

Bieterinnengemeinschaft:

Meri Eremut | Freiberufliche Projekt-, Hochwasser- und Starkregenmanagerin

Sophie von Lossau D'Ambrosio | Freiberufliche Projekt- und Content Marketing

Astrid Kuhlmei | Systemische Beraterin, Coaching und Begleitung in Veränderungsprozessen



Angebot

Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen zur Hochwasser- und Starkregenvorsorge im Landkreis Ahrweiler und dem Ahreinzugsgebiet

10.03.2024

Inhalt

1.	Rahmen.....	2
2.	Kontext und Zielsetzung	2
2.1	Kontext des Vorhabens	2
2.2	Zielsetzung.....	3
2.3	Besondere Herausforderungen für die Hochwasserrisiko-Kommunikation	4
2.4	Zielgruppen.....	7
3.	Projektpartner und Personalkonzept	8
3.1	Unsere Bieterinnengemeinschaft	8
3.2	Ansprechpartnerinnen und Personalkonzept	9
3.3	Hintergrund & Vita Meri Eremut	10
3.4	Hintergrund & Vita Sophie von Lossau-D'Ambrosio	11
3.5	Hintergrund & Vita Astrid Kuhlmeiy	12
4.	Vorgehen und Angebotsdetails	13
4.1	Arbeitspaket 1: Strategisches Gesamtkonzept.....	13
4.2	Arbeitspaket 2: Umsetzungsplanung (Planung von Komm.maßnahmen)	15
4.3	Arbeitspaket 3: Umsetzung: Erstellung von Kommunikationsmitteln	16
4.4	Arbeitspaket 4: Umsetzung: Planung u. Durchführung von Veranstaltungen	17
4.5	Arbeitspaket 5: Termine, Abstimmungen.....	18
5.	Leistungsverzeichnis, Tagessätze und Personentage	20
6.	Zeitplan	23
7.	Angebotsbindung	23
8.	Zahlungsbedingungen	23
9.	Fachbegriffe und Erläuterungen.....	24
10.	Mitwirkungspflichten des Auftraggebers.....	25
11.	Abschluss.....	26

1. Rahmen

In diesem Dokument wird festgehalten, wie unser Angebot zur Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen zur Hochwasser- und Starkregenvorsorge im Landkreis Ahrweiler und dem Ahreinzugsgebiet dargestellt sowie unter welchen Bedingungen es angeboten wird.

Unsere Die Bietergemeinschaft setzt sich zusammen aus Meri Eremut, einer freiberuflichen Projekt-, Hochwasser- und Starkregenrisikomanagerin, Sophie von Lossau-D'Ambrosio, einer freiberuflichen Projekt- und Content Marketing Managerin, sowie Astrid Kuhlmei, einer Systemischen Beraterin, Coachin und Begleiterin in Veränderungsprozessen.

Das Angebot basiert auf der Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes für Kommunikationsmaßnahmen zur Hochwasser- und Starkregenvorsorge im Landkreis Ahrweiler und im Ahreinzugsgebiet, welche am 15. Februar 2024 per E-Mail übermittelt wurde. Die zu erbringenden Leistungen orientieren sich an den im Dokument 24015-LV-Vergabe Projektkommunikation HV.pdf beschriebenen Anforderungen.

2. Kontext und Zielsetzung

2.1 Kontext des Vorhabens

Am 14. und 15. Juli 2021 ereignete sich im Einzugsgebiet der Ahr eine verheerende Flutkatastrophe, die durch ein großflächiges Niederschlagsgebiet mit Stark- und Dauerregen sowie einer extremen Vorfeuchte des Bodens ausgelöst wurde. Dies führte zu schwerwiegenden Überflutungen entlang der Ahr und ihrer Nebenflüsse, die erhebliche Schäden an Gebäuden, Brücken und der Infrastruktur in den betroffenen Städten und Dörfern verursachten. Es gab Todesopfer, und viele Menschen wurden durch das Ereignis traumatisiert.

Als Reaktion auf die Flutkatastrophe führt die Kreisverwaltung Ahrweiler derzeit verschiedene Maßnahmen zur Hochwasservorsorge und Gewässerwiederherstellung im Rahmen eines überörtlichen Hochwasserrisikomanagements durch. Diese Aktivitäten sind vielfältig und umfassen komplexe, fachliche Fragestellungen, Planungs- und Genehmigungsverfahren. Sie müssen in vergleichsweise kurzer Zeit unter hohem öffentlichem Druck umgesetzt werden, der weit über den Landkreis Ahrweiler hinausgeht.

Aufgrund des großen öffentlichen Interesses und der Vielzahl beteiligter Akteure ist eine abgestimmte Kommunikation dabei von entscheidender Bedeutung. In der Öffentlichkeit, bei kommunalen Akteuren, Entscheidungsträgern und in der Politik besteht das Risiko, dass Vorwürfe bezüglich Unabgestimmtheit, Strategielosigkeit und zu geringer Geschwindigkeit der Aktivitäten Unzufriedenheit säen und die Mitwirkungsbereitschaft einiger Akteure hemmen.

Um diesem Risiko entgegenzuwirken, ist es das Ziel des Vorhabens, eine umfassende Kommunikationsstrategie zu entwickeln und umzusetzen. Dabei liegt der Fokus nicht nur darauf, eine Vielzahl von Stakeholdern kontinuierlich mit Informationen zu Planungen, Maßnahmen und Fortschritten zu versorgen, sondern auch die Kommunikation mit der Öffentlichkeit insgesamt zu verbessern und Angebote zu schaffen, wie sich Bürgerinnen, Bürger und Bürgerinitiativen einbringen können, um den Bürgerdialog neu zu denken und die Beteiligung zu organisieren.

Dabei ist ein besonders sensibles Vorgehen erforderlich, insbesondere im Umgang mit traumatisierten Menschen. Die Kommunikation sollte die Bürgerinnen und Bürger auf Augenhöhe einbeziehen und ihnen das Gefühl geben, gehört und verstanden zu werden.

