



HANDLUNGSLEITFADEN

KOMMUNALE SOLAR- KAMPAGNE

INHALT

Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen	3
Angebotsbaustein „MitMachMaßnahmen“ – wir bereiten vor, Sie setzen um	3
Die Idee – der modulare „Maßnahmenkoffer“	3
Die Rolle der Fachstelle der Klima-Kommunen – Ihre Bühne, wir bleiben im Hintergrund	4
MitMachMaßnahme „Kommunale Solarkampagne“	4
Zielgruppe der Kampagne – die Kommune und ihre Bürger:innen	5
Was die MitMachMaßnahme leistet – und was nicht	5
Die Maßnahmenbausteine der kommunalen Solarkampagne – eine Übersicht	6
Teilnahme – auf einen Blick	7
Planung Ihrer Kampagne	8
Bausteine festlegen, Budget klären, Entscheidungspersonen einbinden	8
Vorhandenes Know-how nutzen und Dritte aktivieren	9
Zeitplan festlegen	10
Beratungsangebot schaffen	11
Informations-Webseite erstellen	11
Berichterstattung nach der Kampagne	12
Die Bildwelt der Kampagne	12
Die Kampagnen-Bausteine IM Detail	14
Baustein „Kampagnen-Kick-Start“	14
Baustein „Digitale Plakat-Vorlagen“	18
Baustein „Digitale Inhalte für eine Social-Media-Kampagne“	20
Baustein „Digitaler Fotopool“	21
Baustein „Veranstaltungskonzept“	22
Baustein „Wettbewerbskonzept“	22
Nutzungsbedingungen	23
Ihre Meinung ist uns wichtig	25
IMPRESSUM	26

HESSEN AKTIV: DIE KLIMA-KOMMUNEN

Das Land Hessen unterstützt die hessischen Kommunen bei den Herausforderungen des Klimawandels in vielfacher Hinsicht. Das Bündnis „Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen“ bietet hierfür eine zentrale Plattform. Es ist ein Netzwerk hessischer Städte, Gemeinden und Landkreise für den Klimaschutz und die Anpassung an die Folgen des Klimawandels. Die fachliche Betreuung des Bündnisses liegt bei der **Fachstelle für die Klima-Kommunen, die bei der LEA LandesEnergieAgentur Hessen angesiedelt ist.**

Gemeinsames Ziel ist es, den Energieverbrauch und die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und sich an verändernde klimatische Bedingungen anzupassen. Das Bündnis bringt die Kommunen zusammen und fördert den Wissenstransfer. Die Mitglieds-kommunen werden in Fragen rund um den Klimaschutz und die Klima-anpassung aktiv beraten. Sie haben Zugang zu unterschiedlichen Veranstaltungen und vielfältigen weiteren Angebotsbausteinen, zu denen auch die „Mit-MachMaßnahmen“ zählen. Alle Angebote des Klima-Kommunen-Bündnisses finden Sie gesammelt auf der Homepage: www.klima-kommunen-hessen.de.

Angebotsbaustein „MitMachMaßnahmen“ – wir bereiten vor, Sie setzen um

Für den Angebotsbaustein „MitMachMaßnahme“ bereitet die Fachstelle der Klima-Kommunen unterschiedliche Maßnahmen vor, die bereits bei anderen Kommunen oder Institutionen erfolgreich erprobt wurden. In der vorliegenden Kampagne wurden beispielsweise erfolgreiche Ideen der Landeshauptstadt Wiesbaden zum Thema Solarenergie aufgegriffen. Diese vorbereiteten Maßnahmen werden den Mitglieds-Kommunen kostenfrei zur Verfügung gestellt. Die Kommunen können diese dann eigenverantwortlich als eigene Projekte vor Ort umsetzen. Die Fachstelle unterstützt Sie dabei selbstverständlich gerne fachlich.

Die Idee – der modulare „Maßnahmenkoffer“

Die Idee ist, eine Gesamtmaßnahme oder möglichst viele Bausteine einer Maßnahme so vorzubereiten, dass diese durch die Kommune mit verhältnismäßig geringem Aufwand umgesetzt werden kann. Die Maßnahmen sollen dadurch kostengünstiger und einfacher in der Übertragung sein, ganz im Sinne: „Man muss das Rad nicht neu erfinden“.

Unter einer Maßnahme versteht die Fachstelle der Klima-Kommunen beispielsweise eine Öffentlichkeits-Kampagne. Als Maßnahmenbausteine werden einzelne Elemente dieser Kampagne bezeichnet. Mögliche Beispiele:

- **vorgestaltete Kommunikationsmaterialien z. B. für eine Plakat-Werbung**
- **vorbereitete Social-Media-Nachrichten**
- **vorkonzipierte Veranstaltungs- oder Wettbewerbskonzepte**

Vorkonzipierte Maßnahmenbausteine verstehen sich als Vorschlag und können zum Teil eins zu eins übernommen, zum Teil auch in gewissem Umfang individuell angepasst oder verändert werden.

Insgesamt werden möglichst viele verschiedene Maßnahmenbausteine einer „MitMachMaßnahme“ vorbereitet. **Die Kommunen haben die Wahl, entweder die gesamte Maßnahme mit allen Bausteinen zu übernehmen oder nur einzelne für sie passende Bausteine zu verwenden.**

Die Rolle der Fachstelle der Klima-Kommunen – Ihre Bühne, wir bleiben im Hintergrund

Die Fachstelle Klima-Kommunen stellt die Maßnahmenbausteine i.d.R. kostenfrei zur Verfügung und steht beratend bei der Auswahl und Umsetzung an Ihrer Seite.

Ziel für die Außendarstellung ist es, dass die jeweilige Kommune im Fokus steht. So wird den Klima-Kommunen die Möglichkeit gegeben, als Initiator in Erscheinung zu treten. Damit erreichen die Maßnahmen einen stärkeren lokalen Bezug, eine bessere Wirkung und höhere Akzeptanz. Die Fachstelle agiert dabei möglichst nur im Hintergrund.

MITMACHMAßNAHME „KOMMUNALE SOLARKAMPAGNE“

Um die gesetzten Klimaschutzziele zu erreichen, ist die Produktion von Strom aus regenerativen Energien unumgänglich. Der Ausbau der Solarenergie kann hier einen wesentlichen Beitrag leisten. Im Zuge der Erstellung des Solar-Kataster Hessens wurde deutlich, welches große Potenzial die Dachflächen in den hessischen Städten und Gemeinden zum Ausbau der Solarenergie bieten.

Die Ziele der MitMachMaßnahme „Kommunale Solarkampagne“ sind:

- 1. Den Bürger:innen die Vorteile der solaren Energienutzung näher bringen.**
- 2. Die Bürger:innen für das Klimaschutzpotential der eigenen Dachfläche interessieren und zur Nutzung von Solarenergie zu motivieren. Unterstützend wirkt hierbei der Verweis auf das Solar-Kataster Hessen.**

Zielgruppe der Kampagne – die Kommune und ihre Bürger:innen

Die vorgefertigten Bausteine ermöglichen es den Kommunen, eine eigene Solar-Kampagne mit relativ geringem Aufwand durchzuführen. Insofern spielen die Kommunen eine zentrale Rolle, da sie die Kampagne vor Ort umsetzen.

Die Kampagne selbst adressiert zunächst Ein- und Zweifamilienhausbesitzer:innen, da hier das Dach im eigenen Wirkbereich liegt. Die Kampagne fußt auf dem Hessischen Solar-Kataster, zu dessen Nutzung animiert wird.

Mit der Durchführung der Kampagne **zeigen Sie als Kommune, dass Ihnen Klimaschutz wichtig ist, Sie die Bürger:innen zum Mitmachen motivieren und dadurch auch den Erwartungen vieler Ihrer Bürger:innen entsprechen.** Gemeinsam können wir damit einen Beitrag zu den Klimaschutzzielen des Landes Hessen und des Bundes leisten.

Was die MitMachMaßnahme leistet – und was nicht

Mit der „Kommunalen Solarkampagne“ soll eine positive Einstellung zum Thema Solarenergie erreicht und Interesse für die Auseinandersetzung mit der „Solarenergie auf dem eigenen Dach“ geweckt werden. Die zur Verfügung gestellten Materialien fördern den Einstieg in die Thematik und bieten mit dem Verweis auf das Hessische Solar-Kataster eine Verknüpfung zu einem fundierten Informationsinstrument. Die Kampagnenmaterialien selbst haben nicht den Anspruch, vollumfänglich zum Thema zu informieren.

Weiterführende Informationen für Bürger:innen sind aber selbstverständlich verfügbar. Der Impuls, der durch die Kampagne gesetzt wurde, soll schließlich zum Erfolg führen. Idealerweise führt die Kampagne daher in eine gezielte Fachberatung. Für die Kommune gibt es hier verschiedene Optionen:

- **die Kommune berät interessierte Bürger:innen selbst, bspw. im Rahmen einer oder mehreren „Bürgersprechstunden“**
- **die Kommune setzt auf Kooperationspartner, wie z.B. die Verbraucherzentrale Hessen, vor Ort ansässige Energieberater:innen oder andere Beratungseinrichtungen, die die Beratungen übernehmen (siehe Unterkapitel „Beratungsangebot schaffen“)**
- **die Kommune verweist auf weiterführende Informationsquellen (siehe Unterkapitel „Kampagnen-Kick-Start“ → Weiterführende Informationen)**

Die Fachstelle der hessischen Klima-Kommunen ist ausschließlich bei der Umsetzung der eigentlichen Solarkampagne beratend tätig – übernimmt aber keine zentrale Beratungsfunktion für Bürger:innen

Die Maßnahmenbausteine der kommunalen Solarkampagne – eine Übersicht

Sie möchten eine Solarkampagne in Ihrer Kommune umsetzen? Die Fachstelle der Klimakommunen hat diverse Bausteine für Ihre Solarkampagne vorbereitet. Nachfolgend eine Übersicht aller angebotenen Maßnahmenbausteine:

1. KAMPAGNEN-KICK-START
2. DIGITALE PLAKAT-VORLAGEN
3. DIGITALE INHALTE FÜR EINE SOCIAL-MEDIA-KAMPAGNE
4. DIGITALER FOTOPOOL
5. VERANSTALTUNGSKONZEPT
6. WETTBEWERBSKONZEPT

Sie können einzelne Bausteine nutzen oder gleich mehrere. Eine gute Kampagne lebt von der Vielfalt und zeitnahen Wiederholung von unterschiedlichen Aktionen, die im Gesamtzeitraum der Kampagne umgesetzt werden. Es wird daher empfohlen, mehrere Bausteine zu nutzen. So wird die Kampagne insgesamt auf eine breitere Basis gestellt und die Zielgruppe über ganz unterschiedliche Kanäle angesprochen.

Unter „Umsetzung Ihrer Kampagne“ finden Sie alle Details zur Umsetzung der einzelnen Bausteine.

BITTE BEACHTEN SIE: Es werden ausschließlich digitale Vorlagen zur Verfügung gestellt. Die Umsetzung der Kampagne (also bspw. Druck und Vervielfältigung von Materialien; Durchführung von Veranstaltungen und Wettbewerben) muss durch die Kommune finanziert werden.

TIPP: ÜBER DIE HESSISCHE KLIMA-RICHTLINIE LASSEN SICH UMFANGREICHERE KAMPAGNEN MÖGLICHERWEISE FÖRDERN (STICHWORT: INFORMATIONSMATERIALIEN UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT). WEITERE INFORMATIONEN UND ANSPRECHPARTNER ZUR KLÄRUNG DER DETAILS FINDEN SIE UNTER FOLGENDEM LINK:
[HTTPS://UMWELT.HESSEN.DE/KLIMA/FOERDERUNG](https://umwelt.hessen.de/klima/foerderung)

TEILNAHME – AUF EINEN BLICK

Die Angebotsbausteine der „kommunalen Solarkampagne“ stehen allen Mitgliedern der Klima-Kommunen kostenfrei zur Verfügung. Entdecken Sie alle unsere Bausteine der „kommunalen Solarkampagne“, die Sie nutzen können auf www.klima-kommunen-hessen.de.

Bei Interesse an der Umsetzung der „kommunalen Solarkampagne“ verfahren Sie wie folgt

1. **Entdecken Sie alle Angebote** rund um unsere „kommunale Solarkampagne“ auf www.klima-kommunen-hessen.de
2. **OPTIONAL: Falls Sie eine umfangreiche Kampagne planen: Denken Sie an die Möglichkeit der Förderung über die hessische Klima-Richtlinie.** Stellen Sie einen Förderantrag für Ihre Solarkampagne über die Hessische Klima-Richtlinie immer **vor** Durchführung Ihrer Kampagne. Hierbei gibt es einige Rahmenbedingungen zu beachten. Weitere Informationen und Details zur Förderung finden Sie unter: umwelt.hessen.de/klima/foerderung
3. **FÜLLEN SIE DAS BESTELLFORMULAR AUF www.klima-kommunen-hessen.de aus und geben Sie an, welche Bausteine Sie umsetzen wollen.** Für eine möglichst erfolgreiche, breit aufgestellte Kampagne empfiehlt es sich, viele Bausteine einzusetzen. Selbstverständlich können und sollten Sie auch Ihre eigenen Ideen für Kampagnenbausteine und Aktionen einbinden.
4. **Die Fachstelle der Klima-Kommunen prüft Ihre Angaben** und wird sich bei Rückfragen ggf. an Sie wenden.
5. Liegen alle Informationen vor, dann **erhalten Sie** von der Fachstelle der Klima-Kommunen **einen Link zum Download der digitalen Vorlagen und Inhalte.**
6. **Individualisieren Sie die Bausteine**, beispielsweise die Plakatkampagne: fügen Sie Ihr Kommunewappen oder Logo sowie Ihren Kurztext ein und beauftragen Sie den Druck.
7. **Bereiten Sie eine Internetseite** als Anlaufstelle für Interessierte vor, auf der Sie rund um die Kampagne informieren und ggfs. weiterführende Informationen oder Beratungsangebote bereitstellen (empfohlen).
8. **Klären Sie, an wen sich Bürger:innen bei Beratungsbedarf wenden können** (s.o. „Was die MitMachMaßnahme leistet – und was nicht“).
9. **Starten Sie Ihre Kampagne** mit unserem Kampagnen-Kick-Start Baustein und den weiteren Bausteinen (Tipps zur Umsetzung folgen weiter unten).
10. **Geben Sie der Fachstelle der Klima-Kommunen nach der Durchführung der Kampagne Feedback** anhand der Vorlage, die von der Fachstelle zur Verfügung gestellt wird.

