



# WÄRME für alle

## WÄRME4ALLE

Partizipative und sozialverträgliche Wärmewende im Quartier

Bericht: ÖA-Strategie

---

Ort: Berlin

Status: Öffentlich

Datum: 30.04.2024

## Impressum

---

# WÄRME4ALLE - Partizipative und sozialverträgliche Wärmewende im Quartier

### Projektleitung

**Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI**

Breslauer Straße 48, 76139 Karlsruhe

### Verantwortlich für den Inhalt des Textes

Dr. Ulrich Eimer, [eimer@e-p-c.de](mailto:eimer@e-p-c.de)

Svenja Klinz, [klinz@e-p-c.de](mailto:klinz@e-p-c.de)

### Beteiligte Institute

**EPC gGmbH**

Potsdamer Platz 1, 10785 Berlin

**InWIS Institut für Wohnungswesen, Immobilienwirtschaft, Stadt- und Regionalentwicklung GmbH**

Springorumallee 20a, 44795 Bochum

**IKEM – Institut für Klimaschutz, Energie und Mobilität e. V.**

Magazinstraße 15-16, 10179 Berlin

### Verfasst von

**EPC gGmbH**

Potsdamer Platz 1, 10785 Berlin

### Veröffentlicht

April 2024

### Hinweise

Dieser Bericht einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Die Informationen wurden nach bestem Wissen und Gewissen unter Beachtung der Grundsätze guter wissenschaftlicher Praxis zusammengestellt. Die Autorinnen und Autoren gehen davon aus, dass die Angaben in diesem Bericht korrekt, vollständig und aktuell sind, übernehmen jedoch für etwaige Fehler, ausdrücklich oder implizit, keine Gewähr. Die Darstellungen in diesem Dokument spiegeln nicht notwendigerweise die Meinung des Auftraggebers wider.

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Kommunikationsstrategie .....</b>	<b>5</b>
2.1	Ziel.....	5
2.2	Zielgruppen.....	5
2.3	Projektidentität .....	5
2.3.1	Informationen über die Projektförderung .....	7
2.3.2	Vorlagen.....	7
2.4	Sprache .....	7
2.5	Key messages und Projektbeschreibung.....	8
<b>3</b>	<b>Kommunikationskanäle .....</b>	<b>10</b>
3.1	Webseite.....	10
3.2	Social-Media-Kanäle.....	11
3.3	Projektnewsletter .....	12
3.4	Pressemitteilungen .....	13
3.5	Aushang, Briefe, E-Mail, Telefonat.....	13
3.6	Teilnahme an Konferenzen und Messen .....	14
3.7	Besonderheiten: Mieterapp und Mietermagazin .....	14
<b>4</b>	<b>Kommunikationsmaterialien .....</b>	<b>15</b>
4.1	Allgemeine Projektpräsentation.....	15
4.1	Factsheet.....	15
4.2	Projektposter.....	15
4.1	Roll-Up Banner.....	16
<b>5</b>	<b>Kommunikationsprozesse.....</b>	<b>17</b>
<b>6</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>18</b>

# 1 Einleitung

---

Das Projekt WÄRME4ALLE stellt sich der Herausforderung, langfristig verlässliche und sozialverträgliche Lösungen für die Wärmewende im Quartier zu erarbeiten. Gemeinsam mit Wohnungsunternehmen wird dazu ein transparenter und partizipativer Planungsprozess für eine resiliente Wärmewende entwickelt, der auf andere Quartiere übertragbar ist.

Um die verschiedenen am Projekt beteiligten Interessengruppen zu erreichen, wurde eine ÖA-Strategie als Ergebnis E6.1 des Arbeitspakets 6 entwickelt, das sich mit der Kommunikation und Verbreitung der Projektergebnisse befasst. Die unterschiedlichen Merkmale und Perspektiven der Interessengruppen machen es erforderlich, dass die in diesem Plan festgelegten Aktivitäten einen vielfältigen Ansatz verfolgen, um die einzelnen Zielgruppen auf wirksame und sinnvolle Weise anzusprechen. Die unterschiedlichen Rollen und Fähigkeiten der WÄRME4ALLE-Partner werden dazu beitragen, verschiedene Interessengruppen zielgruppenspezifisch anzusprechen. Im Vorfeld wurde eine Umfrage unter den assoziierten Partner:innen durchgeführt, um festzustellen, wie die unterschiedlichen Fähigkeiten der Partner:innen am sinnvollsten eingesetzt werden können, um wichtige Interessengruppen zu erreichen.

Diese ÖA-Strategie identifiziert verschiedene Gruppen, die für den erfolgreichen Verlauf von WÄRME4ALLE eine Schlüsselrolle spielen, und legt eine Vielzahl von Aktivitäten, Materialien und Kanälen fest, die im Beteiligungsprozess genutzt werden.

