



# Tipps zur Kommunikationsarbeit

Das No-Littering-Label zeichnet Sie als sauberkeitsbewusste Institution aus. Mit einer Mitgliedschaft zeigen Sie, dass Littering im Verantwortungsbereich Ihrer Institution nicht akzeptiert ist und Sie sich aktiv für eine saubere Umwelt einsetzen. Damit stärken Sie Ihr Image als verantwortungsbewusste und engagierte Institution und erhöhen die Wirkung Ihrer getroffenen Anti-Littering-Massnahmen.

Sorgen Sie deshalb dafür, dass die Öffentlichkeit darüber Bescheid weiss, dass Sie Träger des No-Littering-Labels sind. In diesem Dokument werden Ihnen Möglichkeiten aufgezeigt, wie Sie eigene Kommunikationskanäle und lokale Medien dazu nutzen können, solche Informationen zu verbreiten.

## 1. Interne Kommunikationskanäle nutzen:

- **Machen Sie das Logo sichtbar:** Das Logo zum No-Littering-Label wird Ihnen als JPEG-Datei und als Aufkleber zur Verfügung gestellt. Bringen Sie die Aufkleber an stark frequentierten Orten an, wie beispielsweise an Eingangstüren oder Empfangstresen. Auch an Fahrzeugen werden sie zur Kenntnis genommen. Setzen Sie das Logo auch online (Website, Newsletter etc.) sowie auf Drucksachen (Broschüren, Informationsblätter etc.) ein.
- **Informieren Sie Ihre Mitarbeiter:** Sorgen Sie beispielsweise mittels Emails oder Infoveranstaltung dafür, dass sämtliche Mitarbeitende Ihrer Institution über das erhaltene No-Littering-Label Bescheid wissen. Erklären Sie auch, dass ihnen dabei eine Vorbildfunktion zukommt und motivieren Sie sie dazu, sich aktiv gegen Littering einzusetzen.
- **Informieren Sie Einwohner bzw. Schüler:** Erstellen Sie nach Möglichkeit eine Infobroschüre, in welcher aufgezeigt wird, dass Ihre Institution Träger des No-Littering-Labels ist und inwiefern sie sich gegen Littering einsetzt. Geben Sie diese an Bezugspersonen Einwohnerinnen und Einwohner bzw. Schülerinnen und Schüler und weitere Interessenten ab.
- **Nutzen Sie eigene Kommunikationsgefässe dazu, Informationen zu verbreiten:** Verfassen Sie Texte über Ihre Engagements in Sachen Littering und über das erhaltene No-Littering-Label. Verbreiten Sie die Texte über Ihre Website, Newsletter, Social Media (Facebook etc.), Broschüren, Infoblätter etc. Möglich wäre beispielsweise auch das Einrichten einer festen Rubrik im Newsletter oder einem anderen regelmässig erscheinenden Medium, unter welcher in jeder Ausgabe ein anderer Aspekt des Themas Littering aufgegriffen wird:
  - **Beispiel Schule:** Schülerinnen und Schüler berichten über Abfallunterricht, Aufräum-Tage, eigene Erfahrungen im Umgang mit Abfall etc.
  - **Beispiel Stadt oder Gemeinde:** Die Einwohnerinnen und Einwohner werden über korrektes Trennen von recycelbaren Wertstoffen, über Littering-Brennpunkte, über entsprechende Lösungsansätze und über Aktivitäten zum Thema Littering (siehe Punkt 2.) informiert.