PLANUNG IHRER KAMPAGNE

Nachfolgend möchten erhalten Sie einen Überblick, was Sie bei Ihrer Kampagne möglichst beachten sollten. Dies erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Bausteine festlegen, Budget klären, Entscheidungspersonen einbinden

Zu Beginn ist es wichtig, möglichst alle Maßnahmen und Aktionen zu sammeln, die Sie im Rahmen der Kampagne – und zwar über den gesamten Zeitraum betrachtet – umsetzen möchten. Der gewonnene Überblick hilft, den Gesamtumfang der Kampagne abschätzen zu können und damit personelle wie finanzielle Kapazitäten sowie Zeitpläne realistisch zu planen. Auch können so bereits frühzeitig Checklisten für die einzelnen Maßnahmen inklusive Risikoanalyse und möglicher Problemlösungen angelegt werden.

Gerade hinsichtlich des finanziellen Umfangs und möglicher Förderanträge für die Kampagne und deren Einzelmaßnahmen ist es wichtig, einen guten Überblick zu haben. Klären Sie das zur Verfügung stehende Budget für die Kampagne frühzeitig. Je nachdem, welche Bausteine eingesetzt werden sollen und in welchem Umfang, können die Kosten für die Kampagne erheblich variieren. Eine pauschale Aussage ist daher nicht möglich.

TIPP: ÜBER DIE HESSISCHE KLIMA-RICHTLINIE LASSEN SICH UMFANGREICHERE KAMPAGNEN MÖGLICHERWEISE FÖRDERN (STICHWORT: INFORMATIONSSINITIATIVEN UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT). WEITERE INFORMATIONEN UND ANSPRECHPARTNER ZUR KLÄRUNG DER DETAILS FINDEN SIE UNTER FOLGENDEM LINK:

[HTTPS://UMWELT.HESSEN.DE/KLIMA/FOERDERUNG](https://umwelt.hessen.de/klima/foerderung)

Weiter ist es wichtig, frühzeitig und kontinuierlich Entscheidende und Unterstützende in die Planung einzubinden. Entscheidende müssen die angedachten Maßnahmen mittragen. Unterstützende können zu einem größeren Erfolg der Kampagne beitragen. Gibt es in der Verwaltung bspw. eine Pressestelle, Öffentlichkeitsarbeit oder Fachbereiche mit Vorerfahrungen, die eingebunden werden können? Es ist in jedem Fall sinnvoll, ein kleines Projekt-Team für die Kampagne zu etablieren.

WICHTIG: Die Kampagne sollte so geplant werden, dass die Botschaft auf mehreren Kanälen (Medien) und über einen gewissen Zeitraum wiederholt immer wieder an die Zielgruppe herangetragen wird. Diese Wiederholung soll bewirken, dass sich mehr Personen aus der Zielgruppe mit dem Thema Solarenergie beschäftigen. Eine einmalige kurze Aktion wäre hier weniger erfolgversprechend.

Vorhandenes Know-how nutzen und Dritte aktivieren

Vergrößern Sie die Wirkung der Kampagne, indem Sie Dritte aktiv einbinden. Nutzen Sie dazu die Reichweite von verschiedenen Akteuren in der Kommune. Gibt es vor Ort Personen oder Gruppierungen, die Sie für Ihre Kampagne und den Klimaschutz-Gedanken begeistern können? Können Sie mit lokalen Unternehmen kooperieren, die ihr Fachwissen einbringen oder generell am Thema interessiert sind?

Es gibt eine Vielzahl von Akteuren, die Sie einbinden können, beispielsweise:

- **Vereine**
- **Verbände**
- **Interessensgemeinschaften**
- **Bürgerenergiegenossenschaften**
- **Fachexpert:innen (bspw. Energieberater:innen)**
- **Verbraucherzentrale oder andere Beratungseinrichtungen**
- **lokale Unternehmen (insbesondere auch solche Unternehmen, die die PV-Anlage gerne verkaufen und fachgerecht montieren)**
- **Banken und Sparkassen**
- **auch Privatpersonen (Multiplikatoren, erfreute Referenzanwender)**
- **sonstige Gruppierungen**

Denken Sie darüber nach, der Kampagne eines oder mehrere lokale Gesichter zu geben. Möglicherweise gibt es bei Ihnen in der Kommune bekannte und beliebte Personen, die Sie für das Thema gewinnen können.

TIPP STORY-TELLING: ERZÄHLEN SIE GESCHICHTEN RUND UM DIE KAMPAGNE.

ERGÄNZEN SIE DIE VORBEREITETEN MATERIALIEN UM BEISPIELPROJEKTE UND DEREN GESCHICHTEN VON PERSONEN AUS IHRER KOMMUNE. DAMIT SCHAFFEN SIE EINE GRÖßERE AUTHENTIZITÄT UND EINEN STÄRKEREN LOKALEN BEZUG. IM IDEALFALL KANN SICH DIE ZIELGRUPPE DER KAMPAGNE MIT DIESEN GESCHICHTEN IDENTIFIZIEREN UND NIMMT DAS THEMA DAHER STÄRKER AN. GESCHICHTEN BLEIBEN BESSER IM GEDÄCHTNIS ALS REINE INFORMATIONEN.

Zeitplan festlegen

Nach der Planung und Festlegung von Inhalten gilt es, einen Ablauf- und Zeitplan zu erstellen.