Die Hauptzielgruppen des Projekts, die durch diese Strategie erreicht und einbezogen werden, sind die Mieter:innen der Pilotquartiere, die dort tätigen Wohnungsbaugesellschaften, Fachakteur:innen unterschiedlicher angewandter und wissenschaftlicher Organisationen, Nutzer:innen der Pilotquartiere sowie die allgemeine Öffentlichkeit. Die Verbreitung von Schlüsselbotschaften über die Vorteile von WÄRME4ALLE in der Mieterschaft spielt eine entscheidende Rolle, um ein breites gesellschaftliches Interesse am Beteiligungsprozess zu erzielen. Darüber hinaus fördert die öffentliche Darstellung der Vorteile von WÄRME4ALLE bei den Mieter:innen der Pilotquartiere eine breitere Akzeptanz und eine gesteigerte Motivation zur Teilnahme am Beteiligungsprozess.

## 2 Kommunikationsstrategie

---

### 2.1 Ziel

Die ÖA-Strategie von WÄRME4ALLE zielt übergreifend auf folgende Aspekte ab:

- (i) Lokale Kommunikation zur Verbreitung der Projektaktivitäten in den Pilotquartieren
- (ii) Bundesweite Kommunikation zur Verbreitung der Projektaktivitäten

### 2.2 Zielgruppen

Die anspruchsvollen Klimaziele der Bundesregierung müssen lokal und möglichst schnell umgesetzt werden. Das stellt die Städte und somit auch die lokale Wohnungswirtschaft und somit der Sektor, auf den sich das Projekt bezieht, vor große Herausforderungen. Der Anteil des Wärmebedarfs am deutschen Gesamtenergiebedarf beträgt rund 56%, wovon etwa die Hälfte für die Bereitstellung von Raumwärme genutzt wird. Der Anteil erneuerbarer Energien in der Wärmeerzeugung ist mit 14% auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau und steigt aufgrund vielfältiger bestehender Hemmnisse nur langsam. Der Gebäudesektor stellt angesichts bislang niedriger Sanierungsraten im Wohnungsbestand eine besondere Herausforderung dar, die ambitionierten Emissionsreduktionsziele in Wohnquartieren zu erreichen. Die Hälfte des Wohnraums in Deutschland ist vermieteter Wohnraum. Dem Zusammenwirken zwischen Immobilieneigentümer:innen (in der Rolle als Vermieter:innen und Entscheidungsträger:innen über den Energieeffizienzstandard eines Gebäudes und der Durchführung energetischer Modernisierungen) und den Mieter:innen als Nutzer:innen einer Wohnung kommt daher in der Wärmewende eine hohe Bedeutung zu.

WÄRME4ALLE muss seine Zielgruppen dementsprechend stark einbinden, so dass diese im Verlauf des Projektes und bei der Verbreitung und Nutzung der Projektergebnisse einen aktiven Beitrag leisten können. Die Zielgruppen des Projektes werden unterschiedlich intensiv während des Prozesses eingebunden. Der zentrale Fokus liegt bei der aktiven Beteiligung der **Wohnungsbaugenossenschaften** als Immobilieneigentümer:innen, den **Mieter:innen** als Nutzer:innen und den **Stadtwerken** bzw. den nicht-kommunalen **Energie- und Wärmeversorgern**. Auf einer weiteren Beteiligungsebene werden themenrelevante **Ämter der Stadtverwaltung, Quartiersmanagementinitiativen** und wenn vorhanden die **Mieterbeiräte** über den Projektverlauf informiert. In einer dritten Beteiligungsgruppe werden solche Akteur:innen zusammengefasst, die den Beteiligungsprozess als Inputgeber:innen an bestimmten Stellen bereichern. Hierzu gehören z.B. **Mietervereine, Verbraucherzentralen, Förderbanken** oder **Verbände** und **Interessenvertretungen** zum Thema Wohnungs- und Immobilienbranche oder Energie- und Wärmeeffizienz.

### 2.3 Projektidentität

Um eine leicht erkennbare und einprägsame Identität von WÄRME4ALLE zu schaffen, entwickelt EPC ein klares Projekt-Branding mit einer einheitlichen Vision. Es wird ein projektinterner Corporate Identity-Leitfaden erstellt, um sicherzustellen, dass die Identität für alle WÄRME4ALLE -Kommunikations- und Verbreitungsaktivitäten kohärent und einheitlich ist. Er wird Gestaltungsregeln für die Verwendung des Logos, des WÄRME4ALLE-Farbschemas, der Schriftarten und andere Konventionen enthalten.



**Abbildung 1: Logo WÄRME4ALLE**

Das Logo (Abb. 1) besteht aus dem schwarzen Schriftzug „WÄRME für alle“ auf weißem Hintergrund. Die Form neben dem Schriftzug ist eine Abstraktion einer Heizung bzw. Leitung. Das Farbschema im WÄRME4ALLE-Logo nutzt einen sanften Übergang von Orange über Violett zu Pink, beide Farben stammen aus dem warmen Farbspektrum. Orange symbolisiert oft Energie, Enthusiasmus und Wärme, während Pink eine sanftere, beruhigende Nuance darstellt, die auch mit Engagement und Mitgefühl in Verbindung gebracht wird. Der Übergang von Orange zu Pink vermittelt daher die Idee von Energie und Wärme, die sich zu einem Gefühl von Gemeinschaft entwickelt. Insgesamt erzeugt dieses Farbschema eine positive und einladende Atmosphäre, die die Botschaft von WÄRME4ALLE verstärkt.

