

UMWELTBILDUNG – WAS WIRKT?

EINE GEMEINSAME TAGUNG DER STIFTUNG MERCATOR SCHWEIZ
UND DES WWF SCHWEIZ



INHALT

REFERAT

Ein Modell für die Umweltbildung

STUDIE

Empfehlungen des Integrierten Handlungsmodells

REFERAT

Wissen und Handeln

REFERAT

Wirksames Lernen ist soziales Lernen

FISHBOWL

Diskussion im Goldfischglas

WORKSHOP A

Wie müssen Umweltbildungsprojekte gestaltet sein?

WORKSHOP B

Wie kann man die Wirkung von Umweltbildungsprojekten messen?

WORKSHOP C

Wie kann man den Erfahrungsaustausch fördern?

WORKSHOP D

Wie erzielen Projekte Verhaltensänderungen?





Liebe Leserinnen und Leser

Wir möchten nicht nur für zentrale Umweltthemen sensibilisieren. Wir möchten zusammen mit unseren Partnern Kinder, Jugendliche und Erwachsene motivieren, tatsächlich für die Umwelt aktiv zu werden. Wir möchten sie darin stärken, ihren Alltag umweltbewusst zu gestalten. Doch wie können Umweltbildungsprojekte diese Wirkung optimal entfalten? Wann bewirken sie umweltfreundliches Verhalten? Das sind nicht nur für unsere Stiftung wichtige Fragen. Deshalb haben wir zusammen mit dem WWF Schweiz am 14. Dezember 2012 die Tagung «Umweltbildung – was wirkt?» organisiert. 40 Vertreter unterschiedlicher Organisationen und Institutionen aus der Umweltbildung haben wir eingeladen, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen.

Wir sind überzeugt: Um gesellschaftliche Fragen voranzubringen, muss man zentrale Akteure zusammenbringen. Man muss ihnen die Möglichkeit bieten, ihre Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam neue Erkenntnisse und Ideen zu erarbeiten. Das war ein wichtiges Ziel unserer Tagung. Und die Teilnehmer haben diese Gelegenheit intensiv genutzt: Mit beeindruckendem Engagement, mit grossem Interesse und Fachwissen haben sie zentrale Fragen der Umweltbildung weiterentwickelt – im Austausch mit den Referenten, in den vier Workshops, aber auch am Rande der Tagung im persönlichen Gespräch. Im Idealfall entstehen aus diesen Kontakten neue Kooperationen und Projekte.

Die Inhalte und Erkenntnisse der Tagung tragen wir mit dieser Dokumentation über den Kreis der Teilnehmer hinaus. Als Stiftung ist es uns ein grosses Anliegen, Wissen und Erfahrungen zu teilen. Denn nur so kann sich die Gesellschaft weiterentwickeln.

Nadine Felix,
Geschäftsführerin der Stiftung Mercator Schweiz

Liebe Leserinnen und Leser

Ich freue mich, dass der WWF gemeinsam mit der Stiftung Mercator Schweiz die Tagung «Umweltbildung – was wirkt?» organisieren durfte. Die Tagung war aus drei Gründen wichtig: Erstens, weil die Frage nach der Wirkung für jede Organisation von zentraler Bedeutung ist. Ob staatliche Stelle, privatwirtschaftliches Unternehmen oder Non-Profit-Organisation – sie alle sind da, um bestimmte Ziele zu erreichen. Das merken wir auch am Spendenmarkt: Spenderinnen und Spender geben sich nicht mehr damit zufrieden, einfach «etwas Gutes» zu unterstützen. Sie wollen berechtigterweise wissen, was ihre Spende bewirkt. Nur wenige Non-Profit-Organisationen sind auf diese neue Herausforderung gut vorbereitet.

Zweitens hatte die Tagung auch das richtige Thema – nämlich die Umweltbildung. Gelegentlich höre ich, Umweltbildung sei zwar nett, aber es wäre doch viel sinnvoller, Umweltprobleme direkt zu bekämpfen. Denn bei der Umweltbildung seien die Resultate sehr unsicher und unter Umständen erst in Jahrzehnten sichtbar. Ich bin überzeugt, es braucht im Umweltbereich kein «Entweder-oder», sondern ein «Sowohl-als-auch»: Wir müssen Umweltprobleme wie die Abholzung des Amazonas rasch angehen und gleichzeitig in die Umweltbildung investieren – um langfristige Wirkung zu erzielen. In beiden Fällen müssen wir die Wirkung aufzeigen können.

Damit bin ich beim dritten Punkt: Wir müssen gemeinsam erforschen, was wirkt. Das war der Lösungsansatz dieser Tagung. Ich halte ihn für sehr wichtig. Die Ergebnisse, die in dieser Publikation zusammengefasst werden, sind ein wichtiger Schritt hin zu einem besseren Verständnis der Wirkungszusammenhänge in der Umweltbildung. Das Ziel: Gemeinsam mehr Wirkung entfalten!

Thomas Vellacott,
CEO WWF Schweiz

EIN MODELL FÜR DIE UMWELTBILDUNG

REFERENTEN

Dr. Felix Keller ist Glaziologe und beschäftigt sich intensiv mit dem Permafrostproblem von Pontresina. Seit 2010 leitet er an der Pädagogischen Hochschule Graubünden ein Forschungsprojekt zum erlebnisorientierten Outdoorunterricht.

Katia Weibel studierte Philosophie an der Universität Freiburg und an der Freien Universität Berlin. Nach ihrem Studium arbeitete sie in der Medienabteilung der Sozialdemokratischen Partei der Schweiz. Seit 2004 ist sie beim WWF Schweiz tätig. Sie leitet die Abteilung ‚Jugend‘.

Die Zusammenarbeit zwischen Felix Keller und dem WWF Schweiz reicht ins Jahr 1998 zurück: Damals hatten der WWF Schweiz und die Engadiner Naturforschende Gesellschaft gemeinsam den ersten Klima-Erlebnispfad Europas auf dem Muottas Muragl oberhalb von Pontresina eröffnet. Seit 2008 ist der gesamte Klimaweg in interaktiver Form auf den Bildungsserver educETH zugänglich. Aus diesem Projekt entwickelte sich die Idee, in einem Forschungsprojekt die Wirksamkeit von Indoor- und Outdoor-Unterricht am Beispiel des Themenkomplexes Klimawandel im Oberengadin zu vergleichen: Der Doktorand Andreas Imhof untersucht in sechs Projektwochen mit Schulklassen die Wirkungen auf Umweltwissen und Umwelteinstellung. So weit wie möglich soll auch die langfristige Wirkung einbezogen werden. Der Projektabschluss ist für August 2013 geplant. Die Projektleitung liegt bei Christina Colberg und Felix Keller, Professorin Elisabeth Stern von der ETH Zürich betreut die Dissertation.

Dieses Projekt hat das Interesse des WWF Schweiz geweckt: Die Jugendabteilung des WWF ist schon seit längerer Zeit auf der Suche nach praxisrelevanten, wissenschaftlich fundierten Aussagen zur Wirkung von Umweltbildung. Deshalb

hat der WWF die Wissenschaftler Felix Keller, Christina Colberg und Andreas Imhof damit beauftragt, eine Literaturübersicht mit Handlungsempfehlungen für das Design von Umweltausbildungen zu erstellen.

ELEMENTE DER LITERATURÜBERSICHT / Die Literaturrecherche zeigt, dass es Umweltbildungsprojekte mit einer nachweislichen Wirkung auf das Alltagsverhalten der Teilnehmer gibt. Die Studie analysiert Mechanismen von Ansätzen, die Verhaltensänderungen auslösen, und identifiziert Erfolgsfaktoren von Programmen und Projekten. Dabei zeigt sich, dass insbesondere ein Modell – das Integrierte Handlungsmodell (IHM) – sehr gut beschreibt, warum einzelne Projekte erfolgreich sind und andere weniger. Man kann davon ausgehen, dass Projekte, die entsprechend dieses Modells aufgebaut sind, eher Erfolg zeigen. Das Integrierte Handlungsmodell lässt sich gut in Planung, Durchführung und Evaluation von Projekten einsetzen.

