

Kommunikationsworkshop für Lokalgruppen

Lokal Laut

**Sichtbarkeit vor Ort selbstständig &
individuell steigern**



Referentinnen:

Nadine Willner, Referentin regionale Kommunikation, LocalZero

Emma Marx, Referentin Kommunikation, LocalZero

Ziel

Mit eurer Story eure Sichtbarkeit erhöhen oder eine bestimmte Maßnahme fordern

- 01 Wie erzählt ihr eine gute Geschichte?
- 02 Wie wirkt eine Botschaft? Und was ist die Handlungsaufforderung?
- 03 Welche Zielgruppen hat ihr?
- 04 Welche Kanäle nutzt ihr und warum genau diese?



Merksatz

Eine gute Geschichte ist das A & O, um Menschen zu begeistern, Politik zu überzeugen und eure Erfolge zu feiern.

Leitfragen

Welche Art von Geschichte soll erzählt werden?

- 01 **Die Veränderungsgeschichte:** Voher > Wendepunkt > Nachher
- 02 **Die Held:innengeschichte:** Problem > Herausforderung > Engagment > Veränderung
- 03 **Die Konfliktgeschichte:** Problem > Auseinandersetzung > Lösung
- 04 **Die Erfolgsgeschichte:** Idee > gemeinsames Handeln > Ergebnis

- 05 **Die persönliche Geschichte:** Personen > persönlicher Moment > Erkenntnis > Veränderung
- 06 **Die Zukunftsgeschichte:** Heute > Vorstellung mögl. Zukunft > Weg dorthin
- 07 **Die Alltagsgeschichte:** Konkreter Alltag > Klimathema wird sichtbar > Lösung



Merksatz

Wir erzählen nicht nur, WAS wir tun. Wir erzählen, WARUM es relevant ist und WAS sich dadurch verändern kann.

Leitfragen für eine gute Geschichte

Leitfragen

Die Geschichte: Was ist passiert?

01 Was ist konkret passiert?

02 Wer ist beteiligt?

03 Wo und wann spielt die Geschichte?

04 Was war die Ausgangssituation?

05 Was war das Problem oder die Herausforderung?

06 Was hat sich verändert?

07 Gab es einen überraschenden, emotionalen oder besonderen Moment?

08 Warum ist diese Geschichte gerade jetzt relevant?

09 Was macht diese Geschichte menschlich und greifbar?



Merksatz

Nicht das Thema ist automatisch die Geschichte. Die Geschichte entsteht durch Menschen, Situationen, Veränderungen und konkrete Momente.



Moral oder Botschaft stärken

Leitfragen

Die Botschaft: Was soll hängen bleiben?

- 01 Was soll eine Person nach unserer Geschichte denken?

- 02 Was soll sie fühlen?

- 03 Was soll sie verstanden haben?

- 04 Wenn Menschen sich später nur an einen Satz erinnern: Welcher soll es sein?

- 05 Welche Erkenntnis soll bleiben?

- 06 Warum ist das Thema für sie relevant?

- 07 Welche Haltung oder Perspektive wollen wir vermitteln?



Merksatz

Eine Botschaft ist nicht einfach unser gesamtes Thema.
Wir sollten nicht versuchen, alles gleichzeitig zu sagen.
Eine Geschichte – eine zentrale Botschaft.

CTA: Handlungsaufforderung entwickeln

Leitfragen

Die Handlung: Was soll nach der Geschichte passieren?

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 01 | Was soll die Person nach dem Lesen, Hören, Sehen tun? | 06 | Soll sie sich unserem Lokalteam anschließen? |
| 02 | Soll sie sich informieren? | 07 | Soll sie eine Entscheidung unterstützen? |
| 03 | Soll sie mit uns ins Gespräch kommen? | 08 | Soll sie selbst etwas ausprobieren? |
| 04 | Soll sie einen Beitrag teilen? | 09 | Wie hochschwellig darf der Call to Action sein? |
| 05 | Soll sie zu einer Veranstaltung kommen? | | |



Merksatz

Je konkreter und eindeutiger die gewünschte Handlung, desto leichter können wir unsere Kommunikation darauf ausrichten.



Arbeitsauftrag

Findet eine Geschichte, die ihr erzählen wollt

- 01 Welche konkrete Aktion wollt ihr erzählen?

- 02 Was habt/wollt ihr konkret damit anstoßen oder erreichen?

- 03 Was daran können Menschen außerhalb der Lokalgruppe daran interessieren?

- 04 Was ist die Botschaft, die hinter Geschichte steckt?

- 05 Was ist der zentrale Call to Action: Was soll die Person jetzt tun/fühlen?



Ergebnis

Ihr habt einen Satz, der eure Geschichte beschreibt.
Bsp: Wir wollen erzählen, wie aus einem Gespräch mit einer Bürgerin eine Initiative für mehr sichere Radwege in unserem Stadtteil entstanden ist.

Checkliste

Prüft eure Geschichte, ob sie folgende Punkte erfüllt

- 01 **Konkretheit:** Ist eine konkrete Situation, Person oder Handlung beschrieben?

- 02 **Relevanz:** ist die Geschichte für andere Menschen interessant? Warum?

- 03 **Verständlichkeit:** Würde ein:e Außenstende:r verstehen worum es geht?

- 04 **Menschlichkeit:** Gibt es Menschen, Erfahrungen, Konflikte, Gefühle?

- 05 **Veränderung:** Was ist anderes als vorher? Was könnte sich verändern?

