

# Pressemappe 2022

#miteinanderfüreinander



think **SI<sup>3</sup>**

Zusammen  
sind wir Park.  
[meingruenes.berlin.de](http://meingruenes.berlin.de)

**BERLIN**



Bezirksamt  
Steglitz-Zehlendorf

# Inhalt

<b>1. Kampagne #miteinanderfüreinander .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Hunde.....</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Fahrrad.....</b>	<b>5</b>
<b>1.3. Die Idee hinter den Plakaten.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4. Nudging .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5. Stil.....</b>	<b>7</b>
<b>1.6. Produktion .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Evaluierung der Vorgänger Kampagne ..</b>	<b>8</b>
<b>3. Der Grafiker .....</b>	<b>10</b>
<b>4. Parkmanagement .....</b>	<b>10</b>
<b>5. Think SI<sup>3</sup> .....</b>	<b>11</b>



## 1. Kampagne #miteinanderfüreinander

Für ein möglichst friedvolles und störungsfreies Miteinander der unterschiedlichen Nutzerinteressen setzen sich die Parkläufer\*innen ein. Dabei sind Toleranz, Respekt und ein rücksichtsvoller Umgang unerlässlich. Dazu wird ihnen durch die Kampagne geholfen, gezielt Akzente zu setzen, die dem gemeinsamen Zusammenleben dienlich sind. Wir freuen uns jedes Jahr neue Impulse zu setzen und damit auf die aktuellen Dynamiken in unserer schnelllebigen Stadt zu reagieren.

Nachdem im letzten Jahr erfolgreich eine Kampagne für mehr Achtsamkeit in Bezug auf den Naturschutz und die Vermüllung an der Grunewaldseenkette durchgeführt wurde, soll dieses Jahr der Ansatz um weitere Thematiken des Alltags im öffentlichen Raum erweitert werden. Hierfür haben wir uns für den Sommer 2022 die Aufgabe gestellt mehr Rücksicht unter Zufußgehenden, Radfahrenden und Hundehalter\*innen hinsichtlich ihrer Umwelt und Mitmenschen zu generieren. Durch die Pandemie wurden beide Phänomene verstärkt, da sich mehr Menschen Hunde oder Fahrräder zugelegt haben, die nun auch den Nutzungsdruck im öffentlichen Raum erhöhen. Das Pilotprojekt temporäre Beschilderung geht somit in ihre nächste Runde und möchte die Möglichkeiten eines flexiblen Ansatz prüfen und als Alternative zu klassischen Verbotsschildern bewerben.



### 1.1. Hunde

Ausgehend von der Arbeit des Parkmanagements und der Parkläufer\*innen werden Nutzungskonflikte aufgegriffen, die sich angesammelt über das Jahr sehr häufen. Die Parkläufer\*innen sind in vielen Gesprächen mit Passant\*innen täglich damit beschäftigt, auf bestehende Regeln in ihrer Umgebung didaktisch pädagogisch hinzuweisen. Besonders häufig muss dies bezüglich der Leinenpflicht geschehen. Mit gutem Grund ist die Leinenpflicht im Grünanlagen-gesetz verankert, da freilaufende Hunde eine Gefahrenquelle darstellen, verschrecken kleine Kinder, buddeln Stolperfallen, schädigen die Natur, gefährden sich und andere menschliche und nicht menschliche Wesen.

Viele Hundehalter lieben ihre Hunde, aber gefährden durch Überzeugungen wie: „Der tut nix“ andere Parkbesucher\*innen. Um sich gezielt an die Hundehalter\*innen zu wenden, die ihre Hunde unerlaubterweise freilaufen lassen, soll die Kampagne neue Grundlagen bilden, diesem Verhalten entgegenzuwirken. Dabei wird vor allem auf bekannte und weniger bekannte Konsequenzen für Mitmenschen und Natur durch freilaufende Hunde aufmerksam gemacht. Aufgegriffen werden dabei klassische Argumentationsschemata von Hundehalter\*innen, die sich rechtfertigen, wieso ihr Hund freilaufen kann und deren Sprüche spielerisch ad absurdum geführt. Die Plakate dienen dabei als möglich Gefährdungswarnung sowie als Hinweise zu einem gemeinwohlorientierten Verhalten.

## 1.2. Fahrrad

Ein weiteres Gefährdungspotenzial geht verstärkt von zweirädrigen Fortbewegungsmitteln aus. Der Nutzungsdruck ist in den letzten Jahren auf den Straßen gestiegen und Fahrräder werden ein immer größerer Anteil. Dies wurde besonders durch die Pandemie verstärkt. Ein Trend den wir sehr begrüßen, der jedoch auch Konsequenzen nach sich zieht. Gerade mit der Umstellung auf mehr E-Mobilität bei Fahrrädern und Rollern kommt mehr Tempo in Bereiche wo sonst Fußgänger unterwegs sind. Im Stadtpark Steglitz sind dies vor allem E-Scooter, während am Schlachtensee die Fahrräder rasen. Im Stadtpark werden E-Scooter häufig verbotenerweise auf den asphaltierten Wegen als schnelles Freizeit-Fortbewegungsmittel genutzt. Grünanlagen dürfen aber nur für besondere Zwecke und nur ausnahmsweise mit Kraftfahrzeugen befahren werden. E-Scooter sind Elektrokleinsfahrzeuge und es ist bedauernswerter Weise auch noch immer möglich die ausleihbaren Roller innerhalb der Grünflächen abzustellen und die Leihzeit zu beenden, während der Roller in die Büsche fliegt. Am Schlachtensee stellen zu schnell fahrende Radfahrer\*innen eine echte Gefahrenquelle dar. Es kam hier schon öfter zu Zusammenstößen mit Jogger\*innen, Spaziergänger\*innen oder Hunden. Auch werden die angrenzenden Waldstücke teilweise als Mountainbike-Strecke missbraucht und der Natur geschadet und durch erhöhter Geschwindigkeit Unfälle in Kauf genommen. Wir werben mit der Kampagne für ein rücksichtsvolles Miteinander unterschiedlicher Nutzungsinteressen.





### 1.3. Die Idee hinter den Plakaten

Das Konzept hinter der temporären Beschilderung ist die Aufmerksamkeit der Betrachter\*innen durch humorvolle, provozierende Motive und Sprüche einzufangen. Klassische Verbotsschilder hängen oft schon lange an derselben Stelle und haben als offizielle Warnhinweise einen gleichbleibenden Stil. Dies führt dazu, dass Schilder kaum oder gar nicht mehr wahrgenommen werden, da das Auge sich schon an die Zugehörigkeit des Schildes in die Szenerie gewöhnt hat und dadurch die eigentliche Botschaft nicht mehr durchgelesen und aufgenommen wird. Diesem Effekt soll aktiv entgegengewirkt werden, um die von Informationsflut ermüdete Aufmerksamkeit der Großstädter\*innen zu den geforderten Informationen über geltende Regeln im Park zu lenken. Deshalb wird es auch von Anfang an nur als ein zeitlich begrenztes Projekt konzeptioniert, bei dem die Plakate von Mai bis September zu sehen sind.

### 1.4. Nudging

Das Nudging kommt aus der Verhaltensökonomik und geht von der Annahme aus, dass Personen nicht immer in der Lage sind, rationale Entscheidungen zu treffen. Um Personen dazu zu bringen, sich zu ihrem eigenen Wohl auf eine bestimmte Art und Weise zu verhalten, können sogenannte Nudges (zu Deutsch: Stups, Schubs) eingesetzt werden. Hierbei wird nicht etwa auf Verbote oder Gebote zurückgegriffen, sondern es werden Anreize geschaffen, die die Entscheidungen der angestupsten Person beeinflussen. Klassische Beispiele eines Nudges für gesunden Konsum sind etwa die Warnbilder auf Zigarettenpackungen oder das Positionieren von Obst auf Augenhöhe in der Cafeteria. In der Politik spricht man bei Nudging von sogenanntem libertärem Paternalismus. Es wird in die Freiheit der Menschen nicht durch Verbote

eingegriffen, doch will man trotzdem auf der Ebene, auf der menschliche Entscheidungen gefällt werden, einwirken. Da Menschen nur begrenzt rational handeln, kann die Entscheidungsarchitektur so beeinflusst werden, dass dadurch ein höheres Gemeinwohl gefördert wird. Einprägsames Beispiel ist die Fliege im Pissoir, die auf spielerische Weise Toilettengäste dazu bringen soll, den Ort sauber zu verlassen. #miteinanderfüreinander soll Besucher\*innen sanft dazu leiten, sich zum Wohle der Mitmenschen richtig zu verhalten. Es werden auf den Transparenten und Bannern keine Verbote ausgesprochen, sondern veranschaulicht, wie ein negatives Verhalten sich schädlich auf das Gemeinwohl und letztendlich auf einen selbst auswirkt.

### 1.5. Stil

Um immer wieder neu in das Bewusstsein der Besucher\*innen vordringen zu können, verwenden wir jedes Jahr einen neuen Stil. So wurde dieses Jahr nicht nur ein neues Thema gesetzt, sondern auch ein neuer Grafikstil verwendet. Nachdem im letzten Jahr sehr detaillierte Zeichnungen verwendet wurden, kommen nun Piktogramme zum Einsatz. Dies nimmt den klassischen Stil von Gebots- und Verbotsschildern auf, doch interpretiert diesen auf eine humorvollere Comic adaptierte Variante neu. Dies spielt damit auf zwei Ebenen angesprochen zu werden: durch bekannte Piktogramm-Schilder, deren Informationen als offiziell wahrgenommen werden kombiniert mit einer humorvollen Kommunikation und einem Augenzwinkern, welche die Hinweise annehmbarer machen.

### 1.6. Produktion

Wir arbeiten nicht mit Schildern, sondern mit Plakaten unterschiedlicher Größe. Diese können flexibler genutzt werden, sind temporär anzubringen und passen sich in ihre Umgebung ein, ohne dabei unterzugehen. Zudem soll mit unterschiedlichen Techniken gespielt werden, sodass im Stadtpark Steglitz auch Reverse Graffiti zum Einsatz kommen wird.

Bei der Produktion der Plakate wird auf Nachhaltigkeit gesetzt. So wird beim recyclebaren Bannermaterial bspw. auf umweltschädliche Materialien wie PVC verzichtet. Auch ist die Form des Reverse Graffiti ansprechend, da dabei keine Farbstoffe genutzt werden sondern lediglich mit einem Hochdruckreiniger innerhalb der vorgegebenen Schablonen der untergrund geputzt wird und somit das Motiv so an den Stellen hervorsticht. Die Bannergrößen variieren von 2x1m bis DIN A2. Für die Reverse Graffiti ist eine Größe von 750x1000 mm vorgesehen. Neben den Plakaten im Park sowie dem Reverse Graffiti werden zusätzlich die Social Media Kanäle des Bezirksamts Steglitz-Zehlendorf und ThinkSI3 genutzt, um die Sichtbarkeit zu erhöhen.

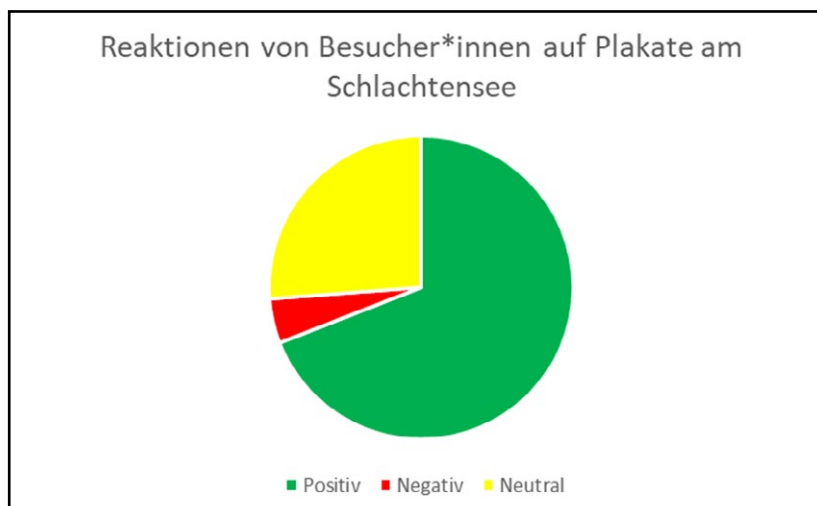
## 2. Evaluierung der Vorgänger Kampagne

Im letzten Jahr lief die Kampagne #miteinanderfüreinander mit dem Thema Naturschutz an. Hierbei wurde ein Konzept ausgearbeitet, wie dem starken Druck auf die Schutzgebiete am Schlachtensee und der Krumme Lanke durch steigende Besucherzahlen entgegen gewirkt werden kann. Dafür wurde den Tieren am See eine Stimme gegeben. Mit einem Perspektivwechsel von Sicht der heimischen Vögel, Säugetiere und Fische auf das oft gedankenlose Verhalten der menschlichen Nutzer\*innen in ihrem Habitat. Grundsatz hierbei war eine vereinfachte, auf emotionaler Ebene aufnehmbare Veranschaulichung der Konsequenzen für Flora und Fauna statt einer Belehrung mit dem erhobenen Zeigefinger.

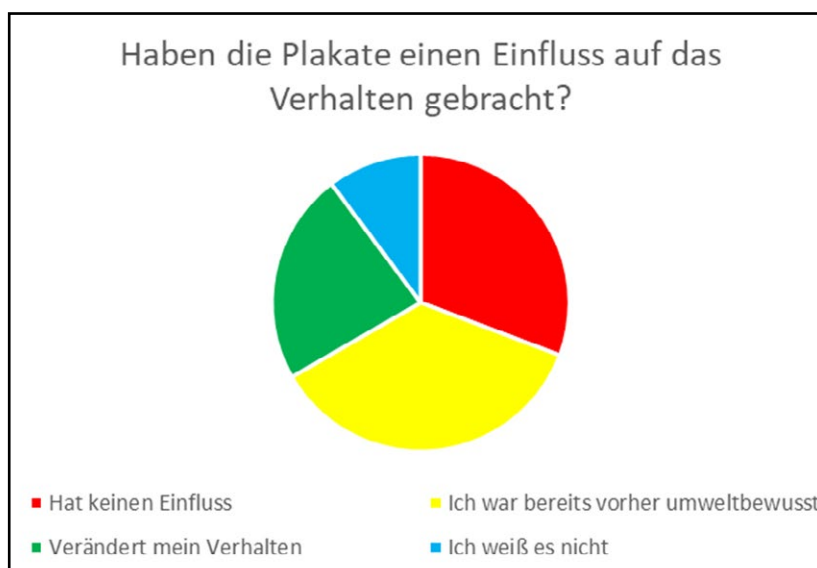


Die Plakate am Schlachtensee und der Krumme Lanke hingen zur Einsicht an den Begrenzungen des Schutzgebiets und den Zugängen zu den Seen vom Mai – Oktober letzten Jahres. Stichprobenartig wurden in dieser Zeit auch Umfragen durchgeführt zu den Erfolgen der Kampagne vor Ort. Es zeigte sich allgemein ein positives Bild der Besuchenden Reaktionen auf die Plakate. Die Bilder wurden als lustig aufgefasst und emotionalen Ebene der Kommunikation hat Betrachtende angesprochen. Teilweise wurden sich noch klarere Aussagen gewünscht, aber es regte so auch zum Nachdenken an. Es kam gut an, dass etwas für den Naturschutz getan wird. Viele begrüßten das, obwohl sie anmerken, dass sie selbst darauf ja schon achten würden.





Die Erfolge der Kampagne zeigten sich ebenfalls innerhalb der Arbeit der Parkläufer\*innen, die gut mit Besucher\*innen über die Plakate zum Thema Naturschutz ins Gespräch kommen konnten. Auch mussten sie seltener eingreifen, denn es waren eindeutig weniger Personen in den Schutzgebieten gewesen.



Wenn man die Berichte der Parkläufer\*innen diesbezüglich vergleicht, so ist festzustellen, dass im April – September 2020 über 1000 Leute von den Parkläufern aus den Schutzgebieten gebeten wurden, während es von April - September 2021 nur noch ca 250 Personen waren. Hier sollte jedoch angemerkt werden, dass 2020 in dem ersten Corona Sommer allgemein mehr Besucher\*innen zu den Seen kamen und dann eher von den vollen Badestränden auf die Schutzgebiete auswichen. Nichtsdestotrotz war der Effekt durch die Kampagne sichtlich merkbar und die Schutzgebiete stückweise entlastet.

### 3. Der Grafiker

Nach erfolgreichem Abschluss seines Illustrationsstudiums an der BTK FH begann Fridtjof Kirste seine freiberufliche Karriere als Illustrator und Grafikdesigner. Seither realisiert er nicht nur Auftragsarbeiten, sondern auch eine Vielzahl eigener Projekte und engagiert sich für Umweltschutz und eine nachhaltigere Gesellschaft.



