*Nicht:* „Ich will Tempo 30, es ist mir hier zu laut.“

## Goldene Regel 5: Vernetzen Sie sich!

Vernetzung bedeutet allgemein gesprochen, dass Sie sich Verbündete suchen. Diese finden Sie in ihrer Umgebung, in der allgemeinen Bevölkerung (Presse) und auch in der Verwaltung bzw. Politik.

Machen Sie sich klar, wo Ihre Verbündeten sitzen. Suchen Sie sich MitstreiterInnen, damit Sie nicht alleine bleiben. Sie erreichen mehr, wenn Sie mit anderen zusammenarbeiten. Versuchen Sie, von anderen Initiativen zu lernen und tauschen Sie Erfahrungen aus.

Wie vernetzen Sie sich? Mit wem vernetzen Sie sich?

### Gruppen gründen

Schließen Sie sich mit anderen Betroffenen zusammen, gründen Sie eine Initiative bzw. BUND-Ortsgruppe. Alleine haben Sie in der Regel wenig Chancen, Ihr Anliegen durchzusetzen. Wie bereits oben erwähnt, müssen Sie ein Gemeinwohl vertreten. Dann wird man Sie ernst nehmen müssen. Als BUND-Ortsgruppen können Sie im Namen des BUND sprechen. Sie können auf das Netzwerk zugreifen und fachliche Unterstützung erhalten. Melden Sie sich bei Ihrem Landesverband. Unter [www.bund.net](http://www.bund.net) finden Sie die Adresse.

Wenn Sie schon in einer Initiative/ Gruppe arbeiten, koordinieren Sie sich mit anderen InteressensvertreterInnen (Umweltgruppen, Gewerkschaften, kirchliche Gruppen). Oder tun Sie sich mit bereits bestehenden BUND-Ortsgruppen und anderen Initiativen zusammen, die sich mit der gleichen oder ähnlichen Lärmproblematik auseinandersetzen. Sie können viel lernen. Wichtig bleibt: Vermeiden Sie, alleine zu arbeiten. Die Last verteilt sich besser auf mehrere Schultern. (Weitere Hinweise in **aktiv.um** No 2 „Motivierte Mitstreiter gewinnen“ – siehe Literaturtipps.)

### Problem der Öffentlichkeit bewusst machen

Die Stadt hat oft nicht den Willen und die Finanzmittel, die angedachten Maßnahmen umzusetzen. Da ist öffentlicher Druck auf die EntscheidungsträgerInnen notwendig. Eine breite öffentliche Unterstützung hilft, stärker Druck auszuüben und sie zum Handeln zu zwingen. Je stärker der Druck der Öffentlichkeit ist, desto bereitwilliger werden Entscheidungspersonen dem Wählerdruck nachgeben und entsprechende Kompromisse anbieten.

Suchen Sie sich hierzu Verbündete aus der Öffentlichkeit. Diese finden Sie z.B. in der Presse (**Infos dazu erhalten Sie in der Aktiv-gegen-Lärm Reihe „Tipps und Tricks für eine effektive Pressearbeit“.**)

Da Lärminderung dem Erhalt der Gesundheit dient ist es auch möglich, bei *Krankenkassen* und *Verbänden* aus dem Gesundheitswesen sowie *Rentenkassen* nachzufragen. Auch bestimmte *Berufsgruppen* sind für das Thema sensibilisiert: z.B. Hörerätakustikbetriebe. Ein offenes Ohr finden Sie auch bei größeren *Firmen*, die sich in ihrem Leitbild dem nachhaltigen Wirtschaften im Einklang mit Mensch und Umwelt verpflichten. (Schließlich sollten auch die *Lärmverursacher* entsprechende Mittel beantragen und die Lärmsanierung vorantreiben.)

Nutzen Sie gleichzeitig die Gelegenheit, Spenden aufzutreiben. Auch Lobbyarbeit ist nicht ohne finanzielle Mittel möglich. Kommunale Mittel sind knapp, so dass für öffentlichkeitswirksame Aktionen

private Sponsoren für Sach- und Geldspenden benötigt werden. Sponsoren sollten für konkrete Maßnahmen gewonnen werden. Weiter sind Fantasie und Individualität gefragt, um Fördermöglichkeiten in Erfahrung zu bringen. Mehr zu Aktionen erhalten Sie in der **goldenen Regel 6**. (Weitere Hinweise bekommen Sie in **aktiv.um** No 5 „Mehr Geld durch professionelles Fundraising“ bzw. **aktiv.um** No 6 „Mehr Spielräume durch gute Finanzplanung“ – siehe Literaturtipps.)

### **Verwaltung und Politik**

Besonders wichtig ist es, sich mit den Entscheidungsträgern aus Politik und Verwaltung zu vernetzen. So erhalten Sie wichtige Informationen und können schon im Vorfeld agieren. Wie Sie dort Verbündete finden, bleibt Ihrem Geschick überlassen. Eine überall gültige Strategie lässt sich leider nicht aufzeigen. Ein Tipp: Denken Sie daran, dass sowohl die Politik als auch die Verwaltung selbst auf Verbündete angewiesen sind. In der Politik spielen die unterschiedlichen Interessen eine Rolle: Ein Vertreter der FDP steht in der Regel der Wirtschaft näher als ein Vertreter der Grünen. Seien Sie aber vorsichtig mit klischeehaften Bildern: Wie es bei Ihnen vor Ort aussieht, müssen Sie selber herausfinden.