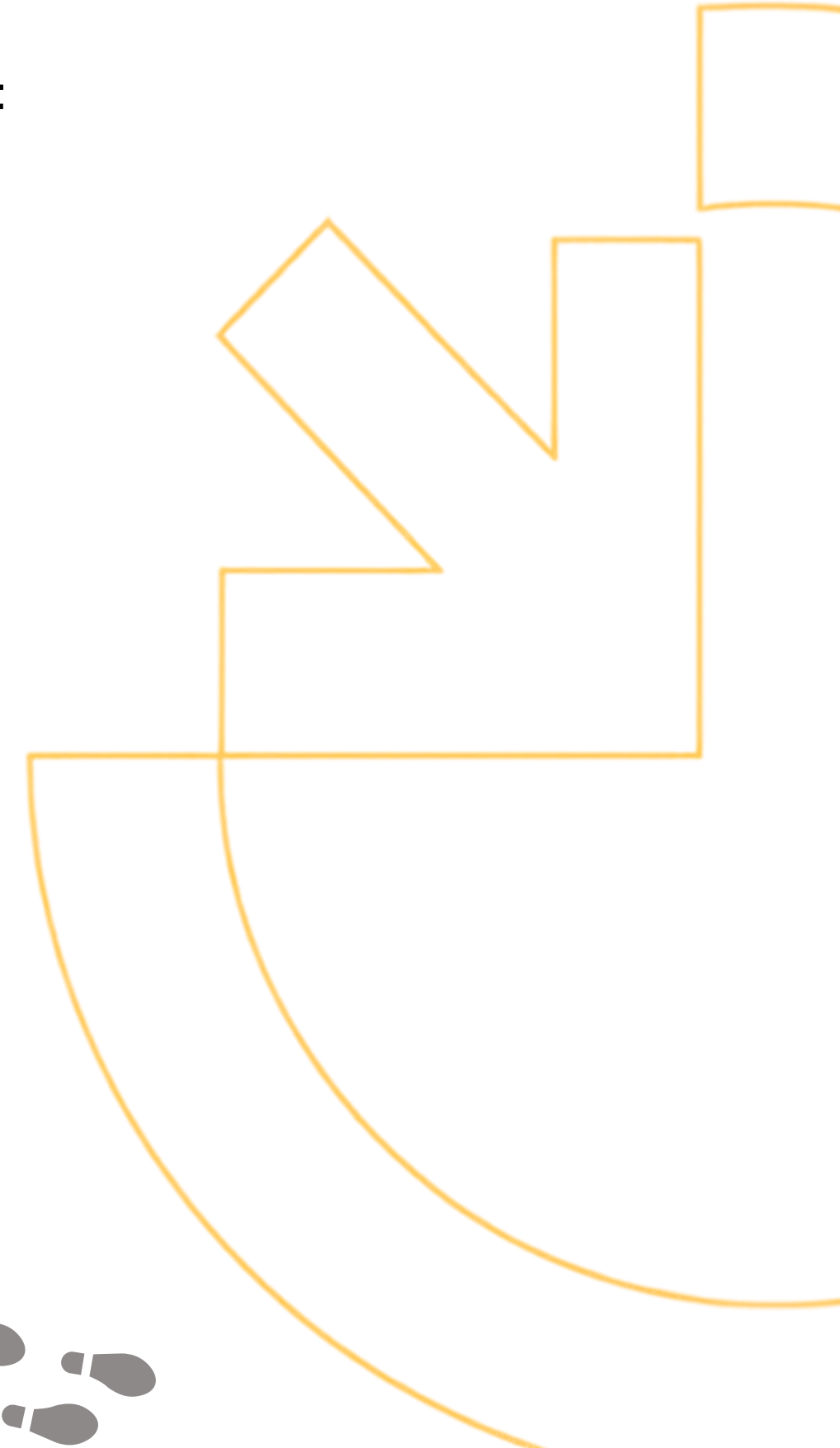
- 06 **Handlungsaufruf:** Was können oder sollen Menschen anschließend tun?

- 07 **Was ist die Botschaft, die hinter Geschichte steckt?**

- 08 **Zielgruppe:** Warum sollte gerade diese Person unsere Geschichte hören wollen?



Nummer 8:
im
nächsten
Schritt



Zielgruppe festlegen

Wen wollen wir erreichen?

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 01 | Menschen, die uns noch nicht kennen | 05 | Politik & Verwaltung |
| 02 | Bevölkerung aus dem eigenen Stadtteil / der eigenen Kommune | 06 | Lokale Multiplikator:innen, z.B. Journalist:innen oder Influencer:innen |
| 03 | Interessierte & Unterstützer:innen | 07 | Andere Organisationen und lokale Partner:innen |
| 04 | Politisch interessierte Bürger:innen | | |



Merksatz

Je konkreter die Zielgruppe, desto besser können wir sie erreichen.

Wie wollen wir ihn/sie erreichen?

01 Was weiß die Person(engruppe) bereits zum Thema? Wie können wir daran anknüpfen?

02 Was ist ihnen wichtig?

- Kosten?
- Gemeinschaft?
- Politische Verantwortung?
- Wirksamkeit?
- Wissenschaftlichkeit?

03 Was könnte die Person abschrecken?

- Zu viel oder zu wenig Fachsprache?
- Zu wenig oder zu viel "Radikalität"?
- Verantwortung?

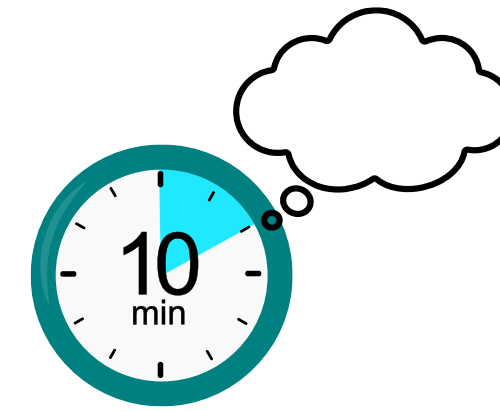
04 Was könnte sie überzeugen?

- Fakten?
- Persönliche Bezüge?
- Für wen setzen sie sich ein?
- Wovor haben sie Angst?
- → Nutzt das auch für euren CTA



Merksatz

Wer die eigene Zielgruppe kennt und sich in sie hineinversetzt, kann kaum daneben liegen.



Arbeitsauftrag

Wen wollen wir erreichen?

- 01 Welche Zielgruppe wollen wir mit unserer Geschichte erreichen?

- 02 Was ist den Personen wichtig? (Sorgen, Wünsche, etc.)

- 03 Welches Wissen bringt die Zielgruppe bereits mit?

