

Verstetigungsstrategie

Neben der Erarbeitung des Maßnahmenkatalogs und der Strategieentwicklung spielt die Verstetigungsstrategie für die Umsetzung des Integrierten Klimaschutzkonzeptes und die Erreichung der gesetzten Ziele eine zentrale Rolle. Die Verstetigungsstrategie ist in vier Ebenen unterteilt, welche in der untenstehenden Abbildung dargestellt werden.



Abbildung 30: Ebenen der Verstetigungsstrategie

Koordination

Der kommunale Beitrag zum Klimaschutz ist eine langfristige Querschnittsaufgabe mit unterschiedlichen Fachämtern, weiteren Organisationseinheiten und zahlreichen Akteuren der Verbandsgemeinde und des Landkreises. Effektiver Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel kann nur gelingen, wenn die vorhandenen Kräfte gebündelt und zielgerichtet eingesetzt werden.

Klimaschutzmanagement

Genau hier setzt das, innerhalb der Verbandsgemeinde organisatorisch im „Fachbereich 3 Bürgerdienste, Soziales, Schulen und Bauen“ verortete, Klimaschutzmanagement an. Von besonderer Bedeutung für die Umsetzungsstrategie des Integrierten Klimaschutzkonzeptes für die Verbandsgemeinde Rhein-Nahe, sowohl im Hinblick auf Akteursvernetzung als auch auf Öffentlichkeitsarbeit, ist die Betrachtung der personellen und zeitlichen Ressourcen. Hierbei muss auf einen effektiven Einsatz geachtet werden und alle zur Verfügung stehenden Medien und Informationskanäle sollten genutzt werden.

Die Schaffung von zusätzlichen Personalkapazitäten ist daher sowohl wünschens- als auch empfehlenswert, und beispielsweise im Rahmen des Maßnahmenkatalogs skizziert. In den einzelnen Fachdiensten müssen Komplementärstellen geschaffen werden, die Ressourcen zur Umsetzung haben. Vorhandenes Personal zusätzlich mit Aufgaben des Klimamanagements zu beauftragen, wird in Anbetracht der Interdisziplinarität und der Komplexität als nicht förderlich erachtet.

Fachbereich einbinden

Um die Erfolge der Verbandsgemeinde Rhein-Nahe im Klimaschutz sichtbar zu machen und weitere Handlungsbedarfe aufzuzeigen, muss die Kommunikation gestärkt werden. Hierfür müssen die Netzwerke des Fachbereichs aktiviert werden. Gleichzeitig kann verbandsgemeindeübergreifend auch der Landkreis sowie explizit benachbarte Verbandsgemeinden miteinbezogen. Diese Vernetzung besteht bereits aufgrund der engen Zusammenarbeit der kommunalen Klimaschutzmanager*innen.

Es gibt regelmäßige Treffen, die den Austausch und die Ideenweitergabe fördern. Auch gemeinsame Ansätze sollen so erarbeitet werden. Viele Themen, die den Klimaschutz auf der kommunalen Ebene betreffen, enden nicht an den Grenzen der jeweiligen Verwaltungseinheit. Daher ist eine Stärkung dieses Netzwerkes unabdingbar für die Region und das Gelingen des Klimaschutzes vor Ort.

Umsetzung

Da die einzelnen Maßnahmen auf unterschiedlichen Vorarbeiten aufbauen, ist es schwierig ein einheitliches Vorgehen zu definieren. Aus diesem Grund wurden in den Maßnahmensteckbriefen jeweils konkrete Handlungsschritte sowie Fördermöglichkeiten aufgelistet und die wesentlichen Akteurinnen und Akteure benannt.

Vernetzung der Akteure

Die Ansprache von zentralen Akteurinnen und Akteuren, die Bündelung von Handlungskompetenzen sowie Zuständigkeiten und Synergieeffekte können als ein wesentlicher Auftakt in die Umsetzungsphase verstanden werden.

Dies beginnt damit, dass in der Verbandsgemeindeverwaltung das Klimaschutzkonzept und die darin enthaltenen Maßnahmen bekannt sein sollten und als Handlungsgrundlage zugeordnet werden. Die interne Multiplikation des Konzepts stellt also einen wesentlichen ersten Schritt dar.

Zwischen den beteiligten Akteuren sollte die kooperative Zusammenarbeit im Rahmen der Umsetzung konstruktiv begonnen werden.

Haushaltsplanung

Dazu gehört auch, dass notwendige Investitionen entsprechend bei den Haushaltsaufstellungen berücksichtigt werden, damit Investitions- und Planungssicherheit auf allen Ebenen besteht. Im Rahmen des Integrierten Klimaschutzkonzeptes wurde eine erste Abschätzung von Umsetzungskosten und vom Personalaufwand für die einzelnen Maßnahmen erarbeitet, die als erste Größenordnung zur Einschätzung der Kostenhöhe dienen sollen. Im weiteren zeitlichen Verlauf sind diese jeweils zu aktualisieren.

Controlling-Konzept

Das Controlling umfasst die Überprüfung und Evaluierung der implementierten Maßnahmen unter Berücksichtigung der identifizierten Potenziale und Klimaschutzziele (sowie dazwischen gesetzter Meilensteine).

Des Weiteren ist eine Anpassung an die aktuellen Gegebenheiten sinnvoll, um den Fortschritt in den Projekten und Maßnahmen adäquat bewerten zu können. Dies bedeutet, dass realisierte Projekte einer Bewertung und Analyse (Evaluation) unterzogen werden. Auf Basis der Ergebnisse erfolgt gegebenenfalls eine Neuauflage, Verlängerung oder Ergänzung um weitere Projekte. In dieser Arbeitsphase werden zudem neue Impulse für die Kommunikation und Zusammenarbeit der Projektbeteiligten gegeben.

Um den Gesamtfortschritt beurteilen zu können, ist es empfehlenswert, in regelmäßigen Abständen eine Prozessevaluierung durchzuführen.

Die nachstehenden Fragen dienen als Orientierung für die qualitative Bewertung des Prozessfortschritts.

Netzwerke: Sind neue Partnerschaften zwischen Akteurinnen und Akteuren entstanden? Welche Intensität und Qualität haben diese? Wie kann die Zusammenarbeit weiter verbessert werden?

Ergebnis umgesetzter Projekte: Ergaben sich Win-Win-Situationen, d.h. haben verschiedene Beteiligte von dem Projekt profitiert? Was war ausschlaggebend für den Erfolg oder Misserfolg von Projekten? Gab es Schwierigkeiten und wie wurden sie gemeistert?

Auswirkungen umgesetzter Projekte: Wurden Nachfolgeinvestitionen ausgelöst? In welcher Höhe? Wurden Arbeitsplätze geschaffen? Haben sich sonstige Effekte regionaler Wertschöpfung ergeben?

Umsetzung und Entscheidungsprozesse: Ist der Umsetzungsprozess effizient und transparent? Können die Arbeitsstrukturen verbessert werden? Wo besteht ein höherer Beratungsbedarf?

Beteiligung und Einbindung regionaler Akteur*innen: Sind alle relevanten Akteur*innen in ausreichendem Maße eingebunden? Besteht eine breite Beteiligung der Bevölkerung? Erfolgte eine ausreichende Aktivierung und

Motivierung der Bevölkerung? Konnten weitere Akteur*innen hinzugewonnen werden? Wie wird die Akzeptanz in der Bevölkerung eingeschätzt?

Zielerreichung: Wie sind die Fortschritte bei der Erreichung der Klimaschutzziele? Befinden sich Projekte aus verschiedenen Handlungsfeldern bzw. Zielbereichen in der Umsetzung? Wo besteht Nachhol- und Nachsteuerungsbedarf?

Konzept-Anpassung: Gibt es Trends, die eine Veränderung der Klimaschutzstrategie des Landkreises erfordern? Haben sich Rahmenbedingungen geändert, sodass Anpassungen vorgenommen werden müssen? Ergibt sich langfristig daraus sogar ein Fortschreibungsbedarf?

Kriteriengeleitete Bewertung

Neben der Beantwortung der genannten Fragen ist ein Kriterienkatalog auszuarbeiten, um die Ergebnisse einordnen zu können.

Gesamtcontrolling

Das Gesamtcontrolling stellt eine Erfolgskontrolle der Klimaschutzarbeit in der Verbandsgemeinde Rhein-Nahe dar. Ein wesentliches Instrument zur Darstellung der Erfolge im Klimaschutz stellen die Energie- und THG-Bilanzen der Verbandsgemeinde dar. Des Weiteren ist eine regelmäßige Berichterstattung über die Ergebnisse des Maßnahmen- und Projektcontrollings in den politischen Gremien im Rahmen eines Monitoringberichts erforderlich. Dies gewährleistet, dass die Politik regelmäßig über bereits implementierte und abgeschlossene Maßnahmen und Projekte sowie aktuell durchgeführte Aktivitäten seitens der Verbandsgemeindeverwaltung informiert wird. Außerdem werden zukünftig geplante Maßnahmen und Projekte präsentiert sowie die Zielerreichung hinsichtlich der angestrebten Energie- und THG-Minderungen thematisiert. Die Berichterstattung dient der Information der politischen Entscheidungsträger sowie der Öffentlichkeit und der an den Maßnahmen beteiligten Akteure.