### Hauptfarben



#### Hexadecimal:

#ED7530      #DA5638      # AB4868      #873162      # BF3A66      #D1283D

#### R-G-B

237-117-48      218-86-56      171-72-104      135-49-98      191-58-102      209-40-61

Das WÄRME4ALLE-Logo, das BMWK-Logo sowie eine Sammlung von Fotos mit dem Hauptthema von WÄRME4ALLE, die auch auf der WÄRME4ALLE-Website zu sehen sein werden, wurden allen Partner:innen im geteilten Teams-Ordner von WÄRME4ALLE zur Verfügung gestellt.

## 2.3.1 Informationen über die Projektförderung

Die Verwendung des PtJ Logos im Vorhaben ist nicht notwendig. In allen zuwendungsbezogenen Publikationen (z. B. Programmhefte, Broschüren, Websites) sowie bei zuwendungsbezogenen Plakaten, Messetafeln, Transparenten und ähnlichem ist folgendes Logo des BMWK aufzunehmen:

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

### Abbildung 2: Information über die Projektförderung

Für die Platzierung des Logos (an gut wahrnehmbarer Stelle) gilt der Styleguide der Bundesregierung (<http://styleguide.bundesregierung.de>). Das Logo wird vom Projektträger Jülich zur Verfügung gestellt und kann in deutscher und englischer Version auf der folgenden Seite (<https://www.ptj.de/energie/download-logo>) passwortgeschützt heruntergeladen werden.

Wird durch den Zuwendungsempfänger das Corporate Design der Bundesregierung/BMWK bereits verwendet, gilt folgendes: Bei Drucksachen ist das Logo zusätzlich im Impressum (unmittelbar neben dem Zuwendungsempfänger) aufzunehmen.

## 2.3.2 Vorlagen

Bis Ende M6 wurden Vorlagen für Arbeitsergebnisse und Präsentationsfolien erstellt und allen Partner:innen zur Verfügung gestellt, die alle mit der visuellen Identität von WÄRME4ALLE übereinstimmen.



### Abbildung 3: Beispiele der Powerpointvorlage

## 2.4 Sprache

Die Sprache der Kommunikationskampagne ist klar und sachlich. Der spezifische Wortlaut ist jedoch auf das jeweilige Kommunikationsmaterial, die medienbezogenen Merkmale und die jeweiligen

Zielgruppen abzustimmen. Der Text der verschiedenen Kommunikationsmaterialien, die hauptsächlich auf die Mieter:innen und die breite Öffentlichkeit abzielen, soll inhaltlich nicht zu komplex sein und eine allgemeinere Terminologie verwenden.

Um möglichst viele Mieter:innen in den Pilotquartieren ansprechen zu können, werden die WÄRME4ALLE-Hauptwebseite und die decidim Plattform auch in englischer Sprache bereitgestellt. Weitere Sprachen können durch Unterstützung der Partner:innen umgesetzt werden. Während einige Materialien im Rahmen des WÄRME4ALLE-Projekts von den teilnehmenden Partner:innen übersetzt werden können, wird die Integration der Übersetzung in einigen Fällen vom EPC vorgenommen, um eine einheitliche Gestaltung und Formatierung zu gewährleisten.

## 2.5 Key messages und Projektbeschreibung

Die Projektidentität wird in erster Linie durch das entworfene Logo, den Projektnamen, das Farbschema und das allgemeine Projektthema geprägt, die in den Marketingmaterialien und auf der Projektwebsite verwendet werden. Um die Kommunikation der Projektidentität zu unterstützen, wird eine Beschreibung von WÄRME4ALLE in verschiedenen Längen entwickelt. Sie umfasst einen Satz, einen Absatz und eine halbe Seite und kann bei Bedarf verwendet werden. Die Texte zur Projektidentität werden in den WÄRME4ALLE-Teams-Ordern für alle Partner:innen zur Verfügung gestellt, die längere Beschreibung wird auch auf der Website und in den Kommunikationsmaterialien integriert:

### **Halbseiter**

Die ambitionierten Klimaziele der Bundesregierung schnell umzusetzen und Emissionen drastisch zu senken, stellt die lokale Wohnungswirtschaft vor eine Herausforderung. Mit einem Anteil von rund 56% am deutschen Gesamtenergiebedarf ist der Wärmebedarf ein zentraler Aspekt. Jedoch befindet sich der Anteil erneuerbarer Energien in der Wärmeerzeugung mit lediglich 14% auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Benötigt wird daher eine deutliche Steigerung von Sanierungsanstrengungen seitens der Gebäudeeigentümer:innen mit intelligente Energieeffizienzmaßnahmen und der Nutzung von Erneuerbaren Energien. Dabei ergibt sich jedoch folgendes Vermieter-Mieter-Dilemma:

Die energetische Modernisierung von Wohnungen führt zwar zu Energieeinsparungen für die Mieter:innen, für die Vermieter:innen besteht jedoch unmittelbarer kein finanzieller Investitionsanreiz. Die Anpassung der Mieten zur Kompensation der Investitionen kann wiederum die Mieter:innen finanziell belasten. Es bedarf also einer ausgewogenen Lösung, welche Anreize für Vermieter:innen schafft, ohne gleichzeitig die Mieter:innen zu überlasten und langfristige energetische und wirtschaftliche Vorteile für beide Seiten anstrebt.

