



Deponievorhaben Projektkommunikation

Hinweise für Vorhabenträger



Deponievorhaben

Projektkommunikation

Hinweise für Vorhabenträger

Die nachstehenden allgemeinen Hinweise geben einen Überblick über Ziele, Bedeutung, Grundsätze und Umsetzung der Projektkommunikation. Dies kann bspw. auch im Kontext von Deponievorhaben zur Anwendung kommen. Dabei kommt es auf das jeweilige Einzelvorhaben an, wie die Projektkommunikation konkret ausgestaltet wird. Übergreifendes Ziel ist es, die oft komplexen und vielschichtigen Projekte verständlicher darzustellen und so bei allen interessierten Beteiligten eine sachgerechte Kommunikationsgrundlage zu schaffen.

Was ist Projektkommunikation?

- Kommunikation kann in Form von Information (in eine Richtung), Konsultation (Austausch von Ideen und Meinungen, Dialog) oder (aktiver) Mitgestaltung erfolgen. Diese gehen fließend ineinander über und können über verschiedene Formate umgesetzt werden (z. B. Projekt-Website, Pressearbeit, Infomarkt, Hotline u.v.m.; vgl. Abb. zu Kommunikationsbausteinen auf S. 4).
- Ziel: Schaffen einer sachlichen und belastbaren Faktenlage bei allen Beteiligten als Kommunikationsgrundlage (Aufzählung mgl. Akteure siehe S. 4, Grundsatz Nr. 5).

Der Unterschied zwischen formeller und informeller Beteiligung:

Formelle Beteiligung ist die gesetzlich vorgeschriebene Mindestbeteiligung durch die Genehmigungsbehörde im Laufe des Verfahrens. Die zu beteiligenden Akteure sind in den entsprechenden Vorschriften vorgegeben (z. B. Raumordnungsverfahren, Umweltverträglichkeitsprüfung).

Informelle Beteiligung nennt man die über die formelle Beteiligung der Genehmigungsbehörde hinausgehenden Maßnahmen durch den Vorhabenträger, die nicht gesetzlich geregelt sind, z. B. in Form eines Bürgerdialogs (hierzu zählt auch die sog. „frühe“ Öffentlichkeitsbeteiligung, §25 (3)VwVfG).

Quelle: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2016): Grundlagen der Bürgerbeteiligung. Materialsammlung für die Allianz Vielfältige Demokratie.



Warum ist Projektkommunikation wichtig?

- Sachliche und fachlich korrekte Kommunikation seitens des Vorhabenträgers (VHT) vermeidet Falschinformationen und Gerüchte. Eine gemeinsame Wissensgrundlage ist wesentlich für einen zielgerichteten Dialog.
- Kommunikation kann helfen, gegenseitiges Vertrauen aufzubauen und Konflikten vorzubeugen.
- Planungsprozesse und -ergebnisse können verbessert, Genehmigungsverfahren unterstützt werden.
- Seitens der Öffentlichkeit und Mandatsträgern besteht gegenüber dem Vorhabenträger die Erwartung, informiert / beteiligt zu werden.



Wichtige Fragestellungen, die vorab/frühzeitig geklärt werden sollten:

- Welche **Kommunikationserfordernisse** werden initial gesehen?

Hierbei geht es zunächst mehr um das *wie viel* als das *wie*, also um den Umfang des Kommunikationsbedarfs. Zur Feststellung des Kommunikationsbedarfs kann etwa die Einschätzung der öffentlichen Relevanz des Projektes herangezogen werden; eine konkrete Herangehensweise dazu schildert die VDI 7000. Grundsätzlich dürfte gelten: je höher die öffentliche Relevanz, desto höher der Kommunikationsbedarf. Ebenso sollte geklärt werden, welche finanziellen und personellen Ressourcen eingesetzt werden können. Dabei sollte beachtet werden, dass die Kommunikation vielschichtiger, komplexer Themen eine große Aufgabe darstellt und externe, professionelle Unterstützung von Beginn an sehr hilfreich sein kann.

- Gibt es **Mitgestaltungsmöglichkeiten**?

Der Begriff der „Beteiligung“ kann zu Missverständnissen führen. Können Hinweise aus der Öffentlichkeit überhaupt in die Planung einfließen? Welchen (echten) Gestaltungsspielraum gibt es? Aktive Mitgestaltungsmöglichkeiten sollten nur angeboten werden, wenn die Ergebnisse in die Planung eingebunden werden, indem sie z. B. hinsichtlich ihrer Planungsrelevanz geprüft werden. Gibt es keine Beteiligungsoptionen, sollte nur von Information oder Konsultation (z. B. „Bürgerdialog“) gesprochen werden.

- Wann ist der richtige **Zeitpunkt**?

Besser früh als zu spät und das heißt: schon vor der Antragsstellung für das Genehmigungsverfahren. Der „Startschuss“ legt den Grundstein für die Wahrnehmung des Projekts in der Öffentlichkeit. Sobald es etwas Belastbares zu kommunizieren gibt, sollte dies erfolgen, vor allem auch um Fehlinformationen vorzubeugen. Dabei kommt es darauf an, am Ball zu bleiben und passende Formate vor, aber auch während des Genehmigungsverfahrens und der Bauzeit anzubieten.

- Bedenken Sie auch das sog. „**Partizipationsparadox**“:

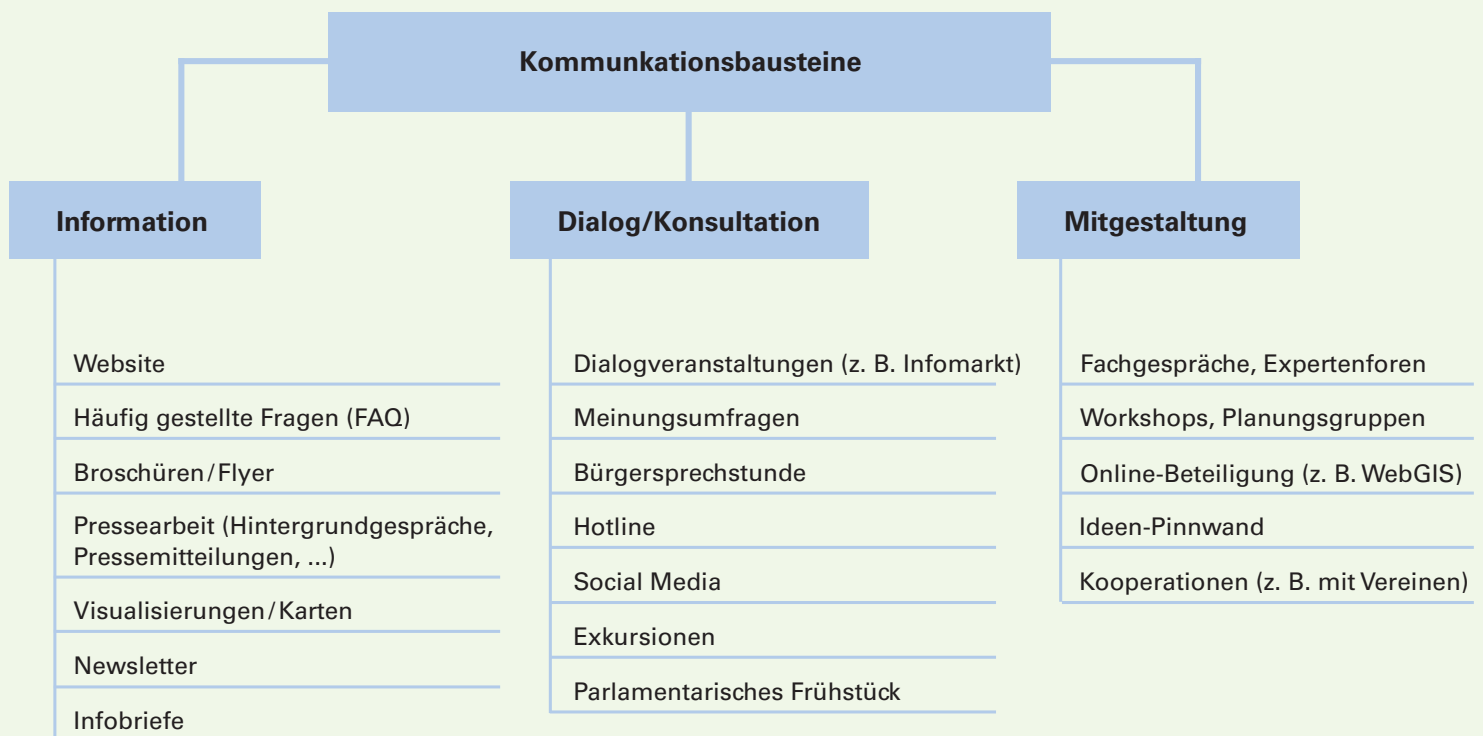
Je konkreter die Planung wird, desto weniger Mitgestaltungsspielraum i.S.v. Änderungsmöglichkeiten gibt es. Gleichzeitig steigt aber das Interesse der Öffentlichkeit für das Vorhaben im Projektverlauf. Die Planung ist ab einer bestimmten Phase im Projekt schon so konkret, dass kaum mehr Raum für Mitgestaltung besteht. Durch unzureichende Kommunikation in frühen Stadien der Projektentwicklung wird möglicherweise später der Eindruck erweckt, die Planung sei an den vom Projekt betroffenen Akteuren vorbei erfolgt.

