

Checkliste zur Planung und Umsetzung von Kommunikationsstrategien für Informationen zu Strom aus erneuerbaren Energien

Planung:

- Wurde ein klares Kommunikationsziel definiert?
- An wen geht die Botschaft? Wer ist die Zielgruppe der Kommunikation?
- Verfügt die Zielgruppe über thematisches Involvement?
- Wie ist die Kommunikation verpackt? Primär informativ oder primär unterhaltend?
- Wurde eine Strategie zur Steigerung der Verarbeitungsmotivation eingesetzt?
- Wurde die Strategie auf die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst?

Information:

- Ist die Kommunikation professionell gestaltet und umgesetzt?
- Gibt es visuelle Anker zur besseren Orientierung (z. B. Zwischentitel)?
- Werden die Argumente, einfach, klar und übersichtlich präsentiert (z. B. Boxen, Bullet Points etc.)?
- Verfügen die Aussagen über einen gleichbleibenden Charakter (z. B. Sätze, Fragen etc.)?
- Wurde auf Abkürzungen und Fachjargon verzichtet?
- Können Aussagen anhand eingängiger Beispiele veranschaulicht werden (z. B. «Das Produkt kostet so viel wie eine Tasse Kaffee»)?

Unterhaltung:

- Wenn die Verpackung Unterhaltung suggeriert, wird das Unterhaltungsversprechen eingelöst?
- Sind die Gamification-Elemente State of the Art?
- Wurden Informationen subtil als Häppchen in das Spiel integriert?
- Sind weiterführende Informationen für Interessierte bei Bedarf zugänglich (z. B. über Links)?
- Kann über persönliche oder regionale Elemente Relevanz für die Zielgruppe geschaffen werden?

Situation:

- In welcher Situation erreicht die Kommunikation die Zielgruppe?
- Gibt es eine Situation mit erhöhtem Involvement (z. B. Umzug, Neubau etc.)?
- Kann eine künstliche Situation mit erhöhtem Involvement geschaffen werden (z. B. Entscheidungstermine)?

Widersprüche:

- Welches thematische Vorwissen hat die Zielgruppe?
- Widerspricht die Botschaft gängigen Vorstellungen (z. B. «Recycling ist gut»)?

Action:

- Zu welchem Verhalten soll die Zielgruppe gebracht werden?
- Ist dieser Handlungspfad für die Zielgruppe einfach begehbar (z. B. Infos bestellen, sich registrieren)?
- Gibt es konkrete Tipps und Zielgruppen zum weiteren Vorgehen bei Interesse?

Medien:

- Welche Medien eignen sich für die Kommunikation der Botschaft?
- Welche Medien nutzt die Zielgruppe?
- Sind unterschiedliche Medien untereinander vernetzt und die Inhalte aufeinander abgestimmt (Crossmedialität)?
- Gibt es eine definierte Customer Journey? Wohin sollen Kundinnen und Kunden gebracht werden?