VKU-Web-Seminar / 24.01.2024 / 13:00 - 16:10 Uhr

Kommunikationsmaßnahmen in der Wasserwirtschaft

Das Thema Wasser kreativ und aufmerksamkeitsstark kommunizieren

PROGRAMM

13:00 — **Herzlich willkommen**

Begrüßung
Stefan Luig, Leiter Presse/Pressesprecher, VKU
Technische Einführung in das Web-Seminar-Tool
VKU Akademie
Ausblick auf die Themen des VKU-Web-Seminars
Stefan Luig, Leiter Presse/Pressesprecher, VKU

13:10 — **Real Shit: Infotainment fürs Wasser**

• Wie führen trockene Themen zu Entertainment?
• Wie macht Wassersparen jedem Spaß?
• Anhand von zwei Kampagnenbeispielen "Only the real Shit" und "Wasser kommt nicht aus dem Hahn" zeigen die Berliner Wasserbetriebe, wie einer breiten Zielgruppe die harten Fakten zu den Herausforderungen des Unternehmens leicht verpackt werden.
Steffi Würzig, Leiterin Unternehmenskommunikation, Berliner Wasserbetriebe

13:40 — **Die neue Aufmerksamkeit: Kuriose Kommunikationsanlässe**

• Vom Tag des Toilettenpapiers bis zum Tag des Freibads: Wie ungewöhnliche Anlässe zu Aufmerksamkeit in der Wasserkommunikation verhelfen
• Ziel: Aufmerksamkeit rund um die Themen Wasser, Abwasser und Umwelt bei Bevölkerung und Medien generieren
• Verschiedene Praxisbeispiele zeigen Potenziale und Chancen auf
Katja Gläß, Leiterin Stabsstelle Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin, Leipziger Wasserwerke-Gruppe / LLV

14:10 **Welche Aufgabe hast "Du" im Wasserkreislauf – Bildungsangebote für Kita und Schulen**

• Vorstellung der Bildungsprogramme: Von Willy Wasser zum Aqua Agenten und Zukunftsgestalter:in
• Herausforderung: Chancen und Risiken erkennen im nachhaltigen Umgang mit Wasser
• Sensibilisierung zu Themen wie Klimawandel, Starkregen und Wasserver- und entsorgung
• Ausstellung WasserForum: Wissenstransfer zu Geschichte, Wasserversorgung, BildungsForum und Abwasserentsorgung
Claudia Nickels, Referentin für Schulkommunikation (Bildungsreferentin), HAMBURG WASSER

14:40 **Pause**

14:55 **„Wasser für Generationen“: Die „Zukunftsquelle“-Tour der Bodensee-Wasserversorgung**

• Ausgangslage und Problemstellung: Investitionsbedarf - Projekt in den Verband tragen, Verbraucher informieren
• Zielgruppen und Kommunikationsziele: Entscheider, Politiker, Öffentlichkeit – Akzeptanz für das Projekt „Zukunftsquelle“
• Strategischer Ansatz und kreative Leitidee: Trinkwasser als politisches Gewinnerthema, Tour durchs Verbandsgebiet, haptisch-emotionale Inhaltsvermittlung
• Operative Umsetzung: 9 Tage, 10 Städte – Infotour mit Wasserspielen, kommunikative Begleitung über Social Media, Presse, Gewinnspiel etc.
• Aufwand und Evaluation: Medienreichweite und Resonanz
Sarah Kreidler, Leiterin Stabsabteilung Unternehmenskommunikation, Zweckverband Bodensee-Wasserversorgung & **Nina Sophie Rittler,** Team Projektkommunikation, Zweckverband Bodensee-Wasserversorgung

15:25 **Trinkwasserkommunikation und Nachhaltigkeit**

• Einführung einer Marke für die Trinkwasserkommunikation: Hintergrund, Strategie, Ziele & Umsetzung
• Sensibilisierung der Hanauer Bürger für das Thema Nachhaltigkeit beim Trinkwasser durch die Markenkampagne
• Weiterentwicklung der Markenkommunikation
• Erfahrungen & Ausblick
Uta Herrmann, Marketing, Stadtwerke Hanau GmbH

15:55 **Q&A: Sie haben offene Fragen? Hier gehen wir gemeinsam in den Austausch.**

16:10 **Ende des VKU-Web-Seminars**

Viel Erfolg bei der Teilnahme der Veranstaltung!
Bitte beachten Sie: Das Programm wird fortlaufend online aktualisiert. Ihr Programm-Ausdruck ist vom 07.11.2026. Die aktuellen Informationen zum Programm finden Sie hier: https://www.kommunaldigital.de/online-event/kommunikationsmassnahmen-der-wasserwirtschaft.