

## EVALUATION DES KONZEPTS FÜR DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Klimaschutz ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die nur durch die Mitwirkung aller Akteure – insbesondere auch durch die Mitwirkung der Bürgerinnen und Bürger – gelingen kann. Für die erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen bedarf es daher mehr als rein technischer und planerischer Lösungen. Vielmehr bedarf es auch einer Änderung des menschlichen Verhaltens. Daher muss klimaschädlichem Handeln entgegengewirkt, klimaschützendes Verhalten gefördert und Zustimmung und Akzeptanz für die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen erlangt werden. Da Klimaschutzkonzepte nur dann Wirkung entfalten, wenn sie von allen relevanten Stakeholdern und Multiplikatoren mitgetragen und von der Bevölkerung wahrgenommen und unterstützt werden, sind wesentliche Erfolgsfaktoren daher eine schlüssige Kommunikation und eine Beteiligungskultur, die eine umfassende Information und eine aktive Mitwirkung ermöglicht. Alle relevanten Akteursgruppen – insbesondere die Bevölkerung - sollten frühzeitig und regelmäßig über kommunale Klimaschutzziele und -maßnahmen und den Stand ihrer Umsetzung informiert und soweit möglich daran beteiligt werden. Auf diese Weise kann die Akzeptanz aktueller und geplanter Maßnahmen erhöht und zu eigenem Handeln motiviert werden. Dementsprechend werden bei der Erstellung von Klimaschutzkonzepten eben solche Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit und Beteiligung eingefordert.

Im Rahmen der Erarbeitung des Klimaschutzkonzept der Landeshauptstadt Erfurt wurden einige Zielsetzungen und Maßnahmen zur Kommunikation des Klimaschutzkonzeptes erarbeitet. Im Rahmen der Evaluation des 2012 aufgestellten Klimaschutzkonzeptes der Landeshauptstadt Erfurt soll daher auch das Thema Kommunikation betrachtet werden.

### Die kommunikativen Ziele des Erfurter Klimaschutzkonzeptes

Das Thema Kommunikation wird im zu evaluierenden Klimaschutzkonzept (Handlungsleitfaden Klimaschutz aus dem Jahr 2012) im Kapitel „Organisation und Management“ (44 ff) behandelt. Dort wurden insbesondere kommunikative Ziele und Maßnahmen formuliert, die bei der Umsetzung und Verankerung des Erfurter Klimaschutzkonzeptes im öffentlichen Bewusstsein beitragen sollen. Als Ziele werden dort unter anderem aufgeführt:

- die Information und Beteiligung der Öffentlichkeit,
- die Sensibilisierung der Stakeholder für das Thema Klimaschutz,
- die Erhöhung der Akzeptanz und der Effektivität von Klimaschutz-Maßnahmen,
- das Erhalten der Legitimation für die Durchführung von Klimaschutzmaßnahmen,
- die Vereinbarung von verbindlichen, erreichbaren individuellen Klimazielen mit Stakeholdern,
- die Schaffung einer Klimaschutz-Agentur (mit den inhaltliche Schwerpunkten Energie- und Mobilität) zur Koordination der Öffentlichkeitsarbeit, der Durchführung von Kampagnen und der Beratung von Bürgern und Unternehmen,
- die Gewinnung und Einbindung von Unterstützenden zur Umsetzung des Handlungskonzeptes,
- die langfristige Etablierung einer Übereinkunft zwischen der Stadt Erfurt, den Bürger\*innen und der Wirtschaft für den Klimaschutz
- die Unterstützung von Klimaschutzaktivitäten von Bürger\*innen und Wirtschaft,
- die Entwicklung von Umsetzung zielgruppenorientierter und regional begrenzter Klimaschutzkampagnen,
- die Entwicklung von zielgruppengerechten Aktionen (in Kooperation mit Partnern) in den Bereichen Verkehrsverhalten, Energieeffizienz im Haushalt, Gebäudeenergieberatung und gebäudebezogener Nutzung erneuerbarer Energien (insbesondere solarer Energien)
- das Aufgreifen und nutzbar machen von regionalen und nationalen Initiativen,
- die Weiterentwicklung von städtischen Klimaschutz-Maßnahmen unter Beteiligung von Bürgern wie auch von Organisationen.

Neben diesen allgemeinen Maßnahmen und Zielsetzungen gibt es jedoch kein darüberhinausgehendes Kommunikationskonzept, in dem die Kommunikationsziele, die Zielgruppen, strategische Leitgedanken, Kommunikationsmaßnahmen, die dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen (Zeit- und Budgetpläne) sowie Maßnahmen zur regelmäßigen Erfolgskontrolle (Monitoring, Controlling & Evaluation) festgehalten werden.

## Empfehlungen zum Kommunikationskonzept

Da das zu evaluierende Klimaschutzkonzept nur über ein sehr rudimentäres Kommunikationskonzept verfügt, lautet eine grundsätzliche Empfehlung daher, eine Kommunikationsstrategie für das Thema Klimaschutz in Erfurt zu entwickeln, dass die bestehenden Ansätze aufgreift, bündelt und strategisch ausrichtet. Das Kommunikationskonzept stellt den programmatischen Handlungsrahmen für sämtliche Kommunikationsmaßnahmen dar und hilft bei der Erreichung der kommunikativen Ziele und Zielgruppen. Neben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sollte dabei insbesondere auch partizipative Elemente mitgedacht werden.

Das Kommunikationskonzept erfüllt dabei folgende Funktionen:

- Strategiefunktion – es gibt eine langfristige strategische Linie vor, an der sich alle Projektbeteiligten orientieren
- Handlungsfunktion – es wird zum Leitfaden. Alle Projektbeteiligten können damit arbeiten.
- Steuerungsfunktion – es dient als Entscheidungshilfe
- Koordinierungsfunktion – es verzahnt die einzelnen Kommunikationsmaßnahmen
- Motivationsfunktion – Die Projektbeteiligten identifizieren sich mit dem Projekt und arbeiten bei der Erreichung der Projektziele aktiv mit.

Kommunikationskonzepte bestehen dabei aus einem Dreiklang aus Analyse (Erstellung eines „Lagebilds“), Strategie (Bestimmung der Ziele, Zielgruppen, Positionierung und Botschaften) und konkreten, miteinander verzahnten Maßnahmen. Die Herausforderung besteht schließlich darin, dass das Konzept das Gesamtprojekt „Klimaschutzkonzept Erfurt“ sowie Einzel-/Teilprojekte und Maßnahmen, die oft sehr unterschiedlich und ggf. auch nicht sichtbar sind, umfassen und vermitteln muss. Zudem müssen regelmäßige kommunikative Höhepunkte geschaffen werden, die die Erfurter begeistern und zum Mitmachen mobilisieren – mit Hilfe von geeigneten Aktionen, Medien und Kanälen. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit informiert über Projekt, Aufgaben und Ziele, wirbt um Unterstützung und begleitet alle Phasen von der Ideenfindung bis zur Realisierung.

Dabei muss sich die Kommunikation als integraler Bestandteil der übergreifenden Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Erfurt sowie des Amtes für Natur und Umweltschutz verstehen - zugleich aber als unverwechselbar wahrgenommen werden. Zudem ist es essenziell, die planerischen Ziele und Vorgaben des Projekts stets im Blick zu behalten. Dies gilt ebenso für die zur Verfügung stehenden finanziellen und personellen Ressourcen.

Hilfestellung bei der Entwicklung eines Kommunikationskonzeptes liefern bspw. folgende kostenlosen Publikationen:

- Deutsches Institut für Urbanistik (Hrsg.) (2018): Klimaschutz in Kommunen – Praxisleitfaden, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage, Download unter: <https://www.klimaschutz.de/service/publikationen/klimaschutz-kommunen-praxisleitfaden-3-aktualisierte-und-erweiterte-auflage>, letzter Zugriff am 24.09.2020.
- Deutsche Energie-Agentur (dena) (Hrsg.) (2011): Klimaschutz in der Kommune. Strategien für Ihre Öffentlichkeitsarbeit zu Erneuerbaren Energien und Energieeffizienz, Download unter: <https://www.dena.de/newsroom/publikationsdetailansicht/pub/broschuere-klimaschutz-in-der-kommune/>, letzter Zugriff am 24.09.2020.

Grundsätzlich ist es jedoch ratsam, auf professionelle Beratung und Unterstützung der Entwicklung und anschließenden Umsetzung des Kommunikationskonzeptes zurückzugreifen.

## Die Zielgruppen

Im Klimaschutzkonzept werden als Schlüssel-Zielgruppen zur Umsetzung des Konzepts und zur Erreichung der Klimaschutzziele die Bürgerinnen und Bürger sowie die Wirtschaft identifiziert. Grundsätzlich ist es ratsam, nicht zu viele bzw. ausdifferenzierte Zielgruppen erreichen zu wollen, da die eigenen Aktivitäten ansonsten in der Regel zu wenig Potenzial für die Verwertung bieten.

Gleichwohl ist es sinnvoll, einzelne Zielgruppen zu identifizieren, die für die Kommunikation besonders im Fokus stehen, weil sie aus verschiedenen Gründen eine hohe Affinität zum Thema besitzen. Diese Gruppen sollten im kommunikativen Prozess zunächst auf das Projekt aufmerksam gemacht und für das Anliegen gewonnen werden. Sie wirken erfahrungsgemäß als wichtige Multiplikatoren in ihrem jeweiligen Umfeld. So werden im Klimaschutzkonzept bspw. die Bereiche Kultur und Bildung sowie nicht näher definierte Organisationen als wichtige Multiplikatoren identifiziert. Zu den relevanten Akteuren zählen jedoch auch Akteure, die aus beruflichen und fachlichen Gründen als Multiplikatoren für das Projekt bedeutsam und somit relativ genau eingrenzbar sind.

Die Grundlage zur Entwicklung einer jeden Kommunikations- und Beteiligungsstrategie ist daher eine genaue Analyse der anzusprechenden und einzubindenden Akteure. Nur so kann eine zielgerichtete Kommunikation gewährleistet werden. Auch für die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit gilt: Je klarer Adressaten angesprochen werden, desto höher ist die erzielte Wirkung. Bei der Eingrenzung der relevanten Akteure können die jeweiligen Themenfelder sowie folgende Leitfragen herangezogen werden:

- Welche Akteure führen bereits klimarelevante Aktivitäten durch?
- Wer sind potenzielle Skeptiker/ Unterstützer/ Interessenten/ Betroffene?
- Gibt es Schlüsselakteure (Akteure mit großem Einfluss, vielfältigen Kontakten, Fachwissen)?
- Bestehen bereits Netzwerke mit engagierten Akteuren?

Im Zuge der Evaluation des Klimaschutzkonzeptes wurde dazu eine Recherche relevanter Stakeholder durchgeführt. Die folgende Abbildung zeigt eine auf Basis der Stakeholder-Recherche erstellte Übersicht an Akteuren, die für die Projektkommunikation als relevant identifiziert wurden.



Kommunikation beginnt zu Hause: Das bedeutet, dass diese beim inneren Zirkel der Projektbeteiligten beginnt – und sich dann idealtypisch in konzentrischen Kreisen immer weiter ausweitet.

