

Kommunikationsstrategie



Partizipative Klimaforschung

Teil des Meilensteins 1:

Kommunikationsstrategie entwickelt (6. Monat)

AP0.3 – Kommunikation und Wissenstransfer (os4os)

Gefördert von:



Projektpartner:



Hochschule Reutlingen
Reutlingen University



Herman Hollerith Zentrum
für Services Computing Böblingen



Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

Inhaltsverzeichnis:

Inhaltsverzeichnis:.....	2
1 Einleitung:.....	3
2 Ziele – Botschaft – WAS wollen wir dadurch erreichen?	5
3 Zielgruppen – WER sind unsere Zielgruppen?.....	6
4 Form – WIE – Umsetzung / Maßnahmen:.....	7
4.1.1 Corporate Design.....	8
4.1.2 Sprache.....	8
4.1.3 Online-Medien.....	9
4.1.4 Druckmedien & Merchandise.....	10
4.1.5 Veranstaltungen / Workshops.....	10
4.1.6 Zusammenarbeit mit der Presse	11
5 Evaluierung/Messbarkeit/Monitoring KPI.....	11
Anhang Styleguide.....	15

1 Einleitung:

Die Kommunikationsstrategie fungiert als **Kompass/Fahrplan** für die Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation. Dabei ist die Zielsetzung sehr wichtig. Welche Ziele hat das Projekt? Welche Ziele hat dabei die Kommunikationsstrategie? Sie legt also den **Grundstein** für die Kommunikationsmaßnahmen und -wege, die das Projekt nutzen wird, um die Zielsetzungen der **Öffentlichkeitsarbeit** zu erfüllen.

Die Strategien und Aktivitäten sollen sicherstellen, dass die Projektergebnisse zu geeigneten Zeiten und mit geeigneten Methoden an die relevanten Zielgruppen kommuniziert werden. Die Sichtbarkeit und Nachhaltigkeit der **ParKli**-Forschung und Ergebnisse soll dadurch erhöht werden.

ParKli ist ein partizipatives Projekt, das Bürger:innen zum Mitforschen anregt, um lokale Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel zu entwickeln. ParKli ist ein **Citizen Science** Projekt. Deswegen sind in diesem Projekt diese Kernelemente bzw. Kernwerte besonders wichtig:

- **Kontinuierliche Kommunikation:** Für eine nachhaltige Verankerung der Ergebnisse ist eine kontinuierliche Kommunikation der Projektergebnisse und Aktivitäten über die Projektwebseite, Social-Media-Kanäle, die openscience.eu-Plattform sowie eine Vernetzung mit weiteren relevanten CS-Initiativen und Projekten und Veranstaltungen geplant. Daneben wird ein lokaler Transfer angestrebt, u. a. über Bildungseinrichtungen, (Kommunal-)Politik, öffentliche Verwaltung, VHS und Vereine.

- **Intensive Kommunikation:** Durch intensive Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit sollen die erfolgreiche Projektdurchführung und der Nutzen möglichst deutlich und anschaulich vermittelt werden. Projektakteure sollen aktiv einbezogen werden, um die konkreten Ergebnisse sichtbar und konkret zu machen.

- **FAIR-Publikationen¹:** Zur nachhaltigen Sicherung der Projektergebnisse im Wissenschaftsnetzwerk sind zudem wissenschaftliche Publikationen der Ergebnisse und erhobenen Daten im Open Access Format nach den anerkannten FAIR Kriterien geplant.

Die Kommunikationsmaßnahmen, die das Projekt in der Förderperiode durchführen wird, werden in der folgenden Abbildung übergeordnet skizziert. Die einzelnen Maßnahmen werden auf den nächsten Seiten näher erläutert.

Erste Ergebnisse aus Workshop am Kick-off (20.09.21) fließen in diese Strategie bereits ein. Weitere Erkenntnisse im Projektverlauf werden ebenfalls kontinuierlich aufgenommen und im Sinne eines KVP (Kontinuierlichen Verbesserungsprozesses) umgesetzt.

¹ Das Akronym FAIR steht für **F**indable (Auffindbar), **A**ccessible (Zugänglich), **I**nteroperable (Interoperabel) und **R**eusable (Wiederverwendbar).