Um das Fortschreiten und die Akzeptanz der Wärmewende im Quartier zu fördern, ist daher ein Zusammenwirken der unterschiedlichen Akteur:innen notwendig. Ein partizipativer Ansatz bietet die Möglichkeit, die lokalen entscheidungstragenden Akteur:innen zu vernetzen und die Mieter:innen in den Entscheidungsprozess miteinzubeziehen. Dadurch können auch die Mieter:innen aktiv zum Klimaschutz beitragen.



### **Absatz**

Die Suche nach langfristig verlässlichen, effektiven und sozialverträglichen Lösungen für die Wärmewende in Quartieren ist eine der aktuell größten Herausforderungen für die Wohnungswirtschaft und hat eine ebenso große Bedeutung für die betroffenen Mieter:innen sowie die planende Verwaltung. Häufig werden bei energetischen Sanierungen und dem Ausbau der Wärmeversorgung in Quartieren nach wie vor problematische Entscheidungen getroffen, welche die unterschiedlichen, teils konträren Bedürfnisse der Mieter:innen und der Wohnungswirtschaft nur ungenügend berücksichtigen. Aus diesem Grund sieht das Projekt WÄRME4ALLE vor, mit den im Vorhaben assoziierten Wohnungsbaugesellschaften einen transparenten und partizipativen Planungsprozess in drei Pilotgebieten im Sinne einer resilienten und sozialverträglichen Wärmewende zu entwickeln und umzusetzen. Dieser Prozess soll zukünftig auch auf andere Quartiere in Deutschland übertragbar sein.

### **One liner**

Partizipative und sozialverträgliche Wärmewende im Quartier

### **One liner in leichter Sprache**

Gemeinsame und gerechte Wärmewende im Quartier

### 3 Kommunikationskanäle

Tabelle 1: Übersicht der in WÄRME4ALLE einzusetzenden Kommunikationskanäle

Kommunikationskanal		Bundesweite Maßnahme	Lokale Maßnahme
<b>Webseite</b>		X	X
<b>Social-Media-Kanäle</b>	LinkedIn	X	X
	Youtube	-	X (Volkswohnung GmbH & VBW Wohnen und Bauen GmbH)
	Facebook	-	X (Volkswohnung GmbH & LWB Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH)
	Instagram	-	X (Volkswohnung GmbH & LWB Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH)
	Xing	-	X (Volkswohnung GmbH)
<b>Projektnewsletter</b>		X	-
<b>Pressemitteilungen</b>		X	X
<b>Aushang, Brief, E-Mail, Telefonat</b>		-	X
<b>Teilnahme an Konferenzen und Messen</b>		X	-
<b>Mieterapp und Mietermagazin</b>		-	Nur bei der Volkswohnung GmbH

#### 3.1 Webseite

##### Bundesweite Maßnahme

Die WÄRME4ALLE-Website ist ein grundlegendes Instrument für die Interaktion des Projekts mit der Öffentlichkeit. Daher werden gezielte Anstrengungen unternommen, um die Informationen so zu präsentieren, dass sie für die Öffentlichkeit verständlich sind. Die Projektwebseite [www.waerme4alle.de](http://www.waerme4alle.de) wird im Q2 2024 eingerichtet und von EPC betrieben. Die Webseite enthält wichtige Informationen über WÄRME4ALLE, wie z. B. die Projektziele, die teilnehmenden Partner:innen, allgemeine Informationen über das Beteiligungsverfahren, Neuigkeiten und Veranstaltungen. Die Website ist auch mit den sozialen Medienkanälen von WÄRME4ALLE und mit den Websites aller assoziierten Partner:innen verlinkt und enthält das eingebettete Anmeldeformular für den WÄRME4ALLE-Newsletter. EPC sammelt regelmäßig Informationen über bevorstehende und besuchte Veranstaltungen sowie zu Neuigkeiten der im Projekt assoziierten Partner:innen, um diese dann auf der Website und in den sozialen Netzwerken von WÄRME4ALLE zu veröffentlichen. Die Sprache der Website ist Deutsch, aber es wird automatisierte Übersetzungsfunktionen geben.

## Lokale Maßnahme

Die Nutzung der eigenen Standardkommunikationskanäle durch die assoziierten Partner:innen kann die Geschwindigkeit der Verbreitung der auf WÄRME4ALLE bezogenen Informationen vervielfachen. Hierzu gehören insbesondere die Webseiten der einzelnen assoziierten Partner:innen. In einer Umfrage hierzu gaben die Partner:innen an, jeweils eine eigene Website zu unterhalten und diese u. a. zur Kommunikation und Information von Mieter:innen zu nutzen.

