

Erfolgreiche Umweltkommunikation im Internet



Vorgehensweise

- Auswahl von Internetseiten
- Vorrecherche
- 1. Expertenrunde
- Detailrecherche
- Onlinebefragung
- 2. Expertenrunde
- Abschlussveranstaltung
- Buchpublikation, Anfang 2005, Erich Schmidt Verlag

Auswahl und Vorgehensweise Vorrecherche

Themenbereiche der Internetstudie

- Energie
- PIUS (Produkt-/Produktionsintegrierter UWS)
- Naturschutz
- Umweltbildung
- Umweltmanagement

Auswahl und Vorgehensweise Vorrecherche

Grundlage/Selektion:

- Linklisten von www.bmu.de - www.uba.de
www.google.de und www.yahoo.de
- Hinweise/Tipps von DBU/ZUK-Mitarbeitern
- Liste mit 350 Webseiten reduziert auf 146 durch:
 - genaue thematische Zuordnung
 - Test auf Aktualität und techn. Funktionsfähigkeit

The screenshot shows a complex web form titled 'Detailrecherche'. It is divided into several sections:

- URL:** www/Online-DBU.de
- Name:** Deutsche Bundesstiftung Umwelt
- Thema:** Energy, Naturschutz, Umweltbildung, Umweltmanagement.
- Sicherheit zum Thema:** A dropdown menu.
- Inhaltliche Breite:** Umwelt, Energie, Naturschutz, etc.
- Inhaltliche Tiefe:** Fachlicher Hintergrund, etc.
- Programmierung:** Java, ASP, etc.
- Zielgruppe:** Bundesbehörden, Landesbehörden, etc.
- Verständlichkeit:** Allgemeinverständlich, etc.
- Lesbarkeit:** Leicht anzugreifen, etc.
- Interaktivität:** E-mail, Chat, Forum, etc.
- Navigation:** Suchen, Zurück, etc.
- Regionale Bezug:** Lokal, Regional, International.
- Beobachtungen:** Ein text area for notes.

Detailrecherche

Erstellung eines Formulars für die Feinanalyse

- Zielgruppe
- Öffentlichkeitsarbeit
- Angebot
- Kosten/Finanzierung
- Statistik
- Programmierung



Liste der 34 ausgewählten Internetauftritte

- **Umweltbildung (2):**
 - <http://www.zukunft-gewinnt.de/>
 - <http://www.vuz-web.de>
- **Energie (9):**
 - <http://www.enercity.de>
 - <http://www.energie-effizienz.de>
 - <http://www.energienetze.de>
 - <http://www.energieportal24.de/>
 - <http://www.energiesiftung.de>
 - <http://www.fv-solenergie.de/>
 - <http://www.initiative-energieeffizienz.de>
 - <http://www.lwr.de/>
 - <http://www.solarserver.de>
- **PIUS (3):**
 - <http://www.dkr.de/>
 - <http://www.pius-info.de/>
 - <http://www.uni-kassel.de/hiva/>
- **Naturschutz (8):**
 - <http://www.fledermausschutz.de>
 - <http://www.nationalpark-eifel.nrw.de>
 - <http://www.naturedetektive.de/>
 - <http://www.nawit.de/>
 - <http://www.nadi-rohrein.de/>
 - <http://www.sn-sh.de/>
 - <http://www.stiftung-naturschutz-bw.de>
 - <http://www.naturinfo-online.net>
- **Gemischte (u.a. „Umweltmanagement“) - (12):**
 - <http://www.bfn.de>
 - <http://www.bfn.info/>
 - <http://www.bmu.de/>
 - <http://www.dbu.de/>
 - <http://www.futureins.de>
 - <http://www.grasioewe.de>
 - <http://www.arbeitspunkt.de>
 - <http://www.mw.niedersachsen.de/>
 - <http://www.nabu-hamburg.de/>
 - <http://www.nna.de/>
 - <http://www.umweltbundesamt.de>
 - <http://www.wwf.de>

