

„Kartierung der Wandeltreppe Vorarlberg“

Beitrag zur Intensivierung der Vernetzung von Nachhaltigkeitsprojekten in Vorarlberg durch ein Kommunikat, welches insbesondere die Vielfalt an Initiativen aufzeigt.

eingereicht von Sandra Schwab
durchgeführt an der FH Vorarlberg (www.fhv.at),
Bachelor-Studiengang InterMedia,
betreut von DI Dr. Roland Alton-Scheidl
Dornbirn, im Mai 2020

Das Urheberrecht liegt beim Autor/bei der Autorin. Die Fachhochschule Vorarlberg hat zeitlich, räumlich und kausal
unbeschränktes Werknutzungsrecht für alle Verwertungsformen gemäß § 15 – 18a UrhG.

Abstract Deutsch

Die vorliegende Arbeit vermittelt einen Einblick in das gesellschaftliche Engagement im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit in Vorarlberg. Sie beschäftigt sich mit der Erstellung eines passenden Kommunikats für die Vernetzung von nachhaltig agierenden Initiativen und Menschen, die sich für bewussten Konsum, alternative Wohn-, Finanz- und Bildungsformen, Gemeinschaftsgärten oder verantwortungsvolles Wirtschaften engagieren. Ziel ist es, die Mitglieder in ihrem Tun zu bestärken und die Vielfalt an Initiativen aufzuzeigen, sowie Interessierten den Zugang zu bestehenden Initiativen zu erleichtern.

Nach einer kurzen Erläuterung des Ist-Zustands wird auf die gesellschaftliche Relevanz eingegangen, die die Gerechtigkeit in Krisensituationen oder Klimagerechtigkeit und Klimaschutz umfasst. Die Kartographie wird aus einem theoretischen Standpunkt behandelt, da diese eine wichtige Rolle in der Gestaltung des praktischen Projekts spielt.

Für die Erstellung eines passenden Kommunikats für den von der Wandeltreppe Vorarlberg formulierten Zweck wurden Vorgängerprodukte und Mitbewerber analysiert. Die praktische Arbeit fokussierte sich auf die Gestaltung einer Landkarte, welche Nachhaltigkeitsinitiativen in Vorarlberg und angrenzenden Regionen übersichtlich mit Illustrationen und Kurzbeschreibungen darstellt. Die Usability des Produkts wurde mit Hilfe eines Thinking-aloud-Tests geprüft und die Verbesserungsvorschläge fließen in die Realisierungsphase der Landkarte ein.

Abstract Englisch

The following thesis gives insight into social commitment in the area of environment and sustainability in Vorarlberg. It deals with the creation of a suitable media for the networking of sustainably operating initiatives and people who are committed to conscious consumption, alternative forms of living, finance and education reforms, communal gardens or responsible management. The aim is to encourage the members in their actions and to show the variety of initiatives, as well as to make it easier for interested parties to access existing initiatives.

After a brief explanation of the current situation, the social relevance is analysed, which includes justice in crisis situations or climate justice and climate protection. The cartography is discussed from a theoretical point of view, since it plays an important part in the design of the practical project.

Predecessor products and competitors were analyzed to create a suitable media for the purpose formulated by the Wandeltreppe Vorarlberg. The practical project focused on the design of a map, which shows sustainability initiatives in Vorarlberg and neighboring regions with illustrations and brief descriptions. The usability of the product was tested using a thinking-aloud test and the suggestions for improvement contribute to the implementation phase of the map.

Inhaltsverzeichnis

	Ausgangssituation und Themenhintergrund	8
1	Einleitung	10
	Fragestellung	10
	Problemstellung und Zielsetzung	10
	Ist-Zustand	11
	Wissenschaftliche und gesellschaftliche Relevanz	14
2	Nachhaltigkeit	16
	Gerechtigkeit in der Krisensituation	16
	Klimagerechtigkeit und Klimaschutz	17
	Zivilgesellschaftliche Verpflichtungen	17
	Nachhaltigkeit in Vorarlberg	18
	Exkurs in die Kartographie	22

Praktische Umsetzung 26

3

Inhalt und Themen 28

Kommunikate Version 1 37

Kommunikate Version 2 41

Evaluation 46

4

Methoden 48

Vorbereitung 51

Durchführung 51

Ergebnisse 52

5

Fazit 56

Literaturverzeichnis 57

Abbildungsverzeichnis 59

Eidesstattliche Erklärung 60

Einleitung

Fragestellung

Problemstellung und Zielsetzung

Ist-Zustand „gesellschaftliches Engagement im Bereich
Umwelt und Nachhaltigkeit“

Ausgangssituation und
Themenhintergrund

1

Einleitung

Zu Beginn des Studiums wurde das Themenfeld „Konsum“ festgelegt. Darauf folgten Recherchen zur Entwicklung des Konsumverhaltens der Menschen im deutschsprachigen Raum. Diese ergaben eindeutig, dass sich jenes immer mehr in den Onlinehandel verlagert. Infolgedessen hat der lokale Handel mit Umsatzeinbußen zu kämpfen, was gerade für kleinere Unternehmen oft das Ende bedeutet. Aus stetig schwindenden lokalen Handelsunternehmen entstehen ungenutzte Geschäftsflächen in Innenstädten. Auf diesen Aspekt fokussierten sich die Recherche in den darauffolgenden Semestern primär. Da sich das Konsumverhalten der Menschen nicht ohne weiteres beeinflussen lässt, wurde die Problemstellung auf die Nutzung beziehungsweise Umnutzung von leerstehenden Geschäftsflächen beschränkt. Die Recherche und Ideenfindung führten beispielsweise von Pop-Up-Passagen, über Kulturstätten, bis hin zu neugewetzten Eventlocations. Aufgrund von zahlreichen interessanten Konzepten im Bereich der Umnutzung, welche in anderen Teilen Europas im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit realisiert werden, wurde erneut das Anfangsthema Konsumverhalten aufgegriffen. Der Fokus wurde jedoch neu gesetzt und das Thema aus einem anderen Blickwinkel betrachtet. Die Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten führte zur Beschäftigung mit Vorarlberger Initiativen und Vereinen, welche in diesem Bereich tätig sind. Daraus entstand das Ziel vorhandene Nachhaltigkeitsprojekte zu unterstützen und ihren Bekanntheitsgrad zu steigern. Da die Wandelstiege in dieser Szene gut vernetzt ist, bot sich eine Kooperation an.

Fragestellung

„Welches Medium und welche gestalterischen Elemente fördern die Vernetzung nachhaltig agierender Menschen und informieren und aktivieren an diesem Themenfeld Interessierte?“

Problemstellung und Zielsetzung

In Vorarlberg gibt es zahlreiche kleine Vereine und Kooperativen, die einen Beitrag zur Klimapolitik leisten. Diese gehen allerdings oft in der breiten Masse unter. Dennoch sind diese regionalen Initiativen und Projekte ein wichtiger Bestandteil der Nachhaltigkeitsszene in Vorarlberg. Für sie gilt es oft, viele Hindernisse zu überwinden. Hürden sind beispielsweise geringe Budgets, die den Organisationen die Möglichkeit verwehren, ihre Initiative zur Bewerbung der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Außerdem gestaltet sich die Vernetzung für kleinere Projekte oft schwierig. Die Wandelstiege ist ein Zusammenschluss von über 100 Vereinen, Initiativen und Projekten, welche großen Wert auf Regionalität und Nachhaltigkeit legen. Die Gemeinschaft macht es sich zur Aufgabe, diese Kooperativen als Netzwerk zu unterstützen. Beispiele für vertretene Projekte sind Reparaturcafés, Gemeinschaftsgärten und ein Theater für Konflikttransformation.

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, ein Produkt zu gestalten, mit dem es gelingen kann, die Vernetzung der Vorarlberger Initiativen zu unterstützen und ihnen außerdem zu einem höheren Bekanntheitsgrad zu verhelfen. Des Weiteren ist ein Ansatz, das Interesse für Nachhaltigkeit und Eigeninitiative bei Menschen zu wecken, die sich noch nicht zu dieser Community zählen lassen.

Ist-Zustand „gesellschaftliches Engagement im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit“

Um den derzeitigen Ist-Zustand aus einem statistischen Blickwinkel zu beleuchten, wurde eine Studie zu gesellschaftlichem Engagement im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit untersucht. Die Zahlen stammen aus einer Umfrage, welche 2017 in Deutschland durchgeführt wurde. Die Befragungsgruppe bestand aus 1.286 Personen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren. (Vgl. Kunst 2017)

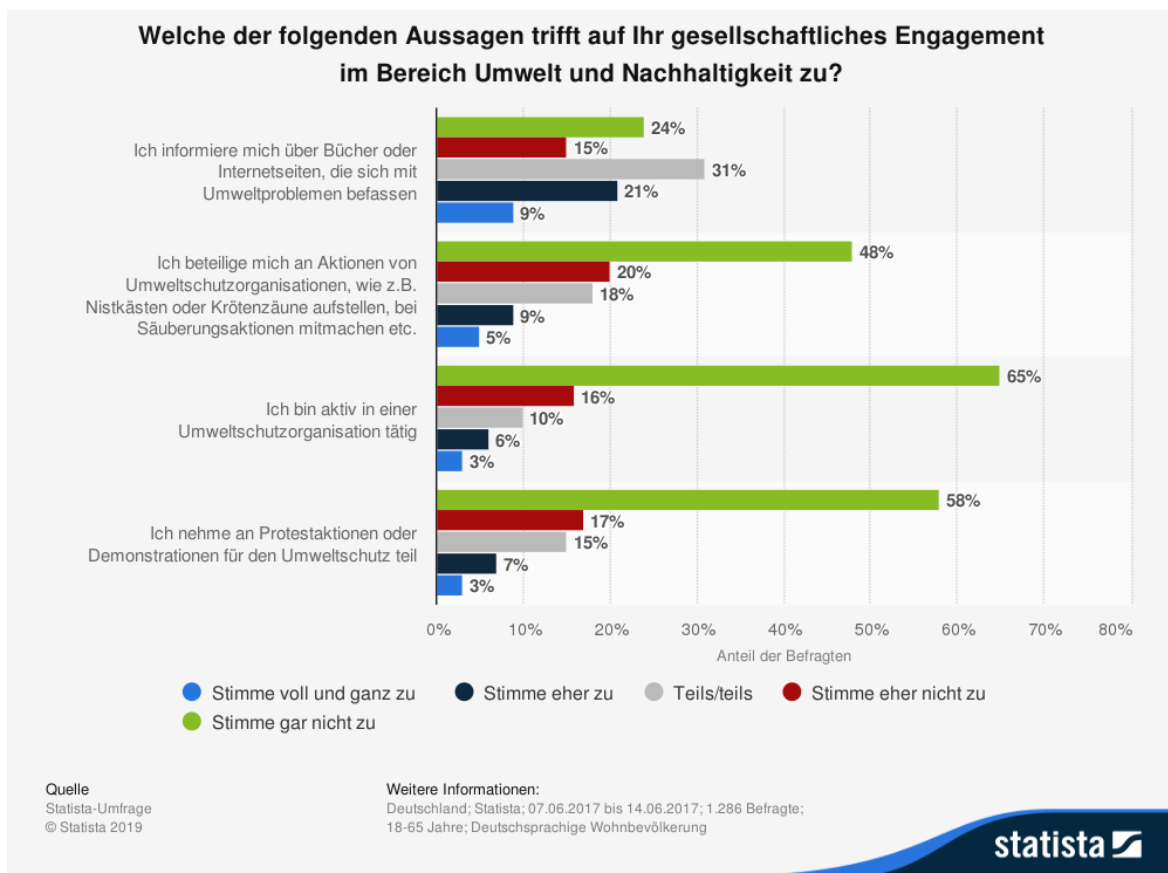


Abb. 1: Statistik

Als wenig überraschend stellen sich die Antworten auf die Aussage „Ich bin aktiv in einer Umweltschutzorganisation tätig“ (Aussage 3) heraus. „65% der Befragten wählten die Antwortmöglichkeit „Stimme gar nicht zu“. Diese Aussage erfährt somit die größte Ablehnung unter den Teilnehmern“. Gefolgt von „Ich nehme an Protestaktionen oder Demonstrationen für den Umweltschutz teil“ (Aussage 4), welche von 58% der Befragten mit „Stimme gar nicht zu“ beantwortet wurde. (Vgl. ebd.)

Auffallend ist, dass sich bei Aussage 4 rund 5% mehr der befragten Personen für die Antwortmöglichkeit „Teils/teils“ entschieden. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass einige Menschen es als Stressfaktor empfinden, zusätzliche regelmäßige Termine und Verpflichtungen im Alltag unterzubringen. Das spricht somit eher für eine Teilnahme an Events als für eine Mitgliedschaft in einer Umweltschutzorganisation. (Vgl. ebd.)

Bei der Aussage „Ich beteilige mich an Aktionen von Umweltschutzorganisationen“ (Aussage 2) ähnelt das Ergebnis dem von Aussage 4, wobei sich 10% Weniger der Befragten für die Antwort „Stimme gar nicht zu“ entscheiden. Diese Prozentzahl verteilt sich somit relativ regelmäßig auf die restlichen Antwortmöglichkeiten. Lediglich das Ergebnis der Aussage, welche am wenigsten aktives Engagement erfordert, unterscheidet sich stark von den Übrigen: Die befragten Personen beantworteten „Ich informiere mich über Bücher oder Internetseiten, die sich mit Umweltproblemen befassen“ zu 31% mit „Teils/teils“. Auf diese Antwort folgen „Stimme gar nicht zu“ mit 24% und „Stimme eher zu“ mit 21%. Obwohl das Ergebnis dieser Aussage weitaus positiver ist, als jedes der restlichen drei, wurde auch hier die Antwort „Stimme gar nicht zu“ weitaus öfter gewählt, als „Stimme voll und ganz zu“. Diese macht nur einen prozentuellen Anteil von 9% aus. (Vgl. ebd.)

Die Mitgliedschaft in Vereinen sowie die Beteiligung an Protestaktionen und weiteren Aktionen von Umweltschutzorganisationen ist wahrscheinlich auf mangelndes Interesse an diesem Thema zurückzuführen. Ein weiterer Grund ist möglicherweise eine nicht aufkommende Neugierde an der Beteiligung.

Diese Erkenntnis lässt darauf schließen, dass ohne den Faktor des grundsätzlichen Interesses an Umwelt und Nachhaltigkeit, eine Bewerbung von Aktionen und Vereinen in diesem Bereich nur bedingten Erfolg mit sich bringt.