2.2 Zielsetzung

Ziele

Durch passende Kommunikationsmaßnahmen sollen vor allem die Planungen und Maßnahmen des Gewässerwiederherstellungskonzeptes, des überörtlichen Maßnahmenplanes und anderer Hochwasservorsorgeaktivitäten (siehe Kapitel 2 der Leistungsbeschreibung) bekannt gemacht werden. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf deren Zusammenarbeit, laufender Koordination und den Synergien zur verbesserten Risikovorsorge im Ahreinzugsgebiet.

Dies soll dazu beitragen, dass Bürgerinnen und Bürger Vertrauen in die Behörden, Planung und Politik gewinnen und verstehen, dass ihr Schutz durch ein umfassendes Gesamtkonzept gewährleistet wird, das aus vielen einzelnen Beiträgen und Maßnahmen besteht. Es ist auch wichtig zu verdeutlichen, dass es keinen absoluten Hochwasserschutz gibt. Bestimmte Gefahren werden auch in Zukunft nach Umsetzung der Maßnahmen als Restrisiko bleiben und sind kein Planungsmangel, sondern stellen einen natürlichen Gefahrenzustand dar, für den eigene Vorsorgemaßnahmen von Seiten der Bevölkerung getroffen werden müssen.

Zielzustand

Die Zielgruppen im Landkreis Ahrweiler und dem Ahreinzugsgebiet sollen:

- ein Grundverständnis für die komplexen Prozesse und Zusammenhänge der Hochwasser- und Starkregenvorsorge sowie des Hochwasserrisikomanagements im Ahrtal entwickeln (**Bewusstseinsbildung**),
- über die vielfältigen laufenden Aktivitäten sowie bereits umgesetzte Maßnahmen der Kreisverwaltung und anderer Akteure informiert sein (**Transparenz und Akzeptanz**),
- einen **Überblick** über die Zusammenhänge verschiedener Bausteine und Aktivitäten im Ahrtal haben und verstehen, wie diese sich gegenseitig ergänzen und zu einer besseren Risikovorsorge beitragen,
- Möglichkeiten erhalten, **eigene Ideen** und **Vorschläge** strukturiert einzubringen und mit ihren Bedenken ernst genommen zu werden,
- sich bewusst sein über das **verbleibende Risiko durch Überflutungen** trotz Vorsorgemaßnahmen,
- die (ortsbedingt unterschiedliche) Notwendigkeit und die jeweiligen **Möglichkeiten** kennen, durch eigene Maßnahmen der **privaten** oder **nachbarschaftlichen Vorsorge** aktiv zu werden.

2.3 Besondere Herausforderungen für die Hochwasserrisiko-Kommunikation

Die Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen zur Hochwasser- und Starkregenvorsorge steht vor einer Reihe anspruchsvoller Herausforderungen:

Eine komplexe Thematik trifft auf hoch emotionalisierte Zielgruppen:

Hochwasserschutz und Hochwasserrisikomanagement sind äußerst komplex, technisch anspruchsvoll und können in der Regel nicht in drei Sätzen erklärt werden. Die damit verbundenen Planungen und Maßnahmen verwenden eine Vielzahl von Fachbegriffen und Konzepten, die für die breite Öffentlichkeit schwer verständlich sind.

Das Hochwasserrisikomanagement des Landkreises besteht zudem aus verschiedenen Bausteinen und Projekten, deren Aufbau, Beziehungen und Schnittstellen in der Öffentlichkeit oft nicht wahrgenommen werden. Gleichzeitig sind die Auswirkungen von Hochwasserereignissen wie Flutkatastrophen emotional belastend und haben tiefgreifende Auswirkungen auf die Betroffenen und die Gesellschaft als Ganzes. Eine erfolgreiche Kommunikation muss daher eine Balance zwischen technischer Präzision und sensibler, emotionaler Ansprache finden.

Umgang mit einer traumatisierten Bevölkerung:

Hochwasserereignisse können bei den Betroffenen schwerwiegende psychische Traumata verursachen. Die Kommunikation über Hochwasserschutzmaßnahmen muss daher einfühlsam und sensibel erfolgen und die individuellen Bedürfnisse und Erfahrungen der Betroffenen angemessen berücksichtigen. Dies erfordert eine empathische Kommunikationsstrategie, die auf die Bedürfnisse der Betroffenen eingeht und sie aktiv in den Kommunikationsprozess einbezieht.

Um diesen wichtigen Aspekt angemessen zu berücksichtigen, haben wir Astrid Kuhlmei dafür gewonnen, Teil unserer Bieterinnengemeinschaft zu werden und ihre Kompetenzen zu Ungewissheit und Traumata bei der Entwicklung und Umsetzung der Kommunikationsstrategie und Formulierung der Inhalte einzubringen.

Es wäre ferner zu empfehlen, eine **Framing-Analyse** der bisherigen Kommunikation durchzuführen, um die im öffentlichen Diskurs dominierenden Bilder, Metaphern und Deutungsrahmen zu untersuchen sowie Schlüsselbegriffe und **Narrative** zu identifizieren, die wiederholt verwendet werden. Es gilt zu verstehen, welche Narrative bisher vorherrschen, um durch **Re-Framing** eine neue, positive und verbindende Erzählung zu entwickeln.

Viele und vielfältige Stakeholder:

Das Hochwasserrisikomanagement involviert eine Vielzahl von Stakeholdern, darunter Regierungsbehörden, Kommunen, private Unternehmen, Nichtregierungsorganisationen und Bürgerinitiativen. Jede dieser Gruppen hat unterschiedliche Interessen, Bedürfnisse und Prioritäten, die bei der Entwicklung und Umsetzung von Hochwasserschutzmaßnahmen und Vorsorgekonzepten berücksichtigt werden müssen. Sie müssen erhoben, priorisiert und der genaue Bedarf analysiert werden, damit geeignete Kommunikationsmaßnahmen entwickelt, geplant und zeitlich eingetaktet werden können.