Die Recherche zeigt, dass in Erfurt eine Vielzahl an Akteuren im Themenfeld Klimaschutz aktiv sind. Daneben gibt es eine große Anzahl an Akteuren, die einen wesentlichen Beitrag zum Erreichen der Ziele des Klimaschutzkonzeptes beitragen oder als Multiplikatoren fungieren können. In Einzelfällen wird dieses Potential bereits genutzt. Hervorzuheben ist hier bspw. das u.a. von der Landeshauptstadt geförderte Projekt Stromspar-Check der Caritas Mittelthüringen, das einkommensschwachen Haushalten zu den Möglichkeiten zur Reduzierung des Stromverbrauchs und zur Senkung der Energiekosten berät und somit auch einen wichtigen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leistet. Ein weiteres Projekt, das insbesondere auch zur Vernetzung der Akteure untereinander beiträgt, ist die Erfurter Mobilitätswoche, die seit 2018 seit im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche stattfindet und unterschiedliche Aktivitäten rund um das Thema nachhaltige Mobilität bündelt.

Insbesondere Maßnahmen die zur Vernetzung und zum Austausch der Akteure untereinander beitragen, sollten bei der Planung der kommunikativen Maßnahmen mitgedacht und weiterentwickelt werden. Dabei sollte auch versucht werden, gezielt Akteure aus unterschiedlichen Sphären zusammenzubringen, um den Austausch von Gedanken zu fördern und Ideen und Projekte weiterzuentwickeln. Für den sukzessiven Aufbau einer Community rund um das Thema Klimaschutz ist es essenziell, ein regelmäßiges und breites Spektrum an Teilhabeoptionen anzubieten.

Um die Zielgruppen für das Thema Klimaschutz begeistern und zu mobilisieren, müssen klare und verständliche Botschaften entwickelt und Anreize zur Mitgestaltung geschaffen werden. Die kommunikativen Maßnahmen und Beteiligungsangebote sollten sich an den Interessen und Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppe ausrichten. Entwickelt werden sollte daher ein umfassendes und abgestuftes Set an Informations- und Beteiligungsangeboten für verschiedene Zielgruppen. Um die eigene Reichweite zu erhöhen, sollten gezielt Multiplikatoren angesprochen und die Medien einbezogen werden.

Wichtig ist zudem, regelmäßige Angebote zu schaffen, die unterschiedliche Interessen bedienen: Interessierte möchten z.B.

- regelmäßig Informationen zu den Klimaschutzaktivitäten der Landeshauptstadt Erfurt erhalten,
- ihr Wissen rund um das Thema Klimaschutz in Erfurt vergrößern,
- sich austauschen und vernetzen und
- eigene Vorschläge, Ideen und Projekte einbringen.

## Online-Kommunikation

Um die Ziele des Klimaschutzkonzeptes zu erreichen, bedarf es einer aktiven Mitwirkung sowie einer hohen Akzeptanz aller relevanten Akteure. Der direkte Kontakt und Austausch mit den Stakeholdern vor Ort, bspw. im Rahmen von Veranstaltungen oder bei anderen öffentlichen Terminen, ist dabei ein wesentliches Element. Gleichzeitig hat in den vergangenen Jahren aufgrund der zunehmenden Digitalisierung auch der Austausch über das Internet und insbesondere die sozialen Medien zunehmend an Bedeutung gewonnen. So kommt auch die Vermittlung von politischen Themen und die Außenkommunikation der kommunalen Verwaltungen mittlerweile nicht mehr ohne das Internet und die Nutzung sozialer Medien aus.

Als zentrale Anlaufstelle und Informationsbasis für alle Zielgruppen dient in der Regel der jeweilige Online-Auftritt. Dementsprechend muss ein breites Spektrum an Informationen in unterschiedlicher Dichte und Tiefe bereitgestellt werden.

Aufgabe im Rahmen der Evaluation der Kommunikation zum Klimaschutzkonzept war es, den Aufbau und die Inhalte der Website einer Prüfung zu unterziehen.

### Die Online-Präsentation des Klimaschutzkonzeptes

Informationen zum Klimaschutzkonzept Erfurt werden auf der Website der Landeshauptstadt in den Rubriken „Leben und Wohnen > Ökologie und Umwelt“ (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/index.html>), der Webpräsenz des Umwelt- und Naturschutzamtes der Stadt Erfurt, bereitgestellt.

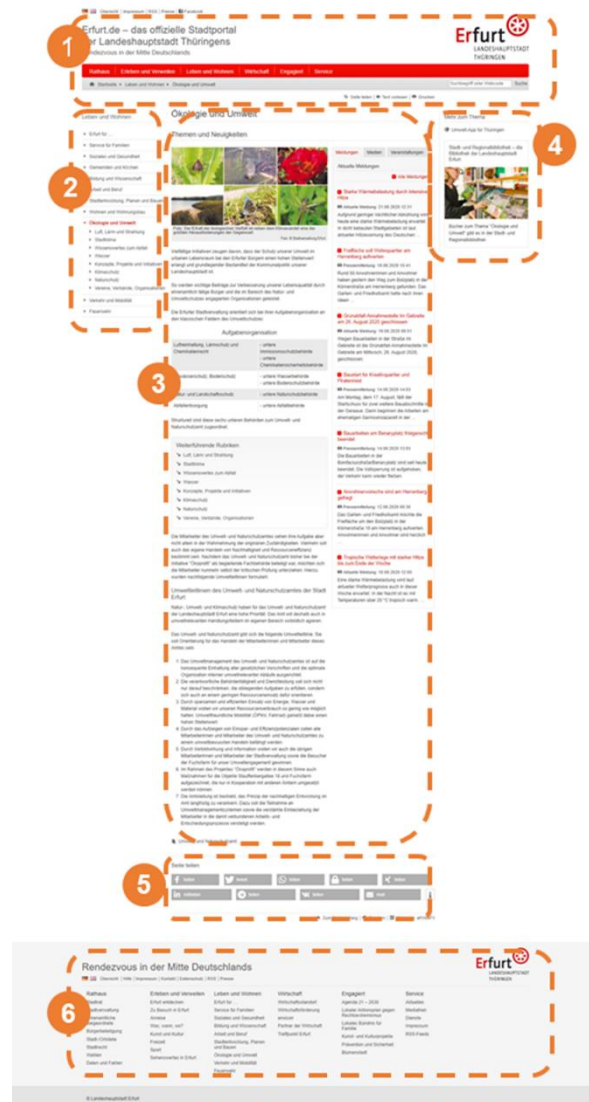
Auf der „Intro-Seite“ bzw. „Homepage“ des Umwelt- und Naturschutzamtes, erhalten die User einen Überblick über dessen Aufgaben und Tätigkeitsfelder. Von dort wird auf die einzelnen Arbeitsbereiche und Themenfelder, u.a. auf den Bereich Klimaschutz, weitergeleitet.

Informationen zum Klimaschutzkonzept Erfurt werden auf der Website der Landeshauptstadt in den Rubriken „Leben und Wohnen > Ökologie und Umwelt“ (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/index.html>), der Webpräsenz des Umwelt- und Naturschutzamtes der Stadt Erfurt, bereitgestellt.

Auf der „Intro-Seite“ bzw. „Homepage“ des Umwelt- und Naturschutzamtes, erhalten die User einen Überblick über dessen Aufgaben und Tätigkeitsfelder. Von dort wird auf die einzelnen Arbeitsbereiche und Themenfelder, u.a. auf den Bereich Klimaschutz, weitergeleitet.

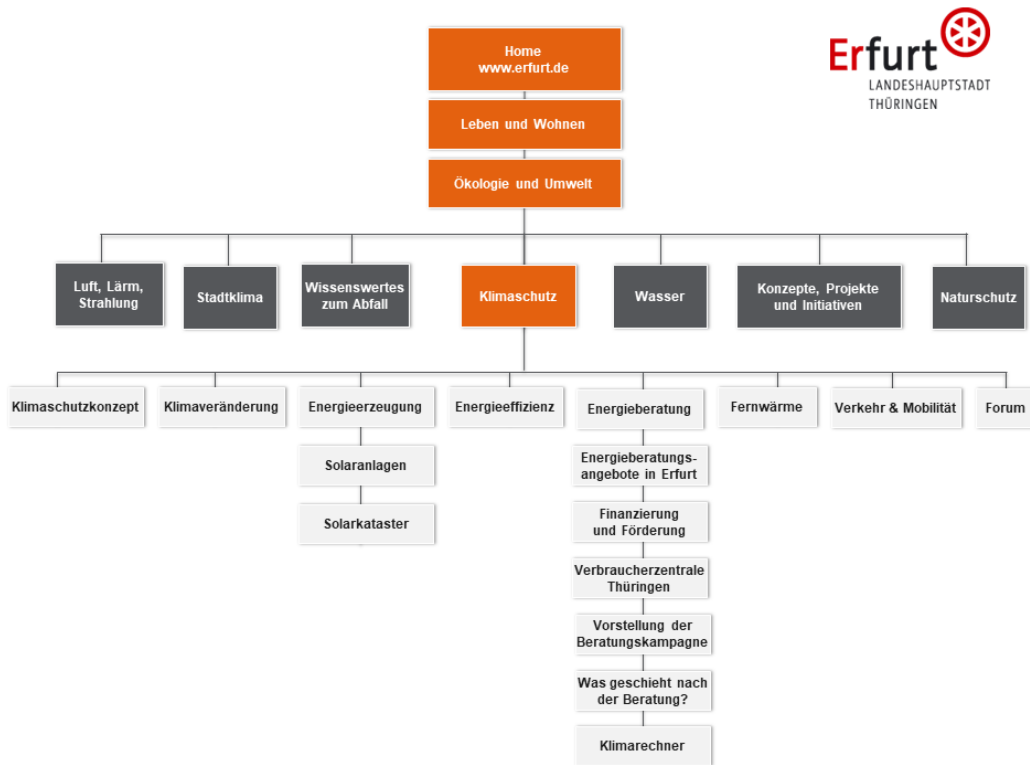
Die Seite besteht aus folgenden Elementen, die auch auf den weiteren Unterseiten verwendet werden (siehe Abb. folgende Seite):

1. Header / Seitenkopf mit Logo der Stadt Erfurt und Hauptnavigation / Primärnavigation (horizontalen Navigationsleiste mit einem Drop-Down-Menü (Subnavigation für die 3. und 4. Navigationsebene)
2. Linke Seitenspalte mit Sekundärnavigation (vertikale Navigationsleiste für die 3. bis 5. Navigationsebene)
3. Content-Bereich
4. Rechte Seitenspalte
5. Social-Media-Buttons für soziale Netzwerke
6. Footer-Navigation



## Navigation

Grundsätzlich fällt auf, dass die Webseiten des Umwelt- und Naturschutzamtes tief in der Seitenstruktur des Webauftritts der Landeshauptstadt Erfurt eingebettet sind, was für das Auffinden der Seiten und die Navigation nicht unbedingt von Vorteil ist. Auch wenn die empfohlene „3-Klick-Regel“ (d.h., dass alle Informationen, die eine Webseite beinhaltet, innerhalb von 3-Klicks erreichbar sein sollten) überwiegend eingehalten wird, erscheint die Navigationsstruktur für ungeübte Nutzer eher unübersichtlich. Dies ist der Menge an Informationen geschuldet, die für unterschiedliche Nutzergruppen und Interessen auf einem städtischen Online-Portal bereitgestellt werden müssen. Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über die Seitenstruktur und die verschiedenen Navigationsebenen.



## Haupt- und Sekundärnavigation

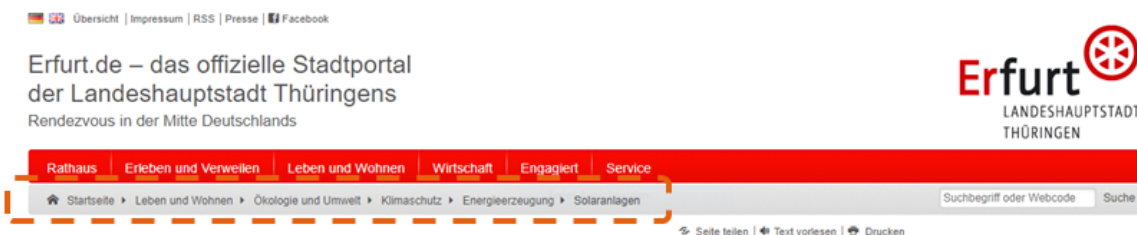
Die Hauptnavigation der Website der Landeshauptstadt Erfurt befindet sich im Seitenkopf. Die sogenannte horizontale Navigation besteht aus insgesamt sechs Menüpunkten, deren jeweiliges Submenü per Mouseover aktiviert wird. Hier wird in der 3. Navigationsebene, unter Ökologie und Umwelt, auch das Thema Klimaschutz gelistet.

Die weiteren Navigationsebenen werden dann in der sekundären bzw. vertikalen Navigation (3.-5. Navigationsebene) aufgeführt.

## Alternative Navigationswege

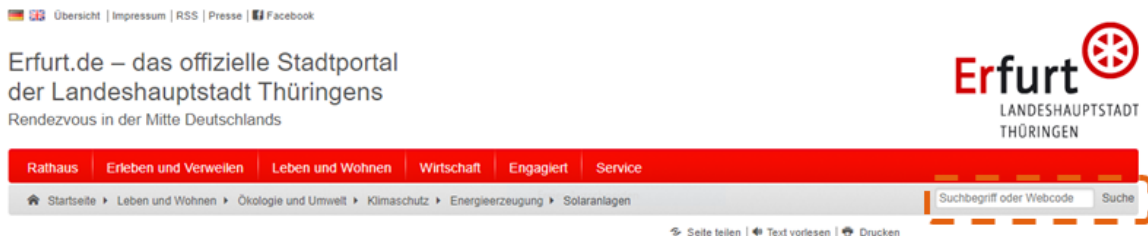
Um die Übersichtlichkeit zu gewährleisten werden auch alternative Navigationswege angeboten.

So kann bspw. über sogenannte „Breadcrumbs“ („Brotkrümelnavigation“) navigieren. Die Breadcrumb-Navigation befindet sich im Header der Seite, zwischen der Hauptnavigation und Content-Bereich. Der Besucher soll so seine aktuelle Position und den Weg, wie er auf die jeweilige Seite gekommen ist, nachvollziehen können. Aufgrund der Fülle der Inhalte ist diese Navigationshilfe sehr sinnvoll.





Das Auffinden einzelner Seiten des Stadtportals soll zudem durch Webcodes erleichtert werden, setzt aber voraus, dass diese den Usern auch bekannt sind. Webcodes können bspw. anstelle der URL in Präsentationen oder in Flyern und Broschüren genutzt werden. Die Webcodes werden zwischen den Social-Media-Buttons und der Footer-Navigation angezeigt, sind aber so klein, dass sie sehr leicht übersehen werden können. Die Eingabe erfolgt über das Suchfeld in der Hauptnavigation.



## Prüfung der Seiteninhalte

### 1. „Home-“ / „Landingpage“ des Umwelt- und Naturschutzamtes ([Naturschutzamteshttps://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/index.html](https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/index.html))

Als „Home-“ oder „Landingpage“ des Umwelt- und Naturschutzamtes fungiert die Seite „Ökologie und Umwelt - Themen und Neuigkeiten“ (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/index.html>), die einen Überblick über die Aufgaben, die Organisation und die Leitlinien des Amtes gibt. In der linken Spalte befindet sich die Sekundärnavigation mit den einzelnen Themenfeldern, u.a. Klimaschutz (4. Navigationsebene). Die Navigation wird zudem auch noch einmal im Content-Bereich über einen Container mit dem Titel „Weiterführende Rubriken“ ausgespielt.

Der Content-Bereich ist zweigeteilt und besteht aus einem Textblock sowie aus einem Container, in dem aktuelle Meldungen, Medienberichte und Veranstaltungshinweise ausgespielt werden. In der rechten Spalte ist Platz für weiterführende Links und Hinweise.

Insgesamt fällt auf, dass es für die Home- bzw. Landingpages der 3. Navigationsebene scheinbar keine einheitlichen Vorgaben hinsichtlich des Aufbaus der Seiten gibt. Schaut man sich z.B. die Seiten der Rubriken „Service für Familien in Erfurt“, „Stadtentwicklung, Planen und Bauen“, „Bildung und Wissenschaft“ oder „Verkehr und Mobilität“ an, zeigt sich, dass es hier recht unterschiedliche Herangehensweisen an Inhalt und Aufbau der Seiten gibt. Aus Sicht der User führt dies eher zur Verwirrung. Eine Unterscheidung zwischen Übersichts- und Detailseiten und ein jeweils einheitlicher Aufbau helfen dem Nutzer bei der Orientierung.

Mit der Einbindung des Containers für aktuelle Meldungen in den Content-Bereich wirkt die Seite etwas überfrachtet, da hier einfach zu viele Informationsebenen dargestellt werden. Zumal in der rechten Spalte so gut wie keine Inhalte präsentiert werden. Sinnvoller erscheint da die Herangehensweise auf der Seite zum Thema Stadtentwicklung (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/planen/index.html>). Dort wird auf die rechte Spalte „verzichtet“, so dass mehr Platz für den Content-Bereich geschaffen wird.

Positiv ist, dass als Orientierungshilfe der Container „Weiterführende Rubriken“ eingebettet wurde, der die Nutzenden bei der Navigation unterstützt.

### 2. Unterseite „Klimaschutz“ (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/index.html>)

Die Seite dient als eigene Übersichtsseite bzw. Landing-Page rund zum Thema Klimaschutz. Unter dem Titel „Themen und Neuigkeiten“ werden recht kompakt Informationen rund um die Klimaschutzkonferenz von Rio 1992, den Klimaschutzziele und den daraus resultierenden Aufgaben und Herausforderungen für die Stadt Erfurt präsentiert. Im Inhaltsbereich befindet sich zudem ein Container der als Navigationshilfe dient und auf die weiteren Themen und Seiten verlinkt. Im Content-Bereich (rechts neben dem Textblock) wurde ein Container eingebettet, der auf aktuelle Meldungen, Inhalte der Mediathek sowie Veranstaltungen hinweist. Die Inhalte haben jedoch weder Bezug zum Klimaschutzkonzept noch allgemein zum Thema Klimaschutz. Ganz am Ende der Seite finden die Nutzenden noch einen Absatz mit Informationen zum „Leitbild zum Klimaschutz in Erfurt“, der vom Umfang und Informationsgehalt recht knappgehalten ist. In der rechten Spalte befindet sich unter der



Rubrik „Mehr zum Thema – Mehr im Internet“ ein weiterführender Link zum Deutschen Klimavorsorgeportal.

Als Landing-Page bietet die Seite den Nutzenden keinen wirklich gelungen Einstieg in das das Thema „Klimaschutz in Erfurt“. Die Inhalte sind wenig informativ und wirken veraltet. Die zusätzliche Navigation im Content-Bereich soll zwar den Usern bei der Orientierung helfen, wirkt jedoch eher als „Lückenfüller“. Gleichwohl ist sie hilfreich, da sich die Navigation ggf. nicht für jeden Nutzenden sofort erschließt. Es sollte jedoch darauf geachtet werden, an welcher Stelle die zusätzliche Navigationshilfe eingebunden wird.

Insgesamt sollte die Startseite den Usern einen leichten, niedrigschwelligen und übersichtlichen Zugang zum Thema ermöglichen und Lust aufs Weiterklicken machen. Grundvoraussetzungen dafür sind eine schnelle Orientierung, die Aktualität der Meldungen sowie die Einbindung von möglichst qualitativ hochwertigen Bildern als Themen- und Projektaufmacher. Auch die Einbettung von Videos auf der Startseite ist denkbar, auch wenn die Gestaltungsmöglichkeiten innerhalb des vorhandenen Designs stark eingeschränkt erscheinen.

---

### **3. Unterseite „Integriertes Klimaschutzkonzept“ (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/index.html>)**

Auf der Unterseite zum integrierten Klimaschutzkonzept der Landeshauptstadt Erfurt wird ein grober Überblick über die Ziele des Klimaschutzkonzeptes gegeben. Ausführlichere Informationen sind über weitere Unterseiten abrufbar, die jedoch nicht in die Navigationsstruktur eingebettet sind. Dabei handelt es sich um folgende Seiten:

- Bericht der FH Erfurt zum Klimaschutzkonzept - Bereich Energieerzeugung und Energieeffizienz (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/109660.html>)
- Bericht der FH Erfurt zum Klimaschutzkonzept - Bereich Verkehr und Mobilität (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/109659.html>)
- Leitbild, Ziele und Handlungskonzept - Klimaschutz in Erfurt (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/109661.html>)

Darüber hinaus wird mit Hilfe von weiterführenden Links (Weiterleitung auf externe Seiten) auf die Projektpartner und Fördermittelgeber verwiesen.

Hier empfiehlt sich eine Aktualisierung und Bündelung von Inhalten sowie die Einbettung der Unterseiten in die Navigation. Hinweise zu Partnern und Fördermittelgebern könnten aus Gründen der Übersichtlichkeit auch in der rechten Spalte untergebracht werden.

---

#### **3.1. Unterseite zum Bereich Energieerzeugung und Energieeffizienz - Bericht der FH Erfurt zum Klimaschutzkonzept** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/109660.html>)

Diese Unterseite fasst die Inhalte eines Berichts des IBIT, einem Institut der FH Erfurt, zum Thema zusammen, in dem die Energieverbräuche und die Erzeugungsoptionen für Erfurt untersucht wurden. Am Ende der Seite findet sich eine Verknüpfung zum Bericht.

Die Seite ist insgesamt sehr textlastig. Aufgrund der Informationsfülle und einer Vielzahl von Zahlen und Daten wirkt der Text sehr komplex, auch wenn er sprachlich relativ gut zugänglich ist. Für die Nutzung auf der Website sind der Umfang und die Informationsdichte jedoch zu groß. Teilweise könnten die Informationen anschaulicher, bspw. über Karten oder Infografiken, dargestellt und so auch für Laien interessanter aufbereitet werden. Bilder und Videos wurden jedoch keine eingebunden. Aufgrund des Textumfangs (ca. 13.500 Zeichen inkl. Leerzeichen) ist die Navigation innerhalb der Seite positiv zu sehen.

Mit Blick auf den Erscheinungstermin des Berichts wirken die Inhalte der Seite jedoch stark veraltet. Hier wäre eine Aktualisierung, bspw. mit Erläuterungen zu den bisher umgesetzten Maßnahmen und Erfolge in diesem Themenbereich, wünschenswert.