Im Integrierten Handlungsmodell werden drei Phasen zur Entwicklung von umweltrelevantem Wissen unterschieden:

- Motivationsphase
- Handlungsauswahlphase
- Volitionsphase (auch Handlungsumsetzungsphase; lat. volo: ich will)

Diese drei Phasen bauen aufeinander auf: Wird keine Motivation ausgebildet, erfolgt keine Handlung. Kann keine passende Handlung gefunden werden, kommt es zu keiner Handlungsumsetzung. Entsprechend sollte bei der Planung von Umweltbildungsmaßnahmen stets beachtet werden, dass Elemente der Motivationsphase, der Handlungsauswahlphase und der Volitions-



Wie der WWF die Ergebnisse der Studie in die Praxis umsetzt, erklärt Katia Weibel.



Dr. Felix Keller und sein Team haben eine Literaturübersicht mit Handlungsempfehlungen für Umweltbildungsprojekte zusammengestellt.

phase vorkommen. Handlungsempfehlungen zu jeder Phase des Integrierten Handlungsmodells fasst die Tabelle in dieser Tagungsdokumentation zusammen. Dort werden auch weitere Befunde der Studie, die nicht in einem direkten Zusammenhang mit dem Handlungsmodell stehen, dargestellt.

WAS MACHT DER WWF NUN DAMIT? /

Die Studie liegt seit Februar 2012 vor. Seither hat der WWF einige Anpassungen in seiner Arbeit vorgenommen. Dazu zählen:

- *Anpassungen des Projektportfolios:*
Der WWF hat Projekte für die Zielgruppe der Vier- bis Siebenjährigen eingeführt und die Anzahl der Kinder- und Jugendlager erhöht. Vor- und Nachbereitungselemente werden konsequenter in die Projekte eingeführt.
- *Anpassungen bestehender Projekte:*
Der WWF plant unter anderem neue Elemente wie Prompts (Erinnerungshilfen) und Selbstkontrollmechanismen ein und er erhöht den Anteil der Wissensvermittlung in den Lagern. Diese Anpassungen sind in die internen Jahresziele eingebaut, sie werden gemessen und im Leistungsbericht des WWF veröffentlicht.
- *Überarbeitung der Evaluationen:*
Die Evaluationen konzentrierten sich bisher auf zwei Aspekte – auf den quantitativen Überblick und auf Fragen zur Kundenzufriedenheit. Der WWF hat sich entschieden, die Stufen des Integrierten Handlungsmodells in seine Evaluationen einzubeziehen, um die Wirkung der Angebote aufzuzeigen. Sukzessive werden alle Evaluationen

überarbeitet. Der WWF ist sich bewusst, dass die Aussagen einer solchen Evaluation streng wissenschaftlich gesehen nicht haltbar sind. Sie liefern einzig Hinweise darauf, ob der Anspruch, Wirkung zu erzielen, tatsächlich plausibel ist.

SCHULBESUCHE UNTER DER LUPE /

Die Auseinandersetzung mit der Literatur bestärkt den WWF darin, dass er bereits vieles richtig macht: Der methodische Ansatz, dass die Kinder und Jugendlichen selbst Lösungen erarbeiten, ist wie die direkte Naturerfahrung bereits seit Jahren in der Strategie des WWF verankert. Einzelne Umweltbildungsangebote möchte der WWF in Zukunft noch genauer überprüfen – zum Beispiel die Schulbesuche: Als rein punktuelle Intervention ist ein Schulbesuch vermutlich nicht wirksam genug. Wie kann man hier eine gute Vor- und Nachbereitung gewährleisten? Ausserdem sucht der WWF Projekte, mit denen er so viele (Schul-) Kinder wie möglich «in den Wald schicken» kann.

Die Literaturübersicht und das Nationalfonds-Projekt von Andreas Imhof werfen neue Fragen auf: Es würde sich anbieten, zu untersuchen, welche Auswirkungen die Änderungen haben, die der WWF an seinem Programm vornimmt. Die Pädagogischen Hochschulen Graubünden und Thurgau und der WWF suchen zurzeit nach einer Möglichkeit, die begonnene Zusammenarbeit zu vertiefen und in ein Forschungsprojekt einfließen zu lassen.

TEXT / KATIA WEIBEL UND DR. FELIX KELLER

EMPFEHLUNGEN DES INTEGRIERTEN HANDLUNGSMODELLS

MOTIVATIONSPHASE

BEDROHUNGSWAHRNEHMUNG

- Nur was das Herz liebt, wird auch als schützenswert empfunden: Die Motivation sollte zum Beispiel an ein geliebtes Tier gebunden werden.
- Vermittlung von Wissen (Informationen zu Ursachen, Betroffenen, Schadenspotenzial, Schadenswahrscheinlichkeit, Zeithorizont).
- Bedrohungswissen und Bewältigungswissen stets aufeinander abstimmen.
- Weniger ist mehr: nur so viele Informationen wie nötig.

VERANTWORTUNGSZUSCHREIBUNG

- Aufzeigen der Position/Rolle des Kindes im entsprechenden Szenario: Das steigert die Wahrscheinlichkeit der Verantwortungsübernahme.
- Nicht moralisieren.

SOZIALE BEDÜRFNISSE

- Die sozialen Bedürfnisse der Zielgruppen müssen bekannt sein, um diese zu befriedigen und die Motivation für Umwelthandeln zu stärken.

INTENTIONSPHASE

HANDLUNGSERGEBNISERWARTUNG

- Aufzeigen, welche Umwelthandlungen zum gewünschten Ergebnis führen.
- Vorstellung von Umwelthandlungen, die die Kinder nicht kennen.

KOMPETENZERWARTUNG

- Förderung von Handlungserfahrungen: Diese stärken die Kompetenzerwartung («Ich kann das»).
- Informationen zur Umsetzung einer als schwierig eingestuften Handlung helfen, diese Handlung als realisierbar einzuschätzen («Das ist gar nicht so schwierig»).
- Leichter durchführbare Handlungen zuerst empfehlen.

INSTRUMENTALISIERUNGSERWARTUNG

- Indem zielführende Wirkungen der geplanten Handlungen aufgezeigt werden, wird die Erwartung gefördert, dass die Handlung wirkt.

VOLITIONSPHASE

SOZIALER KONTEXT

- Einsatz von Beeinflussungsstrategien: Feedback, Zielvorgabe, Commitment, Belohnung.

RESSOURCEN

- Um die Ressourcen der Kinder zu stärken, sollte man 1. ihre Handlungsbarrieren identifizieren, 2. nach Möglichkeiten suchen, wie die identifizierten Handlungsbarrieren abgebaut werden können, 3. die Handlung so lange trainieren, bis sie automatisiert erfolgt.

SELBSTKONTROLLTECHNIKEN

- Selbstkontrolltechniken anregen und fördern. Diese tragen dazu bei, eine Handlungsabsicht aufrechtzuerhalten und zu verstärken.

INFORMATION

- Die Kinder müssen wissen, wie, wo und wann sie in ihrem eigenen Alltag handeln können. Sie sollten deshalb ermutigt werden, detaillierte Handlungspläne zu entwickeln und mit den dazu nötigen Informationen versorgt werden.
- Die Vermittlung von Umsetzungswissen und Handlungswissen sollte sich auf dieselbe Umweltschutzhandlung beziehen.

PLANUNG VON PROJEKTEN

Gemäss dem Integrierten Handlungsmodell sollte man bei der Planung von Umweltbildungsmaßnahmen beachten, dass Elemente der Motivationsphase, der Intensionsphase (Handlungsauswahlphase) und der Volitionsphase (Handlungsausführung) vorkommen. Diese Zusammenstellung basiert auf einer aktuellen Literaturstudie des WWF Schweiz.

WEITERE EMPFEHLUNGEN

BETEILIGUNG

- Die Kinder sollten so oft wie möglich aktiv einbezogen werden.

ALTER

- Möglichst junge Kinder miteinbeziehen.

VORBILDFUNKTION

- Kinder ahmen das Verhalten von Vorbildern nach. Mitarbeiter müssen sich deshalb vorbildlich verhalten und ihr Verhalten für die Kinder transparent machen. Dies gilt auch für Eltern, die wenn immer möglich in die Bildungsaktivitäten miteinbezogen werden sollten.

