



KOMMUNIKÁCIÓS TERV

2026

LIFE Biodiverz Város projekt

101148463 — LIFE23-NAT-HU-Biodiverse City LIFE



**Az Európai Unió
társfinanszírozásával**



Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	2
2026. évi kommunikációs feladatok – összefoglaló checklist	4
Lakossági bevonás, önkéntesség, kitelepülések	4
Tájékoztatás (offline), megjelenés	4
Kommunikációs kampányok	4
Oktatási tevékenység	4
Dokumentálás és tartalomgyártás	4
Online és közösségi média jelenlét	5
Sajtókapcsolatok	5
Monitoring és értékelés	5
Hálózatépítés és szakmai együttműködések	5
1. Bevezető	6
2. „Alapfelmérés a helyi lakosok városi zöldterületek használatához való hozzáállásáról” című kérdőíves vizsgálat eredményeinek összefoglalása, a felmérést végzők következtetéseivel és javaslataival	6
3. Kommunikációs prioritások 2026-ban	8
3.1 Budapest a természet fővárosa	9
3.2 A kommunikáció stratégiai fókuszterületei	9
3.3 A kommunikáció stratégiai célcsoportjai 2026-ban	12
3.4 Pályázat szerinti konkrét kommunikációs tevékenységek és azok célcsoportjai	13
T.5.2–T.5.3 Folyamatos közösségi média tevékenység és projektoldalak frissítése	13
T.5.4 Tájékoztató táblák elhelyezése a projekt helyszínein	14
T.5.6 Tudatosságnövelő és bevonási kampány	14
T.5.7 Városvédő Hősök önkéntes program	15
T.5.8 Oktatási program a fiatalok számára városszerte	16
5.12 Hálózatok kialakítása más LIFE és európai uniós projektekkel	17
4. Összefoglaló	19

2026. évi kommunikációs feladatok – összefoglaló checklist

Lakossági bevonás, önkéntesség, kitelepülések

- ✓ Legalább három olyan terepi esemény megszervezése, ahol lakosok és önkéntesek közvetlenül részt vesznek természetvédelmi beavatkozásokban (pl. Tétényi-fennsík cserjeirtás, Mocsáros erdőtelepítés). Cél: minimum 150 fő bevonása a három esemény összesített részvételével.
- ✓ A Városvédő Hősök önkéntes program folyamatos működtetése, toborzás közösségi médián, MME-hálózaton és helyi civil szervezeteken keresztül.
- ✓ Legalább három kitelepülés LIFE Biodiverz standdal más szervezetek által szervezett nagy forgalmú eseményeken (pl. Vivicitá, Föld Napja Konferencia stb.).

Tájékoztató (offline), megjelenés

- ✓ Tájékoztató táblák kihelyezése mindhárom projektterületre (Mocsáros, Tétényi-fennsík, Kőérberek-Örmező).
- ✓ Öt budapesti vadvirágos rétre információs táblák kihelyezése a méhlegelők szerepének bemutatására.
- ✓ 2026-ban megvalósul a projekt arculatához illeszkedő szóróanyagok tervezése, gyártása, valamint olyan eszközök tervezése és gyártása, amelyekkel egységes lesz a különböző eseményeken és rendezvényeken a megjelenés.

Kommunikációs kampányok

- ✓ A pályázat szerinti átfogó tudatoságnövelő és bevonási kampány megvalósítása, melynek központi eleme a Pásztornapok interaktív rendezvény. Cél: 125 000 fő elérése 2026-ban (a projekt teljes 500 000 fős céljának éves arányos része). A kampány részeként interaktív programelemek biztosítása (például pásztorkutyás bemutatók, kézműves foglalkozások, szakmai túrák, tematikus workshopok).

Oktatási tevékenység

- ✓ A budapesti iskoláskorú gyermekek számára tervezett **oktatási program** tárgyévra eső egyes elemeinek megvalósítása (foglalkozások, terepi programok, tananyagok).

Dokumentálás és tartalomgyártás

- ✓ Folyamatos fotó- és videódokumentáció készítése minden jelentősebb eseményről és természetvédelmi beavatkozásról.
- ✓ Rövid összefoglaló videó elkészítése a 2026-os év folyamán az aktuális tevékenységekről.
- ✓ A projekt végén készülő dokumentumfilmhez szükséges vágóképek és szakértői interjúk rögzítése az év folyamán.

Online és közösségi média jelenlét

- ✓ Folyamatos online és közösségi média kommunikáció, különösen:
 - eseményekről (lakossági fórumok, önkéntes akciók, kutyás érzékenyítő programok),
 - szakmai beavatkozásokról (pl. cserjeirtás, legeltetés),
 - tematikus, nem projekthez kötött, de szakmailag releváns tartalmakról (pl. beporzók napja, védett növények virágzása, birkanyírás a Mocsároson).
- ✓ A projektoldalak folyamatos frissítése a Városháza és a partnerek felületein.

Sajtókapcsolatok

Az esemény hírértékétől függően országos, regionális és helyi médiumokkal, valamint környezetvédelmi és szakmai sajtóorgánumokkal való aktív együttműködés fenntartása annak érdekében, hogy a projekt céljai, eredményei és társadalmi jelentősége hitelesen és széles körben eljusson a lakossághoz, szakmai szereplőkhöz és döntéshozókhoz. Ezáltal az üzenetek hiteles, közérthető és következetes kommunikálása, valamint a pozitív megjelenések és szakmai láthatóság erősítése.

Monitoring és értékelés

- ✓ A médiamegjelenések és online aktivitások folyamatos monitorozása és dokumentálása.
- ✓ Év végi kommunikációs összefoglaló elkészítése (eredmények, elérések, tanulságok).

