

# „Thought for Food“- Online-Plattform

Az: 33737\_01



Zuwendungsempfänger: NAHhaft e.V. Dresden/Berlin/Kassel	Förderkennzeichen: 33737_01
Vorhabenbezeichnung: „Thought for Food“- Online-Plattform	
Laufzeit des Vorhabens: 01.06.2017 - 31.12.2018	
Berichtszeitraum: 01.06.2017 – 31.12.2018	

## Inhalt

1	Motivation.....	1
2	Vorgehensweise, Projektverlauf und Ergebnisse im Berichtszeitraum.....	1
2.1	Arbeitspaket 1 – Koordination .....	1
2.2	Arbeitspaket 2 – Programmierung .....	2
2.3	Arbeitspaket 3 - Vernetzung mit Etablierten .....	3
2.4	Arbeitspaket 4 – Unterstützung der Inhaltserstellung.....	3
2.5	Arbeitspaket 5 – Redaktionelle Betreuung .....	4
2.6	Arbeitspaket 6 – Öffentlichkeitsarbeit .....	4
2.7	Arbeitspaket 7 – Evaluation und Verbesserung .....	6
3	Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichungen/Vorträge.....	7
4	Fazit / Ausblick.....	7

## 1 Motivation

Angesichts der gravierenden Umweltbeeinträchtigungen, des Klimawandels und einer wachsenden Weltbevölkerung ist das Erreichen von nachhaltigen Ernährungssystemen eine der dringendsten Herausforderungen unserer Zeit. Dieses Ziel erfordert sowohl gesellschaftliche Transformationen als auch individuelle Lebensveränderungen, für die starke Gemeinschaften von Wissenschaft und Praxis essentiell sind.

Im deutschsprachigen Raum gibt es eine Vielzahl an Blogs, die sich zu unterschiedlichen Vernetzungs- und Analysegraden mit Themen nachhaltiger Ernährung und Landwirtschaft befassen. Es mangelt bisher jedoch an einem Ort, an dem sich Wissenschaftler\*innen, Praktiker\*innen, Multiplikator\*innen und die interessierte Öffentlichkeit austauschen und vernetzen können.

Mit der neuen Plattform möchten NAHhaft e.V. und die Arbeitsgruppe Nachhaltige Ernährung (AGNE) e.V. diese Lücke schließen und eine wichtige deutschsprachige Online-Plattform schaffen, um in einem virtuellen Raum:

- interdisziplinär seriöse und wissenschaftliche Meinungen zu teilen,
- gemeinsam gesellschaftlich akzeptable Lösung für die bestehenden Herausforderungen zu entwickeln und
- ein großes Zielpublikum zu erreichen, um die Implementierung neuer Konzepte in der kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Praxis zu fördern.

Die neue Plattform unterscheidet sich von bestehenden Angeboten durch ihren ganzheitlichen Ansatz, starken Analysegrad, ausgeprägten Vernetzungscharakter sowie durch die Nutzung multimedialer Formate entsprechend der Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen. In diesem Sinne begünstigt das Onlineportal systematisch Wissensaustausch, -transfers und -innovationen und trägt somit dazu bei, unser gegenwärtiges Agrar- und Ernährungssystem nachhaltig zu transformieren. Im folgenden Kapitel wird dargelegt, welche Maßnahmen ergriffen wurden, um dieses ambitionierte Vorhaben umzusetzen.

## 2 Vorgehensweise, Projektverlauf und Ergebnisse im Berichtszeitraum

Die Umsetzung aller Arbeitspakete (AP) 1 bis 6 hat am 01.06.2017 begonnen und wurde zum 31.12.2018 abgeschlossen.

Im Folgenden werden ein kurzer Überblick über die Vorgehensweise sowie die Ergebnisse im Rahmen der einzelnen Arbeitspakete gegeben und entsprechende Ergebnisse dargestellt.

### 2.1 Arbeitspaket 1 – Koordination

**Ziele:** effektive Vorbereitung und Umsetzung der verschiedenen Aktivitäten

**Geplanter Umsetzungszeitraum:** 01.06.2017 – 31.12.2018

**Vorgehensweise und Umsetzung:**

- Ein umfassender Projektarbeitsplan wurde zu Beginn des Projekts entwickelt und wird regelmäßig geprüft und aktualisiert
- Ein internes Projektaufakttreffen der Projektmitarbeitenden vom 17.07. bis 18.07.2017 in Kassel diente zur Abstimmung der Zuständigkeiten und Koordination von Einzelaspekten innerhalb und über die Arbeitspakete hinaus.
- Video- und Telefonkonferenzen finden regelmäßig im wöchentlichen Turnus zur internen Abstimmung statt.
- Meistertask als Projektmanagementtool und Slack als Kommunikationstool wurden etabliert und werden von den Mitarbeitenden im Rahmen ihrer Tätigkeit genutzt.