DAUER

- Mehrtägige Programme sind kürzeren vorzuziehen.
- Regelmässige Aktivitäten sind in sich geschlossenen Aktivitäten vorzuziehen.

VOR- UND NACHBEREITUNG

- Kinder sollten zur Vor- und Nachbereitung der Programme animiert werden.

NATURKONTAKT

- Naturkontakte fördern vor allem das langfristige Umweltverhalten nachhaltig.

SCHULZIMMERAKTIVITÄTEN

- Handlungstrainings sollten eher im Schulzimmer durchgeführt werden.

INFORMATIONSVERMITTLUNG

- Die Informationen sollten zielgruppenspezifisch nach Motivationstypen und/oder Handlungsbarrieren ausgerichtet vermittelt werden.

WISSEN UND HANDELN

REFERENT

Florian Kaiser ist Professor für Sozial- und Persönlichkeitspsychologie an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg und Sprecher der Fachgruppe Umweltpsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie. In seiner Forschung untersucht der Schweizer Wissenschaftler unter anderem, warum sich Menschen für den Umweltschutz einsetzen. Nach seiner Promotion an der Universität Bern und seiner Habilitation an der Universität Zürich war Florian Kaiser von 1998 bis 2000 Assistenzprofessor für Mensch-Umwelt-Beziehungen an der ETH Zürich. Von 2000 bis 2008 war er Assoziierter Professor für Sozial- und Umweltpsychologie an der Technischen Universität Eindhoven, Niederlande.

Die Müllsackgebühr hat dazu geführt, dass die Abfallmenge in den Privathaushalten der Schweiz erheblich sank. In Deutschland stieg in den vergangenen Jahren die Nachfrage nach privaten Solaranlagen, weil es dafür Fördergelder gab. «Das Umweltverhalten wird heute zu einem grossen Teil über Bestrafungs- und Belohnungsanreize gesteuert», erklärt Professor Florian Kaiser. Doch gegenüber solchen Anreizen ist er skeptisch: «Wenn sie wegfallen, kehren die Menschen zu ihrem ursprünglichen Verhalten zurück.» Eine politisch gewollte nachhaltige Entwicklung sei auf nachhaltig denkende und handelnde Menschen angewiesen, betont der Psychologe der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg. «Eine ausgezeichnete Möglichkeit, die Eigenmotivation zu umweltfreundlichem Verhalten zu fördern, ist Umweltbildung.»

Umweltfreundliches Verhalten ist laut Florian Kaiser immer auch Ausdruck von Selbstlosigkeit. Es verursache nämlich vergleichbar mehr persönliche Kosten als persönlichen Nutzen – und genau das ist das Problem: Um die Umwelt zu schützen, müssen wir uns freiwillig für weniger Konsum, für Verzicht entscheiden. Ob wir

dies tun, hängt für den Schweizer Umweltpsychologen insbesondere von unserer «Umwelteinstellung» ab. Seine statistischen Erhebungen zeigen: Je ausgeprägter unsere Umwelteinstellung (beziehungsweise das Umweltbewusstsein) ist, desto eher bringen wir Altglas zum Container und nutzen verbrauchsarme Haushaltsgeräte. Wir verzichten eher auf einen Wäschetrockner oder auf langes Lüften. Wir fahren eher mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit, drosseln die Heizung, verzichten auf ein eigenes Auto oder spenden für den Umweltschutz.

GEZIELTE BILDUNGSMASSNAHMEN /

«Die Rolle der Umwelteinstellung als wesentlicher Motivationsfaktor für umweltfreundliches Verhalten wird bisher stark unterschätzt», stellt Florian Kaiser fest. Möchten wir eine nachhaltige Lebensstilveränderung in unserer Gesellschaft erreichen, sollten wir mit gezielten und langfristig angelegten Bildungsmassnahmen genau dort ansetzen: «Wenn es uns gelingt, die Umwelteinstellung systematisch zu fördern, nehmen die Menschen Umweltschutz vermehrt als persönliches Ziel wahr und richten ihr Leben danach aus.»

In seiner Forschung hat Florian Kaiser zwei wesentliche Faktoren erfasst, die unsere Umwelteinstellung beeinflussen: Umweltwissen und eine positive Einstellung zur Natur. «Wissen trägt dazu bei, umweltrelevante Probleme überhaupt zu verstehen», erklärt er. «Dieses Problemverständnis motiviert uns, umweltfreundlich zu handeln.» Der Experte unterscheidet drei Arten von Wissen: Umweltsystemwissen hilft uns, Vorgänge in den Ökosystemen nachvollziehen zu können. Handlungswissen zeigt auf, welche Handlungsoptionen bestehen. Und



Ob wir uns umweltfreundlich verhalten, hängt von unserer Umwelteinstellung ab. Professor Florian Kaiser macht statistische Zusammenhänge deutlich.

Wirksamkeitswissen macht das Umweltschutzpotenzial unterschiedlicher Verhaltensalternativen deutlich. Abstraktes Umweltsystemwissen allein reicht zwar nicht aus, damit wir umweltfreundlich handeln, doch es beeinflusst die beiden anderen Wissensarten – und damit auch unsere Umwelteinstellung. Untersuchungen von Florian Kaiser zeigen, dass insbesondere das Wissen um die Ökobilanz verschiedener Verhaltensweisen einen wichtigen Einfluss auf das Umweltverhalten haben könnte. Jedoch sei gerade dieses Wirksamkeitswissen in der Bevölkerung nur sehr beschränkt vorhanden.

BEGEGNUNGEN MIT UND IN DER NATUR /
Weitaus mehr als Umweltwissen beeinflusst eine positive Natureinstellung unsere Umwelteinstellung und unser Verhalten. «Wer die Natur wertschätzt, ist motiviert, die Umwelt zu erhalten», betont Florian Kaiser. In seinen Untersuchungen erkennt er zudem interessante Wechselwirkungen zwischen Natureinstellung und Umweltsystemwissen. Eine positive Natureinstellung führt dazu, dass wir mehr über die Funktionsweise von Umweltsystemen erfahren möchten. Gleichzeitig kann vermehrtes Umweltsystemwissen eine Faszination für die Natur auslösen. Das bedeutet für die Umweltbildung: «Sie sollte sich auf die Vermittlung aller drei Wissensarten konzentrieren und persönliche Erfahrungen mit der Natur ermöglichen», fasst Florian Kaiser zusammen.

Die Schule ist für ihn der zentrale Ort für Umweltbildung. Sie erreicht alle Kinder und Jugendlichen – und dies im passenden Alter: «Die Einstellung zur Umwelt entwickelt sich ab dem zwölften Lebensjahr», sagt Florian Kaiser. «Anschließend verfestigt sie sich.» Doch heute stehe in der Schule – wenn überhaupt – vor allem

das Umweltsystemwissen im Zentrum. Ziel müsse es sein, im Unterricht zudem Handlungs- und Wirksamkeitswissen zu vermitteln. Auch Naturkontakte sollte man stärker in die Schule bringen. So könne man den Wald zum Beispiel für Schulreisen nutzen, zur Erholung oder zum Austoben, um die für umweltfreundliches Verhalten so wichtige Natureinstellung schon früh positiv zu beeinflussen.

NACHHALTIGE LEBENSSTILVERÄNDERUNG /
Für Florian Kaiser ist die Umweltbildung der «zentrale Hoffnungsträger», um das Umweltverhalten in der Gesellschaft nachhaltig zu beeinflussen. Daneben sieht er ein gewisses Potenzial in begleitenden Informationskampagnen. Diese können den Menschen immer wieder in Erinnerung rufen: «Die Herausforderungen sind nach wie vor gross. Wir müssen uns weiterhin für die Umwelt engagieren.» Wie solch eine Informationskampagne aussehen kann, zeigen Florian Kaiser und sein Team in einer Studie, die sie aktuell in Magdeburg durchführen. Die Wissenschaftler haben dafür eine Kampagne zu energiebewusstem Verhalten lanciert. Das Besondere an dieser Massnahme: Statt allgemeine Slogans wie «Seien Sie umweltbewusst!» oder «Schützen Sie das Klima!» zu verbreiten, machten die Anzeigen deutlich, welches Quartier in Magdeburg besonders umweltfreundlich ist, und was die Menschen dort konkret tun. Auf diese Weise wurden soziale Vorbilder in der eigenen Stadt gezeigt – in der Hoffnung, andere Menschen zu motivieren, das umweltbewusste Verhalten nachzuahmen. «Die Kurzzeitwirkung war da», sagt Florian Kaiser. Die Langzeitwirkung untersuchen die Wissenschaftler zurzeit.

