

## Auswertung der Online-Umfrage im ANU-Projekt „Vom Handeln zum Wissen – Umweltzentren als Change Agents einer Transformation von unten“

Die Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung Bundesverband e.V. (ANU) führte von September bis November 2015 eine bundesweite Online-Umfrage unter Mitarbeitenden in Umweltzentren und anderen Umweltbildungseinrichtungen durch. Die Umfrage richtete sich auch an freie Honorarkräfte in Umweltzentren und an freiberuflich tätige und selbständige UmweltpädagogInnen.

Unter „**Transformation von unten**“ fasst die ANU im Projekt die Aktivitäten der jungen sozialökologischen Graswurzelinitiativen zusammen, die praktische Wege des Wandels zu einer nachhaltig lebenden Gesellschaft auf lokaler Ebene erproben: In Gemeinschaftsgärten oder Reparaturwerkstätten, bei Kleidertauschpartys oder in der Solidarischen Landwirtschaft probieren Menschen das Teilen, Tauschen, Selbermachen und gemeinschaftliche Wirtschaften vor Ort aus. Es entstehen „Reallabore“ (Experimentierräume) des Wandels. Die oft aus freiwilligem Engagement hervorgehenden Graswurzelinitiativen, die ANU im Projekt „Transformationsinitiativen“ nennt, (er-)finden kreativ und handlungsorientiert alternative Lebens-, Arbeits- und Wirtschaftsformen, mit denen sich die Verschwendung natürlicher Ressourcen reduzieren lässt. Ihre Utopie ist, dass sich aus dem zunächst lokalen, zivilgesellschaftlichen Engagement weitgehende gesellschaftliche Veränderungen anstoßen lassen.

Anders als in der Bildung sonst üblich kann Lernen hier bedeuten, den Weg **vom Handeln zum Wissen** zu gehen anstatt umgekehrt. Die Umweltbildungsanbieter können dabei die Rolle von **Pionieren des Wandels** einnehmen, wie sie der Wissenschaftliche Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) mit dem Begriff „Change Agents“ beschrieben hat<sup>1</sup>: Pioniere des Wandels initiieren und gestalten Veränderungsprozesse, sie entwickeln und erproben alternative Praktiken, kommunizieren, verbreiten und optimieren sie. Umweltbildungseinrichtungen und UmweltpädagogInnen, die sich schon seit langem mit dem Lernen für Umwelt und nachhaltige Entwicklung beschäftigen, begleiten Lernprozesse, stellen Experimentier- und Lernräume zur Verfügung und regen Diskussionen und Reflexionen über Wege zum Wandel an und begleiten sie.

In der Umfrage wollte die ANU wissen, ob die Umweltzentren und UmweltpädagogInnen in der jungen sozialökologischen Bewegung aktiv sind, ob sie in solchen Initiativen mitmischen, selbst welche auf den Weg bringen oder an der Entwicklung interessiert sind. ANU wollte auch erfahren, wie die Umweltbildungsakteure die Wirksamkeit der Transformationsinitiativen hinsichtlich der Bewusstseinsbildung und des Ressourcenschutzes bewerten und wie sie handlungsorientiert das Lernen für nachhaltige Entwicklung fördern. Ziel der Erhebung war es, Beispiele guter Praxis zu identifizieren und Unterstützungsbedarfe für Öffentlichkeitsarbeit sowie für Vernetzung und Fortbildung zu ermitteln.

---

<sup>1</sup> WBGU (2011): Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation, Berlin, S. 256 ff., S.419

Die Ergebnisse der Umfrage werden im Folgenden vorgestellt. Anregungen und Informationen aus den zahlreichen Kommentaren werden im Projekt weiter bearbeitet: So werden Kooperationen zwischen Umweltzentren und Transformationsinitiativen oder von den Umweltzentren selbst angestoßene Aktivitäten wie z.B. Reparatur Cafés als Beispiele guter Praxis in sogenannten „Aktionsportraits“ veröffentlicht ([www.umweltbildung.de/transformation.html](http://www.umweltbildung.de/transformation.html)).

Zur Umfrage eingeladen wurden die rund 1.250 ANU-Mitglieder, darunter 375 Umweltzentren und darüber hinaus weitere rund 300 Umweltzentren und Bildungseinrichtungen, die in der ANU-Datenbank aufgeführt, aber kein Mitglied sind. Die Einladung erfolgte per E-Mailing. Zudem wurde die Umfrage auch im ANU-Infodienst, dem E-Mail-Newsletter der ANU, beworben. Er wird von rund 3.200 Akteuren aus der Umweltbildung und BNE abonniert.

Als Teilnehmende der Umfrage wurden vom Online-System 268 Personen gezählt. Davon haben 157 Personen die Umfrage abgebrochen, d.h. nicht alle Fragen gesehen und nur teilweise beantwortet. 111 Personen haben den Fragebogen durchgehend bearbeitet, d.h. alle Fragen angesehen, aber nicht jede beantwortet. Ihre Antworten und die der 157 anderen, die nicht alle Fragen beantwortet haben, sind die Grundlage der Auswertung, so dass die Antwortzahlen pro Frage variieren.

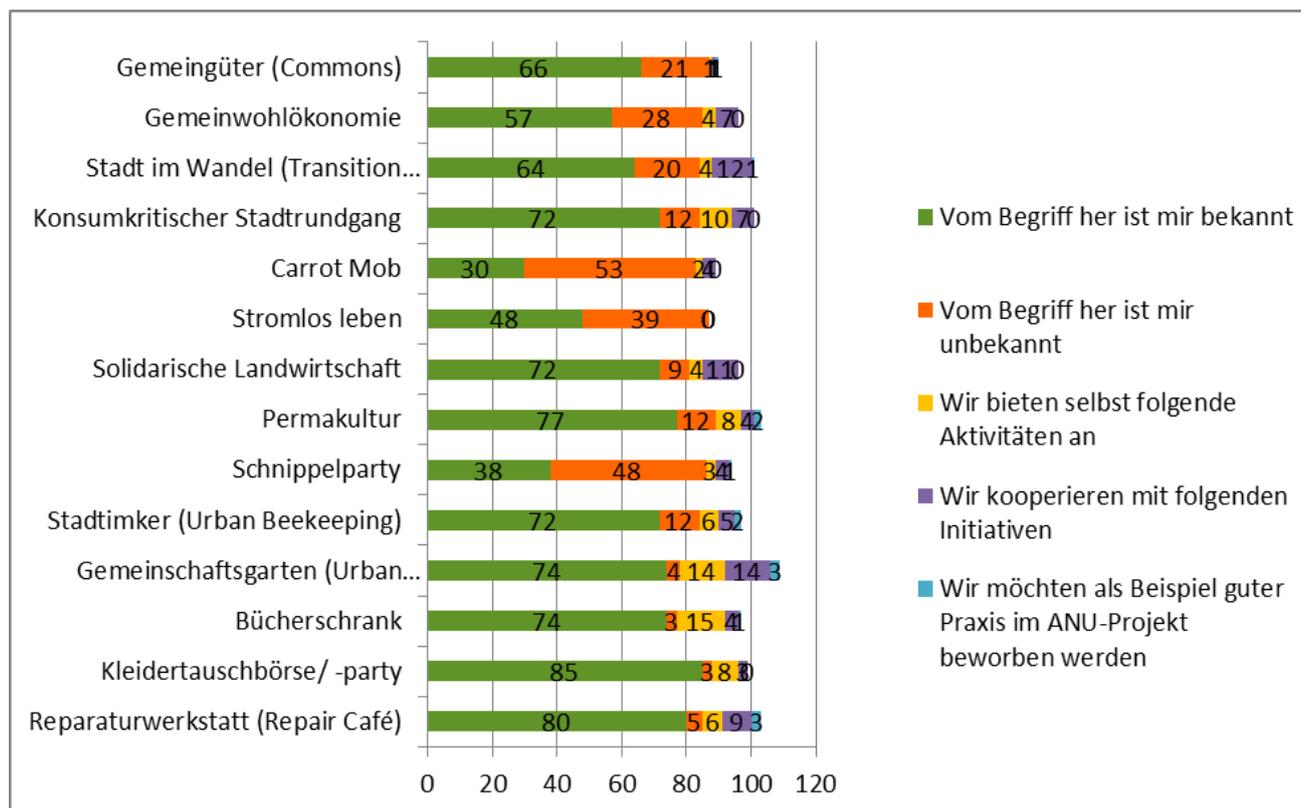
Die Umfrage gliederte sich in die Bereiche

- Eigene Angebote der Umweltzentren im Bereich sozialökologischer Wandel
- Kooperation mit Transformationsinitiativen
- Öffentlichkeitsarbeit der Umweltzentren zu den Angeboten (besonders für junge Menschen)
- Bewertung der Nachhaltigkeit der Transformationsaktivitäten durch die Umweltzentren
- Vom Handeln zum Wissen – die pädagogische Arbeit der Umweltzentren
- Statistische Angaben zu den Umweltbildungseinrichtungen

Insgesamt umfasste der Fragebogen 28 Fragen, darunter 17 Multiple Choice Fragen, oft mit Kommentarfeldern, und 11 offene Fragen. Mit den offenen Fragen und Kommentarfeldern sollte den Antwortenden im komplexen und vielfältigen Feld der Transformationsaktivitäten die Möglichkeit gegeben werden, ihre Situation darzustellen und ihr Verständnis der Initiativen zu erläutern. Das wurde vielfach genutzt, und einige Zitate wurden in die Auswertung übernommen (kursive Schreibweise).

## 1. Transformation von unten...

Zum Einstieg wurde gefragt, welche Initiativen bzw. Begriffe aus dem Bereich Transformation bekannt oder unbekannt sind, welche die Umweltzentren selbst oder in Kooperationen anbieten und ob sie im Rahmen des ANU-Projektes als Beispiel guter Praxis vorgestellt werden möchten.



n=95

Am bekanntesten sind die Begriffe „Kleidertauschbörse/ -party“ (85) und „Reparaturwerkstatt/ Repair Café“ (80). Der große Teil der Befragten hat auch von „Permakultur“ (77), „Bücherschränken“ (74) „Gemeinschaftsgärten/Urban Gardening“ (74), „Stadtimkern“ (72), „Solidarischer Landwirtschaft“ (72) und „Konsumkritischen Stadtrundgängen“ (72) schon gehört.

Die Begriffe „Gemeingüter“ (66), „Stadt im Wandel/Transition Town“ (64) und „Gemeinwohlökonomie“ (57) liegen hinsichtlich des Bekanntheitsgrades im guten Mittelfeld.

Dagegen sind wenige Befragte mit den Aktivitäten, die sich rund um „Carrot Mob“ (30) oder „Schnippelparties“ drehen, (38) vertraut.

Von den Umweltzentren selbst werden vor allem folgende Aktivitäten angeboten: Bücherschrank (15), Urban Gardening (14), Konsumkritischer Stadtrundgang (10), Kleidertauschbörsen (8), Permakultur (8), Reparaturwerkstatt/Repair Café (6) und Stadtimker/Urban Beekeeping (6).

