

Umweltfreundliches Havixbeck

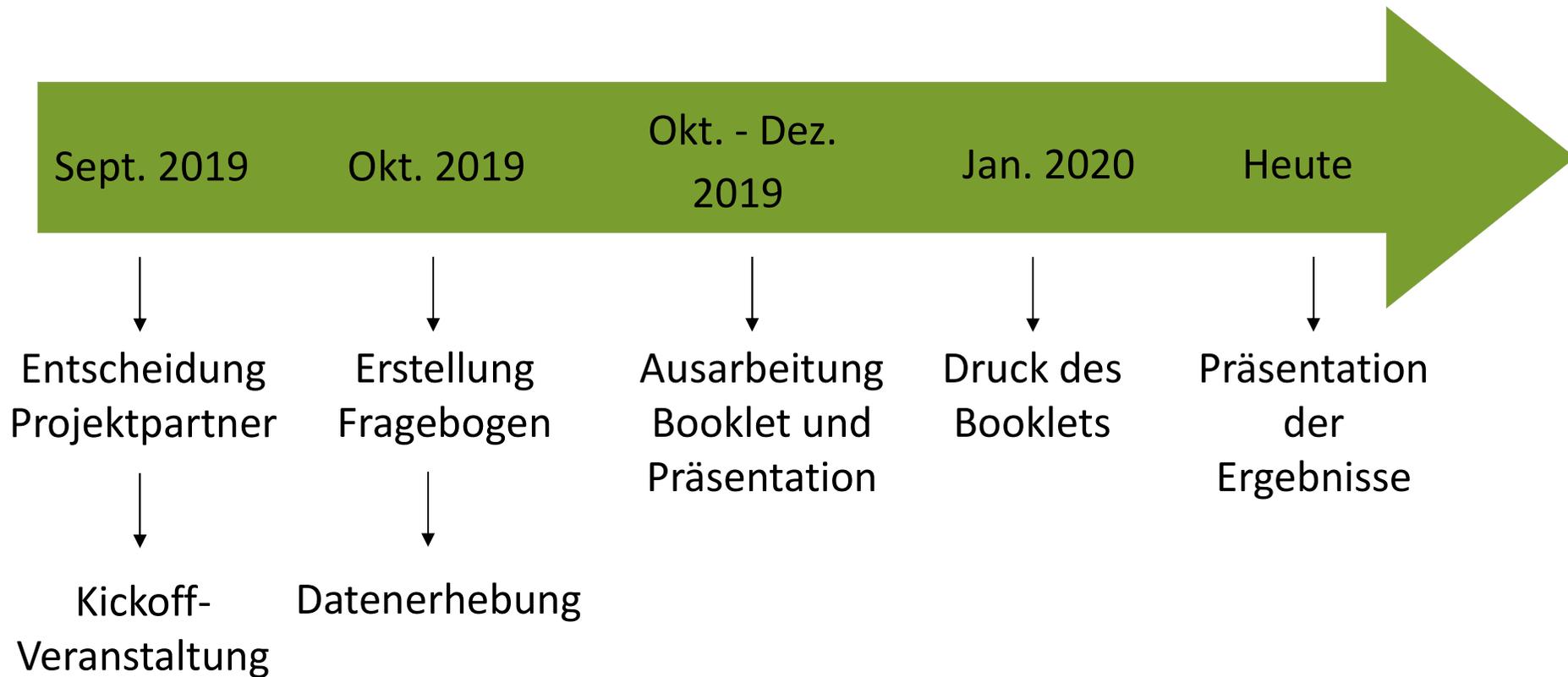
Imagegewinn durch nachhaltiges Handeln



Projektgruppe FS-17



Zeitstrahl Projektverlauf

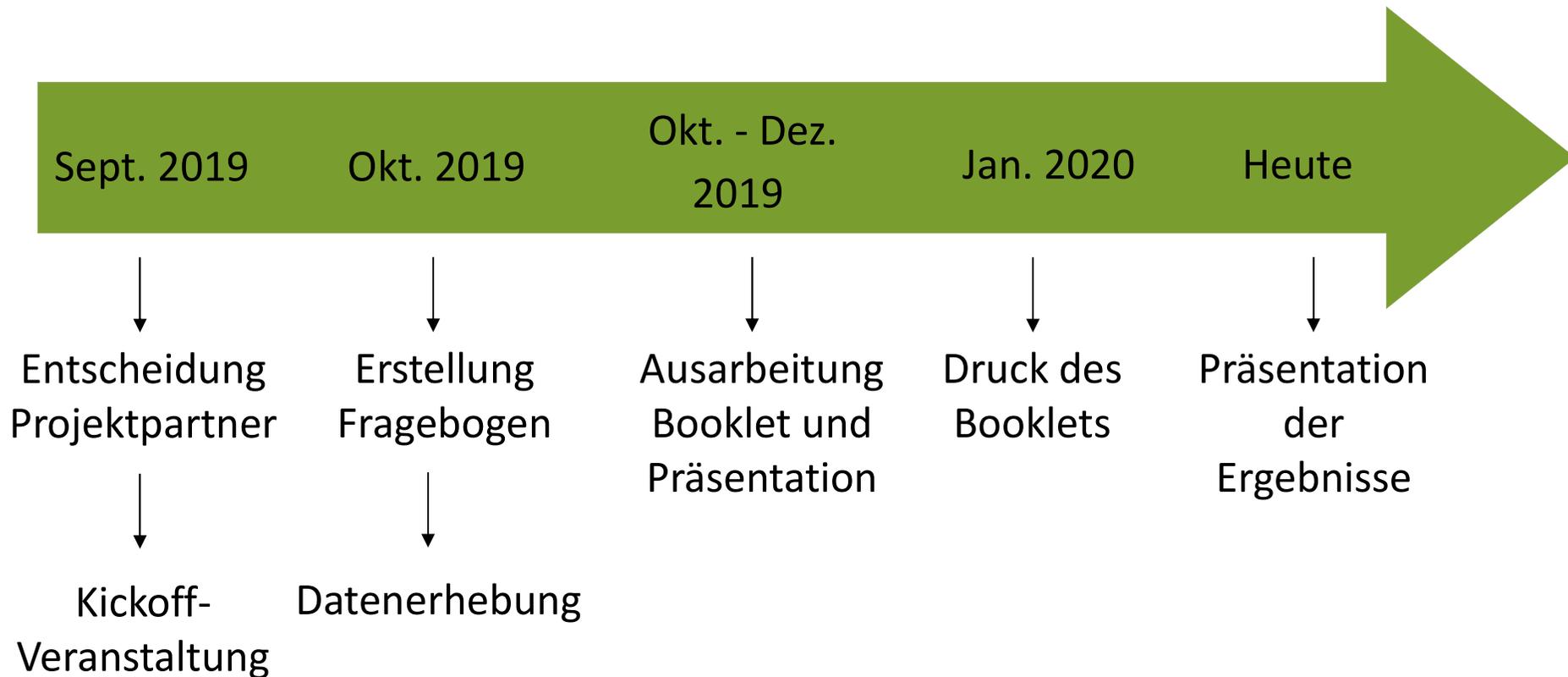


Umweltfreundliches Havixbeck

Imagegewinn durch nachhaltiges Handeln



Zeitstrahl Projektverlauf



-
1. Nachhaltigkeit
 2. Corporate Identity
 3. Projektideen
 4. Kommunikation
 5. Public Relations & Vermarktungsstrategien

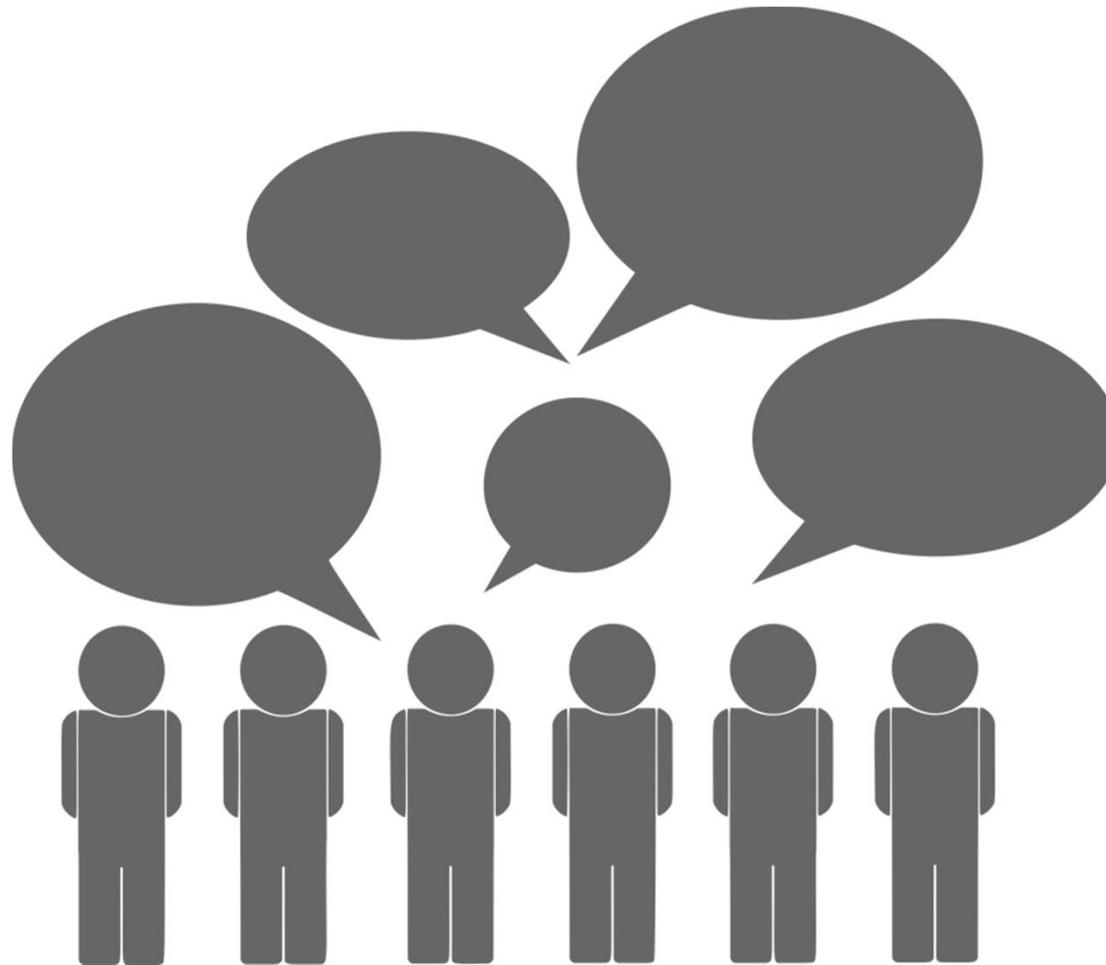
Handlungsempfehlung



Nachhaltigkeit

- a. Befragung
- b. Definition
- c. Ökologische Ziele
- d. Ökonomische Ziele
- e. Soziale Ziele