TEXT / NADINE FIEKE

DREI ARTEN VON UMWELTWISSEN

Florian Kaiser unterscheidet zwischen drei Arten von Umweltwissen: Umweltsystemwissen, Handlungswissen und Wirksamkeitswissen. Wo die Unterschiede in diesen Wissensarten liegen, machen drei Beispiele deutlich:

- Umweltsystemwissen: Man weiss, was der Treibhauseffekt ist, und wie CO₂ die Klimaerwärmung chemisch bewirkt.
- Handlungswissen: Man weiss, wie sich die persönliche CO₂-Bilanz verringern lässt – zum Beispiel durch die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt des Autos.
- Wirksamkeitswissen: Man weiss, um wie viel sich die Energiebilanz mit einer konsequenten fleischlosen Ernährung gegenüber einer Standardernährung verbessern lässt.

WIRKSAMES LERNEN IST SOZIALES LERNEN

REFERENT

Dr. Rolf Jucker engagiert sich seit vielen Jahren international in der Umweltbildung und Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE). Der Germanist und Philosoph mit einem Master of Science in BNE leitet den Bereich «Weiterentwicklung BNE» der Stiftung éducation21, bis Ende Dezember 2012 war er Geschäftsführer der Stiftung Umweltbildung Schweiz.

ÉDUCATION21

Die Stiftung éducation21 koordiniert und fördert die Bildung für Nachhaltige Entwicklung in der Schweiz. Sie wirkt im Auftrag der Erziehungsdirektorenkonferenz, des Bundes und der Zivilgesellschaft als nationales Kompetenzzentrum für die Volksschule und die Sekundarstufe II. éducation21 löste am 1. Januar 2013 die bisherigen Stiftungen Bildung und Entwicklung und Umweltbildung Schweiz mit ihren Schwerpunkten Globales Lernen und Umweltbildung ab. Neu hinzugekommen sind die Schwerpunkte Gesundheit und Politische Bildung inklusive Menschenrechtslernen und Wirtschaft. éducation21 will dazu beitragen, Kinder und Jugendliche auf ihre Zukunft in einer immer komplexer werdenden Welt vorzubereiten.
/ www.education21.ch

Für Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung gibt es nur eine relevante Wirkungsdimension: «one planet living», also alltagsrelevantes nachhaltiges Handeln. Damit Bildungsprojekte dies erreichen, müssen sie die Kompetenz fördern, tatsächlich umweltverträglich zu handeln – indem sie nicht nur Umweltbewusstsein und relevante Wertehaltungen vermitteln, sondern auch konkretes Umweltwissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten. Doch das allein reicht nicht. Denn selbst wenn Umweltbildungsprojekte diese Inhalte und Kompetenzen mitgestalten, steht ihnen eine grosse Herausforderung im Weg: Wie kann Umweltbildung wirken, wenn einflussreiche «Schattenerzieher» nicht-nachhaltig bilden? Wirtschaft, Politik, Medien, Internet, Werbung und nicht zuletzt Familie,

Freunde und Vereine – unser soziales Umfeld und gesellschaftliche Strukturen haben einen grossen Einfluss auf unsere Umwelteinstellung und auf unser Handeln. Wirkungsvolle Umweltbildung muss deshalb prioritär auch diese «Schattenerzieher» bilden. Sie darf sich nicht nur auf formale Bildung konzentrieren.

ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK / «One planet living» verlangt ein nachhaltiges Leben mit einem ökologischen Fussabdruck, der nicht grösser ist als jener, der uns wie allen anderen Menschen gerechterweise zusteht. Dies stellt uns vor ein weiteres grosses Problem: Wir gehen gemeinhin davon aus, dass mehr Bildung und bessere Bildung, etwa im Bereich Umweltbildung oder Nachhaltigkeit, zu nachhaltigerem Handeln führt. In der Tat sind aber ganz andere Kausalitäten am Werk: Höhere und im konventionellen Sinne bessere Bildung führt in aller Regel zu besseren Jobs und zu besserem Verdienst. Dieses höhere Einkommen übersetzt sich direkt in einen grösseren ökologischen Fussabdruck, also in ein zunehmend nicht-nachhaltiges Handeln.

Deshalb müssen wir hier – bei der Verantwortung der heutigen Erwachsenen-genera-tion, bei heutigen Entscheidungsträgern und bei den Vorstellungen vom Nutzen von Bildung – ansetzen: Wir können unsere Probleme der Nicht-Nachhaltigkeit nicht dadurch lösen, dass wir sie an unsere Kinder delegieren. Wir können nicht von ihnen erwarten, dass sie – bestens umweltgebildet – den Karren aus dem Dreck ziehen, den wir und unsere Vorgängergeneration dort hineingefahren haben. Es ist ein systemischer Ansatz in der Umweltbildung nötig. Die Schulbildung ist nur ein kleiner, wenn auch wichtiger Teil davon.



Umweltbildung darf die «Schattenerzieher» nicht vergessen, betont Dr. Rolf Jucker.

GEMEINSAM STATT EINSAM / Für den Wandel zu einer nachhaltigen Gesellschaft ist ein Paradigmenwechsel in Wirtschaft, Politik und individueller Lebensführung nötig. Wir müssen die Art und Weise, wie wir mit unserer Umwelt umgehen, grundlegend ändern. Dafür sollten wir unseren Alltag möglichst als Lernprozess begreifen und gestalten: In der Schule, am Arbeitsplatz, beim Einkaufen oder bei außerschulischen Umweltbildungsangeboten geht es darum, immer wieder selbstkritisch zu überlegen, ob das, was wir tun, wirklich nachhaltig ist und der Umwelt nützt. Solche Lern- und Entwicklungsprozesse macht man am besten nicht allein, sondern gemeinsam mit anderen. Denn wirksames Lernen, das zeigt die Lernforschung, ist soziales Lernen.

Wenn Umweltbildungsprojekte dies berücksichtigen, können sie viel erreichen: Sie sollten Erwachsene und Jugendliche gemeinsam mobilisieren – in der Schule, am Arbeitsplatz, im Privatleben, im Sportverein. Es geht darum, in der jeweiligen Situation mit all jenen, die betroffen sind und als Akteure Handlungsspielraum besitzen, Lerngemeinschaften zu bilden. Denn nur durch gemeinsames Lernen und Handeln in der realen Welt können wir eine nachhaltige Gesellschaft gestalten. Handlungsbereitschaft und Handlungsfähigkeit entstehen nur beschränkt durch abstraktes Wissen oder Umweltbewusstsein. Sie entstehen, indem wir Verantwortung im eigenen Umfeld übernehmen. Wenn die Projekte es den Teilnehmern ermöglichen, zukunftsverträgliches Handeln selbst auszuprobieren, erfahren diese, wie man gemeinsam, durch «trial and error», etwas bewirken kann. Das wirkt motivierend und gibt wertvolle Beispiele für den Alltag. Mitbestimmung und Mitgestaltung, langfristiges Engagement

und lösungsorientiertes gemeinsames Lernen sollten die Projekte prägen. Entscheidend ist, in den Lerngemeinschaften stets das Ziel eines ökologisch nachhaltigen Lebens im Blick zu behalten und zu leben, was man predigt.

TEXT / DR. ROLF JUCKER

DISKUSSION IM GOLDFISCHGLAS

«Ich habe die Hoffnung nicht aufgegeben, dass Wissen ökologisches Verhalten beeinflusst, sagt Andreas Kyriacou von der Initiative Psychologie im Umweltschutz, als er sich zu Professor Florian Kaiser (Universität Magdeburg), Dr. Rolf Jucker (éducation 21), Katia Weibel (WWF Schweiz) und Dr. Felix Keller (Academia Engiadina) in die Runde setzt. Er weiss aus eigener Erfahrung: Umweltthemen sind komplex und oft schwer zu vermitteln. «Kann man Umweltzusammenhänge überhaupt altersgerecht aufbereiten?» Als erster Tagungsteilnehmer nutzt er die Gelegenheit, den Experten eine Frage zu stellen – und eröffnet damit die Fishbowl-Diskussion. Viele weitere Interessierte folgen. In den nächsten 50 Minuten entwickelt sich ein spannender Austausch über die Vermittlung von Umweltwissen, über Möglichkeiten und Grenzen von Bildungsprojekten. Die Runde beleuchtet Motivationsgründe für umweltfreundliches Handeln, sie macht sich Gedanken über Zielgruppen der Umweltbildung und über die nachhaltige Wirkung von Projekten.

