



Atelier Klimakommunikation:

Klima- und Umweltprojekte erfolgreich kommunizieren

Ziele und Zielgruppen

- Was sind die Projektziele?
- Wie unterstütze ich sie mit Kommunikationsmassnahmen? Was sind die übergeordneten Kommunikationsziele? Will ich:
 - Informationen vermitteln?
 - Einstellungen beeinflussen?
 - Handlungen/Verhalten auslösen?
 - Verständnis fördern?
 - Vertrauen und Akzeptanz schaffen?
 - in Dialog treten?
- Welches sind die wichtigsten Zielgruppen? Interne und externe?
- Welches sind mögliche Beeinflusser_innen?
- Was möchte ich mit der Kommunikation bei wem erreichen?

Tipps und Tricks für die Botschaften

- KISS: Keep it short and simple.
- "Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Fischer.»
- Positive Botschaften einsetzen statt moralischer Apelle.
- Mit Emotionen und Bildern arbeiten.
- Authentische Sprache (Stil und Tonalität) verwenden.
- Absender bewusst auswählen.

Kommunikationsmassnahmen (Beispiele):

- Persönliche Gespräche, z.B. bei einer Beratung/Anlaufstelle
- Veranstaltungen, z.B. Sitzungen, Workshops, Feste, Wettbewerbe
- Drucksachen, z.B. Infoblätter, Flyer, Broschüren, Fachartikel, Plakate
- Elektronische Kontakte; z.B. Webseiten, Mailings, Newsletter, Social Media-Kanäle
- Medien, z.B. Inserate, Medienkonferenzen, Videos

Planung: Zeitplan als Checkliste erstellen, kontinuierlich aufdatieren

- Massnahmen: über den gesamten Projektverlauf, Meilensteine beachten
- Arbeitsschritte: wer muss was tun, damit eine Massnahme umgesetzt wird?
- Termine: können kontinuierlich präzisiert werden
- Zuständigkeit: wenn möglich Personen, nicht Abteilungen oder Organisationen
- Bemerkungen: z.B. Learnings



Projektkommunikation: Wie gehe ich vor?

	<p>Begleitende Kommunikation frühzeitig miteinplanen, das bedeutet bei Projektstart gleich mitdenken. Im Projektbudget auch einen Betrag für die Kommunikation reservieren, z.B. für Fotografien.</p>
	<p>Zielgruppen festlegen, z.B. interne Mitarbeitende, politische Gremien (Gemeinde- /Stadtrat), Medienschaffende, Partner (Unternehmen, Organisationen, Vereine), interessierte oder betroffene Bevölkerung <i>Empfehlung</i> <i>Interne Mitarbeitende rechtzeitig informieren, sie sind eine wichtige Zielgruppe und können als Mittlerinnen und Multiplikatoren eingesetzt werden und das Projekt aktiv mittragen.</i></p>
	<p>Kommunikationsziele festlegen</p> <ul style="list-style-type: none"> - regelmässig über das Projekt informieren - Akzeptanz und Verständnis für das Vorhaben schaffen - Hintergrundinformationen vermitteln - Interne Mitarbeitende als Mittlerinnen und Multiplikatoren gewinnen - am Projekt Beteiligte regelmässig informieren und einbinden - usw.
	<p>Kommunikationskanäle für die Verbreitung der Projektinformationen festlegen, z.B. Veranstaltungen, Sitzungen, Infokasten Gemeinde, Informationstafeln vor Ort, Webseite, Newsletter, Social-Media-Kanäle, Medienarbeit (Anzeiger, Lokalzeitung). <i>Empfehlung</i> <i>Es macht nur Sinn die Medienschaffenden vor Ort einzuladen, wenn die Information genügend «Neuigkeitswert» hat. Ansonsten empfehlen wir eine Medienmitteilung zu versenden und allenfalls mit ausgewählten Medienschaffenden ein Interview/Gespräch zu führen.</i></p>
	<p>Kernbotschaften formulieren</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maximal drei Botschaften formulieren - Sprache kurz und leicht verständlich, keine Fachbegriffe verwenden
	<p>Inhalte festlegen und Basistexte für die verschiedenen Kommunikationskanäle erarbeiten</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 W's berücksichtigen: Wer, Was, Wann, Wo und Warum?) - Falls vorhanden, Kommunikationsverantwortliche/n oder externe Agentur einbinden <p><i>Empfehlung</i> <i>Kurzer Text auf einer A4-Seite zum Projekt, Kontaktinformation für Fragen, Bildmaterial nicht vergessen.</i></p>
	<p>Dokumentation von Anfang an einplanen, z.B. die verschiedenen Projektphasen fotografieren und dokumentieren. Diese Bilder können für die Kommunikation gut eingesetzt werden. <i>Empfehlung</i> <i>Es können auch Statements von Projektmitarbeitenden in der Kommunikation eingesetzt werden. Diese wirken glaubwürdig und sympathisch.</i></p>
	<p>Terminplan für die begleitende Kommunikation erstellen, damit über die wichtigsten Meilensteine des Projekts rechtzeitig informiert werden kann.</p>
	<p>Zum Projektabschluss eine Veranstaltung organisieren oder eine Information/Medienmitteilung versenden. <i>Empfehlung</i> <i>Evtl. Schlussbericht verfassen und diesen kommunikativ nutzen, zum Beispiel auf der Webseite veröffentlichen, im Newsletter erwähnen.</i></p>