In der Verwaltung besitzt das Umweltressort (Umweltamt, etc.) oft die schwächste Stellung in der Verwaltungshierarchie. Bei Verkehrsprojekten ist das Verkehrsressort (Straßenverkehrsamt, etc.) zuständig, mit in der Regel sehr guten Kontakten zur lokalen Wirtschaft und einer starken Stellung innerhalb der Verwaltung. Aber auch hier gilt, dass es bei Ihnen vor Ort anders aussehen kann. Machen Sie sich vorher klar, wo Ihre AnsprechpartnerInnen sitzen könnten und welche Interessen diese verfolgen. Dann haben Sie eine klare Zielgruppe (siehe goldene Regel 1).

### **Beispiel:**

#### **Einführung Tempo-30-Zone**

- Vernetzung mit Umgebung: Gründen Sie eine Anwohnerinitiative, BUND-Gruppe oder fragen Sie Ihre lokale BUND-Gruppe um Hilfe.
- Vernetzung mit Öffentlichkeit: Suchen Sie sich (lokale) Zeitungen, die Ihre Geschichte interessant finden können (z.B.: lokale Anzeigenblätter, **siehe Reihe – Aktiv-gegen-Lärm „Tipps und Tricks für eine effektive Pressearbeit“.**) Suchen Sie Kindergärten und Schulen in der Umgebung (Thema Sicherheit).
- Sprechen Sie Politik und Verwaltung an. Finden Sie heraus, wer Ihr Anliegen für unterstützenswert halten könnte (evtl. wohnt ja jemand in ihrem Bezirk).

## **Goldene Regel 6: Wenden Sie unterschiedliche Methoden an, um Ihre Ziele umzusetzen!**

Zu den Methoden der Lobbyarbeit gehören persönliche Gespräche unter vier Augen, Telefonate, Briefe und Präsentationen. Es folgen Kampagnen, mit denen die öffentliche Stimmung beeinflusst wird, Positionspapiere, Stellungnahmen, offene (Leser)Briefe und Aktionen, etc. Die Möglichkeiten der Einflussnahme sind vielfältig. Wir können Ihnen nur ein paar aufzeigen.

Wenden Sie unterschiedliche Methoden im Lobbybereich an, um Ihre Ziele umzusetzen. Die direkte und persönliche Kommunikation bei der Lobbyarbeit wird oft bevorzugt.

### **Positionspapiere, Stellungnahmen**

Positionspapiere oder schriftliche Stellungnahmen zur konkreten Lärmproblematik sind für Sie bzw. für Ihre Gruppe wichtig, um klare und einheitliche Aussagen treffen zu können. EntscheidungsträgerInnen oder andere InteressenvertreterInnen können anhand der Positionen Ihre Ansichten einschätzen. Die Positionen müssen in der Gruppe genau abgesprochen sein, um mit widerspruchsfreien und schlüssigen Aspekten argumentieren zu können.

Die Papiere sollten:

- zeitgerecht sein, d.h. politisch aktuell,
- inhaltlich gut aufbereitet sein,
- sich auf das Wesentliche konzentrieren (Knackpunkte formulieren, sonst wird es nicht gelesen),
- kurz und prägnant sein,
- leicht lesbar sein,
- optisch ansprechend sein.

Wenn Sie ihre Positionen veröffentlichen bzw. versenden, sollten Sie Hintergründe und ausführliche Details nur auf Anfrage weiterreichen, aber nicht ins Anschreiben setzen. Für eine Position, z.B. für einen Straßenumbau, reicht es in der Regel, ein 1-2seitiges Anschreiben mit den wichtigsten Punkten zu formulieren. Wenn gewünscht, können die ausführlichen Positionen als Anlage beigefügt werden. Heutzutage nimmt sich kaum jemand mehr Zeit, mehr als zwei Seiten zu lesen. Schreiben Sie also kurz, prägnant und sachlich.

### **Persönliches Gespräch**

Zusätzlich ist es immer gut, persönlich mit den EntscheidungsträgerInnen in Kontakt zu treten. Ist es nicht möglich, an diese heranzukommen, sprechen Sie mit anderen Personen der Zielgruppe oder den MultiplikatorInnen, durch die Informationen an die EntscheidungsträgerInnen getragen werden können. Dazu gehören zum Beispiel MitarbeiterInnen, externe Beratende, andere Lobbyisten, etc.

Nehmen Sie den Kontakt per Telefon auf. Per E-Mail, Fax oder Brief ist der Kontakt natürlich auch möglich, jedoch oft nicht so wirksam. Mit einer Wartezeit für einen Termin von mehreren Tagen oder Wochen müssen Sie rechnen. Nehmen Sie sich dafür Zeit und bereiten Sie dies gewissenhaft vor. Seien Sie auf Gegenargumente vorbereitet. Dazu sollten Sie beachten:

- Mit wem sprechen Sie?
- Sind Sie auf dem aktuellen Informationsstand?
- Bereiten Sie schriftliche Unterlagen vor, auch um Missverständnissen entgegenzuwirken.
- Überlegen Sie sich genaue Fragen, um Ihrem Ziel näher zu kommen.
- Stellen Sie ihr Anliegen und ihre Gruppe kurz vor.
- Stellen Sie Zahlen und Fakten dar.
- Hören Sie Ihrem Gegenüber gewissenhaft zu und lassen Sie ihn zu Wort kommen.

### **Offene (Leser)Briefe**

Mit offenen (Leser)Briefen können Sie auf die Lärmproblematik hinweisen und sie in der Öffentlichkeit darstellen. Dadurch sprechen Sie Interessierte und andere Betroffene an und können dies indirekt als Druckmittel für EntscheidungsträgerInnen nutzen. Leserbriefe veröffentlichen Sie in Ihren regionalen Zeitungen, Amtsblättern oder ähnlichen Printmedien.

### **Aktionen zum Mitmachen**

Um MitstreiterInnen für das Anliegen zu gewinnen, die Problematik bekannt zu machen und Druck auf die Politik bzw. Verwaltung zu erhöhen, ist Öffentlichkeitsarbeit in Form von Aktionen unerlässlich. Sie machen aufmerksam und unterstützen die inhaltliche Arbeit.

Aus Gründen der Lesbarkeit soll hier nicht näher auf einzelne Aktionen eingegangen werden. Diese finden Sie im Punkt **Positive Beispiele** oder auf unserer Internetseite [www.bundgegenlaerm.de](http://www.bundgegenlaerm.de). Es gibt eine Fülle an Literatur, wie Aktionen vorbereitet werden können und welche Schwierigkeiten auftreten (siehe **Literaturtipps**). Wenn Sie sich diese Hilfestellung verinnerlicht haben, haben Sie auch schon die wichtigsten Punkte für eine Aktion parat: Machen sie sich ein Ziel, suchen Sie UnterstützerInnen und vor allen Dingen, vergessen Sie nicht die Freude an Ihrem Vorhaben. Wichtig ist auch hierbei wieder, genau das Ziel der Aktion zu definieren. Wenn Sie z.B. eine Presseaktion planen, brauchen Sie keine große Menschenmenge. Ein paar Aktive und eine spritzige Idee für ein Foto reichen.

### **Beispiel:**

#### **Einführung einer Tempo-30-Zone:**

- Ziel Presseaktion: Aufstellen von einem Tempo-30-Schild plus Presstext „AnwohnerInnen fordern Tempo 30 in der ...straße“.
- Ziel Politik: Veranstaltung mit verschiedenen Politikern zur Verkehrssituation im Bezirk (breit vorher bekannt machen).
- Ziel Verwaltung: Einzelgespräche und Briefe mit Argumenten, etc.
- Ziel AnwohnerInnen: Unterschriftenaktion um UnterstützerInnen zu gewinnen.

## Goldene Regel 7: Nutzen Sie Ihre Stärken!

Neben den oben genannten Voraussetzungen für effektive Lobbyarbeit sind ihre persönlichen Eigenschaften wichtig. Erkennen Sie Ihre persönlichen Stärken und nutzen Sie diese, seien Sie sich aber auch Ihrer Schwächen bewusst.

Suchen Sie Mitmenschen, die Ihrer Sache kritisch bis neutral gegenüberstehen. Fragen Sie sich immer wieder: Verfolge ich mein Ziel? Dient das meinem Ziel? Sind wir auf dem richtigen Weg? Ist die Konzeption problemgerecht und realistisch? Nutze ich meine Ressourcen?

**Persönliche Stärken** – Für effektives Lobbying sind verschiedene Kompetenzen wie fachliches Wissen, Kommunikationsfähigkeit, vorausschauendes Denken, Vermittlungskompetenz, Konfliktfähigkeit, etc. hilfreich. Reden Sie gerne, vermitteln Sie gerne, kommunizieren Sie gerne mit anderen Menschen? Perfekt, Sie sind der geborene Lobbyist oder die geborene Lobbyistin. Nutzen Sie Ihre Chance. Sie denken, dass sie das nicht können. Macht nichts, denn Sie können es lernen. Literaturtipps finden Sie am Ende dieses Papiers.

Nutzen Sie zudem die Stärken auf allen Ebenen des BUND oder Ihrer Ortsgruppe oder Bürgerinitiative und teilen Sie sich damit die verschiedenen Aufgabenbereiche. Das erleichtert Ihnen Ihre Aufgabe. Sie müssen nicht alles allein machen: „Wer kann in meiner Umgebung gut schreiben, wer organisiert gerne? Wer kann für mich Informationen beschaffen?“.

**Aufmerksamkeit** – Halten Sie stets Augen und Ohren offen, um Trends und neue Themen frühzeitig wahrzunehmen und weiterzuleiten. Informieren Sie sich ausreichend über den aktuellen Stand, die Folgen und neue Handlungsmöglichkeiten. Damit können Sie gezielter agieren.

**Glaubwürdigkeit** – Seien Sie glaubwürdig. Alle Fakten, die Sie später verwenden, sollten auf Tatsachen beruhen. Täuschen sie keine falschen Informationen vor, um Entscheidungen zu manipulieren. Das schadet nicht nur Ihrem Image. Auch die Möglichkeit, nachhaltig Einfluss auf umweltpolitische Entscheidungen zu nehmen, könnte sich dadurch vermindern.