Im Rahmen von WÄRME4ALLE können die Websites der assoziierten Partner:innen als ein Instrument zur Präsentation von Informationen genutzt werden. Hierzu können verschiedene Instrumente in Betracht gezogen werden: über News-Beiträge kann über das Projekt informiert werden. Hierzu sind neben Projektinhalten und -zielen auch allgemeine Informationen über das Beteiligungsverfahren, Neuigkeiten und Veranstaltungen zu teilen. Insbesondere Ankündigungen zum Start und Ende von Beteiligungsphasen sollen über die Websites der assoziierten Partner:innen geteilt werden. Auch eine Verlinkung zur WÄRME4ALLE Website sowie den Social-Media-Kanälen sollte auf der Webseite eingebettet werden. Hierzu wird das Konsortium unter Federführung von EPC regelmäßig Inhalte erstellen, die die assoziierten Partner:innen auf ihrer Website nutzen können.

### Webseiten der assoziierten Partner:innen

Volkswohnung GmbH: <https://volkswohnung.de/>

VBW Bauen und Wohnen GmbH: <https://www.vbw-bochum.de/>

LWB Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH: <https://www.lwb.de/>

## 3.2 Social-Media-Kanäle

### Bundesweite Maßnahme

Die Kanäle der sozialen Medien spielen eine wichtige Rolle bei der Interaktion mit den WÄRME4ALLE-Zielgruppen und der allgemeinen Öffentlichkeit während des gesamten Projektzyklus. Sie können die Nutzer:innen zur Teilnahme an WÄRME4ALLE-Veranstaltungen und -Aktivitäten bewegen und werden ständig Besucher:innen auf die WÄRME4ALLE-Website leiten. WÄRME4ALLE plant, LinkedIn als Online-Kanal zu nutzen, um Informationen über die Vision, das Konzept und die laufenden Ergebnisse des Projekts zu verbreiten. LinkedIn ist ein Business-Netzwerk. Relevante Stakeholder aus den WÄRME4ALLE-Zielgruppen werden im Rahmen von Networking-Sessions durch EPC in das LinkedIn-Netzwerk aufgenommen. Die Partner:innen werden relevante Organisationen aus ihren Netzwerken sowie alle Kontakte aus anderen Projekten und Veranstaltungen ansprechen. Zu den Posts gehören neue Ergebnisse, die auf der Webseite veröffentlicht werden, Informationen und Ergebnisse von Workshops, sowie Konferenzen und Veranstaltungen. Die bestehenden sozialen Netzwerkkanäle der Konsortialpartner und assoziierten Partner:innen, Netzwerke und anderer Multiplikator:innen im Bereich der Wärmewende werden umfassend genutzt, um die Wirkung von WÄRME4ALLE auf ein vielfältiges und breites Publikum zu maximieren.

Der LinkedIn-Kanal wird vom EPC gehostet, die Einträge werden unter Mitwirkung aller Partner:innen erstellt. Die Partner:innen werden ermutigt, Fotos und Informationen über besuchte Veranstaltungen mit EPC zu teilen, damit diese im Nachrichtenbereich der Webseite und in den sozialen Medien veröffentlicht werden können. EPC wird die Partner:innen regelmäßig um Aktualisierungen

bitten. Wenn die Partner:innen ihre eigenen Kanäle nutzen, um Informationen über WÄRME4ALLE zu verbreiten, werden sie aufgefordert, #wärme4alle zu verwenden und/oder auf die Webseite und die Social-Media-Kanäle von WÄRME4ALLE zu verlinken. Während der Laufzeit von WÄRME4ALLE wird der Social-Media-Kanal regelmäßig gepflegt und das Netzwerk der Follower und relevanten Stakeholder ständig erweitert, um eine ansprechende und aktuelle Online-Präsenz von WÄRME4ALLE zu gewährleisten.

### **Lokale Maßnahme**

Die Social-Media-Kanäle der assoziierten Partner:innen werden vom/von der jeweiligen assoziierten Partner:in betreut. Über die Social-Media-Kanäle der Partner:innen werden während des gesamten Projektzyklus Informationen über Projektinhalt und -ziele, Neuigkeiten, Veranstaltungen und die laufenden Ergebnisse des Projekts verbreitet. Die Inhalte sollen die Nutzer:innen der Plattformen zur Teilnahme an WÄRME4ALLE-Veranstaltungen und -Aktivitäten motivieren. Zusätzlich sollen Besucher:innen auf die WÄRME4ALLE-Webseite gelenkt werden. Die Vernetzung über die Social-Media-Kanäle zu relevanten Stakeholdern der WÄRME4ALLE-Zielgruppen obliegt dem/der jeweiligen assoziierten Partner:in. Eine Vernetzung zum LinkedIn Kanal von WÄRME4ALLE sowie das gegenseitige Liken und Teilen von Beiträgen ist gewünscht. Bei der Erstellung von Beiträgen sind die assoziierten Partner:innen dazu aufgefordert, den Hashtag #wärme4alle zu verwenden und/oder auf die Website und die Social-Media-Kanäle von WÄRME4ALLE zu verlinken sowie im Fall von LinkedIn den Kanal von WÄRME4ALLE zu markieren.