- 04 Was genau interessiert sie an der Geschichte & wo bleibt sie hängen? (Botschaft)

- 05 Was sollen sie tun, wenn wir sie erreicht haben? Was ist der CTA?

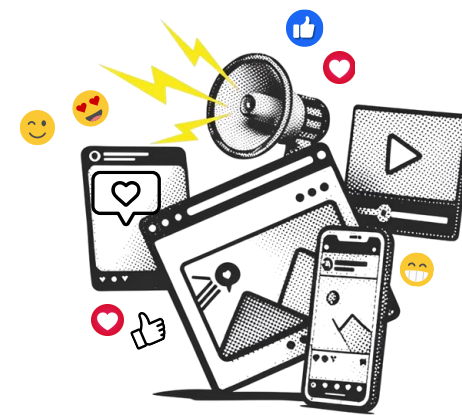
Füllt diesen Satz aus: „Wir wollen mit unserer Geschichte vor allem _____ erreichen, weil _____ für diese Menschen wichtig ist.“
Und: „Wir wollen, dass sie nach unserer Kommunikation _____.“



Ergebnis

Kommunikationskanäle smart nutzen

Wen erreichen wir WIE?



Merksatz

Nicht: „Wir haben einen Kanal – was können wir dort posten?“

Sondern: „Wir haben eine Botschaft: Wen müssen wir erreichen und welcher Weg bringt uns dorthin?“

Abpflastern

Ein Beispiel vom Team LocalZero Ulm



The screenshot shows the LocalZero Ulm website with a yellow background. The header includes the LocalZero Ulm logo, a 'Startseite' link, and navigation buttons: 'Mitmachen', 'Ziel', 'Über uns', 'Wissen', 'Aktivitäten', 'Aktuelles', and a 'Spende' button. The main content area features a photograph of a park plan with labels: 'Sitzquader mit Auflagen (Arm- und Rückenlehne)', 'neue Bäume', 'Staudenpflanzung', and 'Granitpflaster'. Below the photo, the text reads: 'Ulm macht mit beim Wettbewerb „Abpflastern“ – Gemeinsam für ein grüneres Stadtbild!'. At the bottom, it says '13 März, 2026 — von Sabine Back'.

LocalZero Ulm
Startseite

Mitmachen Ziel Über uns Wissen Aktivitäten Aktuelles  Spende

Sitzquader mit Auflagen (Arm- und Rückenlehne)
neue Bäume
Staudenpflanzung
Granitpflaster

Ulm macht mit beim Wettbewerb „Abpflastern“ – Gemeinsam für ein grüneres Stadtbild!

13 März, 2026 — von Sabine Back

Abpflastern

Ein Beispiel vom Team LocalZero Ulm

Stadt Ulm

ulm

Was suchen Sie?





Rathaus

Leben in Ulm

Kultur

Wirtschaft & Wissenschaft

Tourismus

Startseite › Ulm beteiligt sich an Aktion "abpflastern"

17.03.2026

Ulm beteiligt sich an Aktion "abpflastern"

 Vorlesen

Ulm ist ab 2026 dabei, wenn Städte und Gemeinden im Wettbewerb gegeneinander antreten, wer die meisten mit Betonplatten, Pflastersteinen oder Asphalt versiegelten Flächen zurückbaut und Platz für Neues schafft! Alle Bürgerinnen und Bürger können sich ab dem 21. März 2026 daran beteiligen. Als Auftakt zur Aktion „abpflastern“ lädt die Stadt Ulm zusammen mit dem BUND-Kreisverband Ulm und go-plant-a-tree nach Söflingen ein:

Freitag, 20. März, 15 Uhr auf dem Platz Am Sudhaus

Dort wird die Platzfläche neu gestaltet und in großen Teilen entsiegelt: Sechs Bäume und mehrere Stauden werden gepflanzt und neue Sitzmöglichkeiten geschaffen. Die Umgestaltung hat viele Vorteile:

- Klimaschutz: Mehr Grünflächen kühlen die Umgebung, reduzieren Hitzeinseln und verbessern das Stadtklima spürbar.
- Wasserhaushalt: Entsiegelte Flächen lassen Regenwasser versickern, verhindern Überschwemmungen und machen Ulm widerstandsfähiger gegen Starkregen.



Abpflastern

Ein Beispiel vom Team LocalZero Ulm

E-Paper 

SÜDWEST PRESSE 

Abo

Login

 **Ulm pflastert ab**

Asphalt wird zur Grünfläche – Stadt und Bürger im bundesweiten Wettbewerb

Ulm beteiligt sich an einem bundesweiten Wettbewerb zur Entsiegelung und bringt mehr Grünflächen in die Stadt. Auch Bürgerinnen und Bürger können mitmachen.



Von Chirin Kolb

22.03.2026, 15:00 Uhr | Ulm

 Jetzt in der App anhören



 Bei Google bevorzugen

Mehr anzeigen 



Abpflastern

Ein Beispiel vom Team LocalZero Ulm

E-Paper 

SÜDWEST PRESSE 

Abo

Login

 **Ulm pflastert ab**

Asphalt wird zur Grünfläche – Stadt und Bürger im bundesweiten Wettbewerb

Ulm beteiligt sich an einem bundesweiten Wettbewerb zur Entsiegelung und bringt mehr Grünflächen in die Stadt. Auch Bürgerinnen und Bürger können mitmachen.



Von Chirin Kolb

22.03.2026, 15:00 Uhr | Ulm

 Jetzt in der App anhören



 Bei Google bevorzugen

Mehr anzeigen 



Warum funktioniert's?

Zielgruppe: Aufruf für Ulmer Bevölkerung

Inhalt: Von der Planung bis zur Umsetzung kann man die Aktion nachvollziehen

CTA: Auf Webseite und Stadt-Webseite: Mach mit, melde dich an!

In Zeitung: Erfolg darstellen

Lautrer Schatten

Ein Beispiel vom Team Klimalautern

**Die Lautrer Innenstadt
ist dir im Sommer
zu grau und zu heiß?**



Es geht auch anders!

