



Hochschule für Technik
und Wirtschaft Berlin

University of Applied Sciences

GreenBoat

*Kick-Off Meeting
der Kooperationspartner
23.02.2024*

Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Nicole Cogiel & Carsten Totz



Agenda

- 1. Begrüßung & Ziele des heutigen Meetings**
- 2. Vorstellung & Check-In**
- 3. Hintergrund des Forschungsprojektes: Rückblick & Ergebnisse des Vorgänger-Projektes**
- 4. Projektziele**
- 5. Projektablauf**
- 6. Rolle & Einbindung der Kooperationspartner**
- 7. Nächste Schritte**
- 8. Offene Diskussion & Fragen**

1. Hej, Hoi und Hallo

Begrüßung & Ziele für heute

Ziele für heute

- ▶ *Offizieller Projektstart*
- ▶ *Gegenseitiges Kennenlernen und harmonisieren von Perspektiven*
- ▶ *Gemeinsames Verständnis vom Projektvorhaben, -zielen und -vorgehen*
- ▶ *Gemeinsames Verständnis vom Projekthintergrund und den Erkenntnissen aus dem Vorgängerprojekt*

2. Was sind Ihre Erwartungen an Ihre Rolle im Forschungsprojekt?

Vorstellung & Check-In

3. Hintergrund des Forschungsprojektes

Rückblick & Ergebnisse des Vorgänger-Projektes

**Warum wir
nicht tun,
was wir
wollen.**



**Warum wir
nicht tun,
was wir
wissen.**



Nudging: Definition



„Ein Nudge ist **jeder Aspekt der Entscheidungsarchitektur, der das Verhalten der Menschen auf vorhersehbare Weise verändert**, ohne

- 1) Optionen zu verbieten oder
- 2) wirtschaftliche Anreize wesentlich zu verändern.“

Quelle: Hansen, P. G. (2016). The Definition of Nudge and Libertarian Paternalism: Does the Hand Fit the Glove. European Journal of Risk Regulation, 7(1), 160 (155-174) – Übersetzung durch Präsentator:in.
Bild: <https://www.nytimes.com/2015/11/01/upshot/the-power-of-nudges-for-good-and-bad.html>

Nudging: Beispiele



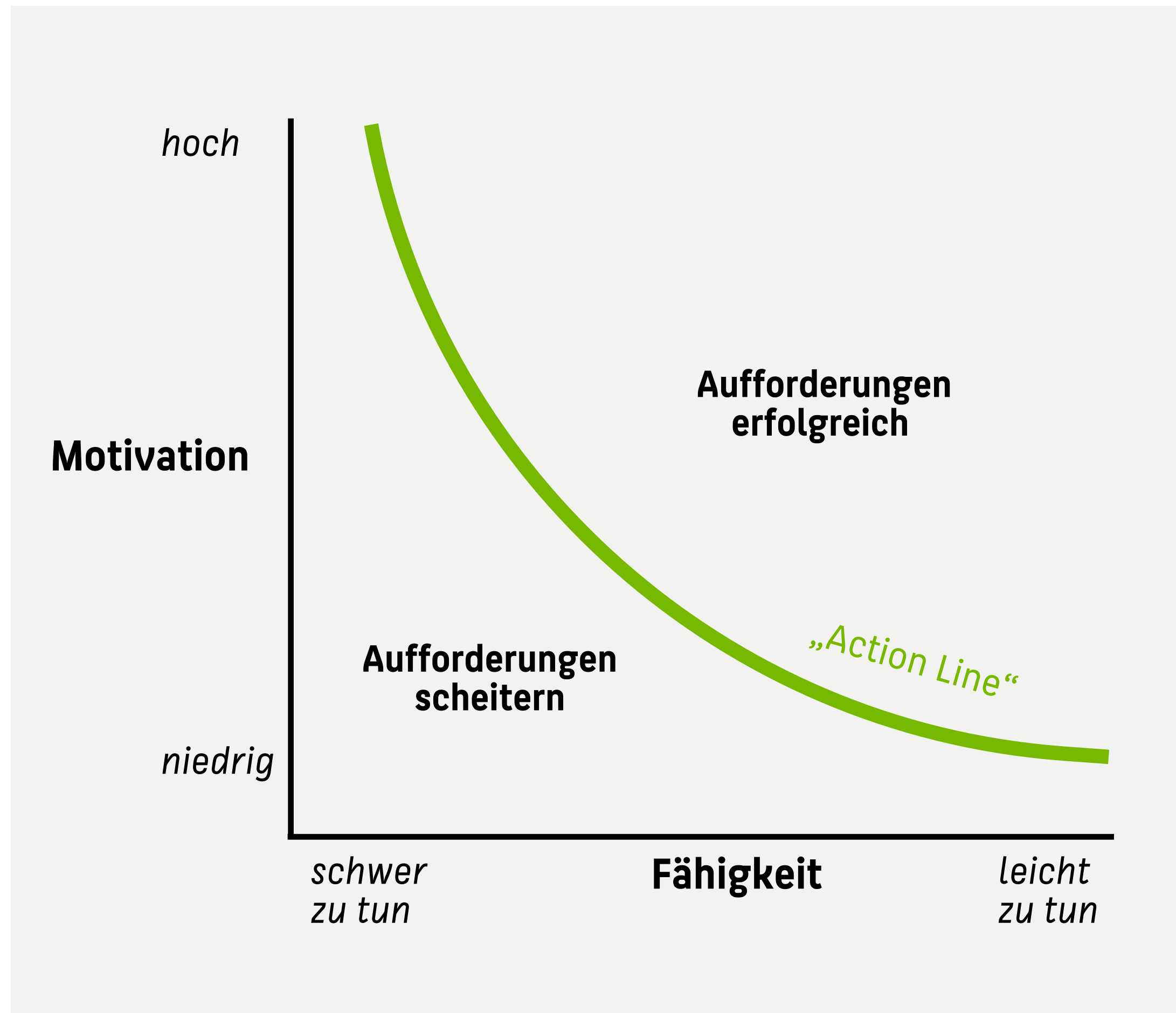
Tree Trunk - Tissue Roll Dispenser

While there is increased awareness about the importance of saving paper and its impact on conserving trees, the same, however, cannot be said about the usage of toilet tissues.

Going by our belief that 'conservation starts at home', we undertook an ambient media campaign starting off with washrooms within the DDB premises and thereafter, taking it to other divisions of the OHI Group. The tissue roll dispenser became a tree trunk, driving home the fact that every tissue wasted was a threat to the environment.



Fogg Behaviour Model



Ansatz der Erklärung, wie Nutzer:innen dazu gebracht werden können, ihr Verhalten zu ändern.

Theorie/Verständnis: **alle drei Faktoren „Motivation“, „Fähigkeit“ und Aufforderung“ müssen gleichzeitig erfüllt sein**, um eine Änderung des Nutzerverhaltens zu erreichen.

$$B = M A P$$

Behaviour

Motivation x Ability x Prompt

Nudging: Was hat das nun mit Besucherlenkung im Spreewald zu tun?

Quelle: <https://www.spreewaldcamping-schloss.de/boote>

Verhaltensänderung: Reibungsverluste

Das solltet Ihr im Biosphärenreservat beachten!

Pflückt keine Pflanzen und Blüten.

Bitte pflückt **keine** Wasserpflanzen oder Blüten, denn die Bienen brauchen auch noch Arbeit und die Paddler nach Euch möchten sich auch an der Farbvielfalt des Spreewalds erfreuen.

In der freien Natur nicht aussteigen.

In der freien Natur darf das Boot nur an den ausgewiesenen Plätzen verlassen werden wie z.B. Rastplätzen, Schleusen, Bootsrollen und Biwak- / Campingplätzen. Die Uferzonen der Spreewaldfließe sind "Wohnstuben" von Fischen, Wasservögeln & Wasserpflanzen. Bitte stört dort nicht und haltet ausreichend Abstand!

Das Baden während der Tour ist nicht gestattet.

Die Möglichkeit zum Baden in der Spree hat man in der Spreelagune in Löbben und an der Naturbadestelle in Steinkirchen. Im Oberspreewald (Löbberau / Lehde / Leipe) gibt es leider noch keine öffentlichen Badestellen. Außerhalb dieser Plätze ist das Baden leider **nicht** gestattet.

Das Grillen oder Entzünden von Feuer ist nur an den dafür vorgesehenen Orten erlaubt.

Da der Spreewald ein großes Biosphärenreservat ist, darf nur an den ausgewiesenen Plätzen gegrillt und Feuer gemacht werden unter Beachtung der aktuellen Waldbrandwarnstufe. Gern sagen wir Euch, wo Ihr grillen könnt.

Bitte bewegt Euch mit gedämpfter Lautstärke und einem ruhigen Paddelstil.

Mit einer gedämpften Lautstärke und einem ruhigen Paddelstil könnt Ihr die Geräusche der Tierwelt im Biosphärenreservat intensiv erleben. Die Natur wird es Euch mit der Möglichkeit für ein Fotomotiv danken.

Auf die Wassertiefe achten!

Die Gewässersohle der Spreewaldfließe ist ein sensibler Lebensraum für viele Wasserpflanzen und Tiere wie z.B. Muscheln. Diese fungieren als natürlicher Filter und haben somit ausschlaggebenden Einfluss auf die Wasserqualität der Fließe. Durch einen flachen Paddelstil vermeidet Ihr Grundberührung und tragt zur Erhaltung der Wasserqualität im Spreewald bei.

Nicht unnötig Schleusen benutzen!

Die natürliche Abflussmenge reicht im Sommer nicht mehr für die vielen Spreewaldfließe. Nutzt bitte an den Schleusen die Bootsrollen, denn jeder Schleusengang erhöht die Abflussmenge und das Wasser ist die Grundlage vieler Pflanzen und Tiere im Spreewald.

Gesperrte Fließe dürfen nicht befahren werden.

Einige Fließe führen durch besonders empfindliche Lebensräume und sind deshalb gesperrt, denn auch die Tiere brauchen ihren Rückzugsraum.

Müll gehört in den Mülleimer

Bitte lasst **keinen** Müll zurück und hinterlasst die Rastplätze bzw. Biwakplätze genauso ordentlich wie Ihr sie vorgefunden habt. Die Paddler nach Euch wissen das zu schätzen.

Bis spätestens 19.00 Uhr sollte die Tagestour beendet sein!

Als Kanute solltet Ihr die Touren so planen, dass Ihr gegen 19.00 Uhr Eure Tagesetappe beendet und mit Eurem Boot am Land seid. Die Tierwelt und Pflanzenwelt brauchen auch ihre Ruhe und Zeit zur Erholung. Von Eurem Zeit aus könnt Ihr eine Vielzahl von nachtaktiven Tieren beobachten wie z.B. Abendsegler, Eulen oder Fledermäuse.

Wildcamping ist strengstens verboten!

Der Spreewald ist ein großes Biosphärenreservat. Auf Campingplätzen & Biwakplätzen übernachtet. In der Sommersaison wird dies durch die Wasserstände eingeschränkt.

Wir danken Euch für Eure Unterstützung, wenn Ihr diese Punkte beachtet. Die Regeln der Natur bestehen weiter, wenn man sie beachtet.



Die Goldenen Paddelregeln - Verhaltensregeln für Wasserwanderer

Damit das Paddeln oder Kanufahren im Biosphärenreservat Spreewald ein gleichermaßen erholsames wie naturschonendes Vergnügen ist, gilt es, einige Regeln zu beachten:

1. Verlassen Sie Ihr Boot nur an den Wasserwanderrastplätzen, Schleusen oder den befestigten Ausstiegen. Die Uferzonen der Fließe und Seen mit Schilfgürteln und Wasserpflanzen sind "Wohnstuben" von Fischen und Wasservögeln. Bitte stören Sie dort nicht.
2. Der Spreewald braucht seine Nachtruhe. Gehen Sie rechtzeitig "an Land", damit nachtaktive Tiere nicht gestört werden. Das Paddeln ist nur bis eine Stunde nach Sonnenuntergang gestattet. Danach ist die Stunde der Abendsegler und Eulen. Sie können ihnen vor ihrem Zelt zuschauen.
3. Genießen Sie die Stille auf den Fließeln - so haben Sie die Chance, Tiere zu beobachten.
4. Einige Fließe führen durch besonders empfindliche Lebensräume und sind deshalb gesperrt.
5. Übrigens, unsere Libellen sind sehr kontaktfreudig. Wer hier ruhig verweilt, den wählen sie sich als Landeplatz. Ein ungefährliches und unvergessliches Erlebnis.
6. Auf die Wassertiefe sollten Sie achten und flache Fließe meiden. Die Gewässersohle ist u. a. Lebensraum für Muscheln. Diese sind natürliche Filter für die Fließe, denen der Kontakt mit ihrem Boot gar nicht bekommt.
7. Bei Wassermangel kann selbst die Fahrt auf sonst gut passierbaren Fließeln eingeschränkt sein. Nutzen Sie dann die Spree, die genug Tiefe bietet.
8. Deshalb noch eine Bitte: Der Spreewald geht durch trockene Zeiten. Die natürliche Abflussmenge reicht im Sommer nicht mehr für die vielen Fließe. Nutzen Sie an den Schleusen die Bootsschleppen und Rollen, denn jeder Schleusengang erhöht den Abfluss.
9. Gewähren Sie Kähnen stets die Vorfahrt. Führt Ihre Tour nach Lehde, berücksichtigen Sie bitte das zeitweilige Durchfahrtsverbot für Paddelboote.
10. Gefährlich werden kann es bei starkem Wind auf den Seen im Unterspreewald. Fahren Sie dort sicherheitshalber in Ufernähe.
11. Das Übernachten oder Zelten sowie das Einsetzen der Boote ist nur auf den ausgewiesenen Plätzen erlaubt. Ebenso das Grillen oder das Entzünden eines Feuers.

Herzlichen Dank für Ihre Mithilfe beim Schützen und Bewahren der sensiblen Natur!

Vorgehen im Projekt: quantitative & qualitative Bausteine

Immerse

Erleben, was die Paddler:innen erleben

Observe

Die Paddler:innen und ihr Verhalten im Spreewald beobachten

Engage (n=75)

Mit den Paddler:innen interagieren und sie interviewen

Onlinebefragung (n=198)

48 Fragen rund um das Paddelerlebnis im Spreewald

Chatbot Prototyp

User-Testing (n=9)

Im Rahmen des Berlin Travel Festivals, November 2022

Vorgehen im Projekt: quantitative & qualitative Bausteine



Quantitativ: Online Befragung
WAS



Qualitativ: Feldforschung, Befragung
WARUM

Erkenntnisse f Problemraum

aus der Exploration/Feldforschung, Online-Befragung und User-Tests (Chatbot)

Erkenntnisse

HTW Onlinebefragung „Paddelerlebnis im Spreewald“ (2022)

01

Low Involvement & kurzfristige Planung

- Die Planung des Paddelerlebnisses im Spreewald erfolgt mit einem sehr kurzen Vorlauf.
- Knapp 40% der Onlinebefragten gaben an, dass sie „ohne großen Plan“ lospaddeln. 28% paddeln sogar „direkt los“.
- Die größte Besuchsmotivation ist draußen in der Natur zu sein (95%) und gemeinsam eine schöne Zeit zu verbringen (93%).
- Das Paddelerlebnis im Spreewald wird eher als “Event“, weniger als Abenteuer- oder Wildniserlebnis wahrgenommen, oder als sportliche Aktivität gesehen.

Erkenntnisse

HTW Onlinebefragung „Paddelerlebnis im Spreewald“ (2022),
Ethnographische Feldforschung + Chatbot User Test

02

UNESCO Biosphärenreservat wird nicht richtig verstanden

- Das UNESCO Biosphärenreservat wird nicht als Hauptbesuchsmotiv für den Spreewald genannt (Rankingposition 6/8).
- Der Begriff des UNESCO Biosphärenreservats wird nicht zwangs-läufig mit einem Naturschutzraum in Verbindung gebracht.
- Das UNESCO Biosphärenreservates wird nur bedingt als sensibler und schützenswerter Naturraum – in dem von Paddler*innen bestimmte Regeln zu beachten sind – wahrgenommen.
- 70% der Onlinebefragten gaben zudem an, sich „bei weiten zu wenig“ oder „zu wenig“ beim Paddeln im Spreewald über das UNESCO Biosphärenreservat informiert zu fühlen.

Erkenntnisse

HTW Onlinebefragung „Paddelerlebnis im Spreewald“ (2022),
Ethnographische Feldforschung

03

Überoptimismus beim Paddeln im Spreewald

- Ein Großteil der Teilnehmer:innen der Onlinebefragung (84%) gaben an, sich sicher im Umgang mit den Paddelregeln zu fühlen.
- Jedoch gaben bei einer anderen Frage 40% an, sich nicht ausreichend über naturverträgliches Verhalten beim Paddeln im Spreewald informiert zu fühlen.
- Im Rahmen der Feldforschung wurde festgestellt, dass Paddler*innen auf durch Kähne stark frequentierten Fließe stressbedingt in Schilfgürtel paddeln.
- Auch konnte beobachtet werden, dass Verkehrsregeln und Sperrungen nicht immer beachtet werden.