Im Rahmen der Umsetzung des Klimaschutzkonzeptes ist zu definieren, welche Aspekte neben dem Stand der Maßnahmenumsetzung durch den Monitoringbericht abgebildet werden sollen. Der folgende Vorschlag für ein Gerüst des Berichtes kann noch um weitere Punkte ergänzt werden.

Energie- und THG-Bilanz

Die Fortschreibung der Energie- und THG-Bilanz kann als quantitative Bewertung betrachtet werden, in der die langfristigen Energie- und THG-Reduktionen erfasst und bewertet werden. Es wird empfohlen, die Bilanz in einem Turnus von zwei bis fünf Jahren fortzuschreiben. Obgleich die Energie- und THG-Bilanz nur eine geringe zeitliche Dynamik aufweist und keine eindeutigen Rückschlüsse auf die Ursachen von Veränderungen zulässt, ermöglicht sie dennoch die Darstellung von Entwicklungstrends für die gesamte Verbandsgemeinde oder einzelne Sektoren, die auf andere Weise nicht erfasst werden können. Auf Basis der vorliegenden Bilanzen können Anpassungen und Verbesserungen in den Zielstellungen sowie in der generellen Ausgestaltung der Maßnahmen vorgenommen werden. Sofern trotz Energieeinsparungskampagnen und Sanierungsoffensiven langfristig keine Einspareffekte im Energieverbrauch der privaten Haushalte ersichtlich werden, ist eine Evaluierung der Maßnahmen hinsichtlich ihrer Wirksamkeit und Langfristigkeit erforderlich. Zudem sollten spezifische Verhaltensmuster auf Rebound-Effekte hin geprüft werden. Diesbezüglich könnten Haushaltsbefragungen oder ein Monitoring Aufschluss über die relevanten Verhaltensmuster geben.

Gebäudesanierung und Wärmeversorgung

Eine Erhebung von Sanierungsförderungen durch die KfW oder das BAFA ist anzustreben. Die angefragten Daten können dort erfragt und abgerufen werden, wobei zu berücksichtigen ist, dass Brüche in der Förderlandschaft zum Teil die Zeitreihenvergleiche erschweren. Eine Befragung der Wohnungsbauunternehmen könnte gegebenenfalls zusätzliche Erkenntnisse zu Sanierungen liefern.

Die Entwicklung der Altersklassen der Feuerungsanlagen und damit die Sanierung von Heizungsanlagen kann über eine Zeitspanne mithilfe von Schornsteinfegerdaten nachvollzogen werden. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Bereitstellung auf Kreisebene mit Kosten verbunden ist. In Hinblick auf die Zielerreichung ist es von essenzieller Bedeutung, den Einsatz fossiler Energieträger zu minimieren. Diesbezüglich können die vorliegenden Daten als Grundlage für weitere Justierungen der Maßnahmen dienen.

Ausbau erneuerbarer Energien und Veränderung der Nutzungsmuster

Die jährliche Erhebung der installierten Anlagen je Anlagengröße und Energieträger erfolgt einerseits über die Netzbetreiber sowie andererseits über das Marktstammdatenregister der Bundesnetzagentur. Die jährlichen Einspeisemengen werden auf Basis dieser Daten ermittelt. Infolge der zukünftig zu erwartenden, gegenüber der Einspeisung in das Netz rückläufigen Energieerzeugung vor Ort werden die Angaben des Netzbetreibers, die für die künftigen Bilanzen von entscheidender Bedeutung sind, im Zeitverlauf zunehmend weniger die tatsächliche Energieerzeugung widerspiegeln. Daher werden im Folgenden zwei Möglichkeiten erörtert.

- Berechnung der erzeugten Energiemenge anhand von installierter Leistung und durchschnittlichen jährlichen Volllaststunden.
- Befragung der Anlagenbetreiber/innen (Windenergieanlagen, Wasserkraft- und Biogasanlagen; Wärmenetzbetreiber). Diese Möglichkeit ist sehr zeitaufwändig und gleichzeitig besteht die Gefahr, dass keine Daten eingeholt werden können, weil die Anlagenbetreiber*innen nicht kooperieren wollen oder keine Daten zur Verfügung stehen.