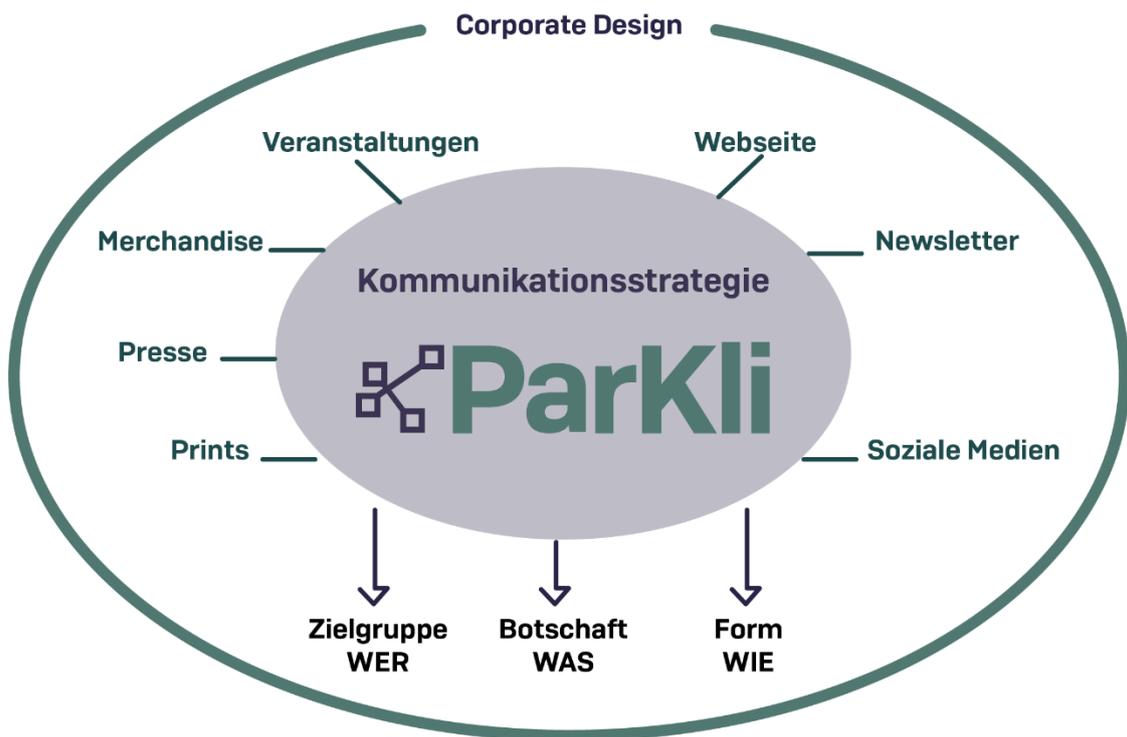


Abbildung 1: Kommunikationsmaßnahmen in ParKli

2 Ziele – Botschaft – WAS wollen wir dadurch erreichen?

WAS? Botschaft - Was wollen wir dadurch erreichen?

Community aufbauen Technisch und CS	Sichtbarkeit	Informieren über Parkli Themen und CS	Aktivierung von Citizen Scientists	Personen erreichen die sich aktiv beteiligen	Reichweite
Es bestehen Lücken zwischen CS und OS	Umwelt betrifft jeden und ist komplex	CS macht Spaß und kann jeder	Mehrwert von CS aufzeigen	Ideen gemeinsam entwickeln	Gesellschaftlichen Wandel unterstützen
Sensibilisierung	Spaß am lernen bzw. erforschen	Natur und Umwelt wahrnehmen und aktiv werden	Spaß am Mitmachen	Verantwortliche Stellen (THW) mit CS Infos unterstützen	Wissen vermitteln
zeigen wie CS in der Umweltinformatik weiterhelfen kann	Regeln der Wissenschaftskommunikation?	Leicht verständliche Sprache und Zugang	Neue Daten gewinnen	Lösungsmöglichkeiten aufzeigen	Innovation vorantreiben

Abbildung 2: aus Mural-Brainstorming zur Botschaft der Kommunikationsstrategie

Aus den Ergebnissen des Workshops am 20.09 können wir die Ziele in folgende Kategorien zusammenfassen:

Wissen verständlich und konkret vermitteln, Benutzerfreundlichkeit

- Wissen vermitteln, auch in leicht verständlicher Sprache
- leicht zugängliche Informationen, Open Access
- Umfassend, verständlich und breit über Parkli und Citizen Science (CS) Projekte informieren
- Erfolgsgeschichten / Ergebnisse nach außen tragen (der Sache ein Gesicht geben)

Bürger und Community für die Aktivitäten motivieren

- Bürgerwissenschaftler:innen für das Projekt und CS aktivieren
- Zeigen wie diese Informationen als Frühwarnsysteme weiterhelfen können (Lösungsmöglichkeiten)
- Ideen zur Klimafolgenanpassung gemeinsam entwickeln, Mehrwert aufzeigen, Spaß und Nutzen
- Community zu Citizen Science und IT aufbauen

Sichtbarkeit des Projektes erhöhen

- Sichtbarkeit und Reichweite der Parkli Forschung und Aktivitäten durch Kommunikationsmaßnahmen erhöhen
- Nutzen und Mehrwert des Projektes sichtbar machen

Umweltthemen und Citizen Science vorantreiben

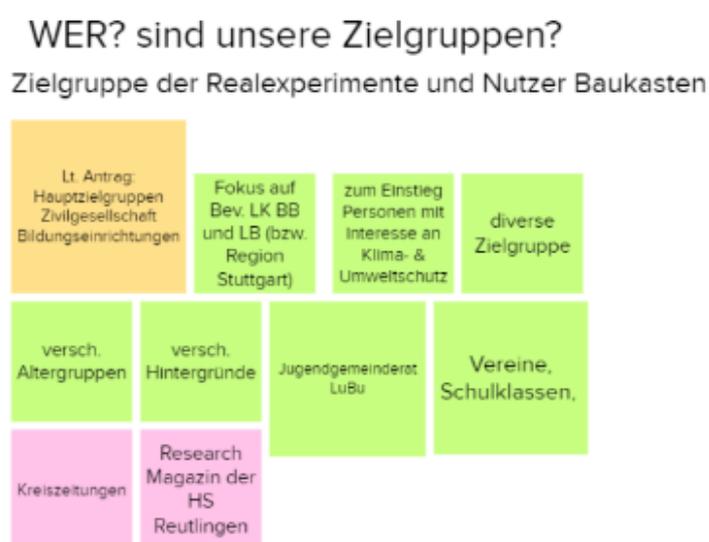
Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

