



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

ARCHIVIO ISTITUZIONALE DELLA RICERCA

Alma Mater Studiorum Università di Bologna Archivio istituzionale della ricerca

Klimawandel und Klimaschutzmaßnahmen: Eine kontrastive Untersuchung der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums

This is the final peer-reviewed author's accepted manuscript (postprint) of the following publication:

Published Version:

Klimawandel und Klimaschutzmaßnahmen: Eine kontrastive Untersuchung der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums / E. Wiesmann. - STAMPA. - 13:(2023), pp. 157-193.

Availability:

This version is available at: <https://hdl.handle.net/11585/949227> since: 2024-02-28

Published:

DOI: <http://doi.org/>

Terms of use:

Some rights reserved. The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. For all terms of use and more information see the publisher's website.

This item was downloaded from IRIS Università di Bologna (<https://cris.unibo.it/>).
When citing, please refer to the published version.

(Article begins on next page)

This is the author accepted manuscript (AAM), or postprint, of:

Wiesmann, Eva (2023): „Klimawandel und Klimaschutzmaßnahmen: Eine kontrastive Untersuchung der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums“. In: Luttermann, Karin / Engberg, Jan (Hrsg./Eds.): *Popularisierung als Methode der Wissensvermittlung in der Rechtslinguistik / Popularisation as a Method of Knowledge Mediation in Legal Linguistics. Rechtslinguistik. Studien zu Text und Kommunikation / Studies on Text and Communication 13*. Münster: LIT Verlag, 157-193.

The final published version is available online at:

<https://www.lit-verlag.de/isbn/978-3-643-15421-7>

Terms of use:

Some rights reserved. The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. For all terms of use and more information see the publisher's website.

This item was downloaded from IRIS Università di Bologna: <https://cris.unibo.it/>

When citing, please refer to the published version

Klimawandel und Klimaschutzmaßnahmen: Eine kontrastive Untersuchung der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums

Abstract

In dem Beitrag werden die Ergebnisse einer Untersuchung der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums zum Thema *Klimawandel* und *Klimaschutzmaßnahmen* präsentiert. Die zentrale Frage, wie die Institutionen den Klimawandel kommunizieren, ihren Bürgern die zur Erreichung der Klimaschutzziele erforderlichen politischen Maßnahmen vermitteln und sie zur Verbesserung des eigenen CO₂-Fußabdrucks bewegen, findet auf beiden Webseiten eine höchst unterschiedliche Antwort. Auf kommunikationswissenschaftlicher und linguistischer Grundlage weist der Beitrag nach, dass die Kommunikation auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums klar an übergeordneten Kommunikationszielen orientiert ist und stets die Bürger im Blick hat. Gerade das ist bei der Kommunikation auf der Webseite des italienischen Umweltministeriums weitgehend nicht der Fall, obwohl zu dem Thema in Italien ein vergleichsweise größerer Kommunikationsbedarf als in Deutschland besteht, der auf institutioneller Ebene gedeckt werden sollte.

The paper presents the results of a study of web communication of the German and the Italian Ministry of Environment on *climate change* and *climate protection measures*. The central question of how the institutions communicate climate change, convey to their citizens the policy measures needed to achieve climate protection goals and encourage them to improve their own carbon footprint is answered very differently on the two websites. Based on communication science and linguistics, the paper shows that the communication on the website of the German Ministry of Environment is clearly oriented towards overriding communication goals and always has the citizens in mind. In turn, the communication on the website of the Italian Ministry of Environment largely ignores the latter, although there is a comparatively greater need for communication on the topic in Italy than in Germany which should be met at institutional level.

I. Einleitung

Infolge der Fridays-for-Future-Bewegung ist das Thema *Klimawandel* zu einem der zentralen Themen unserer Zeit geworden. Der Klimawandel wird nach dem in Politik und Medien vorherrschenden Diskurs als ein menschengemachtes Phänomen betrachtet, das angesichts der von ihm ausgehenden drohenden Gefahren einerseits die politischen Akteure, andererseits aber auch die Träger der Wirtschaft und der Gesellschaft, d.h. die Bürger,¹ in die Pflicht nimmt (Ziffer II). Insofern stellt sich nicht nur die Frage, welche Klimaschutzmaßnahmen die Politik ergreift, sondern auch, wie die Institutionen selbst den Klimawandel kommunizieren, ihren Bürgern die zur Erreichung der Klimaschutzziele erforderlichen politischen Maßnahmen vermitteln und sie zur Verbesserung des eigenen CO₂-Fußabdrucks

¹ Die Bezeichnung umfasst alle natürlichen Geschlechter.

bewegen. Eine wichtige institutionelle Rolle kommt in diesem Zusammenhang den Umweltministerien und deren für alle Bürger zugänglichen Webseiten zu.

Die nationale Klimapolitik bewegt sich in einem Rahmen, der auf internationaler Ebene vereinbart und auf europäischer Ebene mit dem europäischen Grünen Deal (Ziffer II) vorgegeben wird. Daher bietet sich der Vergleich der ministeriellen Webkommunikation zweier europäischer Länder an. Die bereits auf den ersten Blick erkennbaren Unterschiede lassen die Webseiten des deutschen und des italienischen Umweltministeriums für den Vergleich als besonders geeignet erscheinen. Die ministerielle Webkommunikation liegt an der Schnittstelle von Regierungs- und Verwaltungskommunikation (Ziffer III.1). Der Bedarf an von den Umweltministerien ausgehenden Kommunikationsmaßnahmen ergibt sich aus der Bedeutung, die die Klimaproblematik in Deutschland und Italien und bei den Bürgern beider Länder hat (Ziffer III.2).

Die Kommunikationsziele lassen sich unmittelbar ableiten aus dem europäischen Grünen Deal, aus den klimapolitischen Strategien und Maßnahmen, die er auf europäischer und nationaler Ebene vorgibt, und aus der Bedeutung, die er der Kommunikation seitens der Staatengemeinschaft, der einzelnen Staaten und deren jeweiliger politischer Führungsspitze beimisst. Auf kommunikationswissenschaftlicher und linguistischer Grundlage und unter Berücksichtigung der spezifischen Anforderungen an eine effiziente Webkommunikation wird folglich herausgearbeitet, welche sprachlichen und nichtsprachlichen Mittel der Erreichung der Ziele aus der Perspektive von Vertrauens- und Glaubwürdigkeitsansätzen zweckdienlich sind (Ziffer III.3).

Im deutsch-italienischen Vergleich wird ausgehend von den Unterschieden in Struktur, Inhalten und Aufmachung der beiden Webseiten (Ziffer IV.1) zunächst analysiert, welche Rolle der Klimaschutz und die Klimaschutzmaßnahmen auf der Webseite des jeweiligen Ministeriums spielen (Ziffer IV.2.1).² Aus der Perspektive der Bürger, die sich zu dem Thema informieren wollen, wird dann nach der Erschließbarkeit der betreffenden Informationen gefragt (Ziffer IV.2.2). Anschließend wird untersucht, welche Kommunikationsformen auf den beiden Webseiten genutzt werden, inwieweit die Kommunikation auf Interaktion mit den Bürgern angelegt ist und ob aus den Webseiten hinausführende Informationsmöglichkeiten angeboten werden (Ziffer IV.2.3). Der Kommunikationsstil schließlich wird mit Blick auf die Frage analysiert, ob er geeignet ist, die aus dem europäischen Grünen Deal abgeleiteten Kommunikationsziele zu erreichen und den Bedarf an Kommunikation zu decken (Ziffer IV.2.4).

II. Klimawandel und Klimapolitik

Nach dem in Politik und Medien vorherrschenden Diskurs wird unter *Klimawandel*, wie gesagt, die anthropogen verursachte Veränderung des Klimas auf der Erde verstanden. Insbesondere die Verbrennung von fossilen Energieträgern, die großflächige Entwaldung und die industrielle Landwirtschaft und Viehzucht werden für den starken Anstieg der Treibhausgaskonzentration, vor allem der von CO₂, in der Atmosphäre verantwortlich gemacht. Diesem Anstieg wiederum wird die Erhöhung der globalen Durchschnittstemperatur, d.h.

² Der Stand der Untersuchung ist August 2021.

die Erderwärmung zugeschrieben. Klimapolitik ist nicht nur ein essentieller Teil der Umweltpolitik, sondern auch ein Politikfeld, das vielfältige Bereiche der Umweltpolitik berührt und durchdringt. Dies veranschaulichen deutlich die verschiedenen Elemente des europäischen Grünen Deals vom 11.12.2019 (vgl. Europäische Kommission 2019), der den Fahrplan für die europäischen und die nationalen klimapolitischen Strategien und Maßnahmen vorgibt (Abb. 1).



Abb. 1: Europäischer Grüner Deal (Europäische Kommission 2019)

Klimaschutz betrifft mit anderen Worten:

- i. Die Energiewirtschaft, die auf erneuerbare Energien umstellen soll.
- ii. Die Industrie, die CO₂-ärmer und kreislauforientierter werden soll.
- iii. Den Bausektor, der die Klimateffizienz der Gebäude steigern soll.
- iv. Den Verkehrsbereich, der das Konzept der intelligenten Mobilität umsetzen und Nachhaltigkeit anstreben soll.
- v. Die Landwirtschaft, die ein gesundes und umweltfreundliches Lebensmittelsystem schaffen soll.
- vi. Das Ökosystem, das in seiner Diversität geschützt bzw. wiederhergestellt werden soll.

Gleichzeitig wird deutlich, dass alle Beteiligten in die Pflicht genommen sind:

- i. Die Politik, die die Klimaschutzmaßnahmen vorgeben und finanzieren und für soziale Gerechtigkeit sorgen soll.
- ii. Die Wirtschaft, die die Maßnahmen der Politik umsetzen soll.
- iii. Die Bürger, die die politischen Maßnahmen akzeptieren und ihren eigenen Beitrag zum Klimaschutz leisten sollen.
- iv. Die Wissenschaft, die ihren Beitrag zur Entwicklung innovativer Lösungen leisten soll.

Für die alle genannten Bereiche und Beteiligten involvierende Umgestaltung der EU-Wirtschaft für eine nachhaltige Zukunft ist, wie es in der Mitteilung der Kommission vom 11.12.2019 heißt,

eine aktive Beteiligung der Öffentlichkeit und das Vertrauen in den Übergang von entscheidender Bedeutung, damit die politischen Maßnahmen funktionieren und angenommen werden. (Europäische Kommission 2019)

Eine solche aktive Beteiligung der Öffentlichkeit kann nur erreicht und Vertrauen in den Übergang kann nur geschaffen werden durch Kommunikation seitens der Staatengemeinschaft, des einzelnen Staates und der jeweiligen politischen Führungsspitze. Kommunikation leistet einen wesentlichen Beitrag zu dem

neue[n] Pakt [...], der die Bürgerinnen und Bürger in all ihrer Vielfalt eint und in dessen Rahmen die nationalen, regionalen und lokalen Behörden, die Zivilgesellschaft und die Einrichtungen der Industrie eng mit den Organen und beratenden Einrichtungen der EU zusammenarbeiten. (Europäische Kommission 2019)

Die Ziele der Kommunikation sind entsprechend, Vertrauen zu schaffen, die aktive Beteiligung vor allem der Bürger zu erwirken und die Gemeinschaft zu stärken.

III. Klimawandel und ministerielle Webkommunikation

1. Regierungs- und Verwaltungskommunikation

Mit der Regierungs- und Verwaltungskommunikation und deren Unterscheidung und Binnendifferenzierung setzen sich unterschiedliche Disziplinen auseinander, insbesondere die Politik-, Rechts-, Verwaltungs-, Sozial- und die Kommunikationswissenschaft sowie im Rahmen der Auseinandersetzung mit der politischen Sprache einerseits und der Rechts- und Verwaltungssprache andererseits die Sprachwissenschaft und Fachsprachenforschung.³ Als wesentlicher Unterschied zwischen Regierungs- und externer Verwaltungskommunikation, die sich gleichwohl nur idealtypisch voneinander trennen lassen (vgl. Baumgartner 2010: 62), wird in der Politikwissenschaft die Verfolgung politischer Ziele in Ersterer und die Erfüllung von Sachaufgaben in Letzterer betrachtet (vgl. Delle Donne 2019: 42).

Die Funktionen der Regierungskommunikation werden dort in zwei Kategorien eingeteilt, von denen die erste Kategorie der Informations- und Aufklärungsaufgabe der Regierung entspricht, die einerseits den Zugang zu öffentlichen Informationen gewährleisten und andererseits den Dialog zwischen der Politik und den Bürgern herstellen muss. Die zweite Kategorie dagegen entspricht dem Bedarf der Regierung an der Legitimation ihrer selbst sowie ihrer Positionen und Entscheidungen, die dem Machterhalt durch die Schaffung von Vertrauen und die Erlangung von Verständnis und Zustimmung dient (vgl. Delle Donne 2019: 44). In Bezug auf beide Funktionen betreibt die Regierung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, d.h. PR-Arbeit (vgl. Köhler / Schuster 2006: 19).

Im Gegensatz zur Regierungskommunikation zeichnet sich die externe Verwaltungskommunikation durch eine stärkere Rechtsgebundenheit und Rechtsbezogenheit aus (vgl. Czerwick 1998: 491), da sie vergleichsweise folgenreicher ist und vor allem im Rahmen der Informationstätigkeit der Verwaltung zum Zweck der Gefahrenabwehr und Gefahrenbekämpfung in die soziale Realität der Bürger eingreift (vgl. Baumgartner 2010: 58). Die Informationsarbeit wird in der Politikwissenschaft als einer der inhaltlichen Schwerpunkte der Verwaltungskommunikation betrachtet. Neben Warnungen fallen darunter auch Auskünfte auf eine an die Verwaltung gerichtete Anfrage, einzelfallbezogene Beratungen und

³ Vgl. Kocks / Knorre / Kocks (2020); Raupp / Kocks / Murphy (2018); Niehr / Kilian / Wengeler (2017) und Felder / Vogel (2017) mit weiterführenden bibliographischen Hinweisen.

Aufklärung nicht nur über Leistungsangebote, sondern auch zum Zweck der Prävention (vgl. Czerwick 1998: 492f.).

Als weitere inhaltliche Schwerpunkte werden die Medien- bzw. Pressearbeit und die Öffentlichkeitsarbeit genannt. Bei Ersterer geht es vor allem darum, „die Medien als Resonanzverstärker und Vervielfältiger zu benutzen, um einen möglichst großen Bevölkerungskreis anzusprechen“ (Czerwick 1998: 492). Letztere ist auf Werbung und Selbstdarstellung ausgerichtet, da die Verwaltung zwar nicht ihre Macht erhalten muss, in Anbetracht ihrer Dienstleistungsorientierung aber „weder die Akzeptanz ihrer Entscheidungen voraussetzen kann, noch die Politik in der Lage ist, für die Verwaltung die Aufgabe des ‚Akzeptanzmanagements‘ zu übernehmen“ (Czerwick 1998: 492). Darüber hinaus zielt die Öffentlichkeitsarbeit „auf die Beeinflussung der Einstellungen und Meinungen der Öffentlichkeit“ (Czerwick 1998: 492). Hierin konvergieren die Funktionen der Medien- bzw. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Czerwick 2009: 150). In der Rechtswissenschaft wird unter den Informationstätigkeiten der Verwaltung besonders die verhaltenslenkende Informationstätigkeit hervorgehoben.

Eine verhaltenslenkende Information ist nicht die Orientierung der Öffentlichkeit über eine staatliche Aktivität, sondern sie ist die staatliche Aktivität selbst und somit eine mögliche Handlungsform der Verwaltung. (Baumgartner 2010: 62)

Besonders darin wird in der Rechtswissenschaft ein Unterschied zur Informationstätigkeit der Regierung gesehen, die „sich auf die Herstellung von Vertrauen in die staatlichen Institutionen konzentriert und auf die Integration und die Partizipation des Bürgers abzielt“ (Baumgartner 2010: 61), indem sie die Öffentlichkeit in Bezug auf das politische Geschehen orientiert, die aktuellen Zeitumstände bewertet und die mit Blick auf die Partizipationsrechte des Bürgers notwendigen Sachinformationen liefert (vgl. Baumgartner 2010: 61). Vor allem bei der von Ministerien betriebenen Webkommunikation überschneiden sich die Regierungs- und die externe Verwaltungskommunikation, zumal die Minister und die obersten Beamten des Ministeriums zusammen mit dem Regierungschef zur sogenannten Gubernative gehören, das Ministerium ansonsten aber Teil der Administrative ist, die darüber hinaus die nachgeordneten Behörden und die juristischen Personen des öffentlichen Rechts umfasst.

Die Kommunikationsteilnehmer sind das jeweilige Ministerium selbst, die Öffentlichkeit und die Vertreter der Medien. Bei der hier interessierenden Kommunikation zwischen dem Ministerium und der Öffentlichkeit spielen aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht vor allem der Sachinhalt, der Appell und die Selbstkundgabe eine Rolle, die drei der vier Seiten des Kommunikationsquadrats von Schulz von Thun (1981) entsprechen. Davon ausgehend lassen sich folgende Feststellungen treffen. Auf der Ebene des Sachinhalts geht es bei der ministeriellen Webkommunikation um:

- i. Information über das Ministerium selbst, seine Organisationsstruktur, seine Aufgaben und seine Serviceangebote,
- ii. Information über die politischen Maßnahmen und sonstigen Tätigkeiten des Ministeriums,
- iii. Information über aktuelle, für die Öffentlichkeit relevante oder sie betreffende Sachverhalte und Themen,

iv. Orientierung der Öffentlichkeit innerhalb von Themenbereichen zum Zweck der Meinungsbildung.

Auf der Ebene des Appells zielt die ministerielle Webkommunikation auf:

- i. Den Dialog mit der Öffentlichkeit.
- ii. Deren Involvierung in das politische Geschehen.
- iii. Die Lenkung deren Verhaltens.
- iv. Einflussnahme auf die öffentliche Meinung.

Selbstkundgabe ist die ministerielle Webkommunikation dagegen da, wo sie auf werbende Selbstdarstellung ausgerichtet ist. Damit erfüllt die Webkommunikation der Umweltministerien, zumindest idealerweise, auch die Kommunikationsziele des europäischen Grünen Deals (Ziffer II). Durch Sachinhalt, Appell und Selbstkundgabe lassen sich in der Tat Vertrauen schaffen, die aktive Beteiligung der Öffentlichkeit erwirken und die Gemeinschaft stärken.

2. Bedarf an Kommunikation durch die Umweltministerien

Der Bedarf an die auf den Klimawandel und auf die Klimaschutzmaßnahmen ausgerichteten ministeriellen Kommunikationsmaßnahmen ist an die politischen Maßnahmen geknüpft, die bereits ergriffen worden sind oder gemäß dem europäischen Grünen Deal noch ergriffen werden sollen. Zur Ermittlung eventueller Unterschiede hinsichtlich des Kommunikationsbedarfs des deutschen und des italienischen Umweltministeriums können die jüngsten Umweltumfragen der Europäischen Union (EU) herangezogen werden (vgl. Europäische Kommission 2020). Diesen lässt sich entnehmen, dass der Klimawandel zwar in beiden Ländern als ähnlich wichtiges Umweltproblem betrachtet wird (56% in Deutschland vs. 53% in Italien; vgl. Europäische Kommission 2020: 17), dass aber der konkrete Umweltbeitrag des Einzelnen bei allen Fragen bis auf die nach der Reduzierung des eigenen Wasserverbrauchs – also in Bezug auf Mülltrennung, Verzicht auf Einwegplastik, Kauf lokaler Produkte, Reduzierung des eigenen Energieverbrauchs, Reparatur statt Neukauf, Verzicht auf den Kauf von Produkten mit überflüssiger Verpackung, Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel, Kauf von Produkten mit Umweltkennzeichen, Verzicht auf unnötige Fahrten mit dem Auto, Kauf von Second Hand-Produkten, Umstellung auf nachhaltigere Ernährung – in Deutschland überwiegend deutlich größer ist (vgl. Europäische Kommission 2020: 57).

Als ein weiterer Hinweis auf den in Italien vergleichsweise größeren Bedarf an Maßnahmen der ministeriellen Webkommunikation zum Klimawandel und seinen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen kann auch die geringere mediale Präsenz des Themas im World Wide Web dienen.⁴ Auch wenn dem Fernsehen als Informationsquelle für Umweltfragen in Italien eine größere Bedeutung als in Deutschland zukommt (73% vs. 64%; vgl. Europäische Kommission 2020: 27), ist dies keine ausreichende Erklärung für die Unterschiede in den Google-Treffern zum Thema *cambiamento/i climatico/i* auf den italienischen Webseiten bzw. *Klimawandel* auf den deutschen Webseiten (5.400.000 vs. 15.800.000; Stand 31.7.2021).

⁴ Eine aktuelle Analyse des Themas *Klimawandel* im deutschsprachigen Mediendiskurs findet sich in Terek (2016). Vergleichsweise älter ist die Analyse des italienischsprachigen Mediendiskurses zum Thema *Klimawandel* in Inglisa (2008).

3. Ziele der ministeriellen Webkommunikation

Wenn die Ziele einer solchen ministeriellen Kommunikation die sind, Vertrauen zu schaffen, die aktive Beteiligung der Öffentlichkeit zu erwirken und die Gemeinschaft zu stärken (Ziffern II und III.1) und in diesem Zusammenhang grundlegend der Sachinhalt, der Appell und die Selbstkundgabe eine Rolle spielen, stellt sich die Frage, wie bzw. mit welchen Mitteln diese Ziele erreicht werden können. Zu dem mit dem Thema *Vertrauen* eng korrelierendem Thema *Glaubwürdigkeit* gibt es eine umfangreiche Forschungsliteratur. Ausgehend von der antiken Rhetorik haben sich damit besonders die Psychologie, Soziologie, Philosophie, Betriebswirtschaftslehre, Forensik, Kommunikationswissenschaft und Linguistik befasst.⁵

Einen geeigneten Ausgangspunkt für die Untersuchung der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums zur Klimaproblematik stellt Ehmke (2019) dar, die auf der Grundlage der Auseinandersetzung mit der einschlägigen Forschungsliteratur und unter Anknüpfung insbesondere an Reinmuth (2006) die Unternehmenskommunikation in betrieblichen Krisensituationen untersucht. Sie fragt danach, welche Merkmale von Texten es sind, die für die Glaubwürdigkeit sowohl des Kommunikators als auch des Kommunikats sprechen und entsprechend geeignet sind, beim Adressaten bzw. Rezipienten der Kommunikation Vertrauen zu erzeugen und welche dagegen nicht. Wie Reinmuth (2006: 197) geht Ehmke (2019: 54f.) dabei von einem wechselseitigen Verhältnis von Glaubwürdigkeit und Vertrauen aus. Ohne Glaubwürdigkeit ist mit anderen Worten kein Vertrauen möglich und umgekehrt:

- i. Vertrauen muss beim Rezipienten bereits vorhanden sein, damit er dem Kommunikator und dem Kommunikat Glaubwürdigkeit zuschreibt.
- ii. Die Glaubwürdigkeit wiederum, die der Rezipient dem Kommunikator und dem Kommunikat zuschreibt, erzeugt bei ihm Vertrauen in den Kommunikator und sein Handeln.

Da Glaubwürdigkeit einem Kommunikator und einem Kommunikat vom Rezipienten zugeschrieben wird und Vertrauen bei diesem im Vorfeld der Kommunikation vorhanden sein muss und bei entsprechender Glaubwürdigkeit durch die Kommunikation erzeugt wird, zeichnen sich beide Begriffe durch eine starke Subjektivität aus. Mit dem Ziel einer Objektivierung zum Zweck der linguistischen Analyse unterscheidet Ehmke (2019: 74ff.) mit Reinmuth (2006: 219ff.) zwischen *Glaubwürdigkeitsindikatoren* und *Glaubwürdigkeitsfaktoren*, von denen Erstere auf Letztere einwirken. Zwischen den von Ehmke (2019: 193ff.) differenzierten Ebenen (Kontext der Kommunikation, Wortwahl, Stil, Text, intertextuelle Relationen), auf denen Glaubwürdigkeitsindikatoren auszumachen sind und die mit Blick auf die Multimedialität der Webkommunikation um die Ebene der nichtschriftlichen Kommunikation erweitert werden müssen, gibt es zahlreiche Interrelationen.

Dazu kommt, dass die Glaubwürdigkeitsindikatoren auch auf mehrere Glaubwürdigkeitsfaktoren einwirken können, bei denen mit Ehmke (2019: 74ff.) zwischen *Verständlichkeit*,

⁵ In der Rechtslinguistik ist das Thema unlängst unter Einbeziehung von Ergebnissen der Unternehmenskommunikationsforschung im Zusammenhang mit der Vermittlung fachlichen Wissens untersucht worden (vgl. Luttermann / Engberg 2018).

Objektivität, Kompetenz, Sympathie und Ähnlichkeit oder – treffender ausgedrückt – *Gemeinschaftszugehörigkeit* unterschieden wird, die für die ministerielle Webkommunikation zum Klimawandel und zu den Klimaschutzmaßnahmen dieselbe Bedeutung wie für die Unternehmenskommunikation in betrieblichen Krisensituationen haben. Im Unterschied zu einer solchen Unternehmenskommunikation, bei der die Betroffenheit von der Krise direkte oder indirekte finanzielle Auswirkungen auf die Betroffenen hat, ist die Betroffenheit von der Klimaproblematik, die die politischen Akteure ebenso tangiert wie die Träger der Wirtschaft und Gesellschaft, längst nicht allen Betroffenen klar, sondern muss ihnen, wenn von einer Dringlichkeit des Handlungsbedarfs ausgegangen wird, verdeutlicht werden.

Die Kommunikationsziele Vertrauen zu schaffen, die aktive Beteiligung der Öffentlichkeit zu erwirken und die Gemeinschaft zu stärken sind hier also erstens eng miteinander verknüpft, zweitens werden bei den Glaubwürdigkeitsindikatoren Anpassungen erforderlich. Von den fünf Glaubwürdigkeitsfaktoren ist *Verständlichkeit* ausschließlich auf das Kommunikat bezogen. Für diesen komplexen Begriff, der weit über die Linguistik hinaus eine Rolle spielt, wurden zahlreiche Modelle entwickelt.⁶ Die Webkommunikation verlangt diesbezüglich Anpassungen, die mit dem Leseverhalten des Internetnutzers und mit der Bedeutung zu tun haben, die der Usability⁷ neben dem Inhalt und der Ästhetik für die Bewertung von Webseiten zukommt (vgl. Thielsch / Jaron 2012).

Nicht nur auf Prägnanz, sondern auch auf Kürze kommt es hier an und zudem auf Abgeschlossenheit der Seite, zweckmäßige Anordnung der Informationen, Übersichtlichkeit der Präsentation und Orientierungshilfen sowie ein ansprechendes Layout. Mit Blick auf den die gesamte Bevölkerung umfassenden Adressatenkreis der ministeriellen Webkommunikation zum Klimawandel und zu den Klimaschutzmaßnahmen ist zudem davon auszugehen, dass Fachsprache für die Öffentlichkeit verständlich gemacht werden muss, was voraussetzt, dass zunächst einmal die „Komplexität eines Sachverhaltes [...] so reduziert werden [muss], dass er noch zutreffend bleibt, aber gleichzeitig hinreichend verständlich wird“ (Kocks 2020: 189).

Der Glaubwürdigkeitsfaktor *Objektivität* lässt sich dagegen sowohl auf das Kommunikat als auch auf den Kommunikator beziehen. Zu den Indikatoren, die auf diesen Faktor einwirken, werden mit Ehmke (2019: 198) zunächst die Sachlichkeit der gelieferten Informationen, d.h. die Sachlichkeit auf der Inhaltsebene, sowie die Beschränkung des Kommunikators auf sachliche Informationen gezählt. Bei der Webkommunikation kann ein Inhalt⁸ dabei nicht nur aus Text, sondern auch aus Bild, Video, Ton oder anderen Medien bestehen (vgl. Thielsch / Jaron 2012: 124). Auf der Ebene der nichtschriftlichen Kommunikation wird Objektivität dadurch erzielt, dass die Sachlichkeit der im schriftlichen Text gelieferten Informationen unterstrichen wird. Bei argumentativen Texten sprechen für die Objektivität darüber hinaus, so Ehmke (2019: 210f.), eine rationale Argumentation und die argumentative Auseinandersetzung mit Gegenstimmen.

⁶ Einen aktuellen Überblick liefern Lutz (2017) und Luttermann (2021).

⁷ In der DIN EN ISO 9241-11 von ISO 1998 wird *Usability* als das Maß an Effektivität, Effizienz und Zufriedenheit definiert, mit dem Benutzer mit einem System, und so auch mit einer Webseite, vorgegebene Ziele erreichen können; vgl. Thielsch / Jaron (2012: 124).

⁸ Die ISO 9241-151 von ISO 2006 definiert *Inhalt* als die Zusammenstellung von inhaltlichen Elementen einer Web-Benutzungsschnittstelle; vgl. Thielsch / Jaron (2012: 124).

Allein auf den Kommunikator bezogen ist der Glaubwürdigkeitsfaktor *Kompetenz*. Dabei kann es sich sowohl um eine fachliche als auch um eine emotionale Kompetenz handeln. Indikatoren für Erstere sind nach Ehmke nicht nur der quantitativ und qualitativ angemessene Detailgrad der gelieferten Information (vgl. Ehmke 2019: 206; Reinmuth 2006: 238ff.) und eine rationale, durch Fakten überzeugende, logisch konsistente und widerspruchsfreie, auf Gegenstimmen eingehende Argumentation (vgl. Ehmke 2019: 208ff.), sondern auch die Verwendung von Fachsprache (vgl. Ehmke 2019: 200f.), die allerdings in einem Spannungsverhältnis zum Glaubwürdigkeitsfaktor *Verständlichkeit* steht.

