

Abschlussbericht

»Nachhaltig – Regional – Digital: Biosphäre smart erleben«

Absender (Auftragnehmer)

Name: Annika Meier, Fraunhofer IESE
Straße: Fraunhofer-Platz 1
Ort: 67663 Kaiserslautern
Tel.: +49 631 / 6800-2194
E-Mail: annika.meier@iese.fraunhofer.de

Inhalt

1. Sachlage	2
2. Projektverlauf	2
3. Zentrale Ergebnisse der Umfrage	3
3.1. Kommunikation	5
3.2. Regionalvermarktung	8
4. Zentrale Ergebnisse der Einführungsworkshops.....	10
4.1. Thema Kommunikation	10
4.2. Thema Regionalvermarktung	11
5. Ergebnisse Workshop Regionalvermarktung.....	11
6. Ergebnisse Workshop DorfFunk	12
7. Implikation Digitale-Dörfer-Lösungen	13
7.1 DorfFunk.....	13
7.2 BestellBar und Lieferbar	13
8. Zusammenfassung der Ergebnisse aus Umfrage und Workshops	14
9. Marketingmaßnahmen	14
10. Einführung DorfFunk	15
11. Einführung Marktplatz Biosphäre.....	16
12. Zusammenfassung und Ausblick.....	19

1. Sachlage

Das Biosphärenreservatsamt Schaalsee-Elbe erprobte als Modellregion in den Einzugsbereichen der Biosphärenreservate Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V die Chancen der Digitalisierung im Rahmen des Projekts »Nachhaltig - Regional – Digital: Biosphäre smart erleben«. Adressiert wurden dabei die Themen nachhaltige, digitale Regionalvermarktung und Kommunikation. Zusammen mit dem Fraunhofer-Institut für Experimentelles Software Engineering IESE wurden digitale Anwendungen eingeführt.

2. Projektverlauf

Der aktive Einbezug von zentralen Akteuren und Partnern der Biosphärenreservate Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V bei der Einführung und beim Einsatz der digitalen Anwendungen wurde bereits zu Beginn des Projekts aufgegriffen. Nach den ersten Abstimmungstreffen wurde in enger Abstimmung mit den Akteuren aus dem Projektteam des Biosphärenreservatsamtes ein digitaler Fragebogen erstellt und an alle Akteure und Interessenten in den Regionen versandt. An der Umfrage nahmen im Zeitraum von Mai bis Juli 2020 (knapp drei Monaten) 123 Personen teil.

Die im Anschluss geplanten Workshops zur Erstanalyse und Anforderungserhebung konnten aufgrund der Beschränkungen im Zuge der COVID-19 Pandemie nicht vor Ort stattfinden und wurden aufgrund dessen virtuell oder teilweise hybrid durchgeführt.

Dabei kamen der Dienst Microsoft Teams und das digitale Whiteboard Miro zum Einsatz.

Eine Übersicht der 2020 umgesetzten Workshops:

- 04.08.2020 Workshop Regionalvermarktung & Kommunikation
- 31.08.2020 Workshop Regionalvermarktung & Kommunikation
- 22.10.2020 Workshop Regionalvermarktung: Anforderungserhebung für die Lösungen Bestellbar und Lieferbar (hybride Veranstaltung)
- 25.11.2020 Workshop zum DorfFunk gemeinsam mit der Initiative »Wir bauen Zukunft«

Neben der Durchführung der Umfrage und der Workshops bereitete das Team des Fraunhofer IESE die Bereitstellung des DorfFunks auf technischer Seite vor. Es wurden alle notwendigen Maßnahmen getroffen, um den DorfFunk im Frühjahr 2021 für die Region freizuschalten. Möglichkeiten zur Bewerbung der Lösungen wurden bereits rudimentär besprochen.

Aufgrund der Beschränkungen im Zusammenhang mit der COVID-19 Pandemie wurden die Testphase sowie die Marketingaktivitäten in die erste Jahreshälfte 2021 verschoben.

Eine weitere Anpassung des Zeitplans erfolgte durch die Ankündigung eines landesweiten Rollouts der Lösung DorfFunk durch das Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt in Mecklenburg-Vorpommern.

	2020												2021											
	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez			
Umfrage				x	x	x																		
Erster Workshop inkl. erster Analyse					x																			
Workshops							x		x				x											
Technische Umsetzung der digitalen Lösung									x	x	x	x	x	x										
Testphase													x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Auftaktveranstaltung/Einführung App													x		x									
Marketingmaßnahmen										x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			
Digitaler Projektbericht																					x			

Abbildung 1: Angepasster Zeitplan

	2020									2021					
	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	Mär	Apr	Mai	Jun
Umfrage			x	x											
Erster Workshop inkl. erster Analyse					x										
Zweiter Workshop					x										
Technische Umsetzung der digitalen Lösung					x	x	x	x							
Testphase							x	x	x	x					
Auftaktveranstaltung/Einführung App										x					
Marketingmaßnahmen								x	x	x	x	x	x	x	x
Digitaler Projektbericht															x

Abbildung 2: Ursprünglicher Zeitplan

Durchgeführte Workshops 2021:

- 28.04.2021 Schulung BestellBar für Mitarbeitende des Biosphärenreservatsamtes
- 28.04.2021 Schulung BestellBar für interessierte Händler*innen

Zur Unterstützung des regionalen Handels sollte ergänzend zur BestellBar die LieferBar eingeführt werden. Trotz vielfältiger Bemühungen seitens des Projektteams konnte keine verantwortliche Person oder Institution gefunden werden, die bereit wäre, sich federführend um die Lösung zu kümmern bzw. für eine flächendeckende Weiterführung Fördergelder zu beantragen. Seitens des Fraunhofer IESE wurden die technischen Vorbereitungen für die Bereitstellung der BestellBar abgeschlossen.

Der DorfFunk wurde am 28.04.2021 in ganz Mecklenburg-Vorpommern sowie in der Region der Biosphärenreservate freigeschaltet. Interessierte Bürger*innen können sich mithilfe der BestellBar (<https://www.marktplatz-biosphaere.de/>) seit Juni 2021 über Händler*innen der Region und deren Produkte informieren sowie diese Produkte bestellen.

Aufgrund der Relevanz der in der ersten Phase des Projekts erarbeiteten Ergebnisse werden im Folgenden die Ergebnisse aus der Umfrage und den Workshops sowie die Implikationen für den Einsatz der Digitale-Dörfer-Lösungen, die bereits im Zwischenbericht dargelegt wurden, mit aufgeführt. Danach wird auf die Einführung der Lösungen und die damit verbundenen Maßnahmen eingegangen.

3. Zentrale Ergebnisse der Umfrage

Die online durchgeführte Umfrage richtete sich sowohl an Partner als auch an interessierte Bürger*innen in den Einzugsgebieten der Biosphärenreservate Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V. Im Fokus standen in erster Linie das Einfangen eines Stimmungsbildes sowie die Bedarfserhebung. Die Umfrage gliederte sich dazu in vier Themenbereiche: Kommunikation, Information, Nahversorgung und lokale Angebote.

In einem Zeitraum von ca. zehn Wochen wurde die Umfrage 123 Mal ausgefüllt, wobei 62 Personen die Umfrage komplett durchlaufen haben.

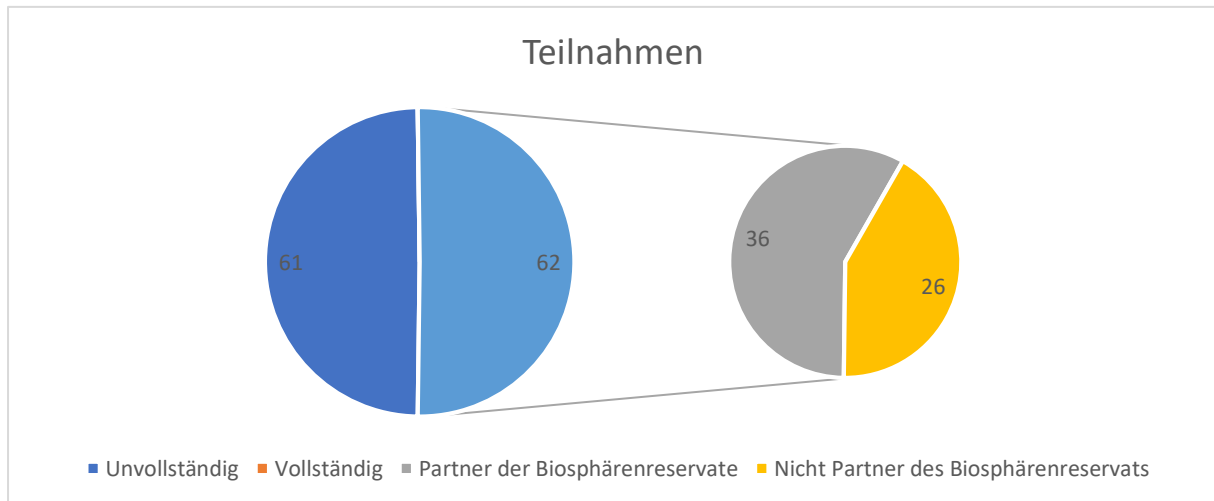


Abbildung 3: Teilnahmen

Werden die 62 vollständig ausgefüllten Fragebögen zugrunde gelegt, dann waren 36 Teilnehmende (58%) Partner der Biosphärenreservate und 26 Teilnehmende (42%) keine Partner der Biosphärenreservate.