Heterogene Zielgruppen:

Die Zielgruppen der Hochwasserrisikokommunikation sind sehr heterogen – sowohl was die Bedürfnisse und Interessen als auch das Informations- und Mediennutzungsverhalten betrifft. Sie umfassen Bürgerinnen und Bürger verschiedener Altersgruppen, Bildungsniveaus, sozialer Hintergründe und kultureller Zugehörigkeiten. Auch müssen, neben einem Bewusstsein für die Risiken, **unterschiedliche Botschaften und Erwartungen** an sie kommuniziert werden, wie die Eigenvorsorge im Detail funktioniert. Eine effektive Kommunikation erfordert daher eine differenzierte Ansprache, die die vielfältigen Bedürfnisse, Lebensrealitäten sowie das Mediennutzungsverhalten berücksichtigt. Dies kann durch die Erstellung von zielgruppenspezifischen Kommunikationsstrategien und -materialien erreicht werden.

Um das sicherzustellen, schlagen wir vor, eine vertiefte Zielgruppenanalyse mit Hilfe von Personas durchzuführen.

Veränderungen im Nutzerverhalten und Informationswettbewerb:

Die Digitalisierung hat das Informationsverhalten der Menschen verändert und eine Vielzahl neuer Kommunikationskanäle geschaffen. Dies führt zu einem intensiven Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Nutzer und stellt hohe Anforderungen an die Aufbereitung und Verbreitung von Informationen. **Eine erfolgreiche Kommunikation erfordert daher nicht nur eine gezielte Nutzung verschiedener Kommunikationskanäle und -plattformen, sondern insbesondere auch deren Vermarktung – ein Content-Marketing.**

Desinformation und Falschinformationen:

Die Verbreitung von Desinformation und Falschinformationen, insbesondere in den sozialen Medien, stellt eine zunehmende Herausforderung dar. Dies kann zu Verwirrung und Misstrauen gegenüber Hochwasserschutzmaßnahmen führen und erfordert proaktives Handeln, um Fehlinformationen zu korrigieren und Vertrauen aufzubauen. **Der planvolle Umgang mit Desinformation und Falschinformationen sollte daher ein fester Bestandteil der Kommunikationskonzepts sein.**

Interne Kommunikation und Unterstützung der Projektbeteiligten:

Eine effektive interne Kommunikation ist entscheidend für den Erfolg von Hochwasserschutzmaßnahmen. Projektmitarbeitende in den relevanten Fachbereichen sowie beteiligte Fachexperten und Ingenieurbüros müssen durch Kommunikation angemessen unterstützt werden, um ihre Aufgaben erfolgreich zu erfüllen. **Die Kommunikationsstrategie sollte daher auch die Schaffung einer geeigneten Aufbauorganisation zur Umsetzung der Maßnahmen beinhalten.**

Dabei gibt es aktuell einige günstige Voraussetzungen, die das Gelingen des Vorhabens unterstützen:

- Das Gefahrenbewusstsein ist nach dem Hochwasser im Ahrtal und durch den Zusammenhang mit den Folgen des Klimawandels erheblich gestiegen und wird öffentlich diskutiert.
- Es gibt konkrete Gefahreninformationen, die kommuniziert werden können – aber auch Maßnahmen und Ansätze, wie man der Gefahr begegnen kann.
- Es konnten bereits Erfolge erzielt werden, so dass Netzwerkeffekte genutzt werden können (der subjektiv empfundene Nutzen für die Zielgruppen steigt, je mehr Menschen sich beteiligen, so dass die Motivation angeregt wird, selbst etwas zu unternehmen).
- Digitale Medien ermöglichen es uns, Content jenseits der Printmedien zu produzieren und diesen flexibel, für eine breite Masse und jederzeit verfügbar bereitzustellen.
- Die Bereitschaft zur Beteiligung ist durch das gestiegene Interesse an Hochwasserschutz- und -vorsorgemaßnahmen deutlich gestiegen, was eine günstige Ausgangslage für die Umsetzung des Kommunikationskonzepts darstellt. Selbst in öffentlich geäußerter Kritik und negativer Berichterstattung steckt im Grunde genommen eine große Chance, da sie gleichsam ein Indikator für die öffentliche Awareness in Bezug auf Hochwasserrisiken ist.

Zusammenfassung der Herausforderungen:

Angesichts der Komplexität und Sensibilität des Projekts stehen uns diverse Herausforderungen bevor. Die Thematik ist anspruchsvoll, die Zielgruppen sind heterogen, und die emotionale Belastung erfordert eine sensible Kommunikation. Zusätzlich müssen wir uns mit Desinformation, verändertem Nutzerverhalten und der Notwendigkeit einer effektiven internen Kommunikation auseinandersetzen. Diese Herausforderungen verlangen nach einer ganzheitlichen und innovativen Kommunikationsstrategie, um das Projekt erfolgreich umzusetzen.

2.4 Zielgruppen

Besondere Aufmerksamkeit schenken wir der Berücksichtigung der Bedürfnisse der traumatisierten Bevölkerung. Unser Hauptaugenmerk liegt nicht nur auf der Informationsübermittlung, sondern auch auf der Förderung der Mitwirkungsbereitschaft und des Dialogs mit den Bürgerinnen und Bürgern. Unsere Kommunikationsmaßnahmen sollen dazu beitragen Informationen zu vermitteln und darüber hinaus aktiv den Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern zu fördern.

Die Zielgruppen für die Kommunikationsmaßnahmen umfassen:

- Die allgemeine Bevölkerung/Öffentlichkeit im Einzugsgebiet der Ahr.
- Mitarbeitende der Kommunen in allen relevanten Aufgabengebieten.
- Entscheidungsträger/Politikerinnen und Politiker der Kommunalpolitik.

Es ist wichtig zu betonen, dass diese Zielgruppen im Zuge der Ausarbeitung der Kommunikationsmaßnahmen weiter definiert und mit Hilfe von Personas spezifiziert werden sollten. Dies ermöglicht eine gezielte und effektive Ansprache sowie die Entwicklung maßgeschneiderter Inhalte und Strategien, die den Bedürfnissen und Interessen der jeweiligen Zielgruppen gerecht werden.