Empfohlen wird, für den **Ablaufplan** Phasen zu definieren in die die Einzelmaßnahmen eingegliedert werden. Zum Beispiel folgende:

1. **PHASE:** Aufmerksamkeit generieren: Baustein „Kampagnen Kick-Start“
2. **PHASE:** Das Thema kontinuierlich in der Öffentlichkeit halten: Bausteine „Plakataktion“, „Social-Media-Aktion“, „Veranstaltungs- und Wettbewerbskonzepte“, etc.
3. **PHASE:** Bürger:innen von der eigenen Solaranlage überzeugen: mindestens weiterführende Informationen für Interessierte bereitstellen, beispielsweise auf einer eigenen Homepage, oder noch besser: Beratung anbieten.

Für den Zeitplan ist neben der Definition der Phasen wichtig, die Gesamtdauer der Kampagne insgesamt festzulegen. Es wird empfohlen, die Kampagne für mindestens 6 Wochen anzusetzen.

Hier **beispielhaft** ein Zeitplan, der an die Situation in Ihrer Kommune angepasst werden muss:

1. **TAG:** Kampagnen-Start: Postkarte an Eigenheimbesitzer oder an Haushalte aus Einem bestimmten Ort / Quartier / Gebiet versenden – Interesse wecken
7. **TAG:** Eine Woche später offizielles Anschreiben und Pressemitteilung der Kommunalverwaltung – Kampagne erklären
Beginn Plakatkampagne und Social-Media-Aktivitäten und ggf. weiterer Bausteine. Je breiter die Kampagne aufgestellt ist, je höher wird die Reichweite und die Anzahl an Bürger:innen sein, die sie erreicht.
ggf. Start begleitender Beratungsangebote
10. **TAG:** Ausruf eines Wettbewerbs zum Thema Solarenergie über verschiedene Kanäle
24. **TAG:** Informationsveranstaltung
42. **TAG:** Abschlussveranstaltung mit Wettbewerbsverleihung
43. **TAG:** Abschluss der Kampagne, Abschluss-Pressemitteilung

Auch nachdem die Kampagne abgeschlossen ist, ist es für den Erfolg wichtig, das Thema Solarenergie in der Folge in regelmäßigen Abständen immer wieder aufzugreifen.

Beispielsweise können Sie mit wenig Aufwand den Baustein „Social-Media-Kampagne“ immer mal wieder einstreuen oder einzelne Veranstaltungen wiederholen. Auch könnten Wettbewerbe zu einem jährlichen fixen Ereignis in Ihrer Kommune werden. So wie der Hessen SolarCup in Kassel.

Beratungsangebot schaffen

Für interessierte Bürger:innen sollten mindestens weiterführende Informationen (siehe nachfolgend „Zentrale Informations-Webseite“) bereitgestellt, besser eigene Beratungsangebote geschaffen werden. Die vorgefertigte Kampagne kann dies nicht leisten (siehe „Was die MitMachMaßnahme leistet und was nicht“).

Prüfen Sie, ob es in der Kommunalverwaltung Energie- oder Klimaschutzexperten gibt, die Bürger:innen direkt beraten können. Stimmen Sie verwaltungsintern ab, wie Sie diese Kolleg:innen als Beratungsstelle in die Kampagne einbinden können.

Wenn die Kommune nicht selbst eine Beratung durch die Fachabteilung der Verwaltung anbieten kann, dann sollten externe Partner eingebunden werden, die eine Fachberatung zum Thema Solarenergie für die Bürger:innen anbieten. Dazu bieten sich **beispielsweise** folgende Kooperationen an:

- **Verbraucherzentrale Hessen**
- **Regionale Energieberater:innen oder Solarteure (Installateure von Solaranlagen)**
- **Solarinitiativen oder Bürgerenergiegenossenschaften**
- **Regionale Stadtwerke / Energieversorger**
- **ggf. Banken und Sparkassen**
- **ggf. weitere Fachexperten**

Informations-Webseite erstellen

Für alle Ihre Aktionen, die Sie im Rahmen der Kampagne durchführen, ist es zu empfehlen, eine Informationsseite rund um Ihre Solarkampagne aufzusetzen. Hier können Sie den direkten Zugang zum Solar-Kataster ermöglichen, Beratungsangebote benennen, Veranstaltungen ankündigen oder Wettbewerbe bewerben.

Wie zuvor angesprochen, ist es wichtig, dass die Bürger:innen weiterführende Informationen zur Verfügung gestellt bekommen. Falls dies nicht im Rahmen einer individuellen Beratung möglich ist, gibt es die Option, zentrale Informationen rund um die Solarenergie auf einer Webseite zu sammeln. Beispielsweise Hinweise zur Wirtschaftlichkeit, welche Fördermöglichkeiten es gibt, was bei der Installation beachtet werden sollte oder wie es um weitere Maßnahmen in Kombination mit einer Solaranlage

steht (Speicher, Elektromobilität, etc.). Im Baustein „Kampagnen-Kick-Start“ ist eine Reihe von **frei verfügbaren weiterführenden Informationsmaterialien bzw. Informationswebseiten zusammengestellt**. Dort können Sie nach Inhalten für Ihre Webseite stöbern und diese verlinken.

ES GIBT ZWEI MÖGLICHKEITEN, EINE SOLCHE WEBSEITE AUFZUSETZEN:

- 1. Als Unterseite der Homepage Ihrer Kommunalen Verwaltung**
- 2. Als eigenständige Kampagnen-Webseite**

Je nach Situation vor Ort kann die eine oder andere Variante sinnvoller sein. Entscheiden Sie auch danach, wie viel Aufwand die jeweilige Variante bedeutet und welche Unterstützung Sie bspw. von der hausinternen IT oder Öffentlichkeitsarbeit erhalten können.

Berichterstattung nach der Kampagne

Nach der Durchführung der Kampagne hat eine kurze Berichterstattung anhand eines vorgefertigten Formulars an die Fachstelle der Klima-Kommunen bei der Landes-EnergieAgentur Hessen zu erfolgen. Dazu verpflichten Sie sich mit dem Einverständnis zu den Nutzungsbedingungen.

Die Berichterstattung soll auch Ihnen zur Erfolgskontrolle dienen. Welche Aktionen wurden im Kampagnenzeitraum umgesetzt? Wie wurden diese angenommen? Wie viele Kontakte konnten Sie mit interessierten Bürger:innen erreichen? Diese und weitere Fragen sollten am Ende der Kampagne analysiert werden, um daraus für weiterführende Projekte zu lernen und Ihr Angebot zu optimieren.

DIE BILDWELT DER KAMPAGNE

Das Thema „Klimaschutz“ ist nicht erst seit -Fridays for Future- in allen Generationen präsent und emotional aufgeladen. Begriffe wie Nachhaltigkeit, Verantwortung und Umweltbewusstsein stehen in direkter Verbindung zu Familie, der Gesellschaft und dem Erhalten der Erde für die nächste Generation.