ZWEI KREISE / «Fishbowl» – diese Diskussionsmethode verdankt ihren Namen der Sitzordnung: Wie in einem «Goldfischglas» sitzen die Experten in der Mitte des Saals. Um diesen Kreis herum platzieren sich die Gäste der Tagung und beobachten die Diskussionen, die im inneren Kreis stattfinden. Wenn jemand aus dem äusseren Kreis etwas zum Gespräch beitragen möchte, setzt er sich zu den Experten in die Mitte. Auf diese Weise entsteht ein thematisch fokussiertes Gespräch, da immer nur eine kleine Gruppe gleichzeitig diskutieren und ihre Erfahrungen austauschen kann.

TEXT / NADINE FIEKE

«Wissen bringt man am einfachsten über konkrete Projekte in die Schule. So trägt man die Themen auch weiter an die Eltern.»

Daniel Lüscher, myblueplanet



«Kinder und Jugendliche sind nicht die Entscheidungsträger von morgen, sondern von heute. Es ist nur eine Frage der Möglichkeiten, die man ihnen gibt.»

Barbara Tauscher, WWF Österreich





«Wir haben die Tendenz, schwer lösbare Herausforderungen an die Schulbildung zu delegieren. Doch man darf die «Schattenerzieher» nicht vergessen: Wirtschaft, Politik, Medien und das soziale Umfeld beeinflussen unser Umweltverhalten sehr stark. Umweltbildung muss sich deshalb auf verschiedene gesellschaftliche Bereiche konzentrieren.»

Dr. Rolf Jucker, *éducation21*

«Ich habe festgestellt, dass viele Jugendliche motiviert sind, etwas für die Umwelt zu tun – doch sie wissen nicht, wie. Ihnen fehlt das Handlungswissen.»

Dr. Felix Keller, *Academia Engiadina*

«Medienberichte wirken meist nur kurzfristig auf das Umwelthandeln, wie das Beispiel des Reaktorunfalls in Fukushima zeigt. Als einige Monate danach kaum noch Medien darüber berichteten, flachte im Kanton Zürich auch die Nachfrage nach Ökostrom wieder ab.»

Barbara Gugerli-Dolder, *Pädagogische Hochschule Zürich*



«Ob wir uns umweltfreundlich verhalten, hängt von unserer Umwelteinstellung ab. Wenn es einmal gelungen ist, eine positive Umwelteinstellung zu schaffen, bleibt sie stabil.»

Professor Florian Kaiser, *Universität Magdeburg*

WIE MÜSSEN UMWELTBILDUNGSPROJEKTE GESTALTET SEIN?

WORKSHOPLEITUNG

Heleni Sironi, WWF Schweiz

Es gibt viele Umweltbildungsprojekte – und trotzdem ändert sich wenig in Bezug auf das Umweltverhalten. Dabei sollen die Projekte doch dazu beitragen, umweltschädliche Gewohnheiten abzulegen. Wie müssen also Umweltbildungsprojekte gestaltet werden, damit sie eine optimale Wirkung und langfristige Verhaltensänderungen erzielen? Die Teilnehmer des Workshops «Versace» suchen nach Antworten auf die Frage nach dem Design von Projekten.

«Es braucht mehr lösungs- statt problemorientierte Projekte», erklären die Experten im Workshop. Die Projekte müssen konkrete Handlungsmöglichkeiten aufzeigen und den Teilnehmern die Gelegenheit bieten, diese direkt auszuprobieren. So könnte man als Projektverantwortlicher beispielsweise mit Schulkindern zur Abfallsammelstelle gehen, statt das Thema Abfalltrennung nur im Klassenzimmer zu vertiefen. Liegt der Fokus eines Projekts auf der Sensibilisierung von Primarlehrern, so ist es wichtig, diese zusammen mit ihren Klassen zu begleiten, wenn sie zum ersten Mal für ein Naturerlebnis in den Wald gehen. So kann man dazu beitragen, dass sie solche Projekte auf Dauer ohne Fachbegleitung durchführen.

HERAUSFORDERUNG «LANGFRISTIGKEIT» /

Als Herausforderung empfinden es die Workshopteilnehmer, nach einer erfolgreichen Projektinitiierung eine nachhaltige Finanzierung zu finden. Langfristigkeit ist aber essenziell, wenn es darum geht, die Wirkung von Umweltbildungsprojekten zu sichern: Umweltschädliche Verhaltensweisen dauerhaft abzulegen, ist schwierig – deshalb muss

man kontinuierlich an den Verhaltensänderungen arbeiten. Entsprechend müssen die Projekte ausgelegt sein.

Wenn möglich, darin sind sich die Workshopteilnehmer einig, sollten Umweltbildungsprojekte unterschiedliche Zielgruppen einbeziehen. Das trägt dazu bei, Verhaltensänderungen in verschiedenen Bevölkerungskreisen zu erreichen. Werden beispielsweise bei Projekten für Kinder auch die Eltern in die Sensibilisierung einbezogen, so sind die Erfolgchancen viel höher. Kindern muss aber vor allem die Verantwortung für ihr Tun bewusst gemacht werden. Durch Mitgliedschaften oder Commitments kann man zudem einen Anreiz schaffen, sich langfristig für die Umwelt einzusetzen. Als Beispiel wird das Projekt «Jede Zelle zählt – Solarenergie macht Schule» der Organisation myblueplanet genannt. Ziel dieses Projekts ist es, Schulhausdächer mit gesponserten Solarzellen auszustatten – dafür sind die Kinder auf die Hilfe von Lehrern, Eltern, Politikern und Fachpersonen angewiesen. Wichtig für den Erfolg des Projekts ist es, dass die Kinder von Anfang an in die Entwicklung einbezogen werden. «Dies sollte bei Umweltbildungsprojekten allgemein vermehrt gemacht werden», stellt die Workshop-Gruppe fest. Kinder und Jugendliche seien nämlich nicht die Entscheidungsträger von morgen, sondern die «Changemaker» von heute.

LEHRER ALS BOTSCHAFTER / «Lernen ist ein sozialer Prozess», betonen die Workshopteilnehmer. «Nimmt man das ernst, so bekommt die Vermittlung von Umweltthematiken eine zentrale Bedeutung.» Aus der Forschung weiss man, dass der Lernerfolg damit zusammenhängt, wie und von wem Wissen vermittelt wird. Entsprechend



In kleinen Gruppen diskutieren die Workshopteilnehmer über das Design von Projekten.

sind auch in der Umweltbildung Lehrer als Botschafter gefordert. Allerdings fühlen sich diese aufgrund der Komplexität vieler Umweltthemen oft überfordert. Sie brauchen eine fachkundige Betreuung – hier sind Akteure der Umweltbildung gefragt.

HANDLUNGSORIENTIERTE PROJEKTE /

Umweltbildungsprojekte müssen vermehrt bei Multiplikatoren wie politischen Entscheidungsträgern und eben auch Lehrern ansetzen, stellen die Workshopteilnehmer fest. Besser noch sollten diese Personen schon im Studium für die Vermittlung von Umweltthematiken sensibilisiert werden. Einen solchen Ansatz verfolgt beispielsweise das internationale Bildungsprogramm «Globe». Es bietet unter anderem Weiterbildungen für Lehrpersonen an und führt praxisorientierte Projekte durch, die an den Lehrplan angepasst sind. Zentral ist auch die Art der Wissensvermittlung: «Schluss mit lustigen 3D-Spielen im Internet, in denen man Tiere vor dem Aussterben bewahren kann», fordern die Fachpersonen. Solche Projekte seien vor allem themen- und nicht handlungsorientiert. Die Projekte müssen die Verhaltensänderung in den Mittelpunkt rücken. Denn was nützt es, wenn ich bestens über die Klimaerwärmung

informiert bin, aber trotzdem immer das Fenster im beheizten Zimmer offen lasse?