Befragung



Plastikvermeidung

Bewusstsein zur Natur

Bio

Müllvermeidung

Regionale Produkte

Ressourcen schonen



Umweltschutz

Recycling

Bäume pflanzen

Wiederverwertung



<https://www.wwf-jugend.de/blogs/6021/6438/konflikt-okonomie-vs-okologie>

- Überleben und Erhalt von Ökosystemen
- Ressourcenerholung
- Ressourceneffizienz



Ökonomische Ziele

- Langfristiger und dauerhafter wirtschaftlicher Erfolg
- Erhaltung und Erhöhung des Kapitals
- Fairer Handel



- Gesundheitszustand von sozialen Systemen
- Gemeinwohl



Corporate Identity

1.

Corporate Identity

3.

4.

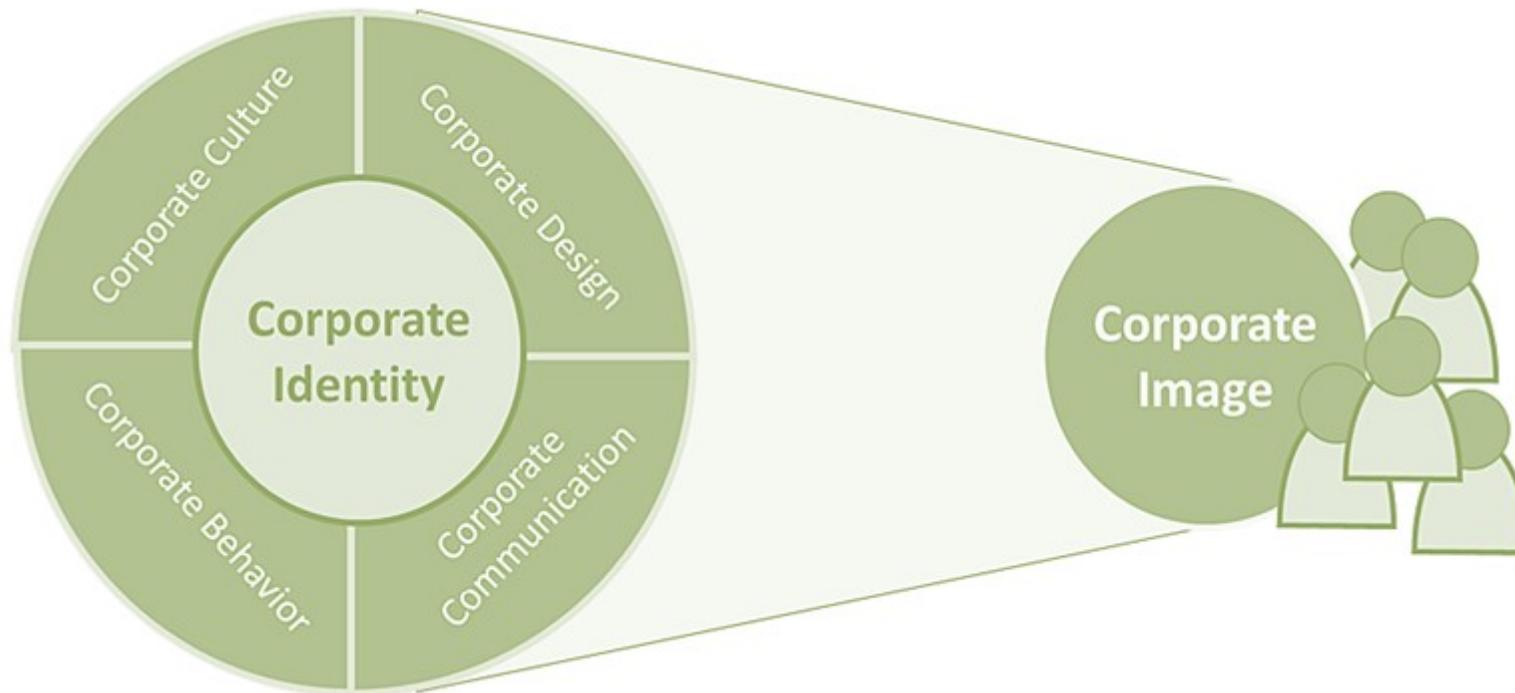
5.

17

- a. Definition
- b. Corporate Image
- c. Leitbild
- d. Befragung
- e. E-Mail Signaturen und Druckpapier
- f. Logo

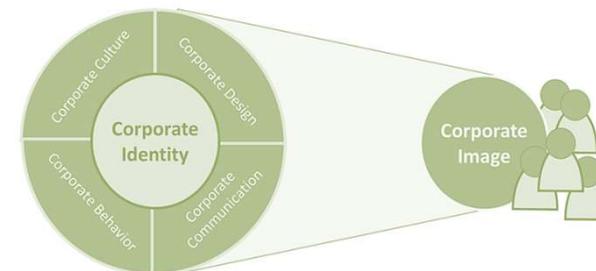
Unter Corporate Identity werden alle Merkmale zusammengefasst, die zur Bildung einer eigenen Unternehmensidentität beitragen.



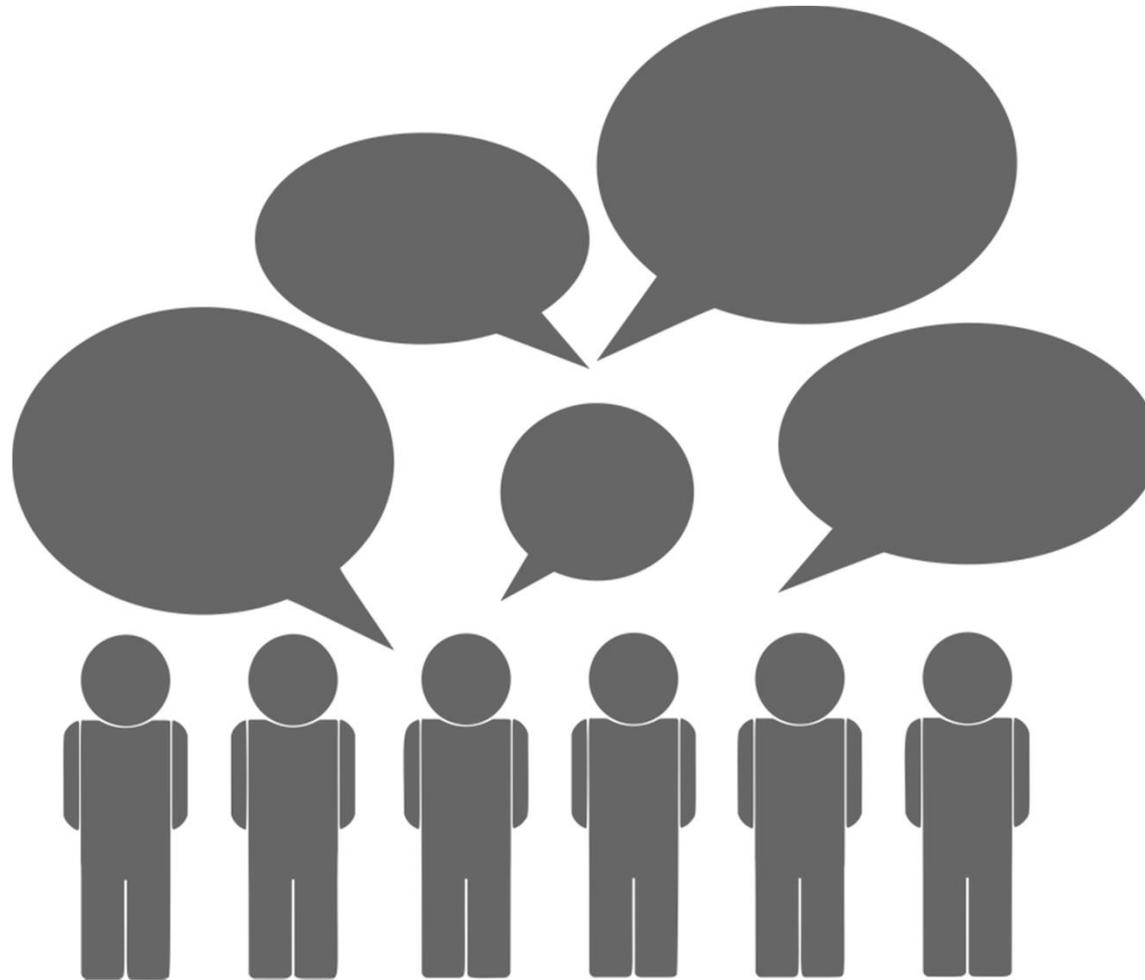


<https://www.marketinginstitut.biz/blog/corporate-identity/>

- Fremdbild unternehmensexterner Personen
- Keine feste Übereinstimmung mit Corporate Identity
- Steuerung durch gezielte Imagekampagnen



Befragung



1.

Corporate Identity

3.

4.

5.