- Verschiedene Levels des CS durch Kommunikationsstrategie adressieren: Klimaveränderung/-anpassung betrifft jeden und ist ein komplexes Thema, zu dem jeder etwas beitragen kann.
- Für Umweltthemen sensibilisieren und Interesse wecken
- Umfassend, verständlich und breit über Parkli und Citizen Science (CS) Projekte informieren

Konkreten Nutzen erzeugen

- Verantwortlichen Stellen Datengrundlagen zur Klimafolgenanpassung zur Verfügung stellen.
- Innovationen vorantreiben

3 Zielgruppen – WER sind unsere Zielgruppen?



Zielgruppen in der Entwickler Community / Projekte



Abbildung 3: aus Mural-Brainstorming zu Zielgruppen der Kommunikationsstrategie

Aus den Ergebnissen des Workshops am 20.09 können wir die Zielgruppen in folgende Kategorien zusammenfassen:

- Projektpartner und Netzwerkpartner (Entscheidungsträger:innen in der Region)

Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

- breite Öffentlichkeit (Bürger der Region Großraum Stuttgart)
 - Zivilgesellschaft im Landkreis Böblingen
 - Landkreis Ludwigsburg
 - Stadt Stuttgart
- Personen und Organisationen mit Interesse an Klima- & Umweltschutz (Politik, öffentliche Verwaltung, NGOs, Vereine, BUND, NABU, THW, Feuerwehr, ...)
- Bildungseinrichtungen (Schulen, Hochschulen, ...)
- Presse / öffentliche Medien
- IT-Community (Open Data, Open Source, Open Software, IoT, ...)

4 Form – WIE – Umsetzung / Maßnahmen:

Um die Ziele der Kommunikationsstrategie zu erreichen, sollen die geplanten Maßnahmen entsprechend auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sein. Wichtige Prinzipien sind dabei Benutzerfreundlichkeit, leichte Verfügbarkeit der Informationen und die direkte Möglichkeit der Kommunikation mit den Akteuren.

Hohen Stellenwert besitzt auch der Wissens- und Erfahrungsaustausch wobei Veranstaltungen, wie beispielsweise Workshops und Meetups wichtige Elemente sind.

Des Weiteren soll eine zielgerichtete Zusammenarbeit mit der Presse und den öffentlichen Medien gepflegt werden.

Die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit ist ein laufender, dynamischer Prozess, der sich den technischen Möglichkeiten und den Anforderungen der Zielgruppen anpassen wird.

WIE? Form - Wie können wir das erreichen?

Sprache, Corporate Design, homepage, soziale Medien, Druckmedien & Merchandise, Zusammenarbeit mit der Presse, Veranstaltungen, intern - extern,



Abbildung 4: aus internem Mural-Brainstorming zu Formen der Kommunikationsstrategie

Aus den Ergebnissen des Workshops am 20.09 können wir die wichtigsten Maßnahmen hier aufführen:

- Teilnahme an Veranstaltungen, wie beispielsweise den Nachhaltigkeitstagen BW (17.-20.9.21) → *Parkli Kickoff wurde im Rahmen der Nachhaltigkeitstage beworben und veranstaltet*
- Naturvision Filmfestival Ludwigsburg → *fand 2021 coronabedingt nicht im gewohnten Rahmen statt*
- Veranstaltungskalender für Projekt erstellen → *DRAFT in Excel, ausgewählte Veranstaltungen auch auf Webseite, steig aktualisieren und gerne auch vergangene Veranstaltungen aufführen*
- Kontaktliste / Multiplikatoren erstellen → *WIP (Excel) wir kontinuierlich weitergeführt*
- Schilder in Parks mit QR-Code zum Projekt
- Kriterien der umweltfreundlichen Produktion und Materialien aufnehmen
- Corporate Design erstellen → *sh. Styleguide im Anhang*
- Zeitungen, Newsletter, Twitter, LinkedIn, GitLab, DockerHub

4.1.1 Corporate Design

Für sämtliche Maßnahmen im Projekt wurde ein einheitliches Parkli-Erscheinungsbild entwickelt. Alle ausführlichen Informationen dazu finden sich im Styleguide (sh. Anhang).

Alle Informationsmaterialien werden in Übereinstimmung dem Corporate Design gestaltet. Dazu zählen die Webseite, Programmdokumente, Präsentationen, Werbemittel und Internetauftritte.