Nachhaltigkeit

Gerechtigkeit in der Krisensituation

Klimagerechtigkeit und Klimaschutz

Zivilgesellschaftliche Verpflichtungen

Vereine

Nachhaltigkeit in Vorarlberg

Exkurs in die Kartographie

Wissenschaftliche und
gesellschaftliche Relevanz

2

Nachhaltigkeit

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ wird im Duden im Allgemeinen als eine Wirkung, welche längere Zeit anhält, definiert. Im Bereich der Ökologie beschreibt Nachhaltigkeit ein Prinzip, nach welchem nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils nachwachsen, sich regenerieren und künftig wieder bereitgestellt werden kann. (Vgl. „Duden Online Nachhaltigkeit“ o. J.)

Weiters wurde der Begriff als praktische Antwort auf historische Krisensituationen wirksam. Im Zusammenhang mit der Armutskrise in den Ländern des globalen Südens und der globalen ökologischen Krise wurde dieser im Auftrag der UNO neu ausformuliert. Somit wird Nachhaltigkeit nicht als Zustand, sondern als Prozess bezeichnet. Als Merkmale für eine nachhaltige oder zukunftsfähige Entwicklung gilt die Befriedigung der Bedürfnisse der heutigen Generation, ohne dabei die Bedürfnisbefriedigung der darauffolgenden Generation sowie deren Wahl ihres eigenen Lebensstiles zu gefährden. (Vgl. Brand 2012, S.176)

Gerechtigkeit in der Krisensituation

Gerade wenn eine zusätzliche Krisensituation, wie eine Pandemie, zur schon vorhandenen Klimakrise hinzukommt, darf diese nicht weniger im Fokus stehen.

Es ist derzeit besonders wichtig, dass das Gemeinschaftsgefühl bewahrt wird. Nur mit Hilfe von Zusammenhalt und Hilfsbereitschaft lässt sich diese schwierige Situation mit möglichst geringen längerfristigen negativen Folgen für die Gesellschaft bewältigen.

In dieser Lage ist es äußerst bedeutend, dass die Solidarität nicht zu kurz kommt.

Wenn im eigenen Land eine Krise herrscht, werden die Zustände, welche außerhalb der Landesgrenzen herrschen, gerne als nebensächlich betrachtet. So werden beispielsweise die Berichte über Geflüchtete an der türkisch-griechischen Grenze von jenen, welche von neuen Infektionszahlen handeln, verdrängt. In der Politik wird verheißen, es sei möglich und wichtig Klima und Grenzen zu schützen. Gleichzeitig wird Gewalt angewendet, um flüchtende Menschen an der türkisch-griechischen Grenze abzuwehren. Obwohl die politische Lage in Österreich, der Schweiz und Deutschland dank der historischen Wahlergebnisse der Grünen etwas anderes erwarten ließe. (Vgl. Kalke; Keil 2020)

Neue soziale Bewegungen wie „Fridays-for-Future“ haben dazu beigetragen, die Dringlichkeit der Klimakrise in der Gesellschaft sichtbar zu machen. Eine zentrale Rolle für die Klimabewegung spielt der Zusammenhang zwischen Klimakrise und Flucht. Beispielsweise ist Klimaflucht kein anerkannter Asylgrund, obwohl dieser Grund in der Zukunft weitaus häufiger auftreten wird. (Vgl. ebd.)

Wenn der Klimaschutz nicht mit globaler Gerechtigkeit verbunden wird, folgt eine erneute humanitäre Katastrophe. Das Schützen des Klimas darf nicht nur als rein ökologisch-technisches Problem angesehen und von sozialen Nöten getrennt werden. Erneuerbare Energien, welche zwar zur Erreichung der Klimaziele beitragen, verhindern nicht die soziale Ausgrenzung. Ziel des Klimaschutzes ist es lediglich, die Erhöhung der globalen Durchschnittstemperatur zu stoppen, es sind allerdings auch andere Auswirkungen zu beachten. (Vgl. ebd.)

Klimagerechtigkeit und Klimaschutz

Der Begriff Klimagerechtigkeit bezieht sich explizit auf soziale Kämpfe. Dabei ist der geographische Ort, wo diese stattfinden, nebensächlich. Da der Kapitalismus auf der Ausbeutung von Mensch und Natur aufbaut, wird diese Ungerechtigkeit nur noch verstärkt. Der Unterschied zwischen Klimaschutz und Klimagerechtigkeit sollte klarer kommuniziert und verbreitet werden. Viele Forderungen von „Fridays-for-Future“ gehen nicht über den Klimaschutz hinaus, obwohl als häufigste Parole „What do we want? Climate JUSTICE!“ eingesetzt wird. (Vgl. Kalke; Keil 2020)

Zivilgesellschaftliche Verpflichtungen

Zwar sehen viele Menschen Klimaschutz als wichtig an, jedoch bleibt die Solidarität, welche in dieser Zeit eine wichtige Rolle spielen sollte, oft aus.

Die Sicherung der europäischen Außengrenzen steht noch immer vor Demokratie und den Menschenrechten. Bürgerinitiativen kämpfen mit der Not-In-My-Backyard Logik, welche schon immer als weit verbreitet galt. (Vgl. ebd.)

Kritisches Denken findet in Krisenzeiten noch größere Relevanz als im gewöhnlichen Alltag. Es gibt viele Möglichkeiten sich trotz abgesagter Veranstaltungen und „Social Distancing“ für Aktionen zu engagieren und seine Meinung kundzutun. (Vgl. ebd.)

Es werden beispielsweise unterschiedlichste Online-Demonstrationen abgehalten. Zum fünften weltweiten Klimastreik am 24.04.2020 wurden online Kundgebungen, Musikbeiträge und Reden als Stream angeboten. Auch wenn das Gemeinschaftsgefühl bei virtuellen Veranstaltungen nicht mit dem bei Demonstrationen vergleichbar ist, erfuhr dieses von der Fridays-for-Future-Bewegung mitorganisierte Event viel Zustimmung.

„Machen wir die kritische Zivilgesellschaft zur solidarischen Praxis!“
(Kalke, Keil, 2020)

Vereine

Der etymologische Ursprung des Begriffs „Verein“ liegt bei dem Verb „vereinen“. Dieses wiederum stammt aus dem althochdeutschen Wort „fireinen“, welches unter anderem „mit sich eins werden“ und „sich entschließen“ bedeutet.

Seit dem 18. Jahrhundert wird der Begriff für eine Vereinigung von Personen mit gemeinsamen Zielen verwendet. Anfang 19. Jahrhundert entstand das Substantiv zur Bezeichnung einer zusammengeschlossenen Gruppe von Personen.(Vgl. „Verein“ o. J.)

Allgemein definiert wird der Begriff „Verein“ als Organisation, in der sich Personen zu einem bestimmten gemeinsamen, durch Satzungen festgelegten Tun, zur Pflege bestimmter gemeinsamer Interessen oder Ähnlichem zusammengeschlossen haben.(„Duden Online Der Verein“ o. J.)

Die Definition der Wirtschaftskammer Österreich lautet im Vergleich wie folgt:

Ein Verein ist ein freiwilliger, auf Dauer angelegter, aufgrund von Statuten (= Verträgen) organisierter Zusammenschluss mindestens zweier Personen (oder Gesellschaften) zur Verfolgung eines bestimmten, gemeinsamen, ideellen Zwecks. („Der (Ideal-)Verein“ 2019)

Nachhaltigkeit in Vorarlberg

Förderungen und Finanzierung von Initiativen im Nachhaltigkeitsbereich

Nachhaltigkeitsinitiativen verfügen meist über ein komprimiertes Budget, was sich oft in der Qualität ihrer Werbemittel und Kommunikate widerspiegelt.

Da ihre primären Ziele seltener mit jenen von großen Unternehmen und somit potenziellen Geldgebern übereinstimmen, sind Projekte oft eingeschränkt was Geldressourcen betrifft. Ein weiterer Grund ist zusätzlich der Wunsch nach Unabhängigkeit, welcher sich nicht immer mit Kooperationen mit Geldgebern vereinen lässt. Die naheliegendste Lösung ist das Einsetzen von Leien bei der Produktion von Kommunikaten für Nachhaltigkeitsinitiativen.

Die Annahme eines komprimierten Budgets wird von Florian Fulterer, auf Anfrage bezüglich des aktuellen Projekts, bestätigt. Seine Informationen zum Förderwesen, welches gerade in diesem Bereich eine große Rolle spielt, werden untenstehend dargelegt.

Förderwesen

Förderungen werden hauptsächlich an zeitlich begrenzte Projekte vergeben. In einem Antrag müssen neben einer kurzen Projektbeschreibung und der Angabe von Projektbeteiligten auch konkrete Pläne zum Budget sowie zum zeitlichen Ablauf angeführt werden.

Das Büro für Zukunftsfragen bietet mit der Kleinprojektförderung eine leicht zugängliche Möglichkeit, um an Unterstützungsgelder zu gelangen. Die Förderung besteht aus einer einmaligen Zahlung von bis zu 770 €. Diese kann für Kosten von Büroartikeln, Fahrkarten und die Dienstleistungen Dritter verwendet werden. Als Dienstleistungen Dritter werden beispielsweise Kosten für die Grafik und Ähnliches bezeichnet. (Vgl. Fulterer 2020)

Bei der Projektförderung der Internationalen Bodenseekonferenz wird die Struktur der Finanzierung anders gehandhabt. Diese Förderung übernimmt die Hälfte der entstandenen Projektkosten, sofern diese die maximale Höhe von 2.500 € nicht überschreiten. (Vgl. ebd.)

Konkrete Handhabung an einem Beispiel

Bei der Umsetzung eines Projekts entstehen Kosten von 2.500 €. Diese wurden für die Bereiche Druck, Grafik und Website aufgewendet. Die Beteiligten können auch ihre erbrachten Arbeitsstunden mit 15 € pro Stunde in die Kostenauflistung miteinbeziehen. Um die maximale Höhe der 2.500 € zu erhalten, müssen von den Beteiligten 167 Arbeitsstunden mit einem insgesamten Wert von 2.500 € dokumentiert werden. So können die Gesamtkosten als ein Total von 5.000 € gerechnet und 50% davon ausbezahlt werden. Diese können dann für die Deckung der vorausbezahlten Kosten für Druck, Grafik und Website verwendet werden. Die Projektbeteiligten können keine Rechnungen mit Anspruch auf Vergütung stellen. (Vgl. ebd.)

Analyse des öffentlichen Erscheinungsbilds von Nachhaltigkeitsinitiativen anhand des Onlineauftritts des Vorarlberger Netzwerks „Die Wandelstufe“

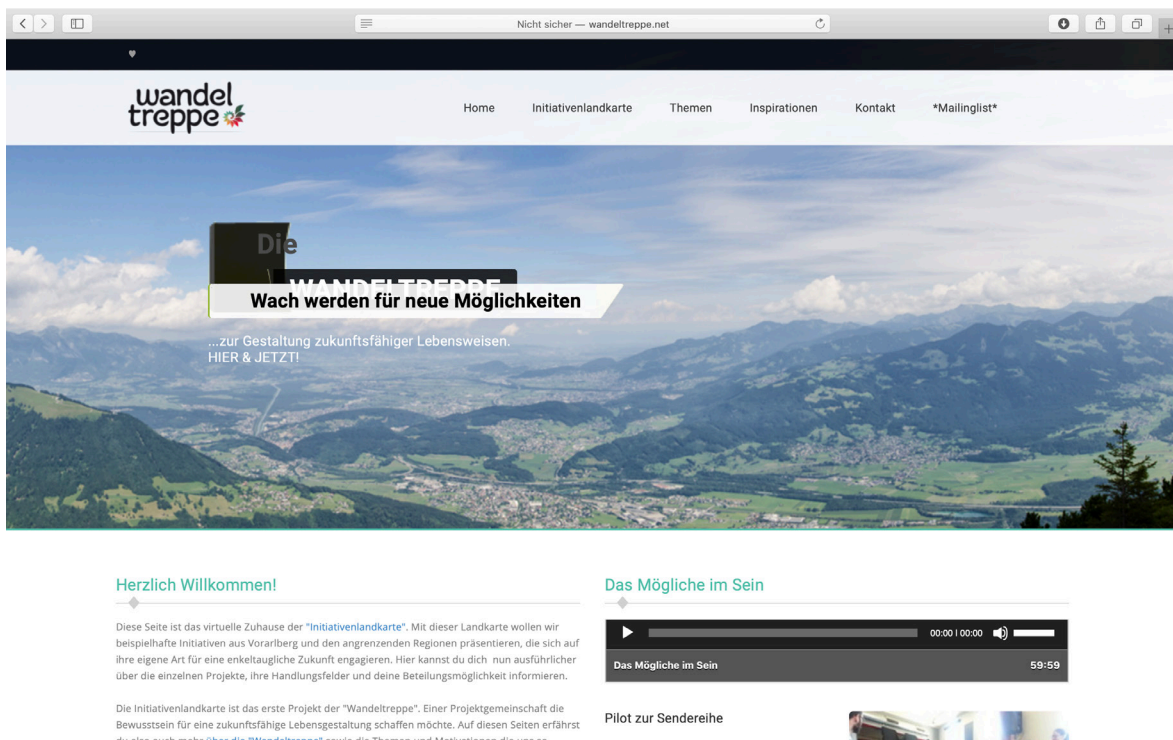


Abb. 2: Startseite Wandelstufe Safari

Für das Testen der Website wird der Browser Safari ausgewählt. Die Website der Wandelstufe beinhaltet eine horizontale Landschaftsaufnahme des Rheintals. Diese füllt über die Hälfte des Bildschirms und ist somit sehr präsent. Auf den ersten Blick wird ein störendes Element sichtbar. Noch vor dem Einfliegen der Schriftzüge „Wach werden für neue Möglichkeiten“ und der Ergänzung „...zur Gestaltung zukunftsfähiger Lebensweisen. HIER & Jetzt!“ fällt ein vermeintlicher Programmierfehler auf. Neben der schwarzen Hinterlegung des Begriffs „Wandelstufe“ zentral auf der Panoramafotografie befindet sich ein weiteres schwarzes Objekt, welches direkt bei der Öffnung der Website einen störenden Charakter aufweist. Weiters ist die Platzierung des oberen einfliegenden Schriftzuges unpassender Weise direkt vor dem Schriftzug „Wandelstufe“ gewählt. Da die Darstellung in unterschiedlichen Browsern variieren kann, wird die Website in einem weiteren Browser getestet.