Wir haben da eine Idee ...




klimalautern und lautrerschatten
...


klimalautern 🌿 Wir stellen vor: Lautrer Schatten – für eine kühlere Stadt!

🗨️ **Worum geht's?**
Wir beschatten, kühlen und beleben einen versiegelten, aufgeheizten Platz – mitten in Kaiserslautern! Mit einer Installation aus Seilen, die an Wäscheleinen erinnern, und viel bunter Wäsche, die im Wind flattert. Sie spendet Schatten, sorgt für Verdunstungskühle und bringt Farbe und Freude in die Stadt!

🏢 **Warum das Ganze?**
Versiegelte Flächen speichern viel Hitze. Im Sommer kann es dort spürbar heißer sein als in grünen, schattigen Stadtteilen. Mit Projekten wie Lautrer Schatten wollen wir zeigen, wie kreative Ideen das Stadtklima verbessern und Aufenthaltsorte wieder lebenswerter machen können.

📍 **Wie ist der Stand?**
Aktuell sind wir im Austausch mit der Stadt Kaiserslautern und auf der Suche nach Fördermöglichkeiten. Wenn alles klappt, kannst du dich schon im nächsten Sommer unter Lautrer Schatten vor der Hitze schützen!

👉 **Wie kann ich mitmachen?**
Komm zu unserem nächsten Plenum oder informiere dich auf unserer Webseite über das Projekt – wir freuen uns über Unterstützung und Ideen!

[#LautrerSchatten](#) [#klimalautern](#) [#kaiserslautern](#) [#lautern](#) [#lautre](#) [#klimaschutz](#) [#klimaanpassung](#) [#stadtklima](#) [#kunst](#) [#localzero](#)







 Gefällt **friedrichshafenzero** und **71 weitere Personen**

8. Oktober 2025


 Kommentieren ...

Posten

Lautrer Schatten

Ein Beispiel vom Team Klimalautern




klimalautern und lauterschatten
...


klimalautern 🌧️ Wir stellen vor: Lautrer Schatten – für eine kühlere Stadt!

🗨️ **Worum geht's?**
 Wir beschatten, kühlen und beleben einen versiegelten, aufgeheizten Platz – mitten in Kaiserslautern! Mit einer Installation aus Seilen, die an Wäscheleinen erinnern, und viel bunter Wäsche, die im Wind flattert. Sie spendet Schatten, sorgt für Verdunstungskühle und bringt Farbe und Freude in die Stadt!

🏢 **Warum das Ganze?**
 Versiegelte Flächen speichern viel Hitze. Im Sommer kann es dort spürbar heißer sein als in grünen, schattigen Stadtteilen. Mit Projekten wie Lautrer Schatten wollen wir zeigen, wie kreative Ideen das Stadtklima verbessern und Aufenthaltsorte wieder lebenswerter machen können.

📍 **Wie ist der Stand?**
 Aktuell sind wir im Austausch mit der Stadt Kaiserslautern und auf der Suche nach Fördermöglichkeiten. Wenn alles klappt, kannst du dich schon im nächsten Sommer unter Lautrer Schatten vor der Hitze schützen!

👉 **Wie kann ich mitmachen?**
 Komm zu unserem nächsten Plenum oder informiere dich auf unserer Webseite über das Projekt – wir freuen uns über Unterstützung und Ideen!

[#LautrerSchatten](#)
[#klimalautern](#)
[#kaiserslautern](#)
[#lautern](#)
[#lautre](#)
[#klimaschutz](#)
[#klimaanpassung](#)
[#stadtklima](#)
[#kunst](#)
[#localzero](#)







 Gefällt **friedrichshafenzero** und 71 weitere Personen
 8. Oktober 2025


 Kommentieren ...

Posten

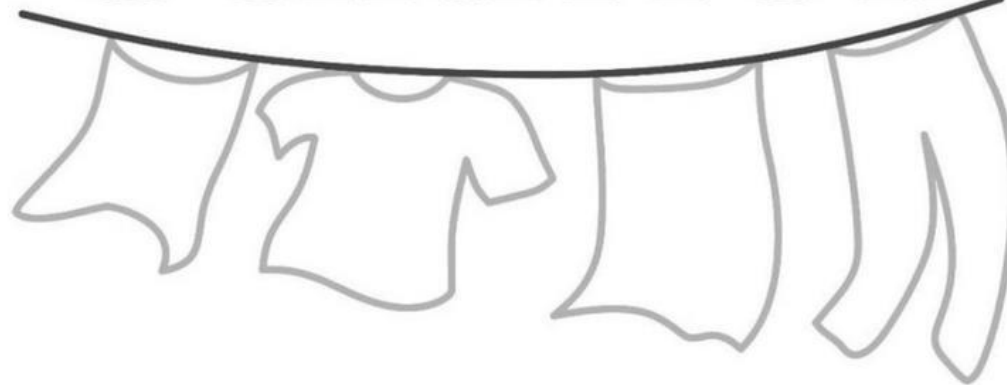
Lautrer Schatten

Ein Beispiel vom Team Klimalautern

Und wann gehts los?

Wenn alles glatt läuft, kann man sich schon im nächsten Sommer über *Lautrer Schatten* freuen! Aktuell sind wir noch im Austausch mit der Stadt und suchen Fördermöglichkeiten und Partner für unser Projekt.

Lautrer Schatten



 klimalautern und lauterschatten

 klimalautern 🌿 Wir stellen vor: Lautrer Schatten – für eine kühlere Stadt!

🗨️ Worum geht's?

Wir beschatten, kühlen und beleben einen versiegelten, aufgeheizten Platz – mitten in Kaiserslautern! Mit einer Installation aus Seilen, die an Wäscheleinen erinnern, und viel bunter Wäsche, die im Wind flattert. Sie spendet Schatten, sorgt für Verdunstungskühle und bringt Farbe und Freude in die Stadt!

🏢 Warum das Ganze?

Versiegelte Flächen speichern viel Hitze. Im Sommer kann es dort spürbar heißer sein als in grünen, schattigen Stadtbereichen. Mit Projekten wie Lautrer Schatten wollen wir zeigen, wie kreative Ideen das Stadtklima verbessern und Aufenthaltsorte wieder lebenswerter machen können.