Die Kooperationen finden am häufigsten mit den Aktivitäten Gemeinschaftsgarten (14), Transition Town/Stadt im Wandel (12), Solidarische Landwirtschaft (11), Reparaturwerkstatt/Repair Café (9), Gemeinwohlökonomie (7) und Konsumkritischer Stadtrundgang (7) statt.

Von den Befragten möchten aus den Themenfeldern Repair Café (3), Urban Gardening (3), Urban Beekeeping (2), Permakultur (1), Commons (1), Transition Town (1), Schnippelparty (1) und Bücherschrank von der ANU projektbezogen als Beispiele guter Praxis hervorgehoben werden.

## I. Eigene Angebote der Umweltzentren im Bereich sozialökologischer Wandel

### 2. Impulse und Motivation

**Frage 2:** Sie haben in Frage 1 angekreuzt, dass Ihre Einrichtung selbst Transformationsaktivitäten anbietet: Wie kam es dazu? Was war der Impuls und was ist Ihre Motivation? (n=42)

Die Befragten geben an, dass sie durch Initiativen in ihrem Umfeld, oft wurde hier Büchertausch genannt, und Vorbilder in anderen Städten angeregt wurden, sich mit dem Thema Transformation aktiv auseinanderzusetzen. Besonders Veranstaltungen und Exkursionen wie z.B. konsumkritische Stadtrundgänge, auf denen ReferentInnen von Transformationsinitiativen oder Projekten anderer Einrichtungen Aktivitäten vorstellen, regen dazu an, selbst aktiv zu werden.

*„Plant nicht lange rum, fangt einfach an! Motivation ist, dass mit einem Gemeinschaftsgarten im Idealfall ganz viele positive Effekte erzielt und gute Entwicklungen angestoßen werden können: Sozialer Zusammenhalt, Nachbarschaftshilfe, Selbstversorgung mit Lebensmitteln, Gesundheitsförderung, Förderung seltener Kultursorten, Umweltbildung, ökologische Aufwertung, Gestaltung des öffentlichen Raumes, mehr Biodiversität, Integration, Identifikation mit eigenem Umfeld ...“*

Beschrieben wird von einigen, dass sie ein großes Interesse im Umfeld bemerken, jedoch keine Vernetzung vorhanden war, weshalb sie hier motiviert waren, die Netzwerkbildung zu unterstützen. Andererseits wird auch von bestehenden Netzwerken berichtet, die dazu angeregt haben, in einer Transformationsinitiative mitzumachen bzw. mit ihr zusammenzuarbeiten.

*„Unsere Motivation, mit diesen Initiativen zusammenzuarbeiten, liegt darin, dass wir der Auffassung sind, dass eine Veränderung unserer Gesellschaft von unten erfolgen wird, auch in der Pädagogik. Dabei sind die Netzwerke einer Transformation von unten sehr wichtig. Wenn wir Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen neue, alternative Handlungsmöglichkeiten vorstellen wollen, sollten wir das selbst leben. Insofern inspirieren uns auch alle diese Initiativen.“*

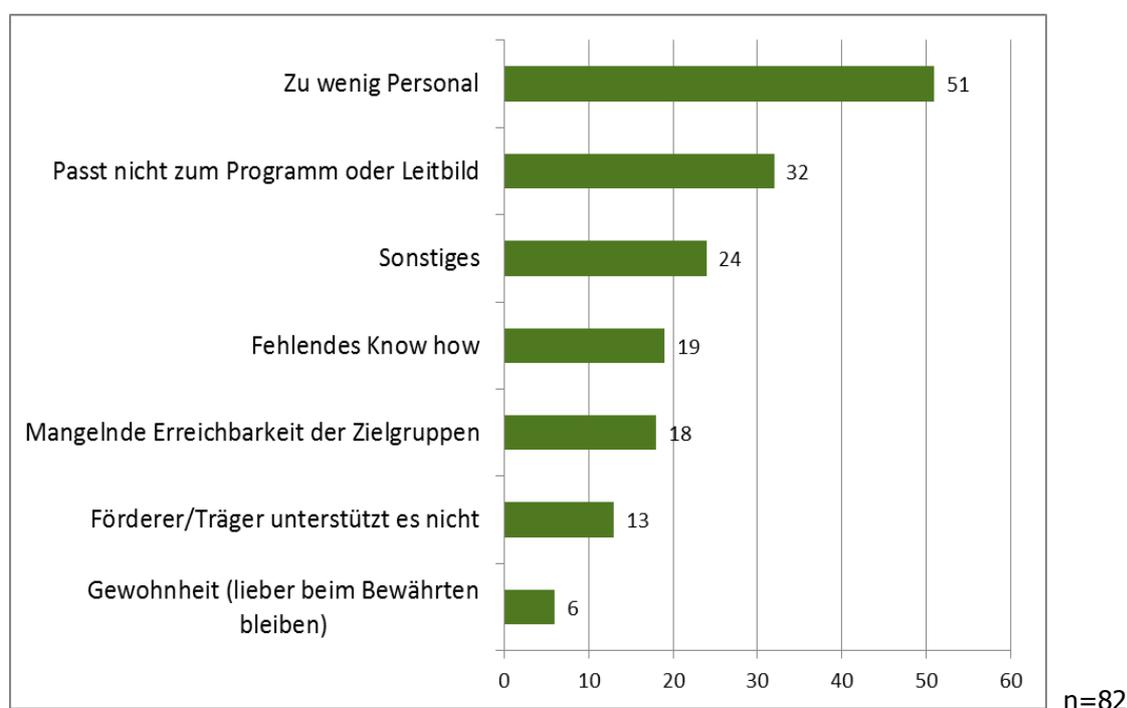
Impulse kamen von Studierenden und jungen Menschen, z.B. FÖJler sowie von motivierten MitarbeiterInnen: *„Die Impulse haben sich durch die Vielzahl an persönlichen, positiven Erfahrungen in den Netzwerken verstärkt, bspw. durch Permakultur-Workshops, Transition-Town-Netzwerktreffen, GWÖ-Veranstaltungen (Gemeinwohlökonomie, Anm. d. Red.) und regelmäßige Aktivitäten in Stadtgärten. (...) Die Vielfalt und der Spaß in solchen Bewegungen aktiv zu sein und damit eine Alternative zu nicht nachhaltigen Entwicklungen zu leben, möchte ich weitertragen.“*

„Das Umweltbildungszentrum muss jung, innovativ und nah an den Menschen bleiben, die Grass- wurzel wachsen hören und mit wachsen.“

Der Wunsch nach einem nachhaltigen Lebensstil bzw. die aktive Auseinandersetzung und der positive Begleiteffekt der Schaffung einer Gemeinschaftsdynamik werden als Motivation angegeben, eine Initiative zu starten. Mehrfach wird genannt, dass man zuvor das lokale Umfeld beobachtet hat, um ein Projekt ins Leben zu rufen, welches für die Gemeinschaft und für das eigene Interesse von Relevanz wäre, z.B. die fehlende örtliche Fahrrad-Reparatur-Werkstatt.

### 3. Hindernisse für die Umsetzung

**Frage 3:** Wenn Sie die genannten Transformationsaktivitäten nicht im Programm haben, was hinderte Sie bisher, derlei Aktivitäten in Ihrer pädagogischen Arbeiten/ Ihrem Programm umzusetzen?



Fast zwei Drittel der Befragten (51) geben den Personalmangel als Hindernis für die Umsetzung von Transformationsaktivitäten an. An zweiter Stelle wird die fehlende Verbindung einer solchen Aktivität mit dem eigenen Programm bzw. Leitbild (32) genannt. Fehlendes Know-how (19) und die mangelnde Erreichbarkeit von Zielgruppen (18) sowie fehlende finanzielle/ideelle Unterstützung der Förderer/Träger (13) werden auch als Hindernis für Umsetzung von Transformationsinitiativen genannt. Sechs Befragte möchten beim Bewährten bleiben und keine Änderung in ihrem gewohnten Programm vornehmen.

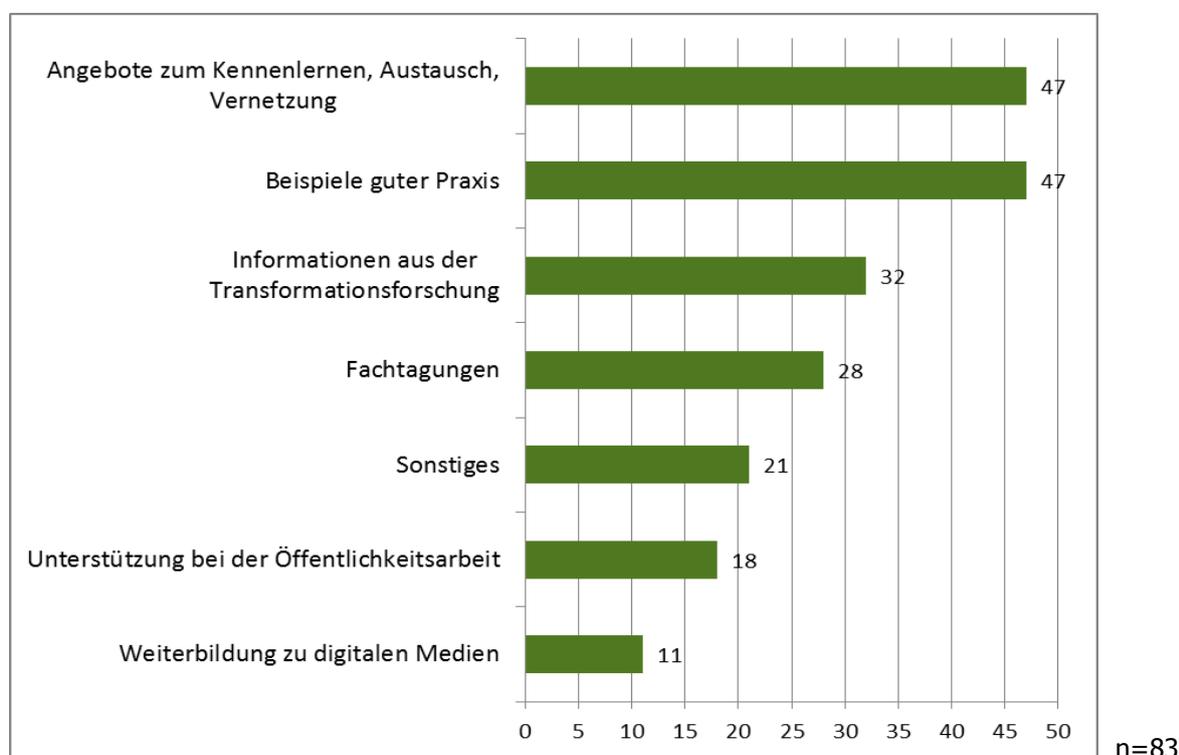
Unter „Sonstiges“ werden überwiegend noch einmal der zu große Aufwand und der Mangel an Kapazitäten benannt, sowohl finanziell, zeitlich, personell als auch räumlich.