Liste der 34 ausgewählten Internetauftritte

- 4 Landesbehörden
- 4 Bundesbehörden
- 6 wissenschaftliche Einrichtungen
- 6 Vereine, Verbände, Gruppen
- 6 Stiftungen
- 8 Unternehmen



Fragebogen Öffentlichkeitsarbeit

- **Betreiben Sie Öffentlichkeitsarbeit über andere Medien? Welche?**
- Wie sind diese Informationen untereinander verbunden?
- Wird in den anderen Medien auf den Internetauftritt hingewiesen und umgekehrt?
- Haben Sie Partnerschaften mit anderen Seitenbetreibern oder Institutionen?
- Mit wem und aus welchen Gründen?

Auswertung

- „Betreiben Sie Öffentlichkeitsarbeit über andere Medien?“ II 1a
- Alle 34 Befragten beantworteten diese Frage mit Ja.
- Über welche anderen Medien betreiben Sie Öffentlichkeitsarbeit?“ II 1 b
- Presseverteiler/ Pressemitteilungen ⇒ 7 Nennungen
- Publikationen ⇒ 3 Nennungen
- WDR-Bildungs-, Umweltabteilung ⇒ 1 Nennung
- Flyer ⇒ 8 Nennungen
- Vernetzung mit anderen Webseiten ⇒ 6 Nennungen
- Zeitschriften ⇒ 6 Nennungen
- E-Cards ⇒ 1 Nennung
- Pressearbeit ⇒ 14 Nennungen
- Imagewerbung ⇒ 1 Nennung
- Print Nennungen ⇒ 18
- Ausstellungen, Seminare, Workshops, Tagungen ⇒ 16 Nennungen
- Broschüren ⇒ 10 Nennungen
- Messepräsenz ⇒ 5 Nennungen
- Regional TV ⇒ 1 Nennung
- Anzeigen/Werbung ⇒ 5 Nennungen
- Telefon-Hotline/Kundenberatung ⇒ 1 Nennung
- Fernsehen ⇒ 12 Nennungen
- Hörfunk ⇒ 12 Nennungen
- Infostände/Aktionen ⇒ 1 Nennung
- Verbandszeitung ⇒ 1 Nennung

Kategorienbildung

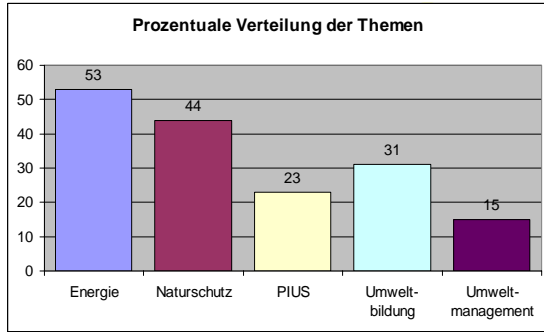
- Unter der Kategorie Print werden zusammengefasst: Flyer, Broschüren, Publikationen, Zeitschriften, Verbandszeitung, Newsletter, Print
- Unter der Kategorie Event werden zusammengefasst: Messepräsenz, Infostände/Aktionen, Ausstellungen, Seminare, Workshops, Tagungen
- Unter der Kategorie Pressearbeit werden zusammengefasst: Presseverteiler/Pressemittelungen, Pressearbeit
- Unter der Kategorie Fernsehen werden zusammengefasst: Regional TV, WDR-Bildungs-, Umweltabteilung, Fernsehen
- Unter der Kategorie Hörfunk werden zusammengefasst: Hörfunk, WDR-Bildungs-, Umweltabteilung

Zusammenfassung

Studiendesign

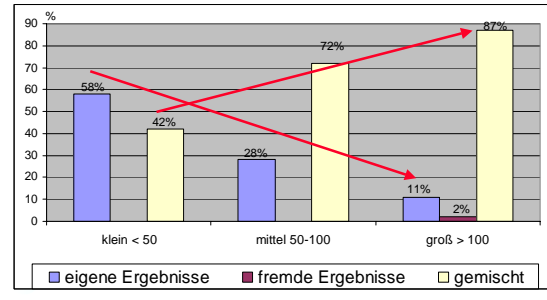
1. Vorrecherche – 146 Websites
2. Detailstudie – 34 Websites
3. Onlinebefragung – 7 Websites

