

Masterplan Energiewende

Ergebnissicherung in den
Arbeitspaketen

AP Öffentlichkeitsarbeit // Status 3

Status und bisherige Ergebnisse

- Bestehende Gremien/Institutionen (Seniorenbeirat, Integrationsrat, Wohnungsgesellschaften etc..) sollen zur zielgruppenorientierten Kommunikation des Prozesses genutzt werden.
- Weitere Zielgruppen und Multiplikatoren sollen definiert und deren Ansprachemöglichkeiten analysiert werden.
- Zunächst soll der Gesamtprozess bekannt gemacht werden, hierzu wurden Vorschläge zur Öffentlichkeitsarbeit diskutiert, erster Meilenstein ist der Energiewendekongress am 13.02.2013. Flyer ist erstellt. Die Akteure wollen bereits geplante Veranstaltung als Kommunikationsplattform nutzen.
- Es wird zum internen Austausch von Arbeitsmaterialien und Informationen für jedes Arbeitspakete ein Datencontainer zur Verfügung gestellt. Der Zugriff wird über ein Benutzerkonzept gesteuert

Offene Punkte / Fragen an die Begleitforschung

- Welche Zielgruppen sind wie zu erreichen, gibt es bereits Konzepte zur zielgruppenorientierten Ansprache, die zu nutzen sind?
- Können Bereiche der TU unterstützen (Sinus-Studien, Bachelor-Theses etc..)?

Offene Punkte / Fragen an Steuerungsgremien

- Ist die Entwicklung eines Mottologos für den Masterplanprozess erwünscht, um das gemeinsame Vorgehen (WIR-Gefühl) zu dokumentieren ?
- Soll eine offensive Kommunikation des Prozesses, der Teilergebnisse, der Gesamtergebnisse innerhalb Dortmunds oder auch überörtlich erfolgen?

Fokusthemen

- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen zur Zielgruppenerreichung
- Zielgruppenorientierte Kommunikation des Gesamtprozesses...
 - Grundrauschen
- Erarbeitung von Empfehlungen zur Kommunikation von Teilergebnissen an das Kernteam/Beirat
- Erarbeitung eines begleitenden Kommunikations/Aktivierungskonzeptes zur Umsetzung der im Masterplan vorgeschlagenen Handlungsempfehlungen
- Beteiligungsangebote für Bürger/innen werden erarbeitet (Bürgercafe/Internetplattform)
- Planung der Abschlussveranstaltung zum Masterplanprozess

To Do's bis zur nächsten AP-Sitzung

- Grobkonzept zur zielgruppendifinierten Ansprache (wer kann wie, mit welchen Informationen erreicht werden, welche Multiplikatoren können genutzt, welche müssen noch gewonnen werden)
- Bestandsanalyse der in 2013 von den Akteuren geplanten Veranstaltungen
- Vorhandene Ideen zur Zielgruppen-erreichung/analyse werden gebündelt und aufgearbeitet