22

Baumberge

Naturidylle

Landleben

Wochenmarkt,
Einkaufen

Gemütlichkeit

Schule, Arbeit

Heimat



Familienorientierung

Dorf

Nähe zu Münster

Corporate Identity der Gemeinde Havixbeck

- Entwurf 8 Jahre alt
- Einheitliches Design von Druckmedien
- Erweiterung auf Flyer, Give Aways und Streuartikel
- Fokus auf das neue Logo
(inklusive Claim „vielfältig natürlich“)

- Wer wollen wir sein?
- Strategische Ziele und Rahmenbedingungen
- Ausrichtung und Motivation der Gemeindegarbeit
- Orientierungshilfe für Mitarbeiter

Leitbild der Gemeinde Havixbeck

„Havixbeck ist die grüne Kulturgemeinde im Herzen des Münsterlandes, die mit ihren vielfältigen Bildungs- und Freizeitangeboten und ihrer guten Verkehrsanbindung eine hohe Wohlfühlqualität für die ganze Familie bietet.“

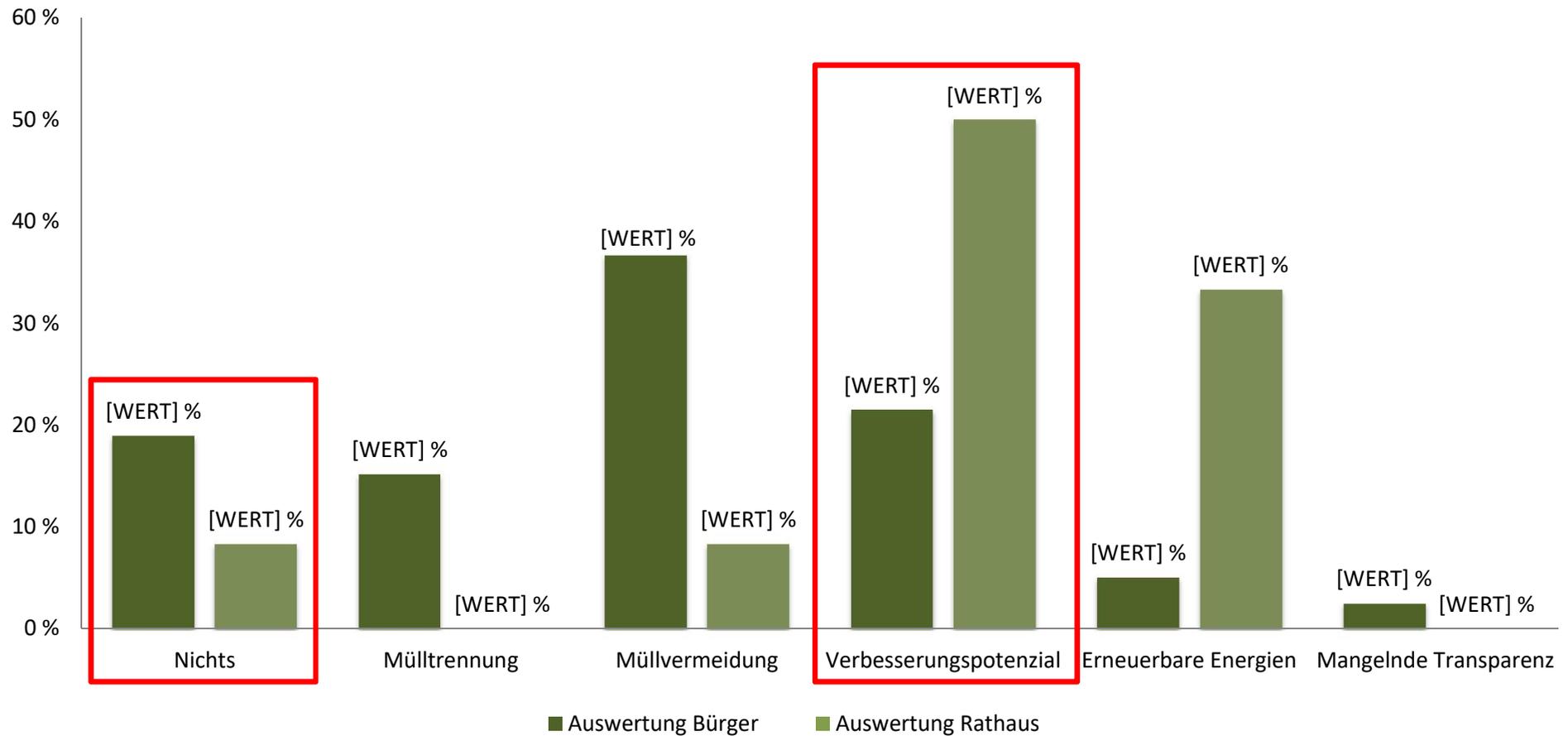
Leitbild Marketing Havixbeck

„Wir werden...

Havixbeck zu einer Gemeinde mit **hohem Umweltbewusstsein**
und Naherholungswert weiterentwickeln.“

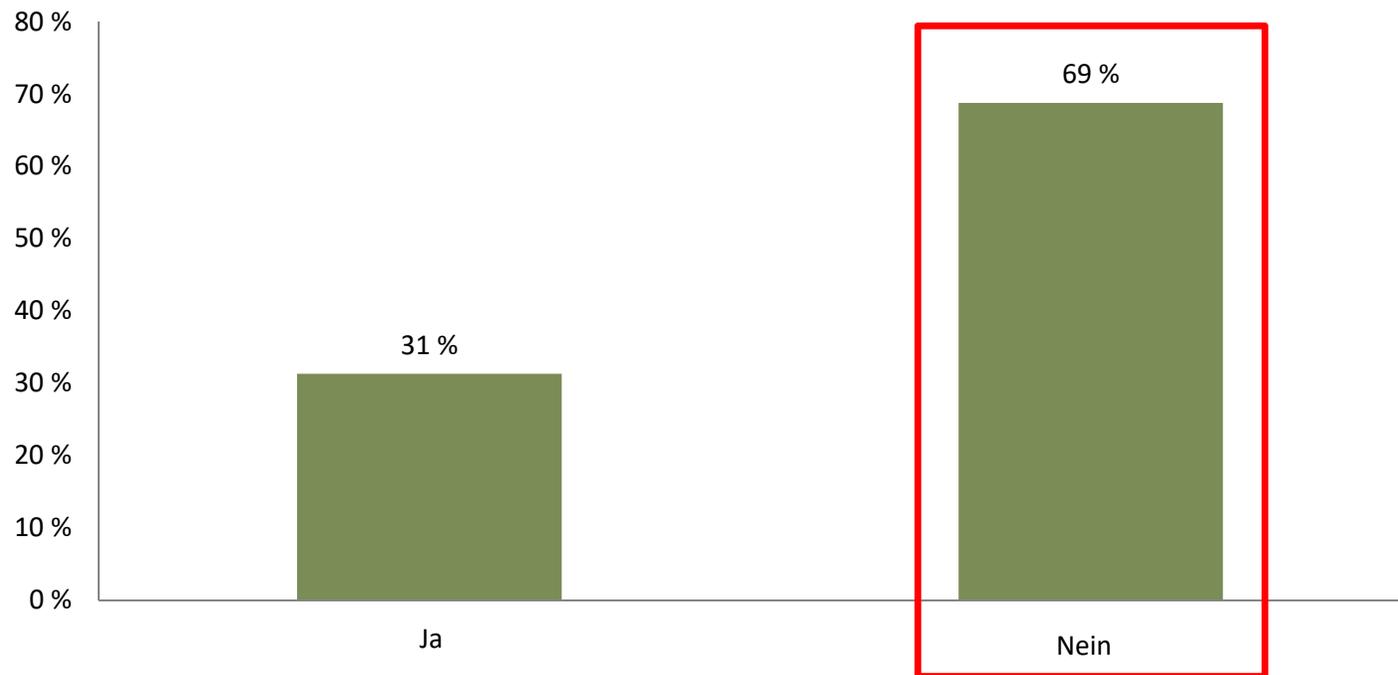


Was nehmen Sie in Bezug zum Thema Nachhaltigkeit in Havixbeck wahr?

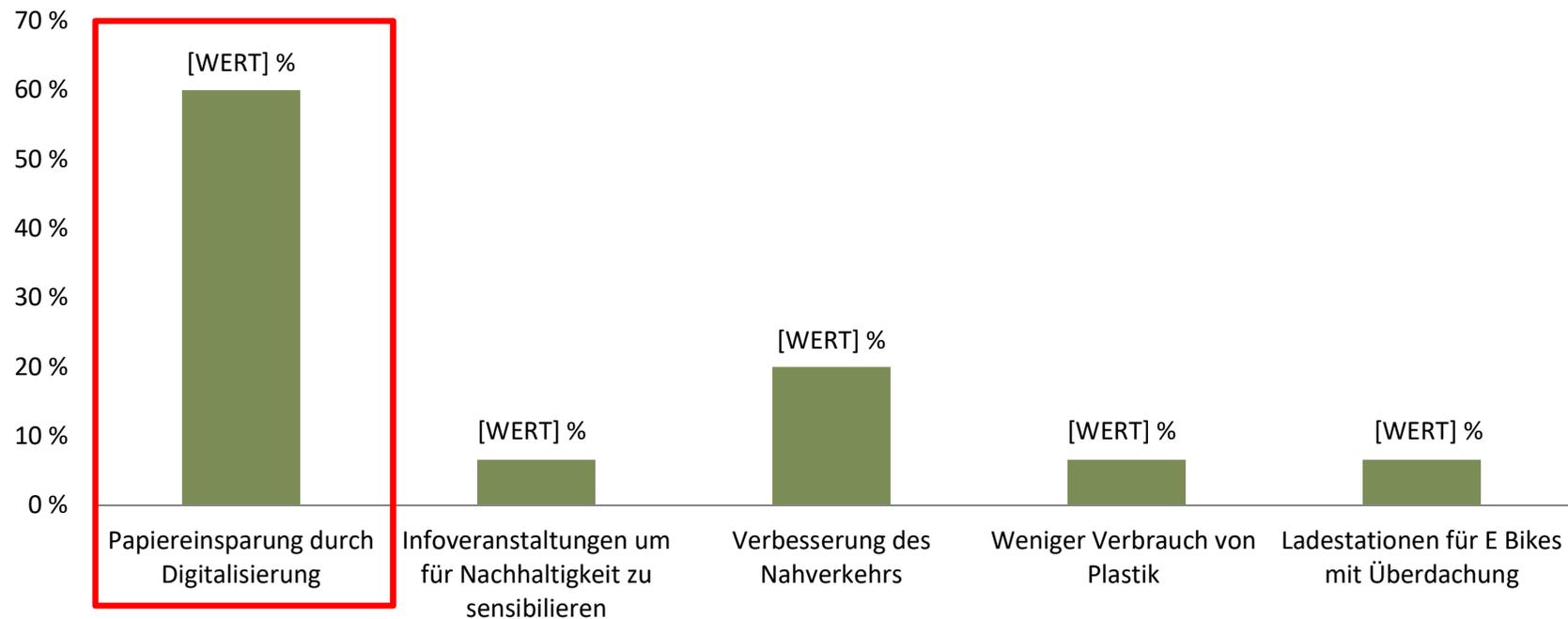


Befragung Rathaus

Wird dem Thema Nachhaltigkeit seitens der Gemeinde Havixbeck genügend Aufmerksamkeit gewidmet?