#### Social-Media Kanäle der assoziierten Partner:innen

Volkswohnung GmbH:

[Youtube](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [Xing](#)

VBW Bauen und Wohnen GmbH:

[Youtube](#) [LinkedIn](#)

LWB Leipziger Wohnungs- und Baugesellschaft mbH:

[LinkedIn](#) [Facebook](#) [Instagram](#)

## **3.3 Projektnewsletter**

### **Bundesweite Maßnahme**

Auf der Webseite ist ein Anmeldeformular für den WÄRME4ALLE-Newsletter integriert. Der Newsletter wird mit der Anwendung MailChimp verwaltet und nutzt das Double-Opt-In-Verfahren gemäß den Datenschutzbestimmungen der DSGVO. Die Liste der Abonnent:innen wird von EPC gehostet. Der WÄRME4ALLE-Newsletter wird online über die Website und Online-Mailinglisten für die Interessengruppen verfügbar sein. Der Newsletter enthält Informationen über Projektaktivitäten, Ankündigungen von Aufrufen, Konferenzen und Veranstaltungen sowie aktuelle Informationen über relevante Ereignisse und Entwicklungen. Neben den Projektberichten werden Newsletter eingesetzt, um die Ergebnisse zusammenzufassen und die Leser:innen auf den spezifischen WÄRME4ALLE-Web-Link weiterzuleiten.

Alle Newsletter-Abonnent:innen erhalten in jedem Newsletter einen kurzen Absatz mit Informationen über die neuesten Entwicklungen in WÄRME4ALLE. Der Rest der Nachrichten wird mit dem Nachrichtenbereich auf der WÄRME4ALLE-Webseite verlinkt, wo der gesamte Artikel veröffentlicht wird.

### **Lokale Maßnahme**

Die assoziierten Partner:innen haben in der durchgeführten Umfrage keine Angaben zu einem Newsletter gemacht. Wenn im Rahmen der Projektlaufzeit ein Newsletter bei einem/einer assoziierten Partner:in entwickelt und umgesetzt wird, so sollen auch regelmäßig lokalspezifische Informationen über das Projekt an die Abonnent:innen weitergeleitet werden und auf die WÄRME4ALLE Projektseite weitergeleitet werden.

## **3.4 Pressemitteilungen**

### **Bundesweite Maßnahme**

Während der gesamten Projektlaufzeit werden Pressemitteilungen an nationale Medien verschickt, um die Öffentlichkeit zu informieren und die öffentliche Wahrnehmung zu verbessern. Die meisten Pressemitteilungen richten sich an die Zielgruppe der öffentlichkeitsorientierten Medien, einschließlich Zeitungen und Internetplattformen/ Online-Nachrichtenkanäle, insbesondere an diejenigen, die die festgelegten Zielgruppen und Zielorte ansprechen. Darüber hinaus sind Einträge auf themenrelevanten Plattformen geplant.

### **Lokale Maßnahme**

Die assoziierten Partner:innen werden die Pressemitteilungen aktiv für lokale Medien teilen, um eine maximale Berichterstattung zu gewährleisten. Die beiden assoziierten Partner:innen VBW Bauen und Wohnen GmbH und Volkswohnung GmbH nutzen bereits eigene Pressemitteilungen. Hierfür erhalten sie im Rahmen von WÄRME4ALLE inhaltliche Unterstützung vom Konsortium.

## **3.5 Aushang, Briefe, E-Mail, Telefonat**

### **Lokale Maßnahme**

Die assoziierten Partner:innen nutzen zur Kommunikation mit Mieter:innen ebenfalls Aushänge, Briefe, E-Mails und Telefonate. Im Rahmen des Projekts WÄRME4ALLE stehen diese Kommunikationskanäle ebenfalls zur Verfügung, um Informationen effektiv zu verbreiten. Die Nutzung dieser etablierten Kommunikationsmittel bietet eine zusätzliche Möglichkeit, um die Reichweite und Wirksamkeit des Projekts zu maximieren.

#### Aushang

Aushänge sind eine effektive Möglichkeit, um Mieter:innen direkt vor Ort über wichtige Informationen zu informieren. Das Platzieren von gut sichtbaren Aushängen in den Gemeinschaftsbereichen soll u. a. in folgenden Fällen angewendet werden: Ankündigung des Projekts, Information über den Beteiligungsprozess, Information und Einladung zu Workshops. Für weiterreichende Informationen wird über einen QR-Code auf die Webseite und auf die Social-Media Kanäle von WÄRME4ALLE verlinkt.

#### Briefe

Persönliche Briefe ermöglichen eine gezielte und formelle Kommunikation mit den Mieter:innen. Durch die Bereitstellung detaillierter Informationen und Anweisungen in schriftlicher Form können wir sicherstellen, dass alle Mieter:innen, insbesondere internetfremde Personen die relevanten Informationen erhalten und sie bei Bedarf auch später nachschlagen können. Jedoch produziert der Briefversand einen erhöhten Aufwand.

### E-Mails

E-Mails bieten eine schnelle und effiziente Möglichkeit, um mit Mieter:innen in Kontakt zu treten. Regelmäßige Updates und Benachrichtigungen werden über den Newsletter versendet. Bei Bedarf können Mieter:innen per E-Mail direkt an die assoziierten Partner:innen und/oder an die Projektleitung auf elektronischem Wege Fragen stellen.