Hálózatépítés és szakmai együttműködések

- ✓ A projekt szakmai beágyazottságát erősítő hálózatépítési stratégia kidolgozása.
- ✓ Részvétel és előadások tartása szakmai konferenciákon, rendezvényeken, ahol a projekt eredményei, módszerei és tanulságai bemutatathatók.

1.Bevezető

A 2026-os kommunikációs terv a LIFE Biodiverz Város projekt 2025-ben elfogadott kommunikációs stratégiájára épül, és szerves folytatása a projekt első éves kommunikációs tervének. A stratégia szerint minden évben részletes kommunikációs terv készül, amely szorosan kapcsolódik az adott időszak szakmai céljaihoz és előrehaladásához.

A kommunikációs stratégia meghatározta a projekt fő irányvonalait, az alkalmazandó csatornákat, a tartalom-előállítás folyamatát, valamint a felelős szereplőket. Az éves kommunikációs terv feladata mindezek operatív szintre fordítása: annak meghatározása, hogy az adott év során milyen konkrét kommunikációs feladatokat valósítunk meg.

A 2026-os terv kialakításakor figyelembe vettük a 2025 második felében elvégzett „Alapfelmérés a helyi lakosok városi zöldterületek használatához való hozzáállásáról” című kérdőíves vizsgálat eredményeit. Az itt feltárt lakossági attitűdök, igények és visszajelzések meghatározó szerepet játszottak a kommunikációs prioritások kialakításában.

2. „Alapfelmérés a helyi lakosok városi zöldterületek használatához való hozzáállásáról” című kérdőíves vizsgálat eredményeinek összefoglalása, a felmérést végzők következtetéseivel és javaslataival

A kérdőív nem volt reprezentatív a három projekt mintaterületre vonatkozólag és a budapesti lakosságra vetítve sem (nem is volt cél), viszont mivel az aktív használókat célozta (a terepi és a fórumokon történő személyes, illetve a célzott helyi és budapesti közösségi média felületeken történő terjesztés), így nagyon fontos figyelembe venni és különösen hasznos, hogy ők mit gondolnak a projektterületek használatáról, védelméről, fejlesztéséről.

A projektterületek esetében a közelben élőket sikerült elérni a legnagyobb százalékban (70%), ami szintén pozitív eredmény. A kitöltők között a hölgyek (60-73%) és a felsőfokú végzettségűek (77-84%) voltak túlsúlyban, és kevésbé értük el a 26 év alatti korosztályt (1-3%). A demográfiai adatok alapján a fiatalabb korosztály számára célzott kommunikációt javaslunk a projektről.

Az eredmények azt mutatták, hogy a projekt ismertsége változó a projekt egyes helyszínein (Mocsároson 27%, Őrmező-Kőérberek területén 43%, a Tétényi-fennsíkon 55% nem hallott még a projektről), ezért fontosnak tartjuk a folyamatos információáramlást a helyi lakosok és látogatók számára. A kitöltők nagy százaléka (70% fölött) jelezte mindhárom helyszínen, hogy szeretne további információkat kapni a területek természeti értékeiről, a projektről és a látogatás feltételeiről; ez utóbbiról mutatkozott a legnagyobb igény a helyi kérdőívek esetében.

A budapesti kérdőív esetén a vadvirágos gyepekről is szívesen vennének információt a válaszadók. Preferált tájékoztatási platformoknak látszanak **a közösségi médiafelületek és a honlap**, de emellett **a helyi újság** is a visszajelzések alapján jó csatorna lehet a projekt eredményeinek és üzeneteinek folyamatos kommunikációjára.

A kitöltők kiemelten nagy százaléka tartotta (inkább vagy teljesen) fontosnak (94-100%) a városi természetközeli területek meglétét és ökológia állapotának javítását mindegyik projektterületen. A budapesti online kérdőívben is magas volt ezen területek, illetve a városi védett természeti területek létének fontosságát és azok ökológiai állapotának javítását (inkább vagy teljesen) támogató vélemények aránya (98-99%). Ez azt jelenti, hogy ezeknek a területeknek a fontosságát már nem kell bizonygatni, hanem érdemes a projekthez kapcsolódó konkrét ismeretekre koncentrálni a kommunikáció során.

Mindegyik projektterületen változó volt a fajok ismerete. A Mocsároson és a Tétényi-fennsíkron található fajokat viszonylag nagy százalékban (50% fölött) eltalálták, de még itt is magas volt mindegyik felsorolt faj esetében a nem tudom válaszok aránya (20% fölött), és sok tévesztést tettek a területre nem jellemző fajok esetében (Mocsáros: 16-52%, Tétényi-fennsík: 43-54%). A Mocsároson eddig is erős volt a projekt kommunikációja és médiamegjelenése, a Tétényi fennsíkron pedig a tanösvény táblái szolgálnak hasznos információval a fajokról, ami magyarázhatja a viszonylag jó teljesítményt. Az eredmények alapján összességében azt 43 javasoljuk, hogy érdemes több célzott, a területeken található kiemelt fajokra vonatkozó információt nyújtani az odalátogatók számára.

A területek jelenlegi állapotát tekintve nem feltétlenül tudják jól megítélni a kérdőívek kitöltői a terület egyes élőhelyeinek (gyepes területek, erdős foltok) tényleges ökológiai állapotát. Erre abból következtethetünk, hogy pl. a Mocsároson a kitöltők többsége (inkább vagy teljesen) jónak tartotta a gyepes (56-69%) területek állapotát a túllegeltetés ellenére, a Tétényi fennsíkron pedig a gyepes (69%) területek és az erdős (65%) foltok állapotát is, pedig mindkettő rekonstrukcióra szorul. Érdemes tehát magyarázni a kiinduló állapotot, hogy a beavatkozások elfogadottsága is növekedhessen. A gyepes területeken a magasabb gyepszintet és a természetbarát kaszálást a kitöltők többsége (inkább vagy teljesen) támogatta (Mocsáros: 73%, Őrmező-Kőérberek: 92%, budapesti online kérdőív: 95%), de a Mocsároson 11% volt a kevésbé vagy egyáltalán nem támogatók aránya, amire érdemes odafigyelni, és magyarázni ennek ökológiai hasznát a kommunikáció során.