Welche Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit können zusätzlich im Rathaus getroffen werden?



E-Mail Signaturen und Druckpapier



<https://nustreamprintsolutions.wordpress.com/2013/03/10/do-you-think-before-you-print/>

- Teilnahme an der Kampagne „think before you print“
- Digitale Ablage
- Verwendung von recyceltem Papier



1.

Corporate Identity

3.

4.

5.

31

Logo der Gemeinde Havixbeck



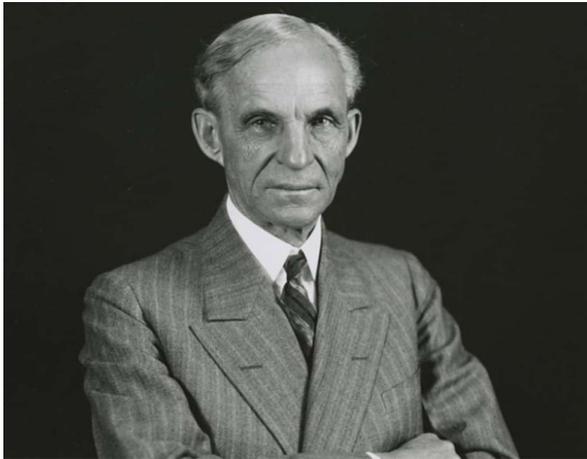
- Anpassung und Erweiterung des Wordings
- **HAVIXBECK**
VIELFÄLTIG NATÜRLICH **NACHHALTIG**



Projektideen



- a. Alleinstellungsmerkmal
- b. Mehrwegprodukte
- c. Unverpackt-Laden
- d. Baumpatenschaft
- e. Trinkwasserbrunnen
- f. Fahrgemeinschafts-
System
- g. Bike-Sharing
- h. Fairtrade-Town



<https://www.thehenryford.org/explore/stories-of-innovation/visionaries/henry-ford/>

„Erfolg besteht darin,
dass man genau die Fähigkeiten hat,
die im Moment gefragt sind.“

Henry Ford

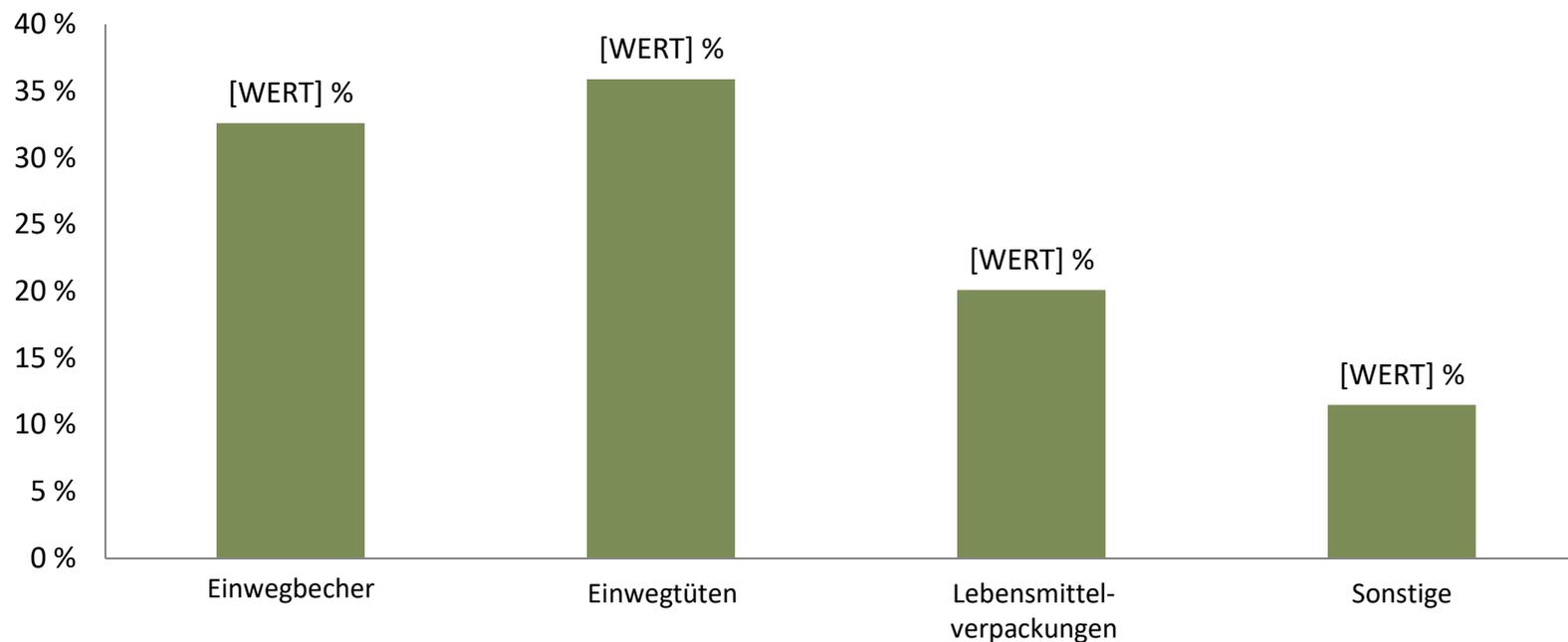


Mehrwegprodukte

Produkte, welche für den mehrmaligen
Gebrauch konzipiert sind.



Welche Produktverpackungen haben Ihrer Meinung nach im
Punkto Nachhaltigkeit den dringendsten Verbesserungsbedarf?



- **Einführung einer Stempelkarte**
 - Punktelimit erreicht = Produkt gratis
- **Rabatt** bei jedem Einkauf
- **Entwerfen eigener Umverpackungen**
 - Verknüpfung der Produkte
 - Identifikation mit der Gemeinde



Mehrwegprodukte



Mehrwegprodukte



1.

2.

Projektideen

4.

5.

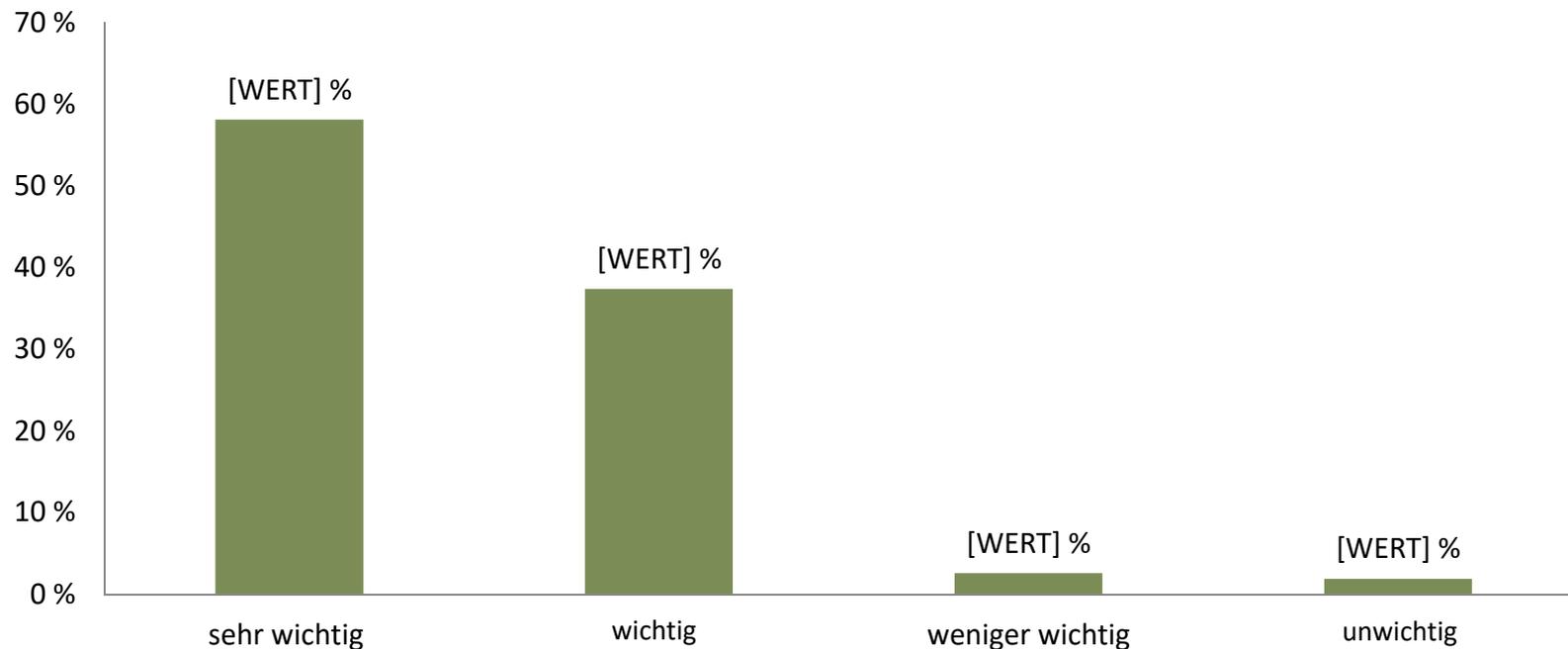
40

Unverpackt-Laden

Einzelhandelsgeschäft, welches das komplette Sortiment
ohne Umverpackungen anbietet.



Wie bewerten Sie die Eröffnung eines
Unverpackt-Ladens in Havixbeck?



Vorteile

- Müllreduzierung
- Weniger
Lebensmittelverschwendung
- Regionale Produkte
- Keine Mogelpackung

Nachteile

- Einkaufs-/ Verkaufspreise
- Hygieneanforderungen



<https://www.klenkes.de/meldungen/news/artikel/93379.aachens-erster-unverpackt-laden-hat-eroeffnet>



1.

2.

Projektideen

4.

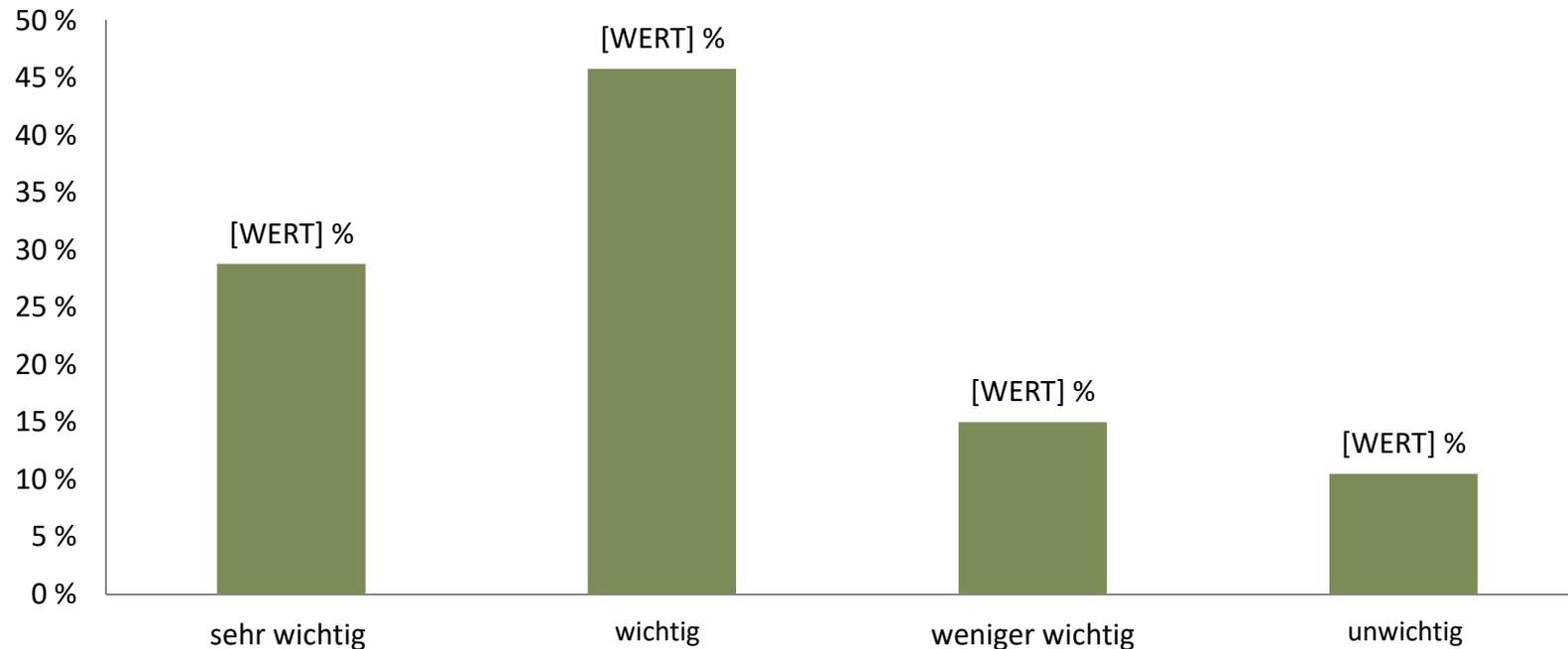
5.

44

Übernahme der Kosten für das Pflanzen
und/oder die Pflege eines Baumes.



Wie bewerten Sie die Übernahme einer
Baumpatenschaft in Havixbeck?



Vorteile

- CO₂-Ausgleich
- Schaffung/Erhaltung von Lebensraum
- Steigerung der Lebensqualität

Nachteile

- Organisation
- Flächennutzung



Baumpatenschaft



1.

2.

Projektideen

4.

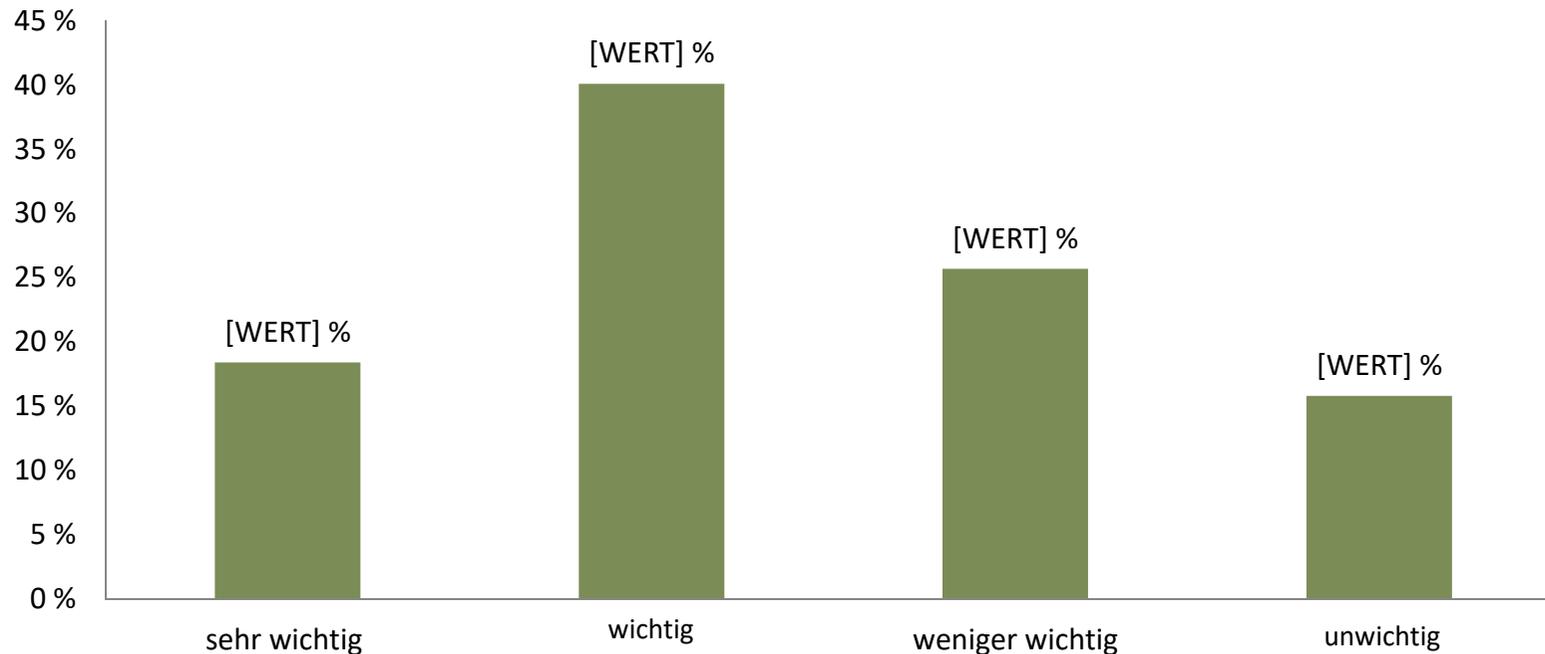
5.

48

Technische Anlage für die Versorgung eines
öffentlichen Platzes mit Trinkwasser.



Wie bewerten Sie die Anschaffung eines
Trinkwasserbrunnen in Havixbeck?



Vorteile

- Kostenersparnis für Bürger
- Ausdruck für Gesundheit
- Mehrwert
- Gesundheitsfördernd
- Umweltfreundlich

Nachteile

- Installations- und
Wartungskosten

Trinkwasserbrunnen



Vgl. <https://www.kreiszeitung.de/lokales/bremen/bremen-errichtet-fuenf-oeffentliche-trinkwasserbrunnen-erste-sprudelt-schon-12247096.html>



1.

2.

Projektideen

4.

5.