Erkenntnisse

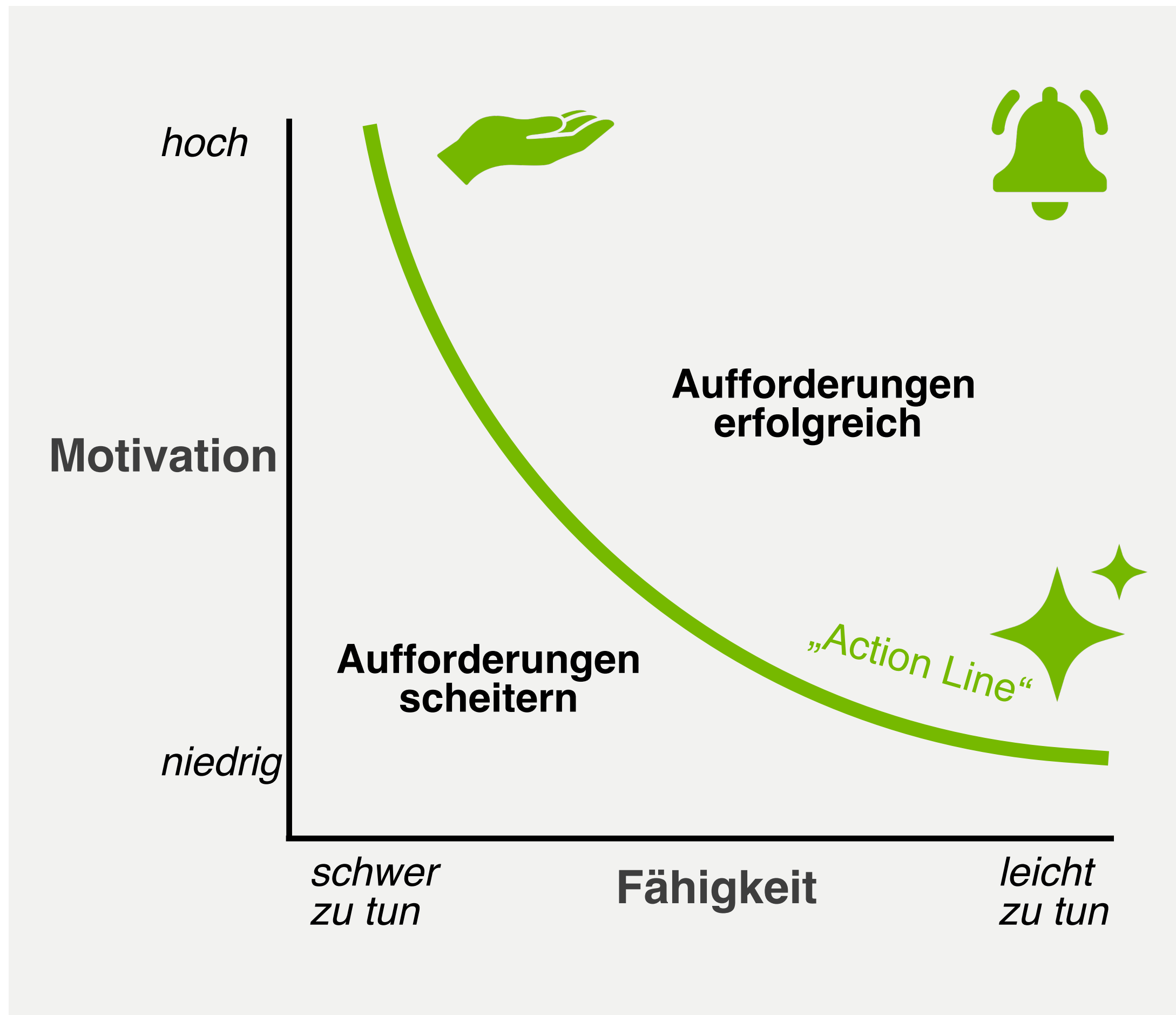
HTW Onlinebefragung „Paddelerlebnis im Spreewald“ (2022)

04

Der Moment der ganz konkreten Routenplanung ist für die Kommunikation entscheidend

- Der Moment der ganz konkreten Routenplanung ist für die Kommunikation von Informationen zu einem naturverträglichen Paddelverhalten entscheidend.
- Dafür steht allerdings nur ein recht enges Zeitfenster zur Verfügung, weil die meisten Umfrageteilnehmenden (79%) max. eine Woche vor der geplanten Paddeltour nach Tourenvorschlägen suchen.

Fogg Behaviour Model: 3 Aufforderungs-Typen



 **„Facilitator“**
hohe Motivation,
geringe Fähigkeit

 **„Signal“**
hohe Motivation,
hohe Fähigkeit

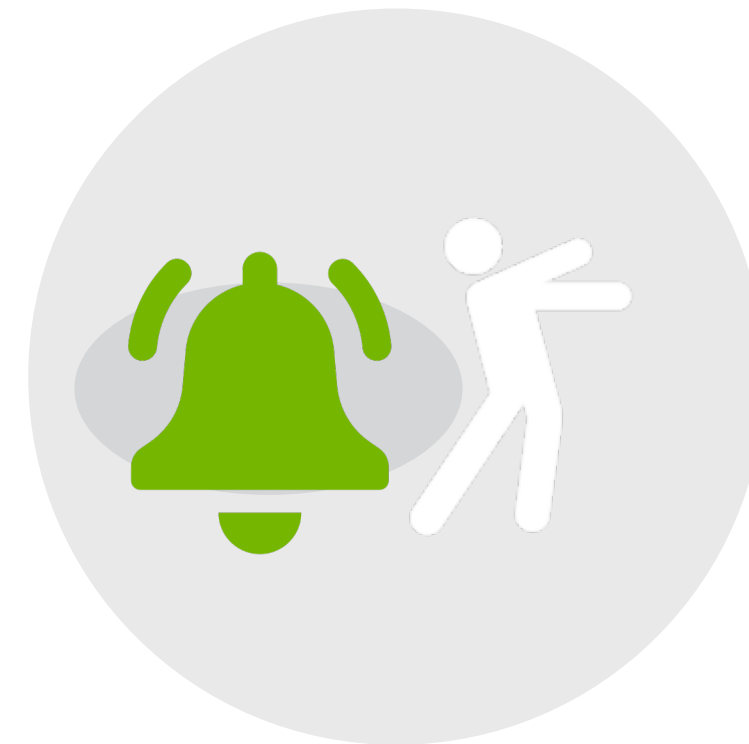
 **„Spark“**
niedrige Motivation,
hohe Fähigkeit

Zuordnung von Nudges zu den Aufforderungs-Typen des Fogg Behaviour Model



„Facilitators“: vereinfachen das gewollte Verhalten

Nudges, die den kognitiven und/oder physischen Aufwand für das gewollte Verhalten reduzieren



„Signals“: erinnern an das gewollte Verhalten

Nudges, die auf das gewünschte Verhalten hindeuten, darauf aufmerksam machen und daran erinnern



„Sparks“: erhöhen die Motivation, sich wie gewollt zu verhalten

Nudges, die in Kontexten, wo Nutzer*innen zwar die entsprechenden Handlungsfähigkeiten besitzen, jedoch die Motivation für das gewollte Verhalten niedrig ist

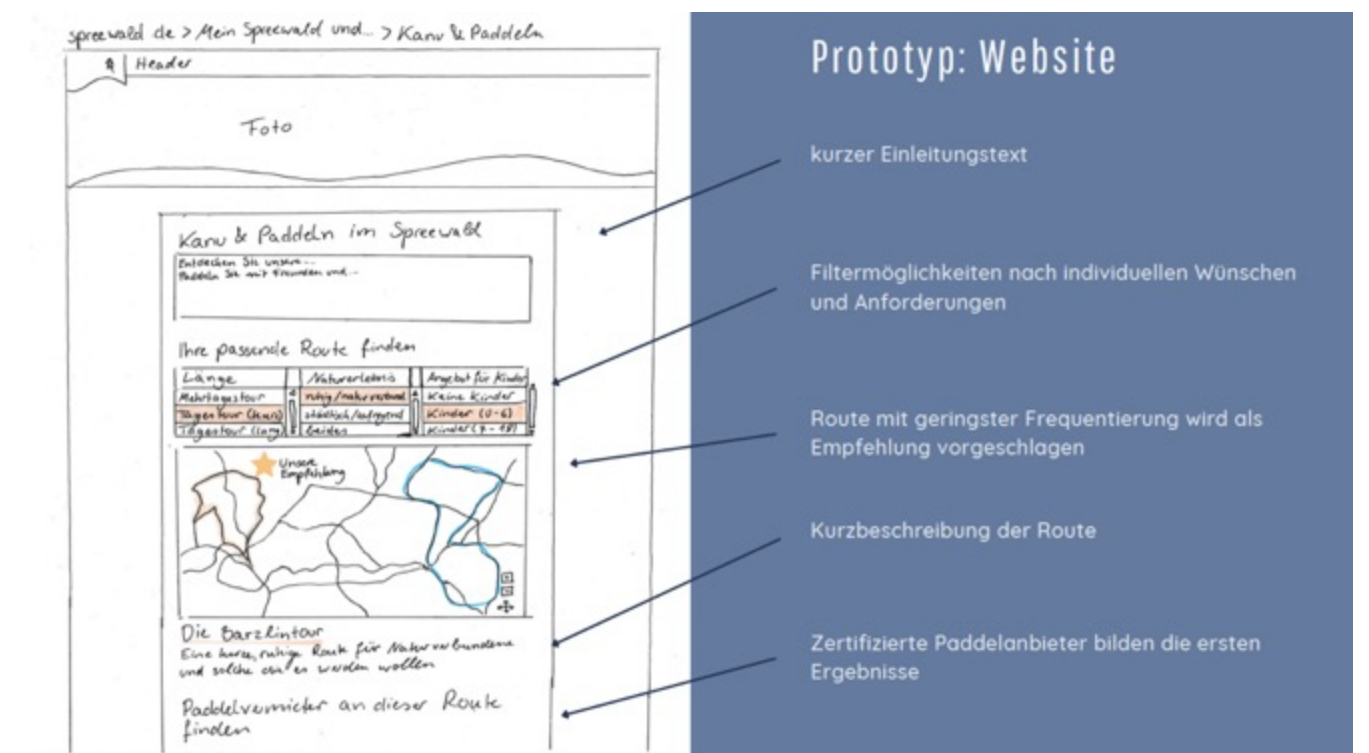
Lösungsraum: Übersicht der Nudges



„Facilitators“: vereinfachen das gewollte Verhalten

- Veränderte Sortierung der Routenvorschläge mit der aktuell weniger frequentierten Routen an oberster Stelle
- Optimierte Paddelregeln
- Entwicklung von FAQs zum Paddeln im Spreewald
- Entwicklung eines Erklärvideos zu den Paddelregeln

Abbildungen: Projektergebnisse, Mock-Ups



Verhaltensregeln

- 1. Leise Reise**
Vermeide Lärm.
- 2. Alter vor Schönheit**
Kähne haben immer Vorfahrt.
- 3. Ab aus der Hecke**
Halte Abstand zum Ufer und versuch, den Grund der Fließe nicht zu berühren
- 4. Mach' nicht so ne Welle**
Vermeide starken Wellenschlag.
- 5. Was du heute kannst entsorgen...**
Abfall nicht in die Natur schmeißen. Entsorge ihn bitte ordnungsgemäß.
- 6. Mach's da, wo's erlaubt ist**
Boot nur an befestigten Ein- und Ausstiegsstellen verlassen und aus dem Wasser ziehen.
- 7. Deine Flamme muss draußen bleiben**
Grillen nur an dafür vorgesehenen Stellen. Nicht im Boot!

Lösungsraum: Übersicht der Nudges

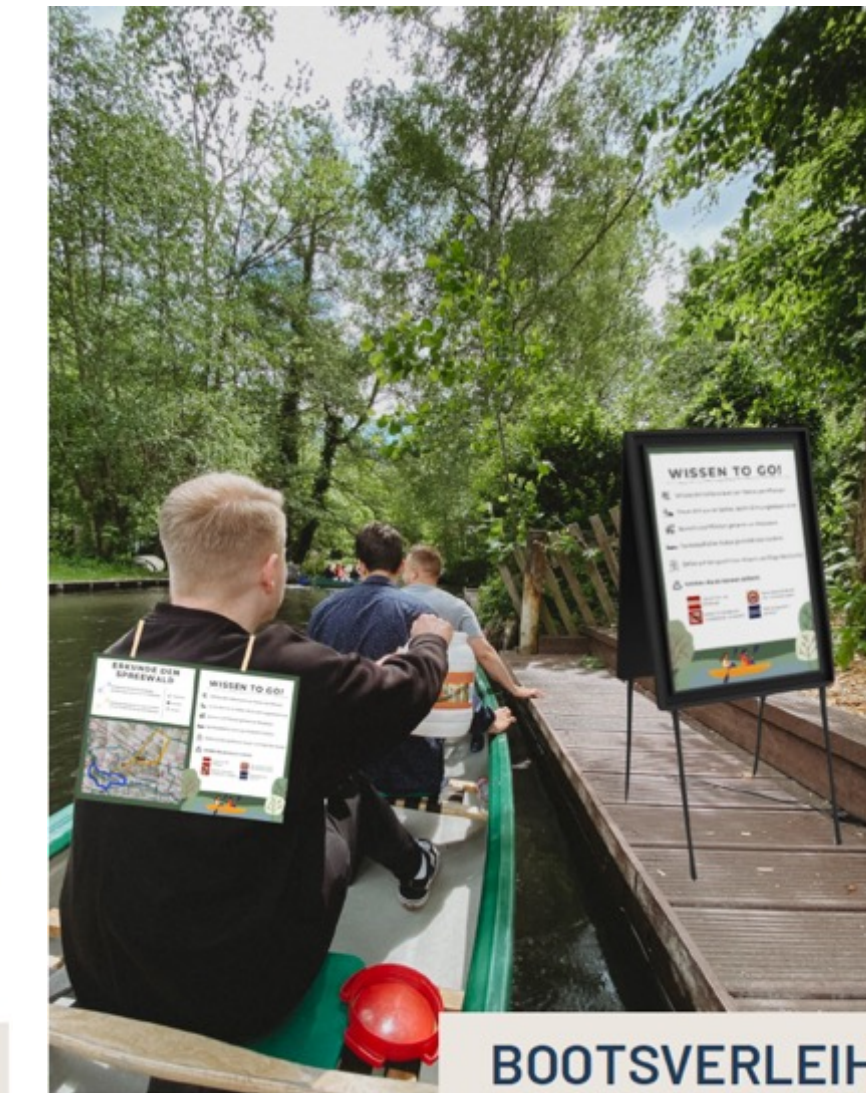


„Signals“: erinnern an das gewollte Verhalten

- Schleusen(wände) als Informations-Punkte gestalten
- Reservierungs-/Buchungsbestätigungen: Textmodule, Links auf FAQ-Seite und/oder Erklärvideo
- Streumaterialien für Gastronomie, TIs & Co. die Paddelregeln unterhaltsam kommunizieren
- Sticker mit den Verhaltenstipps für die Sitzrückseite oder Seitenwände der Paddelboote