### Telefonate

Telefonate ermöglichen eine schnelle persönliche und direkte Kommunikation mit den Mieter:innen. Durch gezielte Anrufe kann sichergestellt werden, dass individuelle Fragen oder Anliegen von, insbesondere von internetfremden Personen, schnell geklärt werden können.

## **3.6 Teilnahme an Konferenzen und Messen**

### **Bundeweite Maßnahme**

Der Besuch von und die aktive Teilnahme an Veranstaltungen ist von entscheidender Bedeutung, um wichtige Interessengruppen, die Teil einer Interessengemeinschaft werden könnten, für WÄRME4ALLE zu identifizieren und direkt anzusprechen. Jede:r Partner:in im Konsortium ist dafür verantwortlich, relevante Veranstaltungen zu identifizieren, die mit dem Thema des Projekts in Einklang stehen. Die Teilnahme an diesen Veranstaltungen wird in den Kalender auf der WÄRME4ALLE-Website integriert und in den sozialen Medien veröffentlicht.

Alle Partner:innen sind aufgefordert, WÄRME4ALLE auf Konferenzen, Tagungen und Workshops vorzustellen. Um die Aktivitäten der Partner:innen zur Verbreitung des Projekts bei Veranstaltungen zu unterstützen, hat EPC eine allgemeine Projektpräsentation erstellt und wird Informationsmaterialien wie beispielsweise Factsheets produzieren, die bei Veranstaltungen verteilt werden.

## **3.7 Besonderheiten: Mieterapp und Mietermagazin**

### **Lokale Maßnahme**

Die Volkswohnung GmbH bietet ihren Mieter:innen verschiedene Kommunikationsmöglichkeiten an. Neben der Mieter-App, die Dokumente zum Mietverhältnis bereitstellt und die Meldung von Reparaturen ermöglicht, kann sie im Rahmen von WÄRME4ALLE als ein weiterer Kommunikationskanal dienen. Hierüber können Informationen zum Beteiligungsprozess und Ankündigungen von Workshops verschickt werden. Das Mietermagazin wird ebenfalls als Kommunikationskanal genutzt, um kurze Projektberichte und Ankündigungen zu verbreiten.

## 4 Kommunikationsmaterialien

---

### 4.1 Allgemeine Projektpräsentation

#### **Bundesweite Maßnahme**

Eine allgemeine Projektpräsentation wird entwickelt, um einen Überblick über WÄRME4ALLE auf Messen, Tagungen, Konferenzen, Workshops und ähnlichen Veranstaltungen zu geben. Sie wird allen Partner:innen im WÄRME4ALLE-Intranet im pptx-Format zur Verfügung gestellt und kann vor der Präsentation an die spezifischen Bedürfnisse der Partner:in sowie der Ausrichtung der jeweiligen Veranstaltung angepasst werden. Die Präsentation wird im Laufe des Projekts aktualisiert, um spezifische Zwischenergebnisse zu kommunizieren. Dies wird von EPC in Absprache mit den Partner:innen auf der Grundlage der Ergebnisse geschehen.

#### **Lokale Maßnahme**

Die allgemeine Projektpräsentation wird ebenfalls Folien mit allgemeinen Informationen über die einzelnen Pilotquartiere enthalten, die bei Bedarf ein- bzw. ausgeblendet werden können. Die assoziierten Partner:innen haben Zugriff auf die allgemeine Projektpräsentation und können diese bei lokalen Veranstaltungen zur Präsentation von WÄRME4ALLE nutzen.

### 4.1 Factsheet

#### **Bundesweite Maßnahme**

Während der Projektlaufzeit wird ein Factsheet veröffentlicht. EPC wird, durch die inhaltliche Unterstützung aller Partner:innen, ein verständliches Factsheet mit allgemeinen Informationen zum Projekt entwerfen und erstellen. Der Inhalt des Factsheets wird in deutscher Sprache entwickelt. Die Übersetzungen in weitere Sprachen, je nach Bedürfnis der Pilotquartiere, werden von den assoziierten Partner:innen zur Verfügung gestellt. Eine digitale Version sowie eine Version in Druckqualität zur Verbreitung werden den assoziierten Partner:innen ebenfalls bereitgestellt.

#### **Lokale Maßnahme**

Lokale, spezifisch auf das Pilotquartier zugeschnittene Factsheets können durch die assoziierten Partner:innen entworfen und erstellt werden. Diese sollten bei den Veranstaltungen im Quartier ausgelegt werden und sind auch als digitale Versionen auf der Projektwebsite abrufbar. Bei der Erstellung des Factsheets ist darauf zu achten, die in Kapitel 2 genannten WÄRME4ALLE-Stilprinzipien, insbesondere die Information über die Projektförderung zu beachten.

### 4.2 Projektposter

#### **Bundesweite Maßnahme**

Poster sind in der akademischen Gemeinschaft weit verbreitet, die meisten Konferenzen haben Posterpräsentationen in ihrem Programm. Forschungsposter fassen Informationen oder Forschungsergebnisse auf prägnante und ansprechende Weise zusammen, um sie bekannt zu machen und Diskussionen anzuregen.