Übergeordnet geht es um die Sicherung unserer Lebensgrundlagen. Dies begründet die Wahl einer emotionalen Zielgruppen-Ansprache. Technische Aspekte treten bei den Kampagnenmaterialien in den Hintergrund und sollten stattdessen auf weiterführenden Informationsmaterialien oder im Zuge von Beratungsangeboten erläutert werden.



Aufgrund der vorangegangenen Grundüberlegungen wurden für die Kampagne folgende Bildmotive gewählt:

- **MENSCHEN, FAMILIE, GEMEINSCHAFT**
emotionale Ansprache der Hauptzielgruppe (primäre Bildebene)
- **PV-ANLAGE ODER ELEKTRISCHE GERÄTE IM HINTERGUND**
Verbindung zum Thema (sekundäre Bildebene)
- **AUFNAHMEN EINES HAUSES MIT PV-ANLAGE (Z.T. AUCH INNERHALB)**
Sonne/Licht ist Teil der Inszenierung

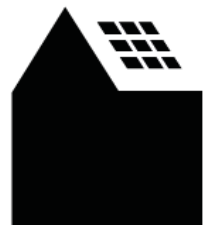
FARBEN:

- Es werden reine, helle, freundliche Farben verwendet
- Farbe orange-gelb, **Signalwirkung und Bezug zu Solarenergie**
- Textfarben in weiß (Headlines, Subheadlines) und Grau (Copytext)



GRAFISCHE ELEMENTE:

- Es wird ein stilisiertes Haus mit PV-Anlage/Solarpanels und transparenten Flächen als grafisches Element eingesetzt **Licht, Sonne, Durchlässigkeit und ein hoher Wiedererkennungswert**
- **Plakative Typografie/starke Hierarchie in der Schriftstruktur**
Gute Lesbarkeit, Hauptüberschrift erzeugt Aufmerksamkeit und Interesse, Subtext führt weiter in das Thema ein.
- **Weißer Rahmen um die Plakate bietet Platz für Logos, Zusatzinformationen etc. und schafft eine Abgrenzung zur Umgebung**
bessere Wiedererkennung und Lesbarkeit



DIE KAMPAGNEN-BAUSTEINE IM DETAIL

Baustein „Kampagnen-Kick-Start“

Dieses Modul enthält verschiedene Vorlagen für Ihren Kampagnenstart:

1. KONZEPT ZUR ZWEISTUFIGEN DIREKTEN ANSPRACHE DER EIGENHEIM-BESITZER:INNEN

Zum Start der Kampagne besteht die Möglichkeit, einem Konzept zur zweistufigen direkten Ansprache der Eigenheimbesitzer:innen zu folgen. Die Fachstelle der Klimakommunen orientiert sich hierbei an der Idee aus der Landeshauptstadt Wiesbaden aus einer vergangenen Solarenergie-Kampagne. Das Konzept sorgt für einen Überraschungseffekt und Aufmerksamkeit bei den Eigenheimbesitzer:innen.

IM ERSTEN SCHRITT werden die Eigenheimbesitzer:innen via Postkarte angesprochen. Die Ansprache ist dabei bewusst locker gehalten („Ich bin’s, dein Dach“). Ziel ist, für einen Überraschungseffekt zu sorgen und zunächst ganz allgemein das Interesse für das eigene Dach und das Solar-Kataster zu wecken.



Abbildung links: Motivauswahl Vorderseite Postkarte

Abbildung rechts: Textvorlage Rückseite Postkarte (individualisierbar)

IM ZWEITEN SCHRITT folgt ein offizielles Anschreiben durch Ihre Kommune an die Eigenheimbesitzer:innen, beispielsweise durch die/den Bürgermeister:in. Hier wird die Kampagne offiziell eingeläutet und beworben, beispielsweise mit Verweis auf die weiteren Bausteine und Beratungsangebote der Kampagne. Auch besteht hier die Möglichkeit, die Kampagne in Kontext zu den Klimaschutzzielen Ihrer Kommune zu setzen.

Auch das Schreiben haben wir für Sie als Vorschlag und Entwurf vorformuliert. Sie können diese Text-Vorlage mit den anderen Vorlagen zusammen bestellen und natürlich auf Ihre Kommune anpassen.

BITTE BEACHTEN SIE: Das direkte Anschreiben vieler Haushalte per Postkarte und/oder Informationsschreiben ist mitunter sehr aufwändig. Prüfen Sie daher, ob Sie Schwerpunkte in gewissen Gebieten / Ortsteilen / Quartieren setzen wollen, in denen ein besonders hohes Solarenergie-Potenzial erwartet wird. Nutzen Sie zur Abschätzung das Solar-Kataster Hessen. Konzentrieren Sie sich in der direkten Ansprache ggf. auf diese Gebiete. Beachten Sie bei der direkten Ansprache der Eigenheimbesitzer:innen auch die Regelungen zum Datenschutz..

2. PRESSEINFORMATIONEN:

Für den Start und das Ende Ihrer Kampagne wurde für Sie jeweils eine Text-Vorlage für eine Pressemitteilung vorbereitet, die auf die Kampagne aufmerksam machen. Gerne können Sie diese Text-Vorlagen um Ihre Spezifika ergänzen und nach Belieben anpassen. Ziel der Pressemitteilungen ist es, offiziell auf die Kampagne hinzuweisen und die Bürger:innen allgemein zu informieren.

TIPP: WENN ES IN IHRER KOMMUNE EIN AMTSBLATT ODER EIN LOKALES ANZEIGENBLATT GIBT, DANN SOLLTEN SIE DIE INFORMATION ÜBER DIE SOLAR-KAMPAGNE AUCH DARÜBER STREUEN.

3. DESIGNVORLAGE ROLL-UP, VERANSTALTUNGS- UND INFORMATION-FLYER

Falls Sie für Ihre Solarkampagne Veranstaltungen, Beratungsangebote oder weitere Aktionen planen (Tipp: schauen Sie sich die vorbereiteten Veranstaltungs- und Wettbewerbskonzepte an) können Sie zur Bewerbung die vordesignten Flyer nutzen. Die Flyer können Sie durch Ihren Kommunennamen, ihr Wappen/Logo und Text individualisieren. Sie erhalten auf Wunsch auch eine digitale Vorlage für ein Roll-Up. Mit dieser Vorlage können Sie Roll-Ups produzieren, die Sie bspw. für Ihre Veranstaltungen nutzen, bei Fotos zur Bewerbung der Kampagne integrieren oder im Rahmen von Beratungsangeboten als Erkennungsmerkmal nutzen.



Abbildung 1: Vorlage für den Bewerbungs-Flyer zur Solar-Kampagne in Ihrer Kommune

Neben den Flyern und Roll-Ups werden Ihnen ebenfalls kostenfrei und zur freien Verwendung vordesignte digitale Vorlagen für Plakatsmotive zur Verfügung gestellt. Diese finden Sie als separaten Baustein unter „Digitale Vorlagen für Ihre Plakataktion“ nachfolgend kurz erläutert.