---

#### **3.2. Unterseite zum Bereich Verkehr und Mobilität - Bericht der FH Erfurt zum Klimaschutzkonzept** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/109659.html>)

Ebenso wie die vorangegangene Seite handelt es sich hier um eine Zusammenfassung des Berichts der FH Erfurt. Mit einem Textumfang von ca. 11.360 Zeichen (inkl. Leerzeichen) ist auch hier der Text wieder sehr lang, aber gut verständlich. Bilder und Videos wurden nicht eingebunden. Anders als bei der Themenseite Energieerzeugung und Energieeffizienz wird die Seite jedoch leider nicht durch eine entsprechende Kapitelnavigation strukturiert. Auch hier wirken die Inhalte der Seite stark veraltet. Eine Aktualisierung, insbesondere mit Blick auf die bisher umgesetzten Maßnahmen und Erfolge in diesem Themenbereich wäre wünschenswert.

### **3.3. Unterseite zum Klimaschutz in Erfurt - Leitbild, Ziele und Handlungskonzept** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/konzept/109661.html>)

Auf dieser Seite werden die strategischen Ziele und Handlungsfelder des Klimaschutzkonzeptes zusammengefasst. Der Text ist gut verständlich, mit rund 16.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) jedoch sehr lang. Beim Lesen hilft eingebundene Kapitelnavigation. Ähnlich wie auf den vorangegangenen Seiten wirkt der Text veraltet, da er lediglich die Inhalte des 2012 beschlossenen Klimaschutzkonzeptes zusammenfasst. Auf der Seite finden sich keine Informationen zu bisher durchgeführten Maßnahmen und Aktionen oder zu den bisher erzielten Erfolgen.

---

### **4. Unterseite Klimaveränderung** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/klimaveraenderung/index.html>)

Die Hintergründe zum Thema Klimawandel werden auf dieser Seite erläutert. Der Text ist sprachlich gut zugänglich und liefert einen kompakten Überblick mit regionalen Bezügen. Die Textlänge ist mit ca. 4.500 Zeichen (inkl. Leerzeichen) für die Nutzung auf der Website gut gewählt. Zur Veranschaulichung und Einordnung wären bspw. Grafiken zu regionalen Klimadaten wünschenswert. Weiterführende Links zu externen Organisationen und Fachbehörden werden bereitgestellt, stehen aber etwas verloren und zusammenhangslos unter dem eigentlichen Inhalt. Eine Einbettung in der rechten Spalte erscheint sinnvoll.

---

### **5. Unterseite Klimaschutz: Energieerzeugung** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieerzeugung/index.html>)

Die Seite gibt einen guten Überblick zum Handlungsbereich Energieversorgung. Die Textlänge ist mit ca. 4.300 Zeichen (inkl. Leerzeichen) für die Nutzung auf der Website angemessen, die Sprache verständlich. Die Inhalte wirken jedoch veraltet. So wird sich bspw. beim Anteil der erneuerbaren Energien auf SWE-Daten aus dem Jahr 2008 bezogen.

Im Content-Bereich wurden als Navigationshilfe die beiden Unterseiten zum Thema Solaranlagen und Solarkataster verlinkt. Diese sind auch in der Navigation in der linken Spalte zu finden, was die Navigation für die User erleichtert. Weiterführende Links sind in der rechten Spalte untergebracht, was für die Struktur der Seite von Vorteil ist.

---

#### **5.1 Unterseite Ergebnisse zur Untersuchung von Solarenergie auf Brachflächen und an Verkehrsstrassen** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieerzeugung/solaranlagen/index.html>)

Über diese Seite werden die Ergebnisse der Studien zur potenziellen Nutzung von Flächen für Photovoltaikanlagen bereitgestellt und die zugehörigen Stadtratsbeschlüsse erläutert. Der Text ist gut verständlich und mit rund 1.130 Zeichen (inkl. Leerzeichen) knappgehalten. Für die Nutzenden wäre eine etwas ausführlichere Zusammenfassung der Kernaussagen der Studienergebnisse schön gewesen. Die Ergebnisse der Studie #1 werden lediglich in einem Satz zusammengefasst, die Ergebnisse der Studie #2 nicht genannt. Auch erfahren die Leserinnen und Leser nicht, welche weiteren Schritte auf Basis der Gutachten und des Stadtratsbeschlusses nun unternommen werden.

Die Bereitstellung der Dokumente ist positiv. Ggf. sind sie aber für die meisten User zu umfangreich. Ideal wäre bspw. eine Zusammenfassung der Ergebnisse in Form eines Info-Folders, der als Download bereitgestellt werden kann. Auch interessant wäre die Darstellung der Ergebnisse in einer interaktiven Karte.

---

#### **5.2. Unterseite Solarkataster/Solaratlas Erfurt** (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieerzeugung/solarkataster/index.html>)

Auf dieser Unterseite werden das Solarkataster und der Weg zur eigenen Solaranlage erläutert. Der Text ist gut verständlich und mit ca. 3.960 Zeichen (inkl. Leerzeichen) im angemessenen Rahmen. Lediglich die Leserführung könnte optimiert werden – bspw. durch den Textaufbau und die Anordnung und Gestaltung der einzelnen Textblöcke. Die zusätzliche Kapitelnavigation zu Beginn der Seite wird aufgrund der Textlänge hingegen nicht benötigt. Für den Leser hilfreich wäre zudem die Ergänzung der weiterführenden Links in der rechten Spalte, bspw. zu den im Text erwähnten KfW- und Bafa-Programmen. Die Einbettung einer Abbildung des Solarkatasters ist positiv. Eine größere Darstellung oder die Einbettung der interaktiven Karte wie unter <https://geoportal.erfurt.de/gp/de/themen/umwelt-verkehr-wirtschaft/solarkataster/index.html> wäre wünschenswert.

## 6. Unterseite Energieeffizienz (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieeffizienz/index.html>)

Der Artikel zum Thema Energieeffizienz, der sich mit der Bedeutung der Energieeffizienz für den Klimawandel befasst, ist gut verständlich und mit einer Textlänge von ca. 3.388 Zeichen (inkl. Leerzeichen) im Rahmen. Der Text wirkt jedoch veraltet (z.B. „Deshalb soll 2010 eine neue Richtlinie zur Gesamtgebäudeeffizienz verabschiedet werden, die die Zielstellungen verstärkt.“) und sollte aktualisiert und um bisherige Ergebnisse und Erfolge in diesem Bereich ergänzt werden. Auch die Einbindung von Bildern und Grafiken wäre wünschenswert.

Die weiterführenden Links am Ende der Seite sollten im Sinne eines einheitlichen Erscheinungsbildes in die rechte Seitenspalte eingebettet werden.

---

## 7. Unterseite Energieberatung (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/index.html>)

Die Seite dient als Verteilerseite und verlinkt auf folgende Unterseiten:

- Energieberatungsangebote in Erfurt
- Finanzierung und Förderung
- Verbraucherzentrale Thüringen
- Vorstellung der Beratungskampagne
- Was geschieht nach der Beratung?
- Klimarechner: der persönliche Einfluss

Diese sind nicht in die Navigation in der linken Seitenspalte eingebettet, was die Orientierung für die User erschwert. Weitere Inhalte sind nicht enthalten. Wir empfehlen daher die Inhalte der folgenden Seiten zu überarbeiten und zu bündeln.

---

### 7.1. Unterseite Energieberatungsangebote in Erfurt (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/110896.html>)

Auf dieser Seite werden Energiespartipps und Informationen zu Beratungsangeboten bereitgestellt. Für viele User sicherlich die Webseite, mit den praktischsten bzw. alltagstauglichsten Informationen. Hier wäre eine bessere und übersichtlichere Aufbereitung der Informationsangebote wünschenswert. So könnten bspw. kurze Beschreibungstexte zu den weiterführenden Links eingebunden werden. Auch könnten die einzelnen Institutionen direkt im Text verlinkt werden, um die Redundanz mit den Inhalten des Containers „Energieberatungsangebote im Internet“ aufzulösen. Alternativ könnten diese auch in die rechte Spalte verschoben und mit den „Weiteren Energiesparangebote im Internet“ (am Ende der Seite) gebündelt werden.

Wir empfehlen zudem die FAQs („Kurze Antworten auf die Fragen“) zu überarbeiten. Aus Nutzersicht bieten die dort bereitgestellten Informationen kaum Mehrwert. Gut aufgebaut sind bspw. die Hinweise und Tipps des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie unter <https://www.deutschland-machts-effizient.de/KAENEF/Navigation/DE/Alltag/Haushaltsgeraete/energiesparen-im-haushalt.html>.

Wenn im Text auf externe Informations- und Beratungsangebote verwiesen wird, sollten auch hier Links eingefügt werden.

---

### 7.2. Unterseite Finanzierung und Förderung (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/110900.html>)

Gerade das Thema Finanzierung und Förderung dürfte für viele Nutzende interessant sein. Hier bietet es sich sicherlich an, die Seite mit zusätzlichen Informationen zu ergänzen. Bspw. könnte zwischen Förderungen für Privatpersonen als auch für Unternehmen unterschieden und Informationen aufbereitet werden. Die im Text genannten Institutionen sollten dort auch direkt verlinkt werden. Die Links können zusätzlich auch in der rechten Spalte aufgeführt werden.

---

### 7.3. Unterseite Energieberatung: Verbraucherzentrale Thüringen (<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/110897.html>)

Diese Seite bietet leider praktisch keinen Content, sondern lediglich zwei weiterführende Links zum Thema Energieberatung der Verbraucherzentralen. Für die Nutzenden wäre es hier hilfreich weiterführende Informationen zu bekommen. Ansonsten gilt wie bereits zuvor erwähnt: Links in den Text einbauen und ergänzend in der rechten Spalte aufführen.

#### **7.4. Unterseite Vorstellung der Beratungskampagne**

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/110898.html>)

Auf dieser Seite werden die Beratungsangebote durch das Infomobil und die Gebäude-Checks beworben. Auf den ersten Blick ist jedoch nicht ersichtlich ob diese Angebote noch aktuell sind. Auch gibt es keine Informationen zu den bisherigen Stationen. Anbieten würde sich dazu bspw. die Einbettung von Bildmaterial, O-Tönen von Teilnehmenden oder Info-Materialien. Bereitgestellt werden lediglich zwei weiterführende Links zu den Verbraucherzentralen (führt auf eine eigene Unterseite, auf der lediglich die Links zu den Verbraucherzentralen zu finden sind) sowie zum Solarkataster (führt auf die Seite „Klimaschutz: Energieerzeugung“)

---

#### **7.5. Unterseite Energieberatung: Verbraucherzentrale Thüringen**

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/110897.html>)

Auf diese Seite wird von den Beratungskampagnen verlinkt (siehe 3.7.4.). Hier finden sich lediglich zwei weiterführende Links zu den Verbraucherzentralen. Für die Nutzenden bietet die Seite ansonsten keinen Mehrwert. Die Informationen sollten unter der oben genannten Seite gebündelt werden.

---

#### **7.6. Unterseite: Was geschieht nach der Beratung?**

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/110899.html>)

Auf dieser Seite werden Ansprechpartner genannt, die bei der Umsetzung der in der Beratung identifizierten, Maßnahmen helfen können. Leider bietet die Seite neben den weiterführenden Links zur Thüringer Energie- und GreenTech-Agentur (ThEGA) und zur Handwerkskammer Erfurt nur wenig Informationsgehalt, so dass auch hier eine Bündelung mit den oben aufgeführten Seiten sinnvoll erscheint.