🕒 Wie ist der Stand?

Aktuell sind wir im Austausch mit der Stadt Kaiserslautern und auf der Suche nach Fördermöglichkeiten. Wenn alles klappt, kannst du dich schon im nächsten Sommer unter Lautrer Schatten vor der Hitze schützen!

👉 Wie kann ich mitmachen?

Komm zu unserem nächsten Plenum oder informiere dich auf unserer Webseite über das Projekt – wir freuen uns über Unterstützung und Ideen!

#LautrerSchatten #klimalautern #kaiserslautern #lautern #lautre #klimaschutz #klimaanpassung #stadtklima #kunst #localzero






 Gefällt **friedrichshafenzero** und 71 weitere Personen

8. Oktober 2025

 Kommentieren ...

Posten

Lautrer Schatten

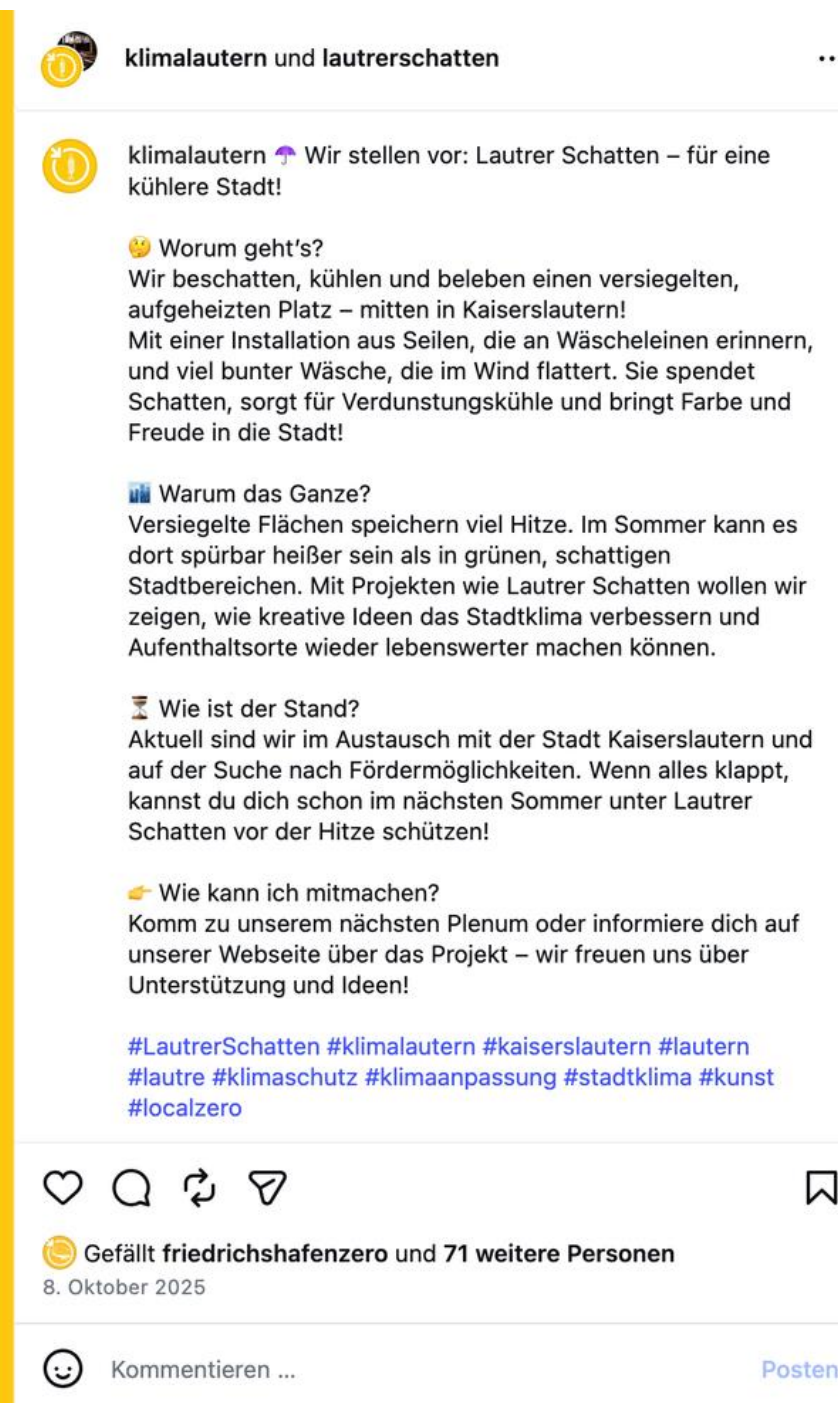
Ein Beispiel vom Team Klimalautern



Du möchtest unterstützen?