Maßnahmen- und projektbezogenes Controlling

Beim Maßnahmen- und projektbezogenen Controlling werden für die Maßnahmen Indikatoren zur Erfolgsmessung eingebracht. Zudem soll ein „Ampelsystem“ (ausstehend, begonnen, überwiegend abgeschlossen, abgeschlossen) die Umsetzungsstände anzeigen und nachvollziehbar einordnen.

Allgemeine Indikatoren für jede Maßnahme

Im Rahmen des Controllings können allgemeine Indikatoren für eine Maßnahme formuliert werden, die deren Erfolg jeweils beschreiben sollen.

- **THG-Einsparung pro Jahr [tCO₂e/a]**
Dieser Indikator ist nicht zwingend für jede Maßnahme ermittelbar, da Maßnahmen teilweise nur mittelbaren Einfluss auf die THG-Emission haben. Dennoch sind diese Maßnahmen zwingend notwendig für den Erfolg der Klimaschutzbemühungen des Landkreises Emmendingen. Teilweise lässt sich die THG-Einsparung auch nur als Gesamtes für die jeweilige Maßnahme und nicht pro Jahr angeben.
- **Erreichung von Meilensteinen**
Die Erreichung eines Meilensteins ist beispielsweise das Erfüllen einer bestimmten Zielmarke. Diese können zusätzlich mit einem bestimmten Zeitpunkt verknüpft werden, um verbindliche Ziele zu setzen. In diesem Fall bilden die jeweiligen Zieldaten ein zeitliches Raster für die Evaluation. Die Festlegung von Meilensteinen sollte grundsätzlich für alle Maßnahmen möglich sein. Neben der Evaluation von Maßnahmen(-fortschritten) erleichtern definierte Zielmarken auch die Kommunikation und beugen Missverständnissen vor. Empfohlene Erfolgsindikatoren und Meilensteine werden in den einzelnen Maßnahmensteckbriefen formuliert.

Kommunikationsstrategie

Klimaschutz ist eine der drängendsten globalen Herausforderungen unserer Zeit. Um dieser Herausforderung wirkungsvoll zu begegnen, bedarf es einer umfassenden und zielgerichteten Kommunikationsstrategie, die die breite Öffentlichkeit, Unternehmen und Institutionen einbindet und motiviert, aktiv zum Klimaschutz beizutragen. Unsere Kommunikationsstrategie folgt dabei dem Leitsatz nicht nur zu informieren, sondern auch zu sensibilisieren und Anreize zu schaffen. Diese drei Punkte sind der Schlüssel zur Förderung eines umfassenden Bewusstseins und zur Unterstützung eines nachhaltigen Wandels hier in der Verbandsgemeinde.

- **Informieren (Verstehen und Bewusstsein schaffen)**
Der erste Punkt der Strategie konzentriert sich auf die Vermittlung fundierter Informationen über die Ursachen, Folgen und Dringlichkeit des Klimawandels sowie die notwendigen Maßnahmen zum Klimaschutz. Ziel ist es, die Menschen dort abzuholen, wo sie stehen, und ihnen ein tieferes Verständnis für die Zusammenhänge und Notwendigkeiten des Klimaschutzes zu vermitteln.
 - **Transparente Kommunikation:** Durch die Bereitstellung leicht verständlicher und wissenschaftlich fundierter Informationen über die Ursachen und Folgen des Klimawandels und die Vorteile von Klimaschutzmaßnahmen sollen Missverständnisse und Unsicherheiten abgebaut werden.

- **Multimediale Ansätze:** Die Nutzung verschiedener Medienkanäle wie Social Media, Webseiten, Facebook, Mitteilungsblatt und große regionale Zeitungen ermöglicht es, eine breite Zielgruppe zu erreichen und unterschiedliche Informationsbedürfnisse zu bedienen.
- **Bildung und Schulung:** Workshops, Webinare und Schulungsmaterialien für verschiedene Alters- und Zielgruppen fördern ein tiefgreifendes Verständnis für den Klimaschutz und bieten praxisnahe Anleitungen zur Umsetzung von Maßnahmen.
- **Sensibilisieren (Beispiele aufzeigen und Engagement fördern)**

Der zweite Punkt setzt auf die Förderung eines aktiven Engagements. Menschen werden nicht nur durch rationale Argumente überzeugt, sondern auch durch Geschichten und Erlebnisse. Diese Strategie zielt darauf ab, die Menschen für die Dringlichkeit des Klimaschutzes zu sensibilisieren und sie dazu zu motivieren, sich aktiv zu engagieren und Maßnahmen anzugehen.