Behandeln Sie die **Lärmproblematik aktiv und reaktiv**. *Aktiv* in dem Sinne, dass Sie Ihre konkreten Lobby-Ziele angehen und nicht erst warten, bis etwas geschieht. *Reaktiv* in dem Sinne, dass sie auf politische Ereignisse im Bereich Lärm entsprechend flexibel reagieren können.

### Beispiel:

#### Einführung einer Tempo-30-Zone

- Ist das Ziel noch realistisch, habe ich mich verrannt?
- Gibt es neue Fakten?
- Welche Aufgaben kann ich abgeben?

## Goldene Regel 8: Haben Sie Spaß!

Die letzte Regel ist die kürzeste und vielleicht die wichtigste.

Haben Sie Spaß! Trotz der Ernsthaftigkeit der Lärmproblematik lassen Sie sich nicht vereinnahmen. Genießen und feiern Sie kleine Erfolge.

Behalten Sie Ihre Energie, ihr Durchhaltevermögen, Ihre Überzeugungskraft. Lärmschutz ist oft langwierig und mit viel Zeitaufwand verbunden. Genießen Sie auch die kleinen Erfolge – sonst kann schnell Frustration eintreten.

## Beispiele

Nachdem Sie jetzt erfahren haben, was Sie alles beim Lobbyieren beachten sollten und Sie vielleicht denken: „das klappt doch nie“, möchten wir Ihnen noch ein paar positiv verlaufende Beispiele aufzeigen. Vielleicht motiviert es Sie und hilft Ihnen, an Ihrer eigenen Sache weiter zu agieren. Mehr finden Sie unter [www.bundgegenlaerm.de](http://www.bundgegenlaerm.de).

### Beispiele funktionierender Lobbyarbeit

#### 1) Beispiel „Die Unbeugsamen Isentaler“ – Autobahnbeispiel

Eine Bürgerinitiative wehrt sich seit 28 Jahren erfolgreich gegen den Bau eines neuen Autobahnabschnitts. 1977 gründeten BewohnerInnen des Isentals (Bayern) eine Bürgerinitiative und sagten den EntscheidungsträgerInnen in München den Kampf an. In den vielen Jahren haben sie viele Aktionen gestartet, vom Klangspaziergang über Konzerte bis zu Mahnwachen und zum Kunstkartenverkauf, Klagen und einer Petition an den Bundestag. Damit wurden zahlreiche Menschen gewonnen und bis heute der geplante Autobahnabschnitt nicht gebaut. Die Betroffenen wollen damit nicht nur ihre Heimat bewahren, sondern auch ein Zeichen gegen den Verkehrswahn setzen. (Mehr Infos unter [www.a94-nie.de](http://www.a94-nie.de).)

#### 2) Beispiel „Ausweisung von Tempo-30-Zonen“ Brückenstraße in Berlin

Die Reduzierung der Geschwindigkeit innerhalb von Ortschaften auf maximal Tempo 30 ist eine wirksame Maßnahme zur Lärminderung, Verkehrssicherheit, Schadstoffminderung und Wohnfeldverbesserung und trägt damit zur Lebensqualität in den Städten bei. Die Einrichtung der Tempo-30-Zonen liegt in der Zuständigkeit der Kommunen. Diese bieten sich insbesondere in Wohngebieten an, wobei Vorfahrtsstraßen nicht einbezogen werden dürfen. Wer Druck auf die Gemeinde machen möchte zur Ausweisung bzw. Erweiterung von Tempo-30-Zonen sollte sich mit Gleichgesinnten zusammentun. Ein Antrag an die Gemeinde sollte möglichst mit einer Unterschriftensammlung, Leserbriefen, Pressearbeit und Infoständen verknüpft werden.

Bei AnwohnerInnen der Brückenstraße in Berlin, die mit einer Klage ein Nachtfahrverbot und Tempo 30 durchsetzten, zeigte sich, dass sich ihre Lebenssituation hierdurch erheblich verbesserte (weitere Informationen dazu unter [www.bund-berlin.de/projekte/verkehr/Klage Brückenstraße](http://www.bund-berlin.de/projekte/verkehr/Klage_Brueckenstrasse).)

#### 4) Trierer Westumfahrung nicht finanzierbar - OVG hebt Planfeststellung auf

In dem Rechtsstreit um den Planfeststellungsbeschluss für die auch als Moselaufstieg bezeichnete Westumfahrung Trier (Neubau der B 51 zwischen der B 419 bei Konz und der A 64) haben mehrere Grundstückseigentümer jetzt einen Erfolg errungen: Das Oberverwaltungsgericht Rheinland-Pfalz in Koblenz hob den Planfeststellungsbeschluss auf. In der mündlichen Urteilsbegründung sah sich das OVG an die gefestigte Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts in Leipzig gebunden: Kann ein Straßenbauprojekt innerhalb der nächsten zehn Jahre nicht finanziert werden, ist die Planfeststellung verfrüht und wegen der damit verbundenen langfristigen Belastung des betroffenen Grundeigentums unzulässig. (Mai 2005)

## **Aktionstage**

Sie wissen nicht, wann Sie eine Aktion durchführen sollen? Nutzen Sie Aktionstage. Die negativen Folgen des Verkehrslärms und Möglichkeiten zur Bekämpfung können im Rahmen von Aktionstagen thematisiert werden. Beispiele für erfolgreiche Aktionstage sind:

### **Tag gegen Lärm**

Der internationale Tag gegen Lärm macht jährlich (im April) auf die Gefahren durch die Belastung von Schalleinwirkung aufmerksam. Die deutsche Gesellschaft für Akustik (DEGA) bietet hierzu Materialien an. Informationen erhalten Sie unter [www.tag-gegen-laerm.de](http://www.tag-gegen-laerm.de).

### **Europaweiter Aktionstag „In die Stadt – ohne mein Auto“**

Jährlich findet der europaweite Aktionstag „In die Stadt – ohne mein Auto“ am 22.09. statt. Dieser Tag ist eingebettet in die Europäische Mobilitätswoche. Informationen dazu erhalten Sie unter [www.22september.org](http://www.22september.org). Auf der Internetseite des Klimabündnisses ([www.klimabuendnis.org](http://www.klimabuendnis.org)) sind die verschiedenen Aktivitäten deutscher Kommunen dokumentiert – z.B. stadtoökologische Rundgänge, zeitweilige Straßensperrungen, Radtouren, Bobbycar-Rennen, Fahrradbörse, Fachtagungen, Podiumsdiskussionen, etc.

### **Europäische Mobilitätswoche**

Die europäische Mobilitätswoche findet jährlich vom 16.-22. September statt. Die Europäische Mobilitätswoche möchte Ideen anbieten, um die Städte für die EntscheidungsträgerInnen von morgen – die Kinder – sicherer zu gestalten und Verhaltensänderungen in Sachen Mobilität (speziell das private Auto) anzuregen. Unterstützt werden der europäische Aktionstag und die Mobilitätswoche von der Europäischen Kommission. Nähere Informationen erhalten Sie unter [www.mobilityweek-europe.org](http://www.mobilityweek-europe.org).

### **Mobil ohne Auto (MoA)**

Seit Anfang der 80er Jahre wird der Aktionstag MoA jeweils am dritten Sonntag im Juni veranstaltet. Mit den unterschiedlichsten Aktionen wird für eine menschen- und umweltverträgliche Verkehrspolitik demonstriert. Nähere Informationen erhalten Sie auf der Internetseite [www.mobilohneauto.de](http://www.mobilohneauto.de). Zudem bekommen Sie dort Hinweise zu bestellbaren Materialien, geplanten Aktionen und auch einen Leitfaden mit Aktionstipps. In zeitlicher Nähe zum Aktionstag MoA wird auch der Autofreie Hochschultag durchgeführt.

Mehr zu Aktionstagen in Ihrer Nähe lesen Sie auf der Internetseite ihrer BUND-Landesgeschäftsstelle. Die Adresse erhalten Sie unter [www.bund.net](http://www.bund.net), Stichwort Landesgeschäftsstellen. Hier erfahren Sie auch, welche Aktionen ihr BUND-Landesverband plant.

## Was Engagement gegen Lärm so schwierig macht

Sie haben bereits selbst gemerkt, dass das Engagieren gegen Lärm oder für eine lärmarme Umgebung Zeit und Geduld braucht und schnell frustrierend werden kann? Wir schildern Ihnen beispielhaft ein paar mögliche Probleme. Lassen Sie sich hiervon nicht abschrecken. Denken Sie beizeiten nur daran, dass andere Gruppen dieselben Probleme haben wie Sie.

### Ordnungsrechtlicher Rahmen unzureichend

Es fehlt an rechtlichen Anspruchsgrundlagen, auf die sich Bürgerinnen und Bürger berufen können, um Sanierungsansprüche zügig und verbindlich durchzusetzen.

Beispiel: Zur Sanierung von Bundesstraßen gibt es eine Richtlinie, die bei einem Dauerschallpegel nachts von 60 dB (A) bzw. einem Dauerschallpegel tags von 70 dB (A) Anspruch auf Lärmsanierungsmittel aus einem Haushaltstitel des Bundes zur Lärmsanierung gewährt. Aber: Ein gesetzlich verbrieft Anspruch besteht nicht.

Beispiel: Auch eine Kommune kann isoliert nichts erreichen, selbst wenn sie fachlich kompetent ist, da es an rechtlichem Instrumentarium fehlt. Nach § 47a BImSchG z.B. sind alle Kommunen zur Aufstellung von Lärminderungsplänen und zur Erstellung von Maßnahmenplänen zur Verminderung des Lärms verpflichtet. Von bundesweit rund 12.000 Kommunen verfügen nur 300 Kommunen über einen Lärminderungsplan. Noch weniger Kommunen setzen ihren Maßnahmenplan auch um. Im Gesetz findet sich leider keine Frist, an dem der Plan fertiggestellt werden muss.

Mehr zu den rechtlichen Hindernissen lesen Sie im BUND-Papier „Vorschläge zur Halbierung des Verkehrslärms in Deutschland.“

### Expertentum

Hinzu kommt, dass der Bürger oder die Bürgerin es auf der anderen Seite oft mit wirklichen oder scheinbaren Experten zu tun haben, die ihm schnell seine berechtigten Argumente aus der Hand schlagen. Dies liegt daran, dass der Verwaltung häufig die Beeinträchtigungen bereits bekannt sind oder die Situation derart eingefahren ist, dass Anliegen Betroffener stets mit denselben Argumenten abgetan werden.