A legeltetés és annak megszervezése kiemelt jelentőségű a projektben a Mocsároson és a Tétényi-fennsíkron, de ennek megítélése nem egységes a válaszadók körében. A Mocsároson már van tapasztalat ebben a tekintetben, de itt a túllegeltetés megszüntetése cél, ami a legelő állatok egyedszámának csökkenésével oldható meg. A Tétényi-fennsíkron pedig a projekt keretein belül szeretnék kialakítani a legeltetést, ami a terület változó részeinek villanypásztorral történő lekerítését is jelenti. A legeltetés és a legelő állatok jelenléte ugyan a többség számára (inkább vagy teljesen) pozitív mindkét területen (Mocsáros: 60%, Tétényi fennsík: 77%), és a budapesti online kérdőív szerint is (84%), de vannak ellenzők is. A villanypásztor megítélése még megosztóbb, itt alacsonyabb a pozitív vélemények aránya (Mocsáros: 32%, Tétényi-fennsík: 49%). A villanypásztorral lekerített terület tekintetében a látogatók egy része úgy érezheti, hogy a bejárható területből vesz el egy részt (Tétényi fennsík: 58%), ezért is jelenthet egyeseknek problémát. A Mocsároson az állatlétszám csökkentését is többen elleneztek (21%). **Ezek a vélemények arra mutatnak rá, hogy ugyan jó esély van a városi legeltetés népszerűségére a lakosok és látogatók körében, de a megszervezés mikéntje és annak kommunikációja kulcsfontosságú. Egyrészt fontos az elegendő sétaútvonal biztosítása, hogy a látogatók ne érezzék a bejárható útvonalak csökkenését, másrészt a beavatkozások (legeltetés**

beindítása a Tétényi-fennsík, a legelő állatok egyedszámának csökkenése a Mocsáros) mögött meghúzódó természetvédelmi szempontokat érdemes jobban magyarázni az ott lakók és odalátogatók számára.

Az inváziós idegenhonos fajokból álló, degradált erdős foltok átalakítása is megosztó kérdés a kitöltők körében. A válaszadók többsége ugyan (inkább vagy teljesen) támogató (Mocsáros: 72%, Őrmező-Kőérberek: 68%, Tétényi-fennsík: 77%, budapesti online kérdőív: 82%), de megjelennek az ellenzők is. Az ellenzők számára a problémát az jelentheti, hogy átmenetileg vagy egyes helyeken véglegesen csökkenhet az árnyékot adó fás csoportok kiterjedése, ami számukra értéket jelent (Mocsáros: 47%, Tétényi-fennsík: 22%). **Ezeknél a beavatkozásoknál is fontos az odalátogatók számára a szakszerű, de közérthető magyarázat a beavatkozások mögötti természetvédelmi szempontokról.**

A kutyasétáltatás témakörében szintén többféle véleménnyel találkozhattunk. Mindhárom projektterületen magas volt a kutyasétáltató kitöltők aránya (Mocsáros: 39%, Őrmező Kőérberek: 23%, Tétényi-fennsík: 49%), és a budapesti online kérdőívben is kiemelt volt ez a cél (22%) a természetközeli területek látogatása során. A kutyasétáltatás megítélése is vegyes. A Mocsároson a kitöltők 39%-a szerint a póráz nélkül sétáltatott kutyák (inkább vagy teljesen) zavarhatják a legelő állatokat. A Tétényi-fennsík, ahol a kitöltők 30%-át (inkább vagy teljesen) zavarja a sok póráz nélküli kutya, és 64% szerint sok a kutyaürülék (inkább vagy 44 teljesen egyetért ezzel). A véleménykülönbség abban is megjelenik, hogy mennyire fogadják el a védett természeti területen létező szabályt, miszerint csak pórázon lehet kutyát sétáltatni. Az (inkább vagy teljesen) ellenzők aránya viszonylag magas volt a Mocsároson (30%) és a Tétényi-fennsík (40%) is. A Tétényi-fennsík, ahol a kutyaürülék probléma, a kitöltők 96% a (inkább vagy teljesen) elfogadta, hogy össze kell szedni a kutyaürüléket. Itt azonban nincs jelenleg erre a célra kihelyezett hulladékgyűjtő. A válaszok alapján a kutyasétáltatók számára fontos a célzott, magyarázó információ közvetítése a szabályokról, azok természetvédelmi jelentőségéről. A Tétényi-fennsík, a Mocsároshoz hasonlóan érdemes kukát kihelyezni a kutyaürülék számára.

A korlátozások között szerepel, hogy a Mocsároson és a Tétényi-fennsík csak a kijelölt útvonalakon lehet sétálni, a Tétényi-fennsík nem lehet biciklizni, illetve az Őrmező Kőérberek területe csak tudományos céllal, engedéllyel látogatható. Ezeknek az elfogadottsága változó, és vannak ellenzők (Mocsároson: 23%, Tétényi-fennsík: séta csak kijelölt útvonalon: 30%, biciklizés tilos: 16%, Őrmező-Kőérberek: 34% kevésbé vagy egyáltalán nem fogadja el a korlátozást). Ezek az eredmények arra hívják fel a figyelmet, hogy érdemes ezen korlátozásokról is információt nyújtani mindegyik projektterületen.