- Welche **Themen** werden die Kommunikation voraussichtlich prägen?

Welche Themen sind z. B. aus den Bereichen Umweltschutz, Wirtschaft, Technik, Gesellschaft und Politik relevant? Welche Informationen seitens der Planer, Umweltexperten oder Gutachter werden für die Kommunikation dazu benötigt? Häufig gestellte Fragen (FAQ) können z. B. auf der Website veröffentlicht werden.

- Über welche **Formate** soll kommuniziert werden?

Es gibt eine Vielzahl an Formaten / Methoden; geeignete Methoden sollten je nach Akteursgruppen und Vorhaben gewählt und kombiniert sowie professionell umgesetzt werden. Die folgende Darstellung zu den Kommunikationsbausteinen bildet eine Auswahl möglicher Methoden ab.



(Nicht abschließende) Auswahl möglicher Formate als Kommunikationsbausteine (Quelle: StMUV)

10 Grundsätze einer guten Projektkommunikation

1. Gute Kommunikation ist **(pro-)aktiv, transparent, frühzeitig, kontinuierlich** sowie **lösungsorientiert** und findet über geeignete Kommunikationsformate (siehe obenstehende Abb.) statt. **Aufgeschlossenheit** und **Wertschätzung**, insb. auch ggü. Kritikern, sind entscheidend für das Gelingen.
2. **Realistische Ziele** setzen und **klare Rahmenbedingungen** definieren: Ein wichtiges Ziel sollte sein, eine gemeinsame Wissensgrundlage als Basis für einen konstruktiven Dialog zu schaffen, der wiederum einen gemeinsamen Lernprozess und Kooperation ermöglichen kann. Erwartungen und Gestaltungsspielräume müssen dabei von Beginn an klar definiert und kommuniziert werden – intern und extern. Echte Dialogbereitschaft und ernst gemeinte Mitgestaltungsangebote sind dabei essentiell – keine „Scheinbeteiligung“!
3. Es gibt kein „Schema F“: jedes Projekt hat **individuelle Voraussetzungen** und Herausforderungen, die angepasste Kommunikationsmaßnahmen erfordern. Kommunikation sollte nicht losgelöst von, sondern als Bestandteil der **Gesamt-Projektplanung** betrachtet werden; dies erfordert auch eine gute projektinterne Kommunikation.
4. Gute Vorbereitung ist essentiell und nimmt **Zeit** in Anspruch – entsprechende **Kapazitäten** und finanzielle Mittel sollten frühzeitig eingeplant werden. **Externe Dialogexperten** von Beginn an einzubinden wird angeraten, auch um den Prozess unabhängig und neutral zu gestalten. Bei der Beauftragung Dritter, z. B. der Planer oder juristischer Unterstützung, ist die Berücksichtigung von vorhandener Kommunikationskompetenz zu empfehlen.
5. Verschiedene **Akteure** (Anspruchsgruppen) **frühzeitig identifizieren**, analysieren (z. B. wer sind sog. „Schlüsselakteure“?) und rechtzeitig und angemessen ansprechen bzw. einbinden; dies können sein (vgl. VDI 7000, S.24ff):
 - zivilgesellschaftliche Gruppen (Umwelt-, Naturschutzverbände, Bürgerinitiativen, ...),
 - nicht organisierte Akteure (Nachbarn, Anwohner, Betroffene, Interessierte),
