




## Maßnahmeblatt

Handlungsfeld	Maßnahmennummer	Maßnahmen-typ	Einführung der Maßnahme	Dauer der Maßnahme	Priorität
Aufklärung - Wissen schaffen	W1	Öffentlichkeitsarbeit	2023	fortlaufend	hoch
<b>Klimawandel/-schutz regelmäßig thematisieren</b>					
Wir empfehlen, Klimawandel/-schutz regelmäßig im Amtsblatt zu thematisieren.					
<b>Maßnahmenstatus</b>					
					
<b>Ziel</b>					
Regelmäßige, positive Kommunikation mit Einbezug der Fachämter					
<b>Beschreibung</b>					
<p>Gut geplante und strukturierte Kommunikation erhöht die Akzeptanz seitens der Zielgruppe(n) für die jeweilige Klimaschutzmaßnahme und trägt entscheidend zu deren Erfolg bei.</p> <p><b>Konkret werden: Instrumente der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b></p> <p>Mithilfe unterschiedlicher Kanäle und Maßnahmen lässt sich die kommunale Klimaschutzkommunikation individuell gestalten. Was vor Ort konkret umsetzbar ist, entscheidet sich nach personellen und finanziellen Kapazitäten. Auf jeden Fall empfiehlt es sich, dort aktiv zu sein, wo die Zielgruppe ist – so lässt sich leicht mit ihr ins Gespräch kommen.</p> <p>Kommunikationskanäle, auf denen die Kommune als Absenderin auftreten und Inhalte selbstbestimmt veröffentlichen kann:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• das offizielle Amtsblatt</li> <li>• die kommunale Website</li> <li>• E-Mail-Verteiler und Newsletter</li> <li>• die Social-Media-Kanäle</li> <li>• Informationsmaterialien und Publikationen</li> <li>• Veranstaltungen</li> </ul> <p>Ist die Entscheidung für einen oder mehrere Kanäle gefallen, geht es an die Umsetzung geeigneter Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Newsletter</li> <li>• Pressearbeit</li> <li>• Video und Podcast</li> <li>• Informationsstände und Ausstellungen</li> <li>• Aktionstage und Mitmachaktionen</li> <li>• Kampagnen</li> <li>• Give-aways</li> </ul>					

<b>Ausgangslage / aktueller Stand</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wichtig ist, dass die Artikel positiv formuliert werden, da es schon genug schlechte Nachrichten gibt. So sollen Maßnahmen dargestellt werden, die dieses oder jenes Ergebnis gebracht haben oder noch bringen. Es sollen Handlungsoptionen und deren Ziele angeboten werden. Insbesondere sollen positive Aktivitäten speziell auch regional hervorgehoben werden.</li> <li>- Es muss eine Kommunikationsstrategie festgelegt werden. Dazu muss geprüft werden, welche Zielgruppe erreicht werden soll und welche Medien zur Verfügung stehen.</li> <li>- Die Verantwortung für das Amtsblatt liegt bei den Fachämtern</li> <li>- Regelmäßige Kommunikation ist wichtig, sie sollte Handlungsoptionen aufzeigen und nicht mit Verboten/ Zwang arbeiten</li> </ul>		
<b>anstehende Maßnahmen</b>		
Kommunikationsstrategie festlegen		
Ggf. gemeinsame Kommunikationsthemen mit dem Biosphärenreservat Mittelbe prüfen		
<b>Handlungsschritte / Umsetzung</b>		
kurzfristig	mittelfristig	langfristig
Einbeziehung eines Dienstleisters für Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie Nutzung verschiedener Werbemedien Kommunikation des eigenen Tuns		
<b>handelnde Akteure</b>		
Verwaltung, Öffentlichkeitsarbeit, Fachämter		
<b>verantwortlich</b>		
Ö/A		
<b>Zielgruppe (zu erreichende Personen)</b>		
Bürgerinnen und Bürger der Einheitsgemeinde		
<b>Erfolgsindikatoren / Meilensteine</b>		
Vorlage einer Kommunikationsstrategie, Anzahl an Veröffentlichungen, Resonanz der Bürgerinnen u. Bürger		
<b>THG Einsparungen</b>		
<b>Endenergieeinsparungen (MWh/a)</b>	<b>THG Einsparungen (t/a)</b>	
<b>Kosten</b>		
<b>Finanzierungsansatz</b>		
Haushalt der Gemeinde, Stiftung Umwelt, Natur und Klimaschutz (SUNK), Postcode-Lotterie		

<b>Flankierende Maßnahmen</b>
<b>Hinweise / Anmerkungen</b>
<b>Letzte Bearbeitung Steckbrief</b>
6.6.2024 / Frank Ernst