3. Kommunikációs prioritások 2026-ban

2025-ben a kommunikáció fő célja az volt, hogy a projekt minél láthatóbb legyen, és ezzel előkészítsük a későbbi lakossági bevonást. Kiemelten fontos volt, hogy tájékoztassuk a beavatkozási területek (Mocsáros, Tétényi-fennsík, Kőérberek-Őrmező) közelében élőket, és lehetőség szerint bevonjuk őket az élőhely-helyreállítási munkákba. Ennek része volt például a Mocsáros környékén élőkkal folytatott párbeszéd az erdőátalakítással járó fakitermelésről, valamint lakossági fórumok szervezése mindhárom helyszínen. Elkészült a projektet bemutató

aloldal is a budapest.hu-n és a projektpartnerek weboldalain is, ahol folyamatosan frissítettük a legfontosabb híreket.

3.1 Budapest a természet fővárosa

2026-ban célunk, hogy a projekthez egy könnyen megjegyezhető, egységes ernaűüzenetet alakítsunk ki, amely nemcsak összeköti a három projektterületet, hanem egyben tágabb értelmzési keretet is ad a projekt egészének.

Ennek érdekében kerestük azt az üzenetet, amely képes egységbe rendezni a projekt egyes tevékenységeit, és közérthetően megfogalmazni annak lényegét. Kiindulópontunk, hogy Budapest – európai összehasonlításban is – kiemelkedő természeti értékekkel rendelkező főváros. Ennek tudatosítása segíti annak megértését is, miért van szükség a projektben tervezett természetvédelmi beavatkozásokra, ezért ennek hangsúlyos kommunikációja 2026-ban kiemelt cél.

A fenti gondolatokra építve egy olyan ernaűüzenetet vezetünk be, amely állandó eleme lesz a projekt kommunikációjának. Javasoljuk, hogy a „**Budapest a természet fővárosa**” szlogent a jövőben minden, a projekthez kapcsolódó kommunikációban használjuk.

3.2 A kommunikáció stratégiai fókussterületei

A kommunikáció egyik kiemelt célja a három projektterület természeti értékeinek megismertetése és tudatosítása, valamint a területhasználati szabályok és látogatási feltételek közérthető bemutatása. **Fontos, hogy a lakosság számára egyértelművé váljon, miért szükséges ezeknek a szabályoknak a betartása, és hogy a természetvédelmi szempontok szerint fenntartott területek milyen előnyökkel járnak számukra, különös tekintettel a klímaadaptációra és az életminőség javulására.**

A kommunikáció során hangsúlyt kap annak bemutatása is, hogy az egyes természetvédelmi kezeléseik és beavatkozások milyen hosszú távú pozitív hatásokat eredményeznek. Ez hozzájárul a projekt társadalmi elfogadottságának erősítéséhez és a beavatkozások mögötti szakmai célok megértéséhez.

A lakossági bevonás növelése érdekében törekedni kell arra, hogy a projekt szakmai tevékenységeihez kapcsolódóan, lehetőség szerint minden jelentősebb természetvédelmi célú beavatkozás mentén, olyan események valósuljanak meg, amelyekhez az érintettek közvetlenül is kapcsolódhatnak. A bevonó események elsődleges célja az aktív állampolgári részvétel ösztönzése, az önkéntesek számának növelése, valamint a projekt iránti elköteleződés erősítése.

A bevonási tevékenységek tervezése során folyamatos egyeztetés szükséges a szakmai és kommunikációs szakemberek között annak érdekében, hogy a tervezett beavatkozásokhoz időben és tartalmilag illeszkedő kommunikáció kapcsolódjon. Ennek részeként minden esetben érdemes végiggondolni, hogy az adott szakmai lépésekhez milyen közvetlen vagy közvetett lakossági programok rendelhetők. *Példa a szakmai tevékenységhez kapcsolódó bevonásra: Mocsáros erdőtelepítésre meghívni a környéken élő lakosságot.*

A lakossági elérést és bevonást erősíti a nem kifejezetten a projekt által szervezett, de tematikusan kapcsolódó eseményeken való megjelenés is. A 2025-ben elindított jó gyakorlat folytatása indokolt, valamint az ilyen lehetőségek folyamatos monitorozása szükséges. Ilyen események lehetnek például a Vivicittá futóversenyhez vagy a Városháza Föld Napja Konferenciához kapcsolódó kitelepülések, amelyek révén nemcsak a szélesebb lakosság, hanem a szakmai érdeklődők is megszólíthatók.

A kommunikáció egységességét támogatja az arculati kézikönyv véglegesítése, amelynek minden elemében segítenie kell a konzorciumi partnerek munkáját. Ennek kialakítása során szükséges beépíteni az eddigi kommunikációs anyagokra érkezett visszajelzéseket. Ezzel párhuzamosan 2026-ban megkezdődik a konkrét kommunikációs eszközök (pl. szóróanyagok, „merch” elemek) gyártása és terjesztése is.

A kommunikációs fókuszok közé tartozik a projekt tevékenységeinek folyamatos, vizuális eszközökkel történő dokumentálása és közérthető bemutatása. Ennek részeként az év során több, rövidebb videó készítése indokolt, amelyek az aktuális fejleményeket, a terepi munkák előrehaladását és a projektterületek átalakulásának fontosabb állomásait mutatják be. A helyszíni események és szakmai beavatkozások alatt rendszeresen szükséges vágóképek rögzítése. Emellett kiemelt feladat a projektben részt vevő szakemberekkel készített interjúk felvétele, amelyek szakmai háttérrel és személyes nézőpontot adnak a bemutatott tevékenységekhez. A folyamatosan gyűjtött videós és fotós tartalmak nemcsak a mindennapi kommunikációt támogatják, hanem alapvető építőelemei lesznek annak a dokumentumfilmnek is, amely a projekt utolsó éveiben készül el és átfogóan mutatja be a hét év alatt megvalósult eredményeket és változásokat.