HINWEISE



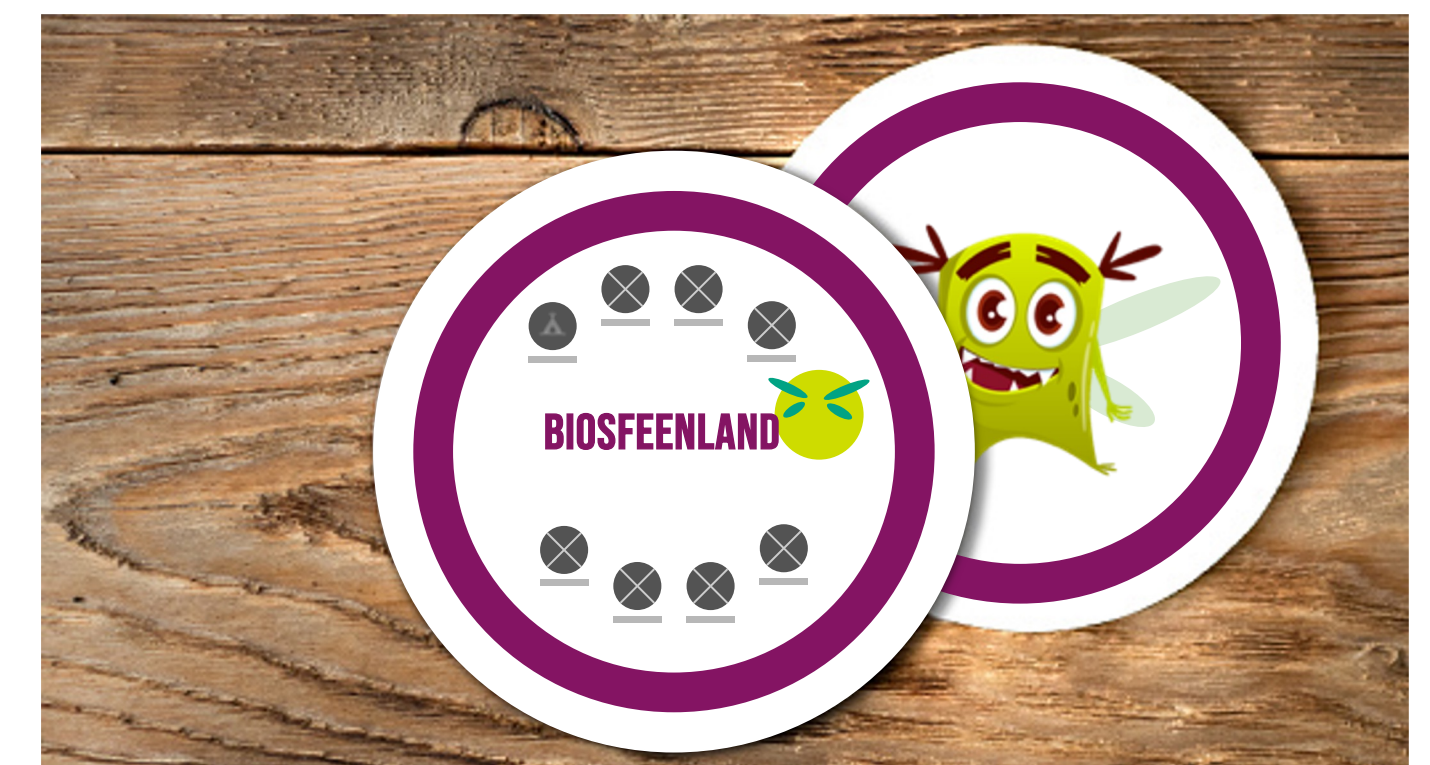
BOOTSVERLEIH



UNSER SPREEWALD

Informationen
Ich kam ursprünglich im gesamten europäischen Raum vor. Aufgrund von Wasserverschmutzung, gibt es jedoch deutlich weniger von uns. Brandenburg hat daher eine besondere Verantwortung für meine Artgenossen und mich.

- So kannst du Rücksicht auf uns nehmen:
- ▶ Orientiere Dich an den vorgegebenen Wasserwegen.
 - ▶ Verlasse das Boot nur an den ausgewiesenen Halteplätzen.
 - ▶ Entsorge Deinen Müll ordnungsgerecht.
 - ▶ Steuere nicht zu nah an die seitlichen Ufer.
 - ▶ Pssst — Der Spreewald braucht seine Nachtruhe. Gehe rechtzeitig an Land.



Abbildungen: Projektergebnisse, Mock-Ups

Lösungsraum: Übersicht der Nudges



„Sparks“: erhöhen die Motivation sich wie gewollt zu verhalten

- Kuratierte Paddelrouten: auf komoot und/oder outdooractive, für die Webseiten der Bootsvermietungen und Unterkunftsanbieter – „Geheimtipps“, die neugierig machen
- Quizz zum „Mini-Paddelführerschein“ für den Spreewald (z.B. für Kinder), vgl. Spreewaldabzeichen
- „Chatbot Marten“ (automatisierte Gästekommunikation)

Erlebnisrouten



DER CORNICHON
Schwierigkeitsgrad: leicht
Länge: 3,6 km
Dauer: 1 h
Kurzbeschreibung: kleine Lehde-Tour
Die kleine, aber feine Tour von Lübbenau nach Lehde für Anfänger und Kurzentschlossene.



DER GURKENKNACKER
Schwierigkeitsgrad: schwer
Länge: 23 km
Dauer: 6,5 h
Kurzbeschreibung: Lübbenauer Hochwaldtour
Knackige, ambitioniert sportliche Route in den Hochwald durch das Inseldorf Leipe. Der Hochwald ist als geschlossenes Waldgebiet fast nur durch Fließe und Kanäle erreichbar.

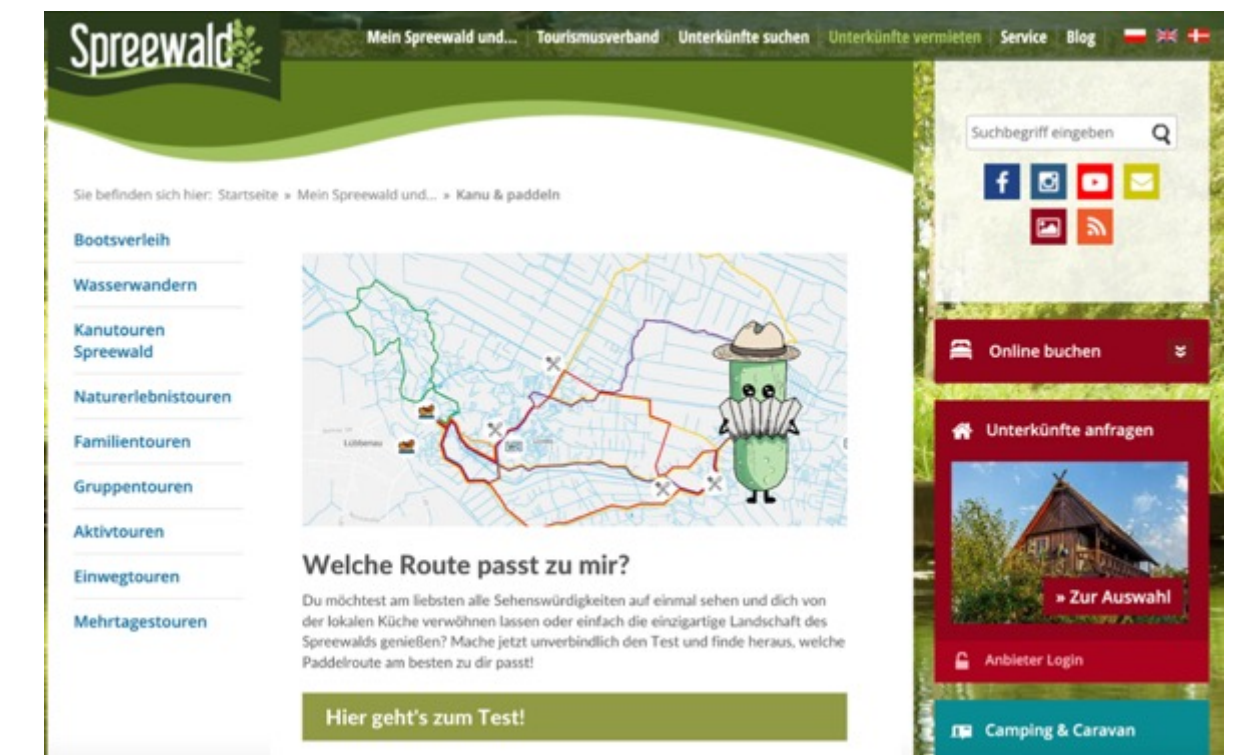


DIE SCHLEMMERGURKE
Schwierigkeitsgrad: mittel
Länge: 18 km
Dauer: 5 h
Kurzbeschreibung: große Leipe-Tour
Vielseitige Genießer Tour von Lübbenau und seiner traditionell, kulinarischen Gaststätten-Kultur nach Leipe vorbei an typischen Spreewälder-Lokalen am Wasser.

Test: Welche Paddelroute passt zu mir?