Im DataHub unserer Plattform ist ebenfalls ein Styleguide hinterlegt, in dem Interessierte die wichtigsten Informationen zu Parkli bekommen. Dieser ist wesentlich kleiner und auf das Wesentliche reduziert: [Parkli Community - Organizations - Open Data Hub \(openscience.eu\)](https://parkli.com/community-organizations-open-data-hub/)

Dazu gehören unter anderem:

- Projektlogo
- Piktogramme für die vier Themenbereiche
- bestimmte Farbcodes

4.1.2 Sprache

Um einer möglichst breiten Zielgruppe umfassende Informationen zu Parkli zur Verfügung stellen zu können, werden die Inhalte der Webseite zweisprachig (**Deutsch/Englisch**) veröffentlicht.

Bei den Inhalten orientiert sich das Projekt an den Vorgaben zur **Einfachen Sprache** (sh. <https://www.inklusion-kultur.de/infoportal/kommunikation-information/leichte-und-einfache-sprache/>). D.h. längere Sätze und Nebensätze sind erlaubt (im Gegensatz zur leichten Sprache). Fremdwörter werden weitestgehend vermieden oder erklärt. Eine klare Textstruktur und sinnvolle Gliederungen (z.B. Aufzählungen) machen das Lesen einfacher.

4.1.3 Online-Medien

❖ Webseite:

Zielgruppen: Projektpartner:innen, Mitmacher:innen, Forschende, Öffentlichkeit, Presse und Entscheidungsträger

Die Webseite ist als erste Anlaufstelle und Hauptkommunikationsplattform von Parkli anzusehen, da sie alle projektrelevanten Informationen umfasst.

Sie soll zeitgemäß und benutzerfreundlich sein und jederzeit folgende Ansprüche berücksichtigen:

- Auf die Zielgruppen abgestimmte aktuelle Inhalte
- gute Struktur und übersichtliche Navigation
- benutzerfreundliches und modernes Design

Die Projektwebseite ist über die Domain www.parkli.de (<https://www.os4os.eu/de/projekte/parkli>) zu erreichen wobei der Besucher zwischen deutsch und englisch als Sprache wählen kann. Die Zweisprachigkeit soll auch nicht deutsch Sprechenden den Zugang zu den Parkli Aktivitäten ermöglichen und so die Reichweite des Projektes vergrößern.

Das Hauptziel der Webseite ist es Projekthinhalte, Projektziele, Umfragen und Aktivitäten, die im Rahmen von Parkli stattfinden hier stets aktuell zu halten und für alle Zielgruppen bereitzustellen.

Die Webseite wird im Responsive Webdesign entwickelt. Das bedeutet, dass die Webseite gestalterisch und technisch auf das jeweils benutzte Endgerät (Smartphone, Tablets, Desktop Device) reagiert und sich deren Eigenschaften anpasst. So ist garantiert, dass die Homepage von allen Geräten zugänglich und gut lesbar ist.

Alle frei verfügbaren Dokumente wie zum Beispiel Präsentationen, Logos, Styleguides, Leitfäden und offene Datensätze, sind in der Datenplattform (<https://datahub.openscience.eu/organization/parkli-community>) hinterlegt und mit der Webseite verlinkt.

❖ Soziale Medien

Zielgruppen: Breite Öffentlichkeit, Projektpartner:innen, Mitmacher:innen

Welche Kanäle eignen sich für das Projekt und diese Zielgruppen am besten?

Vergleichbare CS-Projekte (sh. <https://www.buergerschaffenwissen.de/>) nutzen hauptsächlich *Twitter*, *Facebook*. Daher sollen diese Kanäle als erstes eingerichtet und genutzt werden.

LinkedIn wird hauptsächlich von Projektpartner:innen und wissenschaftlichen Kollegen genutzt. Daher sollte auch dieser Kanal mit entsprechenden Informationen zum Projekt (z.B. Veranstaltungen) bespielt werden.

Newsletter: Dieses Medium wurde hauptsächlich von der breiten Öffentlichkeit (Workshop Kick-off-Veranstaltung) genannt und daher ebenfalls eingerichtet.

Filme/Erklärvideos: wurden ebenfalls häufig als Wunsch zur Kommunikation genannt und eignen sich sehr gut zur Verständlichkeit. Daher werden kleine Filme zur Veranschaulichung der Parkli-Ziele und zu einzelnen Themen (z.B. Gebrauch einzelner Anwendungen Apps) über *youtube* und weitere social media Kanäle verbreitet. Auch eine entsprechende Einbettung auf der Webseite ist denkbar.

Sollen Schüler und Jugendliche angesprochen werden, eignen sich Twitter und Facebook kaum. Daher ist eine Verbreitung von einzelnen Inhalten über *Instagram* und *TikTok* denkbar.

Um über laufende Veranstaltungen und Aktionen von anderen relevanten Projekten und Organisationen informiert zu bleiben, folgen wir diesen auf social media, um Parkli ebenfalls dort zu platzieren.