Ebben az évben elindul a kutyatulajdonosok érzékenyítését célzó kommunikáció is, amely a projekt egyik új, kiemelt fókuszterületévé válik. Az elmúlt években Budapesten látványosan emelkedett a kutyatartók száma: míg korábban néhány százezerre becsülték a fővárosban élő kutyák számát, ma már 600–700 ezer ebbel számolnak a szakértők, ami jól mutatja, hogy a kutyatartás a városi életforma egyre meghatározóbb részévé vált. Fontos, hogy a konzorciumi partnerek következetesen és egységesen kommunikálják az ezzel kapcsolatos tevékenységeket, hogy minél több érintett lakoshoz eljussanak az üzenetek. A cél annak bemutatása, hogy a felelős kutyasétáltatás miként járul hozzá a természetvédelmi célok megvalósításához, hogyan segíti a projektterületek élővilágának védelmét, és milyen konkrét szabályok betartása szükséges a konfliktusok megelőzéséhez.

3.3 A kommunikáció stratégiai célcsoportjai 2026-ban

- A projekt kommunikációjának elsődleges célcsoportját a beavatkozási területek közvetlen környezetében élők és a helyi közösségek jelentik. A projekt sikere nagymértékben azon múlik, hogy az érintett területeken élők és területhasználók támogatják-e a beavatkozásokat. Ennek érdekében kiemelt cél a folyamatos tájékoztatásuk és aktív bevonásuk. Fontos, hogy megismerjék a területek adottságait és a tervezett beavatkozásokat, valamint azonosulni tudjanak a projekt céljaival. Erősödjön tehát a felelős területhasználati szemlélet, hogy az érintettek mindennapi területhasználati gyakorlataik során figyelembe vegyék a természeti értékek megóvásának szempontjait is. Hosszabb távon pedig erősödjön bennük a „tulajdonosi” szemlélet, büszkék legyenek a területre, és lehetőség szerint részt vállaljanak a beavatkozások megvalósításában, illetve a fenntartásban.
- Szintén kiemelt célcsoportot jelentenek a területet használók, akik nem minden esetben helyi lakosok, ugyanakkor a két csoport között jelentős átfedés lehet. Az aktív területhasználók esetében különösen fontos, hogy pontos és közérthető információkat kapjanak a területhasználat feltételeiről, szabályairól, valamint arról, hogy jelenlétük és tevékenységük milyen hatással van a természetes élőhelyekre. Ezen belül kiemelt figyelmet igényelnek a gyakori használói csoportok, így különösen a kutyatulajdonosok, a kirándulók, a sportolók és a lovasok.
- A természet- és környezetvédelem iránt elkötelezett helyi civil szervezetek szintén fontos célcsoportot jelentenek. Törekedni kell arra, hogy mindhárom projektterület esetében kialakuljon együttműködés olyan helyi partnerekkel, akik aktívan részt vesznek az információk közvetítésében, a lakosság megszólításában, és támogatják a projekt céljainak megvalósítását. Az ilyen szervezetek bevonása hozzájárul a projekt beágyazottságának erősítéséhez és a hosszú távú fenntarthatósághoz.
- A projekt megszólítja az érdeklődő szakembereket is, hiszen az itt felhalmozott tudás és tapasztalat túlmutat a helyi szinten. A szakmai közönség bevonása konferenciákon, szakmai rendezvényeken való részvételen, valamint tudományos és szakmai publikációkon keresztül valósul meg. A projekt célja, hogy az alkalmazott innovatív megoldások szélesebb körben is megismerhetők és adaptálhatók legyenek.
- Külön célcsoportot jelentenek a budapesti iskoláskorú gyermekek, akik számára a projekt keretében önálló, fővárosi szintű oktatási program valósul meg. Ennek célja a természeti értékek megismertetése és a környezettudatos szemlélet formálása már fiatal korban.
- Másodlagos célcsoportként jelennek meg Budapest lakosai, az ő esetükben a kommunikáció célja a városi természetes élőhelyek és természetvédelmi területek megismertetése, valamint a projekt céljainak és eredményeinek bemutatása. Ez hozzájárul a szélesebb társadalmi szemléletformáláshoz, valamint az elért eredmények hosszú távú megőrzéséhez.

3.4 Pályázat szerinti konkrét kommunikációs tevékenységek és azok célcsoportjai

T.5.2–T.5.3 Folyamatos közösségi média tevékenység és projektoldalak frissítése

A tevékenység célja a projekt folyamatos láthatóságának biztosítása, valamint a szakmai előrehaladás közérthető bemutatása digitális csatornákon keresztül. Ennek keretében rendszeresen megjelennek hírek és tartalmak a Városháza közösségi média felületein, valamint a partnerek dedikált projektoldalain.

A kommunikáció fontos eleme, hogy minden jelentősebb természetvédelmi beavatkozáshoz kapcsolódjon megfelelő megjelenés, például önkéntes események vagy helyszíni programok szervezésével. Ilyen lehet például a cserjeirtási vagy faültetési akciók kommunikációja, amelyek egyszerre szolgálják a tájékoztatást és a lakossági bevonást. A kommunikációs tevékenység része továbbá a beavatkozásokkal kapcsolatos esetleges lakossági kérdések, aggályok és ellenérzések kezelése, amelynek célja a konfliktusok megelőzése, illetve a megalapozott, közérthető tájékoztatáson keresztüli elfogadás elősegítése, különös tekintettel a természetvédelmi beavatkozások szakmai indokoltságának bemutatására. Ennek része a projektet érintő esetleges félreértések és dezinformációk kialakulásának megelőzése, amelynek érdekében a hivatalos, ellenőrzött információk proaktív és következetes közlése kiemelt jelentőséggel bír.