---

#### **7.7. Unterseite Klimarechner – der persönliche Einfluss**

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/energieberatung/120551.html>)

Auch diese Seite bietet neben dem Link zum CO<sub>2</sub> Rechner des Umweltbundesamtes kaum Inhalt. Auch hier sollte eine Bündelung mit anderen Informationen angedacht werden.

---

### **8. Unterseite Fernwärme**

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/fernwaerme/index.html>)

Auf dieser Seite werden Informationen zur Bedeutung und zu den positiven Effekten der Fernwärme für den Klimaschutz bereitgestellt. Die Seite ist im Vergleich zu den anderen Seiten ansprechend aufgebaut. Positiv ist bspw. das große Intro-Bild, das am Anfang der Seite im Content-Bereich eingebettet ist. Der kurze Einleitungstext zu Beginn ist aufgrund der vielen Absätze für die Gestaltung der Seite nicht optimal aufgebaut. Der Rest der Seite wird jedoch durch das Inhaltsverzeichnis gut gegliedert, auch wenn bei den Überschriften noch Optimierungspotential besteht. So ist die Überschrift "Das kann nur die Erfurter Fernwärme" wenig aussagekräftig.

Die Einbindung der insgesamt sechs Informationsvideos zu Erfurter Energie-Themen ist jedoch eine schöne Abwechslung zu den ansonsten sehr textlastigen Seiten.

Beim Anklicken der Videos wird auf eine Unterseite / Detailseite der Mediathek weitergeleitet. Schöner wäre es, wenn sich die Videos in einem Pop-up-Fenster auf der Seite öffnen würden. Denn zum Abspielen der Videos werden die User von der Seite weggeführt werden. Hier ist die Benutzerführung nicht optimal, da man nur über einen sehr kleinen Link, der sich oberhalb der Social-Media-Buttons befindet, zurück zur Ausgangsseite navigieren kann.

In der Rubrik „GuD-Anlage als Herz des Energiesystems“ wird die Bedeutung der GuD-Anlage und des Fernwärmenetz erläutert bzw. kurz angeteasert. Die eigentlichen Informationen werden dann in einem PDF bereitgestellt. Das setzt voraus, dass der Leser auch bis dorthin durcharbeitet. Die Inhalte der Broschüre sind sehr attraktiv und anschaulich aufbereitet und machen Lust aufs Lesen. Die Broschüre beinhaltet gute Bilder und Infografiken, die sich auch gut für die Verwendung auf der Website anbieten würden.

---

### **9. Unterseite Verkehr und Mobilität**

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/verkehr/index.html>)

Die Unterseite befasst sich mit dem Beitrag des Verkehrs im Hinblick auf den Klimaschutz. Nach einer

---

allgemeinen Einleitung liegt dabei der Fokus auf den unterschiedlichen Verkehrsträgern des Umweltverbundes Erfurt (ÖPNV, Fahrrad- und Fußgängerverkehr). Im Themenfeld ÖPNV wird ein grober Überblick zum Verkehrsverbund Mittelthüringen sowie zu den Erfurter Verkehrsbetrieben gegeben, bspw. zu den Fahrgastzahlen und zu Tarifen und Fahrplänen. Leider sind die Hinweise nicht im Text verlinkt. Auch zum Thema Rad- und Fußverkehr wird ein kurzer Überblick gegeben. Stichworte sind hier Bike & Ride und Leihräder. Auch hier fehlt eine Verlinkung auf die externen Informationen im Text. Unter der Überschrift „Erhöhung der Effizienz“ findet sich ein allgemeiner Text zum Thema Car-Sharing, Fahrgemeinschaften, umweltfreundlichen PKWs sowie Verknüpfung von Verkehrsträgern. In der rechten Seitenspalte werden weiterführende Informationen auf den Seiten von [www.erfurt.de](http://www.erfurt.de) sowie von externen Anbietern verlinkt.

Neben den vorhandenen sehr allgemein gehaltenen Informationen in diesem Themenfeld scheint es aus unserer Sicht empfehlenswert, hier auch konkrete Maßnahmen und Aktionen vorzustellen, an denen sich die Stadt Erfurt beteiligt (z.B. die Europäische Mobilitätswoche, Stadtradeln, etc.)

---

## 10. Unterseite Forum

(<https://www.erfurt.de/ef/de/leben/oekoumwelt/klimaschutz/forum/index.html>)

Unter dem Titel „Forum zum Klimaschutzkonzept“ sind zu Dokumentationszwecken die Ergebnisse der Online-Beteiligung zur Erstellung des Klimaschutzkonzeptes aus dem Jahr 2010 abrufbar. Auch wird hier immer noch für die Teilnahme der lange abgelaufenen Online-Beteiligung geworben. Grundsätzlich kann der Mehrwert der angebotenen Informationen aufgrund der fehlenden Aktualität in Frage gestellt werden. Auch ist für die für die nutzenden nicht ersichtlich, ob das Angebot Vorschläge und Hinweise per E-Mail an [klimaschutz@erfurt.de](mailto:klimaschutz@erfurt.de) zu senden noch aktuell ist.

Die Einbettung der Verlinkung zum Kontakt der Klimaschutzkoordinatorin am Ende der Seite ist leider wenig prominent eingebunden. Die unter dem Link (<https://www.erfurt.de/ef/de/rathaus/sv/aemter/stelle-327.htm>) angebotenen Informationen sollten aus unserer Sicht an prominenterer Stelle eingebunden und besser aufbereitet werden.

---

## Empfehlungen für die Online-Kommunikation

Auf Basis der vorangegangenen Analyse des Aufbaus und der Inhalte der Website zum Klimaschutzkonzept der Landeshauptstadt Erfurt empfehlen wir einen Relaunch der bestehenden Seiten. Aufgrund der Vielzahl an augenscheinlich veralteten und vielfach nur bedingt informativen Inhalten sollte dabei zunächst die Aktualisierung und „Entschlackung“ der Website im Vordergrund stehen.

Da die Website als Anlaufstelle für alle Zielgruppen dient, sollte dort ein breites Spektrum an Informationen in unterschiedlicher Dichte und Tiefe zu fachlichen sowie auch aus lebensweltlichen Themen leicht auffindbar aufbereitet werden. Die Website muss den Nutzenden einen leichten Einstieg in das Thema „Klimaschutz in Erfurt“ ermöglichen und die Inhalte Lust aufs Weiterklicken machen. Von Nutzerseite wird zudem erwartet, dass die Inhalte in ansprechender Art und Weise – etwa mit Fotos, Videos oder anderen Elementen – verständlich aufbereitet und zugänglich gemacht werden. Die Informationen sollten leicht auffindbar und responsiv, also auf die unterschiedlichen Ausspielgeräte wie Computer oder Smartphones, aufbereitet sein.

Zur besseren Orientierung empfehlen wir eine Überarbeitung der Seitenstruktur und die Vereinheitlichung des Seitenaufbaus der einzelnen Unterseiten für eine bessere Benutzerführung. Wichtig ist, dass die Haupt- und Sekundärnavigation für die Nutzenden selbsterklärend sind. Hier sollten nur einfache und sofort verständliche Begriffe gewählt werden.

Die Inhalte der Seiten sollten nicht nur über das Haupt- und Sekundärmenü verlinkt sein, sondern auch über die Inhalte selbst. Das heißt, wenn auf einer Seite über etwas gesprochen wird, wozu an anderer Stelle bereits ein ausführlicher Text besteht, dann sollte diese Seite an dieser Stelle verlinkt werden. Wichtig ist dabei, dass der Link optisch auch als Link erkennbar ist und deutlich macht, wohin er führt. Diese interne Verlinkung vereinfacht nicht nur die Handhabung für den Besucher, sondern ist ebenfalls für die Suchmaschinenoptimierung von Vorteil. Bisher gibt es keinerlei solcher Verlinkungen zwischen den Inhalten auf den Seiten rund um das Thema Klimaschutz. Gleichwohl sollte auch die Befüllung der rechten Spalte der einzelnen Seiten mit weiterführenden Links vereinheitlicht werden. Beim Einbetten von Links sollte grundsätzlich darauf geachtet werden, dass neue Seiten oder Dokument in neuen Tabs geöffnet werden, was die Orientierung erleichtert.

Bei der Überarbeitung der Texte sollte neben der Sprache und Informationsdichte auch auf die Textlänge geachtet werden. Bewährt haben sich Texte mit einer Länge von etwa 4.000 bis 6.000 Zeichen inkl. Leerzeichen.



Auch sollten möglichst qualitativ hochwertigen Bildern als Themen- und Projektaufmacher (Titelbilder) eingebunden werden.

Bei der Erstellung des Contents sollte darauf geachtet werden, dass neben den allgemeinen Beschreibungen des Vorhabens „Klimaschutz in Erfurt“ und „Klimaschutzkonzept“ insbesondere auch Inhalte bereitgestellt werden, die einen praktischen Nutzen für die Userinnen und User haben. Mit der Darstellung von Beratungsangeboten wird dieser Ansatz bereits aufgegriffen, sollte aber gebündelt und besser sichtbar gemacht und um weitere Angebote erweitert werden. Auch ein Bereich für aktuelle Meldungen wäre wünschenswert und trägt dazu bei, dass die Nutzenden die Seiten öfter aufrufen.

Zudem sollten auch Projekte und Erfolge stärker sichtbar gemacht werden. Denkbar ist bspw. eine Galerie von Klimaschutzprojekten und -initiativen aus Erfurt. Diese könnte auch in Verbindung mit einer interaktiven Karte gestaltet werden, in der Best-Practice-Projekte aus Erfurt dargestellt werden.

Grundsätzlich sollte die Seite zukünftig regelmäßig auf Aktualität geprüft und bei Bedarf aktualisiert werden. Soweit möglich, sollten beim Einstellen von Dokumenten zum Download auf deren Barrierefreiheit geachtet werden.

Aufgrund der Bedeutung des Themas Klimaschutz und der eingeschränkten Gestaltungsmöglichkeiten der städtischen Website sollte auch über die Einrichtung einer eigenen Projektwebsite nachgedacht werden, die durch eine dauerhafte Präsenz auf den Seiten des Amtes für Umwelt- und Naturschutz unter [www.erfurt.de](http://www.erfurt.de) ergänzt wird.

### **Social Media**

Neben der Website sind auch die sozialen Medien ein sehr effektiver Weg, um mit den Menschen in direkten Kontakt zu treten. Viele Menschen nutzen die sozialen Medien mittlerweile zur Informationsbeschaffung und Meinungsbildung. Dies birgt neben Chancen gleichermaßen Herausforderungen; als Stichwort seien hier bewusst gestreute Falschmeldungen („Fake News“) genannt. Doch gerade in Zeiten, in denen Authentizität und Glaubwürdigkeit Mangelware zu sein scheinen, lässt sich mit einer ehrlichen Kommunikation ein wertvoller Gegenpol setzen, der schnell geschätzt werden wird. Themen, Schwerpunkte oder Handlungsfelder, in denen Sie sich besonders engagieren, können so in den Fokus der Öffentlichkeit gebracht werden.

Aktuell nutzt die Landeshauptstadt Erfurt einen Facebook-Kanal, der zentral über die Pressestelle verwaltet wird. Facebook ist das bedeutendste soziale Netzwerk weltweit und liegt auch in Deutschland mit rund 32 Millionen Nutzer\*innen auf Platz eins. Auch wenn die Anmeldezahlen jüngerer Menschen in den letzten Jahren zurückgegangen sind, bietet Facebook den breitesten Alters- und Bildungsdurchschnitt aller Social-Media-Plattformen. Durch die verschiedenen Posting-Arten kann lassen sich die eigenen Botschaften breit streuen. Facebook erlaubt Texte, Fotos, Videos und seit einiger Zeit auch Storys. Über Facebook-Events kann gezielt zu Veranstaltungen eingeladen werden. Zudem lässt sich auch Werbung zu schalten.