„Ich habe mir einen detaillierten, realistischen aber dennoch groben Illustrationsstil angeeignet, der sich nicht an dekorativen Design-trends orientiert, sondern in der inhaltlichen und ästhetischen Auseinandersetzung mit den Themen und Problemstellungen beheimatet ist. Ich illustriere überwiegend analog mit Bleistiften, Kugelschreibern und Aquarellfarben und bearbeite die Bilder digital nach. Einige der aktuelleren Grafiken bspw. bei diesem Projekt mit ThinkSI<sup>3</sup> entstehen fast ausschließlich digital, allerdings sind selbst hier analoge Bleistiftskizzen die Grundlage aller Entwürfe.“

### 4. Parkmanagement

Durch seine Arbeit als Parkmanager der Think SI<sup>3</sup> für Steglitz-Zehlendorf ist Max Hoppe sowohl mit den Problemen im Bereich Schlachtensee/ Krumme Lanke als auch mit der Situation im Stadtpark Steglitz vertraut. Dieses Projekt ist – ebenso wie die Umweltkampagne #naturschutzgebiet aus 2021 – Teil eines umfassenden Aktionsplans, um das von ihm und seinen Parkläufer\*innen betreute Gebiet als das zu erhalten, was es ist. Ein Stück schützenswerte Natur sowie ein Ort des sicheren und rücksichtsvollen Miteinanders inmitten einer wachsenden Metropole.



Parkmanager Max Hoppe  
Tel: +49176-61495350  
max@think-sihoch3.com

## 5. Think SI<sup>3</sup>

Think SI<sup>3</sup> denkt Konzepte von sozialer Sicherheit und Inklusion im öffentlichen Raum neu und weiter. Unsere Firma hat nicht nur ein Weiterbildungsmodul zur Ausbildung von Parkläufer\*innen entwickelt, sondern stellt auch die Parkmanager\*innen in den Bezirken, Reinickendorf, Charlottenburg-Willmersdorf, Steglitz-Zehlendorf, Marzahn-Hellersdorf und Tempelhof-Schönberg. Die Parkmanager\*innen sind jeweils für ein bestimmtes Gebiet und die dort arbeitenden Teams von Parkläufer\*innen zuständig, koordinieren deren Arbeit vor Ort partizipativ und integrativ. Sie analysieren die jeweiligen Problemlagen und entwickeln Lösungsansätze für die spezifischen Bedarfe und Situationen. Dafür arbeiten sie mit allen den jeweiligen Ort betreffenden Akteuren zusammen und passen die Lösungskonzepte fortwährend an die sich verändernden Umstände und Probleme an. Jeweils in Abstimmung mit dem auftraggebenden Straßen- und Grünflächen- oder Bezirksamt betreiben die Parkmanager\*innen Öffentlichkeitsarbeit und Sozialbildung und setzen eigene Projekte um. Ein Beispiel für ein solches Projekt ist der bezirksübergreifende Clean-Up-Day, an dem wir gemeinsam mit Kitas und Anwohner\*innen Müll in den Grünanlagen gesammelt haben oder die Installation von Spritzenabwurfbehältern zur sicheren Entsorgung an bekannten Hotspots. Unsere Parkmanager\*innen sind zeitweise vor Ort und sonst telefonisch für alle Interessierten zu erreichen. Sie nehmen Rückmeldungen, Hinweise und Fragen zu aktuellen Geschehnissen, aber auch zum Projekt Parkläufer\*innen in Berliner Grünanlagen gern entgegen. In unregelmäßigen Abständen führen wir Umfragen unter den Parkbesuchern durch, um mehr über ihre Beschwerden, Wünsche und Anregungen zu erfahren und unsere Arbeit zu evaluieren. Seit 2019 koordiniert Think SI<sup>3</sup> die Parkläufer\*innen am Schlachtensee und der Krumme Lanke, um gemeinsam mit ihnen die Schutzgebiete zu sichern, Konflikte zu moderieren und einen sicheren und sozialen Umgang der Besucher\*innen miteinander zu fördern. Nach einer Phase der Analyse und Etablierung, lenkt das Parkmanagement nun verstärkt den Fokus auf unterschiedliche Lösungsansätze für aktuelle Problemlagen.

think SI<sup>3</sup>