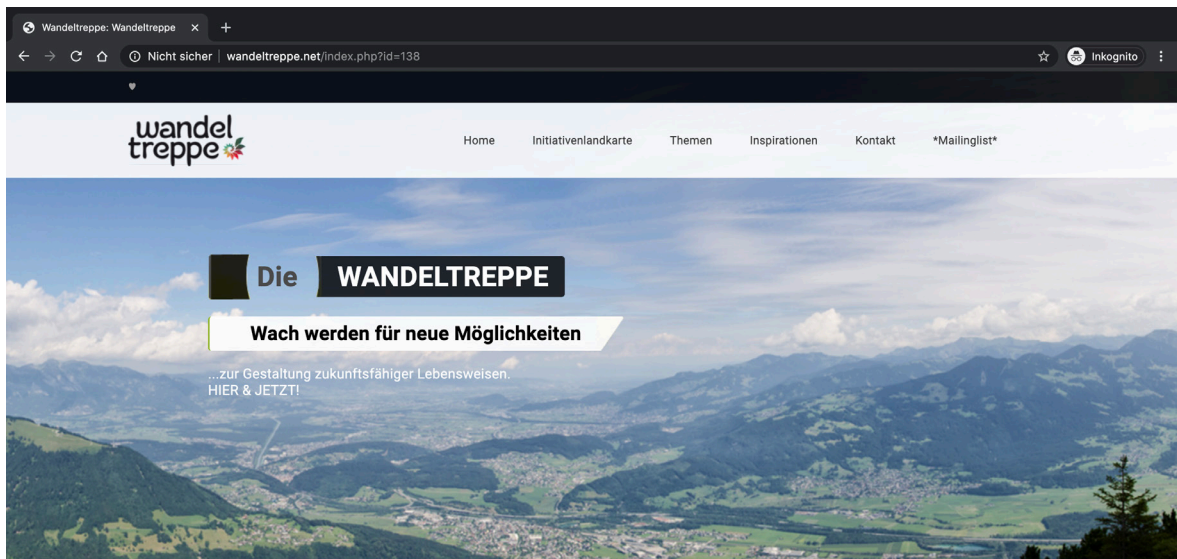


Abb. 3: Startseite Wandelstufe Google Chrome

Beim Öffnen der Website in Google Chrome wird diese ohne die zuvor erläuterten Fehler angezeigt. Bei der Programmierung der Website wurden somit nicht alle Darstellungen in verschiedenen Browsern getestet.

Das Logo in der linken oberen Ecke wird von einer sichtbaren dünnen Linie umrandet, welche vermieden werden könnte. Diese lässt gleich an der Qualität der Website zweifeln und lässt sie etwas unprofessionell wirken. Die Grundstruktur wirkt unübersichtlich. Die verschiedenen Buttons, welche die gleiche Bezeichnung aufweisen, führen zu unterschiedlichen Unterseiten, die teilweise mehr und teilweise weniger Informationen bereitstellen.

Beispiel: Initiativenlandkarte Aufrufvariante 1

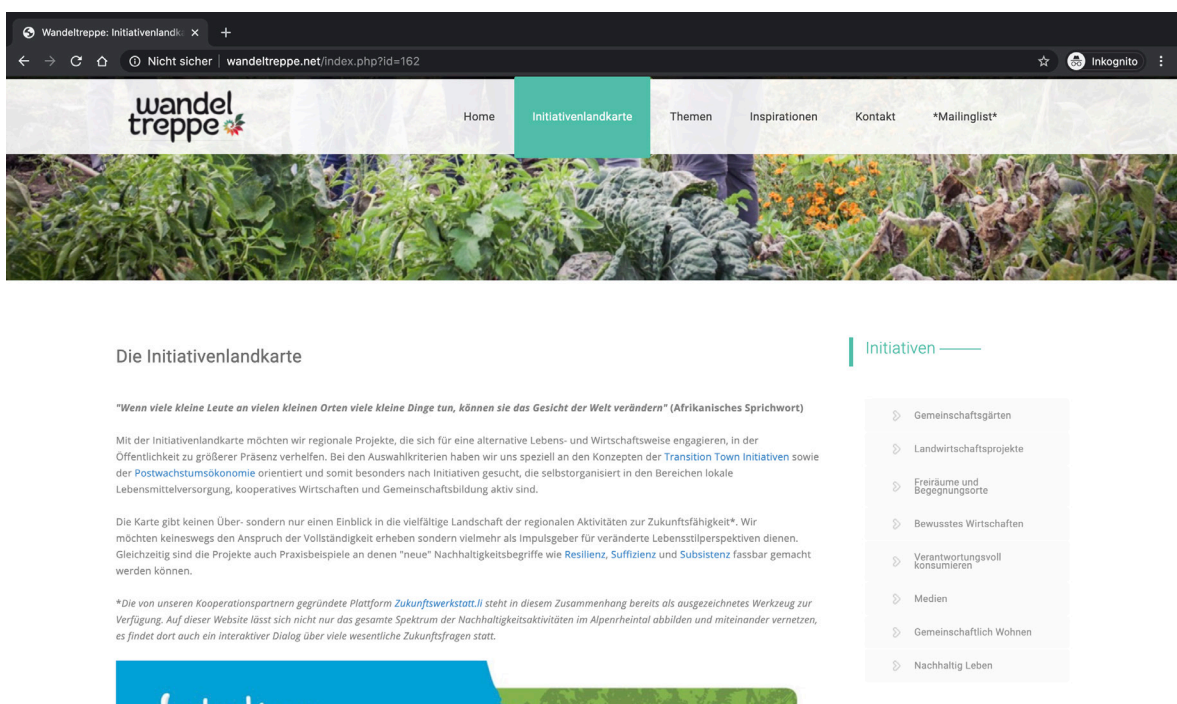
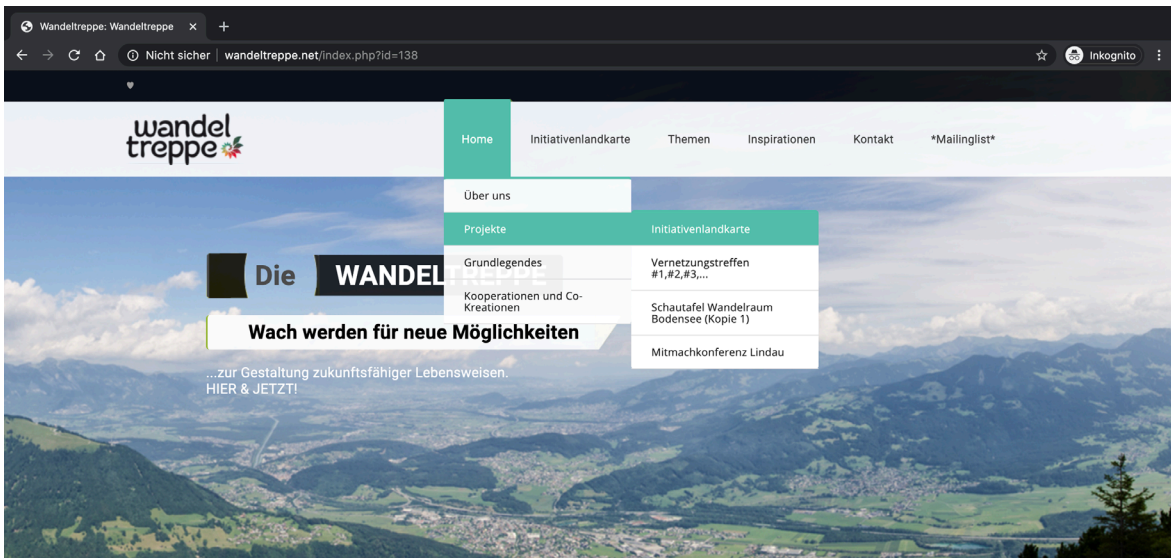


Abb. 4: Initiativenlandkarte Wandelstufe

Beispiel: Initiativenlandkarte Aufrufvariante 2



Herzlich Willkommen!

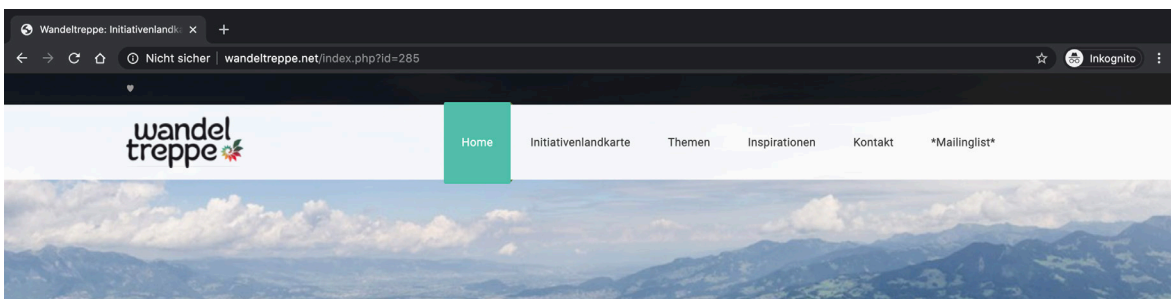
Diese Seite ist das virtuelle Zuhause der "Initiativenlandkarte". Mit dieser Landkarte wollen wir beispielhafte Initiativen aus Vorarlberg und den angrenzenden Regionen präsentieren, die sich auf Ihre eigene Art für eine enkeltaugliche Zukunft engagieren. Hier kannst du dich nun ausführlicher über die einzelnen Projekte, ihre Handlungsfelder und deine Beteiligungsmöglichkeit informieren.

www.wandel-treppe.net/index.php?id=285 ... in der ersten Reihe der "Wandel-treppe". Eine Projektbeschreibung die

Das Mögliche im Sein



Abb. 5: Projekte - Initiativenlandkarte Wandel-treppe



Die Initiativenlandkarte

"Wenn viele kleine Leute an vielen kleinen Orten viele kleine Dinge tun, können sie das Gesicht der Welt verändern" (Afrikanisches Sprichwort)

Mit der Initiativenlandkarte möchten wir regionale Projekte, die sich für eine alternative Lebens- und Wirtschaftsweise engagieren, in der Öffentlichkeit zu größerer Präsenz verhelfen. Bei den Auswahlkriterien haben wir uns speziell an den Konzepten der **Transition Town Initiativen** sowie der **Postwachstumsökonomie** orientiert und somit besonders nach Initiativen gesucht, die selbstorganisiert in den Bereichen lokale Lebensmittelversorgung, kooperatives Wirtschaften und Gemeinschaftsbildung aktiv sind.

Die Karte gibt keinen Über- sondern nur einen Einblick in die vielfältige Landschaft der regionalen Aktivitäten zur Zukunftsfähigkeit*. Wir möchten keineswegs den Anspruch der Vollständigkeit erheben sondern vielmehr als Impulsgeber für veränderte Lebensstilperspektiven dienen. Gleichzeitig sind die Projekte auch Praxisbeispiele, an denen "neue" Nachhaltigkeitsbegriffe wie **Resilienz**, **Subsistenz** und **Suffizienz** fassbar gemacht werden können.

*Die von unseren Kooperationspartnern gegründete Plattform **Zukunftswerkstatt.li** steht in diesem Zusammenhang bereits als ausgezeichnetes Werkzeug zur Verfügung. Auf dieser Website lässt sich nicht nur das gesamte Spektrum der Nachhaltigkeitsaktivitäten im Alpenrheintal abbilden und miteinander vernetzen, es findet dort auch ein interaktiver Dialog über viele wesentliche Zukunftsfragen statt.

Abb. 6: Initiativenlandkarte 2 Wandel-treppe

Exkurs in die Kartographie

Definition Kartographie

Cartography is 'the discipline dealing with the conception, production, dissemination and study of maps' (International Cartographic Association, 1995). (Olson 2001)

Die Karte im Allgemeinen

Viele physische Landkarten wurden von solchen in digitaler Version abgelöst. Gerade aber im elementaren Bildungsbereich wird noch viel mit gedruckten Karten gearbeitet. Kinder der Mittelstufe sollen sich auf den Seiten eines Atlas zurechtfinden und die Entwicklung politischer Machtverhältnisse in kartographischer Darstellung verstehen. (Vgl. Kohlstock 2018, S. 9) Zusätzlich werden Karten als Wandschmuck verwendet, wenn diese ein ansprechendes Design mit sich bringen. Somit spielt auch die Beachtung des gestalterischen Bereichs eine bedeutende Rolle.

Die Kartographie wurde als wichtiges Hilfsmittel für die Erfassung und Vermessung der Erdoberfläche, auch Geodäsie genannt, benötigt. Somit ist die Kartographie auch ein wichtiger Bestandteil der Geographie. Sie unterstützt die visuelle Darstellung landschaftlicher Erkenntnisse und macht sie somit leichter verständlich. Generell wird ein Basiswissen für die Nutzung und das Verständnis von Karten benötigt. Dieses Orientierungswissen gewährleistet einen sachgemäßen Umgang und das Gewinnen von Informationen. (Vgl. Kohlstock 2018, S.11)

Die Geschichte der Karte

Das Bedürfnis der Visualisierung geografischer Verhältnisse reicht bis in die jüngere Altsteinzeit zurück. Was beispielsweise mit in Stein geritzten Zeichen begann, entwickelte sich weiter zu Wandmalereien. Diese ermöglichten eine schon sehr detailreiche Landschaftswiedergabe. Als Vorgänger von kartographischem Material gelten Tontafeln. Diese wurden um 3800 vor Christus angefertigt. Eine Fortentwicklung, welche um 2000 vor Christus in China und in Ägypten stattfand, inkludierte eine systematische Vermessung von Landschaftsflächen. Diese beschränkte sich primär auf regionale Gebiete in infinitesimalem Raum. Eine schematische Darstellung des babylonischen Weltbildes als Kreis gilt als älteste bewahrte Weltkarte. Sie stammt aus dem 6. Jahrhundert vor Christus und besteht aus einer Tontafel. (Vgl. Aufmkolk; von Kalben 2019)

Arten von Karten

Die Unterscheidung von Karten kann nach verschiedenen Typen erfolgen. Um einen Überblick über den Umfang der weitläufigen Gebiete zu vermitteln, werden die wichtigsten und am weitesten verbreiteten Kartentypen im nachfolgenden Teil kurz beschrieben.

Zunächst wird in der Kartographie in zwei Klassen unterteilt. Zum einen in topographische Karten, welche oft auch als physische Karten bezeichnet werden, und zum anderen in thematische Karten. (Vgl. Berger o. J.)

Topographische Karten

Der Begriff Topographie wird als Beschreibung und Darstellung geografischer Örtlichkeiten definiert. („Duden Online Topografe“ o. J.)

Topographische Karten werden auf Basis von Landesaufnahmen und der darauffolgenden Datenverarbeitung erstellt. Die konventionellen (eigentlichen) topographischen Karten geben neben Bildkarten ein Abbild der Erdoberfläche wieder und beinhalten sichtbare natürliche und künstliche Objekte. (Vgl. Kohlstock 2018, S.73)

Sie werden in eine Gliederung nach Maßstabsbereichen unterteilt, wobei bei topographischen Karten im engeren Sinne die Vollständigkeit und Genauigkeit vom Maßstab abhängig gemacht wird. Als Grenze dieses Bereichs wird der Maßstab 1:300.000 verwendet. Bei dieser Einteilung herrscht jedoch eine Uneinigkeit und somit bestehen auch Theorien, die besagen, dass nur diese als topographische Karten gelten. (Vgl. WK o. J.)

