alle freiheit
Werbeagentur GmbH

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

OPTIMIERUNGSPLAN

für die Online-Dialoge „Sauberkeit“ & „Stadtgrün“ der Stadt Köln

Köln, 16. November 2023

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Texte

- Die Texte sind sehr lang, unser Vorschlag: Einleitungstexte etwas kürzen und noch besser strukturieren.

- Fachtermini sollten vermieden werden. Die Texte der Stadt Köln sollten für alle schnell und einfach verständlich sein, z. B. auf der Stadtgrün-Seite "Potenzialflächen und Entsiegelungsmöglichkeiten“ oder „multicodierte Grünflächenfunktionen“.

- Die Begriffe „Potenzialflächen und Entsiegelungsmöglichkeiten“ könnte man zum Beispiel wie folgt einfacher ausdrücken: „Wir möchten herausfinden, in welchen Bereichen Grünflächen entstehen und asphaltierte oder gepflasterte Flächen begrünt werden können.“

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Texte

- Die Bürger*innen sollen aktiv angesprochen werden, passive Formulierungen können durch aktive ersetzt werden.

- Für eine bessere Lesbarkeit sollten insgesamt mehr Absätze verwendet werden. Fettungen und Bulletpoints sind auch eine gute Option.

- Zudem haben wir folgende allgemeine Tipps, die wir schon im Workshop angesprochen haben:
  - keine langen Schachtelsätze
  - Wörter mit Endung auf "-ung", "-heit", "-keit" vermeiden
  - Wortwiederholungen vermeiden

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Beispiel Textoptimierung – vorher

Warum brauchen wir einen Masterplan Sauberkeit?

Eine saubere Stadt steht für Lebens-, Umfeld- und Aufenthaltsqualität. In einer sauberen Stadt fühlen sich Menschen wohl. Eine saubere Stadt wirkt sich positiv auf das Zusammenleben aus und vermittelt auch ein Gefühl von Sicherheit. Stadtsauberkeit ist eine Gemeinschaftsaufgabe.

Seit einiger Zeit ist die vermehrte Nutzung des öffentlichen Raums – die sogenannte Mediterranisierung – auch in Köln zu beobachten. Die Plätze unserer Stadt sind beliebte Treffpunkte, und Grünanlagen werden zur Naherholung intensiv genutzt. In Kombination mit dem starken Anstieg des To-Go-Konsums hat dies unmittelbare Auswirkungen auf die Stadtsauberkeit in Köln. So sind in den letzten Jahren die Meldungen aus der Bevölkerung zu wildem Müll und die Zahl der Einsätze zur Entsorgung von wildem Müll stetig gestiegen. Sie haben sich seit 2016 auf über 18.000 Einsätze in 2021 verdreifacht!

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Beispiel Textoptimierung – nachher

Eine saubere Stadt steht für Lebens-, Umfeld- und Aufenthaltsqualität. In ihr fühlen Menschen sich wohl und sie wirkt sich positiv auf das Zusammenleben aus. Deshalb betrifft die Stadtsauberkeit uns alle und ist eine Gemeinschaftsaufgabe.

Seit einiger Zeit kann man auch in Köln beobachten, dass immer mehr Menschen den öffentlichen Raum nutzen. Man spricht hier von der sogenannten Mediterranisierung. Die Plätze unserer Stadt sind beliebte Treffpunkte und viele Bürger*innen nutzen die Grünanlagen zur Naherholung. In Kombination mit dem To-Go-Konsum, der immer weiter anwächst, wirkt sich das unmittelbar auf die Stadtsauberkeit in Köln aus. So hat die Bevölkerung in den letzten Jahren häufiger wilden Müll gemeldet und die Zahl der Entsorgungseinsätze ist stetig gestiegen. Sie haben sich seit 2016 auf über 18.000 Einsätze in 2021 verdreifacht.

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Userfreundlicher Content // Videos

- Userfreundliche Videoformate verwenden, z. B. Interviews

- Man könnte mit Animationen arbeiten, zum Beispiel mit animierten Erklärvideos.

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Layout & Abbildungen

- Masterplan „Stadtgrün“: beinahe abgeschnittenes Layout bei „Ihre Möglichkeiten der Beteiligung“:

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Layout & Abbildungen

- Zu viele rote Buttons stiften Verwirrung beim User. So kann er sich schwerer einen Überblick verschaffen. Buttons sind sinnvoll, aber in geringerer Anzahl.

- Mehr Abbildungen sind ansprechender für den User. Auf den beiden Landingpages ist immer nur ein Bild zu Beginn des Texts zu sehen, hier könnte man generell mit mehr Bildmaterial arbeiten.

- Zudem sollten die Bilder selbst ansprechender und aussagekräftiger gestaltet sein, zum Beispiel bei „Stadtgrün“. Hier fehlt die Stadt im Bild.

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Layout & Abbildungen

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Layout & Abbildungen

- Rote Buttons minimieren.
- Bildbeschreibungen eventuell nicht in das Bild integrieren, sondern besser unter das Bild schreiben. Die Quelle des Bildes ist auf jeden Fall relevant, aber so würde es optisch ansprechender aussehen.
- Eventuell Verwendung eines Blocksatzes? Wirkt übersichtlicher und gibt dem Text mehr Struktur.
- Die Möglichkeit, wie man sich beteiligen kann, sollte möglichst weit oben auf der Landingpage stehen (z. B. unter der Einleitung, die alle nötigen Informationen enthält).

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Weitere Anmerkungen zur Stadtgrün-Seite

- Die Buttons „Zur Karte“ unter "Programm Ehrenfeld/Kalk“ sind zu klein und kaum sichtbar. Die Visuals mit den verschiedenen Schriftarten sind etwas irreführend. Man möchte darauf klicken, aber es passiert nichts.

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Weitere Anmerkungen zur Stadtgrün-Seite

- Zweimal „Teil 1“ und „Teil 2“ – es doppelt sich. Kann man die Abschnitte zusammenfügen?

- Der Button „Zum abgeschlossenen Online-Dialog“ führt nur ein kleines Stück weiter unten auf die Seite.

- Man könnte weiter oben, eventuell bereits im Header-Bereich, den Projekt-Status anzeigen.

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Wie könnte ein neues Screendesign aussehen?

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Mögliche Grobstruktur für beide Seiten

1. Umriss des Projekts (Um was geht es genau?) – kurz und knapp, aber trotzdem informativ gehalten // alle Informationen, die man benötigt, um sich angemessen zu beteiligen
2. Beteiligungsmöglichkeit
3. Hintergrundinformationen, z. B. Timeline, Gesetzesentwürfe, (Akkordeon-Modul, Slider)
4. Kontaktpersonen

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Abschließende Frage: Kann man die Landingpages insgesamt etwas verkürzen/ kompakter fassen? Was kann man streichen?

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Gina Leffers
Copywriter

Isabelle Schlecht
Junior Copywriter

Franziska Hildebrandt
Project & Account Manager

alle freiheit
Werbeagentur GmbH

Copyrights

Alle in dieser Präsentation erarbeiteten Gedanken und Vorschläge sind Eigentum der alle freiheit Werbeagentur GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die Ausarbeitung aller in dieser Präsentation erarbeiteten Gedanken und Vorschläge bleibt ausschließlich der alle freiheit Werbeagentur GmbH vorbehalten. Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Köln, 16. November 2023