 - privatwirtschaftliche Vertragspartner (Eigentümer von Flächen/Grundstücken),
 - Medien (überregionale und Lokalpresse, Werbeblätter, TV, Fachzeitschriften, ...),
 - interne Akteure (Leitung, (ehem.) Mitarbeitende, ...),
 - finanzielle Stakeholder (Banken, Investoren, ...),
 - Wettbewerber,
 - Kunden,
 - Industrie- und Branchenverbände,
 - Wissenschaft / Gutachter,
 - Genehmigungs- und Aufsichtsbehörden,
 - Gemeinden, Gebietskörperschaften (Standort- und Nachbarkommunen; dort Bürgermeister, Stadt- und Gemeinderäte, Verwaltung),
 - Politik (Entscheidungssträger auf regionaler und Landesebene, Abgeordnete, Ortsverbände, ...).
6. Wichtige **Inhalte**, über die – sobald spruchreif – verständlich informiert werden sollte: Bedarf, Bedeutung und Nutzen des Projekts, aktueller Planungsstand, geplante technische und bauliche Umsetzung, Zeitrahmen des Genehmigungsprozesses, voraussichtliche Auswirkungen, Ablauf des Genehmigungsverfahrens, Beteiligungsmöglichkeiten (informell und formell).

7. **Kontinuität** ermöglicht Vertrauen, bleiben Sie also am Ball. Sobald es etwas Neues gibt, das für das Verständnis des Projekts relevant ist, sollte darüber informiert werden. Das Angebot regelmäßiger Gespräche – auch wenn diese zunächst nur wenig angenommen werden – ermöglicht es der interessierten Öffentlichkeit, sich zu informieren. Nehmen Sie aktiv am Dialog teil, durchaus auch im Rahmen von Veranstaltungen Dritter. Entwickeln Sie eigene Dialogformate, z. B. Dialogveranstaltungen mit Gesprächsmöglichkeiten in Kleingruppen (möglichst nicht vom Podium herab).
8. Die Benennung eines **direkten Ansprechpartners** seitens des Vorhabenträgers für Fragen aus der Öffentlichkeit / Lokalpolitik / Presse signalisiert Dialogbereitschaft, Vertrauen und Kontinuität.
9. **Abbau von Zugangshürden**: einfache und verständliche Sprache (komplexe Fachinformationen vereinfachen und veranschaulichen), für möglichst viele Interessierte passende Uhrzeiten, ohne physische Barrieren, über verschiedene Medien etc.
10. **Sinnvolles Verzahnen** der Beteiligungsschritte der Genehmigungsbehörde und des Vorhabenträgers:
 - Frühe Öffentlichkeitsbeteiligung durch Vorhabenträger (vor Beginn des Genehmigungsverfahrens informieren und einbinden).
 - Unterstützung der behördlichen Verfahrenskommunikation (formelle Beteiligung), z. B. durch Veranstaltungen, Planunterlagen auf Homepage, Hinweise auf Anhörungsfristen und Möglichkeiten zur formellen Beteiligung (informelle Beteiligung).
 - Ergänzende Dialogformate während des Genehmigungsverfahrens: informelle Beteiligung zwischen den formellen Beteiligungsschritten.
 - Dabei wichtig: klar kommunizieren, dass die informelle die formelle Beteiligung nicht ersetzt; wenn Einwendungen nicht formell (schriftlich und fristgerecht) eingebracht werden, kann die Behörde diese bei der Entscheidung nicht berücksichtigen.