Wichtig ist es, insbesondere Jugendlichen zu vermitteln, dass sie mit ihrem Handeln etwas bewirken können. Wenn die Projekte dann noch Spass machen, wenn die jungen Teilnehmer spielerisch lernen können und ein langfristiger Anreiz entsteht, umweltfreundlich zu handeln, dann kann man von einem gelungenen Projekt sprechen. Als Beispiel wird der nachhaltige Supermarkt «Clever» der Stiftung Biovision genannt: Diese Wanderausstellung lädt dazu ein, fiktiv einen Einkauf zu tätigen, der an der Kasse nach ökologischen und sozialen Kriterien bewertet wird.

ÜBERGABE VON VERANTWORTUNG /

Betrachtet man die grosse Spannweite von Umweltbildungsprojekten, ist es sehr anspruchsvoll herauszukristallisieren, welche Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Projekt nötig sind. Die Workshopteilnehmer kommen in ihren Diskussionen zu folgender Erkenntnis: Erfolgreiche und nachhaltige Projekte sind langfristig ausgerichtet und spielerisch. Sie beziehen das Umfeld mit ein, vermitteln von Mensch zu Mensch, sind praxis- und wirkungsorientiert und übergeben die Verantwortung an die Zielgruppe.

TEXT / BARBARA BARCO



Damit Umweltbildungsprojekte Wirkung erzielen, müssen sie schon bei der Gestaltung gewisse Punkte berücksichtigen. Die Workshopgruppe fasst ihre Erkenntnisse schauspielerisch zusammen.

WIE KANN MAN DIE WIRKUNG VON UMWELTBILDUNGSPROJEKTEN MESSEN?

WORKSHOPLEITUNG

Katia Weibel, WWF Schweiz

Umweltakteure stehen vor einer grossen Herausforderung, wenn sie Projekte evaluieren, die eine nachhaltige Verhaltensänderung zum Ziel haben: Menschliches Verhalten lässt sich nur schwer messen. Denn der Grund einer Verhaltensänderung kann auf unzählige Erfahrungen, Wissens Elemente und Gefühle zurückzuführen sein. Zudem sind Evaluationsmethoden häufig für die Naturwissenschaften konzipiert und nur schwer auf die Messung von Verhaltensänderungen beim Menschen übertragbar. Welche Faktoren muss man also messen, um die Wirkung von Umweltbildungsprojekten einschätzen zu können? Mit dieser Frage setzt sich der Evaluationsworkshop «Rotstift» unter Leitung von Katia Weibel auseinander.

KLARE ZIELE / Kampagnen zur Umweltbildung sollten so gestaltet werden, dass ihre Wirkung überhaupt dokumentiert werden kann, betonen die Workshopteilnehmer. Man müsse sich darüber im Klaren sein, was man mit seinem Projekt erreichen und wie man dieses Ziel messen möchte. Die einfachste Möglichkeit ist es, in einer Evaluation zu fragen, wie viele Personen durch das Projekt erreicht wurden. Viel schwieriger ist es hingegen zu untersuchen, welche Auswirkungen eine bestimmte Umweltbildungsintervention bei der Zielgruppe hat. Denn das setzt eine lange und oft kostspielige Nachkontrolle voraus.

Umweltbildungsinterventionen sind immer zeitlich beschränkt – und ihre Wirkungen können Tage, Wochen oder gar Jahre nach Ende einer Kampagne aufgespürt werden. Deshalb ist es nach Überzeugung der Workshopteilnehmer wichtig, einen



Vorher-Nachher-Vergleich im Verhalten der Zielgruppe durchzuführen. Für ein stichhaltiges Ergebnis ist es darüber hinaus entscheidend, Kontrollgruppen in die Wirkungsmessung zu integrieren. Man vergleicht zum Beispiel Schulklassen, die an einem Umweltbildungsprojekt teilgenommen haben, mit solchen, die nicht dabei waren.

Nach jeder Evaluation stehen Umweltakteure vor einer zentralen Frage: Wie können sie die Erkenntnisse einer Umweltstudie oder einer Projektevaluation am Besten verwenden? Ein möglicher Weg, so betont die Workshopgruppe, sei es, die Zielgruppe immer wieder auf die Kernbotschaft der Studie aufmerksam zu machen, um die Erkenntnisse im öffentlichen Bewusstsein zu verankern. Was schliesslich mit den gewonnenen Informationen gemacht wird, hängt von unzähligen Faktoren ab – letztlich spielen dabei finanzielle und personelle

Die Wirkungsmessung von Umweltbildungsprojekten ist eine Herausforderung. Am besten tut man sich zusammen und entwickelt ein gemeinsames Evaluationsmodell, betont die Workshopgruppe in ihrer Abschlusspräsentation.

Ressourcen eine wesentliche Rolle. Eines ist den Fachpersonen im Workshop klar: Wissen allein genügt nicht, es müssen Taten folgen.

DREI GRUPPEN - DREI THEMEN / In drei Gruppen diskutieren die Workshopteilnehmer, welche Herausforderungen und Chancen die Evaluation von Umweltbildungsprojekten mit sich bringt. Die erste Gruppe befasst sich mit dem Thema «Einstellungsänderung», die zweite Gruppe mit «Handeln» und die dritte mit «Wissen».

— **Einstellungsänderung:** Ziel einer Umweltbildungsintervention ist es, die Umwelteinstellung der Zielgruppe

zu beeinflussen. Doch was führt zu einer Einstellungsänderung? Wie können Umweltakteure diese Veränderungen feststellen? Die erste Gruppe betont, dass es wichtig sei, sich bei der Untersuchung auf bestimmte Verhaltensweisen zu konzentrieren (zum Beispiel Fleischkonsum, Nutzung von Auto und Flugzeug) und diese als Indiz für die Wirkung von Umweltinterventionen zu nehmen. Eine Kontrollgruppe und ein Vorher-Nachher-Vergleich sind dabei wichtig.

- *Handlung:* Die zweite Gruppe befasst sich insbesondere mit der Frage der langfristigen Wirkung von Umweltbildungsinterventionen. Aus eigener Erfahrung wissen die Teilnehmer, dass ein wichtiges Mittel zur Gewährleistung einer nachhaltigen Bewusstseinsveränderung eine öffentliche Selbstverpflichtung sein kann. Zum Beispiel: «Ich esse in den nächsten zwei Wochen kein Fleisch.» Die Selbstverpflichtung in einer Gruppe wirkt motivierend, es entwickelt sich eine Gruppendynamik. Die Kontrolle durch Gleichgesinnte kann sehr hilfreich sein, um die Einhaltung von Umweltversprechen zu verstärken.

- *Wissen:* Welche Wirkung hat Umweltwissen auf das Verhalten von Menschen? Die Wirkung von Wissen könne nicht gemessen werden, Wissen könne nur getestet werden, stellte die dritte Gruppe fest. Man erfährt durch Tests jedoch nicht, ob das Wissen tatsächlich Verhaltensänderungen bewirkt. Und so zeigen viele Evaluationen nur, wie viele Personen durch eine Umweltbildungsintervention erreicht wurden und

dass sie etwas gelernt haben. Sie verdeutlichen nicht, was sie aufgrund ihres neuen Wissens tatsächlich für die Umwelt tun.

MEHR UMWELTBILDUNG / Am Ende des Workshops sind sich die Teilnehmer einig, dass mehr Umweltbildung notwendig ist. Diese sollte eine klare Zielsetzung haben. Sonst wird dem wichtigsten Anliegen der Umweltbildung – eine nachhaltige umweltfreundliche Verhaltensänderung – nicht genügend Rechnung getragen. Am Ende formulieren die Workshopteilnehmer einen Wunsch: Es könnte sehr nützlich sein, ein gemeinsames Evaluationsmodell zu entwickeln, das im Rahmen von kleinen Umweltbildungsinterventionen von verschiedenen Umweltakteuren benutzt werden könnte.

TEXT / GABRIEL ZALAZAR



Die Teilnehmer setzen sich mit Chancen und Herausforderungen von Evaluationen auseinander.

WIE KANN MAN DEN ERFAHRUNGSUSTAUSCH FÖRDERN?