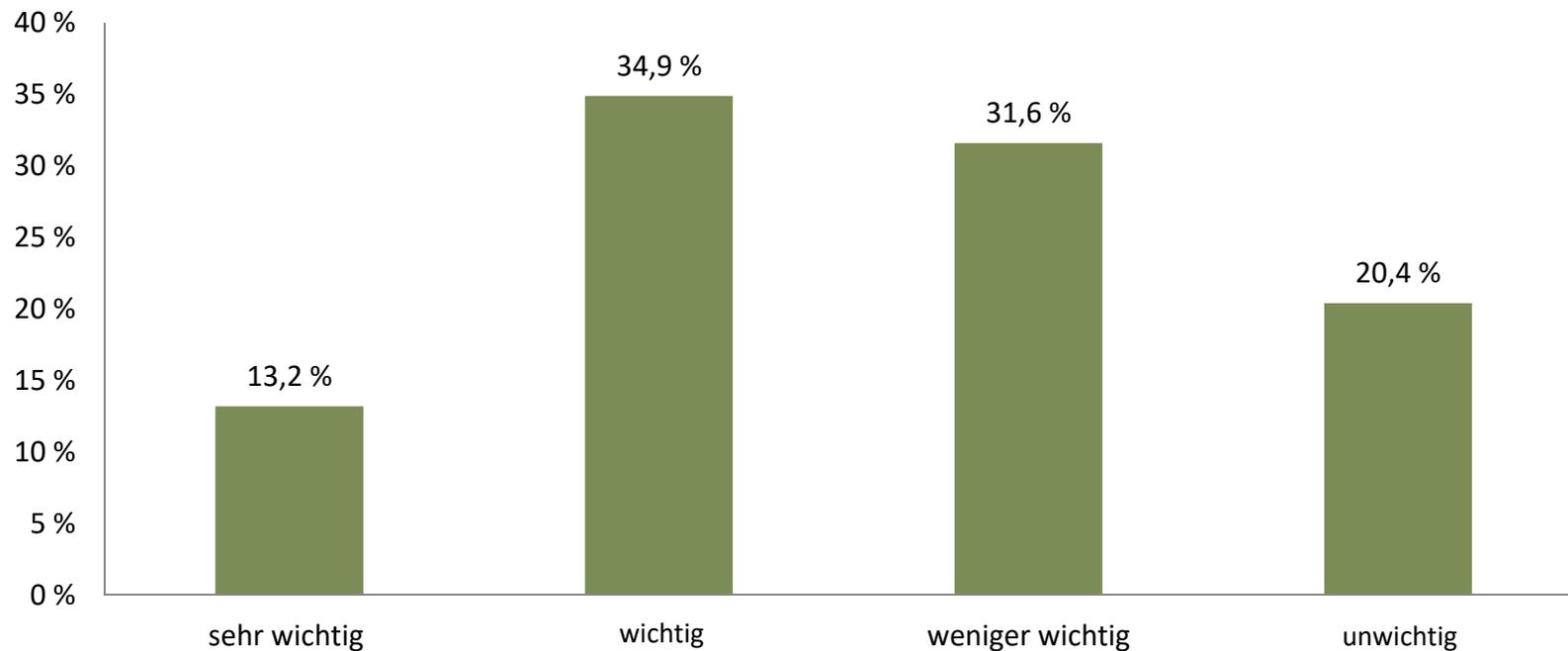
52

Bike-Sharing

Angebot von Fahrrädern in einem öffentlichen Raum,
um den Autoverkehr zu reduzieren.



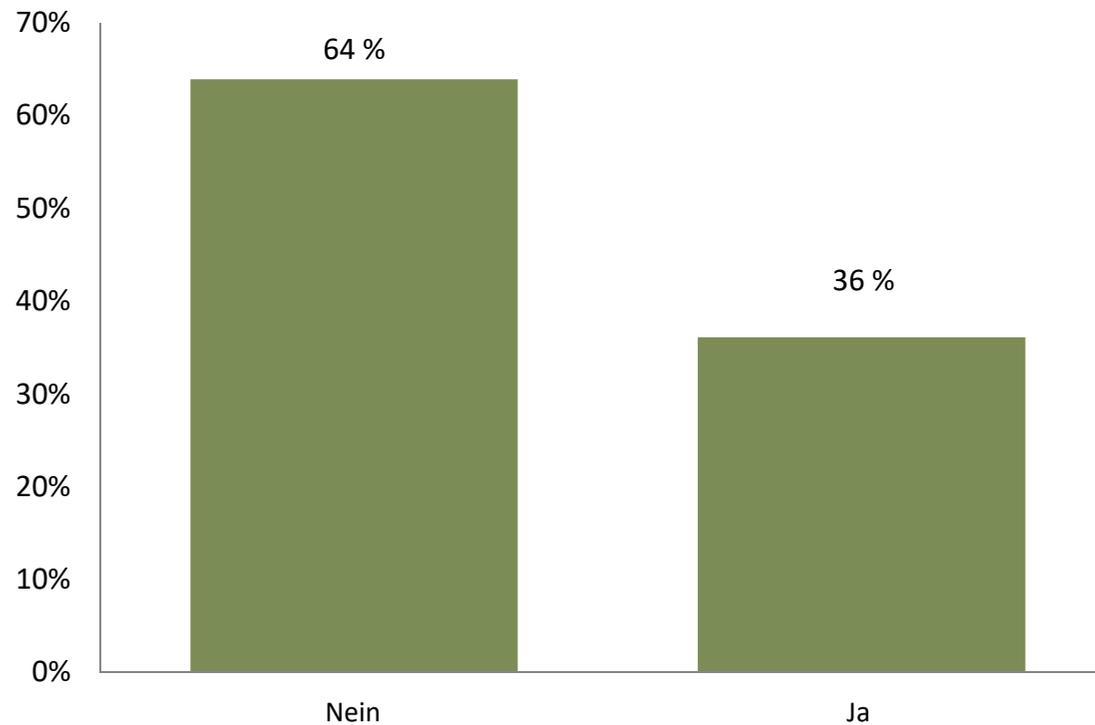
Wie bewerten Sie die Einführung eines
Bike-Sharing-Systems in Havixbeck?



Personengruppe, die sich zusammenschließt um eine bestimmte Strecke gemeinsam zurückzulegen.



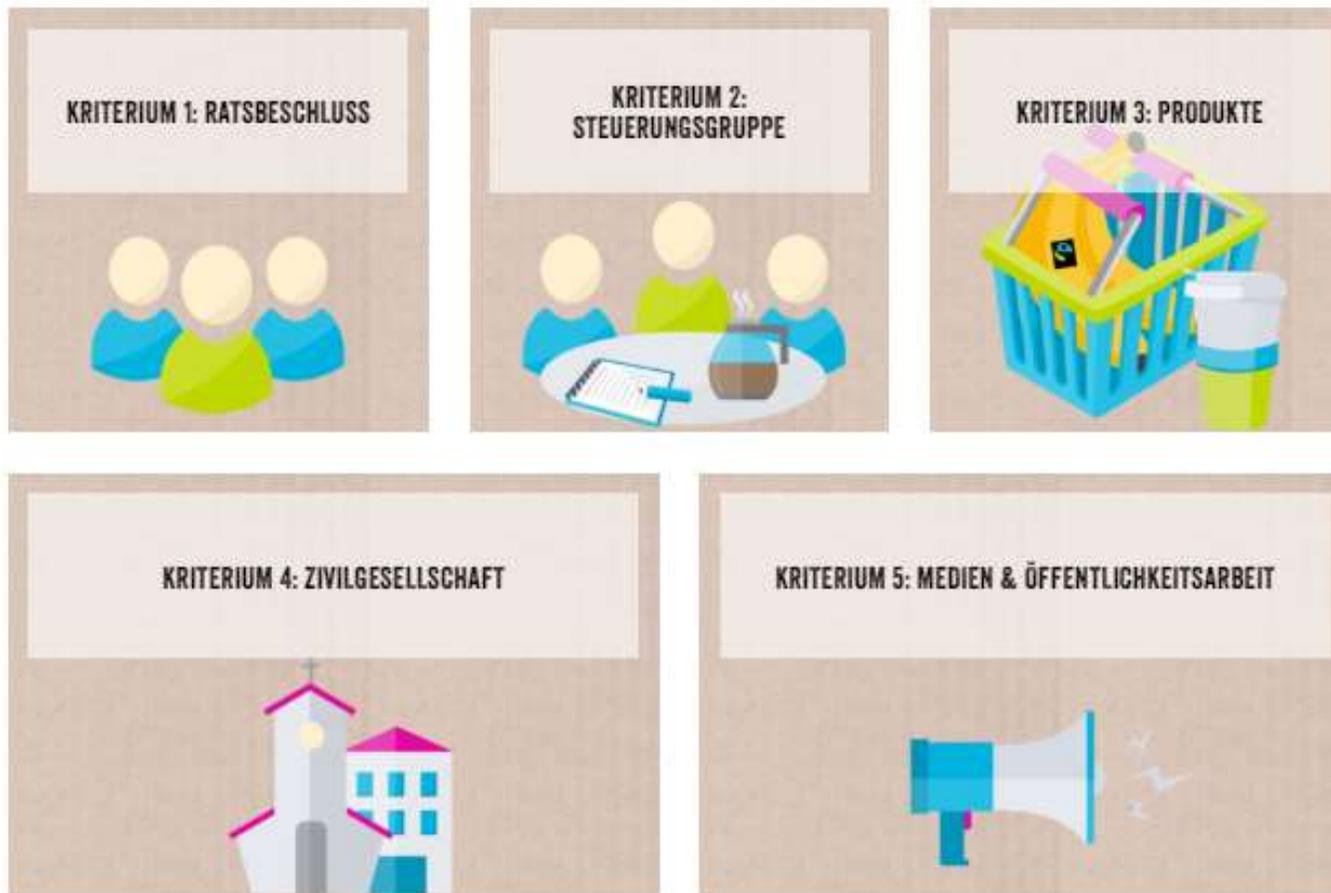
Hätten Sie Interesse an einem Fahrgemeinschaftssystem?