Der Facebook-Kanal der genutzt werden, um in regelmäßigen Abständen Inhalte rund um das Thema Klimaschutz zu kommunizieren. Der Vorteil:

- Über die sozialen Medien lassen sich erheblich mehr Personen ansprechen als über den klassischen Web-Auftritt.
- Die sozialen Medien ermöglichen eine orts- und zeitunabhängige Kommunikation, ohne den Umweg über die klassischen Medien.
- Der Zugang zu neuen Zielgruppen und Multiplikatoren wird vereinfacht.
- Es können auch kurzfristig Informationen ohne großen Aufwand gestreut werden.
- Soziale Medien können genutzt werden, um konkrete Fragen zu beantworten, Gesprächsangebote aufzunehmen oder Feedback zu geben.
- Zudem bieten sie Möglichkeiten, selbst Feedback einzuholen, sich zu bedanken oder in inhaltliche Debatten einzusteigen und zu diskutieren. So lässt sich beispielsweise gut einschätzen, an welchen Stellen die Stadtbevölkerung Handlungsbedarf sieht, was sie sich mit Blick auf den Klimaschutz wünscht oder welche Meinung sie zu einem aktuellen Thema vertritt.

Beim Einstellen von Inhalten ist es wichtig zu bedenken, dass nicht automatisch allen Followern jeder Post angezeigt wird. Über die Anzeige entscheiden zum einen die Follower selbst und zum anderen der Facebook-Algorithmus. Die Reichweite kann erhöht werden, indem Posts eingestellt werden, die zur Interaktion einladen. Jede Interaktion (Like, Kommentar, etc.) vervielfacht die Reichweite deutlich.

Die Bedeutung von Video-Content hat in den letzten Jahren auf allen Social-Media-Kanälen stark zugenommen. Webvideos sollten daher ein integraler Bestandteil der Kommunikationsstrategie für das Klimaschutzkonzept und dessen Projekte sein. So sollten regelmäßig Webvideos erstellt werden, um bspw. auf besondere Aktionen und Veranstaltungen hinzuweisen, um Projekte und Projekte-Inhalte zu erläutern, um wichtige Projekt-Meilensteine zu



dokumentieren - und nicht zuletzt, um Interesse für das Projekt zu wecken. Dabei sollten sowohl einfach produzierte Videos sowie aufwändiger produzierte Filme erstellt werden.

Einfache Webvideos können z.B. zur Ankündigung sowie für kurze Impressionen von Veranstaltungen und Aktionen eingesetzt werden. Bei diesen Formaten kommt es weniger auf die professionelle technische Aufbereitung als auf den authentischen Charakter an.

Professionelle Webvideos sollten für einen Image- oder Projektfilm, zur Dokumentation von Veranstaltungen oder besonderen Aktionen produziert werden. Je nach Thema sollten die Videos maximal drei bis fünf Minuten lang sein. Videos von größeren Veranstaltungen können dagegen auch etwas länger sein. In den Videos sollten nicht nur die Projekte erläutert werden, sondern auch Akteure und Teilnehmende zu Wort kommen.

Auch einzelne Erklär-Videos lassen sich schnell produzieren. Komplexere Zusammenhänge sollten über Animationen und Infografiken erläutert und visualisiert werden. Solche Filme können bspw. mit Tools wie Powtoon (<https://www.powtoon.com/>) relativ einfach und kostengünstig selbst erstellt werden.

### **Newsletter**

Mit einem Projekt-Newsletter können zielgenau Projektinteressierte über Neuigkeiten und Veranstaltungen informiert und so eine Bindung an das Projekt hergestellt werden. Ein Newsletter sollte in regelmäßigen Abständen versendet werden, um das Interesse am Projekt aufrecht zu erhalten. Ein viertel- bis halbjähriger Erscheinungstermin mit einem Umfang von jeweils ca. drei bis fünf Meldungen ist sinnvoll und angemessen.

Interessenten können sich bei Entscheidung für einen Newsletter über die Website dazu anmelden. Zusätzlich kann bei Veranstaltungen und sonstigen Aktionen auf den Newsletter hingewiesen werden.

## Außenwahrnehmung der Klimaschutzprojekte

Das Umwelt- und Naturschutzamt sowie auch andere Fachämter kommunizieren seit Erstellung und Verabschiedung des Klimaschutzkonzeptes eine Vielzahl an unterschiedlichen Aktionen und Projekten aus den verschiedenen Handlungsfeldern. Im Rahmen einer Sichtung der Website der Landeshauptstadt Erfurt sowie der dort veröffentlichten Dokumente und Medien (Broschüren, Flyer, Präsentationen, etc.) wurde untersucht, welche Projekte und Aktionen kommunikativ begleitet wurde und wie sie von außen wahrgenommen werden. Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst.

Unserer Sekundärrecherche zeigt, dass in der bisherigen Kommunikation viele verschiedene inhaltliche und thematische Ebenen zum Tragen kommen. Die Synopse zeigt auch, dass die Projekte überwiegend als eigenständige Projekte und nicht als Teil bzw. als Baustein des Erfurter Klimaschutzkonzeptes wahrgenommen werden. Zudem sind auch nur wenige der Einzelprojekte klar profilierte. Dabei stechen die Projekte ÖKOPROFIT Erfurt und Stadtradeln heraus, die beide als Teil von übergeordneten nationalen bzw. internationalen Kampagnen zu sehen sind. Dies gilt eingeschränkt auch für die Erfurter Mobilitätswoche, die im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche durchgeführt wird. Dies ist insofern von Vorteil, als das durch die Bündelung und zeitgleiche bundesweite bzw. europaweite Durchführung der Aktionen eine größere Aufmerksamkeit für die Themen und Inhalte erzeugt wird. Zudem ist für die Organisatoren und Aktiven ist in der Regel auch der Gemeinschaftsgedanke von zentraler Bedeutung.

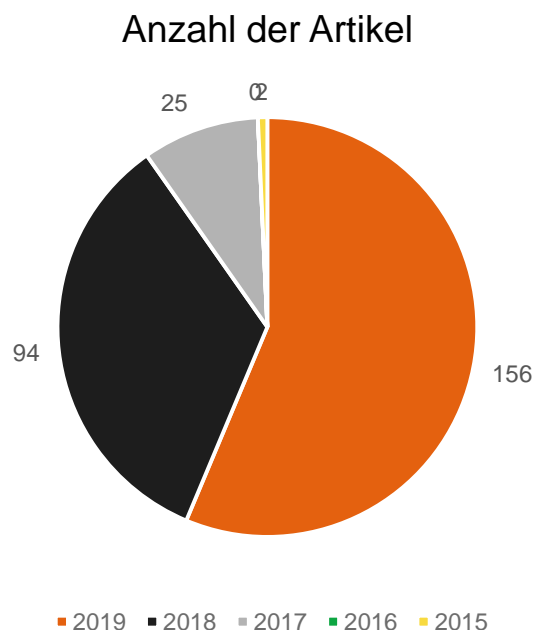
	Erfurter Energiemodell	Thermografie-Infoveranstaltungen	Solarkataster/Solaratlas Erfurt
Art	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationskampagne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsveranstaltungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online-Informationsangebot</li> </ul>
Claim	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „Das kann nur die Erfurter Fernwärme“ „Heimvorteil für Erfurter“</li> </ul>	x	x
Logo	x	x	x
Profil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationskampagne rund um die Erfurter Energieversorgung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsveranstaltungen und -spaziergänge zum Thema energetische Gebäudesanierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erst-Information und Standortprüfung</li> </ul>
Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Energieversorgung</li> <li>• Energieeffizienz</li> <li>• Integration erneuerbarer Energien</li> <li>• CO<sub>2</sub>-Einsparungen</li> <li>• energetische Gebäudesanierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• energetische Gebäudemodernisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• mögliche Standorte für Photovoltaikanlagen</li> <li>• Vorgehensweise bei der Planung</li> <li>• Ansprechpartner und Beratungsangebote</li> </ul>
Medien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website</li> <li>• Erklär-/Informationsvideos</li> <li>• Info-Broschüre</li> </ul>	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Website &amp; WebGIS-Anwendung</li> <li>• Informationsbroschüre „Erfurter Solarfibel“</li> </ul>
Kampagne	✓	x	x
Absender	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwelt- &amp; Naturschutzamt</li> <li>• SWE Energie GmbH</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwelt - &amp; Naturschutzamt</li> <li>• Deutschen Bundesstiftung Umwelt</li> <li>• Verbraucherzentrale Thüringen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwelt- und Naturschutzamt</li> </ul>

	Zukunftspreis der Landeshauptstadt Erfurt	ÖKOPROFIT Erfurt	Betriebliches Mobilitätsmanagement
Art	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wettbewerb / Initiative (2011-2015)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Workshops / Audit (seit 1999)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobilitätsberatung für Unternehmen (2012-2014)</li> </ul>
Claim	<ul style="list-style-type: none"> <li>„und woran tüftelst du gerade?“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>“ÖKO? LOGISCH!”</li> </ul>	x
Logo	x	✓	x
Profil	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wettbewerb zum Thema Innovation und Nachhaltigkeit für Kinder- und Jugendliche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informations- und Beratungsangebot für Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informations- und Beratungsangebot für Unternehmen zur Gestaltung betrieblicher Mobilität</li> </ul>
Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>"innovativ für Erfurt" (Nachhaltigkeit)</li> <li>"kreativ für Erfurt" (Zukunftsideen)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nachhaltigkeit</li> <li>Umwelt- &amp; Ressourcenschutz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobilität</li> <li>Nachhaltigkeit / Umwelt- und Klimaschutz</li> <li>Wirtschaftlichkeit</li> </ul>
Medien	<ul style="list-style-type: none"> <li>Key-Visual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Key-Visual</li> <li>Postkarten</li> <li>Dokumentationsbroschüren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informationsveranstaltungen</li> <li>Workshops</li> <li>Individuelle Beratungsangebote</li> <li>Dokumentationsbroschüre</li> </ul>
Kampagne	x	✓	x
Absender	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umwelt- &amp; Naturschutzamt</li> <li>SWE Stadtwerke Erfurt GmbH</li> <li>Dezernat Wirtschaft &amp; Umwelt, Nachhaltigkeitsmanagement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amt für Wirtschaftsförderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dezernat Wirtschaft und Umwelt, Klimaschutzkoordinator/in</li> </ul>

	ERFURTER MOBILITÄTSWOCHE	STADTRADELN	Draisine 4.0
Art	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktionswoche / Kampagne (seit 2015)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wettbewerb / Kampagne (seit 2010)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wettbewerb zum Stadtradeln (2017)</li> </ul>
Claim	x	<ul style="list-style-type: none"> <li>„Radeln für ein gutes Klima“</li> </ul>	x
Logo	x	✓	x
Profil	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktionswoche im Rahmen der Europäischen Mobilitätswoche</li> <li>Bündelung mit weiteren Aktionen wie „World Cleanup Day“, „Parking Day“ und „Stadtradeln“</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wettbewerb, bei dem es darum geht, 21 Tage lang möglichst viele Alltagswege klimafreundlich mit dem Fahrrad zurückzulegen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>„Innovationswettbewerb“ für die Radmobilität der Zukunft</li> </ul>
Themen	<ul style="list-style-type: none"> <li>nachhaltiger Mobilität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mobilität</li> <li>Radverkehr / Radinfrastruktur</li> <li>Klimaschutz vor Ort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Radverkehr</li> </ul>
Medien	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veranstaltungen, Aktionen und Mitmachmöglichkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Key-Visual</li> <li>Flyer</li> <li>Website &amp; App</li> <li>Testimonials</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Website</li> <li>WebGIS</li> <li>Informationsbroschüre „Erfurter Solarfibel“</li> </ul>
Kampagne	x	✓	x
Absender	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umwelt- &amp; Naturschutzamt</li> <li>Vereine, Initiativen und Unternehmen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umwelt- &amp; Naturschutzamt</li> <li>ADFC</li> <li>Klima-Bündnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umwelt- &amp; Naturschutzamt</li> </ul>

## Medienresonanz

Zur Prüfung der Außenwahrnehmung des Klimaschutzkonzeptes sowie der Teilprojekte wurde ein Pressespiegel zur Auswertung der Berichterstattung durch das Umwelt- und Naturschutzamt bereitgestellt. Der Pressespiegel umfasst insgesamt rund 280 Artikel von denen der Großteil aus dem Zeitraum 2017-2019 stammt. Da die Artikel keine Rückschlüsse auf die veröffentlichenden Medien zuließen, können keine quantitativen Aussagen zur Reichweite anhand der Auflagezahlen getroffen werden.