4.1.4 Druckmedien & Merchandise

❖ Informationsmaterialien

Für den alltäglichen Gebrauch werden *Flyer* mit Informationen über das Projekt, *Plakate*, *PowerPoint Präsentationen* und *andere Informationsdokumente z.B. Roll-ups* zur Verfügung stehen, die visuell dem Corporate Design entspringen und nahezu täglich genutzt werden. Dies dient dazu, das Projekt und die Inhalte Parkli zu präsentieren und die Kontaktaufnahme mit Akteuren zu vereinfachen.

Diese Kommunikationsmaterialien werden im DataHub frei unter einer CC Lizenz zur Verfügung gestellt.

❖ Merchandise

Für externe und interne Parkli-Veranstaltungen wird spezielles Merchandise produziert werden. Auf die Produkte wird das Programmlogo platziert und dort, wo es relevant ist und der Platz es zulässt, werden zudem weitere Elemente zum Projekt und der Förderhinweis platziert. Die Materialien werden gezielt eingesetzt. Diese Artikel sollen klimaschonend produziert werden. Wir denken hier an: Aufkleber, USB-Sticks mit Infos zum Projekt, Taschen, Kugelschreiber, Blöcke, Mappen, T-Shirts usw.

4.1.5 Veranstaltungen / Workshops

Es werden zahlreiche (digitale und Präsenz-) Veranstaltungen für interessierte Bürger*innen und Expert*innen veranstaltet, um verschiedene Perspektiven entlang des Forschungsprozesses einzubeziehen.

Für den Transfer der Methoden und Tools in weitere Organisationen wird an Veranstaltungen der European Citizen Science Association (ECSA) und dem Citizen Science Global Partnership (CSGP) teilgenommen.

❖ Bisher stattgefundenene Veranstaltungen:

Eigene Veranstaltungen:

- Kickoff am Herman-Hollerith-Zentrum (20.09.21)
- Erster Workshop zum Thema Wasserqualität lokaler Gewässer (25.09.21)
Beide im Rahmen der Nachhaltigkeitstage Baden-Württemberg 2021 beworben
- Onboarding erste Klimadetektiv*innen 30.11.21
- 1. Beiratstreffen 17.01.22 (Expert*innen)
- Feedback-Veranstaltung Klimadetektiv*innen und neues Onboarding 25.01.22

An Veranstaltungen zur Vernetzung teilgenommen:

- Citizen Science Forum 2021 (organisiert von Bürger schaffen Wissen)
- AG Treffen der AG Evaluation (im Rahmen von Bürger schaffen Wissen)

- Citizen Science Summer School 2021 (14.-25.06.2021, organisiert von der Uni Zürich, ETH Zürich)
- Kickoff der Baden-Württemberg Stiftung (Programm Innovationen zur Anpassung an den Klimawandel)
- Beteiligungskongress 2021 (organisiert von der Allianz für Beteiligung)
- Nachhaltigkeitstage BW 2021
- VDE-Veranstaltung Vortrag Parkli 02.12.21

❖ **Teilnahme an relevanten externen zukünftigen Veranstaltungen (nur eine Auswahl):**

- Veranstaltungen der European Citizen Science Association (ECSA) und dem Citizen Science Global Partnership (CSGP)
- Citizen Science Forum 2022
- Naturfilmfestival (Ludwigsburg)
- EclipseCon

4.1.6 Zusammenarbeit mit der Presse

Die Zusammenarbeit mit der Presse soll intensiv gestaltet werden, um Parkli in der Programmregion sichtbar zu machen. Hierbei ist es wichtig, den laufenden Kontakt zur Presse, insbesondere zu einzelnen Journalisten, zu pflegen. Insbesondere in Verbindung mit der Durchführung von eigenen Veranstaltungen wird die Presse kontaktiert.

Eine möglichst ausführliche Medienberichtserstattung wird angestrebt. Zu diesem Zweck wird mit Unterstützung der Programmpartner ein umfassender Presseverteiler erstellt und Pressemitteilungen vorbereitet.

5 Evaluierung/Messbarkeit/Monitoring KPI

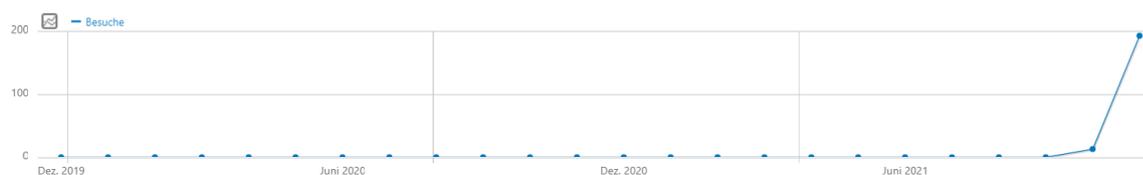
Thema	Indikator/Ziel	Messbarkeit/Kontrolle
Teilnahme an Parkli Aktivitäten	Bis Projektende sollen mind. <i>300 Teilnehmer*innen</i> aus den diversen Zielgruppen an einem der diversen Formate von Parkli unmittelbar aktiv teilgenommen haben.	Workshop-Listen
Social Media:	Interessierte Bürger:innen sollen sich für unsere Forschungsthemen begeistern und ihre Erfahrungen über entsprechende Social-Media-Kanäle (Newsletter, Twitter, Facebook, LinkedIn usw.) teilen. Wir streben <i>mind. 2 RePosts und 5 Likes pro Monat</i> über Parkli-Aktivitäten an.	Nachverfolgung über die entsprechenden Kanäle
Presse	Die Öffentlichkeit wird über die diversen Aktivitäten und Formate mittels Pressemitteilungen informiert, um so durch entsprechende Zeitungsberichte ein breites Publikum anzusprechen und für unsere wissenschaftlichen Themen zu interessieren. Es werden hier <i>mind. 3 Zeitungsberichte in örtlichen Medien</i> angestrebt. Es wird mit <i>mind.</i>	Sammlung Pressemitteilungen