Die durch Partner der Biosphärenreservate vertretenen Branchen waren wie folgt:

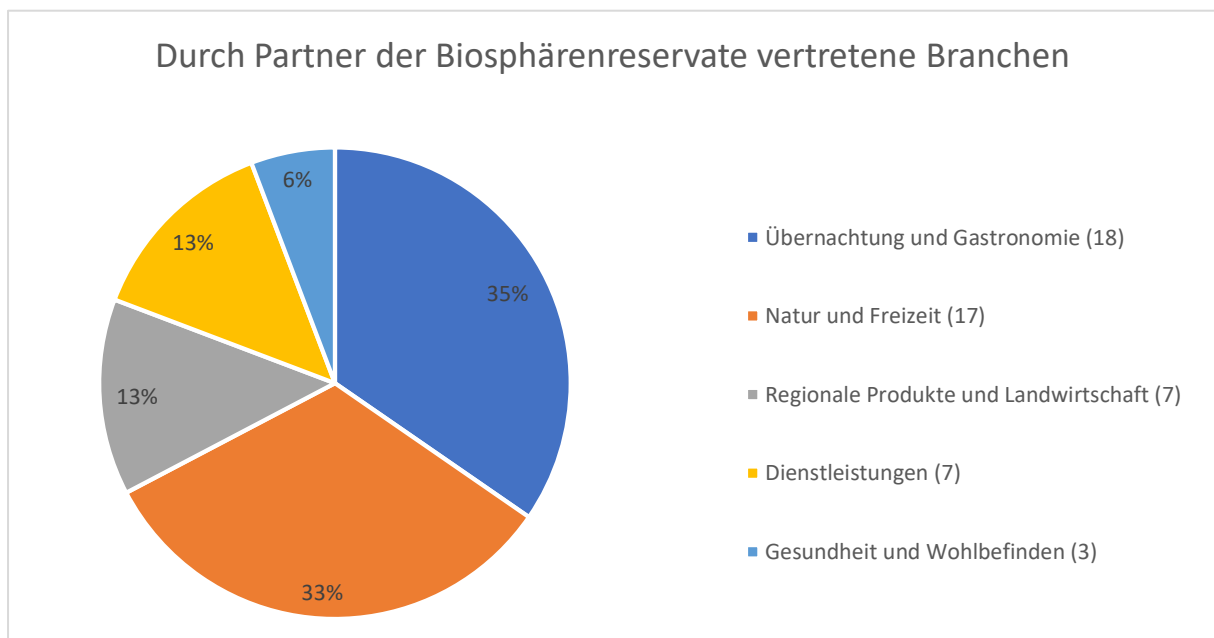


Abbildung 4: Durch Partner der Biosphärenreservate vertretene Branchen

Am stärksten waren die Branchen **Übernachtung und Gastronomie** mit 35% und **Natur und Freizeit** mit 33% in der Umfrage vertreten. Die Branchen **Dienstleistungen** und **Regionale Produkte und Landwirtschaft** besitzen jeweils einen Anteil von 13%. **Gesundheit und Wohlbefinden** waren durch 3% der Partner vertreten. Hier ist zu beachten, dass bei dieser Frage eine Mehrfachauswahl möglich war und somit Partner auch mehrere Branchen vertreten konnten.

Teilnehmende, die keine Partner der Biosphärenreservate sind (26 vollständig – Mehrfachauswahl möglich), vertraten diverse Branchen. Wie in Abbildung 5 zu sehen, war mit 30% die Branche **Ämter und Verwaltung** am stärksten vertreten. Darauf folgen die Branchen **Vereine** sowie **Sonstiges** mit jeweils 16%. **Beratung, Dienstleistung** sowie **Natur und Freizeit** waren mit jeweils 8% repräsentiert. **Regionale Produkte und Landwirtschaft** waren zu 5% vertreten. Die Branchen **Gesundheit und Wohlbefinden, Medien** sowie **Bildung** lagen bei den Nicht-Partnern mit jeweils 3% im unteren Drittel, während sowohl die Branche **Übernachtung und Gastronomie** als auch die Branche **Finanzen** in dieser Umfrage nicht vertreten waren.

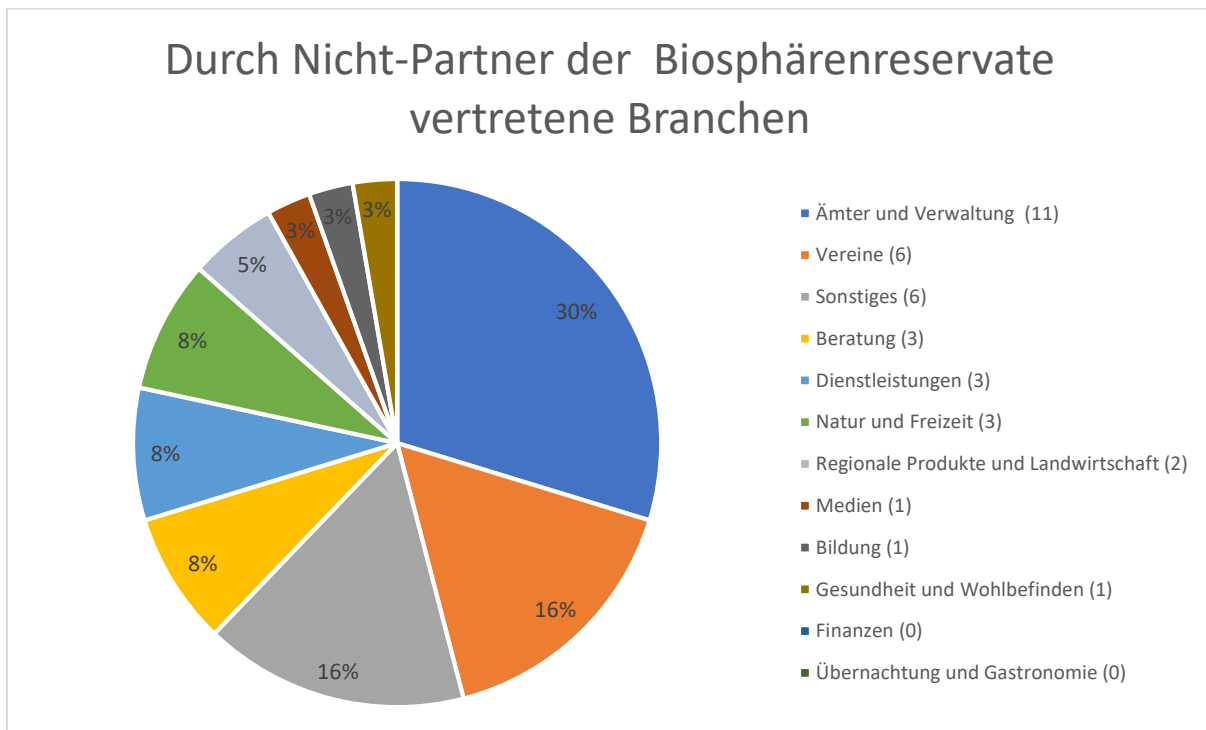


Abbildung 5: Durch Nicht-Partner der Biosphärenreservate vertretene Branchen

Die unter »Sonstige« genannten Branchen waren: Tourismus, Ranger Schaalsee-Elbe, Informationstechnik, Schule/Schüler*innenvertretung, Handwerk sowie Rentner*innen, welche in Summe 16% der Nicht-Partner der Biosphärenreservate ausmachten.

3.1. Kommunikation

Der thematische Einstieg in die Umfrage erfolgte durch Fragen zum Thema Kommunikation in den Biosphärenreservaten. Mehr als die Hälfte der Befragten (**66%**) wünschten sich **mehr Austausch mit den Partnern und Verantwortlichen** der Biosphärenreservate.