Vorrecherche

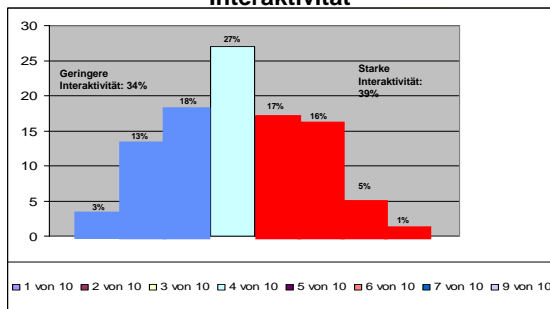


Vorrecherche

Herkunft der Inhalte/Seitenumfang



Vorrecherche Interaktivität



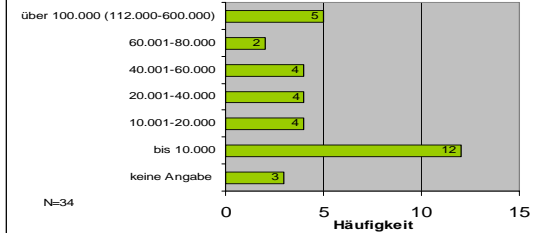
Detailstudie

- Statistik
- Angebot
- Zielgruppe
- Öffentlichkeitsarbeit
- Kosten/Finanzierung/Verantwortlichkeit
- Programmierung

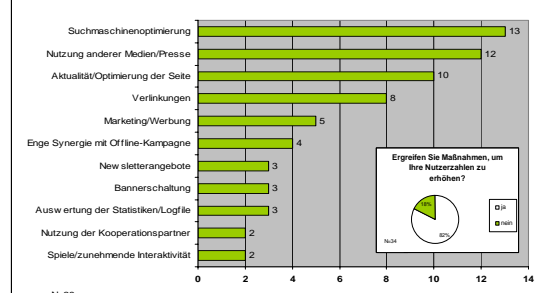


Detailstudie/Statistik

Wie hoch sind die Nutzerzahlen Ihrer Seiten pro Monat?

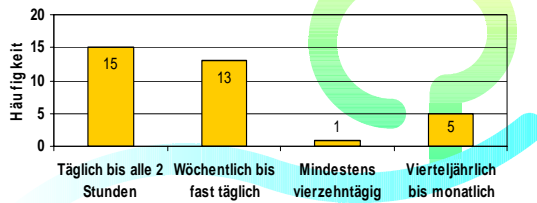


Detailstudie/Statistik



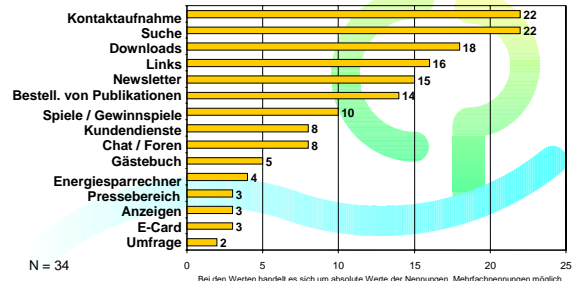
Detailstudie/Angebot

„Wie häufig wird aktualisiert?“

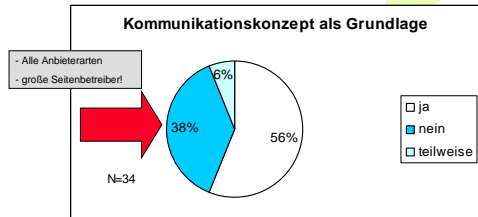


Detailstudie/Angebot

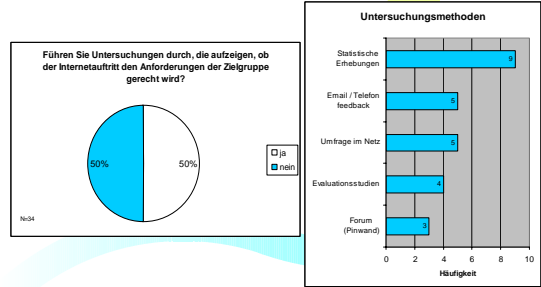
„Welche interaktiven Möglichkeiten bieten Sie auf Ihrer Internetseite an?“