	6 verschiedenen Pressemitteilungen über Parkli informiert.	
Wissenschaftliche Publikationen	Zur nachhaltigen Sicherung der Projektergebnisse im Wissenschaftsnetzwerk sind zudem <i>mind. 3 wissenschaftliche Publikationen</i> der Ergebnisse und erhobenen Daten im Open Access Format nach den FAIR Kriterien geplant.	Sammlung Publikationen
Webseitenbesucher	<p>Erste Anlaufstelle für Interessierte ist die Projektwebseite. Aktuell liegt die Besucherzahl pro Monat für die Einstiegseite https://www.os4os.eu/de/projekte/parkli bei 46 direkten Zugriffen im Monat November 2021. Über die Projektdauer soll diese Zahl <i>im Schnitt auf 100 gesteigert</i> werden.</p> <p>Wir werden mittels des Open Source Analysetools Matomo (eigener Server) die Besucherzahlen, die Gesamtperformance und das Nutzerverhalten überwachen und analysieren. Dieses Tool werden wir dafür nutzen, um unsere Aktivitäten entsprechend zu messen, evaluieren und anzupassen: Seitenaufrufe, Verweildauer, woher kommen die Nutzer (bspw. über Links), wohin gehen sie?</p>	mittels Analysetool Matomo

❖ Auswertungen Matomo Analyse November 2021

Besucher 11-2021:

Graph der letzten Besuche



Besucherübersicht

193 Besuche, 148 Eindeutige Besucher	548 Seitenansichten, 389 Einmalige Seitenansichten
2 Minuten 11s durchschnittliche Aufenthaltsdauer	8 interne Suchen, 4 einmalige Suchbegriffe
44 % abgesprungene Besucher (Verlassen der Webseite nach einer Seite)	0 Downloads, 0 Einmalige Downloads
3,2 Aktionen pro Besuch (Seitenansichten, Downloads, ausgehende Verweise und interne Suchen)	41 Ausgehende Verweise, 35 Einmalige ausgehende Verweise
32 max. Aktionen pro Besuch	

Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
 Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

Seitenaufrufe 11-2021:

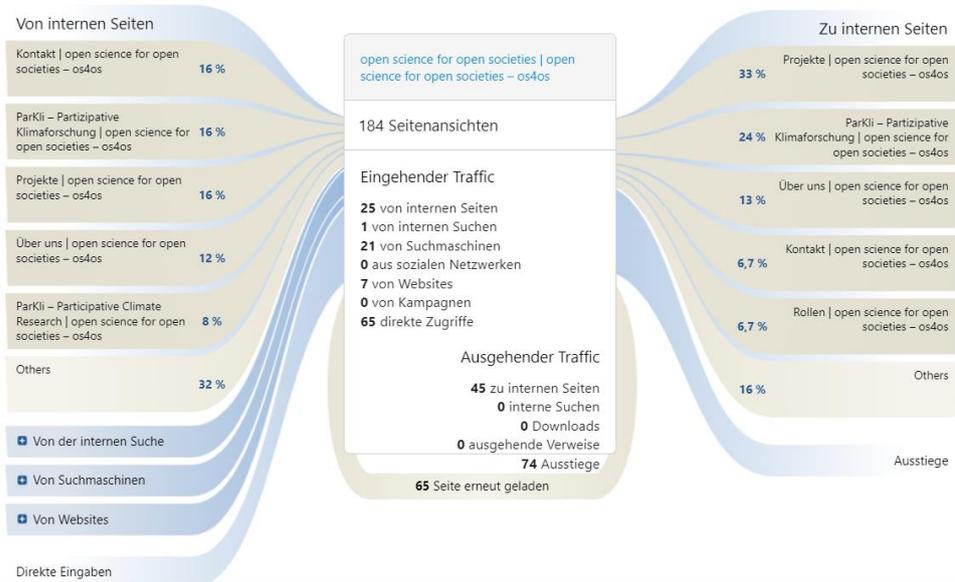
Seitentitel							
SEITENTITEL	SEITENANSICHTEN	▼ EINDEUTIGE SEITENANSICHTEN	ABSPRUNGRATE	DURCHSCHNITTszeit PRO SEITE	AUSSTIEGRATE	DURCHSCHN. SEITENLADEZEIT	
open science for open societies open science for open societie...	184	111	44 %	00:00:37	68 %	2,79 Sek.	
ParKli – Partizipative Klimaforschung open science for open so...	141	88	44 %	00:00:40	59 %	0,65 Sek.	
Rollen open science for open societies – os4os	64	45	50 %	00:01:14	62 %	0,56 Sek.	
Projekte open science for open societies – os4os	43	34	0 %	00:01:09	12 %	0,46 Sek.	
Über uns open science for open societies – os4os	32	24	67 %	00:00:21	54 %	0,55 Sek.	
Kontakt open science for open societies – os4os	22	14	0 %	00:00:16	0 %	0,87 Sek.	
ParKli – Participative Climate Research open science for open s...	12	10	25 %	00:01:09	50 %	0,75 Sek.	
FAQ ParKli open science for open societies – os4os	11	9	0 %	00:01:47	44 %	0,25 Sek.	
Anmelden open science for open societies – os4os	7	5	33 %	00:00:03	80 %	1,95 Sek.	