Auch in einer der Situation angemessenen Sprache manifestiert sich *Kompetenz*: Je nach Situation kann allerdings eine rationale oder eine emotionale Sprache angemessen sein (vgl. Ehmke 2019: 199f., 209f.). *Emotionale Kompetenz* äußert sich darüber hinaus in einer eindringlichen Sprache und in einer Sprache, die auf Herstellung von Beziehung zwischen den Kommunikationsteilnehmern angelegt ist (vgl. Ehmke 2019: 210), indem sie beispielsweise Selbstreferenzen mit beziehungsgestaltenden Routineformeln verknüpft. Auf der Ebene der nichtschriftlichen Kommunikation kann die Kompetenz des Kommunikators durch Bilder, Videos und andere Medien unterstrichen werden, die ihn als kompetent erscheinen lassen.

Auch der Glaubwürdigkeitsfaktor *Sympathie* ist allein auf den Kommunikator bezogen. Wie bei der emotionalen Kompetenz ist ein Indikator hierfür eine auf Herstellung von Beziehung zwischen den Kommunikationsteilnehmern angelegte Sprache, zu der Ehmke (2019: 201) mit Reinmuth (2006: 251) Routineformeln der Höflichkeit zählt. Darüber hinaus kann auch die Sympathie – wie die emotionale und die rationale Kompetenz – durch Bilder, Videos usw. unterstrichen werden. Für den Glaubwürdigkeitsfaktor *Gemeinschaftszugehörigkeit* sind alle Indikatoren maßgeblich, die geeignet sind, Gemeinschaft herzustellen, die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft zu unterstreichen oder die Gemeinschaft zu stärken.

Besonders wichtig hierfür ist die Kommunikation von Werten, die zum einen durch die Nennung der betreffenden Werte und zum anderen durch die Verwendung von Hochwertwörtern wie *Transparenz, Freiheit, Vielfalt* usw. erfolgen kann (vgl. Ehmke 2019: 207). Auch durch eine Sprache, die auf Herstellung von Beziehung zwischen den Kommunikationsteilnehmern angelegt ist und, wie Kocks (2020: 189) herausstellt, die soziale Distanz zu den Adressaten überbrückt, kann Gemeinschaft hergestellt, die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft unterstrichen oder die Gemeinschaft gestärkt werden. Durch Fachsprache allerdings nur dann, wenn Fachleute adressiert werden, was bei der ministeriellen Webkommunikation zum Klimawandel und zu den Klimaschutzmaßnahmen aber nicht der Fall ist. Auch hier kann das Gemeinschaftsgefühl auf der Ebene der nichtschriftlichen Kommunikation durch Bilder, Videos usw. verstärkt werden.

Für alle Glaubwürdigkeitsfaktoren gilt darüber hinaus, dass mit verstärkender Funktion eingesetzte Bilder, Videos und andere Medien die Einprägsamkeit des Kommunikats erhöhen, was, so Kocks (2020: 189), nicht unwesentlich zum kommunikativen Erfolg beiträgt. Während das Kommunikationsziel, die Gemeinschaft zu stärken, unter das Ziel, Vertrauen

zu schaffen, fällt, bedarf das Kommunikationsziel, die aktive Beteiligung der Öffentlichkeit zu erwirken, einer besonderen Betrachtung. Maßgeblich ist in diesem Zusammenhang der Appell, der ein direkter oder ein indirekter sein kann.

Bei Ersterem werden die Adressaten mit den entsprechenden grammatischen Mitteln zum Tätigwerden aufgefordert. Bei Letzterem handelt es sich um den vor allem bei der Adressatengruppe der Bürger eingesetzten Appell an das Gewissen, der auf der Inhaltsebene und auf der Ebene der lexikalischen Mittel erfolgt und offensichtlich sogar wirksamer ist als finanzielle Anreize (Götz 2020). Ein indirekter Appell geht schließlich auch von Vorbildern aus. Ein vorbildliches Verhalten ist mit anderen Worten auf Nachahmung dieses Verhaltens ausgerichtet.

IV. Klimawandel und Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums

1. Struktur, Inhalte und Aufmachung der beiden Webseiten

Sowohl das deutsche als auch das italienische Umweltministerium wurden im Jahr 1986 gegründet. Das *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit*⁹ hieß wegen der vorübergehenden Eingliederung des Bereichs Bauwesen und Stadtentwicklung unter dem Kabinett Angela Merkel *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit*. Das *Ministero della transizione ecologica*¹⁰ ist die unter der Regierung Mario Draghi eingerichtete Nachfolgeinstitution des *Ministero dell'ambiente e della tutela del territorio e del mare*. Bei den heutigen Politikfeldern des deutschen und des italienischen Umweltministeriums ist weitgehende Deckung gegeben (vgl. <https://www.bmu.de/Ministerium> → *Aufgaben und Struktur: Für welche Politikfelder ist das Ministerium zuständig*; vgl. <https://www.mite.gov.it/Ministero> → *Competenze*).

Den wichtigsten Unterschied bildet das Politikfeld der nuklearen Sicherheit, das in Italien wegen der Aufgabe der Nutzung der Atomenergie infolge des Referendums von 1987 keine Rolle spielt. In Italien werden dafür bei der Vorstellung der Zuständigkeitsbereiche explizit die Aufgaben der Energieeffizienz, Kreislaufwirtschaft, integrierten Abfallbewirtschaftung und Umweltsanierung sowie die Förderung guter Umweltpraktiken und die Umwelterziehung in den Schulen genannt; sie sind in Deutschland unter den Themen aufgeführt, mit denen das Ministerium befasst ist. Darüber hinaus werden die Zuständigkeitsbereiche auf der italienischen Webseite, anders als auf der deutschen Webseite, auch auf der Startseite signalisiert, und zwar durch die Kategorien *Acqua, Aria, Energia, Natura* und *Territorio*.

Trotz der weitgehenden Deckung unterscheiden sich die Webseiten der beiden Ministerien erheblich. Die Unterschiede manifestieren sich dabei auf ganz verschiedenen Ebenen. Erste Unterschiede betreffen die Struktur und die Navigationspunkte der beiden Startseiten. Die Startseite des deutschen Umweltministeriums hat weniger Hauptnavigationenpunkte als die

⁹ <https://www.bmu.de/> (Letzter Zugriff 25.8.2021). Nach der Bundestagswahl von September 2021 hat sich die Bezeichnung des Ministeriums erneut geändert. Es heißt nun *Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz*.

¹⁰ <https://www.mite.gov.it/> (Letzter Zugriff 25.8.2021). Nach den Parlamentswahlen von September 2022 hat sich die Bezeichnung des Ministeriums erneut geändert. Es heißt nun *Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica*.

des italienischen. Entsprechungen finden sich bei den Rubriken *Themen* und *Argomenti* sowie *Presse* und *Ufficio Stampa*. Auch die Suchmaske findet sich auf den Startseiten beider Umweltministerien auf der Hauptnavigationsebene. Der Navigationspunkt *Ministerium* ist auf der italienischen Startseite auf zwei Navigationspunkte, *Il Ministro* und *Ministero*, aufgeteilt. Eine eigene Rubrik *Service* fehlt dort. Dafür gibt es eine Rubrik *Amministrazione trasparente*, unter der sich auf der zweiten Navigationsebene auch der Punkt *Servizi erogati* findet.

Wesentlich mehr Unterschiede als auf der Hauptnavigationsebene gibt es auf der Metanavigationsebene. Deckungsgleichheit besteht nur bei den Kontaktdaten, den Datenschutzzangaben und einigen Social Media. Abonnements von Broadcasts und RSS-Feeds, die es dem Nutzer erlauben, über aktuelle Entwicklungen der Umwelt- und Klimapolitik auf dem Laufenden zu bleiben, werden auf der Webseite des italienischen Umweltministeriums nicht angeboten. Auch erfolgt dort keine Adressatendifferenzierung, gibt es doch weder Seiten in Gebärdensprache noch in Leichter Sprache oder Englisch. Dafür finden sich auf der Metanavigationsebene administrativ-rechtliche Informationen wie die zertifizierte E-Mail-Adresse sowie die auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums völlig fehlende Sitemap.

Bei der Art der Inhaltselemente und deren Präsentation auf der Startseite sowie bei der Strukturierung der Navigationsebenen unterhalb der Hauptnavigationsebene verstärkt sich der Eindruck der größeren Übersichtlichkeit und der stärkeren Bürgerorientierung der Webseite des deutschen Umweltministeriums. Dazu kommt, dass das Layout moderner und ansprechender als das ihres italienischen Pendantes ist. Entsprechungen bei den Inhaltselementen der beiden Startseiten gibt es vor allem bei den Pressemitteilungen und den aktuellen Meldungen. Die Unterschiede betreffen hier allerdings die Zahl und / oder die Präsentation der Pressemitteilungen und Meldungen. Auf der deutschen Startseite werden jeweils eine Pressemitteilung und eine Meldung großformatig in den Vordergrund gestellt, einige weitere sind kleinformatiger angezeigt und können in den Vordergrund gerückt oder zusätzlich eingeblendet werden.

