

Was sagen Kommunikations-Experten?

Warum wir manchmal nicht tun, was wir wissen.

Und warum wir manchmal auch nicht tun, was wir wollen.

Manchmal klafft zwischen Wissen und Handeln eine Lücke, auch wenn es um naturverträgliches Verhalten in Naturschutzgebieten geht. Wir alle wissen, dass das Schreiben von Textnachrichten während des Autofahrens gefährlich ist, dennoch tun es viele. Auch zwischen Absicht und unserem tatsächlichen Verhalten gibt es eine Diskrepanz, wie das allzu vertraute Drücken des Snooze-Knopfs am Morgen zeigt. Diese Diskrepanzen sind menschlich. Der Mensch bleibt ein kognitiver Faulenzer, der sich nicht immer rational verhält. Diese Schwäche besitzt eine gewisse Systematik. Darin liegt eine Chance, das Verhalten vorhersehbar und eine gezielte Lenkung möglich zu machen. Genau hier setzt das Konzept des Nudging von Richard Thaler und Cass Sunstein an – kleine „Anstöße“, die das Verhalten in die gewünschte Richtung lenken, ohne die Entscheidungsfreiheit des Einzelnen einzuschränken.

Kleine Anstöße, große Wirkung

Im Jahr 2023 beauftragte der Tourismusverband MV im Rahmen der Kampagne #NatürlichMitVerantwortung die Unternehmen Realizing Progress und Werk3 kommunikative und informative „Anstöße“ zu entwickeln. In einer begleitenden Arbeitsgruppe unterstützten die Nationalparkämter Vorpommern und Müritz sowie Partner aus den beiden Nationalpark-Regionen.

Besucherkonzepte für effektives Nudging

Am Anfang wurde untersucht, wieso manche Regeln nicht eingehalten werden und wie die Informationssuche, Entscheidungsprozesse und -verhalten von Besuchern funktionieren. Ein weiterer Fokus lag auf dem Sichtbarmachen von Kontaktpunkten, mit denen Besucher vor, während und nach dem Aufenthalt im Nationalpark in Berührung kommen. Feldforschung, Experten-Interviews sowie eine Online-Gästebefragung mit ca. 900 Teilnehmenden ergaben spannende Erkenntnisse. Erstes Fazit: Es bleibt nur ein enges Zeitfenster, um die Gäste zu erreichen. Dies erfordert Einheitlichkeit und präzises Timing.

Erfolgreiche Besucher(beg)leitung ist ein kollaborativer Prozess,

... weil Besucher unterschiedliche Kanäle, Medien und Informationsangebote nutzen. Durch die Zusammenarbeit mit Partnern an relevanten Kontaktpunkten kann mit #natürlichMitVerantwortung eine konsistente, kohärente und sich verstärkende Informationskampagne erwachsen.

Dazu wurden erste Nudge-Ideen erarbeitet. Sie stehen der Tourismusbranche ab Frühjahr 2024 in Form einer Toolbox zur Verfügung. -> Auswahl auf der Rückseite des Heftes

Nicole Cogiel, Realizing Progress

Katrin Bärwald

#NatürlichMitVerantwortung

„Mehr als ein Drittel der Landesfläche Mecklenburg-Vorpommerns steht unter besonderem Schutz. Wo Tourismus und Natur aufeinandertreffen, kann es zu Nutzungskonflikten kommen. Mit der Kampagne #NatürlichMitVerantwortung setzen wir uns für achtsames und naturverträgliches Verhalten in der Natur ein – vor allem in den Nationalen Naturlandschaften – um das zu schützen, was wir am meisten an MV schätzen.“



Tobias Weitendorf, Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern

