

WEG der Zukunft

Beratungsangebot für
WohnungsEigentümerGemeinschaften
und Hausverwaltungen in der Region Hannover



Projektplan Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ziele

- Öffentlichkeit über energetische Sanierungspotenziale in WEG informieren
- Zielgruppen für Thema sensibilisieren und zu energetischer Modernisierung motivieren
- Zielgruppen auf Veranstaltungen, Beratungen und weitere Angebote hinweisen

Zielgruppen

- WEG aus der Region Hannover, keine Einschränkungen hinsichtlich Größe, Zusammensetzung etc.
- Hausverwaltungen, keine Einschränkungen hinsichtlich Professionalität, Größe etc.
- Multiplikatoren wie Verbände, Finanzinstitute etc.

Kernbotschaften

- WEG haben ein überdurchschnittlich hohes Sanierungspotenzial
- Energetisches Sanieren lohnt sich!
- Sie sind eine WEG / ein Verwalter und wollen energetisch modernisieren? Wir unterstützen Sie bei der Entscheidungsfindung!
- Mit unserem Erst-Check erhalten Sie eine erste Einschätzung darüber, wo die Sanierungspotenziale Ihres Gebäudes liegen
- Immer gut: Lassen Sie einen Sanierungsfahrplan erstellen. Dann wissen Sie, wohin die Reise geht!

Instrumente und Kanäle

Printmedien

- Pressemitteilung
- Presseeinladung
 - ➔ Tageszeitungen
 - ➔ Regionale Monatszeitungen
 - ➔ Sogenannte Wohnmagazine

Hannover: siehe Presseverteiler

Zeitschiene: Tagespresse: Anlassbezogen. Erster Anlass: Auftaktveranstaltungen. 2020: Veranstaltungen für Verwalter und WEG. Monatszeitungen und Wohnmagazine: Anlassbezogen bzw. Wohnmagazine mit größerem Artikel zu Best-Practice-Beispiel gekoppelt mit Anzeige bis Herbst 2020.

Web

- Infotexte
 - ➔ www.klimaschutzagentur.de sowie www.klimaschutz-hannover.de: Projektbeschreibung mit Angebot, Veranstaltungshinweisen und Kontaktmöglichkeit
 - ➔ Facebook-Account der Klimaschutzagentur
- Evtl. Anzeigen digital inkl. Facebook, google-Adwords

Zeitschiene: Durchgängig

Advertising

- Anzeigen
 - ➔ in Wohnmagazinen (2020) zu Projekt sowie
 - ➔ ggf. in Lokalpresse, wenn Veranstaltung mit starkem kommunalem Bezug

Zeitschiene: Wohnmagazine: bis Herbst 2020; Lokalpresse: ggf. anlassbezogen

Werbematerial

- Plakate
- Flyer
- Einleger für Flyer mit Veranstaltungshinweisen
- Die Idee der Hauswurfsendung wurde nach Gesprächen mit Verwaltern und Beiräten verworfen.

Zeitschiene: Plakate: Zurzeit nur angedacht für Aufsteller vor Veranstaltungsorten, Flyer: Verteilung auf Veranstaltungen der Klimaschutzagentur und ihrer Partner

Sonstiges

- Messeauftritt
 - ➔ angedacht: Präsentation der Angebote und des Projektes auf dem Stand der Klimaschutzagentur im Rahmen der überregionalen Messe Bauen.Immobilien.Garten (B.I.G.) auf dem hannoverschen Messegelände



- Klimaschutz-Magazin von Region und Klimaschutzagentur Region Hannover
 - ➔ Klimainfos, erscheinen drei Mal jährlich, mit Infos zum Projekt, Verteiler der Klimaschutzagentur (v.a. Netzwerkpartner)
- Weiterleitung von Veranstaltungshinweisen und Angebot durch Netzwerkpartner
 - ➔ z.B. durch Wohnen im Eigentum, Verbände, Stadt Hannover, kooperierende Kommunen,
 - ➔ E-Mail-Newsletter der KSA

Zeitschiene: Messeauftritt: B.I.G. 2020; Klimainfos: s.o.; Netzwerkpartner haben zugesichert, dass sie wo möglich und sinnvoll unser Angebot und unsere Veranstaltungen über ihre Verteiler mittransportieren.