Bezeichnung	Eindeutige Seitenansichten	Seitenansichten	Von Besuchern verbrachte Gesamtzeit (in sec)
open science for open societies open science for open societies – os4os	111	184	6791
ParKli – Partizipative Klimaforschung open science for open societies – os4os	88	141	5641
Rollen open science for open societies – os4os	45	64	4712
Projekte open science for open societies – os4os	34	43	2961
Über uns open science for open societies – os4os	24	32	661
Kontakt open science for open societies – os4os	14	22	351
ParKli – Participative Climate Research open science for open societies – os4os	10	12	829
FAQ ParKli open science for open societies – os4os	9	11	1173
Anmelden open science for open societies – os4os	5	7	23
Projects open science for open societies – os4os	4	6	36
About us open science for open societies – os4os	3	4	109
citizen science open science for open societies – os4os	3	3	47
Contact open science for open societies – os4os	3	7	76
Legal Notice open science for open societies – os4os	3	3	75
404/URL = /language/de//From =	2	2	8
404/URL = /8086/From =	1	1	20
404/URL = /language/de/impressum/From =	1	1	0
404/URL = /language/en//From =	1	1	2
404/URL = /language/en//From = http://openscience.eu/	1	1	8
Satzung open science for open societies – os4os	1	1	18
Seitenname nicht definiert	1	1	0
Suche open science for open societies – os4os	1	1	9
	365	548	23550

Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
 Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

➔ **Parkli-Seitenansichten 11-2021 (228 von 548)**

Typ der Aktion: Top 100 Beschriftungen
 Seitentitel: open science for open societies | open science for open societies – os4os (184 Seitenansichten)



Transitionen: Von welchen Seiten kommen die Besucher? Wo gehen sie hin?

STYLEGUIDE CORPORATE IDENTITY

Stand 01.08.2021



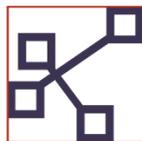
STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

LOGO/SCHRIFTZUG



SIGNET



Symbol für Schnittstellen zwischen Citizen Science Projekten



Das Signet kann als Element verwendet werden um das Parkli Logo zu repräsentieren bzw. zu ersetzen.

SCHRIFTEN

Camber (Regular)

Logo Schrift – Verwendung für Corporate Kommunikationsmedien

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890, . ! ? Ä Ü Ö ä ü ö ß

Calibri

Hausschrift für Dokumente

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890, . ! ? Ä Ü Ö ä ü ö ß

STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

LOGO - VARIATIONEN

Graustufen



Einsatz mit
farbigem
Hintergrund



einfarbig Weiß
invertiert



einfarbig Schwarz
(Schwarzweiß)



NICHT ERLAUBTE VERWENDUNG DES LOGOS

NICHT verzerren



NICHT umfärben



NICHT verändern



Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

PRIMÄRFARBEN

Die Sekundärfarben sollen genutzt werden um die Apps leichter thematisch zuordnen zu können.



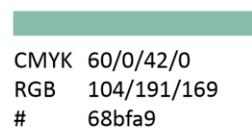
RAL 5022
Nachtblau
CMYK 100/100/40/40
RGB 7/0/45
07002d



RAL 600
Patinagrün
CMYK 79/32/53/18
RGB 47/95/83
2f5f53

SEKUNDÄRFARBEN

Die Sekundärfarben sollen genutzt werden um die Apps leichter thematisch zuordnen zu können.