- Kontrolliert
- Angepasst
- Sozial
- Ökologisch
- Ökonomisch

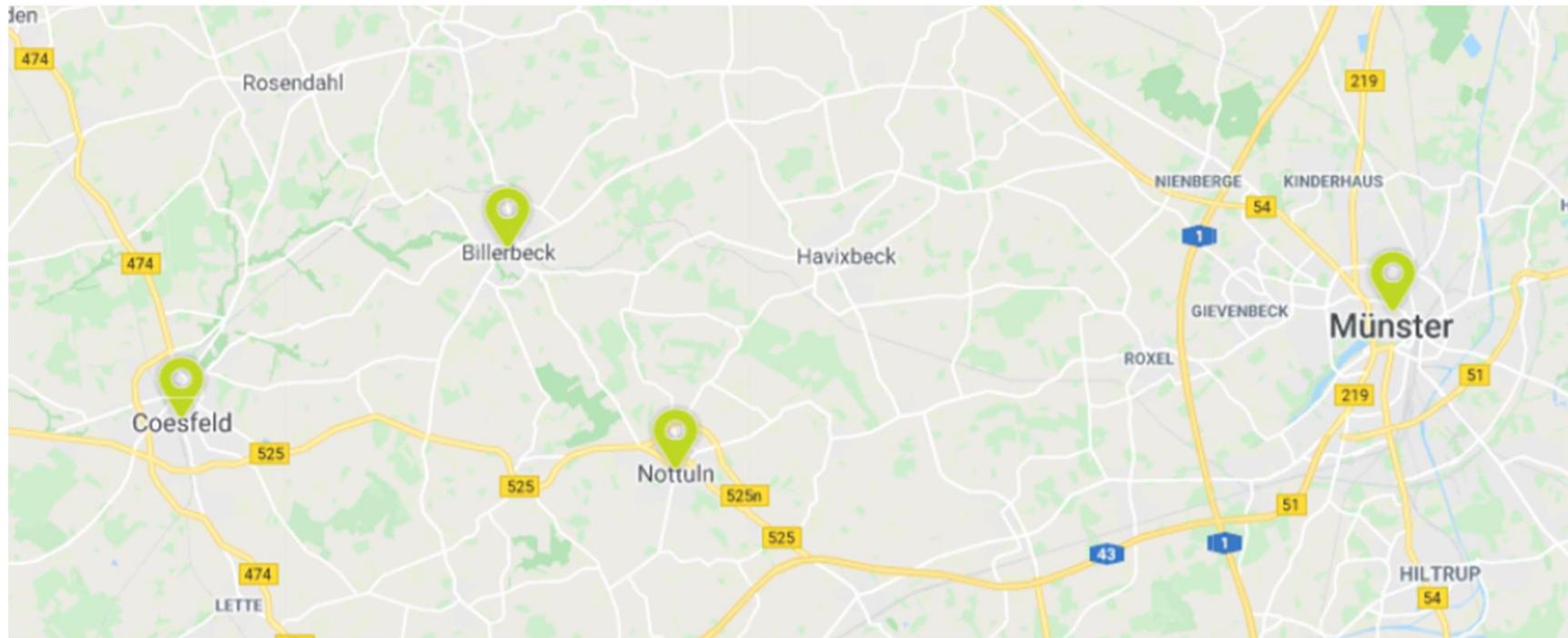


Fairtrade-Town



<https://www.fairtrade-towns.de/mitmachen/kriterien/>

Fairtrade-Town



<https://www.fairtrade-towns.de/aktuelles/>



Kommunikation



- a. Definition
- b. Kommunikationsmittel
- c. Zeitungsartikel und -anzeige
- d. Radiowerbung
- e. Mobile Apps
- f. Social Media

Kommunikation wird als Prozess bzw. als Vorgang der Übertragung von Nachrichten zwischen einem Sender und einem oder mehreren Empfängern definiert.



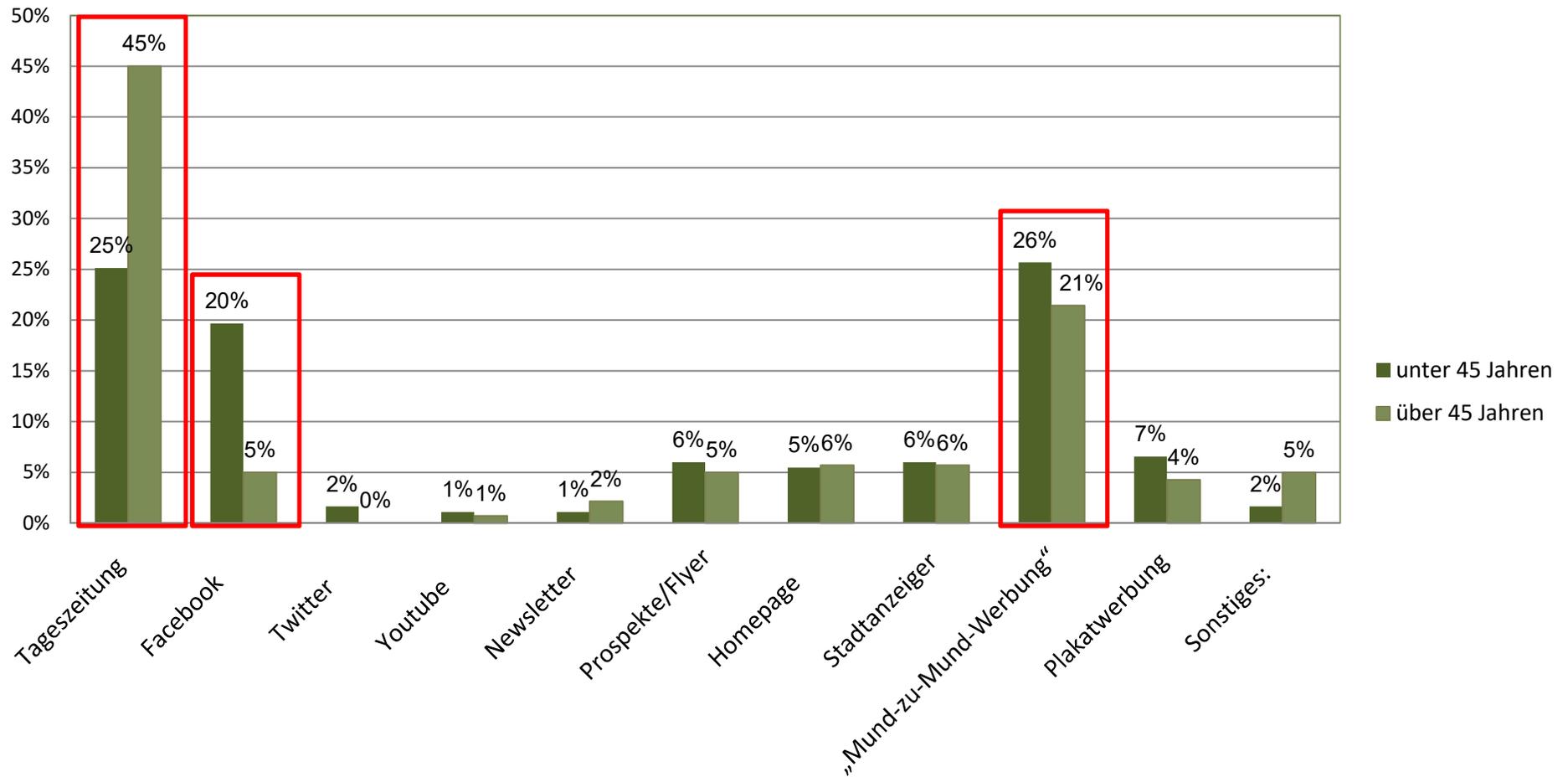
Above

- Zeitungartikel/-anzeigen
- Aktionsflyer
- Radiospots
- Plakate

- Sponsoring
- Direct Mailing
- Social Media
- Gewinnspiele

Below

Wie erfahren Sie über Neuigkeiten in Havixbeck?



Befragung für Imagekampagne

Nachhaken zum Thema Nachhaltigkeit

Von Frank Vogel

HAVIXBECK. An den beiden Ständen, die die Studierenden der in Coesfeld ansässigen Fachschule für Wirtschaft des Oswald-von-Nell-Breuning-Berufskollegs auf dem Havixbecker Wochenmarkt und an den Märkten auf dem Blick aufgebaut hatten, war richtig was los. Die Havixbeckerinnen und Havixbecker nutzten die Möglichkeit, an der Befragung zum Projekt „Umweltfreundliches Havixbeck - Imagegewinn durch nachhaltiges Handeln“ teilzunehmen und beantworteten die Fragen der Studierenden gerne. Gefragt wurde zum Beispiel, was man in Bezug auf das

Thema Nachhaltigkeit in Havixbeck wahrnimmt, oder auch, was man sich für die Zukunft zu diesem Thema wünscht. Aber auch speziell zum Wochenmarkt und zum Einkaufsverhalten wurden Fragen gestellt.

In Kooperation mit der Gemeinde Havixbeck und Marketing Havixbeck e.V. wollen die jungen Leute das Thema Nachhaltigkeit nach vorne bringen und zur Bewusstseinsbildung beitragen. Ziel ist es, dass der CO₂-Fußabdruck eines jeden Einzelnen so klein wie möglich wird, dass Ressourcen geschont werden und dass im besten Fall eine ganzheitliche Verhaltensänderung hin zu einer verantwortli-



Wie viele andere Bürgerinnen und Bürger auch ließen sich Axel Füssmann (l.) und Werner Ossig von den Studierenden über die Fragebogenaktion informieren und gaben Auskunft.
Foto: Frank Vogel

chen Lebensweise befördert wird.

Die Befragung ist noch nicht vollständig abgeschlossen. Über die Facebook-Seite der Gemeinde wie auch die von Marketing Havixbeck kann man noch online daran teilnehmen.

Darauf haben Andrea Böcker von der Gemeindeverwaltung und Birgit Lenter von Marketing Havixbeck auf Nachfrage hingewiesen.

Die Studierenden werden nach den Herbstferien die Auswertung der Fragebögen vornehmen und auf deren

Basis Umsetzungsvorschläge entwickeln. Das Kooperationsprojekt soll dann bis Ende Januar 2020 in eine Imagekampagne münden, in deren Rahmen sich die Havixbecker zu einem umweltchonenden Verhalten verpflichten können.



Unverpackt-Laden Havixbeck

Herzlich Willkommen,

im ersten verpackungsfreien Lebensmittelmarkt der Region. Bei uns können sie Lebensmittel des täglichen Bedarfs, sowie viele weitere Produkte lose oder im Mehrweg-Pfandsystem kaufen. Damit wollen wir dazu beitragen, Verpackungsmüll zu reduzieren und im besten Fall komplett zu vermeiden.