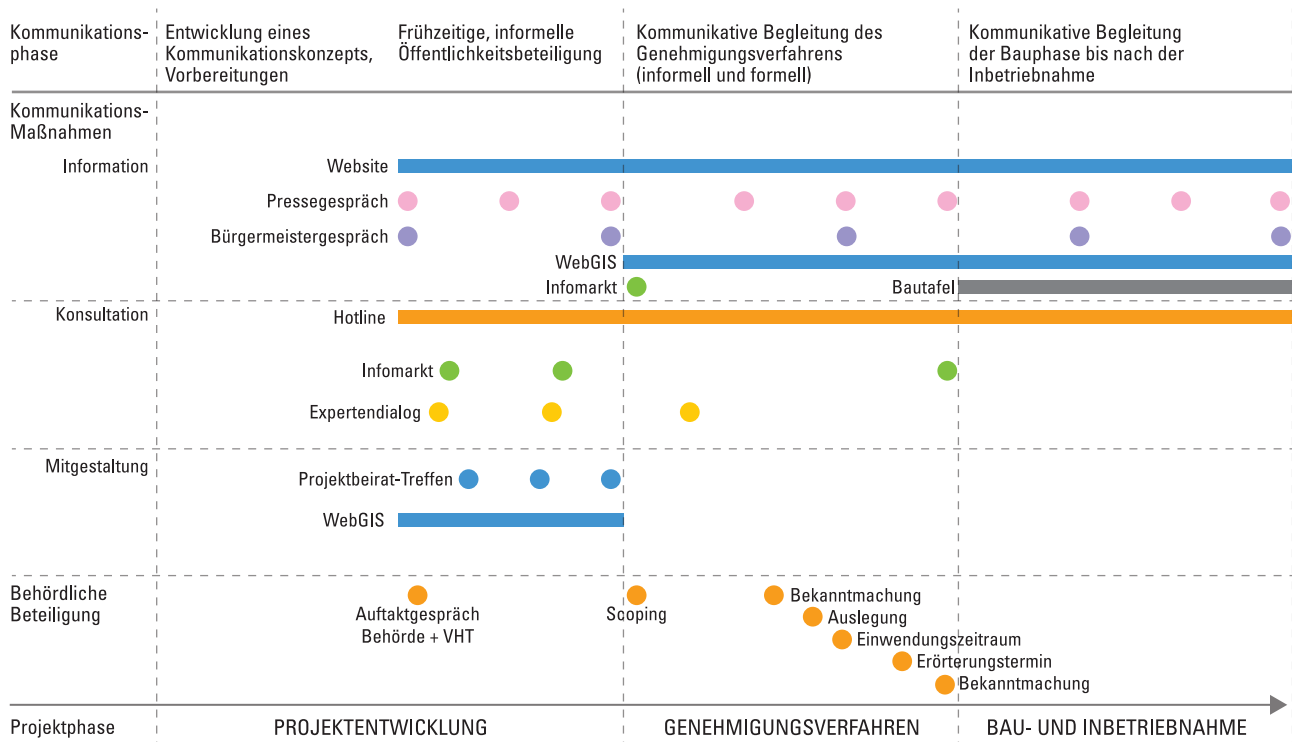
Im Rahmen eines moderierten Workshops kann wertvolles Wissen der Bevölkerung vor Ort gesammelt und in die Planung integriert werden.

Kommunikation lohnt sich. Aber wie beginnen?

- Zusicherung der internen Unterstützung durch Organisationsleitung für die externe Projektkommunikation.
- Festlegen von Zuständigkeiten innerhalb der Organisation.
- Entwickeln einer Kommunikationsstrategie – hier lohnt sich meist die Investition in professionelle Unterstützung.
- Frühzeitige Ansprache von Schlüsselakteuren (z. B. Lokalpresse und Bürgermeister), um von Beginn an Fehlinformationen zu vermeiden und Vertrauen aufzubauen.