## 2.2 Arbeitspaket 2 – Programmierung

**Ziel** von Arbeitspaket 2 ist die Programmierung von Basis- bis Endversion sowie Erstellung von Layout und Design der Online-Plattform.

**Geplanter Umsetzungszeitraum:** 06.2017 – 08.2018

### **Bisherige Ergebnisse, Erfahrungen und Fazit zur Umsetzung des Arbeitspakets:**

- Die Programmierung der Basisversion begann planmäßig im Juni 2017 und wurde mit Launch der Beta-Version im Oktober 2017 im Rahmen der AP3 Workshops abgeschlossen.
- Da sich die Absprache mit der Agentur und auch die Umsetzung der DSGVO als komplizierter und zeitaufwändiger herausstellte als angenommen und eine Reihe technischer Fehler vor dem Start beseitigt werden mussten, wurde der Projektzeitraum in Absprache mit der DBU bis auf Dezember 2018 ausgedehnt und der offizielle Launch der Plattform fand am 26. September 2018 statt.
- Mitwirkende von NAHhaft haben nicht nur den Umgang mit dem CMS Typo3 erlernt, sondern auch die Grundlagen der verwendeten Programmier- und Konfigurationssprachen, um nach dem Abschluss der Arbeiten durch die Agentur selbstständig an der Website arbeiten zu können. Dadurch wird nach Projektende die Erstellung einer komplett selbstständig entwickelten und betriebenen Plattform (auf Basis der bisher erstellten Plattform) ermöglicht, was eine größere Flexibilität und stärkere Erweiterung der Plattform zu deren kontinuierlichen Verbesserung erlaubt.

### **Abweichungen:**

- Anders als im Angebot formuliert, wurden mit der Durchführung von AP 2.1 und AP 2.2 keine zwei unterschiedlichen Unternehmen beauftragt. Stattdessen wurde sowohl die technische als auch graphische Erstellung der Plattform von einem Unternehmen umgesetzt.
- Der Start der Plattform hat sich aufgrund der oben beschriebenen Schwierigkeiten auf den 26.09.2018 verschoben.
- Durch die Anpassung an die DSGVO und spätere Änderungswünsche durch NAHhaft sind zusätzliche Kosten für die Programmierung entstanden, die vom Verein übernommen wurden.

## 2.3 Arbeitspaket 3 - Vernetzung mit Etablierten

**Ziel** dieses Arbeitspakets ist es, die Online-Plattform auf die Bedürfnisse der Zielgruppen (Wissenschaftler\*innen, Multiplikator\*innen, Entscheidungsträger\*innen und Praktiker\*innen aus dem Bereich nachhaltige Ernährung und Landwirtschaft) abzustimmen und die Entstehung der Plattform öffentlichkeitswirksam anzukündigen, um die zukünftigen Nutzer\*innen zu aktivieren, in die Entwicklung einzubinden und zur Nutzung zu motivieren. Dafür wurden zwei Workshops durchgeführt: einer für in der Forschung tätige Personen und Einrichtungen und einer für praktisch tätige Personen und Organisationen.

**Geplanter Umsetzungszeitraum:** Juni 2017 – November 2017, Januar 2018

### **Bisherige Ergebnisse, Erfahrungen und Fazit zur Umsetzung des Arbeitspakets:**

- Die Workshops stießen auf große Resonanz, was sich in der regen Teilnahme widerspiegelt.
- Die Teilnehmenden brachten wertvolles Feedback ein (s. Annex I), das im Rahmen
- Die Teilnehmenden haben sehr positiv auf das Bestreben reagiert, die zukünftigen Nutzer\*innen der Plattform (die Teilnehmenden) in deren Entwicklung einzubinden. Einige haben zugesagt, ihre Expertise einzubringen und die Entwicklung damit zu unterstützen. Die Plattform und das Projekt insgesamt haben damit neue Fürsprecher gewonnen.