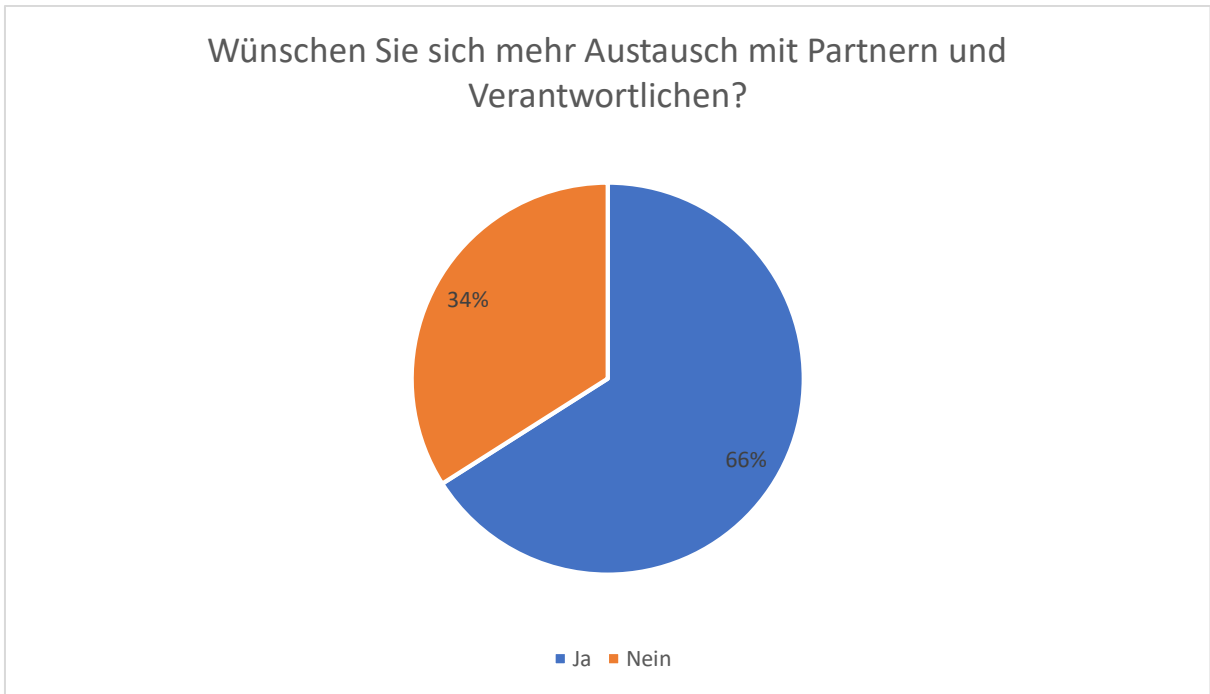


Abbildung 6: Wunsch nach Austausch mit Partnern und Verantwortlichen

Der am **meisten genutzte Kommunikationskanal** war mit 55% **E-Mail**, gefolgt von persönlichen Gesprächen mit 48% und Telefon mit 46%. Etwas weniger häufig wurden Webseite mit 41% und Soziale Netzwerke mit 32% genannt. Unter »Sonstige« wurden folgende Kanäle aufgeführt: Postweg, Messagedienste, Booking.com, Newsletter, Briefpost, Telegram, WhatsApp, Slack, Galeriebesucher, Printmedien (Zeitschriften, Flyer), ZOOM, Gruppentreffen.

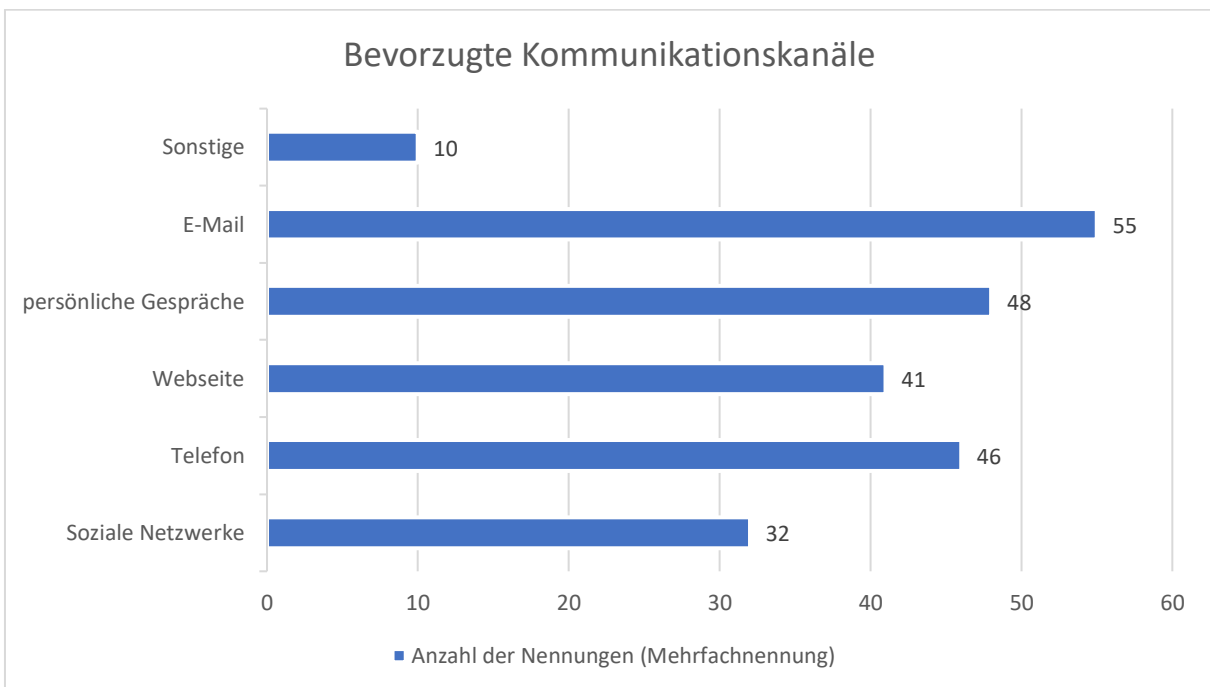


Abbildung 7: Bevorzugte Kommunikationskanäle

Den größten Verbesserungsbedarf in Bezug auf den Informationsaustausch sahen die Befragten im Austausch mit Partnern und anderen Unternehmen untereinander. Auf die Frage, ob eine für die Region zugeschnittene **Kommunikationsplattform** gewünscht wird, antworteten **60%** mit »ja«.

Der Informationsaustausch rund um die Biosphärenreservate erfolgt zum größten Teil durch E-Mail und Informationsmaterial, wie beispielsweise Broschüren. 61% der Befragten äußerten sich zufrieden mit dem Erhalt der Informationen per E-Mail. 56% wünschten sich eine **regionale App**, um Informationen zu erhalten, während 46% gerne auf Veranstaltungen über die Biosphärenreservate informiert werden würden.

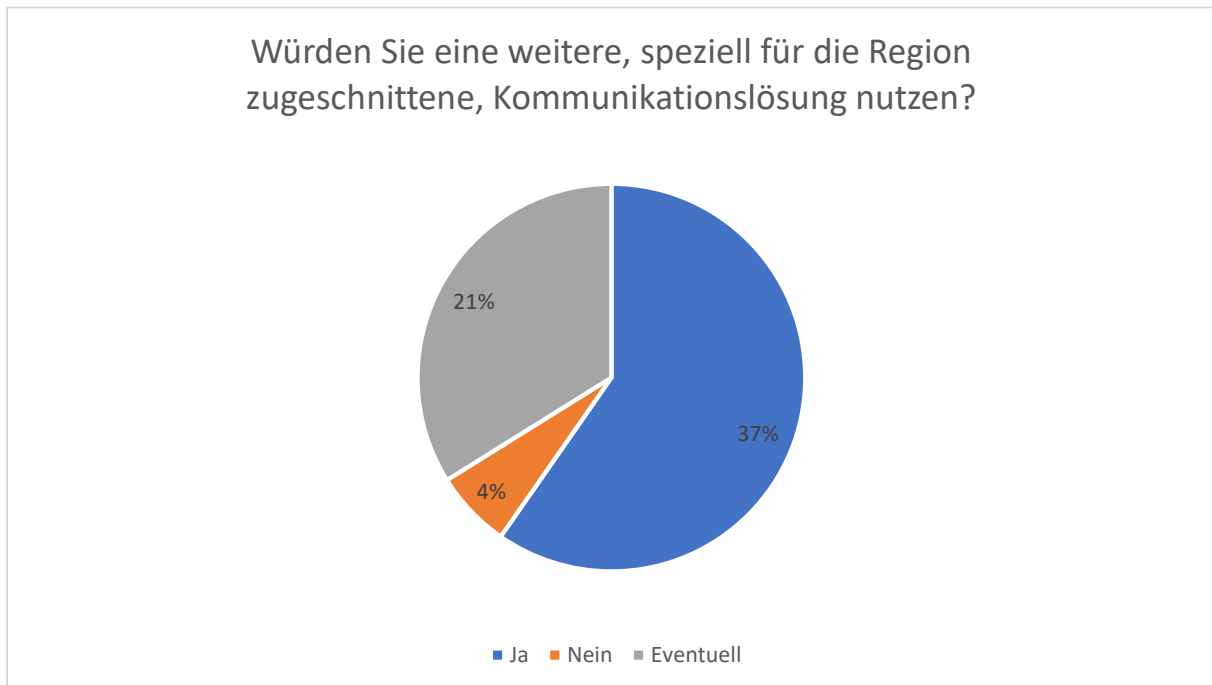


Abbildung 8: Regionsspezifische Lösung

Inhaltlich wünschten sich die Befragten Informationen zu Aktivitäten der Partner und der Biosphärenreservate, sowie zu **Veranstaltungen** und aktuellen Neuigkeiten. Bezüglich der **Menge an Informationen** waren 40% der Meinung, dass sie über alle Bereiche ausreichend informiert werden.