 - **Erfahrungsberichte:** Persönliche Erfahrungsberichte, die die Auswirkungen des Klimawandels greifbar machen oder die erfolgreiche Umsetzung von Maßnahmen aufzeigen, helfen dabei, eine bessere Verbindung zum Thema herzustellen. Storytelling kann sowohl durch traditionelle Medien als auch durch soziale Medien und Veranstaltungen effektiv genutzt werden.
 - **Lokale Bezugspunkte schaffen:** Indem die Kommunikation konkrete Auswirkungen des Klimawandels auf die lokale Umgebung und das alltägliche Leben hervorhebt, können Menschen leichter die Relevanz und Dringlichkeit von Klimaschutzmaßnahmen erkennen.
 - **Netzwerke und Dialoge fördern:** Durch den Aufbau von Netzwerken, die den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren wie Bürgerinitiativen, Vereinen, Unternehmen und Behörden fördern, soll ein Gemeinschaftsgefühl entstehen, das zum kollektiven Handeln motiviert.
- **Anreize schaffen (konkrete Handlungsoptionen und Vorteile aufzeigen)**

Der dritte Punkt zielt darauf ab, konkrete Anreize zu schaffen, die Menschen, Unternehmen und Institutionen ermutigen, Klimaschutzmaßnahmen zu ergreifen. Dabei sollen sowohl finanzielle als auch ideelle Anreize aufgezeigt werden, um eine langfristige Verhaltensänderung zu fördern

 - **Finanzielle Anreize und Förderprogramme:** Informationen über staatliche Förderprogramme, steuerliche Anreize und finanzielle Unterstützung für klimafreundliche Maßnahmen wie Energieeffizienz, erneuerbare Energien und nachhaltige Mobilität sollen die Bereitschaft zur Umsetzung solcher Maßnahmen erhöhen.
 - **Best-Practice-Beispiele und Vorbilder:** Die Vorstellung von erfolgreichen Klimaschutzprojekten und Initiativen kann als Vorbild dienen und andere motivieren, ähnliche Schritte zu unternehmen. Durch das Sichtbarmachen positiver Beispiele und Erfolgsgeschichten wird der Nutzen von Klimaschutzmaßnahmen verdeutlicht
 - **Niedrigschwellige Einstiegsangebote:** Die Entwicklung einfacher und klarer Handlungsempfehlungen sowie niedrigschwelliger Angebote, wie beispielsweise Energiesparchecks, hilft, erste Hemmschwellen abzubauen und erste Schritte zu ermöglichen.

Öffentlichkeitsarbeit

Eine effektive Öffentlichkeitsarbeit ist essenziell, um das Klimaschutzkonzept der Verbandsgemeinde erfolgreich umzusetzen und die Bevölkerung für Klimafragen zu sensibilisieren. Durch eine gezielte und kreative Kommunikationsstrategie kann das Bewusstsein für Klimaschutz gestärkt, Bürgerengagement gefördert und die Unterstützung relevanter Akteure gewonnen werden. Die folgende Strategie beschreibt, wie verschiedene Medienformate und kreative Ideen eingesetzt werden können, um die Öffentlichkeitsarbeit lebendig und wirkungsvoll zu gestalten.

Zielsetzung und Zielgruppen

Zielsetzung: Das Hauptziel der Öffentlichkeitsarbeit ist es, die Maßnahmen des Klimaschutzkonzept der Verbandsgemeinde bekannt zu machen, das Verständnis für die Notwendigkeit dieser zu vertiefen, das Engagement der Bürger*innen zu fördern und die Unterstützung von lokalen Akteuren, Unternehmen und politischen Entscheidungsträgern zu sichern.

Zielgruppen: Die Öffentlichkeitsarbeit richtet sich an verschiedene Zielgruppen:

- **Einwohner der Verbandsgemeinde:** Bürger*innen, die direkt von den Klimaschutzmaßnahmen betroffen sind und aktiv teilnehmen können.
- **Schulen und Bildungseinrichtungen:** Schüler, Lehrer und Eltern, die frühzeitig für Klimaschutz sensibilisiert werden sollen.
- **Unternehmen und lokale Organisationen:** Betriebe und gemeinnützige Organisationen, die durch Partnerschaften und Kooperationen eingebunden werden sollen.
- **Politische Entscheidungsträger:** Kommunale und regionale Politikerinnen und Politiker die mit eingebunden werden sollen.