## 2.4 Arbeitspaket 4 – Unterstützung der Inhaltserstellung

**Ziel** von AP 4 ist es, Workshops mit jungen Wissenschaftler\*innen und Praktiker\*innen durchzuführen, in denen sie befähigt werden, über ihre eigenen Themen aus dem Bereich nachhaltige Landwirtschaft und Ernährung zu berichten und dafür verschiedene mediale Formate zu nutzen (Text, Video, Audio, Infografiken usw.). Damit sollen substanzielle Inhalte für die Plattform generiert werden, Teilnehmende für die Mitarbeit im Redaktionsteam der Plattform gewonnen und der Bekanntheitsgrad der Plattform bereits im Vorfeld der Veröffentlichung gesteigert werden.

**Geplanter Umsetzungszeitraum:** Juni 2017 – Dez. 2018 bzw. fortlaufend

### **Bisherige Ergebnisse, Erfahrungen und Fazit zur Umsetzung des Arbeitspakets:**

- Die Workshops zur Video- und Texterstellung stießen auf große Resonanz in den kontaktierten Netzwerken. Zu jedem Einzelworkshop der Workshopreihen Video- und Texterstellung waren zwischen zehn und 25 Personen anwesend.
- Die anvisierten Zielgruppen konnten erreicht werden – Teilnehmende waren mehrheitlich promovierte Nachwuchswissenschaftler\*innen oder Studierende in höheren Semestern sowie Personen, die sich in zivilgesellschaftlichen Initiativen zum Thema engagieren.
- Es erwies sich als ertragreich, die Workshops so zu gestalten, dass es möglich war, zu jedem Termin neu einzusteigen, da einige Teilnehmende nicht über alle drei Workshops einer Reihe anwesend sein konnten und so die frei gewordenen Plätze durch neue Interessierte in Anspruch genommen werden konnten.

### **Abweichungen:**

- Die Workshopreihe zur Audiobeitragserstellung konnte aufgrund mangelnder Anmeldungen nicht stattfinden.

## 2.5 Arbeitspaket 5 – Redaktionelle Betreuung

Ziel und Aufgabe der redaktionellen Betreuung besteht darin, ein Redaktionsnetzwerk aufzubauen, Zuständigkeiten und Aufgaben zu definieren, Redaktionsprozesse zu entwickeln und zu etablieren sowie die Arbeit der Redaktion zu gewährleisten. Zu den Tätigkeiten der Redaktion gehören die Themenplanung, die Recherche und Gewinnung von Beiträgen, die Koordination der Erstellung der Beiträge, das Redigieren, das Lektorat und das Korrektorat der Beiträge, die Veröffentlichung der Beiträge sowie die Interaktion mit der Leserschaft (z.B. Kommentare und Rückfragen). Dazu wurden bisher folgende Maßnahmen ergriffen.

**Geplanter Umsetzungszeitraum:** August 2017 – Dez. 2018 bzw. fortlaufend

### **Bisherige Ergebnisse, Erfahrungen und Fazit zur Umsetzung des Arbeitspakets:**

- Um die Erstellung von Artikeln und Projektdarstellungen für die Nutzer\*innen zu erleichtern, wurden um-fassende Leitfäden erstellt.
- Das ehrenamtlich arbeitende Redaktionsteam der Plattform ist unter der Leitung von NAHhaft in der Lage selbstständig und dezentral organisiert zusammen zu arbeiten. Kommunikationswege wurden eingerichtet und etabliert. Prozessabläufe wurden dokumentiert.
- Das Online-Forum wurde angelegt.
- Eine Vielzahl an Beiträgen konnte bereits gewonnen werden. Neue Beiträge werden laufend vom Redaktionsteam angefragt. Zudem verfügt die Plattform über eine Ressourcen-Datenbank, in welcher Autor\*innen zu finden sind, die auf Anfrage Artikel zu bestimmten Themen für die Plattform schreiben können

### **Abweichungen:**

- Keine

## 2.6 Arbeitspaket 6 – Öffentlichkeitsarbeit

**Ziel** dieses Arbeitspaketes ist es, die Online-Plattform im Vorfeld des Launches und fortlaufend einem breiten Publikum vorzustellen, um von Beginn an sowie kontinuierlich wachsend möglichst viele Nutzer\*innen zu aktivieren. Dafür wurden unter anderem umfassender Verteilerlisten aufgebaut und ein Wettbewerb zur Prämierung von Artikeln und Projektvorstellungen von Nutzer\*innen durchgeführt.