Im Folgenden finden Sie eine Abbildung, die beispielhaft darstellt, wie ein Vorhaben von Beginn der Projektentwicklung bis zur Inbetriebnahme durch kommunikative Maßnahmen begleitet werden könnte. Dieser **Zeit- und Maßnahmenplan** ist in keinem Fall abschließend und muss für jedes Projekt individuell angepasst werden.

Außerdem finden Sie auf den nächsten Seiten Stimmen und Erfahrungen aus der Praxis zur Umsetzung von Projektkommunikation im Deponiebereich.



Beispielhafter Zeit- und Maßnahmenplan zur kommunikativen Begleitung eines Vorhabens (Quelle: StMUV in Anlehnung an VDI 7000).

Hinweis: Die einzelnen Formate sowie deren Zielgruppe müssen für jedes Vorhaben individuell angepasst werden.

Stimmen aus der Praxis

Die nachfolgende Zusammenstellung ist eine Sammlung von Aussagen von Deponiebetreibern (deutschlandweit, anonymisiert) zur Kommunikation im Deponiekontext. In Form von Interviews haben sechs Betreiber im Jahr 2021 dem StMUV von ihren Erkenntnissen aus der Kommunikation im Deponiekontext, sowohl zu Neubau- bzw. Erweiterungsprojekten als auch zu Bestandsdeponien, berichtet. Neben hilfreichen allgemeinen Tipps finden Sie ab S. 10 auch ganz konkrete Praxisbeispiele.

„Frühzeitige Kommunikation ist gut investiertes Geld.“

- Finanzieller und zeitlicher Zusatzaufwand lohnen sich bei Betrachtung des gesamten Projektverlaufs (Nutzen > Kosten).
- Unterstützung sollte bei Bedarf rechtzeitig eingeplant werden (intern oder durch externe Kommunikationsexperten).
- Kommunikation sollte rechtzeitig beginnen (so früh wie möglich) und am besten von Beginn der Projektplanung an konzeptionell mitgedacht sein.
- Dialog vor Ort ist ein anstrengender, aber auf jeden Fall ein besserer Weg als nur über Dritte oder Medien zu kommunizieren.



„Wesentlich ist: absolute **Offenheit** von Anfang an.“

- Im Bestand: zeigen einer „offenen“ Deponie; es gibt nichts zu verbergen.
- Der erste Eindruck ist entscheidend: schon eine saubere Einfahrtstraße zur Deponie weist auf eine gute Deponieführung hin; Deponien sind heute durchaus vorzeigbar.
- Von Beginn einer Planung an sollte offen und transparent kommuniziert werden.
- Schaffen einer Vertrauensbasis: Gute Erfahrungen wurden damit gemacht, nicht nur auswärtige Experten, sondern auch ortsansässige langjährige Deponiemitarbeiter am Dialog zu beteiligen,
- Dialog nicht scheuen, keine Frontalveranstaltungen durchführen und auf Authentizität der Kommunikatoren achten.
- Proaktive Kommunikation ist immer besser, als nur auf Fragen und möglicherweise falsche Informationen zu reagieren.
- Mitgestaltung: Keine Erwartungen wecken, die nicht erfüllt werden können, Vorschläge aufnehmen, ernsthaft prüfen und dazu Stellung nehmen; vorher „Spielregeln“ klar definieren.

„Alle sollten mit **gleicher Zunge** sprechen.“

- Dies gilt zum einen für die fachliche Tiefe im Dialog mit der Öffentlichkeit:
 - Veranschaulichen und greifbar machen von Informationen ist essentiell; am besten in „echtem“ Maßstab; „So dick und unempfindlich sind die Abdichtungsschichten und Rohre“
 - Mit dem Material zu arbeiten, das es schon gibt, kann viel Arbeit ersparen; Projektbeschreibungen lassen sich z. B. häufig in einfache Sprache umschreiben.
- aber auch für die kommunizierten Inhalte durch verschiedene Projektbeteiligte in Richtung Öffentlichkeit (z. B. technische und Umweltplaner, Juristen, Genehmigungsbehörde, div. Gutachter): eine Abstimmung kann Missverständnisse vermeiden und den Wissensstand aller Projektbeteiligten erweitern.

„Der **späteste Zeitpunkt** für den **Beginn der Kommunikationsoffensive** ist der, zu dem **Dritte es auch kommunizieren werden.**“

- Ab dem Zeitpunkt, zu dem das Vorhaben publik werden kann, muss mit Presseberichten gerechnet werden.
- Ggf. nicht sachgerechte Berichterstattung als Auftakt verzerrt die öffentliche Wahrnehmung, die erste Botschaft sollte sachlich und neutral konnotiert sein.
- Eine zeitlich eng abgestimmte Taktung der verschiedenen Formate ist wesentlich (z. B. Presse und Bürgermeister gleichzeitig informieren).



Praxisbeispiele für erfolgreiche Maßnahmen

Neubau/Erweiterung:

- **Bürgermeister-Tour:** Tour durch die Gemeinden in Umgebung des Standorts parallel zur ersten Presseinfo; alle wissen gleichzeitig gleichermaßen Bescheid und können sachlich und neutral informieren.
- **Presse-Hintergrundgespräch:** Neutrale Darlegung von Informationen zu Bedarf, Vorhaben, Auswirkungen etc. durch Vorhabenträger an Pressevertreter; so liegen jeder weiteren Berichterstattung sachliche und richtige Informationen zu Grunde.
- Benennen eines **festen Ansprechpartners** seitens des VHT bei Fragen.
- Professioneller **Internetauftritt:** Aktuelle Informationen zu Verfahrensstand, Deponie im Allgemeinen, Veranstaltungshinweise u.v.m.
- Ansprache von **Multiplikatoren**, z. B. lokale Baufirmen bzw. deren Mitarbeiter, Entsorgungsfirmen, Vereine, Architekten etc.; diese wissen dann, worum es geht (Hintergrund, Bedarf) und können diese Informationen weitertragen; gerade im ländlichen Raum erfolgt die Kommunikation vor allem über persönliche Kontakte.
- **Broschüren, Handouts, Flyer** für verschiedene Zielgruppen zur Information über das Projekt.
- **Infomarkt:**
 - Informationsveranstaltung als Rundgang mit einzelnen Themenstationen und mehreren Ansprechpartnern als Vertreter des VHT (z. B. Themeninseln zu Gasfassung, Landschaftsbild, Verkehr etc.).
 - Werbung über örtliche Presse und Rundfunk.
 - Zeitpunkt: Wochentag, 16 bis 21 Uhr.
 - Fragen können so im direkten Gespräch beantwortet werden, mehreren Personen kann gleichzeitig ein direktes Dialogangebot gemacht werden, keine Frontalveranstaltung mit erhöhtem Konfliktpotential.
 - Gute inhaltliche und organisatorische Vorbereitung ist essentiell.
- **Freiwillige Umwelterklärung** der Deponie mit Zielsetzungen im Bereich Arten-, Natur-, Umwelt-, Klimaschutz (z. B. Insektenhotel zur Erhöhung der Artenvielfalt, Zertifizierungen etc.).
- **Visualisierungen**, z. B. web-basierte Anwendung zur Veranschaulichung des künftigen Landschaftsbilds aus unterschiedlichen Perspektiven – „so sieht das später aus“
- **Vor Eröffnung des Verfahrens** wenn möglich auf einzelne **Wünsche** eingehen (z. B. zusätzliche Messstelle, Gutachten, freiwillige Geruchsbegehung etc.).



- **Exkursionsangebot** für interessierte BürgerInnen zu einer Bestandsdeponie.
- **Mitgestaltung** bei der Nachnutzungskonzipierung – insb. bei der landschaftsarchitektonischen Gestaltung ist Beteiligung der lokalen Bevölkerung möglich; VHT kann z. B. Kosten für Landschaftsarchitekten übernehmen, der Ideen umsetzt; diese fließen dann in den Antrag ein.
- Schließen von **Partnerschaften**: Kooperationen mit Sportvereinen, Feuerwehr, Schulen zur Nutzung des Geländes für Projekte.
- **Regelmäßige und konstante** Information der Öffentlichkeit, „am Ball bleiben“
- Einberufung eines **Umweltbeirats** mit regelmäßigen Sitzung (z. B. jährlich) mit Behörden, Bürgerinitiativen, Umweltverbänden; Brotzeitangebot und Offenheit für Fragerunden.