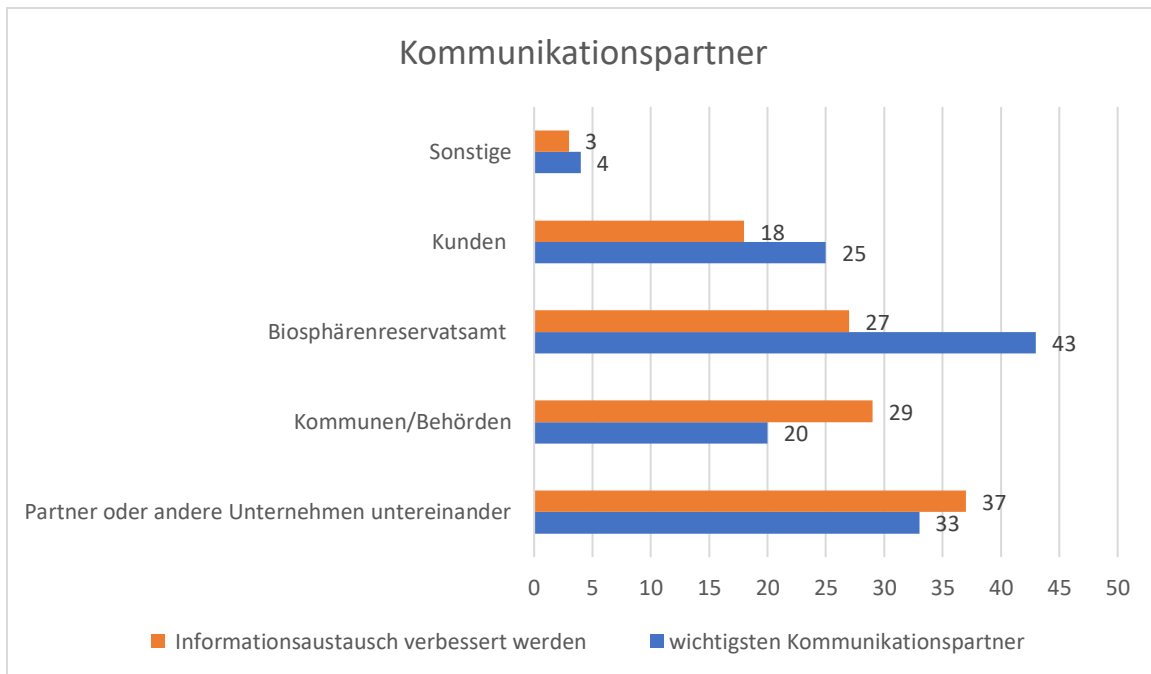


Abbildung 9: Kommunikationspartner

3.2 Regionalvermarktung

23% der Befragten sind Anbieter regionaler Produkte und Dienstleistungen. Davon vertreiben 10% ihre Dienstleistungen und Produkte direkt, womit der größte Teil auch zufrieden ist. Den **Vertrieb über Hofläden und Märkte** nutzen 8%. Jeweils 8% würden ihre Produkte gerne in einem Online-Shop oder über einen Hofladen oder Marktstand vertreiben. 10% der Anbieter wünschen sich, andere Wege der **Direktvermarktung** mehr nutzen zu können. Die Bewerbung der Dienste und Produkte findet bei 23% durch **persönlichen Kontakt zu den Kunden** statt; 18% werben mit **Prospekten und Flyern**. Die größten Herausforderungen des Vertriebs und der Vermarktung sehen die Befragten im **Kosten- und Zeitaufwand**.

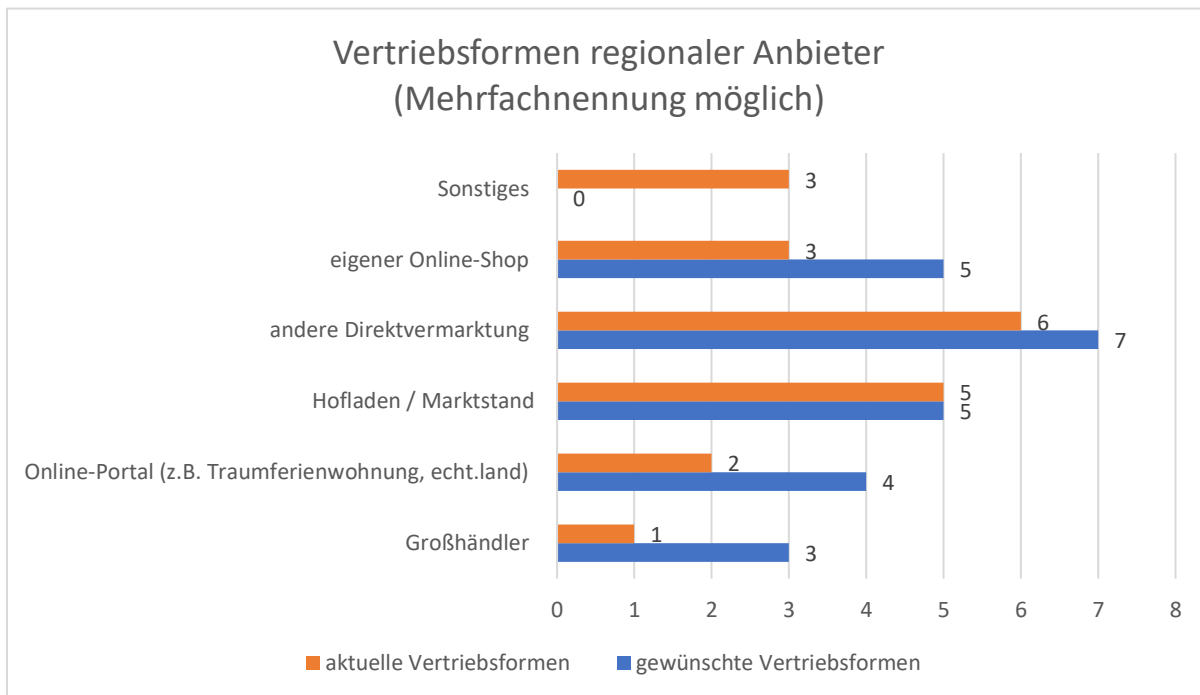


Abbildung 10: Vertriebsformen regionaler Anbieter

Die Mehrheit der Teilnehmenden hat **Interesse an einem Online-Shop**. Davon waren 13% der Ansicht, dass Zeitmangel sie daran hindert, digitale Vertriebsformen verstärkt zu nutzen.