- „Sie wohnen doch schon so lange da, warum stört Sie denn die Straße erst jetzt! Sie wussten doch, wo Sie hinziehen. Sie wohnen dort schon zehn Jahre und auf einmal ist es Ihnen zu laut!“
- „Sie haben doch selbst auch mal gebaut, da wissen Sie doch wie das ist! Der Lärm ist doch nur vorübergehend!“
- „Eine Geschwindigkeitsbegrenzung bringt eine Reduzierung um 1 dB (A). Das ist so gering, das ist akustisch gar nicht wahrnehmbar, das hören Sie gar nicht!“
- „Im Mittelungspegel macht das gar nichts aus, da wird der Dauerschallpegel locker eingehalten! Solange der einhalten wird, kann ich nicht einschreiten.“

Hier hilft nur, nicht lockerzulassen und sich mit anderen Betroffenen zusammenzuschließen und gemeinsam agieren. Mehr zu möglichen Antworten auf diese Argumente lesen Sie auf unserer Internetseite [www.bundgegenlaerm.de](http://www.bundgegenlaerm.de).

### **Fehlende Zuständigkeiten**

In der Kommune fühlt sich häufig niemand zuständig und die ressortübergreifende fachliche Kompetenz fehlt. Lärm ist eine Querschnittsaufgabe. Die personell unterbesetzten Verwaltungen haben daher keine Wahl, als das Anliegen der Bürger erst mal auf die lange Bank zu schieben.

Lärmschutz kostet zudem Geld, hier will natürlich niemand die Verantwortung für eine Maßnahme übernehmen, die am Ende teuer ist.

Verbände und Aktive vor Ort wissen oft nicht, wo sie nachschauen können, um Antworten zu komplexen Fragestellungen im Themenbereich Lärm zu erhalten und eine rechtliche Legitimation für ihre Forderungen zu bekommen. Auch hier fehlen die Ansprechpartner bei Städten und Kommunen.

### **Interessenkollisionen**

Besonders unbeweglich zeigen sich Verwaltungen, wenn verschiedene Interessen betroffener BürgerInnen oder der Kommune selbst berührt sind. Die BürgerInnen werden getröstet, die Situation sei unabänderlich, da mehrere Interessen kollidieren. Was den einen entlastet, belastet den anderen. Es wird suggeriert, es gebe keine Maßnahme, bei der beide Seiten gewinnen können.

Beispiel Straßenrückbau: Die Verkehrsführung einer zurückgebauten und verengten Kreisstraße mit Tempo 30 im Ortskern führt zur Verlagerung des LKW-Verkehrs in eine großzügig ausgebaute Wohnstraße mit Tempo 50 km/h. Würde diese für LKW gesperrt, wie von den Anwohnenden gefordert, werden die Anwohnenden im Ortskern entlang der Kreisstraße erheblich mehr belastet. Lärmmindernde Temporeduzierungen an Hauptstraßen dürfen nicht zu „Schleichwegen“ durch ruhige Wohngebiete führen. Der Verkehr muss insgesamt betrachtet werden, die Einzelmaßnahmen sind aufeinander abzustimmen. So kann das Einführen von wechselnden Einbahnstraßenabschnitten in Nebenstraßen eine Verschiebung von Verkehren verhindern. Werden diese Einbahnstraßen für den Radverkehr auch in Gegenrichtung geöffnet, so kann eine generelle Verkehrsverlagerung hin zu lärmarmem Verkehr (Radverkehr) erfolgen, von der alle Anlieger profitieren.

Beispiel Gewerbegebiet: Das Fahren eines Umweges anstelle der Befahrung einer Wohnstraße mit LKW-Fahrverbot kostet die Gewerbebetriebe Zeit, während die Anwohner entlastet werden. Die Ansiedelung von Gewerbebetrieben ist wichtig für die örtliche Wirtschaft und die Einnahme von Gewerbesteuern, die Verkehrsplanung wird jedoch nicht entsprechend weiterentwickelt.

### **Unsicherheit über Erfolgsaussichten und den Gewinn an Lebensqualität**

Auch der aufgeschlossenste Kommunalbeamte ist konfrontiert mit langjährigen Glaubensbekenntnissen der Akustik, die auch durch ständiges Wiederholen nicht richtiger werden.

#### Glaubensbekenntnis Nr. 1:

Lärm muss sich verdoppeln, ehe die Zunahme akustisch spürbar wird. Da der Verkehr sich zumeist nicht verdoppelt, kann eine Lärmschutzmaßnahme unterbleiben.

#### Glaubensbekenntnis Nr. 2:

Lärm muss sich halbieren, ehe die Minderung hörbar wird. Da eine Halbierung der Verkehrsmenge durch Maßnahmen wie Ausbau des ÖPNV, Tempo 30, etc. nicht zu erreichen ist, wird nichts unternommen, da sich diese Maßnahmen ohnehin nicht auswirken würden.

Die Realität sieht anders aus: Durch eine Verflüssigung des Verkehrs durch Tempo 30 oder eine Änderung der Ampelschaltungen werden die Lärmspitzen im Verkehr insbesondere durch anfahrende LKWs

oder Busse herausgenommen. Der Dauerschallpegel sinkt teilweise nur geringfügig (ca. 1 dB (A)), die Lebensqualität der Anwohner steigt Befragungen zufolge jedoch spürbar.