4. WEITERFÜHRENDE INFORMATIONSMATERIALIEN ZUR SOLARENERGIE

Zum Thema Solarenergie gibt es bereits vielfältige Informationsmaterialien, die Sie für Ihre Kampagne nutzen können. Einige davon sind nachfolgend zusammengestellt.

Bitte beachten Sie: Wir haben die genannten Links während der Erstellung dieses Handlungsleitfadens überprüft. Trotz sorgfältiger Prüfung können wir aber keinerlei Gewähr für die Inhalte externer Webseiten / Dritter übernehmen.

ZUM HESSISCHEN SOLAR-KATASTER:

- Das Solar-Kataster Hessen, abrufbar auf:
Das Solar-Kataster Hessen, abrufbar auf:
<https://www.energieland.hessen.de/solar-kataster>
- Erklär-Film zum Solar-Kataster Hessen, ebenfalls abrufbar auf:
<https://www.energieland.hessen.de/solar-kataster>
- Hilfestellung zur Nutzung des Solar-Katasters Hessen, abrufbar direkt unter:
https://www.energieland.hessen.de/mm/Solar-Kataster_Hilfe_20170830_web_150dpi.pdf

- Leitfaden zum Solar-Kataster Hessen, inkl. Hintergründen zur Erstellung des Tools, abrufbar direkt unter:
https://www.energieland.hessen.de/mm/Leitfaden_Solar-Kataster-Hessen_201709.pdf

ZUR SOLARENERGIE-NUTZUNG:

- Kurzüberblick: Fragen und Antworten zur Photovoltaik, direkt abrufbar unter:
https://www.energieland.hessen.de/mm/BFEH_Solar_Leporello_105x210_12Seiter_200710_v9_bf2.pdf
- Broschüre mit vielen wichtigen Informationen zur Errichtung einer Solaranlage: „Solarstrom für alle – planen – bauen – nutzen“, direkt abrufbar unter: https://www.energieland.hessen.de/mm/BFEH_PV_Broschuere_FINAL.pdf
- Kampagne „Hessen will's wissen“ mit Kurzvideo zur Solarenergie:
<https://www.hessen-wills-wissen.de/#menu-solarenergie>
zu Energiespeichern:
<https://www.hessen-wills-wissen.de/#menu-energiespeicher>
und zu Elektromobilität:
<https://www.hessen-wills-wissen.de/#menu-elektromobilitaet>
- Videos mit guten Beispielen zur Solarenergie aus verschiedenen Bereichen, abrufbar auf: <https://www.energieland.hessen.de/BFEH-Mediathek>
- Aufzeichnung Online-Seminar „Freiflächen-PV auf benachteiligten Flächen - Informationen und Erfahrungen aus Hessen“:
<https://www.energieland.hessen.de/webinar-freiflaechen-pv>
- Aufzeichnung Online-Seminar „Freiflächen-PV und Naturschutz“:
<https://www.energieland.hessen.de/webinar-freiflaechen-pv-naturschutz>
- Aufzeichnung Online-Seminar „Freiflächen-PV und Landwirtschaft – Good-Practice, Erfahrungen und Innovationen“:
<https://www.energieland.hessen.de/webinar-freiflaechen-pv-landwirtschaft>
- Informationsseite der Agentur für Erneuerbare Energien zum Thema Solarstrom: <https://www.unendlich-viel-energie.de/erneuerbare-energie/sonne/photovoltaik>

Die genannten Materialien können für Sie selbst und für Bürger:innen interessant sein. Nutzen Sie sie oder verweisen Sie darauf.

Baustein „Digitale Plakat-Vorlagen“

Sie erhalten verschiedene vordesignte Plakatsmotive als digitale Vorlagen kostenfrei zur Verfügung. Diese können Sie mit Ihren Kommunennamen, Ihrem Wappen/Logo und Ihren individuellen Text anpassen und dann für eine Bewerbung der Solarenergie in Ihrer Kommune verwenden. Zusammen mit den vordesigten Flyern und Roll-Ups sparen Sie sich wertvolle Zeit für das Beauftragen und Abstimmen eines einheitlichen Kampagnendesigns. Sie müssen die Materialien lediglich eigenverantwortlich produzieren (lassen).

TIPP (WIEDERHOLUNG): ÜBER DIE HESSISCHE KLIMA-RICHTLINIE LASSEN SICH UMFANGREICHERE KAMPAGNEN MÖGLICHERWEISE FÖRDERN (STICHWORT: INFORMATIONSMONITORING UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT). WEITERE INFORMATIONEN UND ANSPRECHPARTNER ZUR KLÄRUNG DER DETAILS FINDEN SIE UNTER FOLGENDEM LINK: <https://umwelt.hessen.de/klima/foerderung>

Nachfolgend zeigen wir Ihnen eine Auswahl der verschiedenen Plakatsmotive in einer Übersicht. Die Plakate gibt es in verschiedenen Formaten, sowohl im Hochformat als auch im Querformat.





Abbildung 2: Auswahl der Plakatmotive im Querformat

Um die Plakatmotive zu erhalten, wählen Sie den Baustein „Plakatmotive“ im Bestellformular auf der Homepage der Klima-Kommunen aus (siehe Kapitel „Teilnahme – auf einen Blick“). Wenn Sie die digitalen Vorlagen erhalten haben, wählen Sie die Motive aus, die Sie verwenden möchten. Sie können sowohl zwischen einer Reihe von Motiven mit unterschiedlichen Bildern und Headlines auswählen als auch zwischen den verfügbaren Formaten im Quer- und Hochformat. Individualisieren Sie Ihre ausgewählten digitalen Motive: Ergänzen Sie Ihren Kommunennamen und das Wappen/Logo, sowie den Kurztext. Die Motive sind in PDFs mit offenen Textfeldern angelegt. Klären Sie, welche Werbeflächen in Ihrer Kommune zur Verfügung stehen, inkl. der erforderlichen Formate, und legen Sie den Zeitraum für die Kampagne fest. Dann können Sie die Produktion der Plakate beauftragen und mit der eigentlichen Plakat-Kampagne starten.



Abbildung 3: Visualisierungsbeispiel Plakat-Motive

Baustein „Digitale Inhalte für eine Social-Media-Kampagne“

Haben Sie einen Social-Media-Kanal? Perfekt! Dann nutzen Sie die vorformulierten Kurz-Nachrichten für verschiedene Kanäle. Es wurde ein Paket aus einem Bild, einer passenden Bildaufschrift und einem kurzen Text als Bildunterschrift für Sie zusammengestellt. Dabei werden ganz unterschiedliche Inhalte rund um die Solarenergie vom Dach adressiert. Die Fotos sind in drei Formaten direkt passend für **Twitter**, **Instagram** oder **Facebook** angelegt. Sie können den Baustein „Digitale Inhalte für eine Social-Media-Kampagne“ im Bestellformular der Klima-Kommunen-Webseite (siehe Kapitel „Teilnahme – auf einen Blick“) angeben. Dann erhalten Sie die entsprechende Vorlage, die Sie auf Ihre Bedarfe anpassen können. Sie können alle Posts verwenden oder nur einzelne – ganz wie Sie möchten. Die meisten Motive basieren auf den Fotos der Plakat-Kampagne. Je nach Botschaft wurden aber z.T. auch andere Fotos/Bilder ergänzt.