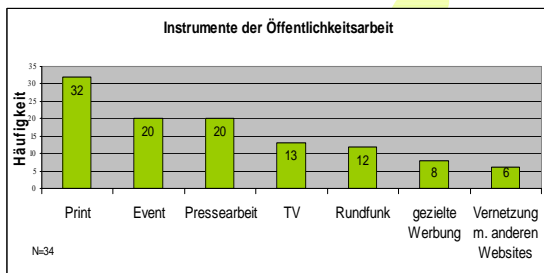
Detailstudie/Zielgruppe



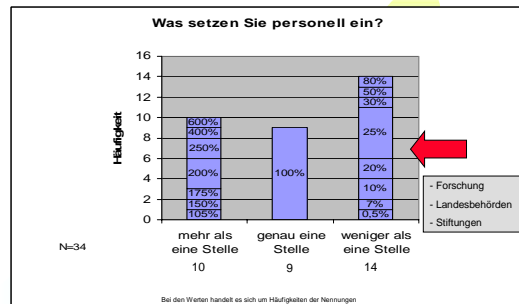
Detailstudie/Zielgruppe



Detailstudie/Öffentlichkeitsarbeit

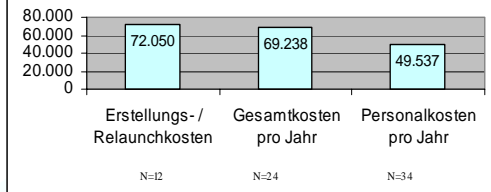


Detailstudie/Verantwortlichkeit

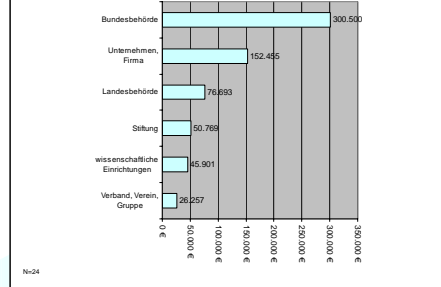


Detailstudie/Kosten

Mittelwerte der Kostenaufstellungen

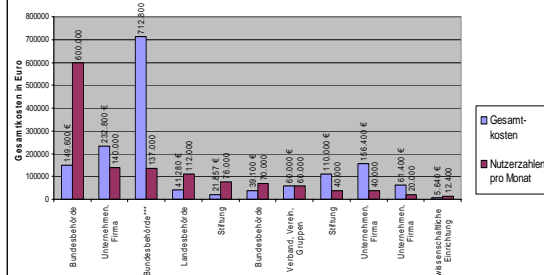


Gesamtkosten Durchschnittswerte nach Art der Anbieter



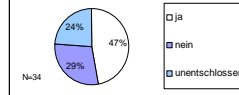
Würde der Kostenaufwand der Bundesbehörde mit dem höchsten Gesamtkostenaufwand für 6 Stellen genannt werden, wie es der Fall ist, läge der Durchschnittswert der Bundesbehörden mit 96.437 Euro unter dem Durchschnittswert der Unternehmen und Firmen.

Gesamtkosten in Abhängigkeit zu den Nutzerzahlen pro Monat (10.001- über 100.000)

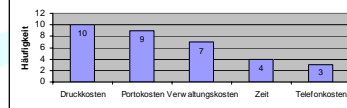


Detailstudie/Finanzierung

Haben Sie Kosteneinsparungen in anderen Bereichen seit der Einstellung Ihrer Internetseite?

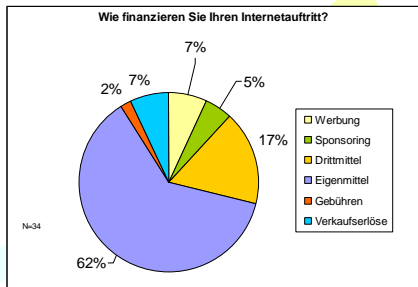


Bereiche, in denen Kosteneinsparungen erzielt wurden:

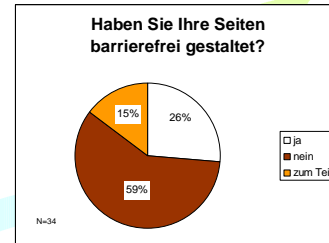


Bei den Werten handelt es sich um Häufigkeiten der Nennungen, Mehrfachnennung möglich, N=16

Detailstudie/Finanzierung



Detailstudie/Programmierung



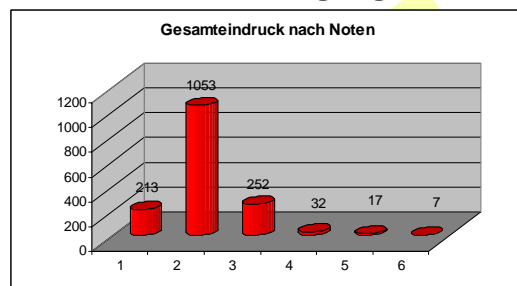
Onlinebefragung

• **Beteiligt 7 Webseitenbetreiber:**

- www.dbu.de
- www.energieportal24.de
- www.energienetz.de
- www.fledermausschutz.de
- www.pius-info.de
- www.sn-sh.de
- www.uba.de

• **Insgesamt 1.574 Teilnehmer**

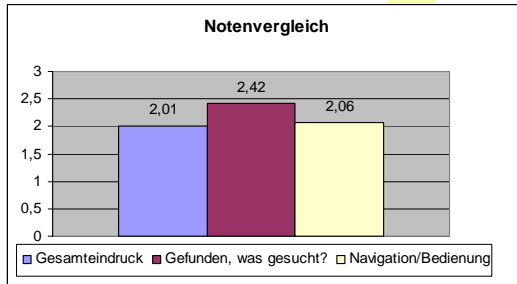
Onlinebefragung



Durchschnitt: 2,0; Range von 1,77 bis 2,24

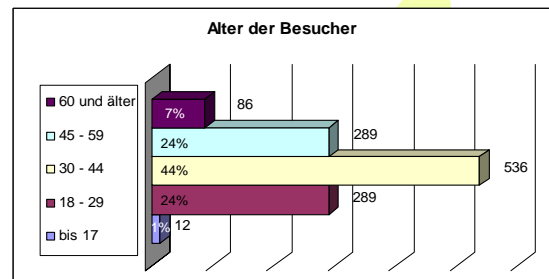
Onlinebefragung

Notenvergleich



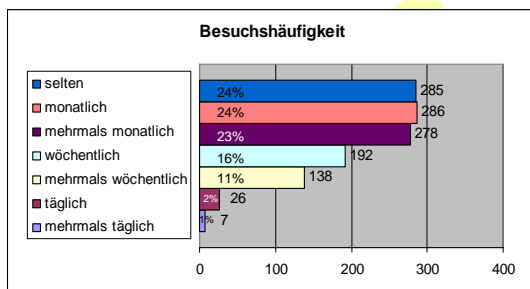
Onlinebefragung

Alter der Besucher



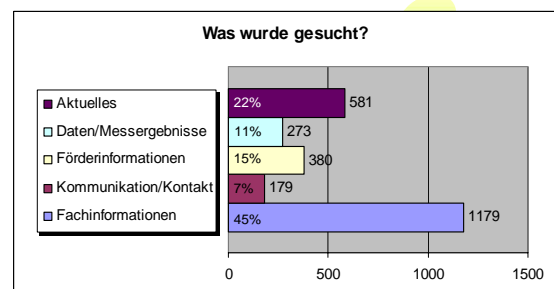
Onlinebefragung

Besuchshäufigkeit

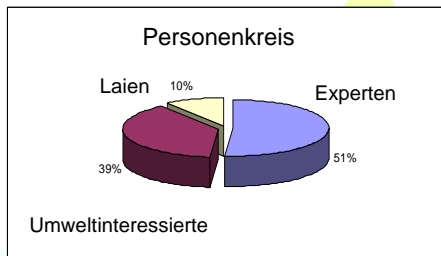


Onlinebefragung

Was wurde gesucht?



Onlinebefragung



Vergleich: Online- ↔ Detailstudie

Zusammenfassung:

•Allgemeiner Standard vieler Websites im Bereich Natur- und Umweltschutz durchaus ansprechend, allerdings mit Optimierungsbedarf.

•Nachbesserungspotential:

- Suchfunktion
- Kommunikationskonzept
- Evaluation
- Kostenoptimierung
- Barrierefreiheit
- (Interaktivität)

→ Empfehlungen!

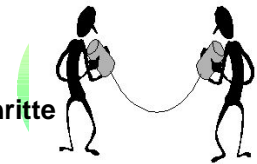
Empfehlungen

1. Kommunikationsstrategie
2. Umgang mit Agenturen
3. Organisation
4. Technik/Webdesign
5. Interaktivität
6. Auswertung/Evaluation



Kommunikationsstrategie

- Zielgruppe
- Ziel bzw. Botschaft
- Kommunikationsschritte
- Art der Vermittlung
- Kombination der Einzelmaßnahmen
- Kooperationen



Umgang mit Agenturen

- **Kostenkalkulation**
- **Pflichtenheft**
- **Rechte an Software, Bildern, Daten etc.**
- **Alle notwendigen Daten vorhanden?**
- **Einflussmöglichkeiten auf die Website**
- **Inhouse Erstellung?**

Organisation

- **Pflege- und Aktualisierungsintervalle**
- **Zuständigkeiten und Abläufe**
- **Kernkompetenzen: Kommunikation, Internettechnik und Fachwissen**
- **Synergieeffekte und Einsparmöglichkeiten**
- **Kostenüberwachung**

Technik/Webdesign

- **Suchmaschinenoptimierung**
- **Zielgenaue Links**
- **Kurze Ladezeiten**
- **Gliederung, Layout**
- **Aufbereitung der Inhalte für das Internet**
- **Barrierefreie Gestaltung**
- **Einsatz von Redaktions- bzw. CMS**

Interaktivität

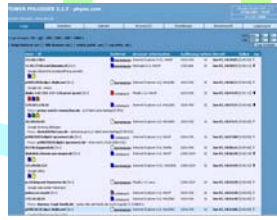


- **Kontakt, Suche, Links und Downloads**
- **Termine, Newsletter, Foren etc.**
- **Ergänzung durch weitere interaktive Elemente wie Chats, Newsfeed etc.**



Auswertung/Evaluation

- Logfile-Analysen und Online-Umfragen
- Vorab-, begleitende und abschließende Evaluation



Frage	Antwort	Anzahl	Prozent
1. Wie zufrieden sind Sie mit dem Service?	Sehr zufrieden	15	30%
1. Wie zufrieden sind Sie mit dem Service?	Zufrieden	25	50%
1. Wie zufrieden sind Sie mit dem Service?	Nicht zufrieden	5	10%
1. Wie zufrieden sind Sie mit dem Service?	Sehr unzufrieden	5	10%

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Projektteam:

Stefan Rümmele, Journalist

Mark Probst, Web-Designer

Dr. Martina Lohmann, Biologin, Web-Designerin

Andrea Kolf, Kommunikationswissenschaftlerin

Yvonne Springmeyer, Kommunikationswissenschaftlerin

Jürgen Schaper, Kommunikationswissenschaftler

Dr. Markus Große Ophoff, Chemiker, Kommunikationsexperte

Zusammenarbeit mit FH Osnabrück/Lingen

www.dbu.de/internetstudie/