Öffnungszeiten:

Mo. - Fr.: 09:00 - 18:00 Uhr

Sa.: 08:00 - 14:00 Uhr

Adresse: Musterstr. 1

Telefon: 02507 - 123456

Website:

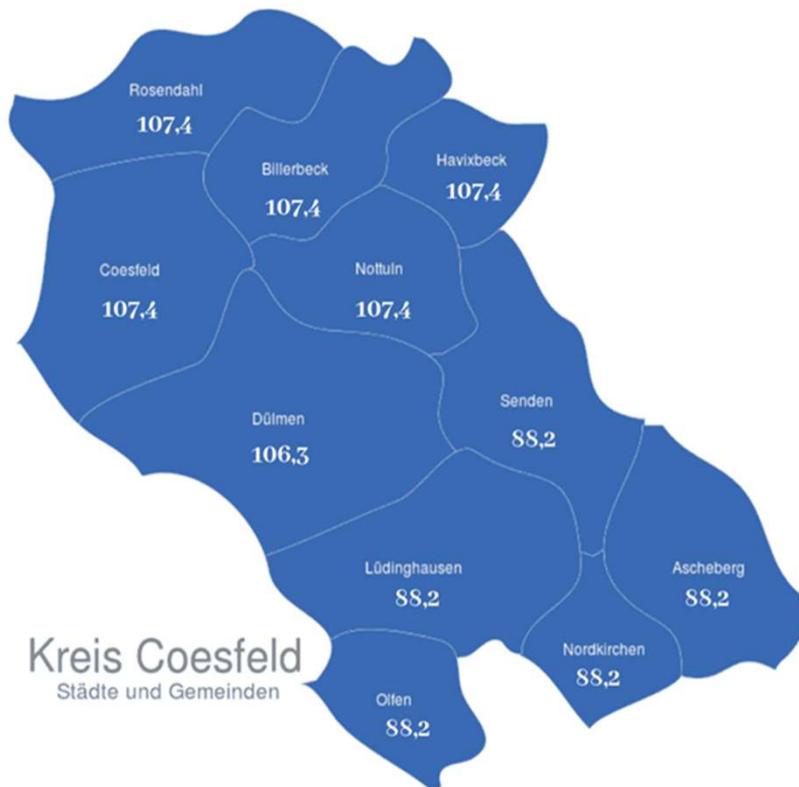
Facebook:



- Bekanntmachung
- Einladung zur Eröffnungsveranstaltung
- Öffnungszeiten



Sendefrequenzen



Sekundenpreise

Montag – Freitag	
06 – 10 Uhr	7,10 €
10 – 14 Uhr	5,80 €
14 – 16 Uhr	4,95 €
16 – 18 Uhr	6,00 €
18 – 06 Uhr	3,20 €

g-Preis Montag – Freitag	
06 – 18 Uhr	6,13 €

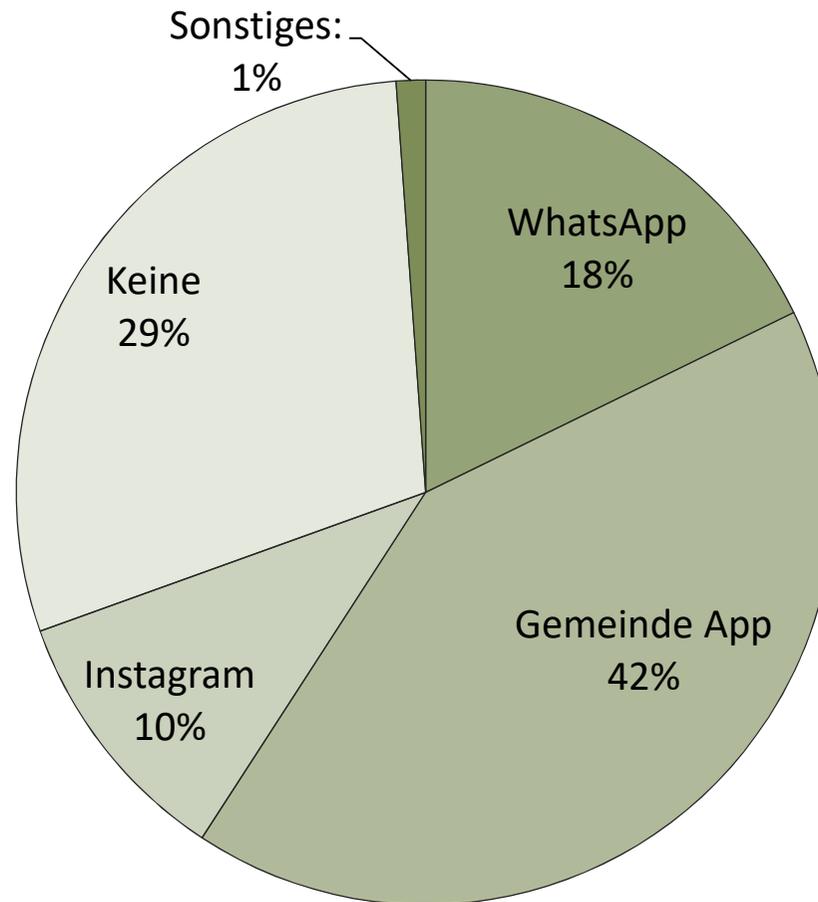
Samstag	
06 – 13 Uhr	7,30 €
13 – 18 Uhr	5,65 €
18 – 06 Uhr	3,20 €

Sonn- und Feiertag	
06 – 18 Uhr	4,65 €
18 – 06 Uhr	3,20 €

<https://www.radiokiepenkerl.de/radio-kiepenkerl/frequenzen--empfang.html>



Welche Kommunikationsmittel wünschen sich die Bürger?



Vorteile

- Schnelle Verfügbarkeit von Informationen
- Offline Verfügbarkeit
- App Icon
- Umweltfreundlich

Nachteile

- Internetverbindung notwendig
- Zugriff auf persönliche Daten

- **Gemeinde App**

- Informationen über Veranstaltungen, Events und Neuigkeiten
- Push-Benachrichtigungen
- Corporate Design
- Zusammenarbeit mit Bürgern

- **Telegram**

- Kostenloser Messenger-Dienst
- Infoservice Kanal
- Synchronisierter Cloud Messenger



<https://telegram.org>





Facebook

632 Abonnenten



YouTube

84 Abonnenten



Twitter

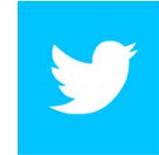
202 Abonnenten



Facebook



Instagram



Twitter

- Schnelle Verfügbarkeit
- Hohe Reichweite
- Veröffentlichung von Veranstaltungen
- Bedienerfreundlichkeit
- Kurzfristige Aktualisierungen



1.

2.

3.

Kommunikation

5.

72

- Fotochallenge mit der HavixBag
 - z. B. mit dem Hashtag

#wirtragenverantwortung

- Regelmäßiges Posten



1.

2.

3.

Kommunikation

5.

73

Public Relations & Vermarktungsstrategien

1.

2.

3.

4.

PR & Vermarktungsstrategien

74

Public Relations & Vermarktungsstrategien

- a. Definition
- b. Funktionen
- c. Informations-
Veranstaltungen
und Vorträge
- d. Newsletter
- e. Presseinformationen
- f. Eröffnungs-
Veranstaltung
- g. Imagevideo



https://www.ted.com/playlists/35/bill_gates_my_13_favorite_tal

„If I had one Dollar left,
I would spend it on PR.“

Bill Gates

Unter Public Relations (PR) bzw. Öffentlichkeitsarbeit versteht man alle Maßnahmen, mit denen Unternehmen und Organisationen Vertrauen und Verständnis für ihr Unternehmen, ihre Produkte und ihr Verhalten erreichen wollen.



- Informationsfunktion
- Kontaktfunktion
- Imagefunktion
- Stabilisierungsfunktion

Vorteile

- Direkter Kontakt
- Selektion der Zielgruppe
- Experteninformationen
- Austausch durch Dialog
- Mehrmalige Durchführungen und Folgeveranstaltungen

Nachteile

- Organisationsplanung
- Kosten für externe Sachverständige



- Nachhaltigkeits-Abende
 - Getakteter Rhythmus
- Kick-off-Meetings:
Unverpackt-Laden und
Fairtrade-Town



Vorteile

- Schnelles Erreichen der Interessenten
- Service für Bürger und Mitarbeiter
- Verbindungsmöglichkeit zu sozialen Netzwerken
- Auswertbarkeit des Leseinteresses
- Geringe Kosten

Nachteile

- E-Mail-Flut in den Postfächern der Empfänger
- Desinteresse bei zu hoher/niedriger Frequenz

Newsletter



- Externer Newsletter für Bürger
- Interner Newsletter für Rathaus



1.

2.

3.

4.

PR & Vermarktungsstrategien

82

Vorteile

- Hohe Seriosität
- Gezielte Streuweite
- Professionelle Aufbereitung durch externe Redaktion
- Rückmeldungen durch Leserbriefe

Nachteile

- Kein direktes Feedback
- Einmalige Insertion



- Relevante Informationen über alle Vorhaben
- Informationskette von Beginn an
- Maximale Transparenz



Eröffnungsveranstaltung Unverpackt-Laden

Vorteile

- Hohe Aufmerksamkeit
- Einladung von Interessenten und Involvierten
- Kundenakquise
- Großes mediales Interesse

Nachteile

- Organisationsplanung
- Kosten für Aktionen

Eröffnungsveranstaltung Unverpackt-Laden



<https://www.klenkes.de/meldungen/news/artikel/93379.aachen-erster-unverpackt-laden-hat-eroeffnet>

- Ankündigung und Begleitung über Social Media
- Sonderangebote, Aktionspreise und Zugaben (HavixBag)



1.

2.

3.

4.

PR & Vermarktungsstrategien

86

Vorteile

- Hohe Aufmerksamkeit
- Verknüpfung von visuellen und auditiven Inhalten
- Interesse der jungen Zielgruppe
- Einfache Verbreitung
- Große Streuweite

Nachteile

- Produktionsaufwand

Imagevideo



- Unverpackt-Laden
- Gemeindevideo
 - Fairtrade-Town
 - Baumpatenschaft
 - Trinkwasserbrunnen



„Was wir heute tun,
entscheidet darüber,
wie die Welt morgen
aussieht!“

Marie von Ebner-Eschenbach