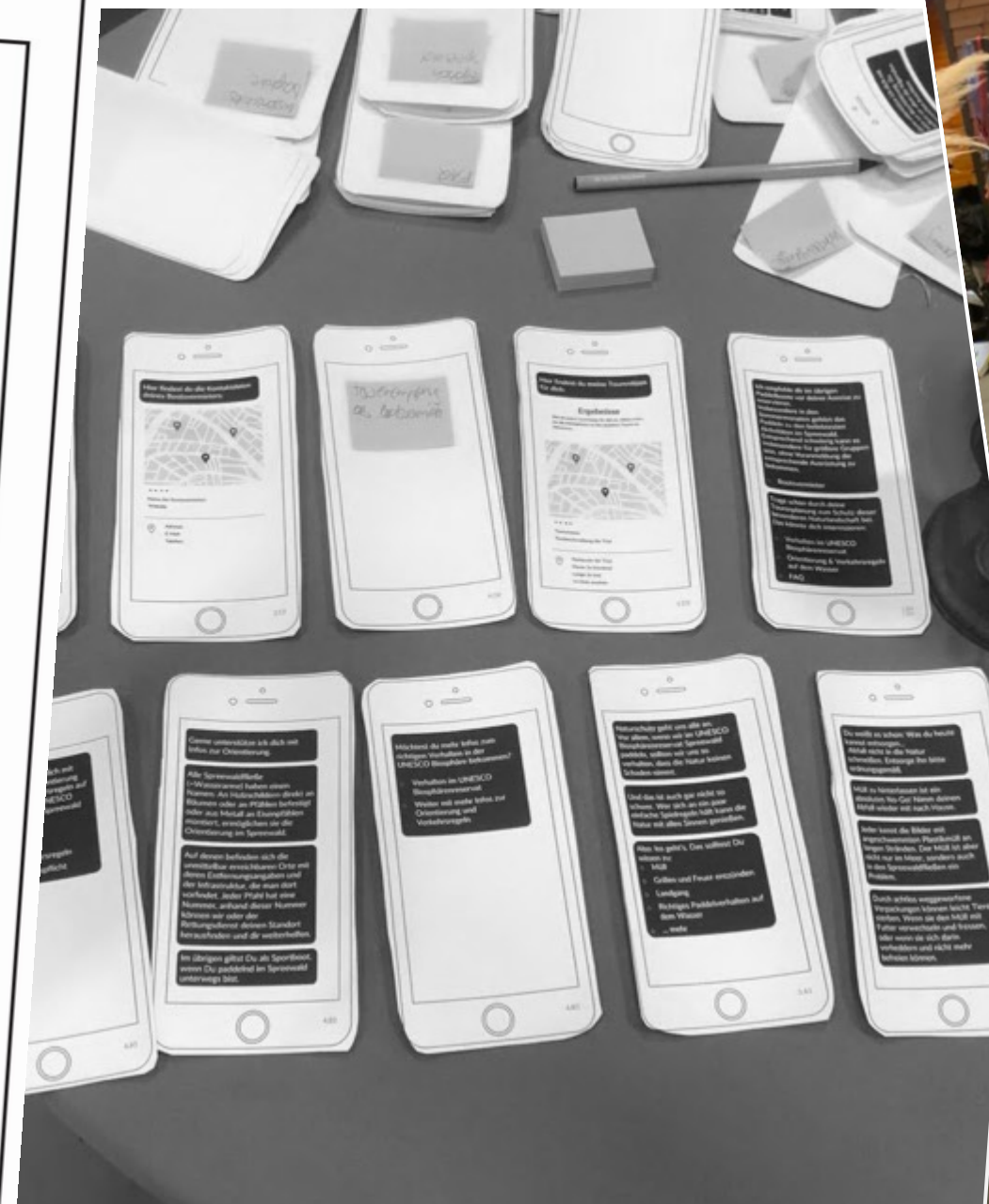
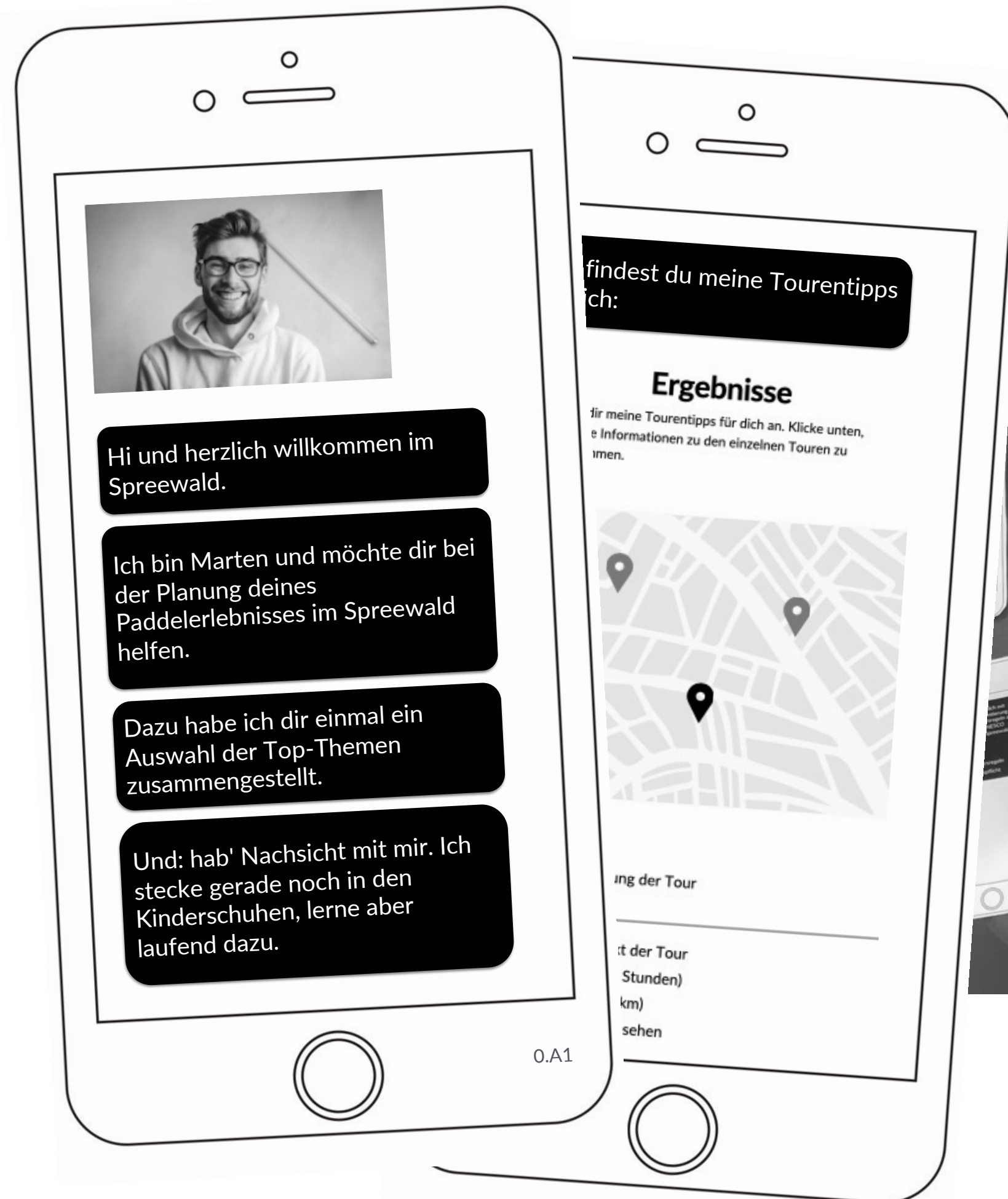
- 4 Fragen (1-2 Minuten Beantwortungszeit)
- Paddler:innen können vorab bereits Route planen: Entlastung der Infrastruktur vor Ort.
- Stärkere Identifikation mit Spreewald durch längere Beschäftigung im Vorhinein

<p>Mit wem fährst du in den Spreewald?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Familie mit kleinen Kindern <input type="radio"/> Familie mit großen Kindern <input type="radio"/> Ein dynamisches Team <input type="radio"/> Ein gemütlicher Trupp <input type="radio"/> Ich paddele solo 	<p>Warum möchtest du den Spreewald besuchen?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Natur und Entspannung <input type="radio"/> Sport und Natur <input type="radio"/> Abenteuer und Spaß <input type="radio"/> Entertainment und Genuss
<p>Wie oft gehst du paddeln?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ich paddele jedes Wochenende! <input type="radio"/> Ich hatte schonmal ein Paddel in der Hand. <input type="radio"/> Eigentlich würde ich lieber paddeln lassen. 	<p>Was möchtest du an dem Tag erleben?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Ich möchte Kilometer machen! <input type="radio"/> Ich möchte mich verwöhnen lassen. <input type="radio"/> Ich möchte viele Sehenswürdigkeiten besuchen. <input type="radio"/> Ich möchte die Natur genießen <input type="radio"/> Es soll für jeden was dabei sein.



Abbildungen: Projektergebnisse, Mock-Ups

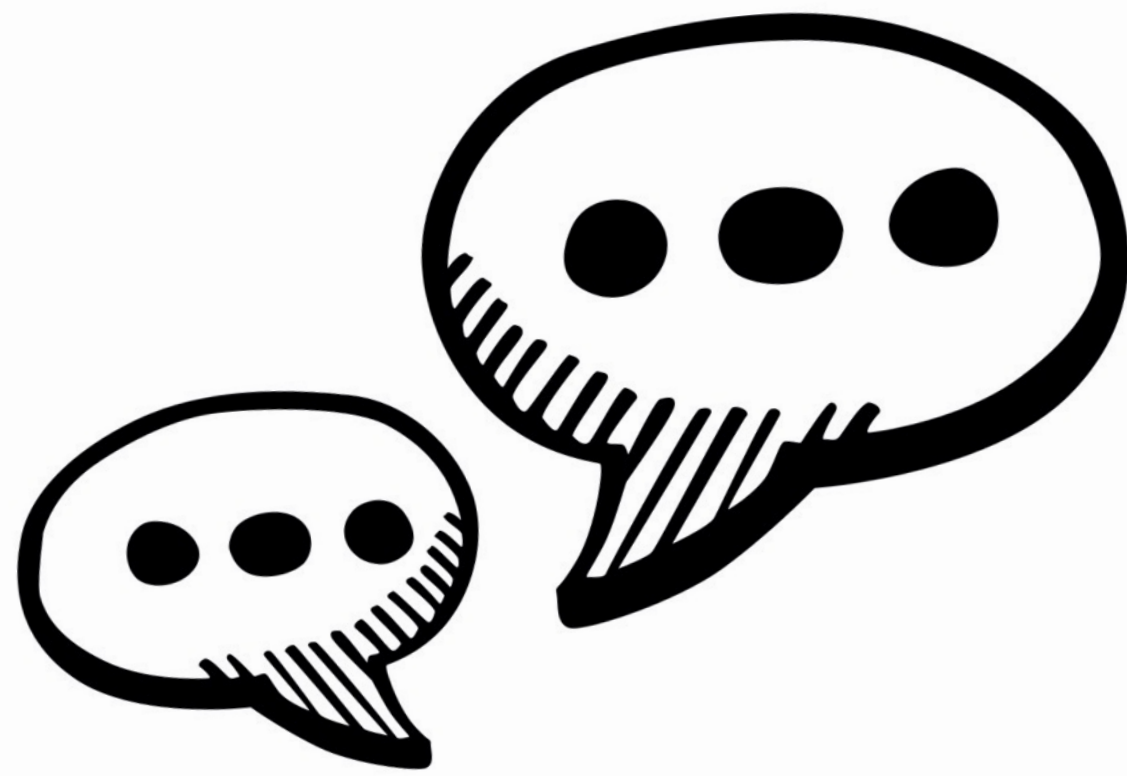
Lösungsraum: Chatbot Marten als prototypischer Nudge-Ansatz



Abbildungen: Projektergebnisse, Mock-Ups

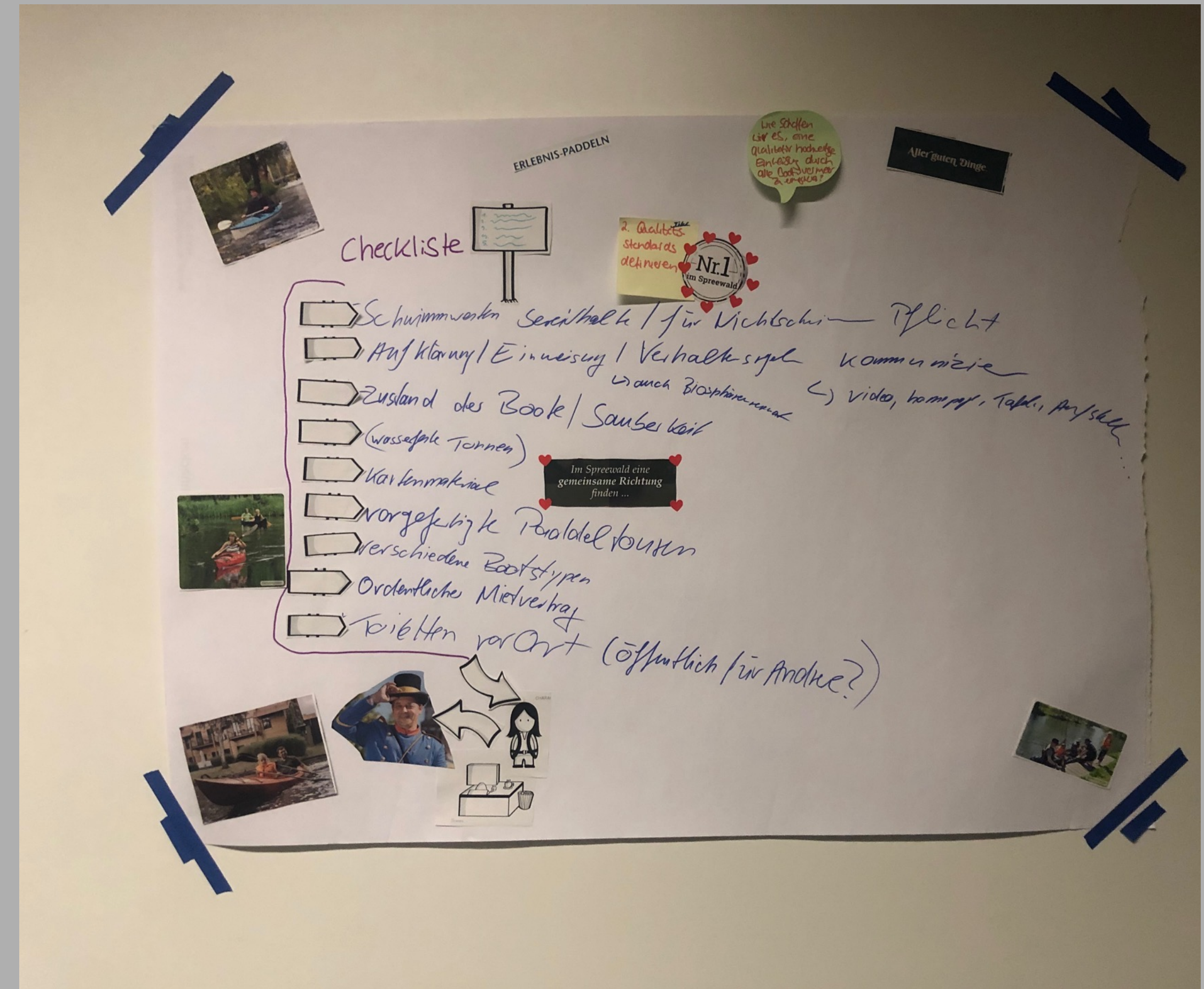
Ideensprint mit Bootsvermietungen am 27.02.2023

Zentrale Fragestellung



Wie können wir die Verhaltensregeln in dem kurzen Zeitfenster effizient und effektiv kommunizieren, ohne dass Prozesse dadurch aufwändiger werden?

Ideensprint mit Bootsvermietungen am 27.02.2023



Erkenntnisse

Interpretation Forschungsergebnisse

01

„Jobs-to-be-done“ prägen die Visitor Journey

- Entscheidungskontexte haben für das menschlichen Verhalten eine große Bedeutung. Um Besucher:innen erfolgreich lenken zu können, müssen wir den jeweils situativen Entscheidungskontext und die empfundenen „Jobs-to-be-done“ kennen.
- Diese Affordanzen, die Situationen und Strukturen bieten und zum entsprechend gewollten Handeln auffordern, sind die Grundlage für eine erfolgreiche und bewusste Gestaltung von Nudges.

Erkenntnisse

Interpretation Forschungsergebnisse

02

Ohne die richtige Form bleiben Nudges ohne Funktion

- Mit Blick auf die Visitor Journey muss zuerst einmal verstanden werden, wann und an welchen Kontaktpunkten, von wem und in welcher Tiefe informiert werden soll.
- Der jeweilige soziale Kontext, das Medien- und Konsumverhalten prägt die Erwartungen von Besucher*innen. Diesen muss die inhaltliche und visuelle „Sprache“ der Nudges gerecht werden, andernfalls lassen sich Besucher:innen nicht „anstupsen“.

Erkenntnisse

Interpretation Forschungsergebnisse

03

Es braucht Besucherbegleitungs- Komplizenschaften

- Eine DMO wird nicht an allen relevanten Kontaktpunkten der Visitor Journey nudgen können. Erfolgreiche Besucherbegleitung ist ein kollaborativer Prozess.
- Ohne das Mitwirken der touristischen Leistungsträger – als Betreiber zentraler Kontaktpunkte, als Multiplikatoren der Besucherbegleitung – wird eine Besucherleitung nicht erfolgreich sein.

Besucherleitung funktioniert
erfolgreich nur als
Besucherbegleitung.

4. Was wir gemeinsam erreichen wollen

Projektziele

Projektziele

- ▶ *Gemeinschaftliche, co-kreative Prüfung, Konkretisierung & (Weiter)Entwicklung der konzeptionellen Nudge-Ansätze (Basis: Erkenntnisse des Design Sprints)*
- ▶ *Prototypische Umsetzung der Nudges*
- ▶ *Testung der Nudges an relevanten Kontaktpunkten während der Paddelsaison 2024*
- ▶ *Bewertung der Effizienz und Effektivität der Nudges im realen Kontext*
- ▶ *Befähigung relevanter Kontaktpunktinhaber zur Nutzung der entwickelten Nudges ohne signifikantes eigenes Investment*
- ▶ *Entwicklung von vorlagenartigen Kommunikationsbausteinen*
- ▶ *Bereitstellung der validierten Nudges als „Kommunikationsbausteine“ für Leistungsträger, Multiplikatoren und Inhabern von Kontaktpunkten*

5. Wann was gemacht wird

Projekttablauf

Arbeitspakete & Projektverlauf | Plan

Tätigkeit	09.23	10.23	11.23	12.23	01.24	02.24	03.24	04.24	05.24	06.24	07.24	08.24	09.24	10.24	
E1 Projektplanung															Reflexion und Justierung der Projektziele sowie des geplanten Projektablaufs; Feinplanung Projektablauf
W1 Kick-Off Workshop															Kennenlernen der Projektpartner; Kick-Off Meeting mit Kooperationspartner, Erfassung der Anforderungen der Leistungsträger
E2 Nudge-(Weiter) Entwicklung															Weiter- und Neuentwicklung von Nudge-Ideen für verschiedene Phasen der Visitor Journey; ggf. erste prototypische Umsetzungen ausgewählter Nudges
W2 Create Workshop															Vorstellung der im Verbundprojekt sowie unter E2 entwickelten Nudges und Nudge-Prototypen; Diskussion und co-kreative Weiterentwicklung von Nudges
M1 Arbeitsgruppen-Meeting #1															Abstimmungstreffen; Diskussion des Projektfortschritts; Diskussion möglicher Anpassungen; im Anschluss an W2 „Create Workshop“
E3 Testvorbereitung															Entwicklung von Test-Szenarien; Weiterentwicklung/Umsetzung von Nudge-Prototypen; Implementierung von Nudge-Prototypen an realen Kontaktpunkten in Paddelsaison 2024
E4 Start Entwicklung „Playbook“															Beginn der Entwicklung eines „Playbooks“ zur späteren Bereitstellung von Handlungsempfehlungen zum Einsatz von Nudges, Erläuterungen und digitalen, offenen Vorlagen
M2 Arbeitsgruppen-Meeting #2															„Desaster-Check“; Präsentation und Diskussion des Konzeptes für Tests und Interventionen; Diskussion möglicher Anpassungen
E5 Test & Iteration Nudges															Test von Nudge-Prototypen an realen Kontaktpunkten in Paddelsaison 2024; je nach Prototyp und Test-Szenario qualitative und/oder quantitative Tests; Bewertung der Wirksamkeit der getesteten Nudges; Bewertung der textlichen und visuellen Gestaltung von Nudges; Anpassung und Verbesserung der Nudges; Ableitung von Gestaltungsalternativen
E6 Vorbereitung OpenLab															Entwicklung von Präsentations-/Interaktionsformaten; Bekanntmachung, Bewerbung; Einladung von Teilnehmer*innen
E7 Befüllung „Playbook“															Ausarbeitung von als gesichert angesehenen Nudges und Befüllung des „Playbooks“ damit (digitalen, offenen Vorlagen); Überführung von Ergebnissen des Übergabe- Workshops in konkrete Handlungsempfehlungen mit Erläuterungen der Nudges und Praxistipps in „Playbook-Inhalte“
M3 Arbeitsgruppen-Meeting #3															Abstimmungstreffen; Diskussion des Projektfortschritts; Diskussion möglicher Anpassungen
W3 Übergabe Workshop															Vorstellung der Ergebnisse der Prototypen-Tests; Entwicklung eines gemeinsamen Vorgehens-/Maßnahmenplans (Roadmap) zur finalen Ausarbeitung und Implementierung der Lösungen
W4 OpenLab															Vorstellung der Projektergebnisse gegenüber interessierter Öffentlichkeit; gemeinsamer Austausch; Identifikation von Anknüpfungspunkten
W5 Projektabschluss Workshop															Abschließender Workshop im Sinne eines Reviews der Projektergebnisse und -erkenntnisse

6. Wie das Forschungsprojekt unterstützt werden kann

Rolle & Einbindung der Kooperationspartner

Rolle & Einbindung der Kooperationspartner

- ▶ *Generell: Teilnahme an vier Arbeitsgruppen-Meetings und dem geplanten Open Lab*
- **UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald, Landesamt für Umwelt:** Bereitstellung von relevanten Studien und Daten, Unterstützung bei der Umsetzung der Prototypen-Testungen, Interdisziplinärer Wissenstransfer in die Netzwerke
- **TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH:** Einbringung eines exzellenten Netzwerkes aus Leistungsträgern & Branchenkennern auf Bundeslandsebene, Erfahrungswissen & Plattformen in Bezug auf den gewünschten Wissenstransfer
- **visitBerlin:** Einbringung eines exzellenten Netzwerkes aus Leistungsträgern & Branchenkennern auf Bundeslandsebene, Erfahrungswissen & Plattformen in Bezug auf den gewünschten Wissenstransfer
- **outdooractive:** Einbringung des Erfahrungswissens aus dem Digital Ranger Projekt
- **Mountainbike Tourismusforum Deutschland:** Einbringen des Expertenwissens aus der radtouristischen Besucherlenkung

7. Was als nächstes ansteht

Nächste Schritte

Kampagne „Nachhaltiger Paddeltourismus“ des TV Spreewald



#WEILDERSPREEWALDWERTVOLLIST

Kampagne „Nachhaltiger Paddeltourismus“ des TV Spreewald



Maßnahmenplan // Steuerungsgruppe Masterplan Kanu Biosphärenreservat Spreewald

1. Paddelregeln umgestalten & Piktogramme erstellen – Tourismusverband Spreewald
2. Streumaterial für naturverträgliches Verhalten (Sticker, Postkarten etc.) mit QR-Code entwickeln – Tourismusverband Spreewald
3. 15 empfohlene Routen auf der Webseite ausspielen (siehe Touren Masterplan) und nach Bedürfnissen & Zielgruppe clustern - Tourismusverband Spreewald
4. 5 TOP Touren auf Outdooractive ausspielen (mit Naturschutz- und Besucherlenkungsrelevanten Infos) -Tourismusverband Spreewald
5. Informationen zu Einstiegstellen mit Privatboote und SUP´s sammeln und kommunizieren -Tourismusverband Spreewald
6. Informationen zur Infrastruktur auf den Wasserwegen sammeln und kommunizieren (Einkehr etc.) -Tourismusverband Spreewald
7. FAQ erstellen für Paddler –Tourismusverband Spreewald
8. Image Biosphärenreservat Spreewald stärken (Spreewald Journal, Social Media, Themen - Paddelroute) – Tourismusverband Spreewald
9. Bewerbung des Spreewaldabzeichens (Webseite, Spreewald Journal etc.) – Tourismusverband Spreewald
10. Erstellung einer Mediadatenbank/Cloud zur Einspielung relevanter Dokumente für Bootsvermieter (empfohlenes Kartenmaterial, Paddelregeln, Piktogramme, Informationen zum Naturschutz) – Tourismusverband Spreewald
11. QMW-Lehrgang/Zertifizierung für Bootsverleiher – Tourismusverband Spreewald
12. Beschilderung der Schleusenwände – Biosphärenreservat Spreewald



Kampagne „Nachhaltiger Paddeltourismus“ des TV Spreewald



Kampagne TVS // NACHHALTIGER PADDELTOURISMUS

WARUM

Naturverträgliches Verhalten der Besucher im Spreewald erhöhen.

WER

Gäste im Spreewald (zielgruppenspezifisch)

WIE

Kampagne „Nachhaltiger Paddeltourismus“

WAS

Print & Online Marketingmaßnahmen

WANN

März 2024 – Oktober 2024



www.spreewald.de



Kampagne „Nachhaltiger Paddeltourismus“ des TV Spreewald



8. Noch Fragen?

Offene Diskussion & Fragen

Leinen los!

Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin
Fachbereich 4 - Informatik, Kommunikation und Wirtschaft
Studiengang Wirtschaftskommunikation

Wilhelminenhofstraße 75A
12459 Berlin

Nicole Cogiel
nicole.cogiel@htw-berlin.de

Prof. Dr. Carsten Totz
carsten.totz@htw-berlin.de