Medienformate und Ideen

1. Digitale Medien

- **Website und Blog:** Eine zentrale Website dient als Informationsplattform für die Maßnahmen des Konzepts. Sie sollte regelmäßig aktualisierte Inhalte wie Projektberichte, Erfolgsgeschichten, Veranstaltungshinweise und Tipps für klimafreundliches Verhalten bieten. Ein begleitender Blog kann tiefere Einblicke in spezifische Themen geben und durch Gastbeiträge von Experten oder Bürgern bereichert werden.
- **Soziale Medien:** Plattformen wie Facebook und Instagram sind entscheidend für die Reichweite und Interaktion. Auf Facebook und Instagram können visuell ansprechende Beiträge, Stories und Videos geteilt werden, die über aktuelle Entwicklungen informieren und zur Teilnahme an Aktionen aufrufen.
- **E-Mail-Newsletter:** Regelmäßige Newsletter informieren über kommende Veranstaltungen und Tipps für nachhaltiges Handeln. Informationen können so gezielt an Abonentinnen und Abonnenten verschickt werden und bieten die Möglichkeit, personalisierte Inhalte und lokale Informationen zu vermitteln.

2. Printmedien

- **Informationsbroschüren und Flyer:** Broschüren und Flyer bieten kompakte Informationen über Aktionen oder geplante Maßnahmen. Diese Materialien können in öffentlichen Einrichtungen, bei lokalen Veranstaltungen und in Geschäften verteilt werden, um die Bevölkerung direkt zu erreichen.
- **Plakate und Aushänge:** Plakate, die an zentralen Orten wie Rathäusern, Schulen und Geschäften ausgehängt werden, können wichtige Informationen und Veranstaltungshinweise vermitteln.
- **Pressemitteilungen:** Regelmäßige Pressemitteilungen an lokale Zeitungen und Radiosender halten die Medien und damit die Öffentlichkeit über aktuelle Entwicklungen und Erfolge des Konzepts und der Maßnahmen informiert.

3. Veranstaltungen und Aktionen

- **Schulprojekte und Wettbewerbe:** Die Zusammenarbeit mit Schulen, um Klimaschutzprojekte und Wettbewerbe zu initiieren, ist eine effektive Möglichkeit, Schüler frühzeitig zu sensibilisieren. Workshops und Mitmachaktionen wie Recycling-Workshops oder Fahrradreparaturstationen fördern aktives Engagement und bieten praktische Tipps.

4. Kooperationen und Partnerschaften

- **Politische und lokale Akteure (Vereine):** Die Einbindung von politischen Entscheidungsträgern und lokalen Behörden ist entscheidend für die Unterstützung und Förderung des Klimaschutzkonzepts. Regelmäßige Meetings und Informationsveranstaltungen können dazu beitragen, dass diese Akteure die Notwendigkeit und Vorteile der Maßnahmen verstehen und in die kommunale Planung integrieren.

5. Evaluierung und Anpassung

- **Feedback und Umfragen:** Regelmäßiges Einholen von Feedback durch Bürgerumfragen und direkte Rückmeldungen hilft dabei, die Öffentlichkeitsarbeit kontinuierlich zu verbessern. Die Ergebnisse solcher Umfragen können genutzt werden, um die Kommunikation anzupassen und gezielt auf die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppen einzugehen.
- **Erfolgsmessung:** Die Analyse der Reichweite und des Engagements auf verschiedenen Plattformen sowie die Auswertung der Teilnahme an Veranstaltungen bieten Einblicke in die Effektivität der Öffentlichkeitsarbeit. Diese Daten sind entscheidend, um die Strategie anzupassen und zu optimieren.

Durch die vielfältige Nutzung von Medienformaten und kreativen Ideen wird die Öffentlichkeitsarbeit für das Klimaschutzkonzept der Verbandsgemeinde lebendig und wirkungsvoll gestaltet. Die Kombination aus digitalen Medien, Printformaten, Veranstaltungen und kontinuierlicher Evaluierung stellt sicher, dass die Maßnahmen breit kommuniziert und unterstützt werden, und trägt dazu bei, das Bewusstsein und das Engagement für Klimaschutz in der gesamten Verbandsgemeinde zu stärken.