3. Projektpartner und Personalkonzept

3.1 Unsere Bieterinnengemeinschaft

Unsere Bieterinnengemeinschaft [Meri Eremut](#) und [Sophie von Lossau-D'Ambrosio](#) arbeitet bereits seit vielen Jahren in Projekten der Hochwasser- und Starkregenrisikokommunikation in Baden-Württemberg. Als Gründerinnen sind wir seit 2021 bzw. 2022 selbstständig tätig, haben zuvor jedoch mehrere Jahre im Hochwasserteam der VS Consulting Team GmbH in Tübingen vertrauensvoll zusammengearbeitet.

Zu unserem Kundenstamm zählen das Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg, die Geschäftsstelle Starkregenrisikomanagement im Regierungspräsidium Tübingen, das Regierungspräsidium Stuttgart mit dem Projekt Hochwassergefahrenkarten, die Unteren Wasserbehörden sowie Wasserverbände und Kommunen in Baden-Württemberg. Darüber hinaus sind wir aktuell für verschiedene Hochwasser- und Starkregenrisikomanagementprojekte in Kommunen in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz (Stadt Ludwigshafen) tätig.

Das Besondere an unserer Partnerschaft ist die einzigartige [Kombination aus Kommunikations-, Hochwasser- und Projektmanagementkompetenz](#). Unsere Klient*innen beauftragen uns oft, weil sie bei uns die [Leistungen einer professionellen Kommunikationsagentur](#) erhalten, die gleichzeitig eine erfahrene [Hochwasser- und Starkregenfachexpertise](#) mitbringt.

Das kürzt in vielerlei Hinsicht Wege ab. Fachliche Inhalte müssen uns nicht erst erklärt werden. Wir wissen aus Erfahrung, was (nicht) funktioniert und haben viele Inhalte und Materialien der Hochwasserkommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bereits im Bestand, so dass wir nicht von Grund auf starten müssen.

Darüber hinaus schätzen sie unsere [Erfahrungen in der Konzeption und Moderation von Veranstaltungen](#) – ob in Präsenz, digital oder hybrid. Unsere [Projektmanagementexpertise](#) hilft dabei, die Projekte möglichst [schlank](#) zu [organisieren](#) und für eine [Verbindlichkeit](#) in der Umsetzung zu sorgen.

Im Bereich Hochwasser- und Starkregenrisikokommunikation bieten wir das folgende Leistungsspektrum an:

- Ausarbeitung von **crossmedialen Kampagnen** für Kommunen zur Informations- und Eigenvorsorge
- Ausarbeitung und Evaluierung von **Kommunikationsstrategien** unter Beteiligung der Stakeholder
- Konzeption und Umsetzung von **Workshops, Tagungen und Konferenzen** (z.B. Hochwassertage Baden-Württemberg)
- Vorbereitung und Durchführung von **Bürgerdialogen** zum Thema **Hochwasser und Starkregen**
- Konzeption und Umsetzung von **Webauftritten und Social-Media-Kanälen** einschließlich **Content-Erstellung** und **SEO-Analyse bzw. -Optimierung**, damit die Seiten von Suchmaschinen gefunden werden können
- Ausarbeitung von Materialien für die **Pressearbeit** und **Printmedien**
- **Operative Umsetzung von Kampagnen (Printmedien, Rundfunk, Social Media)**
- **Unterstützung der internen Kommunikation** innerhalb der Verwaltungen.

So ist es uns gelungen, einige innovative Formate erfolgreich umzusetzen, unter anderem die Scrollytelling-Website „[Regina Stark](#)“. Sie wurde 2020 von der Best Practice User Group Projektmanagement für die gelungene Projektkommunikation in der Kategorie „Projekte im öffentlichen Dienst“ ausgezeichnet.

Für die besonderen Anforderungen der Öffentlichkeit im Ahrtal haben wir [Astrid Kuhlmeiy](#) als Projektpartnerin gewinnen können.

[Astrid Kuhlmeiy](#) hat als ehemalige Führungskraft und Leitung globaler Projekte viel Erfahrung im Umgang mit Menschen in Veränderungsprozessen, insbesondere eben auch zum Thema Motivation und Kommunikation. Diese Expertise ist auch durch entsprechende Aus- und Weiterbildung fachlich unterlegt.

Sie beschäftigt sich seit über einem Jahrzehnt mit dem Thema „[Kompetenzen zum Handeln in Ungewissheit](#)“, etwas das eben auch bei unerwarteten Hochwasserereignissen relevant ist. Ihre auf der Systemischen Beraterausbildung aufgesetzte [Trauma-Fortbildung](#) ist bei der [Ansprache traumatisierter Menschen](#) im Ahrtal von großer Bedeutung. Sie hat im Rahmen ihrer systemischen Beratertätigkeit schon mehrfach mit traumatisierten Menschen gearbeitet und hat dieses Wissen auch ehrenamtlich bei der Begleitung einer Anwohnerin des Ahrtals nach der Flutkatastrophe eingesetzt, die sie über Twitter kennengelernt hatte. Astrid Kuhlmeiy leitet ebenfalls seit Jahren Workshops in Projekten oder zu Themen von Veränderung und Ungewissheit.

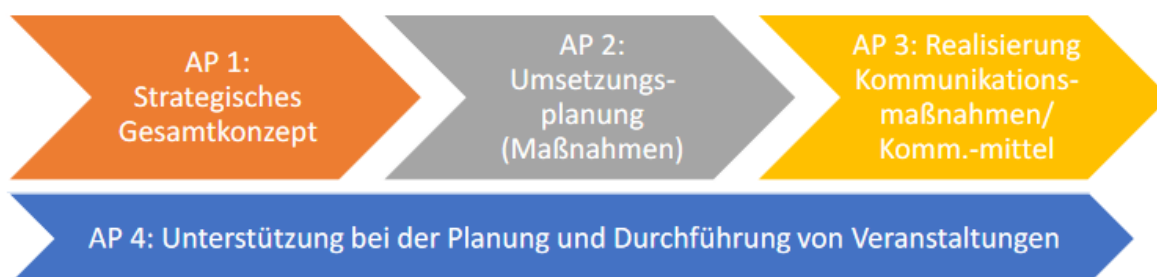
3.2 Ansprechpartnerinnen und Personalkonzept

Für das Projekt stehen die Inhaberinnen Meri Eremut, Sophie von Lossau D'Ambrosio und Astrid Kuhlmeiy als Vollzeitäquivalent im Rahmen der aufgeführten Anzahl der Personentage zur Verfügung.

<p>Meri Eremut (Projektleitung)</p> <p>Freiberufliche Projekt-, Hochwasser- und Starkregenrisikomanagerin</p> <p>Melanchthonweg 13 72800 Eningen unter Achalm</p> <p>E-Mail: meri.eremut@starkregenmanager.de</p>	<p>Sophie von Lossau-D'Ambrosio</p> <p>Freiberufliche Projekt- und Content Marketing Managerin</p> <p>Herderstraße 3 72762 Reutlingen</p> <p>E-Mail: s.vonlossau.dambrosio@gmail.com</p>
<p>Astrid Kuhlmeiy</p> <p>Coaching und Beratung in Veränderungsprozessen, Kompetenzen zum Umgang mit Ungewissheit</p> <p>Hindenburgdamm 102b 12203 Berlin</p> <p>E-Mail: kontakt@sicher-durch-veraenderung.de</p>	

4. Vorgehen und Angebotsdetails

In Rahmen der Umsetzung sollen Leistungen zu folgenden Arbeitspaketen erbracht werden:



4.1 Arbeitspaket 1: Strategisches Gesamtkonzept

Ziel: Entwicklung einer Kommunikationsstrategie bzw. eines Konzeptes für den gesamten Öffentlichkeitsdialog; Kernbotschaften, Zusammenlaufen verschiedener Kommunikationsstränge.

Leistungsbestandteile sind:

a) Einarbeitung des AN:

Sichtung und Status-Quo-Analyse der bisherigen Kommunikationsaktivitäten der Kreisverwaltung zu den verschiedenen Aktivitäten der Hochwasser- und Starkregenvorsorge im Ahrtal sowie der relevanten Aktivitäten anderer Akteure (s. Kap. 2 und 3 im LV), insbesondere:

- Erarbeitung des überörtlichen Maßnahmenplans
- Aktivitäten der Hochwasserpartnerschaft Ahr
- Erstellung und Umsetzung des Gewässerwiederherstellungskonzeptes für die Ahr
- Erstellung von kommunalen Wiederherstellungskonzepten
- Weitere Bausteine der Hochwasservorsorge, u.a. Gefahrenabwehr, Bewusstseinsbildung, Flächenvorsorge, Gewässerentwicklung.

Dabei sind die bisher genutzten Kommunikationswege unter anderem:

- Pressemitteilungen der Kreisverwaltung
- Sachstandsberichte der Kreisverwaltung
- Website der Kreisverwaltung
- Social Media-Auftritt der Kreisverwaltung
- Internetpräsenz der Hochwasserpartnerschaft
- Wanderausstellung „Hochwasservorsorge: Zukunft gemeinsam gestalten“ zu den Bausteinen des HWRM
- Informationskampagne zur privaten Hochwasservorsorge mit dem Info-Mobil des HochwasserKompetenzCentrums (HKC)
- Informationsveranstaltung zur Vorstellung des Gewässerwiederherstellungskonzeptes im März/ April 2022
- Bürgergespräche im Sommer und Herbst 2022
- Termine mit Bürgerinitiativen
- Diverse Antworten auf Briefe aus der Bürgerschaft
- Vortrag der Landrätin beim Internationalen Wasserbau-Symposium Aachen 2024 (IWASA).

b) Stakeholder-/Zielgruppenanalyse

c) Spezifizierung von Potenzialen bzw. von Möglichkeiten, die bisher noch nicht optimal genutzt werden (z. B. in den Bereichen Kommunikationsansatz, Zielgruppenansprache, Bildsprache, die andernorts erprobt sind und für die gute Beispiele aufgezeigt werden können, z. B. Storytelling, Multi-Channel-Ansatz, Verwendung von leicht verständlichen Infografiken, Diagrammen und visuellen Elementen, um komplexe Konzepte zu verdeutlichen etc.

d) Ableitung und Identifikation von gemeinsamen Grundsätzen und Kernbotschaften für die Kommunikationsaktivitäten zu den unterschiedlichen Aktivitäten der Hochwasser- und Starkregenvorsorge und Dokumentation in einem Kommunikationskonzept sowie Abstimmung mit der AG.

Wir stellen die in die in a) und b) recherchierten Grundlagen zusammen, führen bei Bedarf erforderliche Gespräche zur Klärung von Fragen und stellen (Zwischen)ergebnisse in kurzen Dokumentationen zusammen. Im Rahmen von Abstimmungsterminen präsentieren wir diese Ergebnisse mit einer Interpretation und Einschätzung der Situation im Hinblick auf die Aufgabenstellung (c) und d)) und erörtern gemeinsam mit der AG die Schlussfolgerungen für die weiteren Kommunikationsaktivitäten. Die Ergebnisse (Kommunikationskonzept) werden in kompakter, übersichtlicher Form dokumentiert.

Die in 2.3 genannte Framing-Analyse wird in a) durchgeführt und fließt als Grundlage in die Spezifizierung von Potenzialen (c) sowie in die Ableitung und Identifikation von gemeinsamen Grundsätzen und Kernbotschaften (d) ein. Dabei wird besonders darauf geachtet, dass die aus der Framing-Analyse abgeleiteten Kernbotschaften in allen Kommunikationsmaßnahmen einheitlich verwendet werden, um eine kohärente und wirkungsvolle Kommunikation zu gewährleisten. Die in Arbeitspaket b) erstellten Personas beeinflussen die Spezifizierung von Potenzialen (c), indem sie konkrete Einblicke in die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppen bieten.

Gleichzeitig werden diese Erkenntnisse in Arbeitspaket d) genutzt, um gemeinsame Grundsätze und Kernbotschaften abzuleiten, und somit sicherzustellen, dass die Kommunikationsstrategie gezielt auf die definierten Persona-Profile ausgerichtet ist.