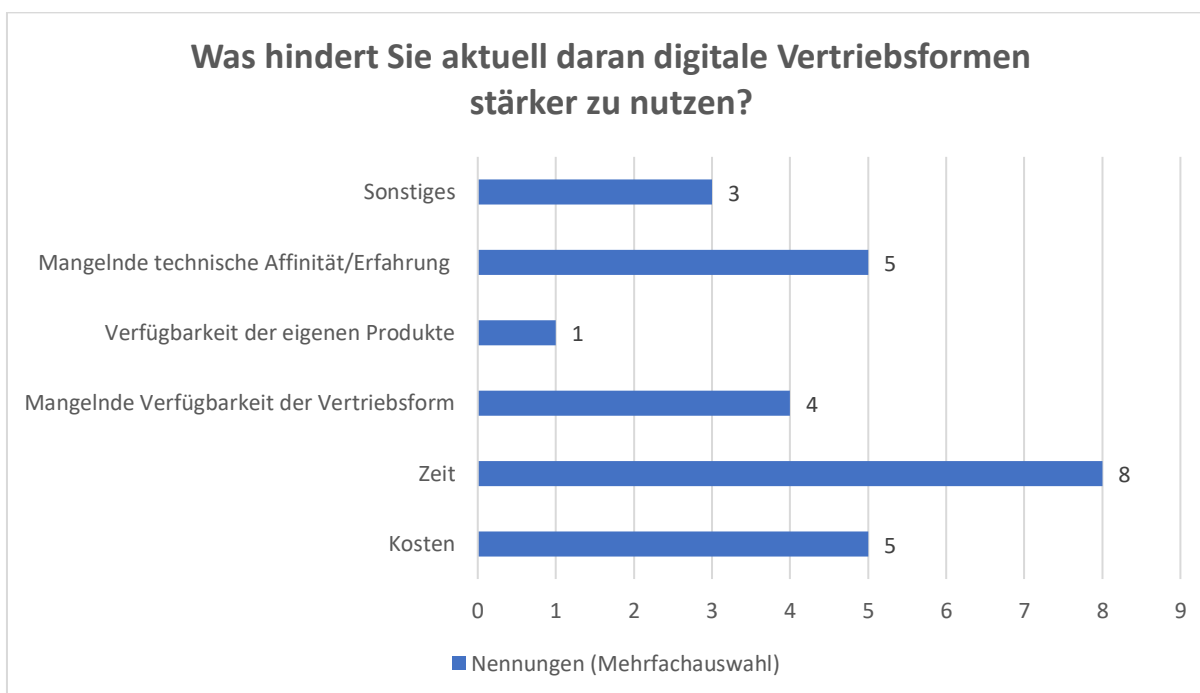


Abbildung 11: Hinderungsgründe digitaler Vertrieb

Je Auslieferung wären die Produzenten bereit, zwischen vier und fünf Euro zu zahlen. Dieser Betrag stimmt mit der erwarteten Kundenleistung pro Bestellung überein. Das Interesse an einer **Business-**

to-Business-Marktplattform war bei 39% vorhanden. 79% der befragten Anbieter hatten Interesse an einer **regional organisierten Lieferlogistik**.

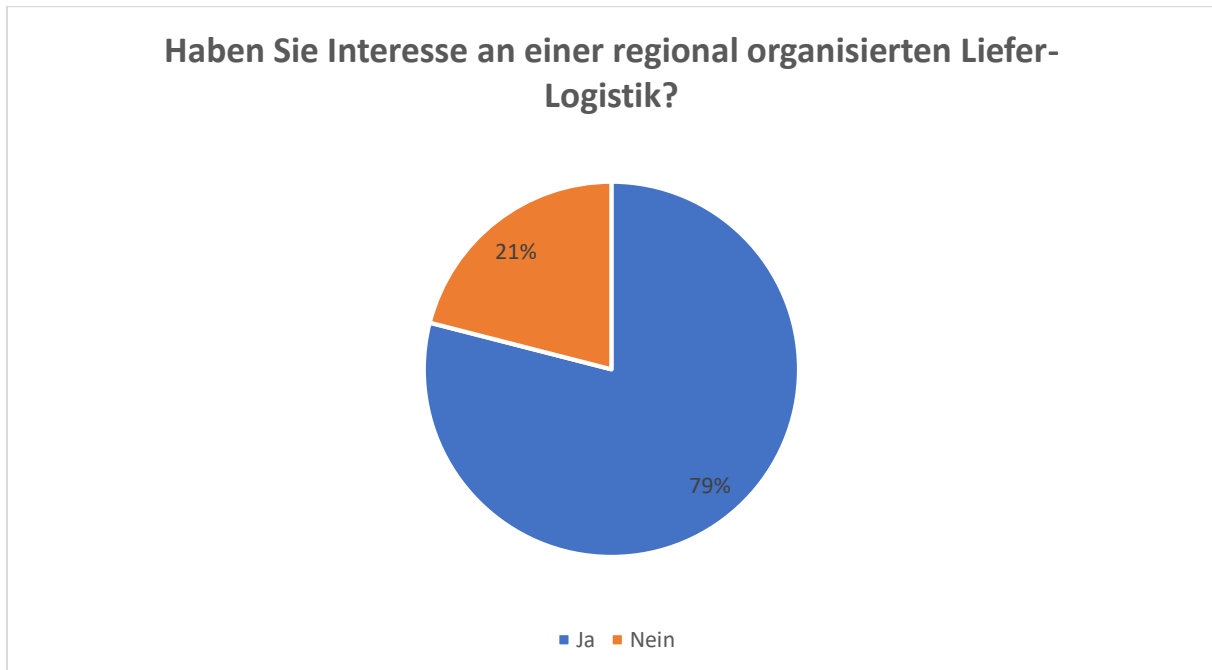


Abbildung 12: Interesse regionale Lieferlogistik

Insgesamt ist der Bedarf an einer überregionalen Vermarktung gegeben. 45% erklärten sich bereit, an einer regional organisierten Lieferlogistik mitzuwirken.

4. Zentrale Ergebnisse der Einführungsworkshops

Die am 4. August 2020 und am 31. August 2020 durchgeführten Workshops, vereinten die Interessen von Partnern der Biosphärenreservate, Akteuren und weiteren Interessierten bezüglich der Herausforderungen und Lösungsmöglichkeiten im Bereich Kommunikation und Regionalvermarktung.

4.1. Thema Kommunikation

Die Herausforderungen im Bereich der Kommunikation spiegeln sich in verschiedenen Aspekten wider. Zum einen sei in der Region keine einheitliche Technologie vorhanden, was die Kommunikation untereinander erschwere. Außerdem würden sich die Erfahrungen und das Wissen der Partner unterscheiden, was eine gute Zusammenarbeit problematisch machen könne. Bestehende Angebote und Best Practices würden nicht kommuniziert und miteinander verknüpft. Außerdem gelte es, viele Interessensgruppen zu vereinen, was ohne vorhandene Organisationsstrukturen und eine gemeinsame Orientierung nur schwer durchsetzbar sei. Hier wurden Schulungen als Lösungsansätze vorgeschlagen, damit alle auf einen gemeinsamen Wissenstand gebracht werden können. Außerdem sollten Zusammenarbeit und Integration durch eine bessere Vernetzung gefördert werden. Die Zuständigkeiten müssten dabei klar verteilt sein, sodass eine zielführende Organisation umgesetzt werden könne. Neben der Vielfalt an Interessen sei auch eine Vielfalt an Kommunikationskanälen vorhanden, welche die Kommunikation erschwere. Hier sei die Optimierung der Kommunikationswege eine mögliche Lösung. Eine gemeinsame Plattform könnte den genannten Herausforderungen entgegenwirken. Die Bevölkerung sei aus Sicht der Teilnehmenden zu wenig informiert. Vermehrte direkte, persönliche Ansprache könnte das ändern. Außerdem wurde eine Herausforderung darin gesehen, alle Altersgruppen zu erreichen und Interesse für die Biosphärenreservate zu wecken. Der

Zugang zu Dienstleistungen müsste aus Sicht der Teilnehmenden einfacher gestaltet werden. Es bedarf somit einer breit gefächerten Aufklärung sowie der Entwicklung von attraktiven Diensten, um die Kommunikation untereinander und mit der Bevölkerung zu verbessern.

4.2. Thema Regionalvermarktung

Als Herausforderungen für die Vermarktung regionaler Dienste und Produkte sahen die Teilnehmenden der Workshops unter anderem die hohen Preise, die geringe Verfügbarkeit und die mangelnde Vielfalt der regionalen Produkte. Kunden seien schlecht über das Angebot informiert und zeigten eine geringe Zahlungsbereitschaft für die Produkte aus der Region. Den Produzenten fehle es an Kapazitäten und nötigem Know-how bei der Durchführung der Vermarktung und des Vertriebs ihrer Produkte. Am Markt herrschten hohe Anforderungen durch eine starke Konkurrenz, welchen die regionalen Anbieter nicht gerecht werden könnten. Um diese Probleme anzugehen, sollten Partnerschaften untereinander eingegangen werden. Ein gemeinsames Marketing oder eine gemeinsame Produktentwicklung würden Vorteile für alle Beteiligten schaffen. Außerdem könnten digitale Medien zur Vermarktung verwendet werden, um Informationen besser und schneller zu verbreiten. Schulungen in diesen Bereichen würden das Know-how der Anbieter fördern und deren Möglichkeiten verbessern. Bezüglich des Vertriebs bestünden zu wenige Vertriebswege und die Logistik stelle eine weitere Herausforderung für die Produzenten dar. Hier nannten die Teilnehmenden den Ansatz, die Logistik digitaler zu gestalten, z. B. durch Etablierung eines digitalen Bestellsystems. Außerdem könnte die Infrastruktur z. B. durch einen regionalen Lieferdienst erweitert werden, welcher an bestimmten Abholpunkten zu festgelegten Zeiten die Bestellungen zum Kunden bringt. Hier nannten die Teilnehmenden auch den Ansatz, erneuerbare Energien in die Logistik miteinzubeziehen. Kooperationen mit Firmen vor Ort sowie der überregionale Austausch sollten weitere logistische Probleme beseitigen und für bessere Vertriebswege sorgen.

5. Ergebnisse Workshop Regionalvermarktung

Am 22. Oktober 2020 wurde ein Workshop zum Thema Regionalvermarktung durchgeführt. Ziel des Workshops war die Sammlung von Erfahrungen im Bereich Regionalvermarktung und Lieferlogistik sowie die Konzeption eines optimalen Bestell- und Lieferprozesses. Aufgrund der gestiegenen Corona-Fälle und den damit einhergehenden Schutzmaßnahmen wurde der Workshop aus einem Mix von Online- und Offline-Veranstaltung durchgeführt. Teilnehmende waren Anbieter regionaler Produkte, Partner sowie Mitarbeitende des Biosphärenreservatsamtes.

Nach einer thematischen Einführung in die Lösungen BestellBar und DorfFunk wurden die bestehenden Strukturen (Biosphären-Regale, Partnernetzwerk) vorgestellt. Anhand zweier Fallbeispiele, die jeweils ein Einkaufsszenario darstellten, sollten positive bzw. negative Aspekte der Szenarien in zwei Gruppen erörtert werden. Trotz der Verschiedenheit wurden in beiden Gruppen ähnliche Aspekte erarbeitet. Unter den positiven Aspekten wurde die Stärkung des Zusammenhalts im Dorf, die Stärkung der Region und der regionalen Produkte sowie die Vernetzung der Region und die Bündelung von Bestellungen genannt. Des Weiteren wurde die Option, verschiedene Zahlungsoptionen nutzen zu können, als positiv bewertet. Kritisch hinterfragt wurde der Kostenaspekt, da durch die Transportkosten mit einem Preisanstieg zu rechnen sei. Daneben wurde über die Komplexität der Prozesse, das Risiko auf Seiten der Händler und der Endverbraucher und über fehlende Anreize im Rahmen der negativen Aspekte diskutiert. Im zweiten Schritt sollten die zwei Gruppen je eine optimale Lösung für den Vertrieb von Produkten in den Biosphärenreservaten Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V erarbeiten. In Gruppe eins wurde über verschiedene Logistikaspekte, wie die Kühlkette und die Transportkosten für kleine Mengen, diskutiert. Daraus entstand die Idee eines fahrenden Händlers, der die Erzeugnisse bündelt, sodass keine Mehrkosten entstehen. In Gruppe zwei

lag der Fokus auf dem Verkauf über die Biosphären-Regale. Hier wurden Aspekte wie Versicherungsschutz, Dauer der Lieferung und Umgang mit verderblichen Produkten diskutiert. Auch hier wurden Lösungsansätze erarbeitet, wie die Zahlung per Vorkasse oder Kontaktaufnahme mit den Kunden bzgl. der Lieferzeit.

Durch die Erarbeitung von Bestell- und Lieferkonzepten wurde deutlich, dass an einer organisatorischen Lösung für die Lieferlogistik gearbeitet werden muss.

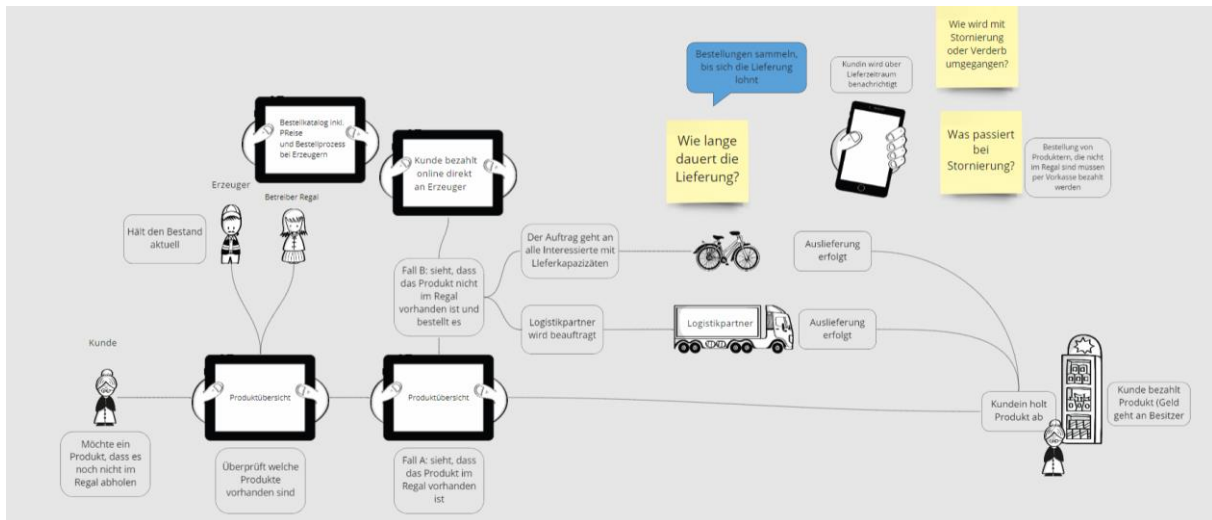


Abbildung 13: Ausschnitt Bestell- und Lieferkonzept

6. Ergebnisse Workshop DorfFunk

Gemeinsam mit der Initiative »Wir bauen Zukunft« fand am 25. November 2020 ein Online-Workshop zum Thema DorfFunk und zur Verbindung beziehungsweise Integration des Mobilitätsprojekts von »Wir bauen Zukunft« statt. Nach Vorstellung des Projekts »Wir bauen Zukunft« sowie der Kommunikationslösung DorfFunk wurden Themenfelder in Form von »Wie könnten wir...«-Fragen für die Erarbeitung von gemeinsamen Lösungen gesammelt. Schnell wurde deutlich, dass sich der Mobilitätsaspekt in die bereits bestehenden Strukturen des DorfFunks integrieren lässt, sodass die Bewerbung der Lösung DorfFunk in den Fokus rückte. Mithilfe der 6-3-5 Methode wurden zahlreiche Ideen gesammelt und anschließend bewertet.

Einige der am höchsten bewerteten Ideen waren:

- Einbezug der Bevölkerung beispielsweise durch Umfragen
- Verteilen von Auszeichnungen für Vielnutzer
- Mitmachkampagnen (z.B. Baum pflanzen)
- Gewinnung regionaler Influencer und besondere Hervorhebung von Partnern

Die gesammelten Ansätze können im weiteren Projektverlauf bei der Bewerbung der Lösung DorfFunk eingesetzt werden und bilden somit eine gute Basis für die Vermarktung.

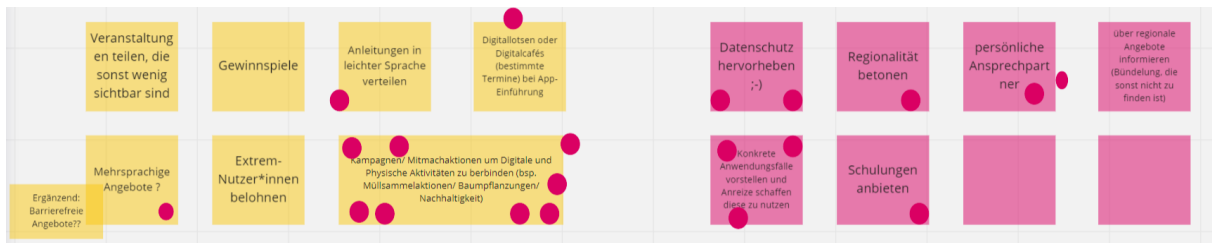


Abbildung 14: Ausschnitt Workshop DorfFunk

7. Implikation Digitale-Dörfer-Lösungen

Im Rahmen des Projekts Digitale Dörfer entwickelte das Fraunhofer IESE gemeinsam mit verschiedenen Modellgemeinden digitale Lösungen, um Herausforderungen im ländlichen Raum mithilfe von Digitalisierung zu begegnen. Im Zuge des Projekts »Nachhaltig – Regional – Digital: Biosphäre smart erleben« wird ein Teil dieser Lösungen eingesetzt. Im Folgenden wird zusammengefasst, wie sich die Ergebnisse der Umfrage und der Workshops in den Lösungen widerspiegeln.