**Geplanter Umsetzungszeitraum:** Juni 2017 – Dez. 2018 bzw. fortlaufend

### **Bisherige Ergebnisse, Erfahrungen und Fazit zur Umsetzung des Arbeitspakets:**

- Der Aufbau der Verteilerliste benötigte mehr Kapazitäten als ursprünglich geplant. Dank zusätzlichen Engagements konnte aber umfassende Verteilerlisten erstellt werden.
- Ein Newsletter wurde eingerichtet, welcher im monatlichen Rhythmus über die Neuigkeiten der Plattform informiert. Zudem werden regelmäßig Updates bei Twitter und Instagram gepostet, für die eigene Accounts bei den Netzwerken erstellt wurden.
- Durch die Workshops mit etablierten Praktiker\*innen und Wissenschaftler\*innen (AP3) und Nachwuchswissenschaftler\*innen konnten bereits zahlreiche Kontakte geknüpft werden,

welche eine umfassende Bewerbung der Online-Plattform über soziale Netzwerke und Verteiler ermöglichen.

- Zu den Online-Medien, die über die Plattform berichtet haben, zählen:
  - <https://anstiftung.de/>
  - <https://www.sue-nrw.de/>
  - <https://www.food-monitor.de/>
  - <https://www.oekolandbau.de>
  - <https://speiseraeume.de/>
- Die Durchführung des Wettbewerbs verlief trotz des projektbedingten kurzen Zeitraums sehr erfolgreich. Prof. Franz-Theo Gottwald (HU Berlin), Christiane Grefe (ZEIT), Dr. Toni Meier (Universität Halle) und Anne Siebert (Redaktion Ernährungswandel) konnten als Vertreter der Jury gewonnen werden. Es wurde eine eigene Seite für den Wettbewerbsaufruf erstellt, die sowohl über den Menüpunkt "Entdecken" als auch über den Menüpunkt "Mitmachen" aufgerufen werden konnte. Bis zum Ende des Wettbewerbs wurden 18 Artikel und 12 Projektvorstellungen eingereicht. Nach dem Ablauf des Bewertungszeitraums wurden die Beiträge von den Jurymitgliedern nach den in den Teilnahmebedingungen genannten Kriterien sowie unter Berücksichtigung des Votums der Nutzer\*innen zunächst unabhängig voneinander bewertet. In einer gemeinsamen Telefonkonferenz entschieden die Jurymitglieder anschließend gemeinsam über die Gewinner\*innen. Die Gewinner\*innen wurden via E-Mail informiert und die Preisgelder wurden überwiesen. Zudem wurde die Öffentlichkeit über die Kanäle der Plattform informiert.

#### **Stimmen zum Wettbewerb von Gewinner\*innen**

##### **a) Sabine Bisovsky (Artikel 1. Platz) (essenziell Ernährungskommunikation GmbH)**

Wettbewerbe wie diese auf der Plattform Ernährungswandel sind ein wertvoller Ansporn für kritische und sachlich fundierte Ernährungsinformation. Der 1. Platz für unseren Palmölbeitrag ehrt uns sehr. Es ist eine wohlthuende Anerkennung für viele unentgeltliche Arbeitsstunden. Unserem Ernährungsblog hat es zahlreiche neue Leser gebracht und wir freuen uns seither über einen stetigen Anstieg an Zugriffszahlen.

##### **b) Kasseler Bunkerpilze (Projektvorstellung 2. Platz)**

Wir bauen Pilze auf Kaffeesatz an - mitten in der Stadt. Das Preisgeld aus dem Wettbewerb haben wir als erste, kleine Anschubfinanzierung genutzt. Um mit dem Anbau von Pilzen starten zu können, braucht es zunächst nicht viel: ein Behältnis zum Mischen, die Pilzbrut (verglichen mit dem Anbau von Pflanzen quasi das „Saatgut“), das Pilzsubstrat (quasi die „Erde“) und Behältnisse zum Abfüllen. Mit dem Preisgeld konnten wir eine Mischwanne und Pilzbrut kaufen und damit eine Versuchsreihe für unseren Pilzanbau starten. Außerdem haben wir Visitenkarten, Flyer und Aufkleber drucken lassen und diese auf Veranstaltungen an Interessierte verteilt. Dadurch konnten wir unser Netzwerk ausbauen und haben damit in der Region Kassel nicht nur jede Menge pilz- und interessierte Menschen kennengelernt, die unsere späteren Kund\*innen sein könnten, sondern auch erste Kooperationen geschlossen.

#### **Abweichungen:**

- Der Launch wurde nicht im Rahmen eines größeren Events bekannt gegeben werden, sondern wurde über die wissenschaftliche und Presseverteiler der Öffentlichkeit verkündet.

- Zusätzlich wurde die Plattform auf der Konferenz für nachhaltigen Konsum (KNK) des Umweltbundesamtes als ein innovatives Format der digitalen Kommunikation dem Fachpublikum vorgestellt.

## 2.7 Arbeitspaket 7 – Evaluation und Verbesserung

**Ziel** dieses Arbeitspaketes ist es, die Online-Plattform so zu gestalten, dass eine umfassende Evaluation technisch leicht möglich ist. Dadurch soll gewährleistet werden, dass eventuell nicht berücksichtigte, aber für eine Nutzung durch eine Vielzahl an Nutzer\*innen notwendige funktionale und nicht-funktionale Anforderungen gefunden und nachträglich implementiert werden können.

**Umsetzungszeitraum:** Juli 2017 – Dez. 2018 bzw. fortlaufend

### **Bisherige Ergebnisse, Erfahrungen und Fazit zur Umsetzung des Arbeitspakets:**

- Die laufende Evaluation der Webseite wird durch die Nutzung von Web-Tracking ermöglicht. Der Aufruf einzelner Seiten kann Aufschluss über die Beliebtheit bestimmter Funktionen geben. Das durch die beauftragte Webentwicklungs-Agentur implementierte Cookie-Banner wurde nach Angaben des sächsischen Datenschutzbeauftragten den Anforderungen des DSGVO nicht in vollem Umfang gerecht. Eine andere Lösung musste gefunden und umgesetzt werden. Dadurch konnte die Anzahl der Besucher nicht von Beginn an erfasst werden.
- Die umgesetzte, datenschutzkonforme Lösung des Web-Trackings kann dazu führen, dass nur ein Teil der Nutzer\*innen erfasst werden kann. Daher ist die Analyse des Web-Trackings nur bedingt aussagekräftig.
- Die derzeitige Zahl der Benutzer\*innen ist, soweit sie datenschutzrechtlich erfassbar ist, auf jeden Fall noch ausbaufähig. Gleichzeitig kann als ein allgemeines Charakteristikum von Online-Plattformen gesehen werden, dass diese Zahl inkrementell wächst. Die derzeit zunehmende Anzahl von Veröffentlichungsanfragen für Artikel, Projektdarstellungen und Termine signalisiert uns, dass die Plattformen von vielen branchenweiten Akteur\*innen in zunehmenden Maße als wertvolle Kommunikationsmöglichkeit erachtet wird.
- Wichtiges Feedback geht auch über E-Mails ein. Hier beschreiben Menschen aus Wissenschaft und Praxis, welche Funktionen sie sich wünschen und welche Erfahrungen sie gemacht haben. Dieses Feedback wird systematisch gesammelt und soll nach und nach bei der Weiterentwicklung der Seite umgesetzt und berücksichtigt werden.
- 194 haben Menschen den Newsletter abonniert.
- 198 Personen sind als Nutzer\*innen auf der Plattform direkt mit Profil registriert.
- Die Evaluation der Webseite (AP7) konnte damit aufgrund der bereits implementierten Methoden erfolgen. Dabei sowie bei der daraus abzuleitenden Verbesserung der Webseite handelt es sich jedoch um Arbeitsprozesse, die auch in Zukunft weitergeführt werden können und müssen. Die dafür nötigen Ressourcen bringt der NAHhaft e.V. aus eigenen Mitteln ein.

Zeitraum	Eindeutige Besucher	Besuche	Aktionen	Absprünge	Von Besuchern verbrachte Gesamtzeit (in Sekunden)	Downloads
Dezember	121	139	601	66	42075	3

<b>2018</b>						
<b>Januar 2019</b>	271	327	1317	159	103388	23
<b>Februar 2019</b>	260	304	979	167	65683	888
<b>März 2019</b>	187	229	637	128	44640	575
<b>April 2019</b>	212	256	749	164	49733	673
<b>Mai 2019</b>	232	270	663	175	45166	604

### 3 Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichungen/Vorträge

Die Öffentlichkeitsarbeit ist ein integraler Bestandteil des Projekts, siehe dazu Maßnahmen im Rahmen von AP 3 und AP 4 sowie insbesondere AP 6.

Zusätzlich wurden unter anderem folgende Aktivitäten unternommen:

- Podiumsdiskussion am 09.10.2017
- Mehrere Vorträge von Karl von Koerber (AGNE), z.B. im Rahmen des UN-Prozesses „Sustainable Food Systems Programme“ (SFSP)
- Vorstellung der Plattform auf der Fachkonferenz im Rahmen des „Netzwerks Nachhaltiger Konsum“ des Umweltbundesamtes

Abweichungen:

- Ferner wurde ein Imagevideo erstellt, das dazu dienen soll, für die Plattform zu werben, ihre Nutzung zu erläutern und dazu anzuregen, aktiv auf der Plattform zu partizipieren, d.h., Beiträge zu erstellen oder im Redaktionsteam mitzuwirken. Hierfür war es notwendig, Mittel im dreistelligen Bereich aus anderen freien Projektmitteln umzuschichten.

### 4 Fazit / Ausblick

Die wesentlichen geplanten Aktivitäten konnten, wie im Abschnitt 2 umfassend dargestellt, voll umgesetzt werden. Auch finanziell verlaufen die Ausgaben im Grunde im Rahmen der ursprünglichen Finanzplanungen.

Die Zusammenarbeit mit einer externen Agentur zur Programmierung der Website erwies sich als komplizierter, zeit- und kostenaufwändiger als erwartet. Daher wird derzeit umgesetzt, die Plattform auf Basis eigener Kompetenzen neu zu programmieren, um diese dann kontinuierlich besser und leichter weiterentwickeln zu können.

Der Launch der Plattform im September 2018 ist problemlos verlaufen und konnte einige Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Besonders der direkt zum Start der Plattform ausgerufene Wettbewerb, der mit einem Gesamtgewinn von 2.500 Euro ausgeschrieben war, brachte der Plattform nach dem Start anhaltende Aufmerksamkeit. Als Jurymitglieder konnten fachkundige und z.T. öffentlich bekannte Menschen gefunden werden, was sich positiv auf die Wahrnehmung des Wettbewerbs ausgewirkt hat. Die Prämierung der Gewinner\*innen rief auch Berichterstattungen in anderen Medien hervor.

---

Ein ehrenamtlich tätiges Redaktionsteam konnte aufgebaut werden, welches jedoch einer dauerhaften Betreuung und Motivierung bedarf. Das kontinuierliche Wachstum des Teams erfordert die stete Einarbeitung neuer Redaktionsmitglieder.

Der Funktionsumfang sowie die Qualität der einzelnen Funktionsbereiche der Website sollen stetig verbessert und an die Bedürfnisse der Nutzer\*innen angepasst werden. Zudem sollen Bündnisse mit anderen, im Bereich der nachhaltigen Ernährung tätigen Vereinen und Organisationen eingegangen werden, um den Aufbau von Doppelstrukturen zu vermeiden.

Mit der eigenständigen Fortführung der Plattform auf Basis von Eigenmitteln wird NAHhaft diese Entwicklung dauerhaft und nachhaltig unterstützen. Derzeit arbeitet eine BFDlerin für NAHhaft an der technischen und redaktionellen Weiterentwicklung der Plattform. Ab Juli bzw. Oktober 2019 wird NAHhaft eine 40%-Stelle sowie eine BFDlerin speziell dafür beschäftigen.

**ANNEX I:** Feedback von Praktiker\*innen zu Anforderungen und Wünschen an die Online-Plattform im Rahmen des AP 3 Workshops

	ASSOZIIERTE WÜNSCHE DER TEILNEHMENDEN ICH MÖCHTE...	FORMULIERTE ANFORDERUNGEN AN DIE PLATTFORM SEITENS TEILNEHMENDEN: DAFÜR WÜNSCHE ICH MIR...	IMPLEMENTIERUNGSEIDEN SEITENS TEILNEHMENDEN
<b>INTERNER BEREICH MIT FORUM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ... mich mit anderen über Erfahrungen (lessons learned) austauschen.</li> <li>• ... über Veröffentlichungen anderer erfahren.</li> <li>• ... auf unsere Veröffentlichungen aufmerksam machen.</li> <li>• ... gemeinsam mit anderen Projekte designen.</li> <li>• ... gemeinsam an Dokumenten arbeiten</li> <li>• ... Mitstreiter finden</li> <li>• ... Ideen teilen</li> <li>• ... analoge Zusammenarbeit kreieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparenz: Wer ist Mitglied?</li> <li>• Themenspezifische Gruppen, die ich mit anderen bilde oder denen ich mich zuordne.</li> <li>• Ein Aktivitätenprotokoll (meine Beiträge) in meinem Profil.</li> <li>• Volltextsuche.</li> <li>• Vorstellung, wer neu im Forum/in der Gruppe ist.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profil mit Klarname/Organisation/Arbeitsbereich(e)/Ort/Kommunikationsmöglichkeiten (e-Mail-Adresse/LinkedIn/...)/Verschlagwortung , worin bin ich Expert*in.</li> <li>• Ein Anwendungsfreundlicher Workspace – mit einfachen Regeln und Möglichkeiten/Funktionen, die einfach/intuitiv umsetzbar sind.</li> <li>• Eine Begleitung und Förderung durch Video-Tutorial (how to do what/Wege, wie wir miteinander kommunizieren können), technisch-administrativen Support, gute Betreuung der Gruppen.</li> <li>• Offline-Treffen als Ergänzung zur virtuellen Kommunikation (zueinander finden &gt; virtuell in Gruppen zusammenarbeiten)</li> </ul>
<b>PROJEKTSEITEN/BÖ RSE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ... Projekte – wissenschaftliche und praktische – vorschlagen</li> <li>• ... Kompetenzen (Soft Skills, Methoden) finden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einen exklusiven Bereich</li> <li>• Eine Vorstellung mit folgenden Angaben: Thema, Rahmen, Innovativität/Modellhaftigkeit, Bereich,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leichte Eingabemaske</li> <li>• Überschaubare Benutzeroberfläche</li> <li>• Filtermöglichkeiten</li> <li>• Bildsprache</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ... Partner finden</li> <li>● ... Finanzierungsmöglichkeiten finden</li> </ul>	<p>Praxisrelevanz, spätere Umsetzung/Verwertung, Finanzgeber*in, gesuchte Kompetenzen, Frist, Aufwand der Antragstellung, Ansprechperson, bisherige Projekte</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Link zum Profil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Suchfunktionen „Finanzierung“ und “Partner“</li> <li>● Methodenkatalog</li> <li>● Matching-Modell (Partnerbörse)</li> </ul>
<p><b>WEITERE IDEEN UND ANMERKUNGEN</b></p>	<p><b>Profilierung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Herzstück der Plattform (Kern) stärker herausstellen!</li> <li>● Was wollen wir? Wen wollen wir? Ziel der Plattform kommunizieren &gt; Elevator Pitch</li> <li>● Ausgewähltes Kuratorium</li> </ul> <p><b>Teilnahme/Teilgabe motivieren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Transparent machen, wer sich engagieren soll.</li> <li>● Niederschwellige Formen anbieten &gt; begeistern und einladen, z.B. Ausschreibungen, Mini-Wettbewerbe, Thema der Woche/des Monats</li> <li>● Regelmäßig antriggern</li> <li>● 1/10/100 Regel: Power User eine herausgehobene Rolle geben, z.B. Titel, Mailingliste etc. &gt; prominenter in Erscheinung treten</li> <li>● Botschafter: Prominente, Schirmherr</li> </ul> <p><b>User involvieren</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Bewertung von Artikeln</li> <li>● Umfragen, welche Themen aufgegriffen werden sollen</li> </ul> <p><b>Offline begleiten</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Analoge Veranstaltungen</li> </ul>		

- Umfragen, welche Themen aufgegriffen werden sollen

#### **Online-Strategie**

- digitale Vernetzung mit anderen Plattformen
- Sharing-Buttons unter Artikeln

#### **Rechtliches**

- Medienrecht/Wettbewerbsrecht für Prämien/Wettbewerbe

#### **Finanzierung**

- Refinanzierung

#### **Transparenz schaffen**

- Wem gehört der Content? Was wird wie finanziert? Identität sollte real sein (Klarnamen).

#### **Sonstiges**

- Relativ schnelle Übersetzung in andere Sprachen sinnvoll > Möglichkeit bieten, anderssprachige Texte zu liefern
- Mailingliste als Ergänzung zu Newsletter > Auswahl ob beides oder eines davon
- Austausch Grauliteratur (halböffentlich)