Auf der italienischen Startseite, auf der die Bilder generell kleinformatiger sind, werden mehr als doppelt so viele Pressemitteilungen automatisch nacheinander eingeblendet (acht vs. drei), aber genauso viele Meldungen angezeigt oder zur Einblendung zur Verfügung gestellt (zehn). Die Informationsdienste umfassen auf der Startseite des deutschen Umweltministeriums nicht nur Newsletterdienste wie auf der des italienischen, sondern auch Postcast- und Broadcastdienste. Keine Entsprechungen gibt es dagegen bei den Inhaltselementen *Online-Tagebuch*, *Aus der täglichen Arbeit des Ministeriums*, *Interview*, *Umweltthemen auf den Punkt gebracht: Werte Umwelt*, *Termine und Veranstaltungen*, *Themen*, *Fragen und Antworten*, *Verbrauchertipps*, *Kinder und Jugendliche* und *Themenportale*, denen die Inhaltselemente *Dipartimenti*, *Bandi e avvisi*, *Collegamenti esterni*, *Video* und *Galleria fotografica* gegenüberstehen. Bemerkenswert ist auch, dass nur auf der Startseite des italienischen Umweltministeriums zu zwei offensichtlich als besonders wichtig erachteten Seiten verlinkt wird,¹¹ die keiner eigenen Rubrik zugeordnet sind.

¹¹ <https://www.mite.gov.it/pagina/verso-la-cop26-conferenza-preparatoria-ed-evento-gio->

Während die Themen auf der italienischen Startseite nur unter dem entsprechenden Hauptnavigationspunkt konsultiert werden können, werden auf der deutschen Startseite zehn Themen, von denen je drei auf einmal eingeblendet werden, als Inhaltselemente besonders hervorgehoben. Darüber hinaus gibt es dort zehn Themenportale zu verschiedenen Klimaschutzinitiativen, von denen gleichfalls je drei auf einmal eingeblendet werden und die bis auf das Thema *Umwelt im Unterricht* externe Portale sind. Ein weiteres themenbezogenes Inhaltselement ist *Umwelthemen auf den Punkt gebracht: Werte Umwelt*, das die ganze Breite der Startseite einnimmt. Dabei handelt es sich um

eine politische Storytelling-Plattform, auf der zentrale Handlungsfelder der Umweltpolitik in ihren Entwicklungen, Szenarien und Wechselwirkungen leicht verständlich und visuell ansprechend dargestellt werden.¹²

Sind die externen Links auf der Startseite des deutschen Umweltministeriums auf die Themenportale beschränkt, gibt es auf der des italienischen Ministeriums eine enorme Vielzahl (mehr als 80) und Vielfalt externer und interner Links, die neben administrativen Informationen einen Mix aus Informationen über Maßnahmen und Strategien, Initiativen und Veranstaltungen, Projekte und Kampagnen, Portale und Plattformen zum Klima- und Umweltschutz bereitstellen sowie gute Praktiken vermitteln. Abgesehen davon, dass einige Links nicht funktionieren, die Informationen zum Teil älteren Datums sind und völlig heterogene Nutzergruppen adressiert werden, von denen die Bürger den geringsten Teil ausmachen, erschwert der Mangel an jeglicher Strukturierung, dass interessierte Bürgern erkennen können, ob sich darunter überhaupt aktuelle und für sie relevante Seiten befinden.

Unterhalb der Hauptnavigationsebene sind die Inhalte auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums auf zwei bis sechs weitere Navigationsebenen verteilt, von denen die zweite Ebene nur maximal elf Punkte umfasst. Auf der Webseite des italienischen Umweltministeriums dagegen scheinen alle Inhalte auf der zweiten Navigationsebene zu liegen, die in der Rubrik *Amministrazione trasparente* 22 Punkte und in der Rubrik *Argomenti* sogar 42 Punkte umfasst, während sich dem Nutzer weitere Ebenen erst bei Konsultation der einzelnen Seiten erschließen.

Der stärkeren Bürgerorientierung der Webseite des deutschen Umweltministeriums steht die stärkere Staatszentrierung auf der des italienischen Umweltministeriums gegenüber. Einen Beitrag hierzu leisten vor allem der Raum, der dem Inhaltselement *Dipartimenti* auf der Startseite geschenkt wird, die zahlreichen administrativen und für die Administration bestimmten Informationen, das völlige Fehlen von Verbrauchertipps und häufig gestellten Fragen (Frequently Asked Questions / FAQ), die äußerst geringe und schwer zu erwerbende Präsenz von explizit an die Bürger gerichteten Kampagnen sowie die Bilder, die Politiker und Politik in den Vordergrund rücken (statt die Globalität der umwelt- und klimapolitischen Herausforderungen) und die im Sinne des europäischen Grünen Deals die Notwendigkeit der aktiven Beteiligung der Öffentlichkeit unterstreichen.

vani-youth4climate-driving-ambition
(Letzter Zugriff 25.8.2021).

und

<https://www.mite.gov.it/aree-protette>

(Letz-

¹²

<https://www.bmu.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/digitalisierung/werte-umwelt-animierte-umweltdaten> (Letzter Zugriff 25.8.2021).

2. Kommunikation des Klimawandels und der Notwendigkeit des Klimaschutzes

Die Kommunikation des Klimawandels und der Notwendigkeit des Klimaschutzes umfasst verschiedene Dimensionen, die im Folgenden kontrastiv untersucht werden sollen.

2.1. Bedeutung des Klimaschutzes

Die Bedeutung, die dem Klimaschutz und den Klimaschutzmaßnahmen auf den Webseiten des deutschen und des italienischen Umweltministeriums in Anbetracht des Klimawandels beigemessen wird, manifestiert sich sowohl quantitativ als auch qualitativ. In quantitativer Hinsicht nehmen der Klimaschutz und die Klimaschutzmaßnahmen auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums auf den ersten Blick mehr Raum ein als auf der des italienischen Umweltministeriums. Dieser Eindruck entsteht durch die in Ziffer IV.1 thematisierten Unterschiede in Struktur, Inhalt und Aufmachung der beiden Webseiten.

Einerseits werden auf der Startseite des italienischen Umweltministeriums vergleichsweise mehr Pressemitteilungen zum Klimaschutz bereitgestellt, andererseits gehen die Informationen zum Klimaschutz in der Vielzahl und Vielfalt der Unterpunkte des Menüs *Argomenti* regelrecht unter. In qualitativer Hinsicht unterscheiden sich die beiden Webseiten auf der Startseite dadurch, dass auf der italienischen Webseite Fotos und Videos zum Thema gezeigt werden. Auf der deutschen Webseite spielen dagegen der Klimaschutz im Online-Tagebuch, in den FAQs und Verbrauchertipps sowie in den verschiedenen themenbezogenen Inhaltselementen eine Rolle.

Ein Vergleich der Menüs *Themen* und *Argomenti* bestätigt den Eindruck des größeren Raums, den der Klimaschutz auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums einnimmt. Zum einen heißt der Menüpunkt beim deutschen Umweltministerium *Klimaschutz – Anpassung*, beim italienischen Umweltministerium dagegen nur *Clima*. Zum anderen sind die Strukturierung und Inhalte auf den darunterliegenden Navigationsebenen erstens völlig andere; zweitens bildet – und das fällt vergleichsweise stärker ins Gewicht – der Klimaschutz auf der italienischen Webseite auf keiner Navigationsebene einen eigenen Menüpunkt. Während der Klimaschutz auf der deutschen Webseite auf die Navigationsebenen zwei bis sechs verteilt ist, lassen sich Informationen zum Klimaschutz auf der italienischen Webseite unter allen Menüpunkten der zweiten Navigationsebene bis auf den Punkt *Il clima* finden, der eher Glossarfunktion hat (Abb. 2 und 3 vs. Abb. 4).



Abb. 2: Navigationsebenen zwei und drei auf der deutschen Webseite



Abb. 3: Navigationsebenen vier und fünf auf der deutschen Webseite



Abb. 4: Navigationsebene zwei auf der italienischen Webseite

Ein weiterer qualitativer Unterschied liegt darin, dass die nationale Ebene auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums eine wesentlich größere Rolle spielt und dass sich dort

Menüpunkte finden, die Erklärungen liefern (*Klimaschutz – Worum geht es?*) und Antworten auf Fragen geben (*Fragen und Antworten zum Klimaschutzprogramm 2030*). Auch in der sich sprachlich niederschlagenden stärkeren Adressierung der Bürger manifestiert sich ein wichtiger qualitativer Unterschied zwischen den Webseiten des deutschen und des italienischen Umweltministeriums. Ein letzter wichtiger, damit in Zusammenhang stehender qualitativer Unterschied zur italienischen Webseite ist, dass der Klimaschutz auf der deutschen Webseite über die politische Aufgabe hinaus auch als gemeinschaftliche Aufgabe begriffen wird, wie sich an der Rubrik *Jeder kann einen Teil zum Klimaschutz leisten* unter dem Menüpunkt *Klimaschutz – Worum geht es?* zeigt.

2.2. Erschließbarkeit der Informationen

Auf den Webseiten beider Umweltministerien können die Nutzer, die sich über die Themen *Klimawandel* und *Klimaschutz* und die *Klimaschutzmaßnahmen* der deutschen bzw. der italienischen Regierung informieren wollen, die sie interessierenden Informationen sowohl durch systematische Suche als auch mit Hilfe der Suchfunktion finden. Die systematische Suche wird auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums, wie bereits in Ziffer IV.2.1 deutlich geworden ist, wesentlich dadurch erleichtert, dass ein eigener Menüpunkt *Klimaschutz* vorhanden ist, dass die Informationen sinnvoller gegliedert und die Untermenüpunkte, abgesehen von dem Punkt *Wissenschaftliche Grundlagen* (Entsprechung auf der Webseite des italienischen Umweltministeriums: *I cambiamenti climatici*), klarer benannt sind.

Anders ausgedrückt, lässt sich einer Benennung wie *I meccanismi flessibili del Protocollo di Kyoto* nicht entnehmen, dass in dem Menüpunkt auch Maßnahmen der nationalen Politik behandelt werden. Und beim Menüpunkt *Attuazione nazionale* (Abb. 5) verwirrt, dass von den in Ziffer IV.1 genannten Zuständigkeitsbereichen des Ministeriums hier nur der Bereich *Aria* genannt ist und darunter dann auch die unter dem Bereich *Territorio* zu erwartende Bedeutung der Landnutzung, der Landnutzungsänderungen und der Forstwirtschaft für die Emissionen und den Abbau von Treibhausgasen (*LULUCF*) sowie die Problematik des Elektroschmogs (*Inquinamento elettromagnetico*) angesprochen werden. Letztere hat eher mit der Gesundheit der Bürger als mit dem Klimaschutz zu tun (Abb. 5).



Abb. 5: Unterpunkt des Menüpunkts *Attuazione nazionale*

Im Unterschied zur Webseite des italienischen Umweltministeriums wird die Suche auf der des deutschen Umweltministeriums auch innerhalb der Pressemitteilungen, Meldungen

und FAQs erleichtert, und zwar durch die klare Zuordnung zu Rubriken wie eben Klimaschutz. Die Suchfunktionen der Webseiten der beiden Umweltministerien sind ähnlich aufgebaut (Abb. 6 und 7). Allerdings ist nur bei der des deutschen Umweltministeriums eine Suche mit Platzhalterzeichen nach Komposita und Wortbestandteilen möglich. Bei der des italienischen Ministeriums kann die Suche nur auf bestimmte Direktionen der *Dipartimenti* des Ministeriums beschränkt werden. Außerdem bietet die Filterfunktion *Art des Inhalts* wesentlich mehr Filtermöglichkeiten (18 vs. 4) als die Filterfunktion *Tipo di documenti*.

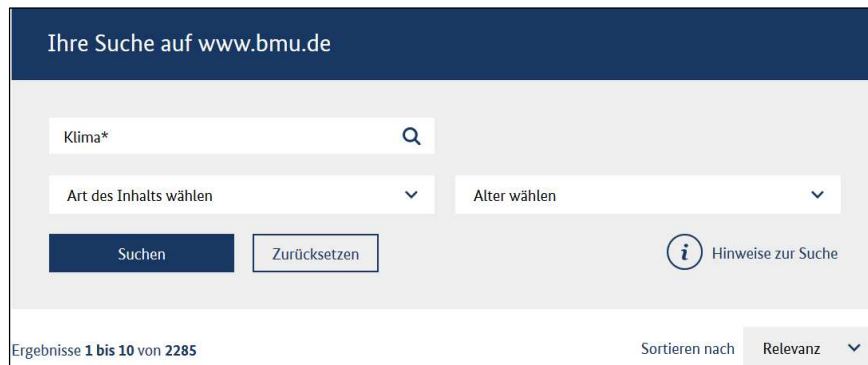


Abb. 6: Suchfunktion der Webseite des deutschen Umweltministeriums

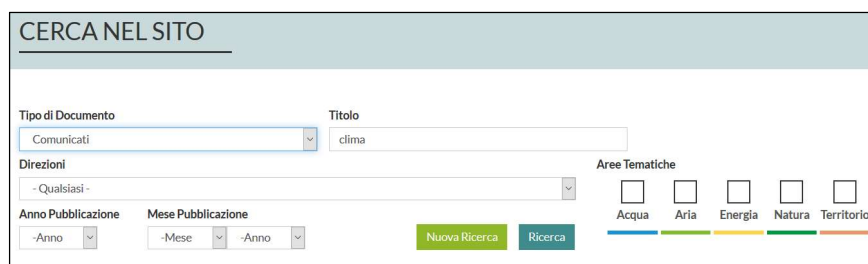


Abb. 7: Suchfunktion der Webseite des italienischen Umweltministeriums

2.3. Kommunikationsformen

Große Unterschiede zwischen den Webseiten der beiden Umweltministerien gibt es auch bei den Kommunikationsformen. Beiden gemein ist lediglich die Kommunikation über Texte, Bilder, Videos, Grafiken und Animationen auf der Webseite sowie die Verlinkung zu Social Media außerhalb derselben. Zu den Unterschieden gehört zunächst, dass nur das deutsche Umweltministerium auf seiner Webseite unter dem Menüpunkt *Service* ein Bürgerforum für die Interaktion mit den Bürgern eingerichtet hat. Kontakt zum Umweltministerium kann sowohl über das Kontaktformular als auch telefonisch aufgenommen werden. Auch eine Anmeldung zum Besucherdienst ist über das Bürgerforum möglich.

Ein weiterer Unterschied besteht darin, dass nur das deutsche Umweltministerium den Bürgern mehr Informationsdienste zur Verfügung stellt. So können Broadcasts und RSS-Feeds abonniert und ein Verteiler genutzt werden, der auf Themen und Regionen eingegrenzt werden kann. Zu den Newslettern gehören neben einem BMU-Newsletter und einem Bildungs-Newsletter auch ein Klimaschutz-Newsletter, was zu einer vergleichsweise größeren Bedeutung der Klimaschutzes (Ziffer IV.2.1) zurückführt.

Auch die Bestellung von Printpublikationen ist nur auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums möglich. Digitale Publikationen können zwar ebenfalls auf der des italienischen heruntergeladen werden, allerdings nur jeweils auf der Seite, auf der sich das Dokument befindet. Im Unterschied dazu gibt es auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums unter *Service* einen eigenen Download-Bereich und eine weitere Download-Möglichkeit unter *Publikationen*. Auch wird den Bürgern unter *Service* eine Mediathek zur Verfügung gestellt, in der sie gezielt nach unterschiedlichen Medientypen und Themen suchen können.

2.4. Kommunikationsstil

Außer in den genannten Dimensionen gibt es auch in der Art und Weise, wie der Klimawandel, die Bedeutung des Klimaschutzes und die erforderlichen Klimaschutzmaßnahmen kommuniziert werden, große Unterschiede zwischen den Webseiten des deutschen und des italienischen Umweltministeriums. Dabei stellt sich insbesondere die Frage, inwieweit der Kommunikationsstil, bestehend aus dem Inhalt (übermittelte Informationen), der Form (Übermittlung der Informationen) und den – sozial und kulturell bedingten – Kommunikationsregeln, geeignet ist (vgl. Williams / Spiro 1985: 434), die in Ziffern II und III.1 genannten Kommunikationsziele zu erreichen, also Vertrauen zu schaffen, die aktive Beteiligung der Bürger zu erwirken und die Gemeinschaft zu stärken.

Im Folgenden werden unter Berücksichtigung der Ebene der nichtschriftlichen Kommunikation im Wesentlichen die Themen auf ihren Kommunikationsstil hin kontrastiv untersucht. Dies hat seinen Grund darin, dass themenbezogene Informationen auf den Webseiten beider Ministerien vorhanden sind und die Themen, anders als die gleichfalls auf den beiden Webseiten vorhandenen Pressemitteilungen und aktuellen Meldungen, einen strukturierten Überblick und die Möglichkeit einer entsprechenden Vertiefung bieten.

2.4.1. Art des Kommunikationsstils

Auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums sind die Themen, wie schon in Ziffer IV.1 angesprochen, sinnvoll gegliedert und in der Regel auch klar betitelt. Der Klimaschutz bildet einen eigenen Unterpunkt des Menüpunkts *Klimaschutz – Anpassung* und umfasst selbst elf Unterpunkte, von denen sechs zu der darunterliegenden Navigationsebene verlinken. Die Informationen sind fast ausnahmslos auf dem neuesten Stand.

Der erste Unterpunkt *Klimaschutz – Worum geht es?* ist erklärender Natur. In einfachen Worten und kurzen Sätzen sowie mit einer klaren thematischen Progression werden die Bedeutung des Klimas, die Ursachen und Folgen des Klimawandels, die Ziele der Klimapolitik, die Maßnahmen auf nationaler und internationaler Ebene sowie die Wichtigkeit des Beitrags jedes Einzelnen herausgestellt. Auf Fachtermini, die nicht als bekannt vorausgesetzt werden können, wird weitgehend verzichtet. Die Syntax weist keine fachsprachlichen Besonderheiten auf. Der Klimaschutz wird als gemeinschaftliche Aufgabe begriffen, die die Staatengemeinschaft ebenso involviert wie jeden Einzelnen. Die bislang erzielten Fortschritte auf nationaler und internationaler Ebene werden herausgestellt. Dabei wird der Eindruck vermittelt, die deutsche Regierung habe vergleichsweise mehr für den Klimaschutz getan als andere Länder.

Auch die Vorreiterrolle der EU in Sachen Klimaschutz wird in den Vordergrund gerückt, wobei auch hier das besondere Engagement der deutschen Regierung betont wird. Nationale Gesetze, Förderprogramme, die Klimaschutzinitiative, der Klimaschutzplan und das Aktionsprogramm Klimaschutz werden genannt oder kurz erläutert. Wörter wie *Energie-wende; Wege für die langfristige Transformation; konkrete Meilensteine und strategische Maßnahmen; Etappenziele; Fakten, Trends und Impulse deutscher Klimapolitik* unterstreichen das Engagement, die Erfolge und die Ziele der Politik sowie die Vorreiterrolle Deutschlands. Das einzige Bild auf der Seite, ein schmelzender Eisberg, verdeutlicht die Folgen des Klimawandels und die Dringlichkeit des Handlungsbedarfs, was die im Text genannten Maßnahmen der deutschen Politik im Kontrast noch einmal positiv hervorhebt. Links zu anderen Seiten und externe Links ermöglichen eine Vertiefung oder die Beantwortung von Fragen zum Klimaschutz in den FAQs.

Der Unterpunkt *Nationale Klimapolitik* umfasst eine Überblicksseite sowie weitere Unterpunkte, darunter *CO₂-Preis; Klimaschutzgesetz – Mehr Klimaschutz; Klimaschutzplan 2050; Klimaschutzpolitische Instrumente; Aktionsprogramm Klimaschutz* und *Klimaneutrale Bundesverwaltung*. Der Fokus liegt auf dem Klimaschutzplan 2050 von 2016 und dem Klimaschutzgesetz von 2019. Die Ziele, Erfolge, Maßnahmen und Instrumente der deutschen Klimapolitik werden mit zunehmender Vertiefung vorgestellt. Die Sprache ist entsprechend komplexer als im Unterpunkt *Klimaschutz – Worum geht es?* Abgesehen von der Seite *Klimaschutzpolitische Instrumente* und von Teilen der Seite *Klimaschutzplan 2050* ist sie aber kaum fachsprachlich geprägt.

Als nicht bekannt vorausgesetzte Fachtermini werden in der Regel auf der Seite selbst oder auf anderen Seiten erklärt, zu denen verlinkt wird. So wird beispielsweise auf der Überblicksseite der Terminus *Senkenleistung* erläutert (*Senkenleistung – das heißt die Reduktion von Emissionen durch die Aufnahme und Speicherung von CO₂ in Pflanzen und Böden*). Und auf der Seite *Klimaschutzpolitische Instrumente* wird auf die Seiten verlinkt, auf denen die Termini *Emissionshandel; Kyoto-Mechanismen; Erneuerbare Energien; F-Gase* und *Ozonschicht* spezifiziert werden. Videos zum Klimaschutzplan liefern zudem einfache Erklärungen für komplexere Inhalte.

Wie nicht anders zu erwarten, werden auf allen Seiten des Unterpunkts die Vorreiterrolle Deutschlands, das besondere Engagements der deutschen Regierung für den Klimaschutz und die Ziele und Erfolge der deutschen Klimapolitik herausgestellt. Deutschland erfülle als eines der ersten Länder weltweit die Vorgabe des Pariser Abkommens, eine langfristige Klimaschutzstrategie vorzulegen. Dies habe Deutschland deutlich vor dem vorgesehenen Zieldatum 2020 getan und sein Minderungsziel in der ersten Verpflichtungsperiode unter dem Kyoto-Protokoll (2008-2012) übererfüllt. Die Politikplanung wird als langfristig, verlässlich und effektiv bezeichnet, das Handeln der Regierung als engagiert und entschlossen, der Instrumentenmix als effizient und ausgewogen.

Von den Zielen der deutschen Klimapolitik heißt es, sie seien ambitioniert und anspruchsvoll. Auch werden ihre verbindliche Festlegung und ihr gemeinschaftlicher Charakter unterstrichen. In Bezug auf die Maßnahmen werden die Regelmäßigkeit und Kontinuität des stets auf Nachbesserung bedachten politischen Handelns sowie deren konkrete Umsetzung betont. Ganz im Sinne des europäischen Grünen Deals wird der Klimaschutz in

Verbindung mit dem Umbau von Wirtschaft und Gesellschaft gebracht, und es werden die Chancen, die er bietet, sowie die Bedeutung der Involvierung und des Beitrags aller herausgestellt. Letzteres wird dabei noch einmal in den Erklärvideos in den Vordergrund gerückt.

Bei der Kommunikation der nationalen Klimapolitik wird aber nicht nur auf positiv konnotierte Adjektive und Substantive gesetzt, die als Hochwertwörter betrachtet werden können, sondern es werden Daten, Zahlen und Fakten geliefert, die übersichtlich und mit einer klaren thematischen Progression präsentiert und so formuliert werden, dass auch die fachsprachlicheren Passagen die Bürger erreichen. Die Fülle der zur nationalen Klimapolitik gelieferten Informationen ist immens. Auf jeder Seite gibt es Links zu anderen Seiten. Weitere Vertiefungsmöglichkeiten bieten eigene Rubriken wie *Weitere Informationen*; *Publikationen*; *Grafiken zum Download* oder *FAQ*.

Die Texte werden insbesondere durch Infografiken, Tabellen, Videos und – seltener – durch zum Text passende Bilder ergänzt. Im Vordergrund stehen auf allen Ebenen der Kommunikation die Information der Bürger über die nationale Klimapolitik und die Bedeutung des gemeinschaftlichen Handelns. Zu den erklärenden Videos kommen Videos mit Statements der Umweltministerin,¹³ die noch einmal das Engagement der Regierung und die Wichtigkeit des Pakts mit den Bürgern herausstellen.

Ähnlich wie auf den Seiten des Unterpunkts *Nationale Klimapolitik* verhält es sich auf den Seiten der anderen Unterpunkte des Menüpunkts *Klimaschutz*. Die stärkste fachsprachliche Prägung hat der Unterpunkt *Berichterstattung [zum Klimaschutz]*, auf der der Nationale Inventarbericht 2021 zum Deutschen Treibhausgasinventar 1990 bis 2019 im Vordergrund steht. Der Unterpunkt *Wissenschaftliche Grundlagen* verdient wegen der Parallelität zum Unterpunkt *I cambiamenti climatici* besondere Erwähnung.

Anders als die Benennung suggerieren möchte, handelt es sich um einen populärwissenschaftlichen Text, der die Bedeutung eines stabilen Klimas als Lebensgrundlage für Mensch und Natur herausstellt, den gegenwärtigen Klimawandel als menschengemacht bezeichnet, auf die drohenden gewaltigen Schäden aufmerksam macht und die politische Verantwortung unterstreicht. Die verwendeten Fachtermini werden anhand von Beispielen (*Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Öl, Kohle und Gas*) erklärt. Abbildungen und Grafiken belegen den menschengemachten Klimawandel und veranschaulichen die Dringlichkeit des Handlungsbedarfs.

Ganz anders als auf der Webseite des deutschen verhält es sich auf der des italienischen Umweltministeriums. Wie bereits in Ziffer IV.2.1 gesagt, bildet der Klimaschutz keinen eigenen Unterpunkt des Menüpunkts *Clima*. Die Informationen zum Klimaschutz sind vielmehr auf die verschiedenen Unterpunkte des Menüpunkts bis auf den Unterpunkt *Il clima* verteilt, ohne dass klar zu erkennen wäre, welche Ziele sich die nationale Klimapolitik setzt, welche Erfolge sie bereits vorweisen konnte und welche Maßnahmen sie bereits ergriffen hat oder noch zu ergreifen gedenkt. Die Informationen sind fast durchweg veraltet. Eine Verbindung zum europäischen Grünen Deal wird auf keiner Seite hergestellt.

¹³ Zum Zeitpunkt der Untersuchung war Svenja Schulze Umweltministerin.

Auch der *Piano nazionale di riduzione di gas serra* ist, anders als der deutsche Klimaschutzplan, keine neuere politische Maßnahme, schließt er doch nicht an das Pariser Klimaschutzabkommen von 2015 an, sondern an das 2005 in Kraft getretene Kyoto-Protokoll von 1997, das im Unterpunkt *I cambiamenti climatici* die Hauptrolle spielt. Die italienische Politik infolge des Kyoto-Protokolls wird dann in den Punkten *L'Italia e il Protocollo di Kyoto* und *Il Protocollo di Kyoto e le imprese* unter dem Unterpunkt *I meccanismi flessibili del Protocollo di Kyoto* thematisiert. Im Unterpunkt *Attuazione nazionale* geht es nur in den Punkten *Inquinamento atmosferico; Mobilità sostenibile; Mitigazione dei cambiamenti climatici; LULUCF* und *Emissioni in atmosfera* um den Klimaschutz. Aktuellere Informationen, die an die neuere europäische Politik anschließen, finden sich dabei lediglich in den Punkten *Mobilità sostenibile; Mitigazione dei cambiamenti climatici* und *LULUCF*.

Die Sprache hat auf allen Seiten, einschließlich der Seite *I cambiamenti climatici*, einen hohen Fachsprachlichkeitsgrad, der Bürger mit einem allgemeinen Bildungshorizont schnell an ihre Grenzen führt. Die Fachsprache ist einerseits eine naturwissenschaftliche, andererseits eine juristische. Letzteres liegt daran, dass ein großer Teil der Texte, zu denen verlinkt wird, Gesetzestexte unterschiedlicher Art sind. Termini bleiben unerklärt, auch wo nichtfachsprachliche Alternativen vorhanden wären, wird der fachsprachliche Ausdruck bevorzugt (*antropico* vs. *ad opera dell'uomo*). Die Syntax ist komplex; die Komplexität der Sachverhalte wird sprachlich nur selten reduziert. Bilder sind auf den Seiten zum Klimaschutz keine vorhanden. Passend zu den fachlichen Inhalten gibt es aber Grafiken und Tabellen, die die Inhalte veranschaulichen oder, teils in ebenso fachlicher Art und Weise, ergänzen.

2.4.2. Eignung des Kommunikationsstils

Die Frage, ob der Kommunikationsstil geeignet ist, die in Ziffern II und III.1 genannten Kommunikationsziele zu erreichen, also Vertrauen zu schaffen, die aktive Beteiligung der Bürger zu erwirken und die Gemeinschaft zu stärken, lässt sich bei den auf den Klimaschutz bezogenen Seiten des italienischen Umweltministeriums mit einem klaren Nein beantworten. Das ist umso misslicher, als der Bedarf an Kommunikation, wie sich in Ziffer III.2 gezeigt hat, in Italien vergleichsweise größer als in Deutschland ist. Sowohl wegen der unübersichtlichen Präsentation der Informationen als auch wegen des zu hohen Fachsprachlichkeitsgrads wird das Kriterium der Verständlichkeit nicht erfüllt, das einen der fünf Glaubwürdigkeitsfaktoren bildet.

Fachliche Kompetenz ist zwar gegeben, nutzt aber dann nichts, wenn sie an dem Adressaten vorbeiführt, der zudem mit Details überfrachtet wird, statt die Möglichkeit einer sukzessiven Vertiefung zu erhalten. Insofern wird auch keine Beziehung zwischen dem Umweltministerium und den Bürgern (Glaubwürdigkeitsfaktoren, Sympathie und Gemeinschaftszugehörigkeit) hergestellt. Nicht nur durch die Aufrechterhaltung der sozialen Distanz, sondern auch durch die mangelnde Involvierung aller Beteiligten, den fehlenden Appell an jeden Einzelnen und die Herausstellung der Bedeutung des Beitrags aller wird eine Gemeinschaft nicht hergestellt.

Völlig anders verhält es sich bei den auf den Klimaschutz bezogenen Seiten des deutschen Umweltministeriums. Verständlichkeit für die Bürger ist hier in großem Maße gewährleistet. Die gelieferten Informationen werden kompetent präsentiert und formuliert. Die Kompetenz ist nicht nur eine fachliche, sondern auch eine emotionale. Den Bürgern wird der Eindruck vermittelt, die Politik tue alles, um den Klimawandel aufzuhalten und einen erfolgreichen Klimaschutz zu gewährleisten. In ihrer europäischen und internationalen Vorreiterrolle tritt sie zugleich als Vorbild für die Bürger des eigenen Landes auf (indirekte Appellfunktion).

