

Leitfaden zum Werkzeugkoffer «MEHR Kommunikation in Energistädten»



Tue Gutes und sprich darüber

Der Werkzeugkoffer unterstützt Energiestädte bei der Kommunikation. Er richtet sich an jene Energiestädte, die im Bereich Medien- und Öffentlichkeitsarbeit über knappe personelle und finanzielle Ressourcen verfügen. Der Werkzeugkoffer soll Energiestädte bei folgende Zielsetzungen unterstützen:

- Mehr öffentliches Bewusstsein für Ihre Energiestadt schaffen – durch mehr Präsenz im öffentlichen Raum und in den lokalen Medien
- Zielgruppen in Ihrer Energiestadt verstärkt ansprechen und zum Handeln motivieren
- Ihrer Energiestadt beim nächsten Audit zu mehr Punkten verhelfen

Energistadt sichtbar machen

Der Werkzeugkoffer Kommunikation gibt Ihnen Instrumente in die Hand, damit Sie diese Ziele besser erreichen. Gleichzeitig können Sie Ihre Energiestadt gegenüber der Bevölkerung vermehrt sichtbar machen.

Sie haben viele Möglichkeiten

Öffentlichkeitsarbeit ist auf ganz verschiedenen Ebenen möglich (siehe Werkzeugkoffer, Punkte 1–10). Und oft lässt sich schon mit wenig Aufwand viel erreichen.

- **Bestehende Kommunikationsgefässe nutzen:** Zum Beispiel im kommunalen Leitbild, in den Legislaturzielen, auf der Website oder wenn vorhanden im Geschäftsbericht oder in der Imagebroschüre. (vgl. Punkte 1–3).
- **Flagge zeigen:** Zum Beispiel mit Energiestadtfahnen oder Energiestadt-Tafeln an Gemeindebauten. Oder setzen Sie das Energiestadt-Logo aufs Briefpapier (Gemeinde, Schulbehörde oder Stromversorger). (vgl. Punkte 4–5)
- **Zielpublikum aktiv ansprechen:** Zum Beispiel durch öffentliche Veranstaltungen, Schulungen, grössere Aktionen oder Kampagnen. Sorgen Sie dafür, dass diese Aktivitäten auch in der Gemeinde- oder Lokalzeitung, im Gemeinde-Newsletter erscheinen. (vgl. Punkte 6–9 und untenstehende Checkliste)

Für jeden dieser Bereiche finden Sie im Werkzeugkoffer nützliche Tipps, Instrumente und Anregungen. Vieles lässt sich einfach umsetzen. Lassen Sie sich auch von anderen Energiestädte inspirieren. Und schon kann Ihre Energiestadt «punkten».

Sollten Sie Fragen haben oder wünschen Sie weitere Unterstützung, so steht Ihnen kostenlos, schnell und unverbindlich auch die **KommunikationsHOTLINE für Energiestädte** zur Verfügung:



Telefon 044 915 00 91 oder hotline.kommunikation@energiestadt.ch

Lokale Medien schaffen Öffentlichkeit

Aktivitäten von Energiestädten wie öffentliche Veranstaltungen, kleinere und grössere Aktionen und Kampagnen sind für die lokalen Medien von Interesse. Sie tragen mit ihrer Berichterstattung dazu bei, über die angesprochenen Zielgruppen hinaus eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen und motivierend für persönliches Handeln zu wirken.

Lokale Medien als Partner gewinnen

Themen rund um die Energiestrategie 2050 wie erneuerbare Energien, Versorgungssicherheit und auch Klimaschutz stehen wieder vermehrt auf der Agenda von Medien, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Auch die lokalen Medien-Redaktionen schenken der Thematik erhöhte Aufmerksamkeit, vor allem wenn ein lokaler, regionaler Bezug gegeben ist. Das sind gute Voraussetzungen, um lokale Medien als Partner zu gewinnen.

Checkliste «Lokale Medien»

Wenn Sie folgende Punkte beachten, schaffen Sie die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit lokalen Medien (Gemeindezeitung, Gemeinde-Newsletter, Lokal-/Regionalpresse, Lokalradio, Lokalfernsehen).

- ✓ **Medienverantwortliche(r):** Bestimmen Sie eine Person, die im Auftrag Ihrer Energiestadt persönliche Kontakte zu den lokalen Medienredaktionen aufbaut und pflegt.
- ✓ **Aktualität:** Nutzen Sie die aktuelle Diskussion rund um die neue Energiestrategie 2050. Knüpfen Sie dabei an lokale Ereignisse an, indem Sie den Lokalmedien lösungsorientierte Aktivitäten, konkrete Beispiele und Massnahmen aus ihrer Energiestadt zeigen. Ganz nach der Devise «Wir denken global und handeln lokal.»
- ✓ **Service:** Bieten Sie der lokalen Redaktion Ihre Dienstleistungen an, sei das ein fixfertiger Artikel mit Illustration, eine kleine Serie über Energiespartipps, Sachinformationen zu Energiethemen vor Ort (Zahlen, Fakten, Bilder, Grafiken), gute Ideen für eine Reportage in Ihrer Energiestadt oder einen interessanten Interviewpartner.
- ✓ **Information:** Informieren Sie die lokalen Medienredaktionen frühzeitig über geplante Veranstaltungen, Aktionen oder Kampagnen in Ihrer Energiestadt. Seien Sie sich bewusst, dass sich die Redaktor(-innen) mit vielerlei Themen beschäftigen müssen. Liefern Sie leicht verständliche Informationen, bleiben Sie kurz und präzise (wer, was, wo, wann und warum) und versuchen Sie Redaktor(-innen) für Ihre Sache zu begeistern.
- ✓ **Personalisierung:** Versuchen Sie, Veranstaltungen, Aktionen oder Kampagnen auch zu personalisieren, indem Sie beispielsweise Prominenz und Politiker(-innen) für Ihre Sache gewinnen. Persönlichkeiten erhöhen durch ihre Unterstützung die Attraktivität Ihrer Aktivitäten.
- ✓ **Absender:** Legen Sie Wert darauf, dass Ihre Energiestadt von den lokalen Medien bei Aktivitäten als Absender wahrgenommen und dem Publikum gegenüber explizit als Energiestadt erwähnt wird.