Um Ihnen die Bearbeitung möglichst leicht zu machen, wurden die Social-Media-Nachrichten als Powerpoint-Datei vorbereitet. Dadurch haben Sie die Möglichkeit, individuelle Anpassungen durchzuführen. Zudem enthält das Paket das Symbol des gelben Hauses als „Schablone“ zur Verwendung auf Ihren eigenen Bildern. Den Text-Vorschlag zu den jeweiligen Motiven finden Sie im Notiz-Bereich bei Powerpoint. Um aus der Powerpoint-Datei ein Bild zu erzeugen, das Sie in den Social-Media-Kanälen posten können, speichern Sie die ausgewählten Powerpoint-Folien über den Dialog „Speichern unter“ einfach als Bild-Datei (z.B. .jpeg). Ergänzen Sie dann im Post selbst den Text, den Sie im Notizbereich finden. Sie können diesen natürlich anpassen oder ganz nach Ihren Wünschen einen anderen Text formulieren.

TIPP: DER FOTOPOOL BIETET IHNEN AUSSERDEM BILDER IM LOOK DER KAMPAGNE FÜR EIGENE, WEITERE POSTS, DIE SIE INNERHALB DER SOLARKAMPAGNE FREI VERWENDEN KÖNNEN. SELBSTVERSTÄNDLICH KÖNNEN SIE AUCH IHRE EIGENEN FOTOS VERWENDEN.

Außerdem gibt es viele weitere Materialien und Informationssammlungen, aus denen Sie Ihre eigenen Social-Media-Posts erstellen können (siehe im Kapitel „Baustein „Kampagnen-Kick-Start““ und dort Punkt „4. Weiterführende Informationsmaterialien“).

Klären Sie ggf. mit der Öffentlichkeitsarbeit in Ihrer Kommune, wann und in welchem Rhythmus Social-Media-Nachrichten zum Thema Solarenergie während des Kampagnenzeitraums gepostet werden. Während der Kampagne sind mindestens ein Post, besser zwei Posts pro Woche sinnvoll. Damit Ihr Post Ihre Bürger:innen

bestmöglich erreicht, sollten auch die Zeitfenster beachtet werden, beispielsweise Sonntags 17-20h und Donnerstags 17-20h.

Stichwort Reichweite: Möglicherweise gibt es in Ihrer Kommune Personen mit hoher Reichweite (Bekannte Persönlichkeiten, „Influencer“ oder „Micro-Influencer“), die Sie für das Thema Solarenergie gewinnen können. Es kann sich auch anbieten, durch ein (i.d.R. überschaubares) Werbebudget zusätzliche Reichweite zu generieren. Dabei können Sie zum Beispiel gezielt Personen aus Ihrer Kommune ansprechen. Informationen zu Werbemöglichkeiten auf den Social-Media-Plattformen finden Sie bei den Betreibern der jeweiligen Plattformen.

Baustein „Digitaler Fotopool“

Um Ihre Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Solarenergie zu unterstützen, erhalten Sie kostenfrei einen digitalen Fotopool zur Verwendung im Zuge Ihrer Solarkampagne. Die Fotos hierfür wurden extra erstellt und sprechen mit der Motivwahl insbesondere die Zielgruppe Familien und Eigenheimbesitzer:innen an.



Abbildung 4: Auswahl von Fotomotiven aus dem Fotopool

NUTZUNGSRECHTE BEIM FOTOPOOL

Die Bilder sind zur kostenfreien Nutzung durch die hessischen Kommunen zum Zwecke einer Kampagne bzw. Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Solarenergie freigegeben. Eine Weitergabe an Dritte oder Nutzung für andere Zwecke ist nicht gestattet. **Bei der Nutzung der Fotos ist zwingend folgender Urheber-Verweis anzugeben: Fotograf: Arne Landwehr.** Weitere Details siehe Nutzungsbedingungen.

Baustein „Veranstaltungskonzept“

Eine gute Kampagne lebt von der Vielfalt an Aktionen, die sich im Kampagnenzeitraum abspielen. Deswegen werden Ihnen auch Ideen für ein Veranstaltungskonzept geboten, das Sie im Rahmen Ihrer Kampagne umsetzen können. Es handelt sich dabei um ein Konzept für eine Bürger-Informationsveranstaltung, die verschiedene Themen behandeln, oder als mehrteilige Reihe zu verschiedenen Themen stattfinden kann.

Für die Bürgerinformationsveranstaltung(en) werden Ihnen mögliche Ablaufpläne und organisatorische Hinweise, Themen für Vorträge sowie Hinweise für potenzielle Referent:innen zur Verfügung gestellt. Alles versteht sich als Orientierung, kann direkt übernommen oder beliebig verändert werden. Insbesondere bei den Themenvorschlägen können Sie die für sich interessantesten Themen auswählen und für Ihre Veranstaltung frei kombinieren.

TIPP: ES KANN SINNVOLL SEIN, EINE INFORMATIONSVERANSTALTUNG BZW. VERSCHIEDENE INPUTS ZUM THEMA SOLARENERGIE AN BESTEHENDE VERANSTALTUNGEN ANZUDOCKEN. MIT VORTRÄGEN, KURZEN INPUTS, WETTBEWERBEN ODER GEWINNSPIELEN SCHAFFT MAN MIT KLEINEN AKTIONEN AUFMERKSAMKEIT.

Prinzipiell sind die dargestellten Vorschläge für Informationsveranstaltungen auch als Online-Format denkbar, falls pandemiebedingt keine Präsenzveranstaltungen möglich sein sollten.

Baustein „Wettbewerbskonzept“

Erfolgreiche Kampagnen zeichnen sich häufig durch das aktive Einbeziehen der Bürger:innen aus. Eine Lösung hierfür bieten Wettbewerbe oder Quiz-Aktionen, die online, auf Festivitäten oder im Rahmen eines kleinen Aktions-Marktplatz-Standes angeboten werden. Dabei wird auf das spielerische Element gesetzt, um einen Anreiz zu schaffen, sich mit der Thematik zu befassen. Eine einfache, aber häufig sehr wirkungsvolle Maßnahme im Rahmen von Kampagnen.