Nach Sichtung und Clusterung der Artikel konnten insgesamt 60 Artikel mit einem direkten Bezug zur Landeshauptstadt Erfurt identifiziert werden, die im weitesten Sinne den Themenkomplex Klimaschutz und Nachhaltigkeit betreffen, wobei nur in Ausnahmefällen ein Bezug zum Klimaschutzkonzept der Landeshauptstadt hergestellt wurde. Dies betrifft auch die Artikel, in denen der/die Klimaschutzkoordinator\*en erwähnt wurde. Die Berichterstattung war überwiegend sachlich-deskriptiv, die Tonalität neutral. Themenschwerpunkte waren:

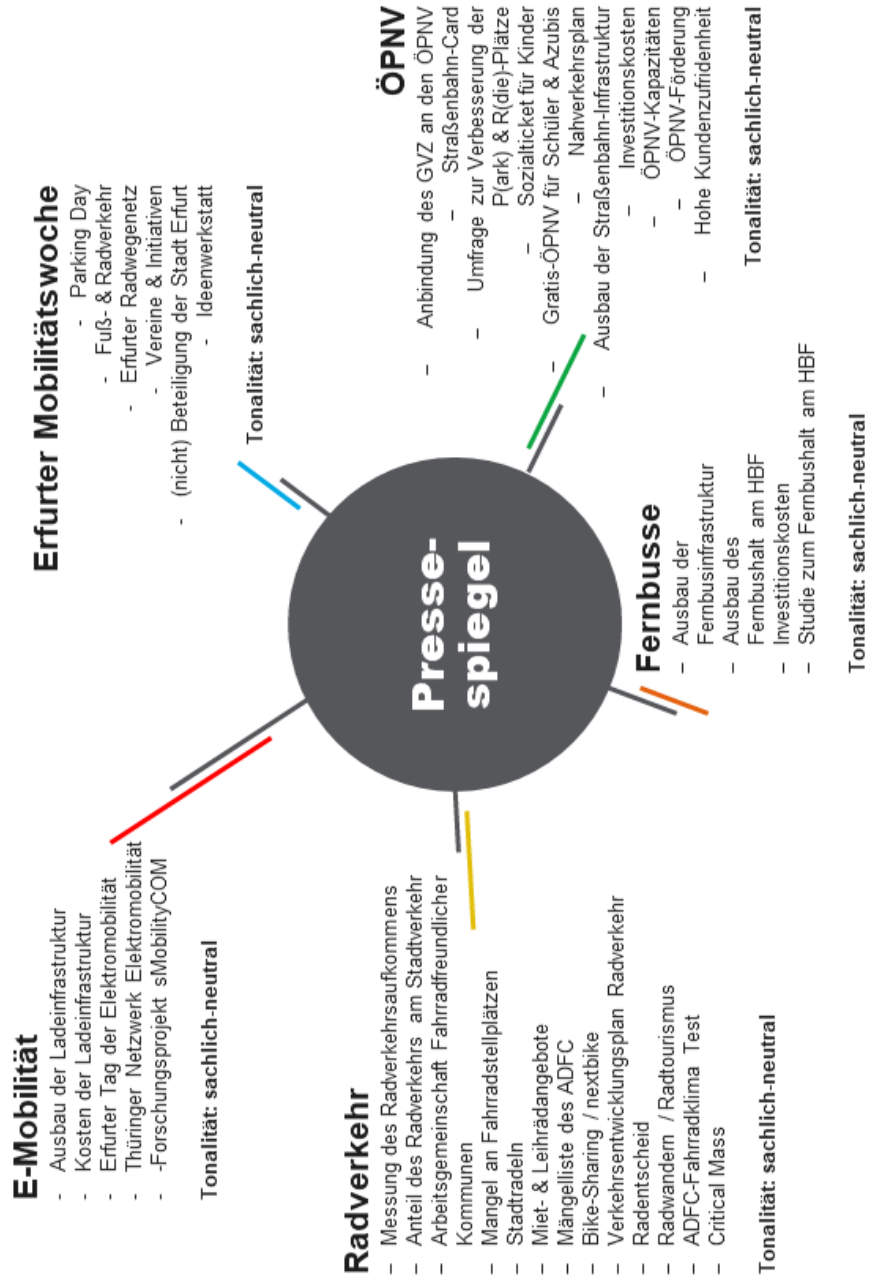
- Verkehr & Mobilität
  - Elektromobilität (4 Artikel)
  - Fernbusse (3 Artikel)
  - Erfurter Mobilitätswoche (3 Artikel)
  - ÖPNV (7 Artikel)
  - Radverkehr (16 Artikel, davon 4 Beiträge die eine Verbindung zum Thema Klimaschutz hergestellt haben (Stichworte Criticla Mass und Stadtradeln. Keine Nennung des Erfurter Klimaschutzkonzeptes)
- Energie
  - Strom (5 Artikel, davon 1 Artikel mit Nennung des Klimaschutzkonzeptes)
  - Wärme (7 Artikel)
- Projekte & Initiativen (25 Artikel, davon 1 Artikel mit Nennung des Klimaschutzkonzeptes)

In den folgenden Grafiken werden die in der Berichterstattung aufgegriffenen Themen, Projekte und Initiativen noch einmal aufgeführt:



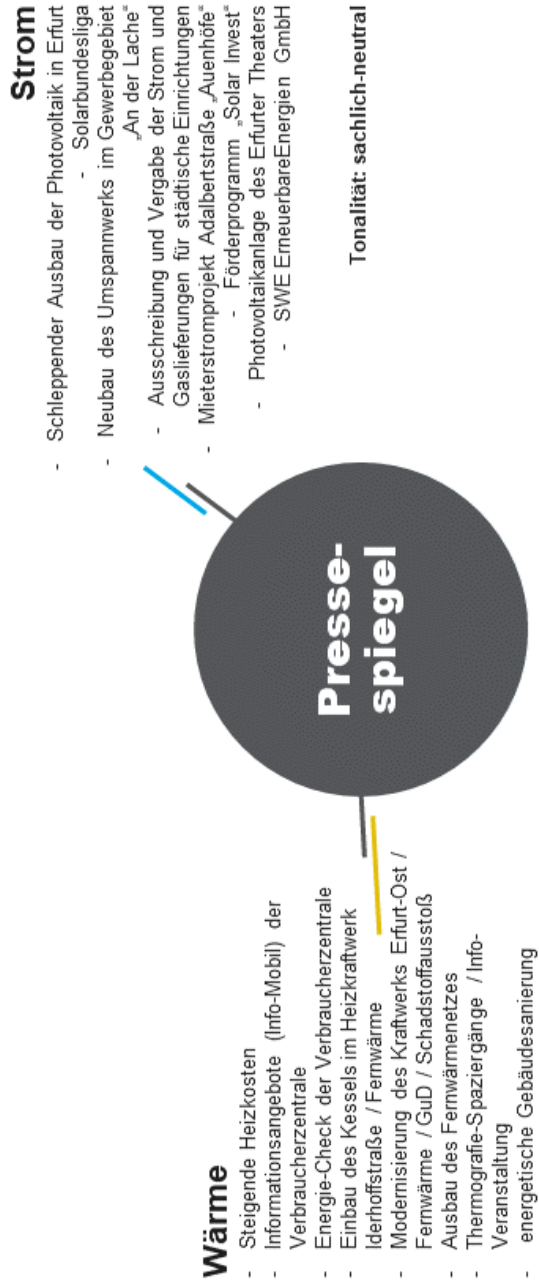
# Auswertung des Pressespiegels

## Mobilität & Verkehr



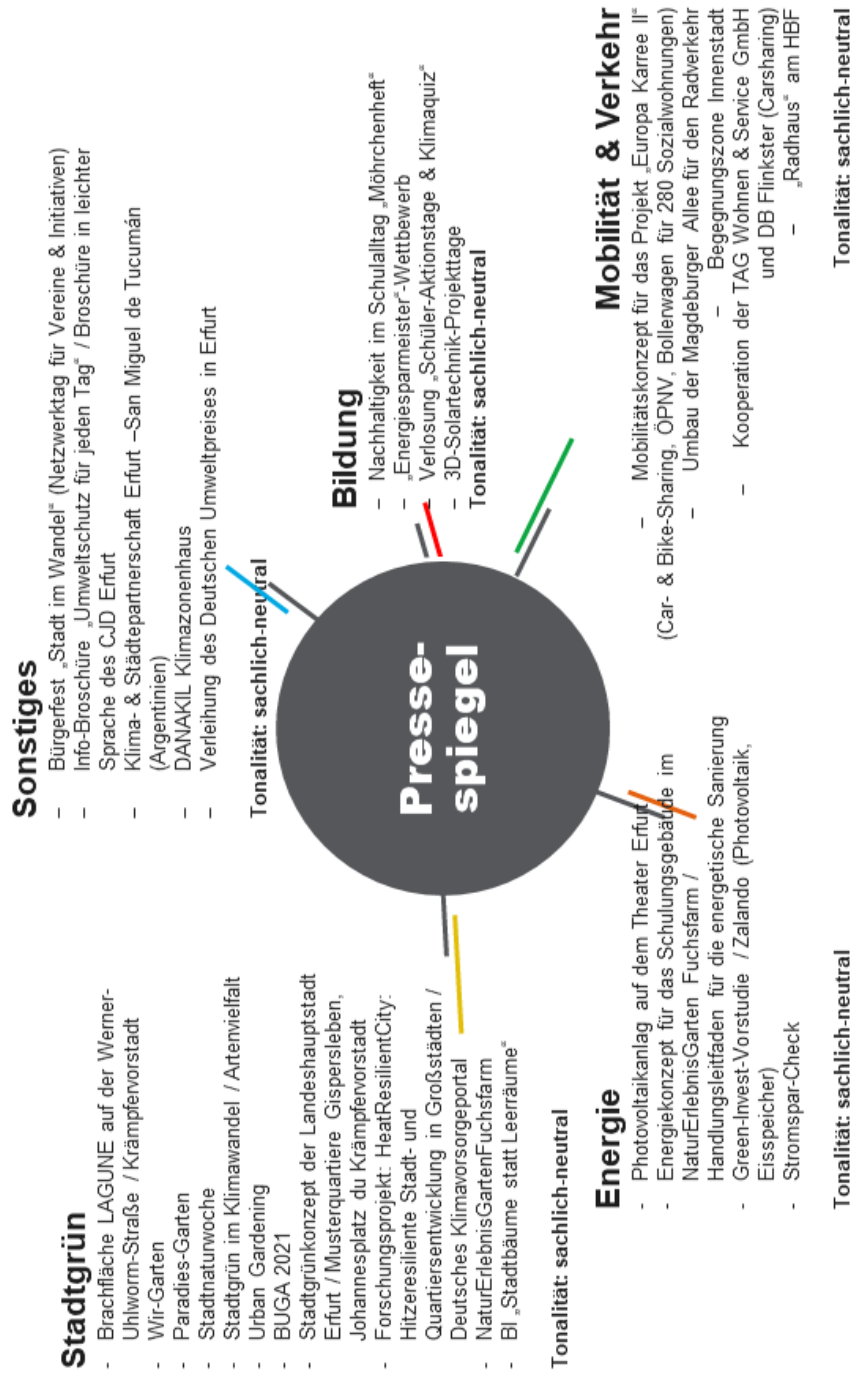
# Auswertung des Pressespiegel

## Energie



# Auswertung des Pressespiegels

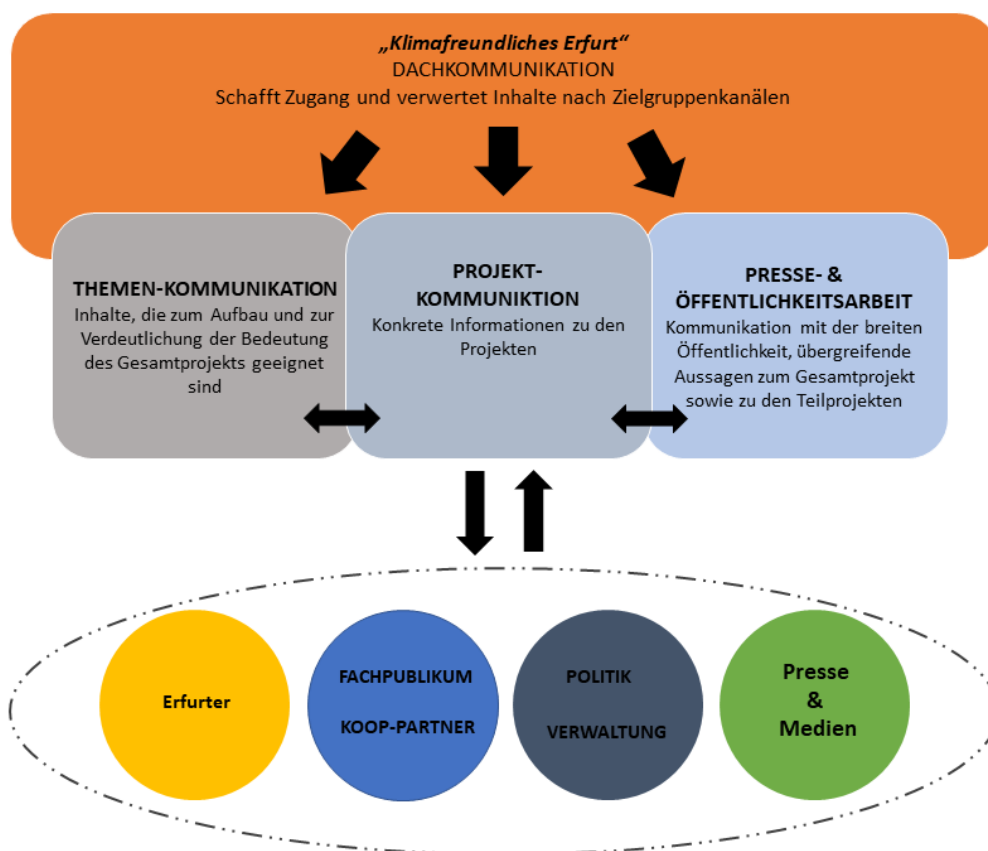
## Projekte & Initiativen



## Empfehlungen für die Projektkommunikation

Ziel der Kommunikation ist, das Klimaschutzkonzept und die darin enthaltenen Ziele und Maßnahmen bekannt zu machen, Engagement zu mobilisieren und die Akzeptanz bzw. das Verständnis für die einzelnen Maßnahmen zu erhöhen. Nicht zuletzt soll das Engagement der Landeshauptstadt Erfurt im Kampf gegen den Klimawandel hervorgehoben werden.

Um die Bedeutung des Klimaschutzkonzeptes stärker hervorzuheben und die Akzeptanz für die Maßnahmen und Projekte in den einzelnen Handlungsschwerpunkten zu steigern, empfiehlt es sich aus kommunikativer Sicht, die Inhalte (Themen, Maßnahmen und Projekte) weiter auszuarbeiten und in der Kommunikation gezielt in den Kontext des Gesamtprogramms zu stellen und das Klimaschutzkonzept stärker als „Dachmarke“ bzw. als übergeordnete Kommunikationsebene auszubauen. Die drei Säulen dieses Überbaus bzw. die Zugänge für die unterschiedlichen Zielgruppen bilden die Themen-Kommunikation, die Projekt-Kommunikation sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.



Für den Diskurs bietet sich damit die Chance, den Fokus nicht nur auf die Umsetzung einzelner Maßnahmen und Projekte zu richten. Durch die Bündelung können vielmehr neue Zugänge zum Thema kommunaler Klimaschutz und zum Erfurter Klimaschutzkonzept geschaffen werden, die auch in der breiten Öffentlichkeit auf eine höhere Resonanz stoßen, als es die Einzelprojekte vermögen. Ein wesentliches Element für die erfolgreiche Umsetzung des Klimaschutzkonzeptes ist aus unserer Sicht, den Stakeholdern unterschiedliche positive Zugänge und Anknüpfungspunkte zu ermöglichen und ein „Wir-Gefühl“ zu erzeugen („Wir packen den Klimaschutz gemeinsam an!“). Die aktuell hohe Aufmerksamkeit für Umwelt- und Klimaschutzthemen bietet dafür ein hohes Potential und sollte genutzt werden, um die lokalen Akteure zu motivieren, sich in die Umsetzung des Klimaschutzkonzeptes einzubringen und es gemeinsam voranzubringen. Wichtig ist dabei, auch Möglichkeitsräume für eigene Ideen und Projekte zu öffnen und ein Andocken an das Klimaschutzkonzept zu ermöglichen. Am Ende kann so ein „Konsens“ stehen, der von der breiten Öffentlichkeit getragen wird und in der Umsetzung der Maßnahmen und Projekte mündet bzw. weiteres Engagement initiiert.

Im Sinne einer effektiven Diffusion ist es daher essenziell, die wesentlichen Aspekte des Klimaschutzkonzeptes in einer übergeordneten Struktur verständlich aufzubereiten und in einigen wenigen zentralen Botschaften, Slogans oder Leitbildern zu inszenieren, die sich wie ein roter Faden durch die gesamte Kommunikation ziehen. Diese Kernbotschaften liefern knackige Antworten auf die zentralen Fragen und bilden gemeinsam ein kurzes, für jeden verständliches Narrativ. So werden positive Bilder und Botschaften transportiert, die sich festsetzen und gesellschaftlich dominieren.

Bei der Entwicklung der Kernbotschaften sollte stets auf ein positives Framing (sog. „Gain Frames“) geachtet werden: Dabei werden die schützende Wirkung, positive Effekte und Chancen in den Vordergrund gestellt, die sich aus der Umsetzung der Einzelmaßnahmen und des Gesamtprojekts ergeben.

Die Kernbotschaften bilden die Grundlage für die gesamte externe Kommunikation. Neben einer konsistenten textlichen Darstellung sollte ergänzend ein Basis-Set an Grafiken und Visualisierungen (z.B. Fotos) erstellt werden, das die wesentlichen Aspekte veranschaulicht und als Bilder in den Köpfen verankert. Dies eignet sich außerdem für eine effektive Presse- und Medienarbeit.

Um die gewünschte positive Identifizierung mit dem Projekt zu unterstützen und die Wiedererkennbarkeit sicherzustellen, sollten alle eingesetzten Medien in einem einheitlichen „look and feel“ gestaltet werden. Die Medien sollten sich dabei einerseits von der alltäglichen Kommunikation der Landeshauptstadt absetzen, andererseits aber auch einen Wiedererkennungseffekt und inhaltliche Verbindungen ermöglichen. Die Prozessmarke, bestehend aus Logo und Claim, sollte:

- als Dachmarke für das Klimaschutzkonzept fungieren sowie die darin enthaltenen Themen und Einzelmaßnahmen verbinden,
- die Projektinhalte transportieren,
- kompakt, für jeden verständlich und merkfähig sein,
- langfristig angelegt sein,
- in Ton und Anmutung sachlich-informativ und nicht werblich ausgerichtet sein,
- gestalterisch mit der Corporate Identity der Landeshauptstadt Erfurt harmonisieren.

Die **Themen-Kommunikation** greift die Leitthemen bzw. Handlungsschwerpunkte des Klimaschutzkonzeptes (z.B. Energieerzeugung, Energieeffizienz, Verkehr und Mobilität, etc.) sowie weitere zugehörige Themen (z.B. Klimafolgenanpassung) auf und schafft so Zugänge für unterschiedliche Interessen- und Zielgruppen. Die Themen- und Handlungsschwerpunkte sollten dabei immer in den Kontext des Gesamtprogramms gestellt werden und ihre Bedeutung bzw. ihr Beitrag zum Erreichen des Gesamtziels verdeutlicht werden.

Bei allen Themen sollte auch immer eine Kommunikationsebene für einen stärker emotionalen und lifestyleigen Zugang geschaffen werden, der an die Lebenswelt der Bürgerinnen und Bürger anknüpft. Dabei sollten Optionen und pragmatische Handlungsmöglichkeiten für ein klimafreundlicheres Leben für jeden Einzelnen entwickelt und aufgezeigt werden, die idealerweise auch einen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität für Bewohner und Besucher leisten. Zudem sollten Lernkurven und die Entwicklungsfähigkeit der Stadt sichtbar gemacht und Entwicklungsperspektiven aufgezeigt werden.

Die Einzelmaßnahmen, Projekt, Aktionen und Veranstaltungen werden im Rahmen der **Projekt-Kommunikation** in die Themenkategorien einsortiert, gekennzeichnet und beworben. Im Fokus sollten dabei insbesondere die Schlüsselprojekte stehen, die für die Umsetzung des Klimaschutzkonzeptes von Bedeutung sind. Das können sowohl sichtbare als auch nicht sichtbare Projekte sein, denen eine besondere Relevanz zukommt und die daher entsprechend kommunikativ begleitet werden sollten. Auch weitere Projekte sowie Veranstaltungen, Aktionen und Mitgestaltungsmöglichkeiten sollten im Rahmen der Projektkommunikation kommuniziert werden.

Eine konstante **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** begleitet jeden Prozessabschnitt des Gesamtprojekts und der Einzelprojekte.