Beispiel: So hat sich bei Anwohnern der Brückenstraße in Berlin gezeigt, die mit einer Klage ein Nachtfahrverbot und Tempo 30 durchsetzten, dass sich ihre Situation hierdurch erheblich verbesserte. Informationen finden Sie unter: [www.bund-berlin.de/positionen/verkehr/verkehrslärm](http://www.bund-berlin.de/positionen/verkehr/verkehrslärm).

Auch die Verlegung einer Bushaltestelle unmittelbar vor dem Balkon im Parterre hin zu einer Häuserlücke ändert den Dauerschallpegel nicht wesentlich, senkt aber die Belastung der BewohnerInnen durch anfahrende Busse erheblich. Auch eine veränderte Fahrweise der Busfahrer nach entsprechender Schulung beispielsweise schafft Abhilfe.

### **Angst vor hohen Kosten**

Die Kommunen sind in der gegenwärtigen Situation besonders finanzschwach. Sofern Kreis oder Land einen Lärminderungsplan bezuschussen oder gar vollständig finanzieren, nehmen die Kommunen dieses Angebot gern in Anspruch. Es wird aber übersehen, dass die Maßnahmen zur Lärminderung nicht Bestandteil des Lärminderungsplanes sind und von den Kommunen selbst durchgeführt und finanziert werden müssen. Informationen dazu in den **Literaturtipps**.

Die Auffassung, Maßnahmen zur Lärminderung seien teuer, ist weit verbreitet. Es fehlt vielerorts an der Einsicht, dass eine vorausschauende Planung und frühzeitige Berücksichtigung der Ruhebedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger hohe Folgekosten vermeiden kann. Nicht jede Maßnahme führt zu Mehrkosten sondern erfordert, wie in Beispielen dargestellt, vor allem eine ressortübergreifende Herangehensweise. Dazu im Folgenden einige einfache Beispiele:

Bei Bauvorhaben wird von der Kommune darauf geachtet, die Balkone nicht, wie vielerorts leider noch zu sehen, zur Hauptverkehrsstraße hin auszurichten. Stattdessen wird auf eine geschlossene Blockbebauung geachtet. Eine hochwertige Bebauung führt zu einer konfliktarmen Siedlungsstruktur. Wird ein Straßenbelag ohnehin erneuert, prüft man den Einbau von gefederten Kanaldeckeln und ersetzt lärmträchtige Höhenungleichheiten wie Höcker oder Aufpflasterungen zugunsten von fahrbahnverengenden Maßnahmen wie Parkstreifen, Radwege oder Randbepflanzung.

Kreisel anstatt Ampelanlagen in Kreuzungs- und Einmündungsbereichen helfen, den Verkehrsfluss gleichmäßiger und damit für die Anlieger angenehmer zu gestalten. Lärmspitzen durch Abbremsen und Anfahren werden so entschärft.

Beim Bau einer Erschließungsstraße für ein Gewerbegebiet wird auf abgesenkte Bordsteine in den Mündungsbereichen geachtet.

## Literaturtipps

Die folgende Literaturliste gibt Ihnen einen kleinen Überblick über die Vielfalt der Angebote. Nutzen Sie auch andere Literaturhinweise.

### Allgemeine Informationen und Handlungsmöglichkeiten im Bereich Lärm

*Aktiv-gegen-Lärm Reihe*: Informationshefte vom BUND zum Thema Lärm

Aktiv-gegen-Lärm „Handlungsmöglichkeiten gegen Straßenlärm“

Aktiv-gegen-Lärm „Handlungsstrategien gegen Fluglärm“

Aktiv-gegen-Lärm „Tipps und Tricks für eine effektive Pressearbeit“

*BUND-Schwarzbuch* zum Fernstraßenbau in Deutschland – integrierte Verkehrsplanung für eine zukunftsfähige Mobilität: Der BUND zeigt mit diesem Heft auf, was aus ökologischer und ökonomischer Sicht zum Fernstraßenausbau schief läuft, aber auch wie intelligente und umweltgerechte Lösungen aussehen.

Informationen zur Klage in der Brückenstraße in Berlin unter: [www.bund-berlin.de/positionen/verkehr/autoverkehr/verkehrslärm](http://www.bund-berlin.de/positionen/verkehr/autoverkehr/verkehrslärm)

AnwohnerInnen, die gegen Verkehrslärm vorgehen wollen, können sich an die Gesellschaft für Lärmbekämpfung wenden: [www.gfl-online.de](http://www.gfl-online.de)

Der Berliner Landesverband des VCD führte 2003 Lärmmessungen an 10 lauten Hauptverkehrsstraßen in Berlin durch. [www.vcd-berlin.de/Presse-info](http://www.vcd-berlin.de/Presse-info)

Gesellschaft für Lärmbekämpfung e.V. in Zusammenarbeit mit dem DAL e.V. und der BVF e.V.. (1994). *Lärmfibel – Selbsthilfe bei Lärmbeschwerden*.

DAL e.V. in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Lärmbekämpfung e.V.(1992). *Lärmfibel – Straßenverkehr – Ursache, Wirkung, Abhilfe*.