Gleichzeitig ist der Glaubwürdigkeitsfaktor der Gemeinschaftszugehörigkeit von größter Bedeutung. Die Bürger werden also nicht erst bei den mannigfaltigen Verbrauchertipps und den zahlreichen Kampagnen mit direkter Appellfunktion, sondern bereits auf der Themenseite vollumfänglich involviert und zur aktiven Beteiligung aufgefordert. Wie wichtig dem Ministerium die Bürger sind, zeigt sich letztlich auch bei den FAQs, bei denen Antworten auf circa 100 Fragen gegeben werden.

Zu dem Punkt der Objektivität ist anzumerken, dass eine argumentative Auseinandersetzung mit Gegenstimmen, die die in Politik und Medien vorherrschende Meinung in Frage stellen, weder auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums noch auf der des italienischen Umweltministeriums stattfindet. Zwar verwundert dies angesichts des in Politik und Medien vorherrschenden Diskurses vom menschengemachten Klimawandel nicht, jedoch wäre unter dem Gesichtspunkt von Glaubwürdigkeit und Vertrauen eine Auseinandersetzung durchaus angebracht.

V. Schlussbemerkung

Die Unterschiede in der Webkommunikation des deutschen und des italienischen Umweltministeriums zum Klimawandel und zu den Klimaschutzmaßnahmen könnten größer nicht sein:

- i. Der Bürgerorientierung der deutschen ministeriellen Webkommunikation steht die Staatszentrierung der italienischen ministeriellen Webkommunikation und ihre Äußerung in einer institutionellen Sprache gegenüber.
- ii. Werden auf der deutschen Webseite fast nur aktuelle Informationen geliefert, sind die auf der italienischen Webseite von wenigen Ausnahmen abgesehen veraltet.
- iii. Orientiert sich das deutsche Umweltministerium klar an den Kommunikationszielen des für alle EU-Staaten maßgeblichen europäischen Grünen Deals, werden solche Ziele seitens des italienischen Umweltministeriums gar nicht erst gesetzt.
- iv. Spielen auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums Sachinhalt, werbende Selbstdarstellung und Appell sowie der Dialog und die Interaktion zwischen Staat und Bürger eine wichtige Rolle, ist auf der des italienischen Umweltministeriums der Sachinhalt zentral.
- v. Werden die Informationen auf der deutschen Webseite übersichtlich präsentiert, sukzessive vertieft und durch Videos, Infografiken usw. erläutert, präsentieren sich die Informationen auf der italienischen Webseite in unübersichtlicher Form, in zu großer fachlicher Komplexität und ohne geeignete Erläuterung.

- vi. Dazu kommt, dass die Erschließung der Informationen auf der Webseite des deutschen Umweltministeriums wesentlich einfacher ist als auf der des italienischen Umweltministeriums.
- vii. Insgesamt widmet das deutsche Umweltministerium dem Klimaschutz und den Klimaschutzmaßnahmen einen wesentlich größeren Raum als das italienische und misst der Kommunikation damit die vom europäischen Grünen Deal geforderte wichtige Bedeutung bei.

VI. Literatur

- Baumgartner, Sabrina. 2010. *Die Regierungskommunikation der Schweizer Kantone. Regeln, Organisation, Akteure und Instrumente im Vergleich*. Wiesbaden: Springer VS. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. <https://www.bmu.de/>. Letzter Zugriff 25.8.2021.
- Czerwick, Edwin. 1998. Verwaltungskommunikation. In: Otfried Jarren / Ulrich Sarcinelli / Ulrich Saxer (Hrsg.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 489-495.
- Czerwick, Edwin. 2009. Das Verhältnis von öffentlicher Verwaltung und öffentlicher Meinung im demokratischen politischen System Deutschlands. In: Edwin Czerwick / Wolfgang H. Lorig / Erhard Treutner (Hrsg.), *Die öffentliche Verwaltung in der Demokratie der Bundesrepublik Deutschland*. Wiesbaden: Springer VS, 135-156.
- Delle Donne, Franco. 2019. *Regierungskommunikation und politische Unterstützung. Kommunikationsstrategien bei politischen Streitthemen*. Baden-Baden: Nomos.
- DIN EN ISO 9241-1. 1998. *Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten. Teil 11. Anforderungen an die Gebrauchstauglichkeit. Leitsätze*. <https://www.bibsonomy.org/bibtex/269f3808695166f0738524a2c8c61440d/joergh>. Letzter Zugriff 25.8.2021.
- Ehmke, Eva. 2019. *Kommunikation und Vertrauen in betrieblichen Krisensituationen. Eine linguistische Analyse am Beispiel der Bankenkrise*. Wiesbaden: Springer VS.
- Europäische Kommission. 2019. *Der europäische Grüne Deal. Mitteilung der Kommission*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?qid=1584216176187&uri=CELEX:52019DC0640>. Letzter Zugriff 25.8.2021.
- Europäische Kommission. 2020. *Attitudes of European Citizens towards the Environment. Special Eurobarometer 501. Report*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2257>. Letzter Zugriff 25.8.2021.
- Felder, Ekkehard / Friedemann Vogel (Hrsg.). 2017. *Handbuch Sprache im Recht*. Berlin: de Gruyter.
- Götz, Sören. 2020. Verkehrswende. An das Gewissen zu appellieren, hat einen deutlichen Effekt. Interview mit Matthias Sutter. In: *Die Zeit*, 15.2.2020. <https://www.zeit.de/mobilitaet/2020-02/verkehrswende-klimaschutz-emissionen-fliegen-bahnfahren-verkehrsmittel-matthias-sutter>. Letzter Zugriff 25.8.2021.

- Inglisa, Maria. 2008. *La rappresentazione dei cambiamenti climatici nei media italiani. Rapporto di ricerca. Analisi dei principali quotidiani nazionali e dei telegiornali di prima serata Rai e Mediaset*. Como: Ibis.
- ISO 9241-151. 2006. *Ergonomie der Mensch-System-Interaktion. Teil 151. Leitlinien zur Gestaltung von Benutzungsschnittstellen für das World Wide Web*. <https://www.beuth.de/de/norm/din-en-iso-9241-151/10562> 4190. Letzter Zugriff 25.8.2021.
- Kocks, Klaus. 2020. Verwaltungskommunikation. Perspektive der Politik- und Kommunikationsberatung. In: Klaus Kocks / Susanne Knorre / Jan Niklas Kocks (Hrsg.), *Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Herausforderungen und Chancen der Kommunikation öffentlicher Institutionen*. Wiesbaden: Springer VS, 185-199.
- Kocks, Klaus / Susanne Knorre / Jan N. Kocks (Hrsg.). 2020. *Öffentliche Verwaltung – Verwaltung in der Öffentlichkeit. Herausforderungen und Chancen der Kommunikation öffentlicher Institutionen*. Wiesbaden: Springer VS.
- Köhler, Miriam Melanie / Christian H. Schuster. 2006. Regierungs-PR im Feld der politischen Kommunikation. In: Miriam Melanie Köhler / Christian H. Schuster (Hrsg.), *Handbuch Regierungs-PR. Öffentlichkeitsarbeit von Bundesregierungen und deren Beratern*. Wiesbaden: Springer VS, 13-32.
- Luttermann, Karin. 2021. Klare Sprache für eine verständliche Kommunikation im Rechtsbereich. Ein handlungspragmatischer Ansatz. In: Karin Luttermann / Albert Busch (Hrsg.), *Sprache und Recht. Konstitutions- und Transferprozesse in nationaler und europäischer Dimension*. Berlin: Lit, 101-132.
- Luttermann, Karin / Jan Engberg. 2018. Vermittlung rechtlichen Wissens an Kinder und Jugendliche im Internet und in Broschüren. In: Jan Engberg / Karin Luttermann / Silvia Cacchiani / Chiara Preite (Hrsg.), *Popularization and Knowledge Mediation in the Law / Popularisierung und Wissensvermittlung im Recht*. Wien: Lit, 85-115.
- Lutz, Benedikt. 2017. Modelle für die verständliche Fachkommunikation. Das Spannungsfeld zwischen wissenschaftlichem Anspruch und praktischer Anwendbarkeit. *trans-kom* 10 (3), 284-314.
- Ministero della transizione ecologica. <https://www.mite.gov.it/>. Letzter Zugriff 25.8.2021.
- Niehr, Thomas / Jörg Kilian / Martin Wengeler (Hrsg.). 2017. *Handbuch Sprache und Politik*. Bremen: Hempen.
- Raupp, Juliana / Jan N. Kocks / Kim Murphy (Hrsg.). 2018. *Regierungskommunikation und staatliche Öffentlichkeitsarbeit. Implikationen des technologisch induzierten Medienwandels*. Wiesbaden: Springer VS.
- Reinmuth, Marcus. 2006. *Vertrauen schaffen durch glaubwürdige Unternehmenskommunikation. Von Geschäftsberichten und den Möglichkeiten und Grenzen einer angemessenen Sprache*. Dissertation, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf.
- Schulz von Thun, Friedemann. 1981. *Miteinander reden. Teil 1. Störungen und Klärungen. Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation*. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt.
- Terek, Jana. 2016. *Klimawandel im Diskurs. Multimodale Diskursanalyse crossmedialer Korpora*. Berlin: de Gruyter.

- Thielsch, Meinold T. / Rafael Jaron. 2012. Das Zusammenspiel von Website-Inhalten, Usability und Ästhetik. In: Harald Reiterer / Oliver Deussen (Hrsg.), *Mensch & Computer. 12. fachübergreifende Konferenz für interaktive und kooperative Medien*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 123-132.
- Williams, Kaylene C. / Spiro, Rosann L. 1985. Communication Style in the Salesperson-Customer Dyad. *Journal of Customer Research* 22 (4), 434-442.