7.1 DorfFunk

Der DorfFunk ist eine App, die als Kommunikationszentrale einer Region dient. Bürger*innen können über verschiedene Kanäle zum Beispiel ihre Hilfe anbieten, Gesuche einstellen oder einfach nur zwanglos miteinander plauschen. Zudem können sowohl private als auch öffentliche Gruppen gebildet werden.



Abbildung 15: DorfFunk Übersicht

Mit dem DorfFunk kann der Bedarf an Informationsaustausch sowie an Vernetzung gedeckt werden. Sowohl Partner und Interessierte als auch das Biosphärenreservatsamt erhalten die Möglichkeit, Informationen zu teilen. Die Kommentarfunktion bietet Raum für Rückfragen, und über persönliche Nachrichten wird ein 1:1-Austausch ermöglicht. Gruppen zu verschiedenen Themen oder zur Vernetzung von Partnern und Vereinen erleichtern den Austausch und bieten schnelle und einfache Kommunikationswege. Dies kann die Zusammenarbeit und den Informationsaustausch innerhalb und außerhalb von Interessensgruppen erleichtern. Durch die einfach gehaltene Bedienung können verschiedene Altersgruppen partizipieren. Zudem ermöglichen die Funktionen »Suche« und »Biete« das Anbieten und Finden von Mitfahrgelegenheiten.

7.2 BestellBar und Lieferbar

Die BestellBar ist ein regionaler Online-Marktplatz, der es lokalen Erzeugern und Händlern ermöglicht, Erzeugnisse, Waren oder Dienstleistungen bequem online zu vertreiben. Die damit kompatible App LieferBar kann das passende Liefer- und Logistikkonzept digital unterstützen.

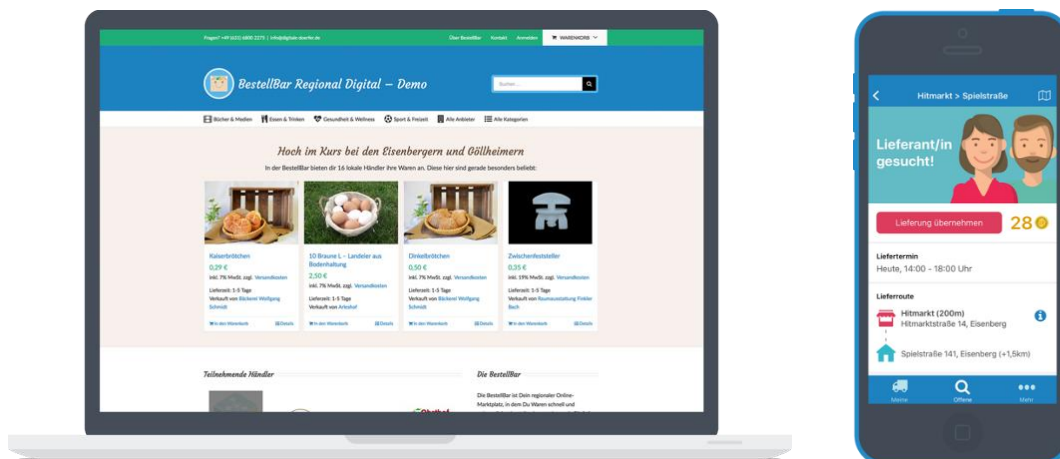


Abbildung 16: BestellBar und LieferBar

Im Rahmen der Umfrage und der Workshops wurden verschiedene Anforderungen definiert, die in dieser Lösung Anwendung finden werden. Eine kategorisierte Produktübersicht erleichtert die Suche und Bedienung des Marktplatzes. In Zusammenarbeit der Händler untereinander wird es möglich sein, Produktpakete zu erwerben. Über eine interaktive Karte können Händler*innen und Erzeuger*innen einfach gefunden werden. Auch Liefer- und Abholzenarien können unterstützt werden. Über regelmäßige Blogbeiträge können Beteiligte über Neuigkeiten berichten oder ihr Unternehmen und/oder ihren Betrieb vorstellen.

Aus den Ergebnissen der Workshops und der Umfrage ging stark hervor, dass an einer organisatorischen Lösung des Logistikproblems gearbeitet werden muss. Es wurde vielfach der Wunsch geäußert, dass Händler Unterstützung sowohl bei der Pflege des Onlineshops als auch bei Logistikherausforderungen erhalten sollten. Die LieferBar bietet zwar die technische Grundlage, aber organisatorische Fragen konnten durch das Biosphärenreservatsamt Schaalsee-Elbe zum Ende dieses Berichtes nicht abschließend geklärt werden.

8. Zusammenfassung der Ergebnisse aus Umfrage und Workshops

Durch die Ergebnisse der Umfrage und der Einführungsworkshops wurde deutlich, dass Bedarf an einer einheitlichen Plattform für die Kommunikation, aber auch für die Vermarktung regionaler Produkte in den Biosphärenreservaten Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V besteht. Im Rahmen weiterer Workshops zeigte sich, dass es äußerst wichtig ist, zunächst organisatorische Fragen (z.B. in Bezug auf Liefer- und Administrationsprozesse) zu klären, um weitere Schritte in Richtung Implementierung gehen zu können.

Die Anwendung DorfFunk kann neben der Förderung der Kommunikation in den Biosphärenreservaten dem Informationsaustausch dienen und bietet die Möglichkeit, über die Kanäle »Suche« und »Biete« Mitfahrangebote zu teilen. Bei der Einführung wurde verdeutlicht, für welche Zwecke die Anwendung genutzt werden kann. Die BestellBar dient als regionaler Marktplatz und Vermarktungsplattform für Erzeuger und Händler der Region.

9. Marketingmaßnahmen

Zur Bewerbung der Lösungen Bestellbar und DorfFunk wurde eine breit angelegte Marketingkampagne angestoßen, die die Einführung begleitete. Die Kampagne beinhaltete die Bewerbung der Lösungen durch das Verteilen von Flyern und den Aushang von Plakaten. Zur

Unterstützung von Marketingkampagne und Informationsveranstaltungen konnte auf bestehende Materialien aus den Digitalen Dörfern zurückgegriffen werden. Hier gab es spezielle Anpassungen für das Biosphärenreservatsamt.

Zudem wurden Newsletter, Pressemitteilungen und Artikel in regionalen Zeitungen veröffentlicht. Darüber hinaus wurde der DorfFunk und Marktplatz Biosphäre auf dem Biosphäre Schaalsee Markt, beim Akteurstreffen der Partner sowie in kleineren Online-Workshops separat vorgestellt.



Abbildung 17: Plakat DorfFunk

10. Einführung DorfFunk

Parallel zum Projekt gab es Bemühungen seitens des Ministeriums für Landwirtschaft und Umwelt des Landes Mecklenburg-Vorpommern, die Lösungen DorfFunk und DorfNews, landesweit bereitzustellen. Die daraus entstandene Zusammenarbeit des Fraunhofer IESE mit dem Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt und der eigens eingerichteten Transferstelle Digitale Dörfer MV führte dazu, dass die Einführung des DorfFunks zeitgleich mit dem landesweiten Rollout stattfand. Seit dem 28. April 2021 können alle Bürger*innen in Mecklenburg-Vorpommern die Lösungen DorfFunk und DorfNews kostenfrei nutzen. Für die Region der Biosphärenreservate Schaalsee und Elbe werden, neben der für das gesamte Land bereitgestellten Ebene der Städte und Gemeinden, Orte und Ortsteile mit im DorfFunk abgebildet, die die Interaktion und das »Wir-Gefühl« auf dieser Ebene verbessern können.

Die Transferstelle Digitale Dörfer MV bot zum Auftakt eine digitale Informationsveranstaltung an, bei der sich Interessierte über die Funktionen der Lösungen informieren konnten.

Im Rahmen des Projekts wurden ebenso Maßnahmen zur Bekanntmachung und Verbreitung des DorfFunks durchgeführt. Flyer und Plakate informierten Bürger*innen über die Möglichkeit der Nutzung des DorfFunks und über die Lösung BestellBar, den Marktplatz der Biosphärenreservate.

Seit der Einführung im April 2021 haben sich ca. 150 Personen (aus dem Einzugsgebiet der Biosphärenreservate) im DorfFunk angemeldet.

11. Einführung Marktplatz Biosphäre

Fragen? 038851-3020 | poststelle@bra-scheibumvnet.de

Biosphärenreservat Schaalsee
Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe - Mecklenburg-Vorpommern

Marktplatz Biosphäre

Produkte Kategorien Händler Region Aktuelles Warenkorb

Bei uns hoch im Kurs

Auf dem Marktplatz Biosphäre bieten dir 13 lokale Händler ihre Waren an. Diese hier sind gerade besonders beliebt:





 <p>Bildband „UNESCO-Biosphärenreservat Schaalsee – Eine Bilderreise“</p> <p>34,90 € inkl. 7 % MwSt.</p> <p>In den Warenkorb</p>	 <p>Schöner aus Lunow sortenreiner Streuobstsaft</p> <p>10,00 € 2,00 € / l inkl. 19 % MwSt.</p> <p>In den Warenkorb</p>	 <p>Rheinischer Bohnapfel sortenreiner Streuobstsaft</p> <p>10,00 € 2,00 € / l inkl. 19 % MwSt.</p> <p>In den Warenkorb</p>	 <p>Bio Sanddorn Konfitüre</p> <p>3,99 € inkl. 7 % MwSt.</p> <p>In den Warenkorb</p>
---	--	---	---

Abbildung 18: Startseite Marktplatz Biosphäre

Nachdem 2020 erste Workshops zur BestellBar durchgeführt wurden, um mehr über die Bedarfe der späteren Nutzer*innen zu erfahren, lag der Fokus in der zweiten Projektphase, neben der Gewinnung von Händler*innen, auf der Einrichtung, Gestaltung und Verbreitung des Marktplatzes Biosphäre (Vgl. <https://www.marktplatz-biosphaere.de/>). Damit Mitarbeitende der Biosphärenreservate potenzielle Händler*innen bei der Einrichtung und Bearbeitung des Händlerprofils unterstützen können, fanden Schulungen statt, in denen Mitarbeitende des Fraunhofer IESE die grundlegenden Funktionen erläuterten. Die in den Schulungen bereitgestellten Informationen für interessierte Händler*innen und für Shopmanager*innen (Mitarbeitende der Biosphärenreservate) wurden in entsprechenden Schulungsunterlagen aufbereitet und zur Verfügung gestellt.

Dies ist ein Test Blog-Beitrag

Startseite > Allgemein, Veranstaltungen > Dies ist ein Test Blog-Beitrag



Abbildung 19: Marktplatz Biosphäre Blog

Die Einrichtung des Marktplatzes, zu der neben der Einrichtung der Händlerprofile auch die grafische Gestaltung sowie die Einbindung einer Blogfunktion gehörte, wurde in enger Abstimmung mit den Verantwortlichen der Biosphärenreservate umgesetzt. Durch die im Marktplatz eingebaute Blogfunktion (vgl. <https://www.marktplatz-biosphaere.de/haendlerblog/>) können Händler*innen sowie die Biosphärenreservate über aktuelle Angebote und Neuigkeiten informieren. Das Besondere: der Blog ist mit dem DorfFunk verknüpft. Beiträge, die im Händlerblog veröffentlicht werden, sind (wenn dies gewünscht ist) ebenso im DorfFunk sichtbar. Dies verknüpft die beiden Lösungen und ermöglicht eine schnelle Kommunikation aus dem Marktplatz an interessierte Bürger*innen.

Warenkorb Summe	
Zwischensumme	450,00 €
Versand	<input checked="" type="radio"/> Kostenlose Lieferung <input type="radio"/> Abholung vor Ort <input type="radio"/> Abholung zum nächsten Biosphären Markt
Gesamtsumme	450,00 €
inkl. 19 % MwSt.	71,85 €
<input type="button" value="WARENKORB AKTUALISIEREN"/> <input type="button" value="WEITER ZUR KASSE"/>	

Abbildung 20: Marktplatz Biosphäre Abholoptionen

Zudem wurden die Versandoptionen erweitert, sodass auch eine Abholung, z.B. auf dem Biosphäre Schaalsee Markt, möglich ist.

Mithilfe der Händlerübersicht können sich Interessierte schnell einen Überblick über Angebote in der Umgebung verschaffen und über die Suche nach konkreten Angeboten oder Produkten suchen.

The screenshot displays the 'Marktplatz Biosphäre' website interface. At the top, there are logos for 'Biosphärenreservat Schaalsee' and 'Biosphärenreservat Flusslandschaft Elbe - Mecklenburg-Vorpommern'. The main navigation bar includes icons for 'Produkte', 'Kategorien', 'Händler', 'Region', 'Aktuelles', and a shopping cart icon showing '1 Artikel - 34,90 €'. Below the navigation is a 'Alle Händler' section with a map of the Schaalsee region. The map shows several green location pins. Below the map, there are search and filter options: 'Suchen' with a search bar, 'Filtere nach Kategorie' with a dropdown menu, and 'Filtere nach Standort' with search bars for 'Suche nach Stadt' and 'Suche nach PLZ'. Below these are two product listings. The first listing is for 'Siederei Natureseifen-Manufaktur' with a photo of a mountain landscape and a circular logo. The second listing is for 'Arche-Hof Domäne Kneese' with a photo of a wooden structure and a circular logo. Both listings include contact information and a 'Laden durchstöbern' button.

Abbildung 21: Marktplatz Biosphäre Händlerübersicht

12. Zusammenfassung und Ausblick

Mit dem Ziel, Chancen der Digitalisierung in Bezug auf nachhaltige, digitale Regionalvermarktung und Kommunikation in den Einzugsbereichen der Biosphärenreservate Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V zu erproben, startete das Projekt zunächst mit der Durchführung einer digitalen Umfrage. Aus der Umfrage, die unter anderem die Themen Kommunikation und Regionalvermarktung adressierte, wurde deutlich, dass Interesse an einem stärkeren Austausch in der Region sowie Unterstützung im Bereich des digitalen Vertriebs und einer zentralen Lieferlogistik besteht. Diese Ergebnisse spiegelten sich auch in den anschließend durchgeführten Workshops wider. Aufgrund der pandemischen Lage wurden die Workshops in digitaler bzw. hybrider Form durchgeführt. Die erhoffte Resonanz und der gewünschte Austausch, vor allem unter den Partnern der Biosphärenreservate, konnte damit nur bedingt gefördert werden. Für die Lösung BestellBar (den Online-Marktplatz Biosphäre) konnten trotz der herausfordernden Lage Partner gefunden und begeistert werden, sodass sich Interessierte seit Juni 2021 einen Überblick über die Angebote regionaler Erzeuger und Dienstleister in der Region informieren können.

Während des Projekts wurde auch das Land Mecklenburg-Vorpommern auf das Projekt Digitale Dörfer und insbesondere auf die Lösung DorfFunk aufmerksam. Das Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt stellt seit dem 28.04.2021 die Lösungen DorfFunk und DorfNews den Bürger*innen in Mecklenburg-Vorpommern kostenfrei zur Verfügung. Dies ergänzt die im Projekt verfolgten Bestrebungen, die Kommunikation in der Region durch den DorfFunk zu stärken. Während in ganz Mecklenburg-Vorpommern der DorfFunk auf Stadt- und Gemeindeebene zur Verfügung gestellt wurde, besteht in der Region der Biosphärenreservate die Möglichkeit, auch auf Ortsebene zu »funken«.

Die Einführung der Lösungen wurde von an die pandemische Lage angepassten verschiedenen Marketingmaßnahmen begleitet. Die Lösung LieferBar wurde im Rahmen des Projekts nicht eingeführt. Dies ist unter anderem dadurch bedingt, dass keine Person bzw. Institution für eine entsprechend große Region der Biosphärenreservate Schaalsee und Flusslandschaft Elbe M-V zur Durchführung von Lieferungen gefunden werden konnte. Die Herausforderung liegt einerseits an bezahlbaren Lieferwegen, aber auch Akteuren, die beispielsweise die Koordination der Wege aber auch die Lagerung vornehmen würden. Dazu sind verschiedenste Gespräche mit möglichen Anbietern geführt wurden, die aber zum Projektende nicht zu einem erfolgreichen Abschluss geführt haben.

Insgesamt wurde deutlich, welche Potenziale die Lösungen bieten können, aber auch, dass eine erfolgreiche Einführung und vor allem der langfristige Betrieb nur durch feststehende organisatorische Ansprechpartner*innen möglich ist. Es ist erforderlich, fortlaufend über die Erfahrungen und Fortschritte der Lösungen zu berichten und Interessierte konkret mit einzubeziehen.

Der erste Schritt zur Unterstützung der Partner der Biosphärenreservate im Rahmen des Online-Vertriebs sowie der Kommunikation ist getan und auch Bürger*innen oder Interessierte sowie Touristen können von den Lösungen profitieren. Zu klären ist nun, wer für den Betrieb und die Pflege sowie die weitere Verbreitung der Lösungen zuständig sein wird.