Forschungsbericht 298 62 515, Umweltbundesamt, Epidemiologische Untersuchungen zum Einfluss von Lärmstress auf das Immunsystem und die Entstehung von Arteriosklerose, WaBoLu-Heft 01/03

Forschungsbericht 297 61 003, Umweltbundesamt, Chronischer Lärm als Risikofaktor für den Myokardinfarkt, WaBoLu-Heft 02/04)

Angst vor hohen Kosten - Vgl. dazu: Eckhart Heinrichs, Kommunale Lärminderungsplanung - Top oder Flop, Zeitschrift für Lärmbekämpfung, 6/2001

## Tipps für persönliches Engagement

*Aktiv.um* Hefte Impulse für engagierte Umwelt- und Naturschutzarbeit –ein Werkzeugkasten, wie Sie Ihr Engagement professioneller gestalten können, um Schwung in die Gruppe zu bringen, engagierten Menschen Hilfestellungen in ihrer alltäglichen Arbeit zu geben und eine Vielzahl von Fragen zu lösen: Woher bekomme ich Geld für meine Aktionen? Wie finde ich Verbündete? Wie bringe ich mein Problem an die Öffentlichkeit? (erhältlich unter [www.aktivum-online.de](http://www.aktivum-online.de); ISSN 1612-8370)

Aktiv.um No 1, November 2003 „Mehr bewegen mit Strategie“  
Aktiv.um No 2, Dezember 2003 „Motivierte Mitstreiter gewinnen“  
Aktiv.um No 3, Februar 2004 „Besser kommunizieren in Gruppen“  
Aktiv.um No 4, März 2004 „Projekte erfolgreich umsetzen“  
Aktiv.um No 5, April 2004 „Mehr Geld durch professionelles Fundraising“  
Aktiv.um No 6, Mai 2004 „Mehr Spielräume durch gute Finanzplanung“  
Aktiv.um No 7, Juni 2004 „Garantiert in die Zeitung kommen“  
Aktiv.um No 8, Juli 2004 „Mehr Menschen erreichen“  
Aktiv.um No 9, August 2004 „Konflikte konstruktiv lösen“  
Aktiv.um No 10, September 2004 „Mit Sicherheit besser engagiert“  
Aktiv.um No 11, Oktober 2004 „Gruppen erfolgreich managen“  
Aktiv.um No 12, November 2004 „Besser werden mit externer Beratung“

[www.wegweiser-buergergesellschaft.de](http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de)

Eberhard, Ulla; Jostes, Monika; milan; Schöffmann, Dieter; Wattler-Kugler, Peter. (2003). *Die Organizer-Spirale – eine Anleitung zum Mächtig-Werden für Kampagnen, Initiativen, Projekte*. ISBN 3-928053-57-4.

## Lobbying

Leif, Thomas; Speth, Rodolf. (2003). *Die stille Macht. Lobbyismus in Deutschland*. ISBN 3531141325. In diesem Buch wird der Lobbyismus umfassend analysiert und der ständig wachsende Einflussbereich von Wirtschaft auf politische Entscheidungen neu vermessen. Die politische und wissenschaftliche Analyse zur aktuellen Entwicklung der politischen Lobbyarbeit wird durch neue Studien und zahlreiche Fallbeispiele ergänzt. Wichtige Lobbyisten äußern sich zu ihrer Arbeit in Berlin. Auch der mächtige, aber unkontrollierte Lobbyismus in Brüssel wird behandelt. Lobbyismus ist ein großes Tabuthema im parlamentarischen System der Bundesrepublik Deutschland. Erstmals werden unbekannte Einflusszonen aufgedeckt, die wichtigsten Akteure und ihre Machttechniken beschrieben.

Leif, Thomas; Speth, Rodolf. Lobbyismus in Deutschland – fünfte Gewalt – unkontrolliert und einflussreich. <http://www.rudolfspeth.de/PDF/Lobbyismus.pdf>

Bender, Gunnar; Reuleckem Lutz. (2003). *Handbuch des deutschen Lobbyisten. Wie ein modernes und transparentes Politikmanagement funktioniert*. ISBN 3899810058.

### Konfliktmanagement

F.Glasgl: Konfliktmanagement. Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater. Haupt Verlag 2002, ISBN 3-258-05563-7

Konfliktübungen online unter [www.wegweiser-buergergesellschaft.de](http://www.wegweiser-buergergesellschaft.de) (link auf Praxishilfen und dann Konfliktlösung)

### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Franck, Norbert. *Handbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Ein Praxisleitfaden für Vereine, Verbände, Institutionen*. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt 2003. ISBN 3-596-15865-6

Agenda Transfer (Hrsg): *Öffentlichkeitsarbeit...so geht's*. Bonn 2003, E-Mail: [versand@agenda-transfer.de](mailto:versand@agenda-transfer.de)

Müller, Ewald; Wetterich, Susanne. (2005). *Kommunale Bürgerinformation – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Kommune*. ISBN 3782504585

*Agenda-Transfer/ Bundesweite Servicestelle Lokale Agenda 21*. Handreichung zu Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für und in der lokalen Agenda 21- Arbeit. (E-Mail: [service@agenda-transfer.de](mailto:service@agenda-transfer.de))

### Fundraising

Arbeitshilfe für Initiativen: Stiftung Mitarbeit (Hrsg.) Fundraising. Arbeitshilfe für Selbsthilfe- und Bürgerinitiativen Nr. 21 Berlin/ Bonn 1999. Selbstverlag, ISBN 3-928053-64-7