Das Poster ist in der Regel eine Mischung aus kurzem Text mit Tabellen, Grafiken, Bildern und anderen Präsentationsformaten. EPC entwickelt verschiedene Formate im A0-Format (841 mm x 1189 mm), je nach den Bedürfnissen der Vortragenden, einschließlich verschiedener Ausrichtungen (Querformat = horizontal, Hochformat = vertikal), nummerierter und beschrifteter Tafeln zur Segmentierung.

## **Lokale Maßnahme**

Lokale, spezifisch auf das Pilotquartier zugeschnittene Projektposter können durch die assoziierten Partner entworfen und erstellt werden. Diese können bei den Veranstaltungen im Quartier und im Kontext der Projektvorstellung verwendet werden. Bei der Erstellung des Projektposters ist darauf zu achten, die in Kapitel 2 genannten WÄRME4ALLE-Stilprinzipien, insbesondere die Information über die Projektförderung zu berücksichtigen.

### **4.1 Roll-Up Banner**

#### **Bundesweite Maßnahme**

Ein WÄRME4ALLE-Roll-up/digitales Banner wird auf Messen, Konferenzen und allen anderen Veranstaltungen verwendet, auf denen das Projekt vorgestellt wird. EPC gestaltet das Banner nach den WÄRME4ALLE-Stilprinzipien in deutscher Sprache. Die Hauptinformationen auf den Roll-Ups enthalten einen kurzen Projektüberblick mit Projektbotschaften und den wichtigsten Projektmerkmalen. Ein integrierter QR-Code verbindet mit der Website und den Social-Media-Kanälen von WÄRME4ALLE.

#### **Lokale Maßnahme**

Ein Roll-Up/digitaler Banner dient einer kurzen Projektvorstellung und enthält keine Detailinformationen über die Inhalte oder Ergebnisse des Projekts. Aufgrund dessen ist es nicht geplant, lokale Roll-Ups/digitale Banner zu gestalten.



## 5 Kommunikationsprozesse

---

### Social-Media-Redaktionsplan

Ein detaillierter Social-Media-Redaktionsplan wurde im Rahmen von WÄRME4ALLE ausgearbeitet und steht im geteilten Teamsordner dem Konsortium zur Verfügung. Dieser Plan ist von entscheidender Bedeutung, um alle beteiligten Partner:innen über die bevorstehenden Social-Media-Aktivitäten umfassend zu informieren und sie zu ermutigen, aktiv an der Kampagne teilzunehmen, indem sie die Inhalte teilen und liken. Er wurde sorgfältig strukturiert und umfasst verschiedene Abschnitte, darunter das genaue Datum der geplanten Veröffentlichung, den detaillierten Inhalt des Posts, die Zuordnung des Posts zu einem spezifischen Pilotquartier (oder der Zuordnung zu einem allgemeinen Thema) sowie das vorgesehene Medium für die Veröffentlichung.

Durch die klare Strukturierung und Planung des Redaktionsplans soll gewährleistet werden, dass die Social-Media-Kampagne von WÄRME4ALLE effektiv durchgeführt wird und die Inhalte gezielt und konsistent verbreitet werden können. Dieser Plan dient als Leitfaden für alle Partner:innen, um sicherzustellen, dass die Kommunikation auf den verschiedenen Social-Media-Plattformen koordiniert und die gewünschten Botschaften effektiv vermittelt werden.

### Aufgabe der assoziierten Partner:innen

Neben der Verbreitung des Redaktionsplans liegt auch eine wichtige Aufgabe bei den assoziierten Partner:innen. Sie sind verantwortlich für die Durchführung von lokalen Öffentlichkeitsarbeit-Kampagnen, die ein breites Spektrum an Maßnahmen umfassen. Dazu gehören nicht nur Social-Media-Kampagnen in den Quartieren, sondern auch die Erstellung und Verbreitung verschiedener ÖA-Produkte wie lokale Factsheets, Pressemitteilungen und Veröffentlichungen.

Die Finanzierung dieser Maßnahmen sowie die konkrete Planung und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit vor Ort obliegen den jeweiligen lokalen Partner:innen. Dabei arbeiten sie eng mit dem Konsortium zusammen, um sicherzustellen, dass die Gesamtziele der WÄRME4ALLE-Kampagne erreicht werden und eine erfolgreiche Umsetzung auf lokaler Ebene gewährleistet ist.

## 6 Zusammenfassung

---

Diese WÄRME4ALLE Strategie für Öffentlichkeitsarbeit dient als Leitfaden für die WÄRME4ALLE Partner:innen, um ihre eigene Öffentlichkeitsarbeit zu gestalten und / oder anzupassen. Der Plan ist nicht starr, vielmehr werden die darin enthaltenen Maßnahmen ständig auf der Grundlage der gewonnenen Erfahrungen und Erkenntnisse aktualisiert. So wird eine effiziente und klare Kommunikation und Verbreitung der Ergebnisse in einer Form und Sprache gewährleistet, die den spezifischen Bedürfnissen der vorgesehenen Zielgruppen entspricht.