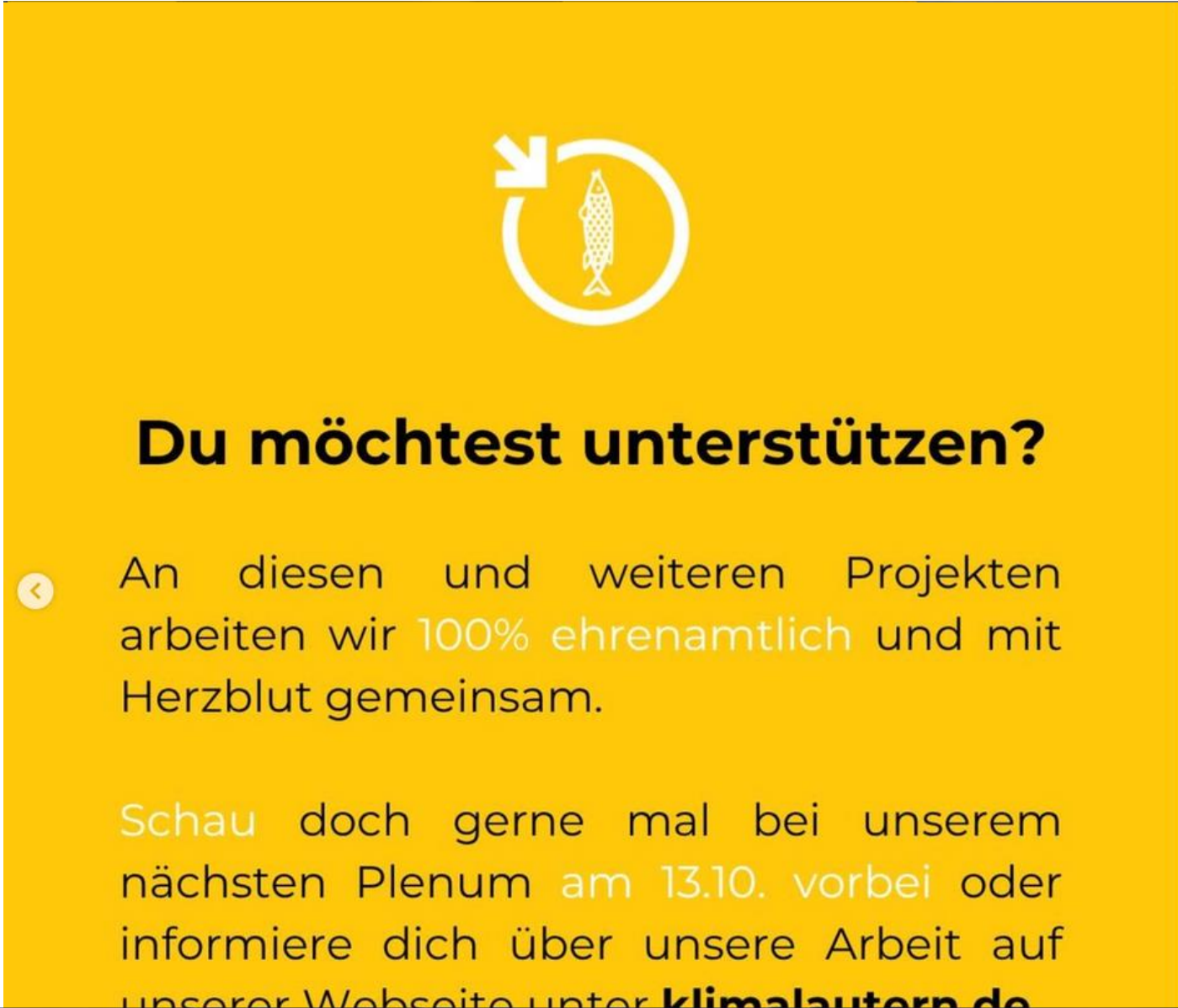
◀ An diesen und weiteren Projekten arbeiten wir 100% ehrenamtlich und mit Herzblut gemeinsam.

Schau doch gerne mal bei unserem nächsten Plenum am 13.10. vorbei oder informiere dich über unsere Arbeit auf unserer Webseite unter **klimalautern.de**



Lautrer Schatten

Ein Beispiel vom Team Klimalautern





Du möchtest unterstützen?

◀ An diesen und weiteren Projekten arbeiten wir 100% ehrenamtlich und mit Herzblut gemeinsam.

Schau doch gerne mal bei unserem nächsten Plenum am 13.10. vorbei oder informiere dich über unsere Arbeit auf unserer Webseite unter klimalautern.de

 klimalautern und lauterschatten

klimalautern ☔ Wir stellen vor: Lautrer Schatten – für eine kühlere Stadt!

🗨️ Worum geht's?
Wir beschatten, kühlen und beleben einen versiegelten, aufgeheizten Platz – mitten in Kaiserslautern! Mit einer Installation aus Seilen, die an Wäscheleinen erinnern, und viel bunter Wäsche, die im Wind flattert. Sie spendet Schatten, sorgt für Verdunstungskühle und bringt Farbe und Freude in die Stadt!

🏠 Warum das Ganze?
Versiegelte Flächen speichern viel Hitze. Im Sommer kann es dort spürbar heißer sein als in grünen, schattigen Stadtteilen. Mit Projekten wie Lautrer Schatten wollen wir zeigen, wie kreative Ideen das Stadtklima verbessern und Aufenthaltsorte wieder lebenswerter machen können.

📅 Wie ist der Stand?
Aktuell sind wir im Austausch mit der Stadt Kaiserslautern und auf der Suche nach Fördermöglichkeiten. Wenn alles klappt, kannst du dich schon im nächsten Sommer unter Lautrer Schatten vor der Hitze schützen!

👉 Wie kann ich mitmachen?
Komm zu unserem nächsten Plenum oder informiere dich auf unserer Webseite über das Projekt – wir freuen uns über Unterstützung und Ideen!

[#LautrerSchatten](#) [#klimalautern](#) [#kaiserslautern](#) [#lautern](#) [#lautra](#) [#klimaschutz](#) [#klimaangepasst](#) [#stadtklima](#) [#kunst](#)



Warum funktioniert's?

Zielgruppe: Breite Bevölkerung mit Bezug zur versiegelten Innenstadt

Inhalt: Wir haben eine Vision und planen eine konkrete Aktion

CTA: Mach mit → Komm zum Plenum!