A tartalmak formátuma igazodik a célcsoportok médiafogyasztási szokásaihoz: rövid, közérthető szöveges posztok, illetve vizuális elemekkel (pl. fotók, rövid videók) kiegészített bejegyzések mutatják be a projekt aktuális eseményeit, eredményeit és érdekességeit. Kiegészítő szempontként fontos figyelembe venni, hogy a projekt eddigi kommunikációja a 26 év alatti korosztályt csak korlátozott mértékben érte el, miközben a fiatal generáció megszólítása kiemelt jelentőségű, hiszen hosszú távon ők lesznek a természetvédelmi szemlélet és a fenntartható városi működés meghatározó szereplői. Ennek érdekében a projektkommunikáció során fokozott figyelmet szükséges fordítani azon a digitális platformokra, formátumokra (rövid, vizuálisan erős, könnyen megosztható tartalmak) és kommunikációs eszközökre, amelyeket a fiatalabb célcsoport aktívan használ.

A Főváros feladata a tartalmak koordinálása és megosztása a kommunikációs munkacsoport tagjaival, ezáltal biztosítva, hogy a projekt üzenetei a konzorciumi partnerek saját felületein is megjelenjenek. Ez a gyakorlat erősíti az elérést és támogatja az egységes kommunikációt.

A tevékenység része továbbá a közösségi média megjelenések folyamatos nyomon követése. Ennek érdekében szükséges a médiamegjelenések strukturált gyűjtése és dokumentálása, amely hozzájárul a kommunikáció hatékonyságának értékeléséhez és a későbbi tervezéshez.

Célcsoport:

Elsődlegesen Budapest lakossága, különösen a projekterületek környezetében élők és az aktív területhasználók; másodlagosan az érdeklődő szakemberek és a helyi civil szervezetek.

T.5.4 Tájékoztató táblák elhelyezése a projekt helyszínein

A tevékenység célja, hogy a projekterületeken közvetlenül, a helyszínen is biztosított legyen az alapvető információk hozzáférhetősége, és ezáltal növekedjen a látogatók tájékozottsága, valamint a természetvédelmi szempontok megértése.

A projekt keretében mindhárom helyszínen információs táblák kerülnek kihelyezésre, amelyek közérthető módon mutatják be az adott terület természeti értékeit, a kapcsolódó természetvédelmi kezeléseket, valamint a projekt céljait. A táblák rövid áttekintést adnak a LIFE programról is. A tartalmak kétnyelvű formában jelennek meg.

A táblákon megjelenik az ernyőüzenet, valamint a látogatás szabályai és keretei, egyszerű, könnyen értelmezhető, figyelemfelkeltő piktogramokkal támogatva. A cél, hogy a látogatók gyorsan és egyértelműen átlássák, mit szabad és mit nem az adott területen.

Az elhelyezés során törekedni kell arra, hogy a táblák olyan frekventált pontokra kerüljenek, ahol a látogatók nagy valószínűséggel találkoznak velük. Ilyen helyszínek lehetnek például bejáratok, népszerű pihenő- és találkozóponatok, illetve intenzíven használt sétaútvonalak menti csomópontok.

Feladat továbbá a projekterületeken elhelyezett tájékoztató táblák mellett a főváros vadvirágos rétjein olyan információs táblák kihelyezése, amelyek közérthetően bemutatják a méhlegelők szerepét és jelentőségét. Ezek a táblák segítik megértetni a lakossággal, hogy a természetesebb, „rendezetlennek” tűnő növényzet valójában fontos ökológiai funkciókat lát el, támogatja a beporzókat, javítja a városi biodiverzitást, és hosszú távon a klímaadaptációt is szolgálja.

Célcsoport: Elsődlegesen a projekterületek környezetében élők és az aktív területhasználók (pl. kirándulók, kutyások, sportolók); másodlagosan minden, a területeket alkalmasszerűen látogató érdeklődő.

T.5.6 Tudatosságnövelő és bevonási kampány

A kampány célja a városi biodiverzitás és a természetvédelmi szemlélet erősítése, valamint a fenntartható területhasználati gyakorlatok népszerűsítése. A kommunikáció középpontjában annak bemutatása áll, hogy a természetközeli kezeléseket – például a gyepgazdálkodás vagy a legeltetés – miként járulnak hozzá a biológiai sokféleség megőrzéséhez, valamint a városi életminőség javításához. Ezzel párhuzamosan a kampány célja a lakosság aktív részvételének növelése és az önkéntes programba (T.5.7) való bekapcsolódás ösztönzése.

A kampány gerincét interaktív, élményalapú rendezvények adják, amelyek különböző városi zöldterületeken valósulnak meg. A helyszínek és időpontok kiválasztásánál kiemelt szempont, hogy a célcsoportok számára könnyen elérhetőek legyenek, és biztosított legyen a megfelelő látogatottság. Ennek megfelelően érdemes olyan, eleve nagy forgalmú vagy népszerű eseményekhez, helyszínekhez kapcsolódni, amelyek növelik az elérés hatékonyságát, ilyen lehet például a Gyereksziget.

A rendezvények központi eleme a „Légy pásztor egy napra” program, amely játékos, ugyanakkor edukatív módon mutatja be a természetvédelmi kezelések és a hagyományos tájhasználat kapcsolatát. A programelemek kialakításánál fontos, hogy a látogatók élményszerű módon ismerkedjenek meg a pásztorérettel, és ezen keresztül értsék meg a legeltetés szerepét a természetes élőhelyek fenntartásában.

Ennek érdekében a programkínálat kiegészülhet olyan, a pásztorodáshoz kapcsolódó interaktív elemekkel, mint például pásztorokutya bemutatók, a pásztoréletet bemutató élő interpretációs elemek, beöltözési lehetőségek, illetve különféle eszközök kipróbálása. Emellett kézműves foglalkozások – például gyapjúhoz kapcsolódó workshopok, nemezelés – is erősíthetik a tematika élményszerű feldolgozását. Kiemelt cél, hogy ezek az elemek ne önálló programként jelenjenek meg, hanem egyértelműen kapcsolják össze a pásztoréletet a természetvédelmi célokkal, és segítsék a látogatókat a mögöttes összefüggések megértésében.

A programkínálat emellett több szinten épül fel: vezetett szakmai túrák, tematikus workshopok és szakértői bemutatók (pl. botanikai, madártani), valamint célzott események, amelyek egy-egy speciális célcsoport megszólítására irányulnak, például madármegfigyelő séták, kisebb létszámú túrák vagy kutyatartóknak szóló, természetbarát területhasználatot bemutató programok.

A kommunikáció minden elemében egységesen jelenik meg a projekt ernyőüzenete: **„Budapest a természet fővárosa”**, amely keretet ad a kampány tartalmainak, és összekapcsolja az egyes programelemeket.

A kampány megvalósítása során kiemelt szempont az egységes megjelenés biztosítása, amelyet az arculati elemek következetes használata és a rendezvényeken alkalmazott fizikai kommunikációs eszközök (pl. rollupok, molinók, installációk) támogatnak.

Célcsoport:

Elsődlegesen Budapest lakossága – különös tekintettel a családokra, gyerekekre, fiatalokra –, másodlagosan a környezettudatos életmód iránt nyitott városhasználók, helyi civil szervezetek és az érdeklődő szakmai közönség.

T.5.7 Városvédő Hősök önkéntes program

A Városvédő Hősök önkéntes program a projekt egyik kulcseleme, amely a projekt korai szakaszában indul, és a teljes megvalósítási időszakon át folyamatosan működik. Célja, hogy

növelje a lakosság aktív részvételét, erősítse a természetvédelmi szemléletet, és közvetlen bevonódási lehetőséget biztosítson az élőhely-helyreállítási és monitoring tevékenységekbe.

Az önkéntes program elsősorban a projektterületeken (Mocsáros, Tétényi-fennsík) és a kapcsolódó városi zöldterületeken valósul meg, és lehetőséget teremt arra, hogy a résztvevők személyes tapasztalatokon keresztül kapcsolódjanak a természetvédelmi beavatkozásokhoz. Ez nemcsak a projekt társadalmi támogatottságát erősíti, hanem hozzájárul az érintettek hosszú távú elköteleződésének kialakulásához is.

Az önkéntesek toborzása több csatornán keresztül történik: a közösségi médián, a Magyar Madártani és Természetvédelmi Egyesület hálózatán, valamint a projektterületekhez kapcsolódó helyi civil szervezeteken keresztül. A toborzást erősíti a tudatosságnövelő és bevonási kampány (T.5.6), amely szélesebb közönség számára is láthatóvá teszi a bekapcsolódási lehetőségeket.

Az önkéntes program többféle tevékenységi lehetőséget kínál, amelyek különböző érdeklődésű és elkötelezettségű résztvevők bevonását teszik lehetővé:

- **Élőhely-helyreállítási tevékenységek:**
A résztvevők közreműködnek a projektterületek fizikai állapotának javításában, például területtisztítási és tereprendezési munkákban, illetve invazív, idegenhonos fajok visszaszorításában.
- **Monitoring és dokumentáció:**
Az önkéntesek részt vesznek az alapfelmérésekben és a helyreállítási folyamatok nyomon követésében. Ennek része a változások dokumentálása, valamint a tapasztalatok és eredmények közérthető kommunikációjának támogatása.
- **Adatgyűjtés és megfigyelés:**
A program lehetőséget biztosít arra, hogy a résztvevők bekapcsolódjanak a városi élővilág megfigyelésébe, különösen gyakori, könnyen azonosítható, de adathiányos fajok esetében. A gyűjtött adatokat az MME Monitoring Központja fogadja, és szakmai keretek között dolgozza fel. A felmérések koordinációját az MME szakmai csoportjai biztosítják.

Célcsoport:

Elsődlegesen a projektterületek környezetében élők és az aktív, bevonódásra nyitott városlakók; továbbá a természet- és környezetvédelem iránt érdeklődő lakosság és helyi civil közösségek; másodlagosan az érdeklődő szakmai szereplők és az önkéntes tevékenységek iránt nyitott fiatalok és diákok.

T.5.8 Oktatási program a fiatalok számára városszerte

A projekt keretében megvalósuló oktatási program célja, hogy a fiatal korosztály számára már korai életkorban megalapozza a természetvédelmi szemléletet, és felhívja a figyelmet a városi biodiverzitás jelentőségére, valamint a zöldterületek fenntartható használatára. A program

hosszú távú célja, hogy a megszerzett tudás és tapasztalatok révén egy környezettudatosabb, aktívabb generáció alakuljon ki.

Az oktatási program a teljes projekt időszak alatt a tanévhez igazodva biztosítja a projekthez való csatlakozási lehetőséget. A programelemek összeállításánál arra törekedtünk, hogy a lehető legtöbb intézményi és pedagógiai igényt lefedjék: csoportoknak/osztályoknak, teljes iskoláknak, tantermi, külső helyszíni és terepi programlehetőségeket is biztosítunk. A foglalkozások kisebb csoportokban zajlanak, lehetővé téve az interaktív, élményalapú tanulást és a különböző korosztályokhoz igazított tartalomátadást. A program a projekt teljes időtartama alatt több ezer diák elérését célozza, éves bontásban is jól tervezhető ütemezéssel.

2026-ban kiemelt fókusz az oktatási tevékenységek aktív lebonyolítása, ennek részeként:

- interaktív és gyakorlati foglalkozások szervezése, amelyek közvetlen élményeken keresztül vonják be a gyermekeket,
- környezet- és természetvédelmi témájú iskolai órák és workshopok megvalósítása,
- valamint olyan programok biztosítása, amelyek lehetőséget adnak a diákoknak a természetvédelmi kérdések gyakorlati megismerésére.

A célcsoport elsősorban a projektterületekhez kapcsolódó városrészek iskoláiból, valamint a tágabb budapesti térségből kerül ki. A program fontos eleme, hogy ne csak tantermi környezetben valósuljon meg, hanem helyszíni tapasztalatszerzési lehetőséget is biztosítson: a résztvevők terepi foglalkozások keretében látogatást tehetnek a projektterületeken, illetve a Vadvirágos Budapest program helyszínein, ahol közvetlenül is megismerhetik a természetvédelmi beavatkozásokat és azok hatásait.

A tematikus tartalmak kialakítása életkor-specifikusan történik, igazodva a különböző korosztályok ismeretszintjéhez és érdeklődéséhez. A program gerincét a városi élővilág bemutatása, a természetközeli területkezelés szerepének megértése, valamint a fenntartható városhasználat alapelveinek átadása adja.

Az oktatási program szorosan kapcsolódik a projekt többi kommunikációs és bevonási eleméhez, és fontos szerepet játszik abban, hogy a fiatal generáció ne csak befogadója, hanem hosszabb távon aktív alakítója is legyen a városi természetvédelemnek.

Célcsoport:

Elsődlegesen budapesti iskoláskorú gyermekek és fiatalok, különös tekintettel a projektterületek környezetében élőkre; másodlagosan pedagógusok, oktatási intézmények és a környezeti nevelésben aktív civil szervezetek.

5.12 Hálózatok kialakítása más LIFE és európai uniós projektekkel

A Biodiverz Város LIFE projekt célja, hogy ne elszigetelten működjön, hanem aktívan kapcsolódjon más, hasonló célkitűzésű európai uniós finanszírozású kezdeményezésekhez. A

projekt nemcsak a korábbi és jelenleg futó LIFE és egyéb EU-s projektek tapasztalataira és bevált gyakorlataira épít, hanem törekszik új együttműködések és szinergiák kialakítására is, különös tekintettel a frissen induló LIFE és Horizont programokra.

A hálózatépítés célja a tudásmegosztás, a módszertani tapasztalatcsere, valamint az innovatív megoldások szélesebb körű terjesztése. Ez hozzájárul a projekt szakmai minőségének erősítéséhez, valamint ahhoz, hogy a létrejövő eredmények más városokban és projekteken is hasznosíthatók legyenek.

2026-ban kiemelt feladat a hálózatépítés tudatos megalapozása, ennek részeként:

- egy hálózatépítési stratégia kidolgozása,
- Benne a hálózatépítés céljainak és elvárt eredményeinek meghatározása,
- valamint a kapcsolódó tevékenységek ütemezése, különös tekintettel a projekt középső szakaszában induló aktív kapcsolatépítési folyamatokra.

A hálózatépítési stratégia biztosítja, hogy a projekt ne esetleges módon, hanem tudatosan kialakított partnerségek mentén kapcsolódjon más kezdeményezésekhez, és maximalizálja az együttműködésekkel származó szakmai és kommunikációs előnyöket.

Célcsoport:

Elsődlegesen hazai és nemzetközi szakmai szereplők, más LIFE és EU-finanszírozású projektek konzorciumai, valamint kutató- és szakmai intézmények; másodlagosan döntéshozók és a szakpolitikai szint szereplői.

4. Összefoglaló

A 2026-os kommunikációs tevékenységek célja, hogy a projekt szakmai megvalósításával szoros összhangban, folyamatosan biztosítsa a tájékoztatást, a szemléletformálást és a társadalmi bevonást. A kommunikáció alapelve, hogy nem külön működik a szakmai tevékenységek mellett, hanem azokhoz igazodva, azokat végigkísérve valósul meg: folyamatosan határozzuk meg azokat a tevékenységeket, eseményeket és eredményeket, amelyek kommunikációs szempontból relevánsak.

A kommunikáció megvalósítása több, egymásra épülő tevékenységen keresztül történik. Ezek közé tartozik a folyamatos online jelenlét (közösségi média és projektoldalak), a helyszíni tájékoztatás (információs táblák), a tudatosságnövelő és bevonási kampány, az önkéntes program, valamint a városi szintű oktatási program. Emellett kiemelt szerepet kap a szakmai kapcsolatok építése és a nemzetközi együttműködések erősítése is.

A kommunikáció célzottan szólítja meg a különböző célcsoportokat: a projektterületek környezetében élőket és aktív területhasználókat, a budapesti lakosság szélesebb körét, a fiatalokat, a civil szervezeteket és a szakmai közösséget egyaránt.

A kommunikáció folyamatosan követi a szakmai munkát: nemcsak tájékoztat, hanem arra is ösztönzi az embereket, hogy bekapcsolódjanak, és hosszabb távon is támogassák a projekt céljait.