Im Bestand:

- **Führungen** und Offenheit für Besuche interessierter Gruppen:
 - z. B. Vogelschutzbund, Schulklassen, Feuerwehr, Studenten, Gemeinderat etc.
 - zu erwartendes Ergebnis: Skepsis und negatives Image erheblich reduziert, „es ist ja gar nicht so dreckig und stinkt nicht“
 - Besuch von politischen Akteuren.
 - Deponie ansprechend gestalten: Aussichtspunkte, Lehrpfad, Infotafeln, Infocontainer.
 - ein fester Tag der offenen Tür im Jahr, ergänzt um individuelle Angebote.
- **Infofest** auf der Deponie:
 - sehr hoher Organisations- und Vorbereitungsaufwand (entsprechend ruhen dann andere Tätigkeiten oder es muss externe Unterstützung eingeholt werden); Aufwand lohnt sich!
 - Feedback der Besucher, Presse, Politik und auch der eigenen Mitarbeiter in aller Regel positiv.
 - Aktionen: Fußballturnier, Catering, Kooperationen mit angrenzenden Gemeinden, Hüpfburg, Bratwurststand, Musik, Tombola, vgl. mit einem kleinen Volksfest.
- **Gestaltungsmöglichkeiten** für Mitarbeiter; Raum für Kreativität geben: z. B. Insektenhotels.
- Professioneller **Internetauftritt**: Aktuelle Informationen zum Betrieb (Mengen, Zahlen), zur Deponie im Allgemeinen, Veranstaltungshinweise u.v.m.

Literaturhinweise

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2018): Wegweiser breite Bürgerbeteiligung. Argumente, Methoden, Praxisbeispiele.

URL: <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/wegweiser-breite-buergerbeteiligung> (August 2021).

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2021): Beteiligungskompass. URL: <https://www.beteiligungskompass.org/article/index/method> (August 2021).

Bock, S. et al. (2017): Beteiligungsverfahren bei umweltrelevanten Vorhaben.

URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2017-05-30_texte_37-2017_beteiligungsverfahren-umweltvorhaben.pdf (August 2021).

Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) (2012):

Werkzeugkasten Dialog und Beteiligung. Ein Leitfaden zur Öffentlichkeitsbeteiligung.

VDI 7000: Frühe Öffentlichkeitsbeteiligung bei Industrie- und Infrastrukturprojekten.

VDI 7001: Kommunikation und Öffentlichkeitsbeteiligung bei Planung und Bau von Infrastrukturprojekten. Standards für die Leistungsphasen der Ingenieure.

VKU Verlag GmbH (Hrsg.) (2020): Bürgerdialog für kommunale Unternehmen.

www.stmuv.bayern.de

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Verbraucherschutz
Rosenkavalierplatz 2, 81925 München (StMUV)

Internet: www.stmuv.bayern.de
E-Mail: poststelle@stmuv.bayern.de

Gestaltung: CMS – Cross Media Solutions GmbH, Würzburg

Bildnachweis: Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz
(S. 2, 3, 8); Adobe Stock/Valmedia (S. 6); Illustrationen: CMS – Cross
Media Solutions GmbH; Bayerisches Landesamt für Umwelt (S. 10)

Stand: März 2022

© StMUV, alle Rechte vorbehalten

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die publizistische Verwertung der Veröffentlichung – auch von Teilen – wird jedoch ausdrücklich begrüßt. Bitte nehmen Sie Kontakt mit dem Herausgeber auf, der Sie – wenn möglich – mit digitalen Daten der Inhalte und bei der Beschaffung der Wiedergaberechte unterstützt. Diese Publikation wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden. Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.



BAYERN|DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung. Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.