Angebotener Leistungsumfang Arbeitspaket 1: 17,5 Personentage

4.2 Arbeitspaket 2: Umsetzungsplanung (Planung von Kommunikationsmaßnahmen)

Ziel: Entwicklung eines Umsetzungskonzeptes und einer Struktur für die aufeinander abgestimmte Information der Öffentlichkeit sowie von konkreten Maßnahmen.

Leistungsbestandteile sind:

a) Erstellung einer Planung (Medien, Formate, Rahmen, Zeitpunkt) für die Koordination und Umsetzung aufeinander abgestimmter Kommunikationsaktivitäten bzw. -maßnahmen. Dazu werden insbesondere folgende Fragen gemeinsam mit der AG erörtert und mit der Umsetzungsplanung für die jeweiligen Aktivitäten beantwortet:

- Welche Akteursgruppen werden wie beteiligt?
- Wann werden welche Ergebnisse vorgestellt?
- Welche Kommunikationsmittel und Formate werden wie verwendet?
- Welche Medien werden verwendet, und wie werden sie ausgestaltet?
- Wie werden Zwischenergebnisse und Ergebnisse erörtert?

Die genaue Auswahl und Ausgestaltung der Kommunikationsmittel und Formate wird in enger Abstimmung mit der AG erfolgen, um die bestmögliche Wirksamkeit in der Zielgruppenansprache zu gewährleisten.

b) Ausgestaltung der Planung für jeweils anstehende Kommunikationsmittel, Vorstellung der jeweiligen Planungen/Ausgestaltungen und Abstimmung mit der AG rechtzeitig vor der Umsetzung im Rahmen der regelmäßigen Abstimmungstermine.

Bei den oben genannten Leistungen und den entsprechenden Fragestellungen sind jeweils die Kommunikationsaktivitäten für alle drei Schwerpunkte einzubeziehen und zu konzeptionieren:

- A Gewässerwiederherstellungskonzept,
- B überörtlicher Maßnahmenplan,
- C Einbettung der Bausteine in die Gesamtvorsorge.

Geschätzter Leistungsumfang Arbeitspaket 2: 5 Personentage

4.3 Arbeitspaket 3: Umsetzung: Erstellung von Kommunikationsmitteln

Ziel: Umsetzung konkreter Kommunikationsaktivitäten (Verfassen von Texten für verschiedene Kommunikationswege, Erstellung von Texten und Grafiken für Flyer, Infobroschüren, Newsletter, Web-Inhalte etc.)

Leistungsbestandteile sind:

a) Erstellung einer leicht verständlichen Übersicht (inhaltlich, visuell in geeigneter Form aufbereitet) über die verschiedenen Bausteine der Hochwasser- und Starkregenvorsorge im Ahr-Einzugsgebiet, ihr Zusammenspiel und den jeweiligen Beitrag für die Hochwasser- und Starkregenvorsorge / das HWRM (vgl. Abbildung 1 LV)

Die Leistung beinhaltet die Anforderungserhebung, Visualisierung, Abstimmung, grafische Aufbereitung und das Einarbeiten von Feedback aus Rückläufen.

b) Fachlich-redaktionelle Erarbeitung von regelmäßigen Informationsmeldungen über die laufenden Aktivitäten und Projektfortschritte der verschiedenen Bausteine der Hochwasser- und Starkregenvorsorge (insb. des A-Gewässerwiederherstellungskonzeptes und des B-überörtlichen Maßnahmenplans sowie C-Sonstiger relevanter, damit verbundener Aktivitäten).

Die Leistung umfasst die Erarbeitung von 15 Infomeldungen einschl. Abstimmung mit der AG und weiteren Projektbeteiligten.

c) Fachlich-redaktionelle Erarbeitung von Fachtexten und Grafiken in allgemein verständlicher, anschaulicher Form zur Verwendung in Broschüren, auf Internetseiten und/oder bei Vorträgen.

Die Leistung beinhaltet die Erarbeitung von 10 Content-Themen sowie deren Aufbereitung für Print, Web und Social-Media-Kanäle unter Einbeziehung der Aspekte Trauma und Framing.

d) Unterstützung bei der Informationsvermittlung zum Thema der privaten Eigenvorsorge; dabei soll durch Bündelung und Verweis auch auf geeignete, bestehende Materialien zurückgegriffen werden.

Die Leistung umfasst die Konzeption des Themas Eigenvorsorge, die Auswahl von Materialien sowie die Abstimmung mit der AG und weiteren Projektbeteiligten. Diese Konzepte zielen darauf ab, die Bürgerinnen und Bürger auf unterschiedlichen Ebenen zu erreichen und ihnen praxisnahe Informationen zur Verfügung zu stellen.

Das Arbeitspaket kann auch die Zuarbeit für die Pressestelle/Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der oben genannten Botschaften in enger Zusammenarbeit mit den Fachstellen des Landkreises sowie den beteiligten Ingenieurbüros beinhalten.

Weitere Kommunikationsmittel, die noch nicht in der oben genannten Auflistung erfasst sind, werden auf Basis der Ergebnisse von Arbeitspaket 1 und 2 im Rahmen der Beratungsgespräche mit der AG gemeinsam erörtert und die Weiterentwicklung sowie Umsetzung abgestimmt bzw. vereinbart.

Für die oben genannten Aufgaben wird jeweils eine Empfehlung geeigneter Formate und Medien (Webinhalte, Broschüre oder anderes) vorgeschlagen und mit der AG und weiteren Projektbeteiligten abgestimmt, um Fachtexte, Sachverhalte, Grafiken und Fachbegriffe in eine Form zu übersetzen, die für die breite Öffentlichkeit verständlich ist und einen hohen Wiedererkennungswert bietet.

Geschätzter Leistungsumfang Arbeitspaket 3: 23,5 Personentage

4.4 Arbeitspaket 4: Umsetzung: Planung und Durchführung von Veranstaltungen

Ziel: Unterstützung der Kreisverwaltung des Landkreises Ahrweiler bei der Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen inkl. Moderation von Dialogprozessen.