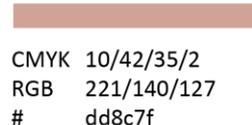
CMYK 60/0/42/0
RGB 104/191/169
68bfa9



CMYK 30/12/12/0
RGB 179/199/199
b3c7c7



CMYK 5/17/38/0
RGB 241/208/144
f1d090



CMYK 10/42/35/2
RGB 221/140/127
dd8c7f



KONTRASTFARBEN

Werden genutzt um farbliche Highlights zu setzen



CMYK 90/30/10/10
RGB 27/106/149
1b6a95



CMYK 0/86/86/0
RGB 253/38/20
fd2614

STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

DARSTELLUNG DER THEMENGEBIETE



Biodiversität

CMYK 60/0/42/0
RGB 104/191/169
68bfa9



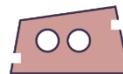
Wasser

CMYK 30/12/12/0
RGB 179/199/199
b3c7c7



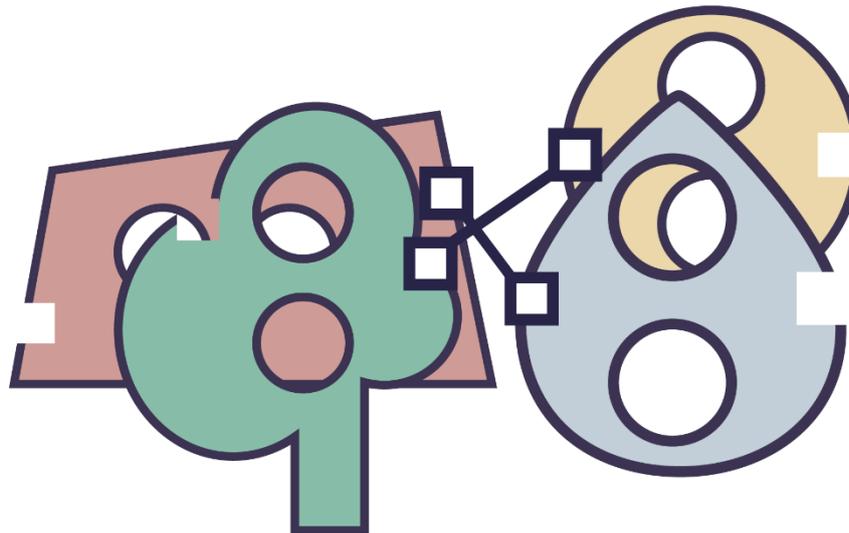
Boden

CMYK 5/17/38/0
RGB 241/208/144
f1d090



Stadt

CMYK 10/42/35/2
RGB 221/140/127
dd8c7f



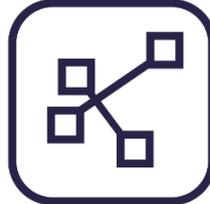
STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

GRAFISCHE ELEMENTE

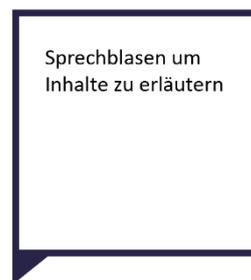
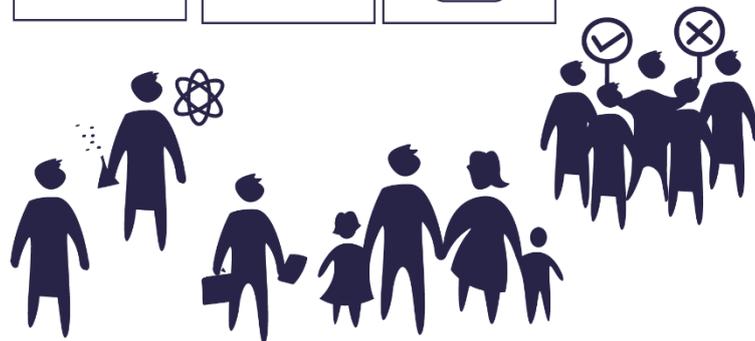
Darstellung der Schnittstelle zur ParKli Plattform

Zeigen, dass ein Projekt in ParKli integriert wurde



Icons aus dem Antrag

Einsatz in Präsentationen etc.



STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

BILDWELT



Biodiversität



Wasser



Boden



Stadt

STYLEGUIDE

Stand 01.08.2021

KOMMUNIKATIONSMEDIEN

Michtmacher:innen Aktion
(Flyer/Poster/...)



Poster DIN A1



Flyer DIN A4
(Vorder-/Rückseite)



Kontakt: parkli@parkli.de • Projektwebsite: www.parkli.de
Kommunikationsstrategie [Version 1.1 // Stand: 25.01.2022]

STYLEGUIDE

Stand 01.08.20211

KOMMUNIKATIONSMEDIEN

Themen Steckbriefe
(Vorderseiten)

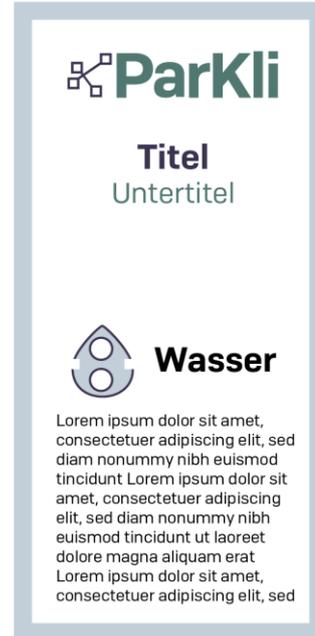


 **ParKli**

Titel
Untertitel

 **Biodiversität**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed



 **ParKli**

Titel
Untertitel

 **Wasser**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed



 **ParKli**

Titel
Untertitel

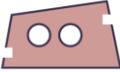
 **Boden**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed



 **ParKli**

Titel
Untertitel

 **Stadt**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed