

# Umweltberatung online - Möglichkeiten und Praxisbeispiele

Marc Jelitto, [Institut für Umweltkommunikation](#), [Universität Lüneburg](#)

Online-Version: <http://marcjelitto.de/tagungen/brem2001/inhalt.htm>

## Definition Umweltberatung

Die Umweltberatung ist neben der Umweltbildung ein Teil der Umweltkommunikation. Dabei handelt es sich um eine Dienstleistung, die in der Regel nachfrageorientiert arbeitet. Sie kann von Behörden, Vereinen oder Unternehmen, aber auch von unabhängigen Beratern, durchgeführt werden.

## Definition online

Mit dem Begriff online ist die Nutzung des Internets gemeint. Offline hingegen meint die Nutzung von z.B. CD-ROMs oder die Telefonberatung.

## Definition Internet

Das Internet ist eine Sammlung von Dienstleistungen, auf die mit einem Computer weltweit zugegriffen werden kann. Hier eine Übersicht über internetbasierte Dienste (Quelle: <http://marcjelitto.de/mmub/kvsn.htm>):

Kommunikation	Informationen online
e-mail * Newsletter * Mailing-Listen Chat Newsgroup (UseNet) Voice-mail Telefonieren via TCP/IP Videokonferenz Gästebuch im WWW	WWW (World Wide Web) * FTP (File Transfer Protocol; Download von Software) Abfrage von Datenbanken WebCams Virtual Reality

\* wichtig für die kundenbezogene Umweltberatung

## Möglichkeiten für Umweltberater

- Informationsbezug /-recherche
- Öffentlichkeitsarbeit (u.a. Vernetzung, Datenbankeinträge)
- Selbstdarstellung per WWW-Auftritt
- Informationsangebot
- Kommunikation mit Kunden
- Fachlicher Austausch (Diskussionsforen, Mailinglisten, Publikationen)
- Fortbildung

## Zielgruppen

- Fachkollegen
  - Bürger einer Stadt
  - Gewerbe einer Stadt
  - Firmen
  - Bundesweite Nutzer (z.B. Grüner Punkt)
  - Nachwuchs (Schüler und Lehrer beim Unterricht unterstützen)
- (siehe auch <http://www.evaluiere.de/objekte/www/zielgrup.htm>)

## Ziele eines WWW-Auftritts

- Nutzung eines weiteren Kommunikationskanals
- Entlastung von Wiederholungsfragen (FAQ)
- Informationsangebot rund um die Uhr
- Zeitliche Entzerrung (im Gegensatz zu Telefonanrufen ist keine direkte Antwort nötig)
- (Siehe auch <http://www.evaluiere.de/objekte/www/zieleanb.htm>)

## Probleme

- Belastung durch (bundesweite) Anfragen
- Höherer Beantwortungsaufwand durch Schriftform

## Ausprägungen

### Passives Informationsangebot (pull):

- Angebot von Informationen (statisch oder datenbankerzeugt)
  - Selbstdarstellung
  - Sachinformationen
  - Termine
  - FAQ (Frequently Asked Questions, eine Liste mit Antworten auf häufig gestellte Fragen)
  - Weiterführende Links ins WWW
- Postadresse und Telefon- / Faxnummer inklusive Anfahrtsbeschreibung und Lageplan

### Kommunikatives Angebot:

- zusätzlich noch
  - Angebot von Online-Formularen (falls Angaben hilfreich; Vorfilter)
  - e-mail-Adresse (läßt freiere Formulierungen zu)
  - > Antwortzeit maximal 48 Stunden, nach Wochenende 24

### Aktives Angebot:

- Newsletter (Versand von Informationen per e-mail)
- Presseverteiler

### Community (virtuelle Gemeinschaft):

Ermöglichung der Kommunikation der Nutzer untereinander

- Einreichung von Umwelttipps
- Chat (live)
- Forum (Diskussionsstränge)
- Gästebuch

## Praxisbeispiele

GfA Lüneburg

<http://www.gfa-lueneburg.de/>

Umweltberatungsstelle Rostock

<http://www.rostock.de/stadtverwaltung/extern/ubz/index.html>

## Prioritäten

1. Inhalt (Quantität, Qualität)
2. Auffindbarkeit (Suchmaschine, Surfen)
3. Aktualität
4. Reaktionszeit auf Anfragen
5. Funktionalität
6. Standards einhalten (inoffizielle Regeln für z.B. Navigation, aber auch mediengerechte Aufbereitung)
7. Optisch ansprechend

© Marc Jelitto 2001, [marc@evaluieren.de](mailto:marc@evaluieren.de)