WORKSHOPLEITUNG

Fabia Fischli, WWF Schweiz

Am Ende des Workshops ist sich die Gruppe einig: «Es braucht nicht mehr Austausch, aber besseren!» Aber zurück zum Anfang: Was gibt es überhaupt für Austauschplattformen? Was braucht es, damit die Leute austauschfreudig sind? Mit diesen zwei Fragen leitet Fabia Fischli in den Workshop «Feierabendbier» ein. Sofort wird die IGU (Interessengemeinschaft Umweltbildung) genannt, ebenso die von der SUB (Stiftung Umweltbildung Schweiz, seit dem 1. Januar 2013 *éducation 21*) finanzierte FUB (Fachkonferenz Umweltbildung) – und teilweise gibt es ob der Abkürzungen erste ratlose Gesichter. Die Frage, ob man bei gewissen Netzwerken oder Austauschplattformen nur auf Einladung teilnehmen kann, wird rasch geklärt: Es herrscht klar das «Hol-Prinzip». Um teilzunehmen, muss man selbst auf die Kontaktpersonen zugehen.

STOLPERSTEINE FÜR DEN AUSTAUSCH / Viel Wissen im Bereich Umweltbildung liegt brach – woran liegt das? Zuweilen stehen regionale oder kantonale Hürden im Weg, um Synergien zu nutzen. Weitere Stolpersteine sind schnell benannt: So sind meist personelle Ressourcen der Organisationen und die persönliche Arbeitskapazität ausschlaggebend dafür, ob und an wie vielen Treffen man teilnimmt. Um den institutionellen Austausch zu pflegen, muss man schliesslich auch immer jemanden entsenden, der das Wissen nachher in die Organisation zurücktragen kann. Zudem ist es nicht einfach, bei den vielen Möglichkeiten zu entscheiden, welche Angebote genutzt werden und wer wohin geht. Unklar ist vielen im Workshop biswei-

len auch, inwiefern man das eigene tägliche Geschäft überhaupt nach aussen kommunizieren darf. Inwiefern darf und soll Wissen mit anderen geteilt werden? Und ist man nicht gerade im Umweltbildungsbereich, wo mehrere Institutionen denselben Markt bearbeiten, oftmals auch Konkurrent? Sollte man eigene Erfahrungen, Stolpersteine und Misserfolge nicht besser für sich behalten, als sie mit der Konkurrenz zu teilen? Rasch wird in der Diskussion deutlich, dass man viele Sorgen teilt und oftmals an dieselben Grenzen stösst.

THEMEN, PERSONEN UND FORMATE / Welche Themen, welche Personen und welche Formate sind für den Austausch in der Umweltbildung wünschenswert? Die Diskussion im Workshop zeigt, dass die Akteure über Erfolg, Misserfolg, Schwierigkeiten und Erfahrungen hinaus auch gerne Fragen der Organisation und Administration thematisieren würden. Daneben sollte genügend Raum sein für den informellen Austausch – auch, um die Gesichter zu bereits bekannten Namen kennenzulernen. Als wünschenswert empfinden es die Workshopteilnehmer, nicht nur Personen aus dem Bereich der Umweltbildung, sondern auch Vertreter der jeweiligen Zielgruppen (beispielsweise Lehrpersonen), der Wirtschaft sowie der Kantone in den Austausch einzubeziehen. «Dies würde es erleichtern oder gar ermöglichen, Synergien zu nutzen und gemeinsam Projekte zu initiieren», so der Tenor der Gruppe.

Als Ergänzung zu den «üblichen» Tagungen wünschen sich die Workshopteilnehmer neben einem Online-Portal vor allem auch Formate wie Wissenslunches oder Business Lunches, Montagscafés, thematische Stammtische und Formate, bei denen jeweils eine Organisation zu sich einlädt.



Welche Austauschformate sind sinnvoll?
Der Workshop entwickelt verschiedene Ideen.

Netzwerke findet die Gruppe effektiver als Tagungen – auch, weil man sich in diesen aufgrund der grösseren Verbindlichkeit mehr engagiert. Gewisse Formate wie gemeinsame Essen und Kaffeepausen eignen sich auch zum internen Austausch, der – je nach Grösse der Organisation – durchaus bereits eine Herausforderung darstellen kann, betonen die Fachpersonen.

KONKRETE IDEEN / «Brauchen wir mehr Austausch?», lautet die erste Frage nach der Kaffeepause, die – wie zuvor angeregt – zum informellen Austausch genutzt wurde. Auf einem Blatt mit einer horizontalen Linie, die von «Nein» bis «Ja» reicht, platzieren die Teilnehmer jeweils einen Klebepunkt. Zwar findet sich vorerst nur ein roter Punkt im Bereich «Nein», doch beide Seiten argumentieren ähnlich. Die «Nein»-Seite verlangt nicht mehr, sondern einen effektiveren Austausch, aus dem die Teilnehmer einen Nutzen ziehen können. Um dies zu erreichen, müsste vor der Gestaltung einer Veranstaltung eine Bedürfnisabklärung der Zielgruppe stattfinden. Der Transfer des Gehörten in den Alltag müsste gesichert sein und viel Zeit für den persönlichen Austausch einberechnet werden. Die «Ja»-Seite knüpft daran an und schlägt drei Formate vor:

- einen regelmässigen Stammtisch, der gut in den Arbeitsalltag integriert und ritualisiert werden kann
- ein Online-Forum für die Recherche bereits bestehender Projektideen, für den Austausch zu Projekten und das Einholen externer Inputs, um vorhandene Synergien aufzuzeigen und zu nutzen
- eine Besuchsreihe, bei der verschiedene Organisationen sich und ihre Projekte gegenseitig besuchen, Herausforderungen diskutieren und eine Feedbackkultur etablieren.

Beide Gruppen sind sich einig: Der Austausch sollte konkret sein und vor allem die Anwendung in der Praxis thematisieren. Daneben muss viel Raum für persönliches Netzwerken sein. Also: Es braucht nicht mehr Austausch, aber besseren! Zum Ende des Workshops reichen die Ideen der Gruppe von der Skalierung bewährter interner Austauschformen nach aussen über das Vordringen gegenseitiger Besuche bis hin zur Gründung einer internen Fachgruppe zu Methodik und Didaktik.



Der Austausch zwischen Organisationen ist wichtig – zum Beispiel bei einem regelmässigen Stammtisch. Diesen simuliert die Gruppe in der abschliessenden Präsentationsrunde.

WIE ERZIELEN PROJEKTE VERHALTENSÄNDERUNGEN?

WORKSHOPLEITUNG

Martina Henzi, WWF Schweiz

Herr Müller weiss zwar, dass es umweltfreundlicher wäre, seine Tochter zu Fuss oder mit dem Fahrrad in den Kindergarten zu bringen. Trotzdem nimmt er regelmässig das Auto. Aus Zeitmangel oder Bequemlichkeit vergisst er seine guten Vorsätze. Frau Meier ist sich bewusst, dass die herkömmlichen Glühbirnen in ihrer Wohnung zu viel Strom verbrauchen. Aber machen diese neuen Leuchtmittel nicht so ein kaltes Licht? Da behält sie lieber die alten Stromfresser. Mit anschaulichen Beispielen eröffnet Martina Henzi den Workshop mit dem Titel «Jein». Zusammen mit den Teilnehmern sucht sie nach Lösungsansätzen für eine zentrale Frage der Umweltpsychologie: Wir wissen, dass unser Verhalten schlecht für die Umwelt ist. Wir wissen oft auch, wie wir umweltfreundlicher handeln könnten. Und dennoch tun wir es nicht.

Die Workshopteilnehmer zeigen ein gewisses Mass an Skepsis, ob das «Jein» in der Umwelteinstellung überhaupt zu einem «Ja» im umweltbewussten Verhalten gewandelt werden kann. «Wenn nicht einmal wir sensibilisierten Leute es schaffen, das unnötige Licht in diesem Raum zu löschen, wie kann man das vom Rest der Bevölkerung erwarten?», meint ein Teilnehmer. Ein anderer fragt, ob die Menschen wirklich gute Vorsätze haben, die sie dann nicht verwirklichen – oder ob ihnen die Umwelt schlicht egal sei.

HÜRDEN ZUM HANDELN / Schnell identifizieren die Workshopteilnehmer Hürden, die einem umweltbewussten Handeln im Weg stehen: Die Komplexität der Umweltproblematiken führen zu Überforderung und Abwehrverhalten. Zudem könne die Vielzahl an



Lösungsmöglichkeiten Resignation verursachen, betonen sie. Der Wildwuchs an Labels und Standards auf Konsumgütern sei nur ein Beispiel dafür. Die Teilnehmer sind sich einig: Möchte man umweltfreundliches Verhalten fördern, müssen die positiven Auswirkungen besser ersichtlich sein.

Geschickt strukturiert Martina Henzi die Diskussionsfreudigkeit mit einem mehrstufigen Arbeitsablauf: Die Teilnehmer formulieren Fragen, die sie mit Blick auf die Thematik als die drängendsten empfinden. Jeder soll als Experte in seinem speziellen Gebiet zur Beantwortung beitragen. Die auf Blätter notierten Eingangsfragen werden herumgereicht, mit Notizen versehen, anschliessend an Pinnwände gehängt und in Zweiergruppen begutachtet. Am Ende bilden sich drei Gruppen, die je ein Thema bearbeiten. Die Herausforderung der Komplexität von Umweltthemen und damit einhergehend die fehlende Erfahrbarkeit der Auswir-

Dieser Workshop hat sich für die Präsentation seiner Ergebnisse ein Spiel überlegt: Je nachdem, wie sie eine Frage zu ihrem Umweltverhalten beantworten, dürfen die Tagungsteilnehmer eine «Base» weiterlaufen – oder eben nicht.

kungen von umweltfreundlichem oder umweltschädlichem Verhalten kristallisieren sich als die zentralen Punkte des Workshops heraus. Die Arbeitsgruppen suchen schliesslich nach Projektideen, um die Auswirkungen von umweltfreundlichem beziehungsweise umweltschädlichem Handeln auf vielseitige Art erfahrbar zu machen.

TRANSPARENZ, ÖKOPUNKTE, EMOTIONEN / «Wenn du einmal pro Woche auf Fleisch verzichtest, sparst du so viel Energie wie ein Kühlschrank in einem Jahr verbraucht!» Mit dieser und ähnlichen Botschaften will die erste Gruppe den Gästen von Uni-Mensen aufzeigen, was sie mit einer bestimmten Veränderung ihrer Konsumgewohnheiten

bewirken können. Zusätzlich könnte auf diese Weise auch die Reichweite von Verhaltensänderungen ersichtlich gemacht werden: Mit konsequentem Löschen des Lichts läuft der Kühlschrank «so und so» lange, mit einem Fleischverzicht pro Woche «so und so» lang. Mit Stickern und Plakaten möchte die Gruppe diese Botschaften den Studenten näher bringen. Als Grundgedanke des Projekts sehen die Teilnehmer die Ermächtigung der Konsumenten, ihr Verhalten gesamthaft einschätzen und vergleichen zu können. Ein skeptischer Einwand ist, ob diese neue Transparenz nicht zu einem so genannten «Rebound-Effekt» führen könnte: «Ich bin so oft Zug gefahren, jetzt kann ich mir dafür ein Schnitzel leisten.» Somit würden die positiven Auswirkungen des neuen Verhaltens durch Umweltsünden, die man meint, sich nun «gönnen» zu können, wieder kompensiert.

Die zweite Gruppe lässt sich vom Cumuluspunkte-System der Migros inspirieren und entwickelt die Idee von «Ökopunkten». Diese würden nicht für Einkäufe, sondern für umweltfreundliches Verhalten vergeben – und zwar an Schulklassen. Die Schüler ermitteln ihren ökologischen Fussabdruck, um diesen dann mit vorgeschlagenen Projekten zu reduzieren. Für jede umgesetzte Massnahme würde die Klasse Punkte erhalten, die beispielsweise für Ausflüge eingetauscht werden könnten. Wichtig sei es, dass die Punkte dem realen Umwelteinfluss der Massnahme entsprechen. Die Gruppendynamik in den Klassen würde die Verhaltensänderungen verstärken und den Schülern zeigen, dass sie gemeinsam viel erreichen können. Unsicherheit herrscht im Workshop darüber, wie sich ein äusserer Anreiz – die Ökopunkte – auf die Eigenmotivation (intrinsic Motivation) der

Schüler – sich umweltfreundlich zu verhalten – auswirken würde.

Ziel der dritten Gruppe ist es, mit ihrem Projekt mehr Emotionen in den sehr faktenorientierten Umweltdiskurs zu bringen. Sie will einen Kontrapunkt zu den negativ assoziierten Verzichtsforderungen vieler ökologischer Verhaltensempfehlungen setzen und umweltfreundliches Verhalten mit positiven Erlebnissen verknüpfen. Als Beispiel umweltfreundlichen Verhaltens wählen sie die vegane Ernährung, das positive Erlebnis sollte ein veganes Weihnachtsfest sein. Die Gruppenmitglieder wollen über soziale Medien und andere Kanäle die Möglichkeiten und Vorteile eines veganen Festtagsschmauses aufzeigen und mit Hilfestellungen wie Rezepten und gemeinsamen Aktivitäten den Leuten ein solches Verhalten erleichtern.

ORIENTIERUNGSHILFEN UND STRUKTUREN/
Im Verlaufe des Workshops wird klar, dass es nicht «ein» Mittel gegen die «Jein»-Einstellung gibt. Es braucht vielmehr mehrere zielgruppenspezifische Projekte. Diese müssen auf verständliche und vor allem auch vergleichbare Weise Auswirkungen von Umweltverhalten sichtbar machen – seien diese positiv oder negativ. Fast noch wichtiger ist aber, dass die Projekte Orientierungshilfen sowie Strukturen anbieten und Alternativen aufzeigen, um die Betroffenen zu unterstützen, ihr Verhalten in eine nachhaltigere Richtung zu verändern. Dies kann von nachhaltigen Einkaufstipps und leckeren veganen Rezepten bis hin zu Netzwerken für Car-Sharing oder Velowegen reichen.

TEXT / TOBIAS SPRING

STIFTUNG MERCATOR SCHWEIZ

Die Stiftung Mercator Schweiz fördert und initiiert Projekte in den drei Bereichen «Wissenschaft», «Kinder und Jugendliche» und «Mensch und Umwelt». Das Engagement der Stiftung gilt einer lernbereiten und weltoffenen Gesellschaft, die verantwortungsvoll mit der Umwelt umgeht. Mit ihren Projekten an Hochschulen möchte sie zur Stärkung des Wissens- und Forschungsplatzes Schweiz beitragen. Die Stiftung unterstützt die Wissenschaft, Antworten auf gesellschaftlich wichtige Fragen wie den Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen zu finden. Damit Kinder und Jugendliche ihre Persönlichkeit entfalten, Engagement entwickeln und ihre Chancen nutzen können, setzt sich die Stiftung Mercator Schweiz für optimale Bildungsmöglichkeiten innerhalb und ausserhalb der Schule ein.

/ www.stiftung-mercator.ch

WWF SCHWEIZ

Der WWF wurde 1961 in Zürich gegründet. Sein Ziel: Die weltweite Naturzerstörung stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang leben. Der WWF Schweiz betreut zusammen mit den kantonalen Sektionen knapp 100 Umweltprojekte. Im Mittelpunkt stehen dabei Wald, Wasser, Klima, Alpen, Meere und der Artenschutz. Die Umweltorganisation engagiert sich regional, national und international. Rund 260 000 Mitglieder und Gönner ermöglichen die Arbeit von rund 180 Mitarbeitenden. Zusätzlich arbeiten über 1000 Freiwillige für den WWF Schweiz. Grossen Wert legt er auch auf die Zusammenarbeit mit befreundeten Organisationen, staatlichen Stellen und der Wirtschaft.

/ www.wwf.ch

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
Stiftung Mercator Schweiz
Gartenstrasse 33
CH - 8002 Zürich
Tel. +41 (0)44 206 55 80
info@stiftung-mercator.ch

REDAKTION
Nadine Fieke

BILDER
bildwild.ch / WWF

GESTALTUNG
Rob&Rose Zürich

© Stiftung Mercator Schweiz 2013