## 2. Externe Kommunikationskanäle bedienen:

- **Generieren Sie Aufmerksamkeit:** Planen Sie Aktivitäten zum Thema Littering (Veranstaltungen, Schulungen, Clean-Up-Aktionen, Infoanlässe, Plakate- sowie Inserate-Kampagnen etc.). Öffentliche Veranstaltungen gewinnen zusätzlich an Attraktivität für Medien, wenn Sie beispielsweise lokale Politikerinnen und Politiker (z.B. Ansprache von Stadt- oder Gemeinderäten) oder Prominenz (Teilnahme eines Sportlers, musikalische Unterhaltung oder Comedy-Einlage zum Thema) einladen.
- **Bestimmen Sie ein sinnvolles Datum:** Veranstaltungen zum Thema Littering, die mediale Aufmerksamkeit erhalten sollen, sollten sorgfältig geplant werden. Das Datum ist dabei von grosser Bedeutung. Besonders im Sommerloch sind Medien dankbar für Themen. Zudem sollte die Veranstaltung nicht parallel zu anderen Events durchgeführt werden (Start einer regionalen Messe, Abstimmungswochenende etc.). Zudem bieten übergeordnete Anti-Littering-Kampagnen wie der IGSU Clean-Up-Day die Möglichkeit, die dadurch entstehende mediale Aufmerksamkeit für die eigenen Informationen zu nutzen: Indem Sie beispielsweise ihre Aktivitäten und Informationen zeitlich und thematisch mit solchen Events verknüpfen, erhalten sie noch mehr Beachtung.
- **Informieren Sie lokale Medien:** Versorgen Sie lokale Zeitungen, Radios und Fernsehen beispielsweise mit Medienmitteilungen (siehe Punkt 3.) über Ihre Mitgliedschaft beim No-Littering-Label und über Ihre Aktivitäten zum Thema. Sorgen Sie für gute Fotos, die zum Thema passen und stellen Sie diese den Medien (mit Quellenangabe) zur Verfügung. Je nach Thema können Sie auch telefonisch auf Journalisten zugehen. Dazu eignen sich beispielsweise Ideen für eine Reportage oder das Anbieten eines interessanten Interviewpartners.

## 3. Erstellen einer Medienmitteilung

- **Briefpapier:** Verwenden Sie für die Medienmitteilung (elektronisches) Briefpapier Ihrer Institution.
- **Struktur:** Die Struktur einer Medienmitteilung besteht aus Titel, Lead (kurze Zusammenfassung der wichtigsten Infos: wer, was, wo, wann und warum), Lauftext (nähere Informationen) sowie Kontaktangaben (Name, Funktion, Telefonnummer, allenfalls Email-Adresse und Adresse). Für die Kontaktangaben sollten Sie in Ihrer Institution eine Ansprechperson für Medien bestimmen. Allenfalls können Sie am Ende der Medienmitteilung auch ein kurzes Porträt zu Ihrer Institution anfügen.
- **Lauftext:** Medienmitteilungen werden grundsätzlich objektiv und in der dritten Person geschrieben. Da Journalisten die Texte jeweils von unten kürzen, achten Sie darauf, dass die wichtigsten Informationen zu Beginn des Texts stehen. Gestalten Sie den Text kurz und übersichtlich und gliedern Sie längere Texte mit Zwischentiteln.
- **Hinweis auf No-Littering-Label:** Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Institution jeweils als Träger des No-Littering-Labels erkennbar machen, zum Beispiel im angefügten Porträt oder mittels Logo. Dadurch nimmt man Sie als glaubwürdiger Partner in Sachen Littering wahr.



## 4. Versenden der Medienmitteilung

- **Erstellen eines Verteilers:** In der Regel wird eine Medienmitteilung heute per Email verschickt. Sorgen Sie dafür, dass die Medienmitteilung zu den richtigen Personen gelangt. Stellen Sie dazu einen Verteiler zusammen, der von jedem Medium, das Sie beliefern möchten, eine übergeordnete Email-Adresse (z.B. redaktion@zeitung.ch) und die Email-Adresse eines geeigneten Journalisten (z.B. aus dem Ressort Region oder mit Interessen an Umwelt-Themen) beinhaltet.
- **Versenden der Medienmitteilung:** Wählen Sie als Absender entweder eine übergeordnete Email-Adresse (z. B. schule@stadt.ch) oder die der Ansprechperson für Medien. Im Betreff sollte klar ersichtlich sein, um was es geht (z.B. «Medienmitteilung: Luzern erhält No-Littering-Label»). Schreiben Sie in der Email eine kurze Einleitung und kopieren Sie den Text der Medienmitteilung untenstehend ein. Fügen Sie die Medienmitteilung zusätzlich als PDF sowie allfällige Fotos im Anhang hinzu.

## 5. Auswertung der Medienpräsenz:

Sammeln Sie Medienberichte sowie Kontakte zu den entsprechenden Journalisten. So erhalten Sie eine Übersicht über die erschienenen Informationen und wissen, wen Sie allenfalls wieder mit Informationen beliefern können.