Deshalb wurde Konzept-Papier für ein Wettbewerb erstellt, das Sie übernehmen und ggf. nach Ihrem Geschmack bzw. entsprechend der Voraussetzungen in Ihrer Kommune anpassen können: Es geht dabei um den „SolarCup“, ein Wettbewerb, bei dem Kinder und Jugendliche Solarfahrzeuge basteln und dann an einem Wettrennen teilnehmen. Dieser Wettbewerb wird bereits in vielen Städten in Deutschland und auch in Hessen durchgeführt. Auch hier gilt: „Man muss das Rad nicht neu erfinden“.

Das Konzept-Papier enthält eine kurze Beschreibung der wichtigsten „Key-Facts“ für Ihren Wettbewerb: Welche Ressourcen werden benötigt? Welcher Zeitraum sollte für die Umsetzung eingeplant werden? Welche Akteure bindet man sinnvollerweise ein? Außerdem werden erste Schritte zur Umsetzung aufgezeigt, sodass Sie direkt loslegen können.

NUTZUNGSBEDINGUNGEN

Um die Materialien nutzen zu können, müssen Sie bei der Bestellung die Nutzungsbedingungen akzeptieren. Diese sind nachfolgend zur Information aufgeführt.

- 1. Die durch die LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH (nachfolgend „Bereitsteller“) im Auftrag des Hessischen Ministeriums für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und in Kooperation mit dem Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen zur Verfügung gestellten Medien dürfen von hessischen Kommunen, Landkreisen, sowie deren Zusammenschlüssen (nachfolgend „Empfänger“) kostenfrei ausschließlich zweckgebunden für die Umsetzung deren Kampagnen oder Öffentlichkeitsarbeit zur Bewerbung der Solarenergie-Nutzung in Hessen genutzt werden.**
- 2. Werden Fotos aus den zur Verfügung gestellten Medien genutzt, dann ist der Urheber des Fotos anzugeben: Arne Landwehr.**
- 3. Eine Weitergabe der zur Verfügung gestellten Medien an Dritte außerhalb der in (1) genannten Zwecke ist nicht gestattet.**
- 4. Eine Nutzung der zur Verfügung gestellten Medien für andere als die in (1) genannten Zwecke ist nicht gestattet. Die Zur Verfügung gestellten Medien dürfen nicht für politische Arbeit und/oder Wahlwerbung genutzt werden.**

5. Die zur Verfügung gestellten Medien können teilweise vom Empfänger individualisiert werden. Dazu enthalten einige der Medien frei beschreibbare Felder, die der Empfänger selbst beschriften kann. Der Empfänger verpflichtet sich, die Individualisierung ausschließlich zweckgebunden auf die in (1) genannten Zwecken auszurichten. Die Individualisierbarkeit der zur Verfügung gestellten Medien darf durch den Empfänger nicht für andere Zwecke missbraucht werden.
6. Der Empfänger verpflichtet sich, an geeigneter Stelle (mindestens auf seiner eigenen Webseite und in seinen Pressemitteilungen, die zum in (1) genannten Zweck veröffentlicht werden) darauf hinzuweisen, dass die Erstellung der Vorlagen für die Medien durch das Land Hessen finanziert wurde.
7. Der Empfänger verpflichtet sich, zeitnah innerhalb von zwei Kalendermonaten nach der Durchführung der Kampagne oder Öffentlichkeitsarbeit gemäß (1) einen Kurzbericht an den Bereitsteller abzuliefern. Hierzu wird der Bereitsteller ein Formular vorbereiten und dem Empfänger zur Verfügung stellen.
8. Der Empfänger verpflichtet sich, Belegexemplare der produzierten Materialien, sowie digitale Abbilder der digitalen Kampagnen-Bausteine („Screenshots“) gemeinsam mit dem in (7) genannten Kurzbericht zeitnah innerhalb von zwei Monaten nach der Durchführung der Kampagne oder Öffentlichkeitsarbeit gemäß (1) an den Bereitsteller zu liefern.
9. Der Bereitsteller sowie die Hessische Landesregierung schließen jegliche Haftung und Gewährleistung für Schäden aus, die im Zusammenhang mit der Nutzung der zur Verfügung gestellten Medien entstehen können.
10. Bei Verstoß des Empfängers gegen diese Nutzungsbedingungen erlischt das Nutzungsrecht an den zur Verfügung gestellten Medien. Der Empfänger hat die Medien dann an den Bereitsteller zurück zu geben und seine digitalen Kopien zu löschen.
11. Der Bereitsteller behält sich das Recht vor, die Nutzungsrechte an den zur Verfügung gestellten Medien jederzeit zu widerrufen. In diesem Fall wird der Empfänger schriftlich informiert. Der Empfänger hat dann unmittelbar die Medien an den Bereitsteller zurück zu geben und seine digitalen Kopien zu löschen.

- 12.** Die etwaige Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser Nutzungsbedingungen berührt nicht die Gültigkeit der übrigen Inhalte der Nutzungsbedingungen.
- 13.** Sollten Streitigkeiten aus der Nutzung der überlassenen Medien entstehen, so vereinbaren die Parteien als Gerichtsstand Wiesbaden.

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG

Wir, die Fachstelle der hessischen Klima-Kommunen, haben alle Bausteine der kommunalen Solarkampagne mit unseren Partnerinstitutionen und -unternehmen mit viel Engagement und großer Motivation für Sie erarbeitet. Wir freuen uns, wenn Sie die Materialien verwenden und damit einen weiteren Beitrag zur Steigerung der Solar-energienutzung in Hessen leisten.

Um zukünftige Vorlagen noch besser auf Ihre Bedarfe anpassen zu können, sind uns Ihre Rückmeldungen sehr hilfreich. Daher gibt es ein Formular, das nach Beenden Ihrer Kampagne an uns gesendet werden muss. Wir sind aber auch zwischendurch für Ihr Feedback dankbar. Melden Sie uns gerne per Anruf oder E-Mail, falls Ihnen etwas auffällt oder Sie Verbesserungsvorschläge haben. Natürlich freuen wir uns genauso über positive Erfahrungen. Falls Sie Ideen für weitere Bausteine haben, geben Sie uns gerne Bescheid.

Vielen Dank!

Ihre Fachstelle „Hessen aktiv – Die Klima-Kommunen“ bei der LEA
LandesEnergieAgentur Hessen

IMPRESSUM

Handlungsleitfaden „Kommunale Solarkampagne“

HERAUSGEBER:

LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH

Mainzer Straße 118/65189 Wiesbaden

www.lea-hessen.de



WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN:

Bündnis „Hessen aktiv: Die Klima-Kommunen“

www.klima-kommunen-hessen.de



Wiesbaden, 2021

HINWEIS:

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerber:innen oder Wahlhelfer:innen während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Europa- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich **sind** insbesondere eine Verteilung dieser Druckschrift auf Wahlveranstaltungen oder an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.