Unsere konkrete Kommunikationsidee

Arbeitsauftrag

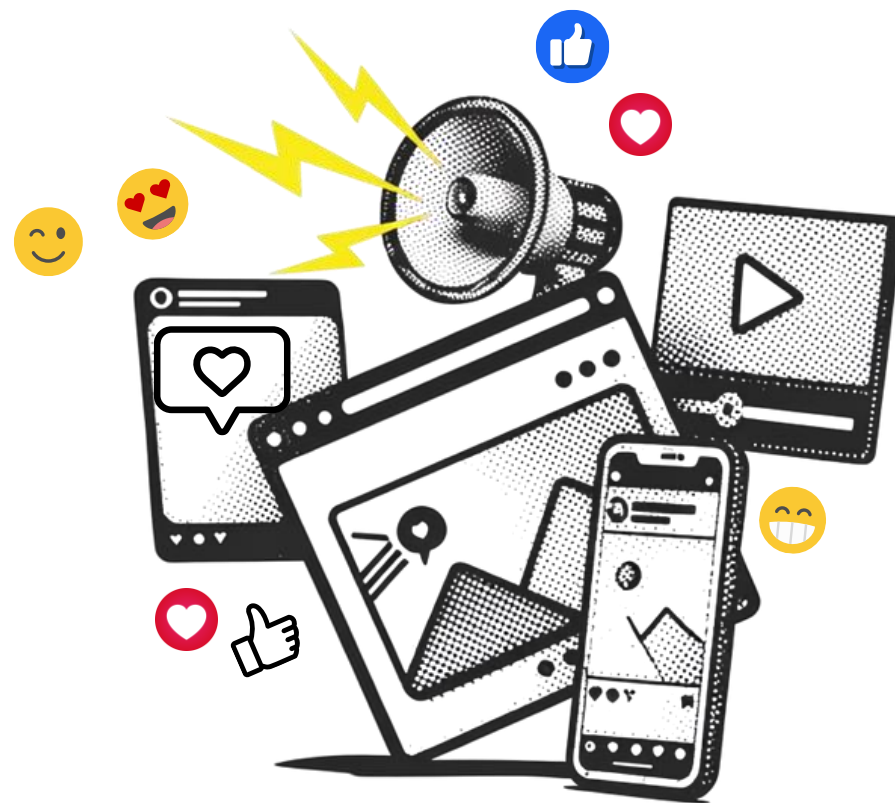
Verbindet Geschichte, Zielgruppe(n), Kanäle & CTA



Ergebnis

Ihr habt eine konkrete Geschichte entwickelt, die ihr über die richtigen Kanäle an eure ausgewählte Zielgruppe liefert und die in einem klaren Handlungsauftrag endet.

Social Media



Erreicht am ehesten die lokale Bevölkerung – eher jüngere Menschen.

Geeignet für:

- erste Aufmerksamkeit und schnelle Sichtbarkeit
- kurze persönliche Geschichten/Messages
- „behind the scenes“ → euch als Gruppe kennenlernen
- starke visuelle Inhalte / Bilder → teilbar

Beispiele:

- Sichtbarkeit von Aktionen erhöhen
- Plus: Einblick in die Vorbereitung einer Aktion
- echte Übergabe einer Petition
- Teilen von schönen Momenten des Ehrenamts



Merksatz

Social Media macht eure Geschichte für sichtbar und teilbar und funktioniert aber vor allem für visuelle Inhalte!

Presse/Lokalmedien

Erreicht am ehesten die breite Öffentlichkeit – eher ältere Menschen.

Geeignet für:

- Glaubwürdigkeit & Reichweite
- politische Themen und Einordnungen → Hintergrundinformationen, Vertiefung, Argumente
- größere Erfolgsgeschichten
- Ansprache über Pressemitteilungen und -einladungen

Beispiele:

- Aktionen im Nachgang erzählen
- Öffentliche Kontakte mit Lokalpolitiker:innen
- Maßnahmen mit großer Wirkung



Merksatz

Pressevertreter:innen kommen am ehesten wenn ihr öffentlich mit der Lokalpolitik zu tun habt. Nutzt das, um einen guten Kontakt aufzubauen.

Öffentlicher Raum

Erreicht diejenigen, die eh dort sind!

Geeignet für:

- Aufmerksamkeit für ein bestimmtes Thema/Problem herstellen
- Möglichkeit Menschen direkt zu erreichen und zu überzeugen
- Sichtbarkeit für Engagement der Gruppe allgemein

Beispiele:

- Infostand zu einem aktuellen relevanten Thema
- regelmäßiger Marktstand für Sichtbarkeit der Lokalgruppenarbeit



Merksatz

Begegne Menschen dort, wo sie sowieso sind und mit Themen, die sie eh bewegen.

Persönliches Gespräch

Erreicht alle die zuhören & auch Entscheider:innen!

Geeignet für:

- die direkte Ansprache, um das Problem & die Lösung (gemeinsam) zu adressieren
- für komplexe Themen
- hilfreich für Menschen mit wenig Vorwissen
- zur Herstellung von politischen und/oder lokalen Netzwerken

Beispiele:

- Haustürgespräche
- Politikgespräche



Merksatz

Persönliche Gespräche bauen Vertrauen und Beziehungen auf, denn das entsteht am Besten im Eins-zu-Eins. Für politische Arbeit nicht zu vernachlässigen.

Veranstaltung/Workshop



Erreicht am ehesten die eigenen und mögliche neue Mitglieder

Geeignet für:

- Betroffene zusammenbringen
- Möglichkeit für längeren, tieferen Austausch
- Möglichkeit, um Wissen zu vermitteln
- Beteiligung fördern

Beispiele:

- Info-Veranstaltungen zu inhaltlichen Themen (z.B. Wärmewende, Solar, ...)
- Podiumsdiskussion mit Bürgermeisterin zu Klimaschutz



Merksatz

Aus Zuhören wird Beteiligung und oft Mitarbeit.

Eigener Blog/eigene Webseite

Erreicht am ehesten Menschen, die euch schon kennen.

Geeignet für:

- die Vermittlung von Tiefe, mehr Informationen und Positionen
- ausführliche Geschichten
- wichtiger Weg für die Gewinnung neuer Mitglieder → Optionen zum Mitmachen aufzeigen

Beispiele:

- Hintergrundbericht über ein größeres Projekt
- Geschichte über die eigene Lokalgruppe



Merksatz

Wer mehr wissen will, findet hier die ganze Geschichte. Aber fast niemand stößt zufällig darauf!

Eigener Newsletter

Erreicht Menschen, die euch schon kennen.

Geeignet für:

- über längeren Zeitraum hinweg Geschichten erzählen: von der Planung bis zur Umsetzung
- direkte Aufforderungen
- Optionen zum Mitmachen aufzeigen

Beispiele:

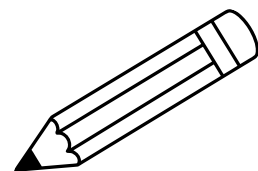
- jegliche Aktion von Anfang bis Ende erzählen
- Hintergrundgeschichte über die eigene Lokalgruppe



Merksatz

Mit Newslettern erreicht man Menschen in ihrem Postfach, muss aber beständig dranbleiben.

Weitere Kanäle



WANDKARTE

 **LocalZero**

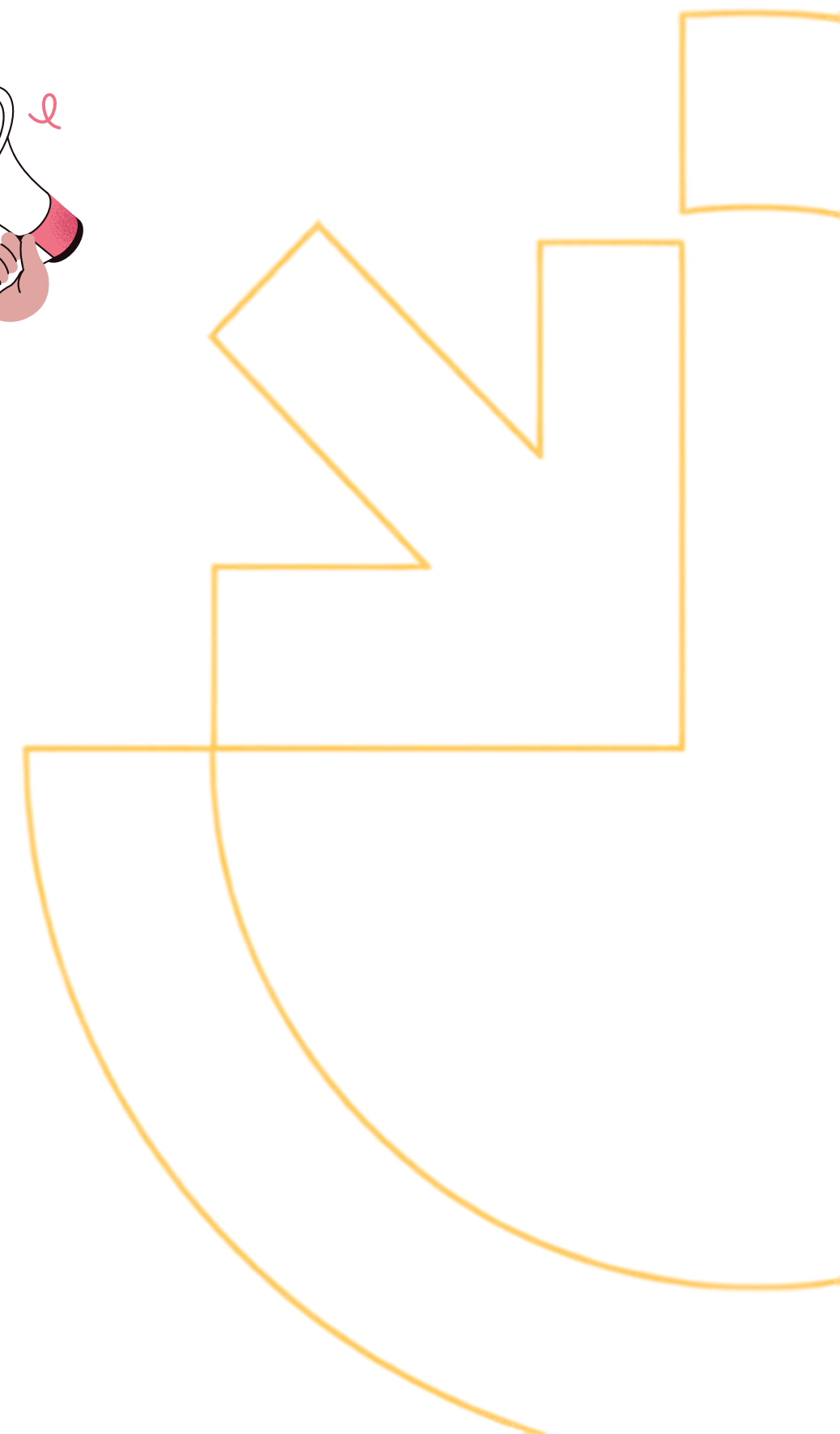
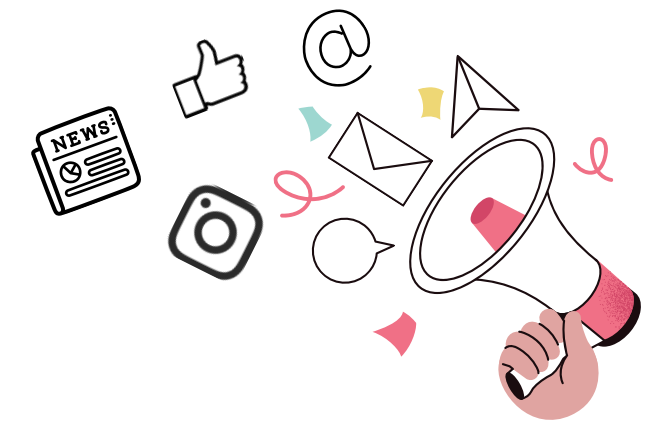


Zielgruppen ↔ Kanäle

Checkliste

Zielgruppe	Besonders geeignete Kanäle
Menschen, die uns noch nicht kennen	Öffentlicher Raum, Social Media, Veranstaltungen
Bevölkerung aus dem eigenen Stadtteil / der Kommune	Marktstände, Aktionen, lokale Media, Veranstaltungen
Interessierte & Unterstützer:innen	Newsletter, Social Media, Vere persönliche Ansprache
Politisch interessierte Bürger:innen	Veranstaltungen, persönliche Lokalmedien, Website
Politik & Verwaltung	Persönliches Gespräch, E-Mail Briefing, Presse

Nur WANDKARTE



Unsere konkrete Kommunikationsidee

Abschluss

Blitzlicht

Bei Fragen erreicht ihr uns unter:
localzero.kommunikation@germanzero.de



YOUR TIME
to
SHINE



TakeAway

Eine gute Kommunikationsstrategie beginnt mit einer guten Geschichte!