Das Abbilden von wichtigen Einzelheiten zur Orientierung ist ein wichtiger Bestandteil der topographischen Karte. Neben den Geländeformen scheinen meist Gebirgsketten, Gewässer, Ortschaften und landschaftliche Eigenheiten auf. Zusätzlich kann der topographischen Karte Informationen zur Höhenlage, welche gewöhnlich zum Beispiel bei Gebirgsgipfeln und Sätteln angeführt wird, entnommen werden. Je nach Maßstab, Detailreichtum und Verwendungszweck werden Elemente wie beispielsweise Straßen, Gebäude und Landesgrenzen gekennzeichnet. (Vgl. Berger o. J.)

Thematische Karten

Im Lehrbuch der Allgemeinen Geographie aus dem Jahre 1972 beschreibt Eduard Imhof den Zusammenhang zwischen topographischen Karten und thematischer Karten wie folgt:

Topographische Karten bilden die Grundlage und Voraussetzung für jede thematische Kartierung. Ohne topographische Kartographie ist die thematische nicht denkbar. Wohl ist die spät entwickelte thematische Karte heute in raschster Entwicklung begriffen; doch vermindert dies die Bedeutung der topographischen Karte keineswegs. (Imhof 1972, S.13)

Thematische Karten zeigen eine Gegebenheit in einem räumlichen Bezug. Diese können nach verschiedenen Blickpunkten gegliedert werden.

Was sich unter den aufgelisteten Gebieten verstehen lässt, wird nachfolgend näher erklärt.

- Entstehung der Karte
- Eigenschaften der Inhalte
- Zeitliche Ausprägung
- Art der Darstellung
- Verarbeitungsgrad
- Themengebiet der Karte

Beispielsweise kann ein zu betrachtender Aspekt die Entstehung der Karte ausmachen, was somit die Unterscheidung zwischen Grundkarten und Folgekarten bedeutet. Grundkarten geben Messungen oder Beobachtungen direkt wieder, wobei dies bei Folgekarten nicht der Fall ist. Diese entstehen aus bearbeiteten Daten.

Ein anderer Faktor ist die Differenzierung nach den Eigenschaften der Inhalte. Dies bedeutet zwischen qualitativen Karten, welche das Ziel der Verortung verfolgen, und quantitativen Karten, welche sich hingegen auf Zahlenwerte fokussieren, zu unterscheiden.

Als weiterer Gliederungsaspekt gilt es, die zeitliche Ausprägung zu beachten. Während statische Karten einen bestimmten Zeitpunkt beleuchten, bilden dynamische Karten Veränderung auf zeitlich-räumlicher Ebene ab. Additionally gibt es zahlreiche Arten der Darstellung. Diese variieren in ihren Abbildungsmethoden, wobei Beispiele Symbolkarten oder Punktekarten darstellen. Der Verarbeitungsgrad entscheidet, ob es sich um synthetische Karten, komplexen Karten oder analytische Karten handelt. Abschließend werden noch Themengebiete einer Karte als Gliederung empfohlen. Bei diesen kann es sich zum Beispiel um Politik, Wirtschaft, Meteorologie oder Verkehr handeln. (Berger o. J.)

Die Gliederung nach Themengebieten kann in zwei Übergruppen erfolgen. Allgemeingeographische Themen befassen sich mit dem Bereich der Natur. Dazu gehören beispielsweise die Geologie, Meteorologie und die Landschaftskunde. Anthropogeographische Themen umfassen eine Darstellung mit Bezug zu menschlichem Wirken. Diese behandeln unter anderem die Bevölkerungsverteilung, Verkehr und Wirtschaft. (Vgl. Kohlstock 2018, S.144)

Bestandteile von Karten

Neben dem Kartenfeld gibt es noch weitere wichtige Komponenten einer Karte, welche diese erst komplettieren. Diese variieren je nach Handhabung, verfolgtem Ziel und Informationsgehalt. Wichtig ist eine gute Kommunikation zwischen den verschiedenen Bestandteilen, um das Verständnis zu fördern und den gestalterischen Anspruch nicht zu mindern.

Als Hauptkomponenten einer Karte gelten zusätzlich zum eben erwähnten Kartenbild ein Kartentitel, der Maßstab mit einer Maßstabsleiste und eine Zeichenerklärung, welche in Form einer Legende dargestellt werden kann. (Vgl. „Einführung in die Kartographie“ 2008, S.32)

Kartentitel

Der Kartentitel sollte dazu dienen, Informationen zum dargestellten Inhalt zu vermitteln. Diese knappe Formulierung wird meist in nicht mehr als zwei Zeilen am oberen Rand der Karte platziert. Eine Hervorhebung kann durch einen größeren Schriftgrad, eine sich vom restlichen Text unterscheidende Typographie, oder einen sich abhebenden Schriftschnitt erfolgen. (Vgl. KGR o. J.)

Maßstab und Maßstabsleiste

Das geographische Gebiet, der Kartenzweck und die Thematik bestimmen den zu verwendenden Maßstab für die Karte. Dabei muss beachtet werden, dass keine Genauigkeit vorgetäuscht wird, welche nicht der inhaltlichen oder grafischen Umsetzbarkeit entspricht. Auch zu kleine Maßstäbe bringen Nachteile, wie eine zu grobe Darstellung von Informationen, mit sich. Bei der Änderung des Größenformats muss die Maßstabszahl angepasst und die Maßstabsleiste proportional skaliert werden. („Einführung in die Kartographie“ 2008, S.32)

Zeichenerklärung (Legende)

Die Zeichenerklärung einer Karte, auch Legende genannt, erfüllt den Zweck der verbalen, numerischen oder graphischen Erklärung der Kartenelemente. Sie gewährleistet ein Verständnis der abgebildeten Zeichen. (Vgl. KGR o. J.)

Meist spielt die Zeichenerklärung eine wichtige Rolle bei der Kartennutzung, da diese ohne vollständiges Verständnis verschiedener Icons und Symbole nur eingeschränkt möglich ist. Je klarer die Gestaltungselemente jedoch eingesetzt werden, desto weniger relevant wird der Einsatz einer Legende.

Kartennutzung

Wer die Verwendung von Stadtplänen oder Straßenkarten einmal erlernt hat, wird dies auf jede beliebige Variation übertragen können. Bei der Nutzung von politischen Karten kann es jedoch zu größeren Hürden kommen. Beispielsweise können zusätzlichen Markierungen, Flächen oder Hilfslinien andere Bedeutungen zugewiesen werden.

Oftmals wird eine ergänzende Hintergrundinformation oder weiterführende Literatur benötigt, um die Karte vollständig zu verstehen. (Vgl. Kohlstock 2018, S. 203)

Der Anspruch an die Gestaltung wäre es, dass die Karte selbsterklärend ist, etwa wenn es darum geht, historische Bezüge abzubilden.

Richtigkeit und Vollständigkeit

Da Karten meist die Verantwortung der Informationsvermittlung tragen, hat somit auch die Richtigkeit des Inhaltes einen hohen Stellenwert.

Bei der Darstellung der Inhalte müssen oft Prioritäten gesetzt werden. Beispielsweise wird auf weniger relevante Detailinformationen oft aus platzbedingten Gründen verzichtet. Dieses Phänomen tritt bei thematischen sowie topographischen Karten gleichermaßen auf.

Eine nicht zeitnahe Aktualisierung von Karten macht diese unbrauchbar, wenn signifikante Veränderungen des zu vermittelnden Inhalts auftreten. Dies geschieht bezogen auf topographische Karten beispielsweise bei der Entdeckung neuer Inseln sowie bei der Verschiebung von Landesgrenzen. Gerade politische Karten müssen je nach Ziel der Informationsvermittlung bei veränderten Machtstrukturen abgeändert und aktualisiert werden. Die Aktualität einer Karte wird durch ein einerseits gut funktionierendes und umfassendes Meldesystem erhalten. Andererseits wird diese auch durch ein zeitintensives Aufbereiten in verwendbare Daten, wofür eine topographische Vermessung verwendet werden kann, beeinflusst. Ebenfalls zeitintensiv gestaltet sich die manuelle Korrektur von Kartenoriginalen, welche jedoch durch die Transformation von analogen zu digitalen kartographischen Modellen größtenteils ausbleibt. (vgl. ebd, S.204ff)

„Karten sind im Moment ihrer Herausgabe

nicht mehr auf dem neuesten Stand.“ (Kohlstock 2018, S.204)

Inhalt und Themen
Kommunikate Version 1
Kommunikate Version 2

Praktische Umsetzung

3

Inhalt und Themen

Die Wandelterrasse

Die Wandelterrasse ist ein Vorarlberger Netzwerk für Vereine und Initiativen, welche sich für Klimagerechtigkeit einsetzen. Die mittlerweile über 100 Projekte reichen von Reparaturcafés über Gemeinschaftsgärten bis hin zu einem Theater für Konflikttransformation.

Beschrieben wird die Organisation als „offene Projektgemeinschaft“, welche überparteilich, konfessionsfrei und für alle Interessierten zugänglich ist. (Vgl. Fulterer o. J.)

Die Wandelterrasse setzt sich jedoch nicht wie möglicherweise angenommen nur für Nachhaltigkeitsprojekte ein. Zu ihren Zielen gehört die Förderung der Erkenntnis, dass Menschen Teil eines größeren Ganzen sind. Auch sozialer Zusammenhalt, die Begünstigung eines Solidaritätsgefühls, Förderung von kritischem Denken, kulturelle Großzügigkeit und Offenheit zählen zu den Zielen der Wandelterrasse. (Vgl. Koschek 2019)

Zielgruppenbeschreibung allgemein

Die Merkmale einer Zielgruppe können unterteilt werden in demografisch, sozioökonomisch und psychografisch. Für demografische Merkmale spielen Faktoren wie Geschlecht, Alter, Familienstand und Wohnort eine Rolle. Bei sozioökonomischen Merkmalen hingegen, werden Beruf und Bildungsstand beachtet. Unter psychografischen Merkmalen werden zum Beispiel der Lebensstil, sowie Werte und Meinungen verstanden. (Vgl. Bernecker 2019)

Eine Art der Zielgruppendefinition ist das Erstellen einer Persona. Dabei wird ein fiktiver Kunde beschrieben, welcher repräsentativ für eine Kundengruppe stehen soll. Das Profil beinhaltet persönliche Informationen, die es einfacher machen sollen, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zu verstehen. Wichtig ist jedoch, dass nur relevante Informationen, diese dafür sehr ausführlich, festgehalten werden. (Vgl. ebd.)

Personas



Abb.7: Persona 1

Andrea Sandholzer - 42 - Büroangestellte

Andrea ist gebürtige Tirolerin. Als sie im Alter von 21 Jahren ein Jobangebot in einem namenhaften Unternehmen im Vorarlberger Rheintal bekommt, beschließt sie kurzerhand nach Feldkirch zu ziehen. Da die Umgebung sehr ihrer Heimatgemeinde in Tirol ähnelt, fühlt sie sich schnell wohl und beschließt, in Vorarlberg zu bleiben. Ihr Bürojob fordert sie nicht richtig, das macht ihr jedoch nichts aus, da sie ihre freie Zeit für ihre vielen Hobbys nutzt. In ihrer Freizeit widmet sich Andrea auch gerne ihren unzähligen Do-it-yourself-Projekten, welche alle halb fertiggestellt in der Garage verstaut werden.

Ihr Mann, welchen sie bei einem Kochkurs kennenlernte, und sie gehen an den Wochenenden gerne in die Berge, wo sie Wanderungen unternehmen.

Gesellschaft und Gemeinschaft

Andrea ist gerne unter Leuten und war schon in unzähligen Vereinen tätig. Derzeit trifft sie sich regelmäßig im Kegelverein. Wenn es etwas zu organisieren gibt, meldet sich Andrea als erste freiwillig und nimmt das Ruder in die Hand. Ob sie für Veranstaltungen Flyer verteilt oder Gebäck für den Kuchenverkauf beisteuert, wenn sie das Gefühl hat, Teil einer Community zu sein, geht ihr Herz auf.

Nachhaltigkeit

Für Andrea ist es selbstverständlich bis zu einem gewissen Grad bei ihren Tätigkeiten auf Nachhaltigkeitsaspekte zu achten. Sie würde nie ohne Einkaufstasche einen Supermarkt betreten und bei Verweigerung von Mülltrennung sieht sie Rot. Wegen des Klimawandels jedoch macht sie sich keine Sorgen.

>> Die Erde wird doch schon immer wärmer, oder? <<



Abb.8: Persona 2

Angelika Graf - 22 - Studentin

Angelika studiert Wirtschaftswissenschaften an der Universität Innsbruck. Sie wird voraussichtlich im Sommer in Mindeststudienzeit abschließen. Ihre Wohnung in Innsbruck hat sie schon gekündigt und sie kann es kaum erwarten, wieder in Dornbirn zu wohnen.

Gesellschaft und Gemeinschaft

Wenn Angelika nach ihren Hobbys gefragt wird, fällt ihr meist keine zufriedenstellende Antwort ein. Sie ist gern in Gesellschaft, in Vereinen war sie bisher jedoch nur bedingt aktiv. Noch hat sie keinen Sport entdeckt, der ihr wirklich gefällt und langsam hat sie die Hoffnung aufgegeben, dass ein solcher existiert.

Nachhaltigkeit

Sie hat gerade das Gärtnern für sich entdeckt. Ihr geht es dabei in erster Linie nicht um den Nachhaltigkeitsaspekt, jedoch ist das Einsparen von Plastikverpackungen bei Gemüse ein großes Plus für sie. Als sie zufällig einen Gemeinschaftsgarten in ihrer Umgebung passiert, wird ihr Interesse geweckt.



Abb.9: Persona 3

Mathias Hauser - 31 - Jugendbetreuer

Mathias wohnte zehn Jahre in Wien, wo er Soziale Arbeit studierte. Er entschied sich für die Hauptstadt als Studienort um dem immer gleichbleibenden Vorarlberger Landleben zu entkommen und seinen Horizont zu erweitern. Gegen Ende seiner Zwanzigerjahre entscheidet er sich doch wieder in sein Heimatbundesland Vorarlberg zurückzukehren, da er, obwohl er es nicht gerne zugibt, das ruhigere Leben im Dorf vermisst. In seinem Leben strebt er danach etwas zum Positiven zu verändern.

Gesellschaft und Gemeinschaft

Er ist der festen Überzeugung, dass er mit der Teilnahme von Fridays-for-Future-Demonstrationen etwas bewirken kann. Mathias umgibt sich gerne mit Gleichgesinnten. So kann er auch seine Gedanken teilen, welche nicht immer nur auf positive Resonanz stoßen. Er ist gerne Teil von etwas Größerem.

