



Workbook

Strategische Nachhaltigkeitskommunikation

Jetzt sind Sie dran

Beantworten Sie die folgenden drei Fragen für Ihre DMO:

| WAS kommunizieren Sie? | Ihre Nachhaltigkeitskommunikation | ja | teils | kaum/gar nicht |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | greift klar definierte Themen auf (zum Beispiel lokale Produkte), | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | arbeitet mit belegbaren Aussagen (zum Beispiel durch Zertifizierungen) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | und macht den Mehrwert nachvollziehbar. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| WORAUF stützt sich Ihre Kommunikation? | Ihre Organisation hat | ja | teils | kaum/gar nicht |
| | eindeutige Zuständigkeiten für Nachhaltigkeit, | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | klare Prozesse für den Umgang mit Nachhaltigkeit | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | und eine belastbare Grundlage für Nachweise (zum Beispiel Zertifikate, Daten oder Dokumentation). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| WOFÜR kommunizieren Sie Nachhaltigkeit? | Ihre Kommunikation | ja | teils | kaum/gar nicht |
| | basiert auf strategischen Grundlagen, | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | bezieht sich auf konkrete Nachhaltigkeitsziele | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| | und macht sichtbar, welche Wirkung in Ihrer Region tatsächlich erzielt wird. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |