

**getliņi** eko

**Vides izglītības un komunikācijas  
stratēģija 2025.–2027. gadam**

# Saturs

## Stratēģijā izmantotie termini

1. Vides izglītības aktivitātes 2022. – 2024. gadā
2. Vides izglītības un komunikācijas plānotās aktivitātes 2025. - 2027. gadā
  - 2.1. Mērķauditorija
  - 2.2. Aktivitātes Vides izglītības centrā: Ekskursijas poligonā
  - 2.3. Vides izglītības centra atpūtas zonas izveide
  - 2.4. Jaunu eksponātu izveide
  - 2.5. “Zaļā klase” Ulbrokas pērlē
  - 2.6. Vides izglītības centra izveide Rīgā
  - 2.7. Sabiedrības atbalsta aktivitātes: Aktivitātes poligonā un ārpus poligona – dalība pasākumos, semināros, konferencēs u.c.
  - 2.8. Pieejamības uzlabošanas pasākumi
  - 2.9. Komunikācijas mērķi
  - 2.10. Sabiedrības izglītošanas kampaņas
  - 2.11. Sociālie tīkli
  - 2.12. Mediji
  - 2.13. Informācijas pieejamība
  - 2.14. Pētījumi
  - 2.15. Zīmola attīstība
3. Kvantitatīvie rādītāji
  - 3.1. Plānotās aktivitātes sociālajos tīklos Stratēģijas darbības periodā
  - 3.2. Plānotais izglītojošo pasākumu apjoms 2025.–2027. gadā
  - 3.3. Plānotais uzlabojums respondentu īpatsvarā sabiedriskās domas aptaujā, kas tiek veikta reizi divos gados

## Stratēģijā izmantotie termini un saīsinājumi

**ES** – Eiropas Savienība

**Getliņi EKO** – SIA “Getliņi EKO” – stratēģijas tekstā, aprakstot uzņēmumu, tiek lietots nosaukums Getliņi EKO.

**Stratēģija** – Getliņi EKO Vides izglītības un komunikācijas stratēģija 2025.–2027. gadam. Tekstā tiek pieminēta arī Vidēja termiņa darbības stratēģija, taču tai tiek izmantots cits saīsinājums (skat. zemāk)

**VIC** – Getliņi EKO Vides izglītības centrs

**VTDS** – Getliņi EKO Vidēja termiņa darbības stratēģija

**“Zaļā klase”** – nodarbību telpa Ropažu novada pašvaldības kultūras centrā “Ulbrokas pērle”, kurā, saskaņā ar Getliņi EKO noslēgto līgumu ar Ropažu novada pašvaldību tiek nodrošinātas vides izglītības nodarbības.

Vides izglītības un komunikācijas stratēģija 2025. – 2027. gadam (turpmāk – Stratēģija) ir iekšējās plānošanas dokuments, kas paredzēts iekšējai lietošanai kā papildinājums Getliņi EKO Vidēja termiņa darbības stratēģijai (turpmāk - VTDS), izvērsot lielāku detalizāciju sasniedzamo mērķu, uzdevumu un apjomu precizēšanai.

Viens no VTDS nefinanšu mērķiem ir “izglītot sabiedrību vides aizsardzības un atkritumu apsaimniekošanas jautājumos, kas palīdzētu līdz 2035. gadam samazināt apglabājamo sadzīves atkritumu apjomu līdz 10% no nešķiroto sadzīves atkritumu apjoma”. Lai to realizētu, Stratēģijā iekļautas konkrētākas darbības, ko iecerēts veikt mērķa sasniegšanai.

## **1. Vides izglītības aktivitātes 2022. – 2024. gadā**

2022. gadā rudenī tika atklātas jaunas Vides izglītības centra (turpmāk – VIC) telpas, kas ir bijis nozīmīgs atskaites un atspēriena punkts nodaļas attīstībai. Pateicoties tam, radās iespēja uzņemt lielāku ekskursantu grupas, un jau 2022. gadā tika sasniegts rekordliels ekskursantu skaits – 7982 apmeklētāji. Turpmāk ar katru gadu šis skaitlis ir turpinājis augt, sasniedzot maksimālo ekskursiju kapacitāti, optimāli saglabājot to robežās 8000-8500 apmeklētāju līdz 400 grupām, ko plānots saglabāt arī turpmāk.

Globālās pandēmijas ietekmē 2022. gadā ekskursijas tika organizētas gan klātienē, gan tiešsaistes platformā “Zoom”. Tomēr tā paša gada beigās, atgriežoties iespējai vadīt ekskursijas klātienē, Vides izglītības centrs (turpmāk – VIC) atteicās no tiešsaistes ekskursiju formāta, dodot priekšroku klātienē ekskursijām. Tā kā galvenā poligona apmeklētāju mērķauditorija ir Rīgā un Pierīgā dzīvojošie, kuriem pieejamas gan vairākas sabiedriskā transporta opcijas, gan arī personīgā transporta iespēja, klātienē nodarbību pieprasījums joprojām pārsniedz piedāvājumu. Attālinātās ekskursijas būtu nozīmīgākas, ja VIC prioritāri izvēlētos uzrunāt reģionos dzīvojošos, taču tā uzskatāma par sekundāru auditoriju. Turklāt klātienē formāts ļauj precīzāk izprast ekskursijā apskatīto jautājumu loku, jo ekskursanti sajūt poligonā notiekošos procesus ar visām maņām.

2023. gadā uzņēmumā teritorijā pabeigts jaunizveidots maršruts. Ekskursantiem nodrošināta iespēja pienākt tuvāk šķirošanas rūpnīcai un bioloģiski noārdāmo atkritumu pārstrādes kompleksam. VIC telpas tika papildinātas ar jauniem eksponātiem, kas ļauj interaktīvā veidā apgūt poligona āra ekskursijas daļā apskatītās tēmas. Iegādāta arī gida audio sistēma, kas nodrošina labu gida balsi dzirdamību visiem ekskursijas dalībniekiem un dod iespēju gidam uzņemt vienā ekskursijā par 14 viesiem vairāk nekā tas bija iepriekšējos gados – līdz 44 cilvēkiem. No 2022. līdz 2024. gadam būtiski uzlabojumi veikti arī ekskursijas pakalpojuma pieejamībā – izveidota ērta tiešsaistes pieteikuma forma.

2024. gadā maršruts pilnveidots arī ar diviem āra LED ekrāniem, kuri demonstrē procesus, kas notiek šķirošanas rūpnīcā un bioloģisko noārdāmo atkritumu pārstrādes kompleksa infrastruktūrā. Kopš 2024. gada beigām ir iespēja arī uzbraukt kalnā ar ekskursiju autobusu.

Turpmāk ekskursija poligonā ietver:

Poligona āra daļa un tas apskates punkti:

- kontrolpunkts;
- atkritumu šķirošana;
- šķirošanas rūpnīca;
- bioloģiski noārdāmo atkritumu pārstrādes komplekss;
- infiltrāta dīķi;
- iekāpšana autobusā – stāsts par veco kalnu (rekultivētā izgāztuve);
- uzbaukšana ar autobusu aktīvajā kalna daļā (mūsdienu atkritumu apglabāšanas šūnas);
- stāsts par energobloku;
- izkāpšana no autobusa – siltumnīca.

Ekskursijas noslēgums notiek VIC iekštelpās. Tajā tiek rādīti dažādi vizuāli materiāli, videomateriāli. Ekskursantiem ir iespēja piedalīties diskusijās, spēlēt viktorīnas un saņemt atbildes uz sev interesējošajiem jautājumiem, kā arī ir iespēja interaktīvi darboties ar izglītojošiem eksponātiem.

Vides izglītības aktivitātes no 2022. līdz 2024. gadam ietvēra arī aktivitātes ārpus ekskursiju poligona – dažāda formāta dalības sarunu festivālā "Lampa", dalību "Clean R Grupas" organizētajā vides apziņas veicināšanas konceptvietā "Šūna" ar pirmo "Tomātu festivālu" u.c.

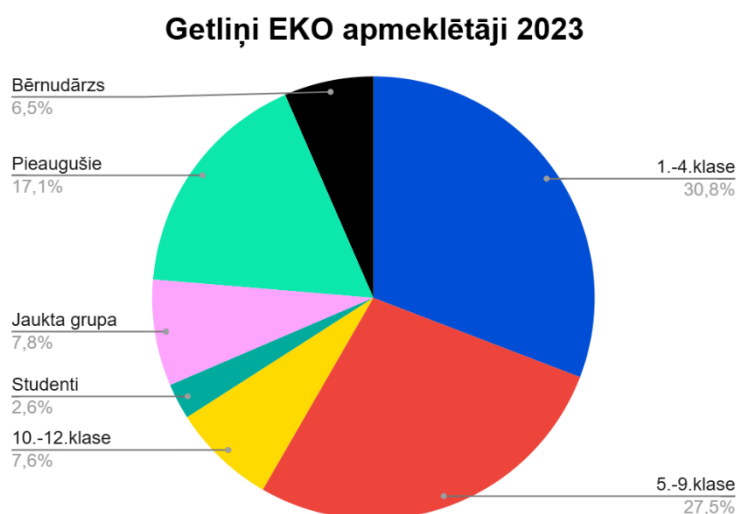
## **2. Vides izglītības un komunikācijas plānotās aktivitātes 2025.–2027. gadā**

### **2.1. Mērķauditorija**

Mērķauditorija jau tikusi precīzi definēta Vides izglītības un komunikācijas darbības stratēģijā no 2022. līdz 2024. gadam. Primārā auditorija nemainīgi paliek Rīgas un Pierīgas iedzīvotāji, ar Pierīgu saprotot Pierīgas atkritumu apsaimniekošanas reģionu – Mārupes novads, Olaines novads, Ķekavas novads, Salaspils novads, Ropažu novads, Siguldas novads, Ādažu novads, Ogres novads, Bauskas novads. Sekundārā auditorija ir visi Latvijas iedzīvotāji, kā arī ārzemju viesi – piemēram, citu poligonu pārstāvji, studenti, amatpersonas u.c.

Lielākā apmeklētāju daļa pašlaik ir skolēni (65.9%), stabilā otrajā vietā ir pieaugušo auditorija (17,1%). Nākotnē plānots pastiprināti piesaistīt pieaugušo auditoriju, ņemot vērā šīs auditorijas ietekmes sfēru un iespēju veikt reālas pārmaiņas – piemēram, pasūtīt konteineru nama apsaimniekotājam, iegādāties tvertnes šķirošanai mājās u.c. Pieaugušo auditorija ļauj precīzāk nodot vēstījumu, kā arī tuvoties Stratēģijā definēto mērķu piepildīšanai. Tāpat ir nepieciešams palielināt studentu apmeklētāju īpatsvaru.

Auditorijas sadalījums 2023. gadā:



## 2.2. Aktivitātes Vides izglītības centrā: Ekskursijas poligonā

Ņemot vērā 2022.–2024. gada periodā veikto virkni ar uzlabojumiem un papildinājumiem ekskursijas maršrutā un norisē kopumā, 2025.–2027. gada periodā paredzēts lielāku uzsvaru likt uz Getliņu poligona popularizēšanu ārpus poligona, lai veicinātu jaunas kvalitatīvas auditorijas piesaisti.

Pēc pētījuma<sup>1</sup> kā viena no sabiedrības paradumu maiņas veicinošākajām pieredzēm ir poligona apmeklējums, līdz ar to šis izglītošanas formāts ir būtisks un neaizstājams. Ir svarīgi saglabāt personīgu pieeju katram apmeklētājam.

Lai nodrošinātu kvalitatīvu ekskursiju saturu un sniegtu aktuālāko informāciju poligona apmeklētājiem – tostarp arī nozares studentiem un ekspertiem gan no Latvijas, gan ārvalstīm – ekskursiju gidiem nepieciešama regulāra profesionālā pilnveide. Tas ietver gan lokālu, gan starptautisku objektu apmeklēšanu atkritumu apsaimniekošanas, pārstrādes, enerģijas ražošanas un citās saistītās sfērās, pasākumu apmeklēšanu atbilstoši nozares aktualitātēm, kā arī apmācības ekskursijas snieguma pilnveidei – piemēram, darbā ar dažādām sabiedrības grupām un runas vai prezentēšanas mākslas attīstībai. Zinoši ekskursiju vadītāji ceļ uzņēmuma reputāciju un prestižu.

## 2.3. Vides izglītības centra atpūtas zonas izveide

Apmeklējot citus zinātnes centrus un izglītības centrus gan Latvijā, gan ārvalstīs, vairākos no tiem atrodama atsevišķa sadaļa ar tematisko literatūru un zona, kurā apmeklētājs var apskatīt dažādas grāmatas vai uzskates materiālus par centram aktuālo tēmu.

<sup>1</sup> "Pavirzīšanas ietekme uz māsaimniecību atkritumu pārvaldīšanas paradumiem" (Izp-2020/1-303). Vidzemes augstskola (2021–2023). Anna Broka, Inga Belousa, Agnese Dāvidsone, Gerda Ajanta Gaile, Anna Karolīna Ozola, Andris Saulītis, Vineta Silkāne, Jana Simanovska, Linda Veliverronena.

Līdz šim novērots, ka VIC apmeklētāji mēdz uzturēties telpās arī pirms vai pēc ekskursiju norises – piemēram, lai sagaidītu sabiedrisko transportu vai grupas biedrus, kas ierodas ar citu auto. Tāpat atpūtas zona var veikt aktivitātes funkciju arī ekskursijas ietvaros paralēli citiem VIC telpās atrodamajiem interaktīvajiem objektiem.

Atpūtas zonā plānots izvietot grāmatas par vidi, ekoloģiju un atkritumu apsaimniekošanu, spēles un citus nozarei saistošus uzskates materiālus. Atpūtas zonas realizēšanai nepieciešama mēbeļu, uzskates materiālu, spēļu un grāmatu iegāde. Plānots, ka materiāli būs piemēroti dažādām vecuma grupām un laika gaitā tie tiks papildināti.

#### **2.4. Jaunu eksponātu izveide**

Tāpat 2025.–2027. gada periodā paredzēts veidot arī jaunus eksponātus. Tie var būt gan statiski un pielāgoti speciāli VIC telpu parametriem, veidojot stilistiski vienotu ansambli ar jau esošajiem eksponātiem, gan arī mobili, lai varētu tikt izmantoti ne tikai VIC, bet arī aktivitātēm ārpus poligona teritorijas. Piemēram, virtuālās realitātes eksponāts, kura saturs var tikt mainīts un adaptēts dažādām situācijām un saturam. Ar mobilu eksponātu palīdzību iespējams paplašināt to aktivitāšu klāstu, ar kurām iespējams piesaistīt poligonam jaunus apmeklētājus.

Jaunu eksponātu veidošana tiks izvērtēta pēc nepieciešamības, ņemot vērā pieejamo budžetu, ekskursijās skatāmo tēmu klāstu un vajadzību pēc to interaktīva izklāsta nodarbību papildināšanai.

2023. gadā tika izveidots Ceļojošais eksponāts “Izmests nav zudis”, kas kopš pabeigšanas ir bijis izvietots vairākās lokācijās – Rīgas Tehniskās universitātes Zinātnes centrā “Futurimo”, Latvijas Universitātes Dabas mājā, Salaspils Botāniskā dārza izglītības centrā “Botania”, kā arī sarunu festivālā “Lampa”. Arī turpmākajos gados ir paredzēts šo eksponātu turpināt izvietot tematiski iederīgās vietās, kuras apmeklē VIC potenciālā mērķauditorija – piemēram, citos zinātnes centros, universitātēs u.c. Pastāvīgi tiek veikta izpēte, izraugoties atbilstošāko lokāciju tā tālākai izvietošanai.

#### **2.5. “Zaļā klase” Ulbrokas pērlē**

Getliņi EKO 2020. gada otrajā pusē Kultūras centra “Ulbrokas Pērle” “Zaļajā klasē” uzsāka vadīt izglītojošas vides nodarbības skolēniem un citiem interesentiem. “Zaļā klase” jeb vides izglītības klase ir nodarbību telpa, kas tapusi saskaņā ar Ropažu novada pašvaldības un Getliņi EKO noslēgto līgumu par sadarbību vides izglītības jomā. “Zaļās klases” līgums ir pagarināts līdz 2029. gadam, turpinot nodrošināt aktivitātes Ropažu novada skolēniem, kā arī citām interesentu grupām.

Getliņi EKO veido nodarbību saturu, kas piemērojams bērnudārza audzēkņiem, pamatskolas un vidusskolas skolēniem, kā arī citām sabiedrības grupām, radot priekšstatu par vides aizsardzības, atkritumu apsaimniekošanas, atkritumu dalītas vākšanas, dabas resursu u.c. ar vides aizsardzību saistītām jomām. Arī turpmākajos gados plānots izglītēt dažādu vecumu mērķauditorijas.

“Zaļajā klasē” tiek izglītoti galvenokārt Ropažu novada iedzīvotāji, jo uzņēmuma sadarbība ar pašvaldības iestādi turpinās ar mērķi mainīt sabiedrības paradumus un veicināt tās izpratni par atkritumu šķirošanu, to mazināšanu, kā arī ilgtspējas aspektiem un aprites ekonomiku, pamatojoties uz kopīgiem ilgtspējas mērķiem un līdzīgu redzējumu ilgtspējas mērķu virzībai sabiedrības izglītošanā.

Nodarbību saturā tiek izmantoti izveidotie eksponāti – piemēram, spēles “Atkritumu ceļš” un “BIO atkritumu šķirošana”, kā arī poligona 360 grādu spēle, ko iespējams izspēlēt speciāli iegādātās planšetēs. Nodarbību saturs tiek pielāgots konkrētā brīža aktualitātēm Getliņu poligonā un nozarē kopumā.

## **2.6. Vides izglītības centra izveide Rīgā**

Getliņi EKO VTDS iekļauta arī izglītības centra izveide Rīgā. Centra izveide ir atkarīga no vairākiem mainīgiem faktoriem, kas ir atkarīgi gan no pieejamajiem finanšu resursiem, gan telpu nodrošinājuma no Rīgas Valstpilsētas pašvaldības (vai cita telpu nodrošinātāja, atkarībā no projekta veida un nosacījumiem) u.c.

Laika periodā no 2025. līdz 2027. gadam ir paredzēts veikt pārrunas ar Rīgas Valstpilsētas pašvaldību, Klimata un enerģētikas ministriju, Viedās administrācijas un reģionālās attīstības ministriju, izveicot esošās situācijas izvērtējumu, Izglītības centru piesātinājumu Rīgā, izsverot iespējamo sadarbību ar citām Rīgas kapitālsabiedrībām, apskatīt līdzvērtīgus izglītības centrus Eiropā, kas izglīto par dažādiem aprites ekonomikas jautājumiem. Nozīmīgs faktors ir finansējuma piesaiste, tāpēc šajā periodā svarīgi izvērtēt arī dažādu piesaistes veidu variācijas – pašfinansējums, atbildīgās ministrijas, pašvaldības, Eiropas Savienības fondi u.c. Plānots organizēt arī fokusa grupu pētījumu, lai saprastu potenciālo apmeklētāju intereses, paradumus informācijas uztveršanā, gaidas par šāda centra izveidi un citus koncepta izstrādei stratēģiski nozīmīgus jautājumus.

## **2.7. Sabiedrības atbalsta aktivitātes: Aktivitātes poligonā un ārpus poligona – dalība pasākumos, semināros, konferencēs u.c.**

Getliņi EKO dalība aktivitātes, semināros un konferencēs ir būtisks elements Stratēģijā, kas ļauj demonstrēt kompetenci, sasniegt vides izglītības mērķus un dalīties ar labās prakses piemēriem, tādējādi veicinot uzņēmuma atpazīstamību un uzticamību gan nozares profesionāļu, gan sabiedrības vidū. Organizācijai ir būtiski arī komunicēt un veidot izpratni sabiedrības vidū par korupcijas novēršanu, labu pārvaldību un dažādības vadību.

Semināri un konferences ļauj uzņēmuma pārstāvjiem apmainīties ar jaunākajām zināšanām un tendencēm nozarē, kā arī iegūt vērtīgus ieskatus no citiem nozares ekspertiem un līderiem. Šāda veida tiklošanās palīdz veidot svarīgas partnerattiecības, kas var veicināt jaunu sadarbības iespēju rašanos, kopīgu projektu īstenošanu un inovāciju attīstību.

Dalība šajos pasākumos arī ļauj uzņēmumam aktīvi iesaistīties sabiedriskajās diskusijās par nozarei svarīgiem jautājumiem, veicinot regulējuma un politikas veidošanu, kas atbilst uzņēmuma ilgtermiņa mērķiem un vīzijai.



Tas ļauj Getliņi EKO būt priekšplānā, kad runa ir par nozares attīstību un veicināt pozitīvas izmaiņas, kas ir saskaņā ar uzņēmuma vērtībām un misiju. Tādējādi aktīva dalība nozīmīgos nozares pasākumos ne tikai veicina uzņēmuma zināšanu un kompetences stiprināšanu, bet arī sniedz tam iespēju veidot un uzturēt nozīmīgas attiecības, kas var būt izšķirošas turpmākai izaugsmei un ilgtspējīgai attīstībai.

Tā kā pamatauditorija, kuru nepieciešams turpināt aktīvi piesaistīt, ir studenti un pieaugušie, Vides izglītības un komunikācijas daļā jādomā par jauniem veidiem, kā piesaistīt šo auditorijas segmentu. Kā viens no šādiem veidiem ir identificēta izglītojošu pasākumu organizēšana gan Getliņu poligonā, gan ārpus tā.

Paralēli jau līdzšinējām aktivitātēm – tādām kā dalībai citu organizētos festivālos, konferencēs, semināros u.c., nepieciešams attīstīt arī virzienu, kas ietver pašu organizētus pasākumus gan individuāli, gan kopā ar sadarbības partneriem, kuru ietvaros ir iespējams efektīvi nodot mērķgrupām tām saistošo informāciju par poligonā notiekošajiem procesiem izklaidējoši izglītojošā veidā – piemēram, organizēt Senioru dienu, kuras ietvaros ar autobusu iespējams atvest interesentus uz poligonu un nodrošināt viņiem saistošu programmu. Stratēģijas darbības periodā iecerēts testēt dažādus izglītojošu pasākumu veidus, saprast interesi un iesaistes apjomu. Ar šādu pasākumu kopumu iespējams arī veicināt vietējās kopienas iesaisti.

Stratēģijas darbības periodā poligona teritorijā iecerēts atklāt Lietu apmaiņas punktu, lai veicinātu atkritumu samazināšanu un lietu apriti. Tas paver iespējas jaunam pasākumu kopumam – sadarbībām ar māksliniekiem, meistariem, amatniekiem, lai organizētu, piemēram, mēbeļu atjaunošanas kursus, velosipēdu labošanas darbnīcas.

Savukārt ārpus poligona plānots testēt tādas aktivitātes kā dalība izstādēs vai to organizēšana, sadarbība ar jaunajiem māksliniekiem u.c.

Plānots stiprināt ārējās sadarbības – piemēram, ar kapitālsabiedrībām, atkritumu apsaimniekotājiem un citiem nozares spēlētājiem, ar kuriem saskan vides izglītības mērķi un vīzija. Stratēģijas darbības periodā tiks izstrādāts sadarbības modelis arī ar jaunizveidoto Atkritumu apsaimniekošanas reģionālo centru, kura darbības pārziņā esošajā Viduslatvijas reģionālā attīstības plānā (2024–2028) ir jāveic arī sabiedrības izglītošana. Šādas aktivitātes var būt, piemēram, dalība pilsētas svētkos, konkrēto pašvaldību iedzīvotāju mērķtiecīga ekskursiju organizēšana Getliņu poligonā u.c.

## **2.8. Pieejamības uzlabošanas pasākumi**

Ņemot vērā uzstādījumu – pieejamas ekskursijas ikvienam –, kā arī faktu, ka Getliņi EKO ir sabiedriskā pakalpojuma sniedzējs, Stratēģijas darbības periodā nepieciešams identificēt nepieciešamos uzlabojumus gan pieejamas informācijas sniegšanā, gan vides pieejamības uzlabošanā.

2025. gada pirmajā pusē tiks veikts Invalīdu un viņu draugu apvienības "Apeirons" vides pieejamības audits ekskursiju maršrutam, pēc kura izvirzīs konkrētus mērķus tālākai VIC attīstībai, lai uzlabotu vides pieejamību dažādām sociālajām grupām. No 2025. līdz 2027. gadam iecerēts attīstīt izglītojošu piedāvājumu, kas ietver universālā dizaina ideju, tādā veidā padarot plašākas iespējas cilvēkiem ar dažāda veida invaliditāti piedalīties Getliņi EKO organizētajos pasākumos. Pēc nepieciešamības var

tikt veikts mājaslapas audits, atsevišķu sadaļu izveide mājaslapai atvieglotai informācijas uztveršanai vieglajā valodā u.c.

Lai uzlabotu uzņēmuma darbinieku spējas komunicēt un līdzdarboties ar dažādām sabiedrības grupām, plānots apmeklēt arī dažādus kursus un/vai pieaugušo neformālās izglītības programmas vai citus profesionālās kvalifikācijas celšanas pasākumus pēc nepieciešamības un piedāvājuma atbilstības mērķiem. Šāda veida apmācības attīsta empātiju, kā arī uzlabo zināšanu bāzi, kāda nepieciešama, lai kvalitatīvi strādātu, piemēram, ar cilvēkiem ar autiskā spektra traucējumiem, redzes vai dzirdes ierobežojumiem u.c.

## 2.9. Komunikācijas mērķi

Komunikācija ar sabiedrību ir nozīmīgs Getliņi EKO stratēģiskais elements, kas veicina sabiedrības informētību un iesaisti. Uzņēmuma mērķis ir izglītēt sabiedrību vides aizsardzības un atkritumu apsaimniekošanas jautājumos, kas palīdz virzīties uz jau pieminēto ES mērķi līdz 2035. gadam samazināt apglabājamo sadzīves atkritumu apjomu līdz 10% no kopējā nešķirotu sadzīves atkritumu apjoma.

Izvirzītie komunikācijas apakšmērķi nosaka skaidru virzību un stratēģiju Getliņi EKO komunikācijas kampaņām vai citām aktivitātēm. Komunikācijas apakšmērķi nodrošina pamatu, uz kura balstīt īstenotā novērtēšanu.

1. Veicināt sabiedrības izpratni par atkritumu apsaimniekošanas nozīmi: Informēt sabiedrību par pareizas apsaimniekošanas nozīmi, lai samazinātu negatīvo ietekmi uz vidi un veicinātu ilgtspējīgu resursu izmantošanu.
2. Palielināt izpratni par atkritumu samazināšanas un pārstrādes iespējām: Izglītēt sabiedrību par to, kā ikdienā samazināt radīto atkritumu apjomu, un informēt par iespējām pārstrādāt dažādus materiālus, tādējādi veicinot atkritumu apjoma samazināšanu kopumā.
3. Izglītēt par aprites ekonomikas principiem: Sniegt zināšanas par aprites ekonomiku un tās nozīmi resursu saglabāšanā un vides aizsardzībā, veicinot izpratni par preču dzīves ciklu un atkritumu pārstrādi kā daļu no ilgtspējīgas attīstības.
4. Palielināt dalību atkritumu šķirošanā: aicināt iedzīvotājus aktīvāk iesaistīties atkritumu šķirošanā, skaidrojot, kā to pareizi darīt, kādi ieguvumi ir no šķirošanas un kā tas palīdz samazināt atkritumu daudzumu, kas nonāk poligonos.
5. Veicināt sabiedrības līdzdalību vides aizsardzībā: Motivēt sabiedrību kļūt par aktīviem dalībniekiem vides aizsardzības procesos, iesaistoties uzņēmuma iniciatīvās, piemēram, atkritumu šķirošanas kampaņās, vides izglītības pasākumos un citās aktivitātēs.
6. Veidot uzņēmuma tēlu kā atbildīgu un ilgtspējīgu: Pozicionēt uzņēmumu kā lideri vides aizsardzības jomā, parādot tā ieguldījumus vides aizsardzībā un atkritumu samazināšanā, tādējādi stiprinot sabiedrības uzticību un lojalitāti.

Komunikācijas mērķu sasniegšanai tiks izmantotas visaptverošas sabiedrības izglītošanas kampaņas, sociālie tīkli, uzņēmuma iesaiste un dalība nozares pasākumos, uzņēmuma mājaslapa un citi rīki vai aktivitātes pēc nepieciešamības.

Sekojoši līdzīgie starptautiskie pieredzes, komunikācijā tiks ietverts arī nozarei saistošs pasākumu kopums.

## **2.10. Sabiedrības izglītošanas kampaņas**

Integrēto kampaņu īstenošana ir viena no būtiskākajām Getliņi EKO aktivitātēm komunikācijā ar sabiedrību. Sabiedrības izglītošanas kampaņām ir izšķiroša nozīme sabiedrības vispārējā izglītošanā, jo tās palīdz veidot sabiedrības izpratni par atkritumu samazināšanu, šķirošanu, pārstrādi un ilgtspējīgu paradumu ieviešanu ikdienā. Uzņēmuma īstenotās kampaņas ir viens no veidiem, kā samazināt atkritumu daudzumu, kas nonāk poligonos.

Saskaņā ar Getliņi EKO tarifa sadaļu "Izmaksas sabiedrības izglītības pasākumu finansēšanai attiecīgajā atkritumu apsaimniekošanas reģionā", kas izvērtēts un apstiprināts Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijā (SPRK) Getliņi EKO īsteno sabiedrības izglītošanas kampaņas. Sabiedrības izglītošanas kampaņas par atkritumu samazināšanu, atkritumu šķirošanu, atkritumu pārstrādi un vides jautājumiem ir daļa no uzņēmuma darbības stratēģijas. Sabiedrības izglītošana kampaņu formātā ir nozīmīga vairāku iemeslu dēļ:

1. Valsts un Eiropas Savienības mērķu sasniegšana: Līdz 2035. gadam poligonos apglabājama atkritumu apjoms no radītā nedrīkst pārsniegt 10%, tāpēc paradumu maiņa sabiedrībā ir nepieciešama, veicot regulāru un sistemātisku izglītošanu.
2. Informācijas nodrošināšana: Izglītošanas kampaņas sniedz sabiedrībai mērķētu, korektu un pārbaudītu informāciju paradumu maiņas īstenošanai ikdienas sadzīvē.
3. Apziņas celšana: Izglītošanas kampaņas palīdz palielināt sabiedrības apziņu par atkritumu apsaimniekošanas problēmām un izaicinājumiem, piemēram, atkritumu poligona aizpildījumu, vēsturiski vecā kalna piesārņojumu u.c. Apziņas celšana ir viens no soļiem, lai kopīgi iesaistītos, meklētu risinājumus un veicinātu paradumu maiņu.
4. Atbildības veicināšana: Izglītošanas kampaņas veicina sabiedrības atbildību pret vidi. Jo sabiedrība vairāk saprot, kā viņu ikdienas izvēles un rīcības ietekmē vidi, jo vairāk sabiedrība ir motivēta rīkoties.

Kopš 2022. gada Getliņi EKO ir īstenojis 5 kampaņas un Stratēģijas darbības periodā apņemas turpināt sabiedrības izglītošanu ar visaptverošām sabiedrības izglītošanas kampaņām. Kampaņas ar tādu pašu regularitāti - 1-2 reizes gadā - arī turpmāk tiks organizētas ar nosacījumu, ka Stratēģijas darbības periodā tām tiks saglabāts līdzvērtīgs budžets kā līdz šim. Pirms un pēc katras kampaņas tiek veiktas iedzīvotāju socioloģiskās aptaujas, kas ļauj izvērtēt izvēlēto kampaņas risinājumu efektivitāti, kā arī pēc nepieciešamības pielāgot nākotnes kampaņu stratēģiju. Kampaņu tematika tiek pielāgota atbilstoši atkritumu apsaimniekošanas nozares aktualitātēm, valsts un ES mērķu sasniegšanai.

## 2.11. Sociālie tīkli

Stratēģijā sociālie tīkli ieņem būtisku lomu, lai informētu par vides izglītības jautājumiem.

Viena no dominējošākajām tendencēm šobrīd ir īsformāta video satura veidošana. Platformas kā "TikTok", "Instagram Reels", "Facebook Reels" un "Youtube Shorts" ir kļuvušas par galvenajiem rīkiem komunikācijā sociālajos tīklos. Šīs platformas ļauj īsā laikā nodot spēcīgu un emocionāli piesaistošu vēstījumu. Īsformāta video saturs, kas nereti ir 15 līdz 60 sekunžu garš, ir efektīvākais veids, kā piesaistīt sabiedrības uzmanību par uzņēmumam aktuālām tēmām. Šāda veida saturs ne tikai piesaista uzmanību, bet arī var veidot ievērojamu sasniedzamību.

Video, kas ir izklaidējoši un informatīvi rada zīmola atpazīstamību un uzticamību. Uzņēmumiem, kas spēj radoši un autentiski izmantot šo formātu, ir lielākas iespējas sasniegt plašu un daudzveidīgu auditoriju. Kopš 2021. gada Getliņi EKO ir attīstījis publicitāti "Facebook", "Instagram", "LinkedIn", pielāgojot saturu atbilstoši jaunākajām tendencēm Latvijā un pasaulē. 2024. gada sākumā Getliņi EKO aizsāka jaunas pieejas komunikāciju sociālo tīklu platformās ar video saturu, izveidojot lapu "TikTok" platformā. Jaunā pieeja ir ļāvusi sasniegt to auditoriju, kuru līdz šim nespējām sasniegt, kā arī radīt saturu atbilstoši jaunākajām sociālo tīklu tendencēm.

Sociālo tīklu satura veidošana kļūst aizvien sarežģītāka. Sociālie tīkli ir kļuvušas par ļoti piesātinātu vidi, kurā lietotāji katru dienu saskaras ar milzīgu informācijas apjomu no uzņēmumiem, satura veidotājiem un iedzīvotājiem. Katru dienu Latvijas sociālo tīklu vidū tiek publicēti tūkstošiem jaunu ierakstu, videoklipu un attēlu, un sabiedrībai kļūst arvien grūtāk izšķirt, kam pievērst uzmanību.

Noturēt sabiedrības interesi un iesaisti sociālo tīklu saturā būs arī viens no Getliņi EKO lielākajiem izaicinājumiem Vides izglītības un komunikācijas stratēģijas izpildē no 2025. līdz 2027. gadam. To veido vairāku apstākļu kopums, jo konkurence par lietotāju uzmanību ir ļoti intensīva. Katra organizācija cenšas radīt unikālu un saistošu saturu, lai izceltos pārējo vidū. Patērētāji ir kļuvušas prasīgāki attiecībā uz saturu, ko viņi patērē. Sabiedrība sagaida, ka tas būs ne tikai informatīvs vai izklaidējošs, bet arī autentisks un saistošs. Getliņi EKO satura veidošanas komandai būs jābūt arvien radošākiem un inovatīvākiem, lai noturētu auditorijas uzmanību mainīgos apstākļos.

## 2.12. Mediji

Getliņi EKO komunikācija ar medijiem ir nozīmīga uzņēmuma komunikācijas sastāvdaļa, kas veicina sabiedrības informētību, uzņēmuma reputācijas stiprināšanu un uzticības veidošanu. Lai arī klasisko mediju skaits un sasniedzamība gadu no gada sarūk, mediji kalpo kā galvenais posms starp uzņēmumu un plašāku sabiedrību, nodrošinot, ka uzņēmuma vēstījumi, iniciatīvas un sasniegumi tiek pareizi uztverti un izplatīti.

Sadarbība ar medijiem ļauj Getliņi EKO aktīvi piedalīties sabiedrības diskusijās, skaidrojot savus viedokļus un atbildot uz aktuāliem jautājumiem, kas saistīti ar atkritumu apsaimniekošanu. Tas palīdz uzņēmumam pozicionēt sevi kā nozares līderi un uzticamu ekspertu, kas ir apņēmies nodrošināt iedzīvotājiem sadzīvē nozīmīgu funkciju izpildi.

Sadarbība ar medijiem ļauj ātri un efektīvi reaģēt uz krīzes situācijām, sniedzot precīzu informāciju un novēršot dezinformāciju, tādējādi mazinot iespējamās reputācijas riskus. Mediju uzmanība arī veicina uzņēmuma iesaistīšanos uzņēmuma iniciatīvās, piemēram, izglītojošās kampaņās un citos sabiedrības iesaistes pasākumos. Tādējādi stratēģiska un labi pārdomāta komunikācija ar medijiem ir būtiska, lai veidotu pozitīvu uzņēmuma tēlu, veicinātu tā darbības caurspīdīgumu un stiprinātu saikni ar sabiedrību.

### **2.13. Informācijas pieejamība**

Uzņēmuma mājaslapa nodrošina pilna spektra informācijas pieejamību par uzņēmuma darbu, aktualitātēm, darbību, iniciatīvām un piedāvājumiem, vienlaikus izglītojot sabiedrību par ilgtspējību un atkritumu apsaimniekošanu. Tā ir vērsta uz sabiedrības iesaisti un atbalsta sniegšanu dažādām auditorijām – no iedzīvotājiem līdz uzņēmējiem. Mājaslapa sniedz ieskatu par uzņēmuma darbību poligonā, tostarp par gāzes izmantošanu, siltumnīcās audzētajiem produktiem (gurķiem un tomātiem) un citiem procesiem. Mājaslapa kalpo arī kā platforma, lai dalītos ar jaunumiem par uzņēmuma aktivitātēm, piemēram, pasākumiem vai izglītojošām aktivitātēm, kas saistītas ar aprites ekonomiku.

Organizācijas mājaslapa ir moderna, ar lietotājam draudzīgu interfeisu un mobilajām ierīcēm pielāgotu dizainu. Tā nodrošina ērtu piekļuvi nepieciešamajai informācijai un interaktīvām funkcijām, piemēram, pieteikšanās formām ekskursijām vai jautājumu iesniegšanai. Kopumā mājaslapa ir efektīvs rīks, kas apvieno uzņēmuma vērtības un praktisku informāciju, vienlaikus uzrunājot gan esošos klientus, gan potenciālos interesentus. Izvēlēto pieeju plānots arī turpināt šajā Stratēģijas periodā.

Mājaslapa Stratēģijas periodā turpinās sniegt aktuālu un detalizētu informāciju par uzņēmuma darbību, īpašu uzmanību pievēršot jaunām iniciatīvām un ilgtspējīgiem risinājumiem. Tāpat tiks papildināti izglītojošie materiāli par atkritumu apsaimniekošanu un aprites ekonomiku, lai mājaslapa arī turpmāk kalpotu par ērtu un pieejamu komunikācijas rīku.

### **2.14. Pētījumi**

Saskaņā ar 2024. gada 28. augusta valdes sēdē apstiprinātajiem "Noteikumiem par Pētniecības projektu īstenošanu SIA "Getliņi EKO" ", uzņēmumā tiek realizēti dažāda veida pētījumi. Daļa no pētījumu tēmu loka ir saistoša VIC un komunikācijas darbības veiksmīgai nodrošināšanai:

1. Sabiedrības paradumu pētījumi, piemēram:
  - Paradumi, kas saistīti ar atkritumu radīšanu un samazināšanu;
  - Šķirošanas prakses pētījumi;
  - Izpratne par klimata jautājumiem; aprites ekonomiku un citi.

Paradumu maiņas pētījumi tiek iekļauti arī katrā sociālajā kampaņā – pirms un pēc tās norises, lai pētītu iespējamo paradumu maiņu saistībā ar attiecīgās kampaņas mērķi.

Pie šādiem pētījumiem tiek pieskaitīts ik divus gadus veicamā sabiedriskās domas aptauja par iedzīvotāju šķirošanas paradumiem, iedzīvotāju zināšanām par Getliņi EKO darbības virzieniem u.c. Tajā ik reizi vērojami uzlabojumi iedzīvotāju zināšanu līmenī, un

turpmāki uzlabojumi iekļauti arī šīs Stratēģijas plānoto kvantitatīvo rezultātīvo rādītāju uzlabojumā.

Stratēģijas periodā paredzēts veikt vairākus pētījumus – tostarp eksperimentāla dizaina – par minētajām tēmām, veicot sadarbību ar zinošiem pētniekiem. Rezultātus iespējams izplatīt gan nozares kanālos, Getliņi EKO mājaslapā, kā arī izmantojot tālākai komunikācijas un izglītības aktivitāšu plānošanai.

## 2. Reputācijas pētījumi, piemēram:

- Apmierinātība ar Getliņi EKO sniegtajiem pakalpojumiem;
- Sabiedrības zināšanas par uzņēmuma procesiem;
- Pētījumi, kas saistīti ar ilgtspējīgas attīstības jomām, klimata pārmaiņu mazināšanu u.tml.

Pie šādiem pētījumiem var pieskaitīt, piemēram, Baltijas valstīs lielāko dzīvesstila pētījumu "Brand Capital". Šajā pētījumā 2023. gadā pirmo reizi tika iekļauts Getliņi EKO. Vides un vides apsaimniekošanas zīmolu reitingā secināts, ka Getliņi EKO ir visatpazīstamākais zīmols, apsteidzot "Latvijas Zaļais punkts", "CleanR", "Eco Baltia vide", "ZAAO" u.c. Aptaujas pamatā ir "Brand Capital" pētījums, kas ir plašākais zīmolu un dzīvesstila pētījums Baltijā, apkopojot datus par vairāk nekā 600 zīmoliem un 300 dzīvesstila jautājumiem.

Pēc nepieciešamības organizācija īsteno socioloģiskos pētījumus, lai analizētu iedzīvotāju zināšanas un izpratni par atkritumu apsaimniekošanas aktuālajiem jautājumiem. Šāda veida socioloģiskās kampaņas kalpo arī par pamatu, lai izvērtētu zīmola atpazīstamību.

### 2.15. Zīmola attīstība

Getliņi EKO zīmolu tiešā veidā reprezentē un veido visa veida komunikācija un izglītojošie pasākumi, un tie nevar tikt atrauti viens no otra. VTDS kā viens no nefinanšu mērķiem ir izglītot sabiedrību par poligona darbības virzieniem, stiprinot kapitālsabiedrības zīmolu un atpazīstamību.

Zīmola veidošana ir svarīga organizācijai, jo tā ietekmē uzņēmuma kopējo identitāti un to, kā tas tiek uztverts sabiedrībā. Veiksmīgi un stratēģiski veidots zīmols veicina atpazīstamību un palīdz izcelties konkurences vidē, nodrošinot, ka iedzīvotāji, partneri un plašāka sabiedrība skaidri saprot, ko uzņēmums pārstāv un kādas vērtības aizstāv. Veiksmīga zīmola reputācija var kļūt par Getliņi EKO galveno rīku komunikācijā ar iedzīvotājiem. Turklāt spēcīgs zīmols palīdz efektīvi stāstīt par savu misiju un vērtībām.

Turpinot zīmola attīstību, "Brand Capital" pētījumā tika identificēts, ka lielākie izaicinājumi saistīti ar vīriešu, jauniešu un krievvalodīgo auditorijas iesaisti. Sagaidāms, ka Stratēģijas darbības periodā ik gadu tiks iepirkti rezultāti no pētījuma veicēja par Getliņi EKO zīmola attīstību, lai spētu identificēt galvenos virzienus, kam pievērst uzmanību saziņā ar sabiedrību.

### 3. Kvantitatīvie rādītāji

#### 3.1. Plānotās aktivitātes sociālajos tīklos Stratēģijas darbības periodā

Sociālais tīkls	2025. gada 31. decembris	2026. gada 31. decembris	2027. gads 31. decembris
Facebook	<p>Sekotāju skaits: 13 500</p> <p>Sasniedzamība (Reach) sociālajos tīklos (1 cilvēks ir redzējis vismaz 1 "Getliņi EKO" ierakstu kādā no sociālajiem tīkliem: 500 000/gadā</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 ieraksti nedēļā</p>	<p>Sekotāju skaits: 14 000</p> <p>Sasniedzamība (Reach) sociālajos tīklos (1 cilvēks ir redzējis vismaz 1 "Getliņi EKO" ierakstu kādā no sociālajiem tīkliem: 500 000/gadā</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 ieraksti nedēļā</p>	<p>Sekotāju skaits: 14 500</p> <p>Sasniedzamība (Reach) sociālajos tīklos (1 cilvēks ir redzējis vismaz 1 "Getliņi EKO" ierakstu kādā no sociālajiem tīkliem: 500 000/gadā</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 ieraksti nedēļā</p>
Instagram	<p>Sekotāju skaits: 4000</p> <p>Sasniedzamība (Reach) sociālajos tīklos (1 cilvēks ir redzējis vismaz 1 "Getliņi EKO" ierakstu kādā no sociālajiem tīkliem: 300 000/gadā</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 ieraksti nedēļā</p>	<p>Sekotāju skaits: 4250</p> <p>Sasniedzamība (Reach) sociālajos tīklos (1 cilvēks ir redzējis vismaz 1 "Getliņi EKO" ierakstu kādā no sociālajiem tīkliem: 300 000/gadā</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 ieraksti nedēļā</p>	<p>Sekotāju skaits: 4500</p> <p>Sasniedzamība (Reach) sociālajos tīklos (1 cilvēks ir redzējis vismaz 1 "Getliņi EKO" ierakstu kādā no sociālajiem tīkliem: 300 000/gadā</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 ieraksti nedēļā</p>
TikTok	<p>Sekotāju skaits: 10 000</p> <p>Ierakstu organiskais skatījumu skaits kalendārā gada laikā: vismaz 1 000 000</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 video nedēļā</p>	<p>Sekotāju skaits: 11 000</p> <p>Ierakstu organiskais skatījumu skaits kalendārā gada laikā: vismaz 1 000 000</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 video nedēļā</p>	<p>Sekotāju skaits: 12 000</p> <p>Ierakstu organiskais skatījumu skaits kalendārā gada laikā: vismaz 1 000 000</p> <p>Ziņu publicēšanas biežums: vismaz 2 video nedēļā</p>

LinkedIn	Sekotāju skaits: 1000  Ziņu publicēšanas biežums: 1-2 ziņas nedēļā	Sekotāju skaits: 1300  Ziņu publicēšanas biežums: 1-2 ziņas nedēļā	Sekotāju skaits: 1600  Ziņu publicēšanas biežums: 1-2 ziņas nedēļā
----------	--------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

### 3.2. Plānotais izglītojošo pasākumu apjoms 2025.–2027. gadā

Lokācija	Apjoms 2025. gadā	Apjoms 2026. gadā	Apjoms 2027. gadā
Ekskursija Getliņu poligonā	Grupu skaits: 350 - 400  Ekskursantu skaits: 8000  Pieaugušo īpatsvars: 18%	Grupu skaits: 350 - 400  Ekskursantu skaits: 8000  Pieaugušo īpatsvars: 19%	Grupu skaits: 350 - 400  Ekskursantu skaits: 8000  Pieaugušo īpatsvars: 20%
Nozares pasākumi Getliņu poligonā (piemēram, VIC jubileja, nozares diskusijas, darba grupas)	2	2	2
Vides izglītības un komunikācijas daļas organizēti pasākumi plašākas sabiedrības izglītošanai Getliņu poligonā vai citā atbilstošā lokācijā (piemēram, Tomātu festivāls)	2	2	2
Nodarbības Ulbrokas pērles "Zaļajā klasē"	Grupu skaits: 90  Dalībnieku skaits: vismaz 2500	Grupu skaits: 90  Dalībnieku skaits: vismaz 2500	Grupu skaits: 90  Dalībnieku skaits: vismaz 2500



Getliņi EKO darbinieku dalība nozares konferencēs, semināros, diskusijās vai citos līdzvērtīgos publiskos pasākumos	3	3	3
Īstenoto sociālo kampaņu skaits (saskaņā ar apstiprināto budžetu un ja ņem vērā, ka tām tiek saglabāts līdzvērtīgs budžets 2022. un 2023. gadam)	1-2 gadā Auditorijas apjoms: 500 000 – 800 000	1-2 gadā Auditorijas apjoms: 500 000 – 800 000	1-2 gadā Auditorijas apjoms: 500 000 – 800 000
Pētījumi	1 uzsākts	1 uzsākts	1 uzsākts

### 3.3. Plānotais uzlabojums\* respondentu īpatsvarā sabiedriskās domas aptaujā, kas tiek veikta reizi divos gados

Jautājums	Bāzes vienība (2023. gada dati)	Mērķis 2025. gadā	Mērķis 2027. gadā
Vai Jūs/Jūsu ģimene šķirojat mājsaimniecības atkritumus?	71% šķiro	74% šķiro	77% šķiro
Vai Jūs zinājat, ka pārtikas atkritumus var izmantot komposta ražošanai?	77% zina	80% zina	83% zina
Vai Jūs zinājat, ka pārtikas atkritumus var izmantot biogāzes ražošanai?	66% zina	69% zina	72% zina
Vai Jūs zinājat, ka sadzīves atkritumus (poligonos) izmanto enerģijas ražošanai?	63% zina	66% zina	69% zina
Vai Jūs bijāt dzirdējis/-usi, ka, nesamazinoties tur nogādāto sadzīves atkritumu apjomam, Getliņu atkritumu poligons tuvāko 5-7 gadu laikā var tikt aizpildīts?	37% zina	41% zina	45% zina
Vai Jūs/Jūsu mājsaimniecība patlaban jau šķirojat BIO atkritumus?	24%	27%	29% šķiro

\* Jāņem vērā, ka plānotais uzlabojums, lai gan iekļauts VTDS, ir indikatīvs, un Vides izglītības un komunikācijas darbinieki nevar uzņemt pilnu atbildību par tā izpildi konkrētajā apmērā vairāku apstākļu dēļ: Getliņi EKO nav vienīgais uzņēmums, kas veic sabiedrības izglītošanas funkciju, turklāt šķirošanas apjomu var ietekmēt arī dažādas tehniskas nianšes – piemēram, konteineru pieejamība, izmaiņas šķirošanas noteikumos u.c.