Nachhaltigkeit

Woher seine Überzeugung für Umweltschutz kommt, kann er sich selbst nicht erklären. Wenn Mathias von alten Freunden mit leicht abwertendem Ton als „Weltverbesserer“ bezeichnet wird, ignoriert er das gekonnt. Was ihn daran nervt, ist nur die Gleichgültigkeit, welche diese der Zukunft aller entgegenbringen.

>> So kann es nicht weiter gehen. Und nein, Soja ist nicht schuld an der Abholzung des Regenwaldes. <<

Zielgruppendefinition

Die Zielgruppe beschränkt sich erstrangig auf Personen, welche schon Erfahrung mit der Vorarlberger Nachhaltigkeitsszene mit sich bringen oder ein Grundinteresse an Nachhaltigkeitsthemen zeigen. Sie sind wahrscheinlich in oder um Vorarlberg wohnhaft und kennen schon einige der auf der Karte abgebildeten Initiativen. Durch die Karte werden sie zusätzlich über ihnen noch unbekanntere Initiativen informiert. Das Aufhängen der Karte ermöglicht es ihnen öffentlich ihre Meinung zu vertreten und Bestärkung zu erfahren.

Sie sind sich bewusst, dass sie ihren Beitrag zu einer nachhaltigeren Lebensweise leisten, jedoch werden sie gerne daran erinnert, dass ihr Handeln etwas bewirkt. Personen der Zielgruppe wissen, dass sie mit ihrer Einstellung nicht alleine sind. Eine Landkarte, welche eine Vielzahl an Projekten in ihrem Interessensbereich aufzeigt, bestärkt sie in ihrer Einstellung. Sie macht sichtbar, dass eine Vielzahl an Initiativen vorhanden sind und lässt den Zusammenhalt in der Szene nicht außen vor.

Vorgängerprodukte / Mitbewerber

Initiativenlandkarte

Die Initiativenlandkarte wurde von der Wandelstufe ins Leben gerufen und konnte durch einen Kleinprojektfond der Internationalen Bodenseekonferenz im Jahr 2014 realisiert werden. (Vgl. Dunkle 2014)

Die Karte verfolgt das Ziel regionale Projekte im Bereich alternativer Lebens- und Wirtschaftsweisen zu unterstützen. Sie will diesen zu größerer Präsenz verhelfen. Die Einträge beschränken sich hauptsächlich auf Initiativen, welche selbstorganisiert in den Bereichen lokale Lebensmittelversorgung, kooperatives Wirtschaften und Gemeinschaftsbildung aktiv sind. Es wird deutlich kommuniziert, dass die Initiative keineswegs einen vollständigen Überblick über alle vorhandenen Projekte in diesem Bereich geben kann. Sie soll vielmehr einen Einblick in diese vielfältige Landschaft geben. Auch soll sie als Impulsgeber für veränderte Lebensstilperspektiven dienen. (Vgl. Fulterer o. J.)

Insgesamt verzeichnet die Initiativenlandkarte 38 Projekte, welche nicht nur über das ganze Rheintal verbreitet, sondern auch über die Landesgrenzen hinausragen. Diese werden in drei Themenfelder unterteilt. Im Themenbereich „Gärten und Felder“ sind Initiativen vertreten, die sich beispielsweise mit gemeinschaftlichem Anbau von Gemüse beschäftigen. Der Bereich „Häuser und Räume“ deckt Projekte ab, welche zum Beispiel die Nutzung von Räumen als Co-Working-Space anbieten. Das dritte Themenfeld „bewusst wirtschaften, verantwortungsvoll konsumieren“ zielt auf verantwortungsvolleren Umgang mit Ressourcen, beispielsweise mit Hilfe von Repair Cafés und Carsharing, ab.

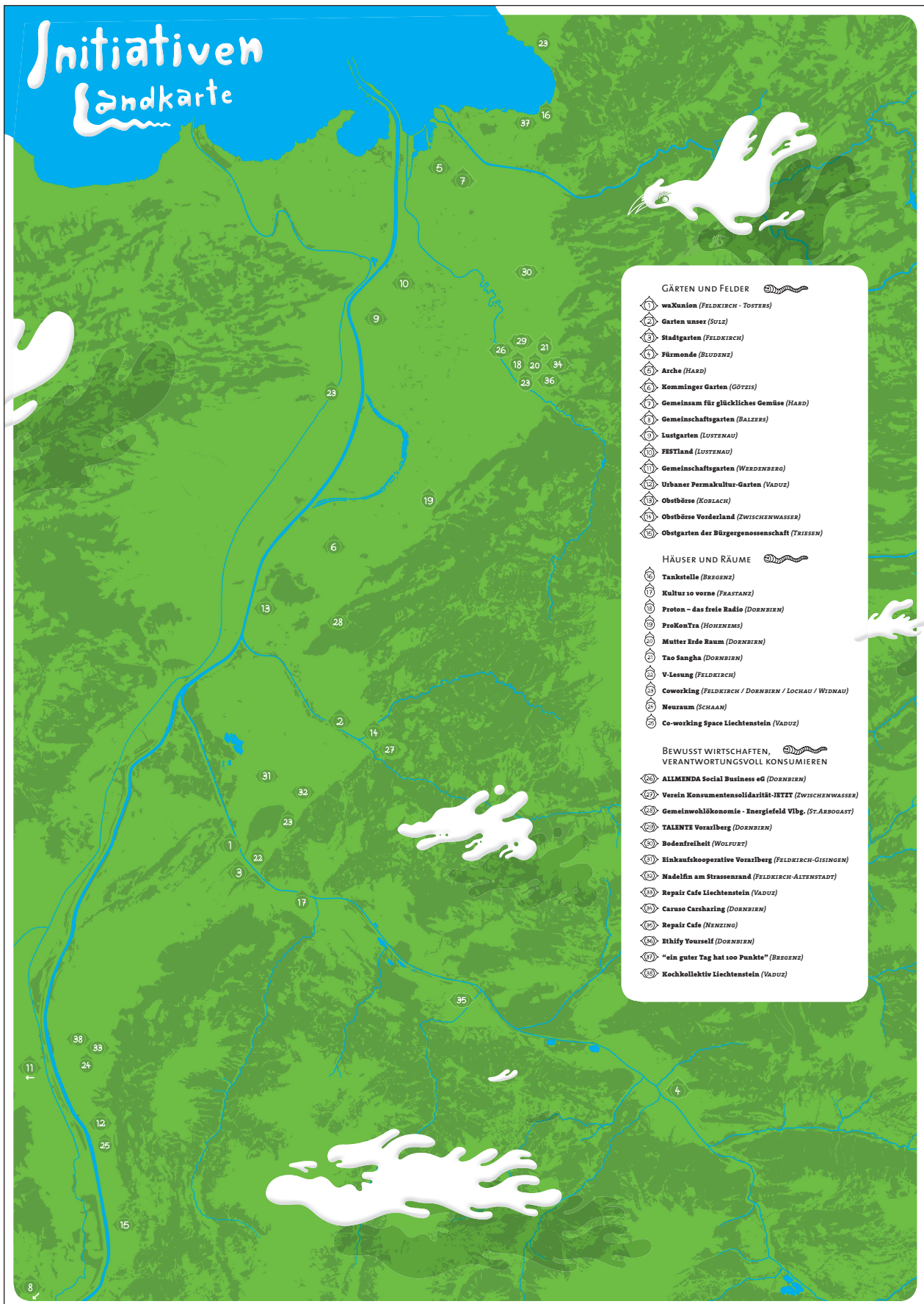


Abb. 10: Initiativenlandkarte

Neukölln von morgen - Der Stadtplan für ein faires und nachhaltiges Leben

Die Karte „Neukölln von morgen“ wird als fairer und nachhaltiger Stadtplan beschrieben. In diesem sind zahlreiche Geschäfte und Orte mit Produkten und Dienstleistungen, die „gut für Mensch und Natur sind“, zu finden. Mit inbegriffen sind neben Lebensmitteln und Kleidung aus fairem Handel auch umweltschonende Bio-Produkte sowie ressourcenschonende Upcyclingangebote. Die Karte beinhaltet auch beispielsweise Gemeinschaftsgärten in Neukölln, welche ein neues nachbarschaftliches Miteinander fördern und den Bezirk grüner machen. Zusätzlich werden Anlaufstellen für Reparaturen oder das Teilen und Tauschen von Dingen aller Art präsentiert. (Vgl. Wolman 2019)

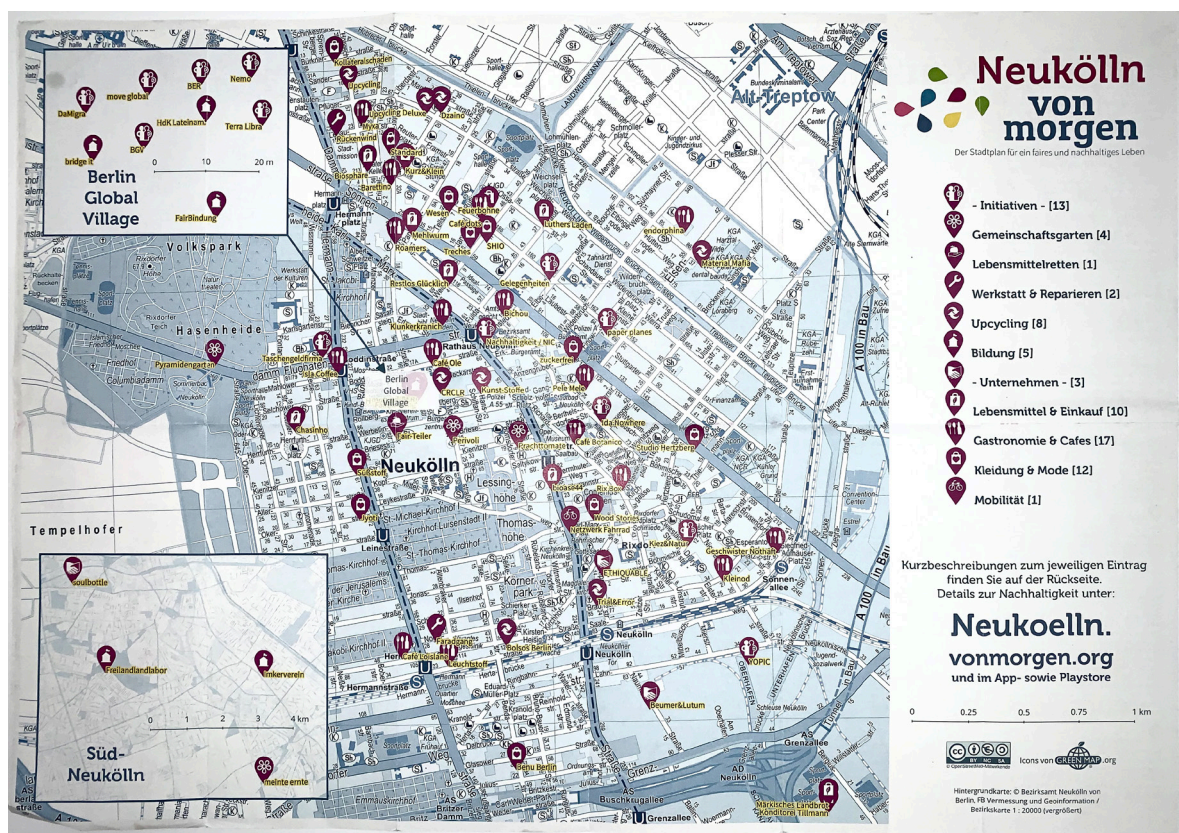


Abb. 11: Neukölln von morgen

Vergleich Initiativenlandkarte und Neukölln von morgen

Die erste Auflage der Initiativenlandkarte und die Karte „Neukölln von morgen“ zielen grundsätzlich auf den gleichen Effekt ab. Beide Karten zeigen die Vielfalt von Projekten in einem gewissen Gebiet auf. Die Initiativenlandkarte dient in diesem Fall mehr als Wanddekoration und weniger als Orientierungshilfe. „Neukölln von morgen“ hingegen wirkt wie ein gewöhnlicher Stadtplan, welcher bei Orientierungslosigkeit angewendet wird. Die Gestaltung zielt wohl mehr auf die Funktionalität ab, als darauf, optisch ansprechend zu fungieren.

Wienerkind: Saisonkalender

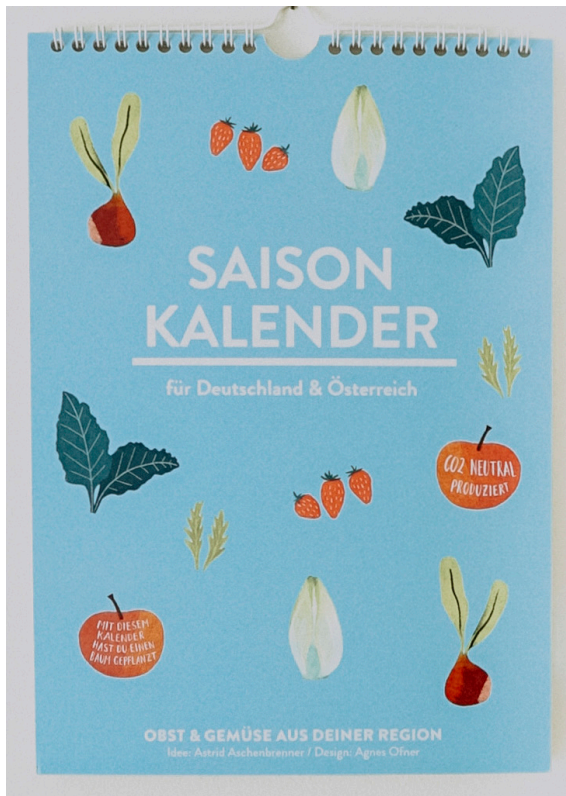


Abb. 13: Saisonkalender 1

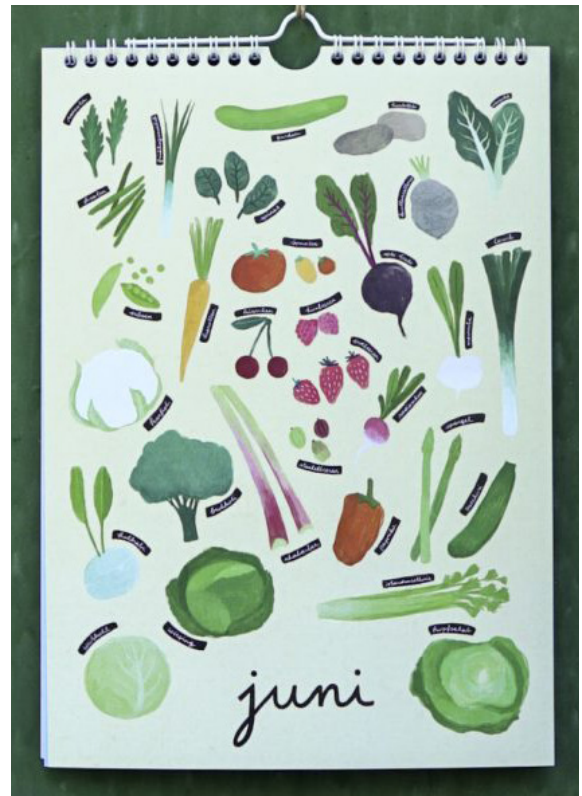


Abb. 14: Saisonkalender 2

Als weiteres Best-Practice-Beispiel eignet sich der Saisonkalender von Wienerkind. Dieser dient neben der Informationsvermittlung zusätzlich als Wandschmuck.

Der Saisonkalender von Wienerkind verschafft einen guten Überblick über die Erntezeit von Obst und Gemüse in Österreich und Deutschland. Mit dem Ziel regionale Lebensmittel in ihrer tatsächlichen Saison zu erwerben und somit nicht nur lokale Landwirte zu unterstützen, sondern auch die Umwelt zu schonen, wird der Kalender in Wien gedruckt.

Nicht nur wird er CO₂-neutral produziert, auch wird mit jedem Kalender ein Baum gepflanzt.

Liebevolle Illustrationen von Agnes Ofner schmücken den A4-formatigen Kalender und geben ihm somit einen gewissen Mehrwert. (Vgl. Wallner o. J.)

Gegenüber anderen Saisonkalendern erfüllt dieses Produkt einen weiteren Zweck. Neben rein informativem Inhalt wird das Produkt auch wegen seines Gesamtdesigns gekauft und aufgehängt. Einen wichtigen Teil sind die sich im Stil bei jedem Kalenderblatt leicht abweichenden Illustrationen. Interessant beim Vergleich der verschiedenen Seiten ist eine durchgängige Linie, welche sich durch den ganzen Kalender zieht. Beispielsweise enthält jedes Kalenderblatt zusätzlich zu den Illustrationen eine handschriftliche Beschriftung neben dem abgebildeten Obst und Gemüse.

Der Kalender ist auf der nachhaltig motivierten Website „fairschenkt.at“ erwerbbar und erscheint am 08.05.2020 in zweiter Auflage. (Vgl. ebd.)

Kommunikate Version 1

Landkarte

Für die erste Version des praktischen Projekts wurde ein Poster und ein Booklet erstellt. Auf dem Poster, welches eine geografische Karte von Vorarlberg und Liechtenstein zeigt, wurden zusätzlich der Bodensee sowie die wichtigsten Flüsse der Region eingezeichnet.

Die Karte beinhaltet 38 nummerierte Einzeichnungspunkte, wobei jedes Feld eine Initiative kennzeichnet. Die in orange eingezeichneten Punkte kennzeichnen die im Booklet portraitierten Initiativen.

Auf dem weißen Feld, welches am rechten unteren Rand des Posters platziert ist, werden die Projekte in den drei Themenbereichen „Gärten und Felder“, „Häuser und Räume“ und „Bewusst wirtschaften, verantwortungsvoll konsumieren“ gruppiert aufgelistet.

Im Hintergrund sind Vorarlberger Dialektwörter zu lesen. Die Begriffe und Phrasen beziehen sich hauptsächlich auf Aktivitäten, die im Zusammenhang mit den portraitierten und eingezeichneten Projekten stehen. Zum einen sollen sie den Zweck der Schaffung einer weiteren Ebene erfüllen und die sonst leer wirkende Hintergrundfläche füllen. Zum anderen sollen sie die Neugierde wecken. Das wird dadurch verstärkt, dass nicht jeder Begriff komplett sichtbar und deshalb nicht vollständig lesbar ist. Gleichzeitig kann die Gestaltung auch so interpretiert werden, dass nicht immer sichtbar ist, was im Hintergrund geschieht und es noch mehr zu sehen und zu erfahren gibt. Diese Überlegung führt somit wieder zum eigentlichen Ziel: Die Sichtbarkeit der Vielfalt der Initiativen zu verstärken.

Zusätzliches Erzeugnis - Booklet

Die erste Version der praktischen Arbeit umfasst ein Booklet, welches sich mit einigen ausgewählten Vorarlberger Projekten näher beschäftigt. Darin befinden sich Interviews mit den Initiatoren oder derzeit aktiven Mitgliedern, die beispielsweise über die Entstehung sowie über Wünsche und Ziele in der Zukunft sprechen.

Der nachfolgende Abschnitt beschreibt die Entstehung und den Inhalt dieses zusätzlichen Erzeugnisses.

Interviews

Ziel der Interviews ist es eine gewisse Nähe zu den Projekten herzustellen und die Initiativen nahbarer wirken zu lassen. Ebenso verleiht ein Interview mit teilweise persönlichen Geschichten eine Leichtigkeit, welche bei einem alleinig aus Fakten bestehenden Informationstext so nicht gegeben ist. Zusätzlich konnten direkt Portraitfotos von den Interviewten gemacht werden, die für das Booklet verwendet wurden.

Auszug Interviewleitfaden am Beispiel „InKonTra“ (Julia Felder)

Du bist bei mehreren verschiedenen Projekten tätig. Bei welchen Initiativen genau bist du aktiv?

Wie lange gibt es InKonTra schon?

Kannst du mir etwas über die Entstehung erzählen? Wie lange bist du bereits dabei?

Wie bist du dazu gekommen?

Was kann man sich unter Friedensarbeit und Konflikttransformation vorstellen?

Das letzte Projekt fand im März 2019 statt und trug den Namen „Theaterlabor für Wandelfreudige: Collaborating for Change.“ Kannst du mir etwas davon erzählen?

Was würdest du als deine größten Erfolge bezeichnen? Worauf bist du besonders stolz? Was habt ihr erreicht? Gibt es eine besondere Geschichte, die du gerne teilen würdest?

Was bedeutet Wandel für dich?

Interviewpartner

Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte aus dem Register der Wandelstufe. Mit Hilfe von Dieter Koschek, einem Mitglied der Organisation, wurde festgelegt, welche Initiativen die interessantesten für das Projekt darstellen. Aus den 110 Projekten wurden 7 Initiativen ausgewählt, welche die folgenden verschiedenen Bereiche abdecken.

Gärten und Felder

- Essbare Stadt Dornbirn
- Gartenkooperative Liechtenstein
- UNWEIT.

Reparieren statt wegwerfen

- Repair Café Rankweil
- Repair Café Feldkirch

Bildung

- PRIM

Frieden und Ankommen

- InKonTra – interkulturelle Konflikttransformation

Gestaltung Booklet

Formatwahl

Für das Format des Booklets wurde das ISO-DIN-Format A5 gewählt. Grund für die Wahl dieses Größenformats war die Senkung der Hemmschwelle zur spontanen Mitnahme auf Veranstaltungen. Der Druck erfolgte im Querformat, da sich etwa dieselbe Menge an Text unterbringen lässt, wie bei einem hochformatigen Druckerzeugnis dieser Art. Der Lesefluss wird jedoch durch breitere Spalten unterstützt und die vorhandene Fläche wird besser genutzt. (siehe Abbildungen)

Ein weiterer Grund für die Wahl des Querformats ist das Herausstechen aus der Masse, da für den Großteil der Booklets und Bücher Hochformat gewählt wird.

Segmente und Anordnung

Um den Goldenen Schnitt und die Drittelregel besser anwendbar zu machen, wurden die Seiten in drei Segmente eingeteilt.

Die Drittelregel beschreibt die linke obere Ecke einer Seite als aktiven Hotspot, welcher zuerst wahrgenommen wird.

Auf Basis der Drittelregel und um den aktiven Lesefluss des Fließtextes nicht zu unterbrechen, wurden die Portraitfotos im linken oberen Drittel platziert.



Abb. 15: Booklet

Typografie

Bei der Vorauswahl für die infrage kommenden Typografien des Fließtextes fiel die Entscheidung auf Nunito Sans sowie Ubuntu Light. Ein Argument, welches für die Nutzung von Ubuntu spricht, ist die häufigere Verwendung des Fonts im Nachhaltigkeitsbereich. Übersetzt bedeutet „Ubuntu“ „Menschlichkeit“ was das Wort auch zu einem beliebten Begriff in der Nachhaltigkeitsszene macht.

Die Wahl fiel auf Nunito Sans, da diese Schriftart einen schmaleren Schriftschnitt besitzt und somit trotz kleinerem Zwischenraum eine gleichwertig gute Lesbarkeit, im Vergleich zu Ubuntu, garantiert. Außerdem benötigt Ubuntu einen größeren Zeilenabstand, was somit mehr Platz für weniger Text bedeutet. Nunito Sans wirkt insgesamt zarter und cleaner. Beide Schriftfamilien stehen kostenlos auf Google Fonts zum Download zur Verfügung.

Für den Fließtext des Booklets sowie der Landkarte wurde Nunito Sans Light verwendet. Diese serifenlose Schriftart wirkt modern und zeichnet sich durch ihre gute Lesbarkeit und Einfachheit aus. Die Wahl von Nunito Sans wird somit auch als Instrument für die reduzierte Gestaltung des Booklets verwendet. Der niedrigere Grauwert des Fließtextes lässt ihn zusätzlich leichter wirken.

Headlines und Interviewfragen wurden in Montserrat Medium, Bold und SemiBold gestaltet.

Montserrat eignet sich besser für eine geringere Zeichenanzahl, da die Buchstabenbreite im Vergleich zu Nunito Sans größer ist. Folglich kann auch ein dickerer Schriftschnitt verwendet werden, ohne die Lesbarkeit zu beeinträchtigen.

Fließtext

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,?!
(Nunito Sans Light)

Interviewfragen

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,?!
(Montserrat Medium)

Titel

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdef-
ghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890.,?!
(Montserrat SemiBold)**

Kommunikate Version 2

Der Überarbeitungsprozess

Für die Überarbeitung der praktischen Arbeit wurde der alleinige Fokus auf das Poster der Vorarlbergkarte gelegt.

Beim Entwurf der ersten Version stand die Informationsvermittlung im Vordergrund. Diese wurde bei der zweiten Version weniger stark gewichtet und die Entscheidung fiel dafür auf eine individuelle Darstellung der einzelnen Initiativen. Das Ziel, die Vielfalt und Menge an Projekten darzustellen, kann somit besser erreicht werden.

Statt der nummerierten Kreissymbole der ersten Version wurde bei der Überarbeitung auf Illustrationen gesetzt. Diese wurden für jedes Projekt eigens erstellt und mit Namen und Tätigkeitsbereich beschriftet. Die individuellen Illustrationen zielen darauf ab, die einzelnen Illustrationen nicht nur wie eine Nummer auf einer Liste wirken zu lassen. Zusätzlich geben die Illustrationen den Tätigkeitsbereich des jeweiligen Projekts wieder und sollen neben einer grafischen Aufwertung auch dementsprechend zum Verständnis beitragen.

Von der ersten Version der Karte beibehalten wurde die Grundfläche und dessen topographische Eigenschaften mit dem angrenzenden Bodensee und Liechtenstein.

Um überflüssige Elemente auf der Karte zu vermeiden, wurde auf die im Hintergrund platzierten Begriffe sowie auf die Darstellung der Flüsse verzichtet. Letzteres, als Gestaltungselement in Kombination mit den Illustrationen, hätte mehr Unruhe als Nutzen in das Gesamtbild gebracht. Zum Orientierungszweck sind sie durch die Ortsbeschreibung der Initiativen nicht zwingend notwendig. Aus dem gleichen Grund wurde ebenfalls auf eine Legende verzichtet. Die Beschriftung schafft genügend Klarheit, deshalb konnte eine Zeichenerklärung ohne weiteres weggelassen werden.

Designentscheidungen

Typografie / Beschriftung

Nachdem die handschriftliche Beschriftung der Karte zu unruhig wirkte (siehe Abbildung), wurde diese durch die Schriftfamilie „Museo“ ersetzt. Diese steht bei Adobe Fonts zum Download zur Verfügung. Die Semi-Serif-Schrift „Museo“ ist in 5 Strichstärken verfügbar und wurde für den Namen der Initiative verwendet. Für die Beschreibung, beziehungsweise den Ort, wurde Museo Sans gewählt.

Erklärung / Ort

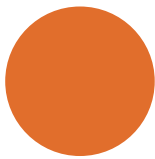
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,?!
(Museo Sans 300)

Name der Initiative

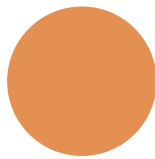
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdef-
ghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890.,?!
(Museo 500)

Farbschema

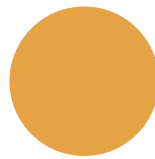
Für die Karte wurde ein natürlicher Farbraum gewählt, um die verschiedenen Gemüsesorten in einer möglichst realistischen Farbgebung darzustellen. Die Gegenstände wurden mit den geläufigen Farben koloriert.



C8 M66 Y89 K1
#E16E2C



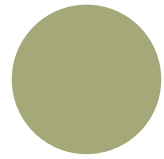
C8 M51 Y71 K1
#E49053



C9 M40 Y79 K1
#E6A346



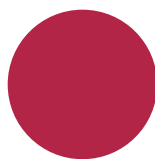
C37 M16 Y81 K2
#B0B64D



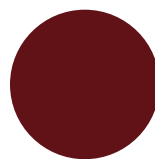
C39 M24 Y57 K7
#A5A879



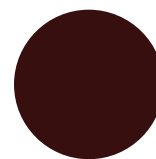
C22 M86 Y96 K11
#B63C1D



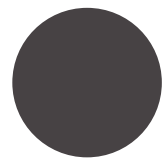
C21 M96 Y57 K13
#B32546



C35 M100 Y81 K57
#611216



C49 M91 Y71 K79
#370F0F



C63 M58 Y51 K54
#474244

Illustrationen



Finales Design



Abb. 16: Finales Design Initiativenlandkarte

Weiterführung

Die Weiterführung der Karte besteht aus einer zusätzlichen Rückseite, welche die Illustrationen der Initiative, die jeweilige Kurzbeschreibung und eine Kontaktmöglichkeit beinhaltet. Da auf dem finalen Produkt weitaus mehr Projekte vertreten sein werden, als zum jetzigen Stand, beschränken sich die Kurztexte auf drei Zeilen. Es wurde auch über das Anbringen eines Ziffernsystems nachgedacht, welches zur Übersichtlichkeit beitragen soll. Zusätzlich wird noch eine Kontaktinformation der Wandelstufe und das Logo des Förderungsgebers angefügt. Weitere Evaluationsergebnisse werden additional beachtet.