Leistungsbestandteile sind:

- Mitwirkung bei der Konzeption und Vorbereitung der Veranstaltungen; insbesondere in Hinblick auf das Workshopformat, Ansprache und Aktivierung der Akteurinnen und Akteuren; Vorschlag geeigneter methodischer Ansätze
- Unterstützung der AG bei der Organisation und Auswahl von Veranstaltungsort und Catering; die Kosten für Raummiete und Catering werden direkt vom AG übernommen und sind nicht mit im Angebot zu kalkulieren
- Aktive Mitwirkung an den Terminen, Gesamtmoderation der Termine und der Diskussionsblöcke,
- An-/Abreise
- Ergebnissicherung und -Dokumentation sowie Nachbereitung der Termine.

Der Fokus der Veranstaltungen liegt auf der Information der Öffentlichkeit und der kommunalen Entscheidungsträger sowie der dabei angestrebten Herstellung von Verständnis und Akzeptanz für die Maßnahmen des Gewässerwiederherstellungskonzeptes und des überörtlichen Maßnahmenplans sowie die Einbettung in die Gesamtvorsorgestrategie.

Bei der Konzeption und Vorbereitung von Veranstaltungen wird auf eine anschauliche Darstellung von Informationen geachtet. Die Veranstaltungen werden in der Regel von zwei Personen unserer Bieterinnengemeinschaft begleitet. Bei der Moderation werden wir Wert darauflegen, als Übersetzerinnen zwischen Fachleuten und Laien zu fungieren und dafür zu sorgen, dass alle relevanten Stimmen gehört werden. Unser Anliegen ist, eine Atmosphäre zu schaffen, in der eine offene und konstruktive Kommunikation möglich ist und sich alle Beteiligten wertgeschätzt fühlen.

Die Leistung beinhaltet 7 Termine zur Vorstellung der Ergebnisse des überörtlichen Maßnahmenplans in der Öffentlichkeit. Die ersten Termine sind für den 3. und 6. Juni 2024 angesetzt, weitere Termine folgen im Herbst 24, gegen Jahresende und im 1. Halbjahr 2025. Weitere Termine können nach vorheriger Absprache angeboten werden.

Die fachlich-inhaltliche Vorbereitung erfolgt durch die AG bzw. die jeweiligen beauftragten Projektbüros und ist nicht Gegenstand des Angebots.

Geschätzter Leistungsumfang pro eintägige Veranstaltung: 5,5 Personentage

Geschätzter Gesamtumfang Arbeitspaket 4 für 7 Veranstaltungen: 38,5 Tage

4.5 Arbeitspaket 5: Termine, Abstimmungen

Ziel: Regelmäßige Abstimmungen mit der AG sowie weiteren Akteurinnen und Akteuren während der Projektlaufzeit.

Folgende Termine sind nach aktuellem Stand vorgesehen:

a) Eine Auftaktberatung bei der AG in Ahrweiler (3 Stunden)

Zu diesem Termin ist die Teilnahme aller Bieterinnen vorgesehen.

b) Eine gemeinsame Arbeitssitzung (Auftakt mit Dritten) mit kommunikationsrelevanten kommunalen und fachlichen Stellen sowie Kommunikationsverantwortlichen der laufenden Projekte zur Bündelung und Vernetzung der Informationen zu den verschiedenen Bausteinen der Hochwasser- und Starkregenvorsorge sowie vor allem der Kommunikationsstränge.

Zu diesem Termin ist die Teilnahme aller Bieterinnen vorgesehen.

c) Zwei gemeinsame Arbeitssitzung(en) (Meilensteintermin) mit kommunikationsrelevanten Stellen (Zusammensetzung bei Projektstart vereinbaren) zur Abstimmung von Kernbotschaften und der abgestimmten, gemeinsamen Kommunikationsstrategie; basierend auf den Arbeitsergebnissen und konzeptionellen Empfehlungen des AN (aus Arbeitspaket 1 und 2); ggf. auch im Rahmen der Projektgruppe des üMP. Diese Termine können als Online-Termine angeboten werden (2- bis 3-stündig).

Zu diesem Termin ist ebenfalls die Teilnahme aller Bieterinnen vorgesehen.

d) Etwa monatliche (insgesamt 15) Abstimmungstermine mit der Auftraggeberin und ggf. mit Vertreterinnen und Vertretern bestimmter Vorsorgebausteine (in der Regel als online-, zu 2 besonderen Anlässen, die im Rahmen der hier angebotenen Leistung gemeinsam ausgewählt werden, als Vor-Ort-Termine); 2-stündig. Darin werden fortlaufend die kommenden Kommunikationserfordernisse und Beiträge abgestimmt.

An diesen Terminen wird jeweils eine der Bieterinnen teilnehmen.

Die Abstimmungs- und Koordinationsstrategie kann zum Zeitpunkt der Angebotsabgabe wegen des fehlenden Einblicks in die Projektaufbau- und Projektablauforganisation der Hochwasserrisikomanagement Projekte nicht vorgelegt werden.

Weitere optionale Abstimmungstermine sind nach vorheriger Abstimmung mit der AG möglich und werden mit einem Stundensatz von 100,00 EUR zuzüglich 19% Umsatzsteuer in Rechnung gestellt.

Geschätzter Leistungsumfang: 10 Personentage

6. Zeitplan

Die Bearbeitung des Vorhabens ist für den Zeitraum von 18 Monaten ab Auftragsvergabe mindestens bis zum 31.08.2025 vorgesehen. Folgende Zeitschiene wird angestrebt:

- April 2024: Auftaktgespräch
- April-Mai 2024: Einarbeitung und Grundlagen für die Konzeption
- 3. und 6. Juni 2024: Öffentlichkeitsveranstaltungen
- August/September 2024: Fertigstellung abgestimmtes Kommunikationskonzept
- Herbst 2024: ein bis zwei Öffentlichkeits- und Kommunalveranstaltungen
- Winter 2024/2025: eins bis zwei Öffentlichkeits- und Kommunalveranstaltungen
- Erstes Halbjahr 2025 bis Ablauf des Auftrags: Weitere Öffentlichkeits- und Kommunalveranstaltungen

Die genauen Termine werden nach Absprache zwischen den Bieterinnen und der AG festgelegt.

7. Angebotsbindung

Dieses Angebot ist bei einer rechtsverbindlichen Annahme bis 11.04.2024 gültig.

8. Zahlungsbedingungen

Alle genannten Preise sind in EURO angegeben und verstehen sich exklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer in Deutschland. Alle Rechnungen beinhalten die Preise in EURO exklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer in Deutschland. Die Mehrwertsteuer wird jeweils extra ausgewiesen.

Die Rechnungen werden, falls in den Ausschreibungsunterlagen nicht anders definiert, nach Abschluss einer jeden Phase in Rechnung gestellt.

Die Rechnungsstellung erfolgt als Abschlagszahlung nach Leistungsfortschritt auf Basis eines Tätigkeitsnachweises. Es gelten die Bestimmungen aus §5 der Vertragsbedingungen.

9. Fachbegriffe und Erläuterungen

Persona-Analyse: Eine Persona-Analyse hilft den Projektbeteiligten, die Anforderungen der Zielgruppe(n) kennenzulernen und in den Fokus ihrer Arbeit zu stellen. Auf Basis von qualitativen und quantitativen Dateien werden fiktive Nutzer*innen der Zielgruppe(n) entwickelt und ihre Bedürfnisse, Interessen und Ziele herausgearbeitet.

Stakeholderanalyse: Zu Projektstart werden alle Betroffenen und Beteiligten im Projekt sowie der Öffentlichkeit identifiziert und ihre Interessen und Befürchtungen herausgearbeitet. Auf dieser Grundlage können geeignete Kommunikations- und Umgangsstrategien für einen erfolgreichen Projektverlauf festgelegt werden.

Framing: bezeichnet das Einrahmen einer Information in einen bestimmten Kontext. Je nach Wortwahl werden bei den Empfänger*innen bestimmte Vorstellungen aktiviert und Verhaltensmuster ausgelöst.

Communication Canvas: bieten einen Überblick über die Kommunikationsstrategie in Form eines Onepagers. Für jede Zielgruppe werden Ziele definiert, um in einem weiteren Schritt festzuhalten, über welche Kanäle und mit welchen Tools und Maßnahmen diese erreicht werden. Das Ergebnis wird visuell auf einem Board festgehalten – mit dem Ziel, die Strategie immer im Blick zu behalten.

SEO: Eine SEO-Analyse verschafft Klarheit, was auf einer Website – sowohl technisch als auch inhaltlich - gut läuft und wo Handlungsbedarf besteht. Auf Grundlage dieser Analyse werden konkrete SEO-Maßnahmen festgelegt mit dem Ziel, die Website bei den Suchmaschinen auf die vorderen Plätze zu bringen und damit für mehr Besucher*innen zu sorgen.

Ungewissheit: Bezeichnet die Menge aller Ereignisse, die selbst bei herausragendster Planung nicht vorhersehbar waren. In solchen Situationen braucht es spezielle Kompetenzen, um zielführend handlungsfähig zu sein. Ungewissheit tritt vermehrt dann auf, wenn Neuland betreten wird und eben auch in Naturkatastrophen

Trauma: Wird ein Ereignis im Gehirn nicht mit einem "Zeitstempel" abgelegt (und ist damit eben nicht Vergangenheit) kann es jeder Zeit durch Auftreten eines sog. Triggers (auslösendes Ereignis) sich für den Betroffenen so anfühlen, als ob er/sie sich erneut in der die Traumatisierung auslösenden Situation befindet. Die Beschäftigung mit Hochwasservorsorge nach einem traumatisierenden Ereignis muss daher mit großer Achtsamkeit und Vorsorge durchgeführt werden, denn das Risiko potentieller Trigger ist hoch.

10. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers

Folgenden Schritte werden durch den Auftraggeber erbracht:

- Rechtzeitige Beauftragung
- Stellen der internen Ansprechpartner und Ansprechpartnerinnen
- Mitarbeit bei der Konzeption von Workshops und Besprechungen
- Bereitstellung von Informationen bezüglich des Sachstands der Aktivitäten, Arbeitspakete und Aufgaben
- Unterstützung bei der Identifizierung und Bewertung von Risiken sowie bei der Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Risikominimierung
- Rechtzeitige Bereitstellung von Materialien für die Vorbereitung
- Termingerechte Herbeiführung von Entscheidungen
- Bereitstellen von Räumen, Tagungstechnik und ggf. Verpflegung für Präsenzveranstaltungen und Vor- bzw. Nachbesprechungen
- Sicherstellen, dass eine gemeinsame Kollaborationsplattform für das Projekt genutzt werden kann.

11. Abschluss

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unseres Angebots und freuen uns im Falle eines Zuschlags Sie gemeinsam diesem interessanten wichtigen Vorhaben unterstützen zu dürfen. Wir erklären hiermit, als rechtsverbindliche Vertreterinnen und Inhaberinnen, dass wir im Falle einer Beauftragung eine Arbeitsgemeinschaft bilden und den Auftrag gemeinsam umsetzen werden. Bei weiteren Fragen oder für zusätzliche Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Meri Eremut

Freiberufliche Projekt-, Hochwasser- und Starkregenrisikomanagerin

Melanchthonweg 13
72800 Eningen unter Achalm

E-Mail:
meri.eremut@starkregenmanager.de

Tel. 0151-56646810



Eningen, 10.03.2024

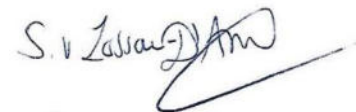
Sophie von Lossau-D'Ambrosio

Freiberufliche Projekt- und Content Marketing Managerin

Herderstraße 3
72762 Reutlingen

E-Mail:
s.vonlossau.dambrosio@gmail.com

Tel. 0177-6458433



Reutlingen, 10.03.2024

Astrid Kuhlmeiy

Coaching und Beratung in Veränderungsprozessen, Kompetenzen zum Umgang mit Ungewissheit

Hindenburgdamm 102b
12203 Berlin

E-Mail: kontakt@sicher-durch-veraenderung.de

Tel. 0170-9628701



Berlin, 10.03.2024