Abb. 17: Prototyp Rückseite

Methoden

Vorbereitung

Durchführung

Ergebnisse

Evaluation

4

Methoden

Beschreibung der Methodenwahl

Bei der Wahl von Evaluationsmethoden gilt es zunächst zwischen qualitativen und quantitativen Methoden zu unterscheiden. Bei einer direkten Gegenüberstellung der Verfahren zeigen sich die Unterschiede, wie folgend beschrieben, deutlich.

Vergleich qualitative / quantitative Methoden

Die qualitative Forschung konzentriert sich in der Vorgehensweise beispielsweise auf das Sinnverstehen, wobei bei der quantitativen Forschung das Messen im Vordergrund steht. Somit kann auch von unterschiedlichen Erkenntnisinteressen ausgegangen werden. Diese liegen bei der qualitativen Forschung mehr in der Erforschung von Lebenswelten und Interaktion. Die quantitative Forschung im Gegensatz dazu zielt auf das Erklären kausaler Zusammenhänge und auf die Verallgemeinerbarkeit von Stichproben auf die Population ab.

Als Methoden für qualitative Forschung kommen zum Beispiel Interviews und Gruppendiskussionen infrage. Beispiel für Methoden der quantitativen Forschung sind Versuche und Experimente. Beobachtungen eignen sich für qualitative sowie quantitative Forschung, wobei die Zielsetzung eine unterschiedliche darstellt. (Vgl. Scheibler o. J.)

Durchführung einer Evaluation während der COVID-19-Pandemie

Nach dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie in Österreich Anfang des Jahres 2020 wurden nicht nur die Universitäten und Fachhochschulen des ganzen Landes geschlossen, auch galt es private soziale Kontakte zu vermeiden.

In Zeiten des sogenannten „Social Distancings“ gestaltet sich eine Evaluation diffiziler, da es nicht möglich ist, diese mit einer Evaluationsmethode, welche physische Anwesenheit verlangt, durchzuführen. Gerade bei einem physischen Prototypen ist das als Schwierigkeit zuordenbar.

Weitere Hindernisse, welche bei einer digitalen Evaluationsmethode auftreten können, sind zum Beispiel die fehlende nonverbale Kommunikationsebene. Die Körpersprache beispielsweise, welche das Gesagte meist unterstreicht, kann teilweise auch über ein Videogespräch gedeutet werden. Auch die Mimik des Gegenübers ist bei dieser digitalen Kommunikationsform erkennbar. Eine Schwierigkeit stellt jedoch der fehlende Blickkontakt dar. Dieser wird als wichtiges Element eines Interviews verstanden. Der Gemütszustand wird unter anderem durch das Zusammenwirken von Mimik und Blickrichtung wahrgenommen. Neueren Theorien zufolge lässt sich anhand der Blickrichtung die Zeitrichtung, beispielsweise Vergangenes oder Zukünftiges sowie der Sinnesreiz der Informationsverarbeitung ableiten. (Vgl. Haller 2013, S.270)

Der Ausdruck „Zoom Fatigue“, welcher wohl erst in der Zeit der Pandemie entstanden ist, bezeichnet den Überforderungszustand bei Videokonferenzen. Blickkontakt kann grundsätzlich nur entstehen, wenn direkt in die Kamera geblickt wird. So kann jedoch das Gegenüber wiederum nicht auf dem Bildschirm gesehen werden. (Vgl. Moorstedt 2020)

Unter „Zoom Fatigue“ wird auch die Ermüdung durch Videotelefonie verstanden. Dieser Zustand entsteht dadurch, dass ein Videoanruf mehr Konzentration verlangt, als ein Gespräch, welches persönlich

geführt wird. Als Grund dafür wird die zusätzliche Energie, welche für das Deuten und Verarbeiten von nonverbalen Signalen aufgewendet werden muss, genannt. (Vgl. Jiang 2020)

Videotelefonie als akzeptable Alternative zu einem persönlichen Treffen ermöglicht zumindest das Senden und Empfangen von einigen nonverbalen Signalen, wenn auch nur bedingt. Dank zahlreichen sich immer weiterentwickelnden Lösungen im digitalen Bereich, kann die Mimik und Gestik zumindest als Indikator für das Verständnis von Antworten gezählt werden. Anders als bei Telefoninterviews, bei deren die visuelle Ebene komplett wegfällt. Somit konnte eine Videokonferenz das persönliche Gespräch, welches während gewissen Zeitperioden auch gesetzlich nicht eindeutig erlaubt gewesen wäre, ersetzen.

Passende Tools für Videotelefonie gibt es mittlerweile zahlreiche. Einige Beispiele für weit verbreitete Lösungen sind Microsoft Teams und Zoom, welche oft bei „Distance Learning“ in Universitäten und Schulen zum Einsatz kommen. Ebenfalls etabliert ist Skype, ein Kommunikationstool, welches schon seit vielen Jahren mit kostenloser Videotelefonie wirbt.

Thinking-Aloud-Test

„Thinking aloud may be the single most valuable usability engineering method.“ I wrote this in my 1993 book, Usability Engineering, and I stand by this assessment today. The fact that the same method has remained #1 for 19 years is a good indication of the longevity of usability methods.

Laut Jakob Nielsen werden nur drei Schritte für das Ausführen des Thinking-Aloud-Tests benötigt:

1. „Recruit representative users.
2. Give them representative tasks to perform.
3. Shut up and let the users do the talking.(Nielsen 2012)

Um dieser Anleitung zu folgen, müssen somit repräsentative Testpersonen festgelegt werden, die den Usabilitytest auch ausführen. Ebenso müssen die Aufgaben, die im Vorfeld definiert werden, eine gewisse Repräsentativität mit sich bringen. Im dritten und letzten Schritt soll das Sprechen der Testperson überlassen werden, damit das Ergebnis nicht beeinflusst und somit verfälscht werden kann.

Nielsen behauptet nicht nur die Methode diene als „Spiegel zur Seele“, sondern er zählt auch Vorteile des Thinking-Aloud-Tests auf. Diese lauten wie folgt:

- Cheap
- Robust
- Flexible
- Convincing
- Easy to learn

Da keine besonderen Utensilien benötigt werden, ist die Methode sehr preiswert. Wenn die Proband*innen während des Thinking-Aloud-Tests nicht durch Unterbrechungen oder Beeinflussungen derangiert werden, erweist er sich als sehr widerstandsfähig. Weiters zeichnet sich die Methode durch ihre Flexibilität aus. Sie kann in jeder Entwicklungsphase eines Produkts angewendet werden. Zusätzlich ist sie für eine Vielfalt von Produkten nutzbar. Somit kann sie beispielsweise bei mobilen Applikationen als auch bei Papierprototypen zum Einsatz kommen. Der Usabilitytest erweist sich außerdem als überzeugend durch die ehrlichen Gedanken der Zielgruppe. Zu guter Letzt werden für das Durchführen der Methode keine theoretischen Hintergründe und kein Fachwissen benötigt. Sie zeichnet sich durch ihre Einfachheit aus. (Vgl. Nielsen 2012)

Experteninterview

Die vereinfachte Definition eines Experteninterviews besagt, es wird eine Person zu seinem oder ihrem Wissen interviewt. Dabei wird das Experteninterview vom journalistischen Interview klar abgegrenzt, da dieses, beispielsweise im Gegensatz zum sachlichen Interesse des Experteninterviews, öffentliches Interesse zum Motiv hat. Zusätzlich wird nicht nach Meinungsäußerungen, sondern nach Sachmotiven gesucht. (Vgl. Mieg; Brunner 2001, S7f)

„Entscheidend dabei ist, dass die Rolle des Experten herausgestellt und seine Fachkompetenz unstrittig ist, dass seine Darlegungen konkret, anschaulich und allgemeinverständlich sind – und das Problemthema eng umrissen wird.“ (Haller 2013, S. 179)

Über die Befragten Personen

Für die Evaluierung wurden Personen gewählt, die sich mit der Kommunikation beziehungsweise Organisation von Nachhaltigkeitsprojekten beschäftigen.

Die Befragungsgruppe besteht aus Ingrid Benedikt, Wolfgang Seidel und Julia Felder.

Die Befragten Personen gelten nicht nur als Experten, sondern können auch als Teil der Fokusgruppe betrachtet werden.

Ingrid Benedikt

Ingrid Benedikt hatte schon vor über 10 Jahren die Idee der Weltumweltwoche, welche durch sie initiiert wurde. Diese wurde von ihr konzipiert und umgesetzt und findet seit 2010 in Dornbirn statt. Bei der Weltumweltwoche handelt es sich um eine Veranstaltungsreihe, welche einen wichtigen Beitrag im e5-Programm darstellen soll. Das Programm besteht beispielsweise aus Workshops, Führungen und Ausstellungen, welche das Ziel verfolgen, Vielfalt und Eigeninitiative aufzuzeigen und zu fördern. Weiters gilt sie als Initiatorin des „Offenen Kühlschranks“, welcher ebenfalls auf der Landkarte vertreten ist. Das Projekt zielt auf das Reduzieren von vermeidbarem Lebensmittelabfall ab. Das Prinzip ähnelt dem eines offenen Bücherschranks. Da sie langjährige Erfahrung mit der Bewerbung und Verbreitung ihrer eigens initiierten Projekte im Nachhaltigkeitsbereich hat, wurde sie für die Evaluation als relevant empfunden.

Wolfgang Seidel

Wolfgang Seidel ist Leiter der Stabsstelle Kommunikation des Vorarlberger Energieinstituts.

Sein Tätigkeitsbereich umfasst beispielsweise Presstexte, strategische Unterstützung sowie das Erstellen von Kommunikationskonzepten. Des Weiteren hält er Vorträge auf Veranstaltungen und Konferenzen und übernimmt die Moderation von Veranstaltungen und Workshops.

Neben seinem persönlichen Interesse an Nachhaltigkeitsthemen, verfügt er über Fachwissen zum Thema Usability im Kommunikationsbereich.

Julia Felder

Julia Felder ist derzeit als Projektkoordinatorin bei der Initiative InKonTra tätig. Ein Beispiel ihres Tätigkeitsbereichs ist das Koordinieren von Theaterstücken, welche in diesem Begegnungsraum aufgeführt

werden. Weiters war sie Teil eines Projekts, bestehend aus Straßeninterviews, bei dem es um Begegnungen zwischen Geflüchteten und passierenden Menschen und deren Antworten auf Fragen zum Thema Frieden geht.

Weiters ist sie beim Radio Proton tätig. Sie führt Interviews, welche Teil des Formats „Gute Nachrichten aus dem Rheintal“ sind. Darüber hinaus ist Julia Felder Teil der Kerngruppe der Tiny House Gemeinschaft Vorarlberg. Diese drei beschriebenen Projekte sind auch auf der Landkarte vertreten.

Auch sie ist fest in der Vorarlberger Nachhaltigkeitsszene verankert. Julia ist Teil des Teams der Wandelstreppe und erfüllt somit zusätzlich die Teilrolle des Kunden.

Vorbereitung

Für die Evaluation mittels Thinking-Aloud-Tests und Experteninterviews wurden neben einigen Aufgaben, welche es während des Thinking-Aloud-Tests zu lösen galt, auch Fragen vorbereitet.

Die Qualität des Experteninterviews zeichnet sich unter anderem sehr durch das Wissen der einzelnen Befragungspersonen aus. Aus diesem Grund wurde die Recherche zum Tätigkeitsbereich dieser Personen neben der allgemeinen Vorbereitung auf Interviews, auch für individuelle Fragen als sinnvoll erachtet.

Die sogenannten Expert*innen haben in einem speziellen Themenbereich besonders viel Erfahrung und wurden aus diesem Grund gebeten, an der Evaluation teilzunehmen.

Den Testpersonen wurde vorab die digitale Version der Landkarte mit einer kurzen Erklärung des Projekts zugesandt. Zudem wurde auch eine physische Version in Originalgröße an die Proband*innen per Post übermittelt. Alle teilnehmenden Personen kennen die erste Auflage der Landkarte und somit auch das Konzept und das Ziel, welches verfolgt wird. Es wurde sich auf ein Videotelefonietool geeinigt und ein Termin vereinbart. Zusätzlich wurde ein ungefähres Zeitfenster festgelegt.

Durchführung

Die Durchführung geschah auf digitalem Weg. Nachdem der Anruf in dem von der Testperson gewählten Tool gestartet wurde, wurde nach einer kurzen Einführung über das Projekt die Methode des Think-Aloud-Tests erklärt und den Hinweis auf ein Abschließendes Interview gegeben. Aufgrund des Vorwissens über die Wandelstreppe und der ersten Auflage der Landkarte gestaltete sich die Einführung als sehr zeitsparend und problemlos.

Die befragten Personen erhielten die Anweisung die physische Karte vor sich auszubreiten und ihre Gedanken laut auszusprechen. Jegliche Anmerkungen und Fragen sollten direkt eingebracht werden. Die Aufgaben beliefen sich hauptsächlich auf den Usabilitybereich. So wurde beispielsweise nach dem Suchen und Finden von Projekten in unterschiedlichen Gruppen gefragt. Eine Aufgabe lautete: „Finde eine Initiative aus dem Bereich Garten und Felder in der Nähe deines Wohnortes“ Um ein vergleichbares Ergebnis zu erzielen, wurde zuvor festgelegt, dass Dornbirn in diesem Fall als Wohnort gilt.

Als Weiterführung dieser Aufgabe wurde nach dem Finden weiterer Informationen verlangt. Somit sollten die Versuchspersonen auf der Rückseite den passenden Kurztext zur gewünschten Initiative finden und ermitteln, wie diese kontaktierbar ist.

Diese gesamte Aufgabe wurde einmal in einer weiteren Kategorie wiederholt.

Das Feststellen der Verantwortlichen des Projekts und das Herausfinden der Kontaktmöglichkeit dieser zählte ebenfalls zu einer der Aufgaben.

Nachdem die Aufgaben erfüllt wurden, wurden einige Fragen zur generellen Usability des Produkts gestellt. Auch der Gebrauch und die optische Wirkung des Produkts wurde ermittelt.

Die Testpersonen wurden zudem nach ihrer Expertenmeinung im Nachhaltigkeitsbereich befragt. Diese beinhaltete zum Beispiel den Umgang mit Kommunikaten in den ihnen bekannten oder in den sich selbst beteiligten Projekten und die Bewerbung von Events.

Ergebnisse

Die Aufgaben wurden von allen Proband*innen ohne ersichtliche Probleme gelöst.

Nur eine Testperson musste ein zweites Mal auf die Vorderseite blicken, um sich das Symbol einzuprägen, da das Symbol beim ersten Blick auf die Karte nicht im Gedächtnis blieb. Der Blindtext, welcher noch auf der unteren Hälfte der Karte eingesetzt wird, schien eine Testperson zu verwirren, was ihr einziges erkenntliches Hindernis darstellte.

Gestaltung

Die Gestaltung wurde beispielsweise mit „ansprechend; wahrscheinlich auch in verschiedenen Kreisen“, „macht neugierig“ und „stimmiges Gesamtbild“ kommentiert.

Die allgemeine Meinung zur Gestaltung der Karte war, dass diese optisch gefällt und aufgehängt werden würde.

Aus der Sicht des Kommunikationsexperten macht die Gestaltung Sinn, wenn die Erwartungshaltung klar ist. Er meinte außerdem, dass das Produkt letztendlich auf Personen mit gewisser Affinität im Nachhaltigkeitssektor abzielt und diese auch angesprochen werden. Auch die Entscheidung eine eigene Illustration pro Initiative zu verwenden, wurde als Unterstützung des Aufzeigens der Vielfalt von Initiativen erkannt.

Legende

Nach dem Stellen der direkten Frage, ob der Testperson eine Legende auf der Vorderseite fehle, wurde diese von allen Proband*innen verneint. Die Gestaltung sei klar und die Illustrationen wären selbsterklärend.

Textlänge und Kontaktinformationen

Die Zeichenanzahl und die damit verbundene Länge des Textes wurde von allen Testpersonen als ausreichend beziehungsweise genau richtig beschrieben. Auch wurde angemerkt, dass die gewählte Zeichenanzahl ausreichen würde, um Interesse zu wecken und anschließend die angeführte Website zu besuchen.

Gruppierung

Die Gruppierung in Themengebiete wurde von den Befragungspersonen als nützlich und praktisch

empfunden. Neben Kommentaren wie „Die Gruppen sind gut, um die Vielfalt zu zeigen.“, wurde auch ein praktischer Aspekt aufgezeigt. Die Aufklärung über weitere Projekte im gleichen Themengebiet ist gegeben, wie eine Testperson wie folgt beschreibt: „Wenn ich mich für eine Initiative in einem Bereich interessiere, kann ich nachsehen, was es sonst noch gibt.“

Usability

Die Rückmeldungen zum Thema Usability im Bereich der Platzierung der Illustrationen waren eindeutig und einstimmig. Alle Testpersonen sprachen den Umgang mit der Verortung von gewissen Initiativen an. So wünschten sich die zwei Probandinnen einerseits die Einzeichnung im Wirkungsgebiet, andererseits gab es den Vorschlag, nicht verortbare Projekte außerhalb der Vorarlberger Landesgrenze einzuzeichnen.

Eine Anmerkung des Usabilityexperten war es, eine Anordnung der Initiativen auf der Rückseite nach Bezirken oder Postleitzahl zu wählen. Dies würde helfen, diese schneller zu finden.

Zusätzlich erwünschte Elemente

Um die Erwartungshaltung an das Produkt klarzustellen, gab es den Vorschlag eines „call to action“. Jener könne beispielsweise „Schau online, welche weiteren Projekte es gibt!“ oder „Trag deine Initiative ein!“ lauten. Dieser Wunsch wurde von zwei der drei Testpersonen unabhängig voneinander geäußert. Auch die Angabe von näheren Informationen zur Wandelstreppe wurde gewünscht. Als Vorschlag wurde die Anführung einer kurzen Erklärung oder Kontaktinformationen, wie die Website angegeben.

Fazit Evaluation

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Testpersonen zufrieden mit der Ausarbeitung des Produkts waren. Der Zweck der Karte wurde im Allgemeinen als Vernetzung zwischen kleineren Initiativen erkannt und auch als Bestärkung bezeichnet.

Die wichtigsten Punkte waren der Umgang mit der Verortung der Initiativen und einige wünschenswerte Elemente, wie beispielsweise Kontaktinformationen zur Wandelstreppe. Die Annahme, dass eine Legende durch eine selbsterklärende Gestaltung nicht benötigt wird, wurde bestätigt. Die Verbesserungsvorschläge und die den Proband*innen fehlenden Objekte wurden vermerkt und werden bei der Weiterführung des Projekts beachtet.

Fazit

Literaturverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Eidstattliche Erklärung

5

Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war die Förderung der Vernetzung von nachhaltig agierenden Menschen durch die Wahl des passenden Mediums. Sie gibt einen Überblick über Vorgänger- und Mitbewerberprodukte, sowie über die theoretischen Grundlagen der Kartographie.

Bei der Erstellung des Kommunikats fiel die Wahl auf eine Landkarte, in der eine große Bandbreite an Projekten vorgestellt wird. Diese eignet sich neben der Funktion der Informationsvermittlung auch als Wandschmuck.

Bei dem entstandenen Produkt handelt es sich um eine Karte, bei der der Gestaltungsaspekt vor einer rein funktionalen Umsetzung steht. Die Landkarte soll Menschen in ihrem Tun bestärken und zur Sichtbarkeit der Dichte und Vielfalt der Initiativen in Vorarlberg beitragen.

Die Evaluation erfolgte mittels Kombination aus Thinking-aloud-Tests und Experteninterviews mit ausgewählten Personen aus der Nachhaltigkeitsszene. Durch das Evaluieren des Produkts wurde die Annahme bestätigt, dass sonst als essentiell empfundene Elemente einer Karte durch gezielte Gestaltungselemente weggelassen werden können. Die Legende, zum Beispiel, wird durch eine selbsterklärende Gestaltung nicht als benötigt gewertet.

Von den Testpersonen wurden lediglich einige fehlende Details kritisiert, wie beispielsweise nähere Informationen zu Herausgeberinnen und Herausgebern. Diese Punkte werden bei der Weiterführung des Kartenprojektes berücksichtigt und eingebaut.

Literaturverzeichnis

Aufmkolk, Tobias; von Kalben, Beatrix (2019): Ordnungssysteme: Kartografie. Online im Internet: URL: https://www.planet-wissen.de/gesellschaft/ordnungssysteme/kartografie_das_gesicht_der_erde/index.html (Zugriff am: 01.05.2020).

Berger, Christoph Michael (o. J.): Weltkugel-Globus.de. Kartentypen. Online im Internet: URL: <https://www.weltkugel-globus.de/karten/kartentypen/> (Zugriff am: 06.05.2020).

Bernecker, Prof. Dr. Michael (2019): Zielgruppen definieren – So einfach kann es gehen! Deutsches Institut für Marketing. Online im Internet: URL: <https://www.marketinginstitut.biz/blog/zielgruppen-definieren/> (Zugriff am: 08.05.2020).

Brand, Ulrich (Hrsg.) (2012): ABC der Alternativen 2.0: von Alltagskultur bis Zivilgesellschaft. Neuauflage. Hamburg: VSA:Verlag.

„Der (Ideal-)Verein“ (2019): Wirtschaftskammer Österreich. Der (Ideal-)Verein. Online im Internet: URL: https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Der_Idealverein.html (Zugriff am: 04.05.2020).

„Duden Online Der Verein“ (2020): Duden Online. Duden Online Der Verein. Online im Internet: URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Verein> (Zugriff am: 04.05.2020).

„Duden Online Nachhaltigkeit“ (2020): Duden Online Nachhaltigkeit. Online im Internet: URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Nachhaltigkeit> (Zugriff am: 05.05.2020).

„Duden Online Topografie“ (2020): Duden Online. Duden Online Topografie. Online im Internet: URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Topografie> (Zugriff am: 07.05.2020).

Dunkle, Benedict (2014): Rund um See und Rhein. Geschäftsbericht IBK grenzenlos kreativ vernetzt. Online im Internet: URL: <https://docplayer.org/33012945-Rund-um-see-und-rhein-geschaeftsbericht-ibk-grenzenlos-kreativ-ernetzt.html> (Zugriff am: 29.04.2020).

„Einführung in die Kartographie“ (2008): Einführung in die Kartographie. Online im Internet: URL: <https://www.univie.ac.at/cartography/lehre/pskg/unterlagen/doc/kap9.pdf> (Zugriff am: 15.05.2020).

Fulterer, Florian (2020): E-Mail-Verkehr: Infos Förderwesen.

Fulterer, Florian (o. J.-a): Wandeltreppe: Die Initiativenlandkarte. Online im Internet: URL: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=162> (Zugriff am: 26.04.2020).

Fulterer, Florian (o. J.-b): Wandeltreppe: Startseite. Online im Internet: URL: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=138> (Zugriff am: 26.04.2020).

Fulterer, Florian (o. J.-c): Wandeltreppe: Über uns. Online im Internet: URL: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=271> (Zugriff am: 23.04.2020).

Haller, Michael (2013): Das Interview. 5., völlig überarbeitete Auflage. Konstanz München: UVK Verlagsgesellschaft (= Praktischer Journalismus).

Imhof, Eduard (1972): Thematische Kartographie. Berlin, New York: De Gruyter (= Lehrbuch der allgemeinen Geographie).

Jiang, Manyu (2020): The reason Zoom calls drain your energy. Online im Internet: URL: <https://www.bbc.com/worklife/article/20200421-why-zoom-video-chats-are-so-exhausting> (Zugriff am: 17.05.2020).

Kalke, Karoline; Keil, Katharina (2020): Klima in Bewegung. Ob Klimakrise oder Coronakrise: Es geht nur mit Gerechtigkeit! Online im Internet: URL: <https://www.derstandard.at/story/2000115804775/ob-klimakrise-oder-coronakrise-es-geht-nur-mit-gerechtigkeit> (Zugriff am: 18.05.2020).

KGR (o. J.-a): Spektrum; Kartentitel - Lexikon der Kartographie. Online im Internet: URL: <https://www.spektrum.de/lexikon/kartographie-geomatik/kartentitel/2667> (Zugriff am: 15.05.2020).

KGR (o. J.-b): Spektrum; Legende - Lexikon der Kartographie und Geomatik. Online im Internet: URL: <https://www.spektrum.de/lexikon/kartographie-geomatik/legende/3130> (Zugriff am: 15.05.2020).

Kohlstock, Peter (2018): Kartographie: eine Einführung. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Paderborn: Ferdinand Schöningh, ein Imprint der Brill-Gruppe (= UTB).

Koschek, Dieter (2019): E-Mail-Verkehr: Kontakt und Konzeptpapier.

Kunst, Alexander (2017): Gesellschaftliches Engagement im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit in Deutschland 2017 | Statista. Online im Internet: URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/716698/umfrage/gesellschaftliches-engagement-im-bereich-umwelt-und-nachhaltigkeit-in-deutschland/> (Zugriff am: 21.05.2020).

Mieg, Harald A.; Brunner, Beat (2001): Experteninterviews (MUB Working Paper 6). Online im Internet: URL: <https://www.research-collection.ethz.ch/bitstream/handle/20.500.11850/145320/1/eth-24215-01.pdf> (Zugriff am: 17.05.2020).

Moorstedt, Michael (2020): Süddeutsche.de. Videokonferenzen - Warum Zoom die Menschen so müde macht. Online im Internet: URL: <https://www.sueddeutsche.de/digital/zoom-fatigue-videokonferenz-ermuedung-corona-1.4888670> (Zugriff am: 17.05.2020).

Nielsen, Jakob (2012): Nielsen Norman Group. Thinking Aloud: The #1 Usability Tool. Online im Internet: URL: <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool/> (Zugriff am: 09.05.2020).
Olson, J. M. (2001): Science Direct Cartography. Online im Internet: URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B0080430767025304> (Zugriff am: 07.05.2020).

Scheibler, Dr. Petra (o. J.): QUALITATIVE VERSUS QUANTITATIVE FORSCHUNG. Online im Internet: URL: <https://studi-lektor.de/tipps/qualitative-forschung/qualitative-quantitative-forschung.html> (Zugriff am: 09.05.2020).

„Verein“ (o. J.): das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache. Verein. Online im Internet: URL: <https://www.dwds.de/wb/Verein> (Zugriff am: 04.05.2020).

Wallner, Valerie Isabelle (o. J.): fairschenkt - Online Shop für nachhaltige Geschenke. Saisonkalender by Wienerkind. Online im Internet: URL: <https://fairschenkt.at/shop/saisonkalender-by-wienerkind/> (Zugriff am: 30.04.2020).

WK (o. J.): Spektrum; topographische Karte - Lexikon der Geographie. Online im Internet: URL: <https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/topographische-karte/8145> (Zugriff am: 06.05.2020).

Wolman, Helmut (2019): Blog von morgen. Neukölln von morgen. Online im Internet: URL: <https://blog.vonmorgen.org/neukoelln/> (Zugriff am: 26.04.2020).

Abbildungsverzeichnis

- Abb.1 Statistik: Online: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/716698/umfrage/gesellschaftliches-engagement-im-bereich-umwelt-und-nachhaltigkeit-in-deutschland/> (22.05.2020)
- Abb. 2 Startseite Wandeltreppe Safari: Screenshot von Wandeltreppe Vorarlberg – Online: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=138> (22.05.2020)
- Abb. 3 Startseite Wandeltreppe Google Chrome: Screenshot von Wandeltreppe Vorarlberg – Online: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=138> (22.05.2020)
- Abb. 4 Initiativenlandkarte Wandeltreppe: Screenshot von Wandeltreppe Vorarlberg – Online: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=162> (22.05.2020)
- Abb. 5 Projekte - Initiativenlandkarte Wandeltreppe: Screenshot von Wandeltreppe Vorarlberg – Online: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=138> (22.05.2020)
- Abb. 6 Initiativenlandkarte 2 Wandeltreppe: Screenshot von Wandeltreppe Vorarlberg – Online: <http://www.wandeltreppe.net/index.php?id=285> (22.05.2020)
- Abb.7 Persona 1: Online: <https://unsplash.com/photos/FcLyt7lW5wg> (22.05.2020)
- Abb. 8 Persona 2: Online: https://unsplash.com/photos/_H6wpor9mjs (22.05.2020)
- Abb. 9 Persona 3: Online: <https://unsplash.com/photos/DItYlc26zVI> (22.05.2020)
- Abb. 10 Initiativenlandkarte: Online: http://www.wandeltreppe.net/fileadmin/user_upload/themen/InitiativenLandkartePoster.ppd (22.05.2020)
- Abb. 11 Neukölln von morgen: Fotografie
- Abb. 12 Drahtesel: Online: <https://www.drahtesel.or.at/inhalt-drahtesel-1-20/> (22.05.2020)
- Abb. 13 Saisonkalender 1: Online: <https://fairschenkt.at/shop/saisonkalender-by-wienerkind/> (22.05.2020)
- Abb. 14 Saisonkalender 2: Online: <https://fairschenkt.at/shop/saisonkalender-by-wienerkind/> (22.05.2020)
- Abb. 15 Booklet: Selbsterzeugnis
- Abb. 16 Finales Design Initiativenlandkarte: Selbsterzeugnis
- Abb. 17 Prototyp Rückseite: Selbsterzeugnis

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Stellen sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher weder in gleicher noch in ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Dornbirn, am 22.05.2020

Unterschrift Verfasserin/Verfasser