„Großer Betreuungsaufwand: Es muss halt doch eine/n Projektleiter/in geben, der/die erstens kapiert, wie's geht, zweitens organisieren und motivieren kann und drittens bezahlt wird oder große Teile seiner Freizeit reinsteckt.“

„Man kann viele Ideen haben, muss aber auch Leute haben, die sie umsetzen. Hat man die nicht und schafft es auch selbst nicht mehr, muss man Prioritäten setzen, sonst verzettelt man sich. Halbe Sachen bringen nichts.“

#### 4. Unterstützungsbedarf für die Umsetzung

**Frage 4:** Was brauchen Sie und wünschen Sie sich von der ANU als Unterstützung für das Angebot und die Umsetzung von Transformationsaktivitäten?



Von 83 Befragten wünscht sich gut die Hälfte (47) Angebote zum Kennenlernen, Austausch und zur Vernetzung sowie Beispiele guter Praxis, die als Vorbilder dienen. Einen weiteren Schwerpunkt des Unterstützungsbedarfs bilden Informationen aus der Transformationsforschung (32) und Fachtagungen (28) als Möglichkeit zur Weiterbildung: „Tagungen mit Beispielen zu Themenbereichen wie z.B. Landwirtschaft, Wohnumfeld, Ökonomie, zu der gezielt Aktive mit Beispielen und Akteure mit Flächen- und Handlungspotentialen eingeladen werden.“

„Vor allem wünsche ich mir, dass sich die Veranstaltungen mehr an denen der 'Initiativen von unten' orientieren, also bitte KEINE Podiumsdiskussionen, sondern z.B. fishbowls, open space, Mit-

*machräume. Weniger 'Frontalbildung' (Vorlesungen), stattdessen kurze Impulsvorträge (keynotes) und dann partizipative Workshops und Austauschrunden.“*

Die Unterstützung hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit wird von 18 Teilnehmenden an der Umfrage gewünscht und Weiterbildung zu digitalen Medien von 11 Antwortenden.

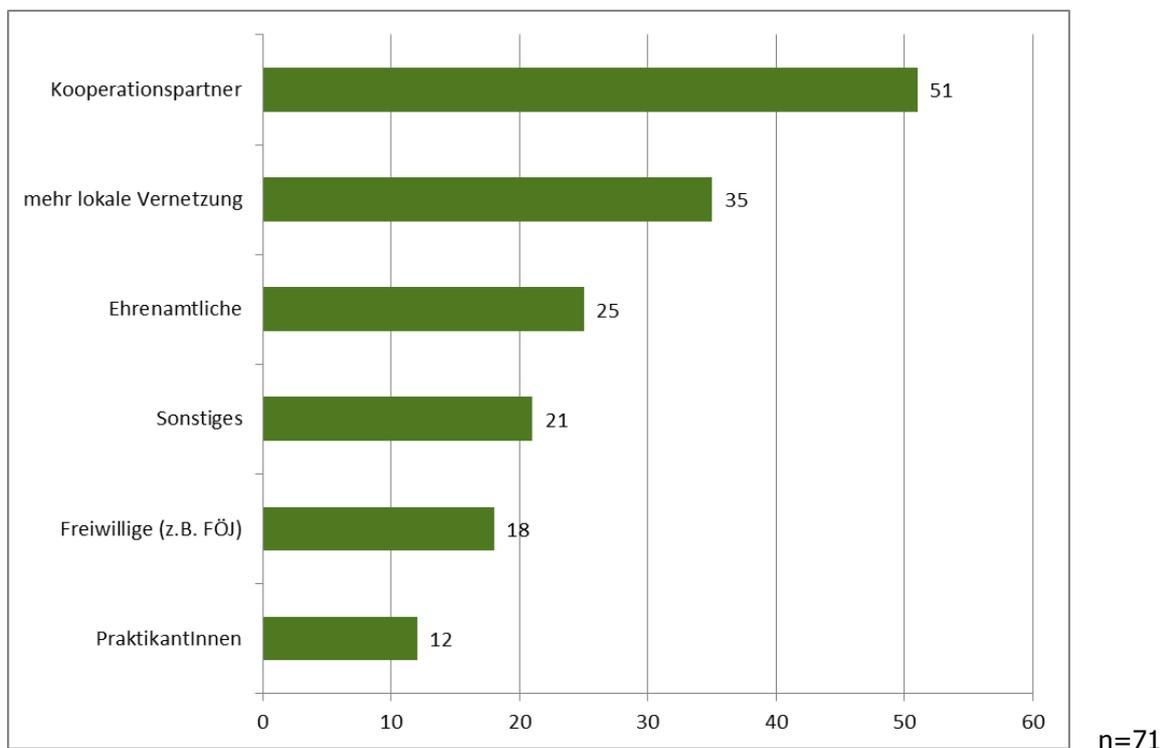
Unter Sonstiges wird in den Kommentaren Unterstützung im Hinblick auf den Personal- und Geldmangel in Form von Finanzierungshilfen, Fahrtkosten und Informationen zu Förderprogrammen gewünscht: *„Eine Finanzierung von Change Agents direkt an der Basis im Kontakt mit den Kindern, Schülern, Bürgern Unternehmern etc. muss gewährleistet sein. [...] Auch die in den Transformationsprojekten handelnden Menschen benötigen eine langfristige Anerkennung, auch in Form von Geld. Um von Einzelprojekten in die Struktur zu kommen, ist eine solide Finanzierung notwendig.“*

*„Man kann sich nur dahinterklemmen, wenn man davon auch leben kann. Alles andere ist Spielerei und eben nicht nachhaltig.“*

Erwünscht sind darüber hinaus Übersichten und Informationen zu den erfolgreichen Akteuren in der Transformationsbewegung an der Nahtstelle zur Umweltbildung, besonders auf kommunaler Ebene.

## 5. Hilfe bei Transformationsaktivitäten

**Frage 5:** Was würde Ihnen außerdem helfen Transformationsaktivitäten anzubieten bzw. umzusetzen?



Für die Umsetzung von Transformationsaktivitäten wünscht sich eine große Mehrheit (51) Kooperationspartner und eine vermehrte lokale Vernetzung (35). Unterstützung wird gewünscht durch Ehrenamtliche (25), Freiwillige, z.B. FÖJler (18) und PraktikantInnen (12), wobei in den Kommentaren deutlich hervorgehoben wird, dass es keine Ausbeutung von PraktikantInnen und Ehrenamtlichen geben soll. Es wird wieder stark auf den Bedarf an finanziellen Mitteln und Personal abgehoben, besonders auch qualifiziertes Personal für Projektleitung und Mittelbeschaffung. Zudem werden langfristige, verlässliche Strukturen und strukturelle Förderung als hilfreich benannt.

*„Keine Ausbeutung von PraktikantInnen und Ehrenamtlichen! - Kooperationspartner und lokale Vernetzung sind immer gut, aber ohne finanzielle Ressourcen bleibt es nur ein Traum.“*

*„Unterstützung muss honoriert und langfristig gesichert werden, wenn der Prozess selbst auch nachhaltig sein soll. Eine große Transformationsbewegung auf Praktikanten und ehrenamtlich Tätigen aufzubauen, deren Leistung nicht honoriert wird, halte ich für unmöglich.“*

Als Hilfe wurden auch Plattformen für den Austausch und ein hierarchiefreies Miteinander genannt:

*„Da es sich ja nun gerade um Prozesse von unten handelt, sollte es hier höchstens darum gehen, Plattformen zum Austausch zu bieten, nicht darum, fertige Formate zu liefern.“*

*„Wir glauben an die Selbstlernfähigkeiten unserer Mitwirkenden und gestalten ein möglichst hierarchiefreies Miteinander, so dass die Beteiligten sowieso die Freiheit haben - und das auch tun - sich in 'Aktivitäten von unten' einzuklinken bzw. dort sowieso schon vernetzt sind und ihre Erfahrungen und Vernetzungen in unser Wirken einbringen.“*

## 6. Sonstige handlungsorientierte Angebote

**Frage 6:** Welche Ihrer handlungsorientierten Angebote - neben den in Frage 1 genannten Transformationsaktivitäten - fördern Ihrer Meinung nach den Wandel zu Nachhaltigkeit auf lokaler Ebene? (N=60)

Einige der Antwortenden heben darauf ab, dass ihre Umweltbildungs- und BNE-Angebote per se handlungsorientiert sind, durch konkretes Erfahren Anschluss an den eigenen Alltag ermöglichen und Handlungsoptionen für einen nachhaltigen Lebensstil aufzeigen.

Als handlungsorientierte Angebote werden teilweise noch einmal Aktivitäten aus Frage 1 genannt und einige zusätzliche: Energiesparaktionen, Strombörse, Energiewende-Fortbildungen für Kommunen und Privatpersonen, Kochen mit der Sonne, Solarkocher-Baukurse, Fahrrad-Kinomobile, Bike im Trend, Arbeitseinsätze in der Biotoppflege und im Naturschutz (z.B. mit Wiki Woods im Wald, Müllsammelaktionen), Streuobstwiesenpflege und Verarbeitung des Obstes, Mitmach-Biolandwirtschaft (Tierhaltung, Gemüse- und Obstbau), Mitmach-Käserei, -Bäckerei, -Küche, Permakulturkurse, Reskilling-Kurse (Brotbacken, Einkochen, Gärtnern), Naturerleben zu

Lebensmitteln am Wegesrand, Green Guerilla/Guerilla Gardening, alternative Stadtrundgänge zu ökologischer Landwirtschaft und fairem Handel, solidarische Angebote wie Nachbarschaftshilfe, Elternnetzwerke zur Kinderbetreuung, Tauschringe für Lebensmittel, ehrenamtliche Bibliothek in Gemeinderäumen, Beteiligung an Bürgerinitiativen für den kritischen Umgang mit politisch oder wirtschaftlich initiierten Projekten, politische Aktionen zur Verhinderung von Verschwendung, Reparatur-Cafés, FabLabs, Naturerleben in Verbindung mit Heimatkunde, gemeinschaftliche Gestaltung von Außengeländen in Schulen, Upcycling-Workshops, Kleidertauschpartys, Methoden zur strategischen Planung für die Nutzung natürlicher Ressourcen in Verbindung mit Bürgerbeteiligung, Reflexionen zum eigenen Lebensstil bis hin zu Theaterstücken oder Musiklesungen.

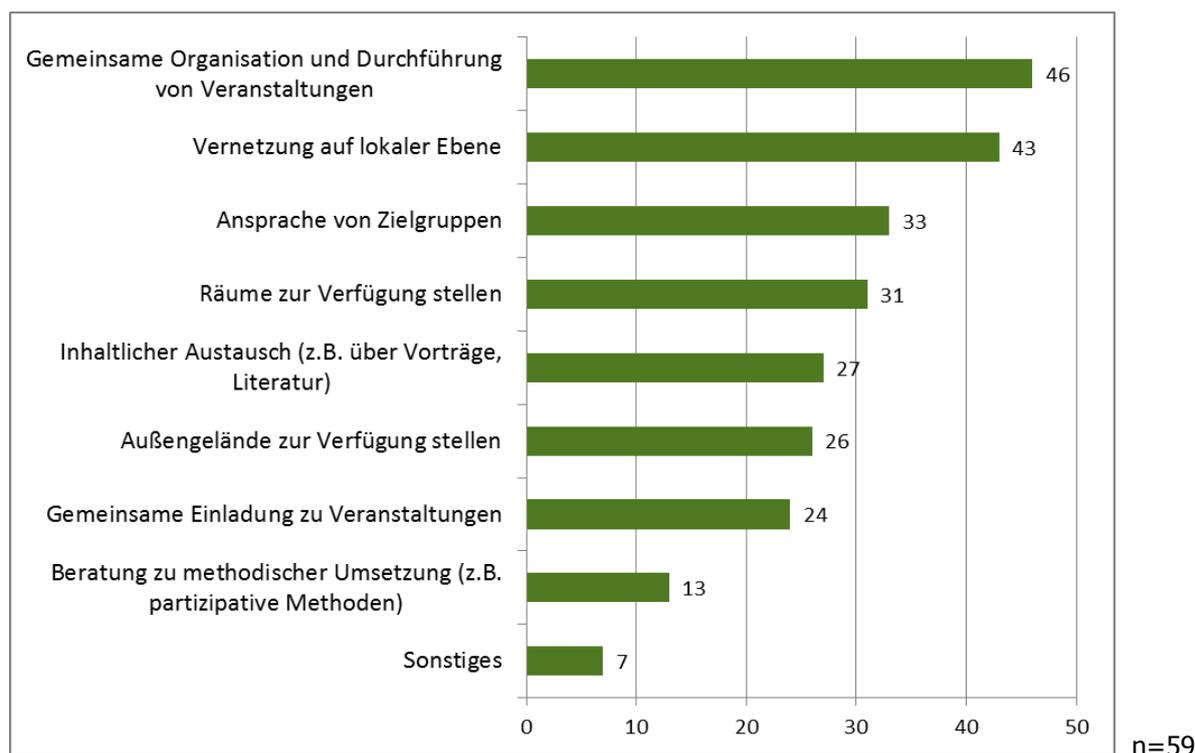
Mehrfach werden Angebote wie Tagungen, Vernetzungsveranstaltungen, Kontakte mit Entscheidungsträgern, Beratung, Ausstellungen, Exkursionen und Führungen, Vermittlung von Fachwissen, MultiplikatorInnen-Weiterbildung, Umweltbildungsprogramme in Kooperation mit lokalen Partnern, Berufsorientierung, Zukunftswerkstätten, Lernpartnerschaften mit Bildungseinrichtungen und Workshops für Jugendliche, SchülerInnen und Kita-Kinder genannt.

Ein Teilnehmender fasst es passend zusammen: *„Überhaupt erst einmal alle Maßnahmen, die Gemeinschaften fördern und Gemeinsinn wecken und die Leute aus ihrem konsumorientierten 'Selfie-Tum' holen.“*

## II. Kooperation der Umweltzentren mit Transformationsinitiativen

### 7. Art der Zusammenarbeit mit Transformationsinitiativen

**Frage 7:** Wenn Sie mit externen Transformationsinitiativen kooperieren, möchten wie gerne wissen, wie Ihre Zusammenarbeit aussieht. Bietet Ihre Einrichtung den Initiativen folgende Angebote an?



An erster Stelle wird von 46 Befragten die gemeinsame Organisation von Veranstaltungen genannt, dicht gefolgt von der Vernetzung auf lokaler Ebene (43). Bei der Ansprache von Zielgruppen kooperieren 33 Befragte, Räumlichkeiten stellen 31 und Flächen im Außenbereich 26 zur Verfügung. Inhaltlichen Austausch, z.B. durch Vorträge bieten 27 Befragte, 13 beraten zu methodischen Umsetzungen. Es wurden auch noch finanzielle Zuschüsse, Verleihen von Equipment und Öffentlichkeitsarbeit für ehrenamtliche Initiativen genannt.

### 8. Synergien Ihrer Einrichtung mit Initiativen

**Frage 8:** Welche weiteren Synergien (neben den in Frage 7 genannten) sehen Sie zwischen Ihrer Einrichtung und den Initiativen? Vielleicht auch, was die Initiativen Ihrer Einrichtung bieten können? (N=32)

Als **Synergien** benennen die Befragten: Vernetzung, gemeinsame Werbung, Austausch und Bestärkung in der Arbeit, Einbindung von Aktiven, z.B. Seniortrainer in Reparatur-Cafés, Experten-

wissen, Mitmachen, Multiprofessionalität, Aufzeigen von Handlungsoptionen, Wissenstransfer, gemeinsame Zielgruppen, wechselseitige Multiplikatoreffekte, gemeinsame Motivation, Vielseitigkeit.

Aus Sicht der Umweltzentren können die **Transformationsinitiativen** den Zentren folgendes **bieten**: Praxis und Anschaulichkeit (6), Ergänzung zu Angeboten der Zentren und neue Ideen (6), Erschließen neuer Zielgruppen (5), Zugang zu „neuem“ Wissen (5), neue Netzwerkverknüpfungen (3), Ermutigung und Mut etwas anders zu machen (1), Vernetzung über Facebookgruppen (1), Expertise in der Gemeinwesenarbeit (1).

*„Vermittlung von Handlungskompetenzen pur, durch den Umgang miteinander und durch die Vermittlung praktischer Fähigkeiten. Meist ist eine Bildungseinrichtung mehr auf die theoretische Vermittlung begrenzt. Die Initiativen bringen das praktische, konkrete Moment mit ein. Umgekehrt profitieren die Initiativen von uns als Institution mit Kontakten und Infrastruktur.“*

*„Für die Arbeit mit den Schülern ist die Erfahrung und das handwerkliche Geschick der Mitglieder aus Stadtgärten und Transition-Netzwerken von Vorteil. Die gemeinsame Arbeit an praktischen Projekten mit realem Nutzen (Upcycling-Geschenke, Hochbeete, Regenwassersystem ...) für sich und die Schule gibt den Schülern Stolz und Selbstvertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Durch die Schüler können mittel- und langfristig auch Eltern angesprochen und in Transformations-Projekte mit einbezogen werden, die ansonsten nur schwer erreichbar sind (wir haben einen hohen Anteil an Kindern mit Migrationshintergrund). Die ausländisch-stämmigen Familien wiederum besitzen z.T. noch vieles an Wissen und Erfahrung zu Anbau und Sorten aus ihrem Heimatland. Dieser Wissens- und Erfahrungsaustausch ist nicht nur für alle Beteiligten spannend und informativ. Er fördert auch die gegenseitige Wertschätzung und zeigt auf einfache Weise den Mehrwert kultureller Vielfalt.“*

Folgende Aspekte können die **Zentren** den Initiativen **bieten**: reichhaltige Methodenkoffer, Orientierung und Begleitung, Inspiration zum Starten einer Initiative, Gelände, Vermittlung von neuen Gruppen mit „alten Hasen“.

In puncto Öffentlichkeitsarbeit sehen die Umweltzentren eher eine Konkurrenz um die Aufmerksamkeit in der lokalen Presse.

## 9. Zustandekommen von Kooperationen

**Frage 9:** *Wie ist die Kooperation Ihrer Einrichtung mit der Transformationsinitiative zustande gekommen? (N=32)*

Die Befragten benennen in erster Linie persönliche Kontakte, gefolgt von Ideen/Kontakte durch einzelne MitarbeiterInnen, lokale Recherche (Stadtteilzeitung, Netzwerke), Kennenlernen bei Veranstaltungen (Tagungen, Sommerfeste, Gesprächsrunden), ehrenamtliches Engagement von UmweltpädagogInnen oder Überschneidung bei Mitgliedern, Vernetzungstreffen, Eigeninitiative

und Initiierung der Initiative durch Umweltzentren, Ausprobieren neuer Formate durch langjährige Kooperationspartner, gemeinsame Veranstaltungen oder Projekte.

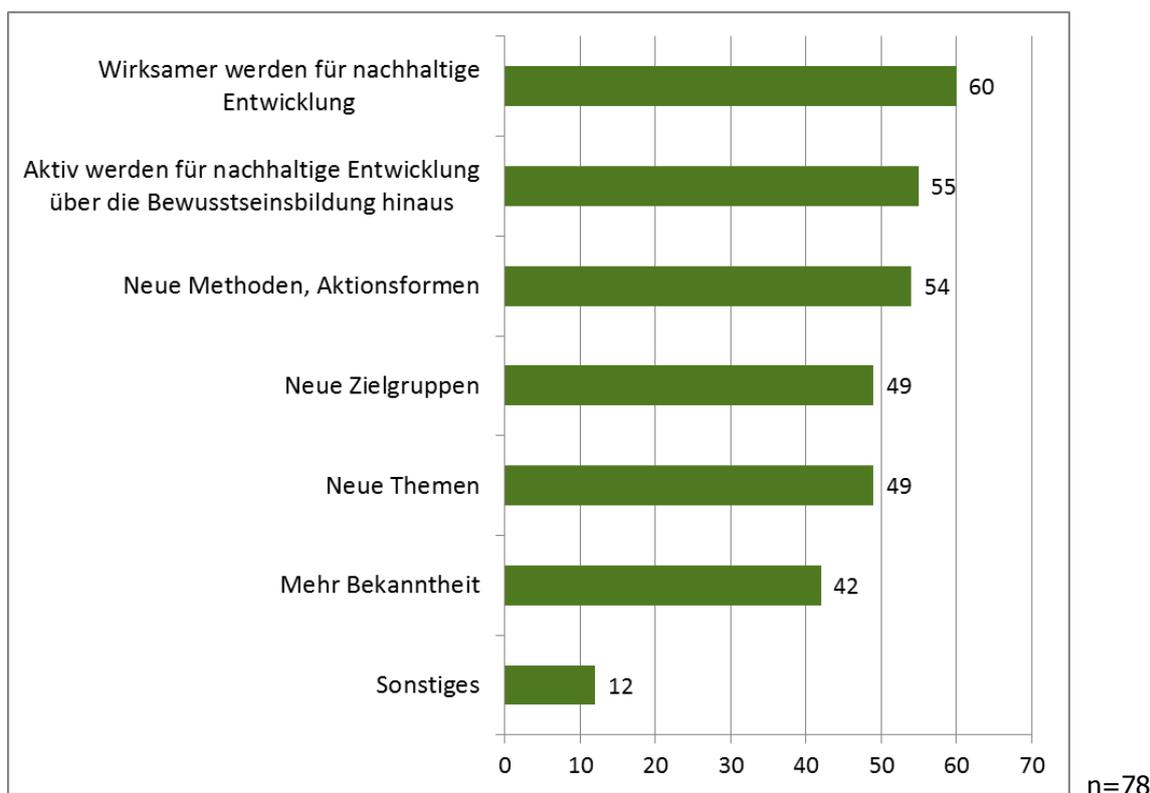
„Die Akteure kennen sich und treffen sich in anderen Zusammenhängen. Dann kommt man im Gespräch drauf...“

„Die lokalen Transformationsinitiativen in unserem Wirkungskreis sind aufgrund unserer Aktivitäten ins Leben gerufen worden. Hier wird quasi das Erlernte oder Gehörte in der Praxis erprobt, wir stehen weiterhin intensiv im Kontakt/Austausch, Praxiskurse finden z.T. schon bei den Transformationsinitiativen statt.“

„Wir sind ständig am 'Ball', d.h. wir sind mit vielen regionalen Aktiven im Gespräch, dadurch ergeben sich auch viele Möglichkeiten zum Mitmachen. Zudem beherbergt unser Haus einige Vereine, die zusammenarbeiten.“

## 10. Vorteile der Zusammenarbeit mit Institutionen

**Frage 10:** Welche Vorteile sehen Sie in der Zusammenarbeit mit den Transformationsinitiativen?



60 Befragte sehen einen Vorteil in der Zusammenarbeit mit Transformationsinitiativen, indem sie gemeinsam noch wirksamer werden für die nachhaltige Entwicklung. 55 Befragte sind der Ansicht, dass man durch die praktische Arbeit in den Initiativen über die Bewusstseinsbildung einen aktiven

Beitrag für nachhaltige Entwicklung leistet. Weitere Vorteile werden in neuen Methoden und Aktionsformen (54), neuen Zielgruppen (49) und neuen Themen (49) gesehen. 42 Befragte sehen den Vorteil, durch die Kooperation bekannter zu werden.

Des Weiteren werden als Vorteile die bessere Auslastung von Ressourcen genannt: *„Durch die Vernetzung können Ressourcen, seien es finanzielle, materielle (Werkzeuge, Material, Räume, Flächen) oder soziale Leistungen schneller und effektiver genutzt werden. Da Förderungen oftmals ein langwieriger Prozess sind, kann es passieren, dass von Beginn der Antragsstellung bis zur Umsetzung der Maßnahme sich Bestandteile, wie der Einsatz von Honorarkräften, verändert haben. Dann ist vorteilhaft ein Netzwerk zu haben, wo Personen schnell einspringen können.“*

Dazu kommen Vorteile wie Professionalität an die Initiativen weitergeben, selbst und auf Augenhöhe am Veränderungsprozess der Gesellschaft arbeiten, gemeinsame Lösungsentwicklung bei auftauchenden Problemen, bessere Erreichbarkeit von jungen Menschen und über sie die Eltern und BetreuerInnen:

*„Über die Kinder und Jugendlichen hinaus erreichen wir die Eltern/Betreuer für diese wären Infos interessant wo man mitmachen kann und was es für Möglichkeiten gibt daher z.B. Möglichkeit der Vorstellung von Initiativen auf unseren Hoffesten, Veranstaltungen etc.“*

## 11. Hindernisse in der Kooperation

**Frage 11:** Welche Hindernisse gibt es für eine Kooperation? (N=53)

Die meistgenannten Hindernisse sind Zeit-, Geld- und Personalmangel seitens der Umweltzentren, um Kooperationen anzustoßen und umzusetzen. Seitens der Transformationsinitiativen werden der teilweise geringe Organisationsgrad, fehlende Strukturen und personelle Kontinuität, unterschiedliche Arbeitskulturen oder fehlende paritätische Finanzierungsmöglichkeiten bei Kooperationen als Hindernis gesehen. Einige Befragte beschreiben, dass die Initiativen unabhängig und „unter sich“ bleiben wollen und kein Interesse an Kooperationen haben. Manchmal sprechen auch bei den Umweltbildungseinrichtungen Aspekte gegen eine Kooperation, z.B. die vollständige Auslastung der Einrichtung mit eigenen Angeboten, die unterschiedlichen Arbeitszeiten der Haupt- und Ehrenamtlichen oder das Neutralitätsgebot bei Einrichtungen in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft. Auch unterschiedliche Nutzungsintensität und unterschiedliches Know how internetgestützter Kommunikationsmittel wurden genannt.

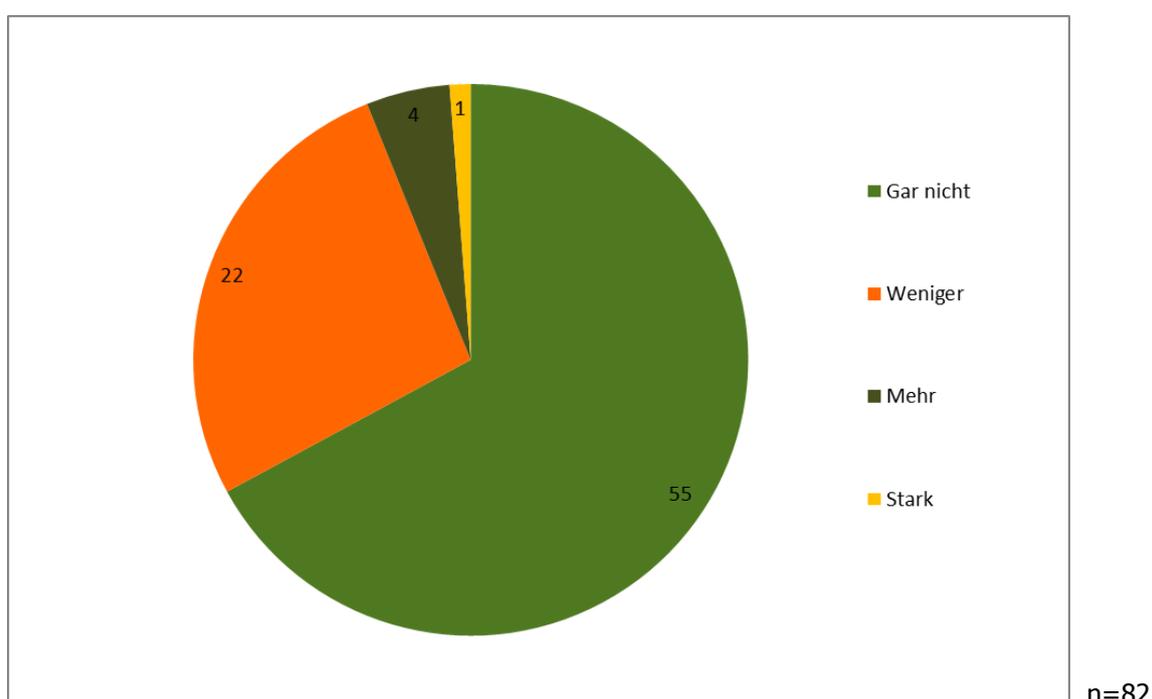
*„Mangelndes Vertrauen in nachhaltige Initiativen und damit einhergehend ein bürokratischer Mehraufwand für die Dokumentation und Belegarbeit und fehlende Vergütung für eben diese 'Vertrauensarbeit'. Allgemein finde ich es sehr nachteilig, dass viele Förderprogramme eher Material als Honorare finanzieren. Material gibt es zu genüge in unserer Überfluggesellschaft! Die Frage ist wie und vor allem wer dieses Material organisiert, umverteilt und verarbeitet. Wir müssen in Menschen, nicht in Material investieren.“*

„Individuelle Interessen versus öffentliche Aufgaben, Kurzfristigkeit versus Langfristigkeit, Spontaneität versus langfristige Ziele, Experimentieren versus Erfahrung(-saufbau), wirtschaftliche Zwanglosigkeit versus unternehmerisches Handeln (u.a. Sicherung von Arbeitsplätzen)“

Mehrere Befragte äußerten explizit, dass sie keine Hindernisse sehen.

## 12. Konkurrenz zu Ihrer Einrichtung

**Frage 12:** Sehen Sie eine Konkurrenz in den Initiativen zu der Arbeit Ihrer Einrichtung?



Von 83 Befragten sehen 55 keine Konkurrenz in den Transformationsinitiativen, 22 sprechen von einer geringen Konkurrenz, 5 Einrichtungen machten die Erfahrung eines starken Konkurrenzdrucks.

## 13. Aspekte der Konkurrenzsituation

**Frage 13:** Was sind ggf. Aspekte einer Konkurrenzsituation? Um was konkurrieren Sie? (N=20)

Die 20 Antwortenden nannten als Konkurrenzaspekte überwiegend die Aufmerksamkeit von Seiten der Medien, der Politik und der Gesellschaft, die Unterstützung durch Förderprogramme und weitere Mittelgeber sowie Zeitkontingente bei Ehrenamtlichen und Aktiven wie auch bei den Teilnehmenden von Angeboten. Wenn Umweltbildungseinrichtungen jährlich um Finanzierung kämpfen

müssen oder Angebote von Transformationsinitiativen kostenlos angeboten werden, wo Umweltzentren Beiträge erheben, dann entsteht Konkurrenz. Wenn es zu viele Anbieter auf kleinem Raum gibt, dann reduziert sich die Zahl der Aktiven wie auch der Besucher bei Veranstaltungen, verdeutlichen einige Befragte die Konkurrenzsituation.

Es gab aber auch Antworten, die das Konkurrenzdenken kritisieren:

*„Konkurrenzdenken ist eine Frage der persönlichen Einstellung und Prägung durch unserer Wettbewerbs-orientierte Gesellschaft. Reflektiert man diesen Einfluss, kann man sich davon befreien und für die Vorteile von Kooperationen öffnen.“*

*„Umweltbildung und -beratung bzw. Angebote in diese Richtung können nicht genug angeboten werden. Jede Einrichtung, jede Initiative mehr ist ein Zugewinn - vorausgesetzt, es werden gute Angebote gemacht. Konkurrenzaspekte spielen nur eine Rolle, wenn auf dem Papier (oder auf dem Antrag) einer Einrichtung Angebote gemacht werden, die gar nicht stattfinden. Vorhandene Mittel spielen hier immer eine große Rolle.“*

### III. Öffentlichkeitsarbeit der Umweltzentren zu den Angeboten

#### 14. Ansprache junger Menschen

**Frage 14:** *Die Transformationsaktivitäten sind oftmals gekennzeichnet durch eine intensive Vernetzung und Kommunikation in den digitalen Medien und durch Aktivitäten vieler junger Menschen. Wie sprechen Sie im Rahmen Ihrer Arbeit junge Menschen an? (N=67)*

Passend zur Angabe, dass die Hauptzielgruppe der Befragten Schulklassen sind (siehe Frage 29), haben auch hier 27 der 67 Antwortenden angegeben, dass sie junge Menschen über die Schule direkt ansprechen, z.B. über AGs, Führungen von Klassen im Gelände, Vorträge an Schulen, Ferienprogramme und Klassenfahrten sowie über Lehrkräfte.

Junge Menschen werden häufig über Praktika, das Freiwillige Ökologische Jahr (FÖJ) oder über ehrenamtliches Engagement bei Bildungsveranstaltungen in Schutzgebieten erreicht und sind dann meist auch MultiplikatorInnen in ihre Altersgruppe hinein via soziale Medien wie z.B. What's App. Fünf der Befragten gaben an, junge Menschen über die Einrichtungen der Jugendsozialarbeit, Stadtjugendring, Jugendmigrationsdienst oder die Jugend-VHS anzusprechen. Mehrfach wurden auch Kooperationen mit ortsansässigen Hochschulen genannt, über die Honorarkräfte, Praktikanten oder Freiwillige in den Umweltzentren mitwirken.

Die persönliche Ansprache, z.B. auf Veranstaltungen wurde mehrfach als Kontakthanbahnung genannt, darüber hinaus Netzwerke auf lokaler Ebene, Bildungseinrichtungen für Jugendliche, Mitgliedsverbände, die mit jungen Menschen arbeiten und Mitgliederzeitschriften. Erlebnispädagogische Angebote und die Ermöglichung zur Umsetzung eigener Angebote sprechen junge Menschen an.

Bei den digitalen Medien werden neben E-mails vorwiegend Facebook (12), die eigene Website (10), aber auch Newsletter (3), Twitter, google+ und youtube (2) genutzt.

Die Ansprache junger Menschen über eine Rockmusic-Factory oder Tiere als Manga-Figuren waren interessante Einzelnennungen.

Einige gaben an, dass sie Unterstützung bei der Ansprache junger Menschen wünschen oder in Zukunft eine Kommunikation über soziale Medien planen, andere sind schon sehr aktiv bei Facebook u.a. oder tragen die Transformationsbewegung in die Schule:

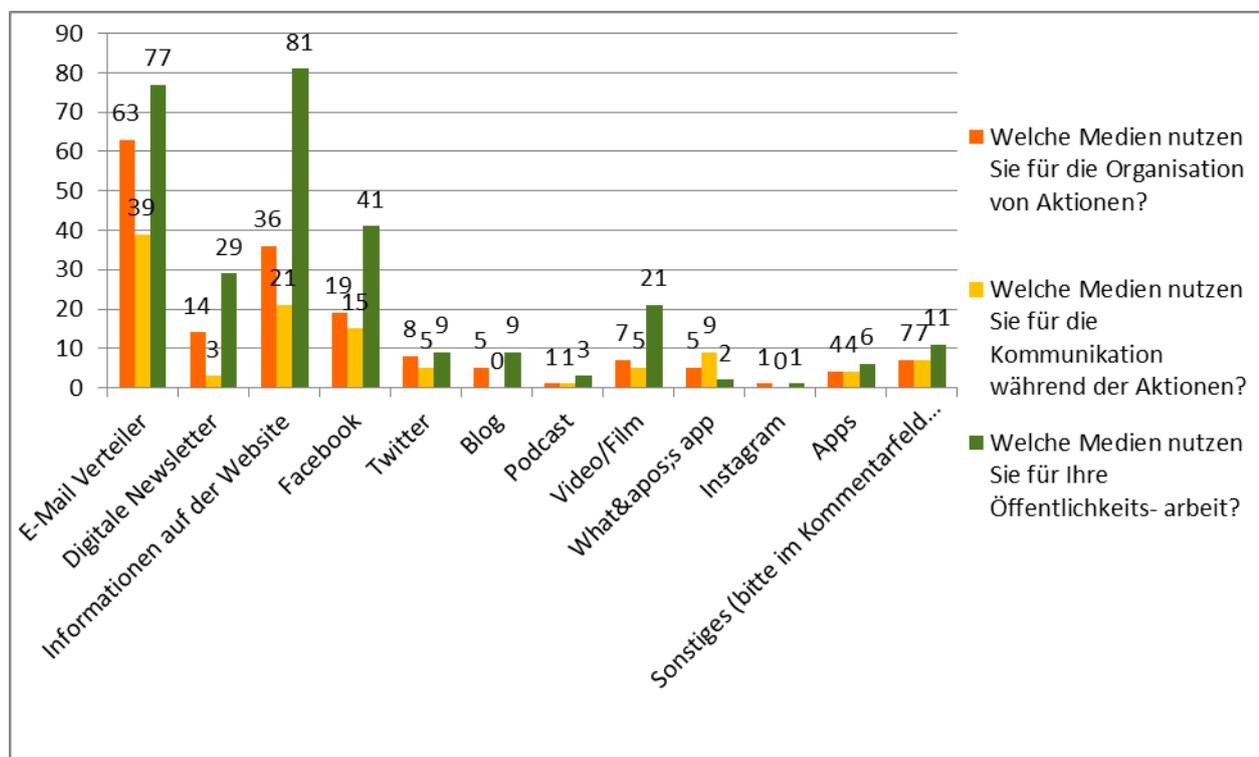
*„Es ist das Erreichen genau dieser Zielgruppe, bei der wir gerne noch Unterstützung seitens der ANU entgegennehmen. Zurzeit sprechen wir junge Menschen über unsere Website und Facebook an. Einige unserer Workshops sind gezielt für jüngere und junggebliebene Menschen konzipiert, so zum Beispiel unser Geocaching-Workshop, der wird dann bei genannten Medien beworben. Im Rahmen einer App können Jugendliche eine 'coole' Führung durch unsere Einrichtung erhalten. Dies bezieht sich allerdings eher auf die allgemeine Umweltbildung. Ich empfinde es als schwierig die entsprechenden Zielgruppen in unserer Region zu erreichen, bzw. bin mir nicht sicher, inwieweit eine Zielgruppe überhaupt in der Region vorhanden ist. Daher besteht bei der Vernetzung und Kommunikation noch Handlungsbedarf.“*

*„ ... Die jüngeren Berufsschüler (Anfang 20) erreiche ich über die Arbeit rund um Commons-Bewegungen wie Creative-Commons-Lizenzen und Sharing-Netzwerke (Kleiderkreisel, Car-Sharing). Ein Thema, welches alle Altersgruppen anspricht ist die Essensverschwendung. Recherchen zu Food-Sharing, SoLaWi, Mundraub, Essensretter-Initiativen der Werkstatt Nachhaltigkeit sind Themen, bei denen alle mitmachen und rege Diskussionen führen.“*

*„Wir sind selbst in vielen Facebookgruppen vernetzt und geben einen regelmäßigen Newsletter mit vielen Informationen heraus, die für Transformationsinitiativen und deren Beteiligte interessant sind. Außerdem haben wir einen Blog, dessen Themen für diejenigen Initiativen interessant sind, die ähnliche Themen haben (Freilernen, hierachiefreier leben...).“*

## 15. Nutzung digitaler Medien

**Frage 15:** Welche der folgenden digitalen Medien nutzen Sie?

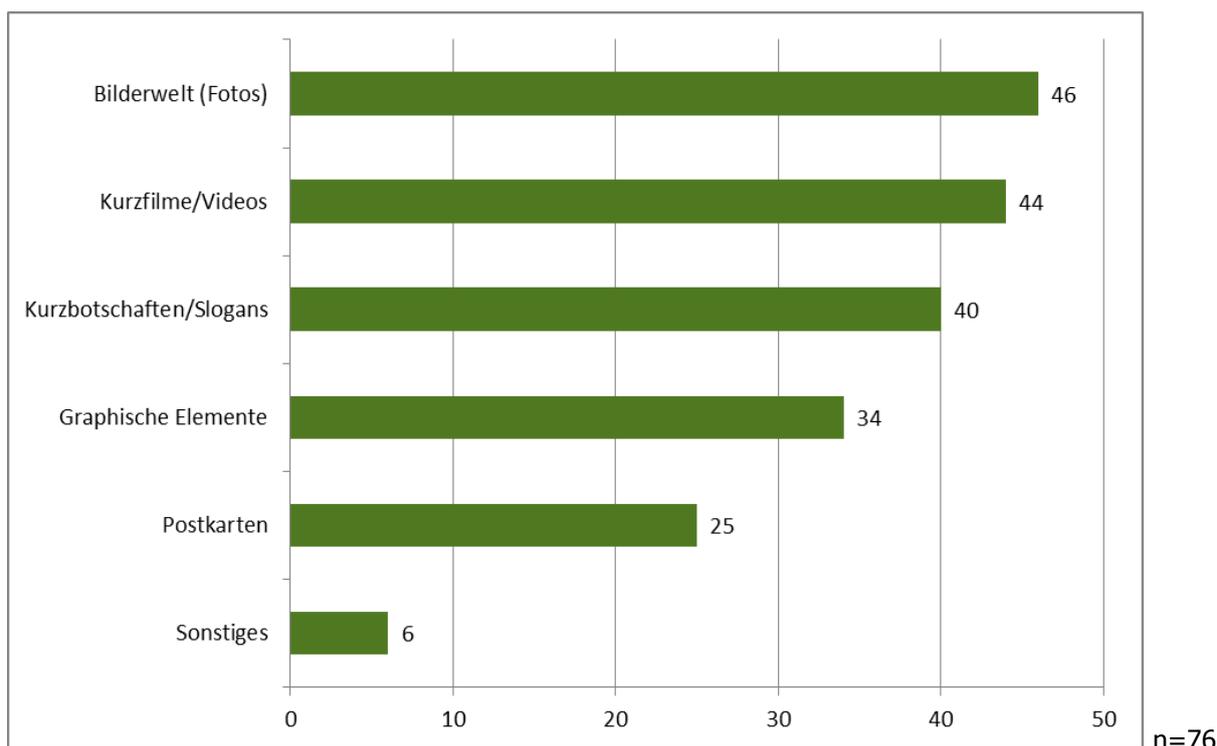


n=91

Die Befragten greifen für die Organisation von Aktionen mehrheitlich auf die „klassischen“ digitalen Medien zurück wie Email-Verteiler (63), Website (36) und digitale Newsletter (14). Bei den Social Media Anwendungen liegt Facebook (19) vorn. Für die Kommunikation während der Aktionen werden am meisten Email-Verteiler (39), Website (21), Facebook (15) oder What's App (9) genutzt. Für die Öffentlichkeitsarbeit verwenden die Befragten häufig ihre Website (81), E-Mail Verteiler (77), Facebook (41), Digitale Newsletter (29), Video/ Film (21), Blogs (9) oder Twitter (9). Unter Sonstiges wurde vermerkt, dass auch gern über direkte Ansprache, Telefon oder klassische Printmedien wie Flyer, Pressemitteilungen oder Briefe kommuniziert wird.

## 16. Bedarf an Medien zur Ansprache junger Menschen

**Frage 16:** Im Rahmen des Projektes möchte die ANU die Umweltzentren bei Bedarf in ihrer Öffentlichkeitsarbeit unterstützen, um verstärkt junge Menschen und Transformationsinitiativen anzusprechen. Welche Medien, die Sie frei verwenden können, wünschen Sie sich zur Unterstützung Ihrer Öffentlichkeitsarbeit?



An erster Stelle der Wunschliste steht das Medium Foto (46), gefolgt von Kurzfilmen/ Videos (44), Kurzbotschaften/ Slogans (40), Graphischen Elementen (34) und Postkarten (25).

Unter Sonstiges werden zudem Aufkleber und T-Shirts mit dem Aufdruck einer Botschaft, Gimmicks sowie Material zur Vor- und Nachbereitung für LehrerInnen genannt. Wieder wird der Mangel an Geld, Zeit und Personal angeführt und Finanzierung für die Umsetzung von Medien gewünscht.

## IV. Bewertung der Nachhaltigkeit der Transformationsaktivitäten durch die Umweltzentren

### 17. Wirksamkeit der Transformationsinitiativen hinsichtlich Bewusstseinsbildung

**Frage 17:** *Wie schätzen Sie die Wirksamkeit der Transformationsinitiativen wie z.B. Gemeinschaftsgärten, Reparaturwerkstätten hinsichtlich Bewusstseinsveränderung und Erwerb neuen Wissens ein? (N=80)*

Die Frage erzielte mit 80 Antworten eine sehr hohe Resonanz. Der überwiegende Teil schätzt die Wirksamkeit der Transformationsinitiativen auf Bewusstseinsveränderung und Erwerb neuen Wissen als hoch ein, ein Teil davon allerdings mit Einschränkungen bzw. nur mit flankierenden Maßnahmen. Eine kleine Gruppe der Befragten (4) sieht nur ein geringes Potenzial der Wirksamkeit.

Die uneingeschränkt positiven Antworten heben vor allem auf das konkrete Tun, das unmittelbare, eigenständige Erleben, Ausprobieren in der Realität, die starken sozialen Aspekte des miteinander Machens sowie die Sichtbarkeit von Handlungsalternativen und den persönlichen Nutzen ab.

*„... sehr wirksam, da die Leute über das gemeinsame Handeln eine Community of Practice bilden, mit eigenen Praktiken, Wissen, Werten und Perspektiven auf unsere Welt. In jeder Initiative muss die Zusammenarbeit selbst so organisiert werden, dass sich im Idealfall alle dort wiederfinden. Das erfordert integrierendes Handeln, wertschätzende Kommunikation und partizipative Methoden. Dies kann man auch in jeder anderen Initiative dann als Erfahrungsschatz wieder verwenden.“*

*„Im Schaffen mit anderen wird das eigene Tun reflektiert. Ein gemeinsamer Austausch findet statt, der uns sich weiterentwickeln lässt. Ich schätze die Wirksamkeit sehr hoch ein und bin davon überzeugt, dass eine Bewusstseinsveränderung eintritt.“*

*„In Transformationsinitiativen kann, neben Know how, Solidarität und Gemeinschaft, gegenseitige Hilfe gelernt werden. Den Effekt der Bewusstseinsbildung schätze ich als sehr hoch ein.“*

*„In diesen lebensnahen, sehr praxisorientierten Dingen sehen wir einen guten Ansatz nicht nur zum Erwerb neuen Wissens, sondern insbesondere auch zu einem nachhaltigen Handeln. Praktische Grundfertigkeiten, gemeinschaftlich eingeübt werden leichter 'ritualisiert'. Das alltägliche nachhaltige Handeln hat somit eine größere Chance, längere Zeit beibehalten zu werden, auch, weil es in sozialen Gruppen erlernt und durchgeführt wird.“*

*„Sehr hoch, da das zeitlich begrenzte aber hohe Potenzial jüngerer Menschen da gut genutzt werden kann und die jüngere Generation gerne etwas macht, ohne vorher viel zu diskutieren. Diese Initiativen geben auch viele praktische Anregungen für nachhaltige Lebensstile, die sich so schneller multiplizieren und für viele andere auch alltäglicher werden. Es gibt derzeit einen starken gelebten Nachhaltigkeitstrend von unten, der unterstützt werden muss.“*

*„Transformationsinitiativen sind Labore für die Zukunft und unverzichtbar. Sie sind sehr wirksam, weil sie Neues ausprobieren, das in der alten Wirtschaft als 'zu riskant, nicht machbar, zu teuer, zu neu' abgestempelt wird. Diese Initiativen zeigen, 'was geht'.“*

Die Befragten, die nur eine bedingte Wirksamkeit sehen, heben mehrfach auf den Nischencharakter der Transformationsinitiativen ab. Aus ihrer Sicht erreichen die Angebote Menschen, bei denen ein Bewusstseinswandel bereits begonnen hat oder vollzogen ist - und bei jenen wird die Wirksamkeit als sehr hoch eingeschätzt - nicht aber die Menge der Menschen, die zum Thema Nachhaltigkeit wenig bis keinen Zugang hat. Immer wieder wird gefragt, wie man sie erreichen kann. Folglich erwarten die Befragten erst eine Wirksamkeit in der Gesellschaft, wenn eine „kritische Masse“ an Menschen erreicht wird.

Einige schätzen die Wirksamkeit wegen der unmittelbaren Erlebbarkeit und dem persönlichen Nutzen (Spaß, Gemeinschaft, Erfolgserlebnis des Selbstgemachten) hoch ein, aber die Verbindung zum sozial-ökologischen Wandel wird nicht hergestellt nach ihrer Ansicht.

Mehrfach wird erwähnt, dass die Wirksamkeit in Bezug auf die Transformation zur Nachhaltigkeit nur erreicht werden kann durch fachkompetente Begleitung (Vermittlung von Fachwissen, Ansprache von globalen Nachhaltigkeitsaspekten, Reflexion), ausreichend personelle Ausstattung (hoher Bedarf an Kooperations- und Organisationsmanagement) und Langfristigkeit der Angebote. Oft seien die Teilnehmenden bei den Aktionen nur kurzzeitig dabei und probieren dann was anderes aus.

Die Initiativen müssten professioneller auf sich aufmerksam machen, mehr Medienpräsenz zeigen, um wirksam zu werden, denn die Wertschätzung der Öffentlichkeit sei für diese Aktivitäten unabdingbar, so einige Antwortende.

*„Aufgrund der unmittelbaren Erlebbarkeit und des sehr persönlichen Nutzens ist die Wirksamkeit sehr hoch, verbindet sich für die Nutzerinnen und Nutzer allerdings kaum mit dem sperrigen Begriff ‚Transformation‘; sie essen schlicht gerne den Honig o.ä., schätzen die neuen Kontakte und Nachbarschaften, die durch partizipative Projekte entstehen.“*

*„Bringt schon lokal was, kann aber politische Einflussnahme und Info-Vermittlung zur Nachhaltigkeit bzw. zu Folgen nicht nachhaltiger Politik nicht ersetzen. Es gibt auch viele Leute, die mit Eifer urban gärtnern und gar nichts über Nachhaltigkeit oder die Transformationsbewegung wissen.“*

*„Dies ist abhängig von der Nachbereitung durch die begleitenden Pädagogen. Teilnehmer müssen den Impuls bekommen und Zeit haben den Prozess zu reflektieren - bspw. durch Präsentationen oder weiteren Austausch mit Kooperationspartnern. Ansonsten bleibt es bei einer Bastelstunde.“*

*„Sehr gut für die Aktiven, allerdings machtlos gegenüber Werbung, Medienübermacht, die den Konsum predigt und tlw. Falschaussagen propagiert, z. B. Fleischkonsum, neue Elektrogeräte, Reiselust o. ä.“*

*„Ausstrahlung auf Nichtbeteiligte hängt dann aber sehr von der Qualität der Öffentlichkeitsarbeit und Medienpräsenz ab.“*

Die Einschätzungen geringer Wirksamkeit werden von den Befragten u.a. mit kurzlebigen, individuellen Erfahrungen statt langfristiger, stetiger Entwicklung, mit Aktionismus oder Nischendasein begründet. Es sei eine Retro-Bewegung, die altes Wissen in neuem Gewand präsentiere und sogar belächelt würde.

*„Mehr Aktionismus als dauerhafte Einrichtung erzeugt noch kein Bewusstsein, es fehlt an der Langfristigkeit der Initiativen.“*

*„Vermute, es bleibt eine Spartenbeschäftigung. Nur wenige Leute werden und wollen es nutzen. Viele erkennen zwar, wie nützlich oder sinnvoll es für sie selbst und unsere Umwelt sein kann, sind aber nicht echt motiviert etwas zu unternehmen.“*

## 18. Wirksamkeit der Transformationsinitiativen hinsichtlich Ressourcenschutz

**Frage 18:** *Wie schätzen Sie die Wirksamkeit der Transformationsinitiativen hinsichtlich des Ressourcenschutzes und positiven Ökobilanzen ein? (N=74)*

Auch bei dieser Frage gehen die Meinungen deutlich auseinander. Zudem wird von einigen Befragten noch einmal auf den Bewusstseinswandel abgehoben, der in der vorherigen Frage angesprochen war, nicht auf den Ressourcenschutz.

Knapp die Hälfte der 74 Antwortenden schätzt die Wirksamkeit hinsichtlich des Ressourcenschutzes und der Ökobilanzen als hoch bis sehr hoch ein, wobei der überwiegende Teil von einem Potenzial in der Zukunft spricht, wenn die Initiativen von der Nische in den Mainstream gelangt sind. Derzeit bewirken sie nach Ansicht der Befragten höchstens etwas bei den Aktiven in den Initiativen, aber z.B. noch lange nicht im nationalen Maßstab. Differenziert wird in einigen Fällen zwischen den Initiativen. So wird z.B. Reparatur Cafés und der Solidarischen Landwirtschaft (SoLaWi) ein höheres zukünftiges Wirksamkeitspotenzial zugeschrieben (derzeit läge der Anteil der SoLaWi an der Landwirtschaft noch im Promille-Bereich, vermerkte ein Antwortender).

*„Das ist sicher sehr verschieden. Das Potential positiverer Ökobilanzen ist sicher da. Ich denke, die Hauptsache ist das Ausprobieren und Entwickeln neuer anderer Praktiken, die Spaß machen und mit denen wir für die eigenen Bedürfnisse sorgen.“*

*„Ich hoffe, dass nach dem Prinzip, dass stets ein steter Tropfen den Stein höhlt, irgendwann die Botschaften der Transformationsinitiativen bei den Menschen ankommen.“*

*„Was Nachhaltigkeitsinitiativen anstoßen kann zum größeren Trend werden und Bewusstsein zum Ressourcenschutz bilden. Wichtig ist, dass Ressourcenschutz nicht nur von unten sondern hauptsächlich von den produzierenden Gewerben und der Industrie betrieben wird. Da kann der Anstoß von unten bestärkend wirken.“*

*„Wenn bei diesen Aktionen darauf geachtet wird, wie der Umgang mit Müll (Trennung, wenig Umverpackungen, etc.) und die Essenszubereitung (kein Plastikgeschirr, regionale Produkte, etc.) laufen, wird es gleich viel authentischer. Es sollte dann auch immer zur Aktion gut recherchierte Informationen fließen (z.B. Vortrag, Diskussion, Plakate / Aufsteller, etc.)“*

*„Auch kleine 'early adopter' - Initiativen können gesellschaftliche Umwertungen anstoßen und längerfristig zu besseren Ökobilanzen beitragen, wenn sie nicht bei reiner Symbolik stehenbleiben.“*

Die übrigen Befragten sehen ein mittleres bis geringes Potenzial für positive Ökobilanzen. Ihre Gründe sind z.B., dass die Gesellschaft noch viel zu stark auf Gewinnmaximierung ausgerichtet ist, dass die Effekte eher nur auf der individuellen Ebene vorhanden sind, für eine spürbare bessere Ökobilanz aber auf internationaler Ebene etwas passieren müsse, dass die Transformationsinitiativen eher Symbolcharakter hätten und die Bewußtseinsbildung fördern als tatsächliche Ein-

sparungen generierten und dass Ressourcenschutz sich vermutlich mehr über den Preis von Produkten als über Initiativen erreichen ließe.

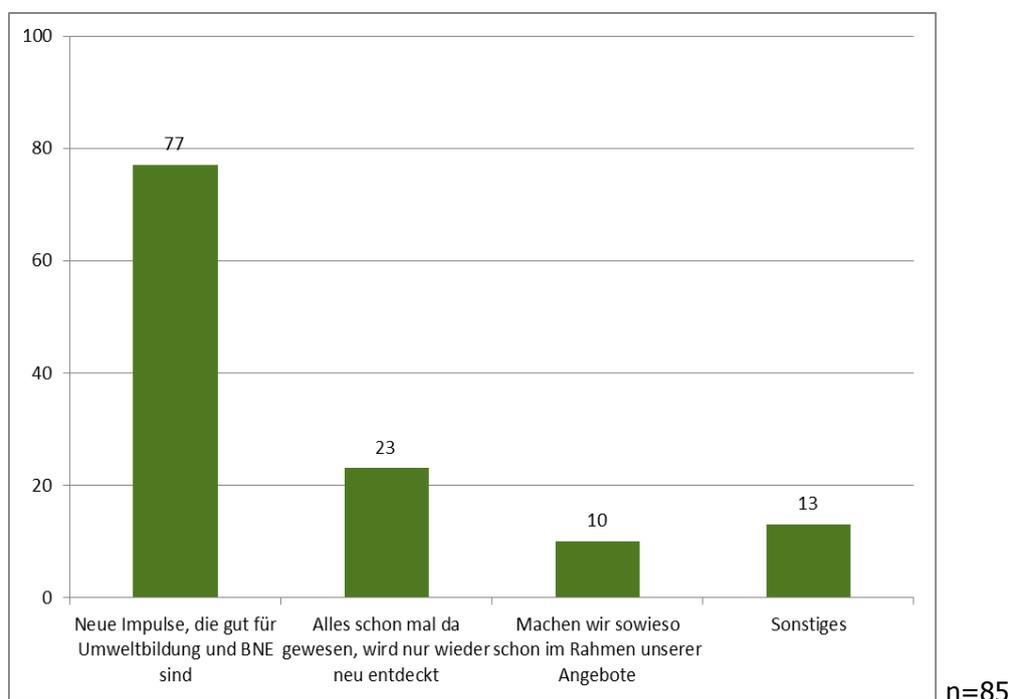
*„Da bin ich eher pessimistisch. Trotz Bewusstseinsänderung sind unser persönlicher Handlungsspielraum und unsere Einflussmöglichkeiten doch sehr begrenzt, wenn wir nicht zu totalen Aussteigern werden wollen. Es müssten sehr sehr viele kleine Schritte zusammenkommen, um spürbar etwas zu verändern“*

*Letztlich benötigen wir Studien und wissenschaftlich gesicherte Erhebungen, wie ein paar Befragte hervorheben:*

*„Ohne verlässliche Datenbasis kann die Frage eigentlich nicht seriös beantwortet werden. Aber ein Bauchgefühl hilft manchmal auch weiter und danach sehen wir gute Chancen, die uns letztlich auch motivieren, in diesem Bereich aktiv zu sein. Immerhin haben wir das gute Gefühl, schon viele Menschen zusammengebracht zu haben und einige davon sind auch sichtbar um die 'Verbesserung ihrer Ökobilanz' bemüht.“*

## 19. Lokale Transformation und Ihre Arbeit

**Frage 19:** *Wie bewerten Sie die Transformationsbewegung in Bezug auf Ihre Arbeit?*



77 der Befragten bewerten die Transformationsbewegung als impulsgebend und gut für BNE und Umweltbildung, 23 Personen sind der Ansicht, dass die Ansätze schon vorhanden sind und aktuell

neu entdeckt werden und 10 Befragte geben an, dass sie Elemente des sozial-ökologischen Wandels schon in ihrer bestehenden Arbeit umsetzen. Unter Sonstiges gab es folgende Antworten:

*„Ich halte diese Initiativen für einen Ansatz, bei dem man nichts verlieren und viel gewinnen kann. Daher (selbst wenn nicht unbedingt gleich die ganze Welt umgekrempelt werden kann) bin ich der Meinung, dass diese unbedingt verstärkt durchgeführt werden sollten. Ein RepairCafe sollte in jeder Stadt zum Normalbild gehören, Dinge zu Hause automatisch upgecycelt werden.“*

*„Ja, es ähnelt dem schon mal da gewesenen, ist aber etwas völlig Neues / Anderes, da es nicht wie damals aus der Not(wendigkeit) heraus sondern aus der freien Einsicht heraus, dem eigenen freien Willen praktiziert wird. Transformation, richtig gelebt, ist weit mehr als Sparsamkeit, die viele in ihren Angeboten umsetzen.“*

*„Ob alt oder neu, ist eine Frage der Perspektive und persönlichen Erfahrung. Wichtig ist, das passende Angebot für jede Zielgruppe zu finden. Wenn die Kernbotschaft (Ressourcenschutz, etc.) ankommt, ist es doch egal, ob man das Thema alt oder neu nennt.“*

*„Sorry, aber der Begriff Transformation ist noch schrecklicher und abschreckender als es Nachhaltigkeit je gewesen ist. Wer denkt sich so etwas aus und warum bloß?“*

*„Wohl eher sozial als ökologisch von Bedeutung.“*

*„Auch wenn vieles schon mal dagewesen ist, sind die Jugendlichen, mit denen ich arbeite, damit meist noch nicht in Berührung gekommen ...“*

*„Neue Nachhaltigkeitsinitiativen verbinden Freude und Spaß mit ihren Aktionen, und das schafft eine bessere Work-Life-Balance.“*

## V. Vom Handeln zum Wissen – die pädagogische Arbeit der Umweltzentren

### 20. Ihre Bildungsveranstaltungen

**Frage 20:** Welche der Bildungsveranstaltungen in Ihrer Einrichtung würden sie dem Ansatz "Vom Handeln zum Wissen" zuordnen (bitte nennen Sie die Themen oder Titel Ihrer Veranstaltungen)? (N=74)

15 der 74 Befragten gaben an, dass alle bzw. die meisten ihrer Bildungsangebote Wissenserwerb und konkretes Handeln miteinander verbinden. Vereinzelt gab es Rückmeldungen, dass keine der Bildungsangebote explizit dem Weg vom Handeln zum Wissen folgen. Die weiteren Befragten nannten konkrete Veranstaltungstitel und -formate, wobei Aktionstage, Lernwerkstätten, Projektwochen, Mitmach-Angebote oder Kreativ-Workshops im Vordergrund stehen. Die genannten Bil-

dungsveranstaltungen mit den überwiegenden Zielgruppen Schulklassen, Kinder und Jugendlichen können in fünf Themenfelder eingeteilt werden:

- **Naturschutzmaßnahmen/Biotoppflege** (Pflanzaktionen im Wald, Entkusselung von Heideflächen, Dünenschutz, Quartierpflege für Fledermäuse, AG Junge Naturschützer, Müllmonitoring, Klimawandelgarten, adaptives Naturschutzmanagement
- **Naturerleben** (zu den Themen Wald, Boden, Gewässer, Biologische Vielfalt, erlebnis- und wildnispädagogische Angebote, Nachwuchsforscher Wildpferde, Ferien-Kinder-Uni, Klasse! Im Grünen
- **Ernährung und Landwirtschaft** (Streuobstwiesentage, Obstsammelaktionen, Apfelsaftpressen, Kartoffelacker ein Jahr lang betreuen, regionale Vermarktung und Solidarische Landwirtschaft, Essbare Schule, Schulgärten und Ernährung, Klimafrühstück, Blaue Tafel, Selber kochen, Wildpflanzen in Ernährung und Selbstmedikation, interkulturelle Gärten und gemeinsam Kochen mit Flüchtlingen
- **Energie** (Energiesparfüchse (*Ausbildung von Jugendlichen zu EnergieberaterInnen*), Solar-Bastel-AG, Solarkocherbaukurs, 3D-Drucker-Energiesparprojekt
- **Konsum** (Upcycling-Kreativ-Workshops, z.B. „hippe Geldbörsen aus Tetrapacks“, Papierwerkstätten, Fairtrade, Bike im Trend, Kleidertauschparty, Wollwerkstatt

Zudem wurden Weiterbildungsangebote für MultiplikatorInnen genannt, wie z.B. Permakultur Design.

*„Alle. Es geht uns immer darum, die Leute für ihr Alltagsleben zur rüsten. Daraus entwickeln sich dann Spiralen vom Wissen - Handeln - Verbessern - Neues Wissen - Handeln - Verbessern usw.“*

*„Es gibt meines Erachtens gar nicht diese Trennung. Durch die digitale Vernetzung (v.a. You Tube und Facebook) können sich junge Menschen, wenn sie am Wandel auf der Erde interessiert sind, so schnell und vielfältig informieren und sich auf diese Weise in vielfältiger Form selbst Wissen aneignen. Aus diesem Wissen wiederum speist sich die Motivation, selbst tätig zu werden und eigene Projekte und Initiativen zu starten oder sich in bestehenden Initiativen, die partizipativ mit Begegnungen auf Augenhöhe funktionieren, zu engagieren. Es besteht unserer Erfahrung nach ein Bedarf bei den Beteiligten von Initiativen, methodisches Handwerkszeug zu erlernen, um Projektmanagement (...) u.a. Skills zu erlernen, mit Hilfe derer sie effektiver Projekte und Initiativen voranbringen können.“*

## 21. ANU-Tagung 2016

**Frage 21:** Was hätten Sie gerne im Programm bei der bundesweiten Tagung des Projekts 2016? (N=43)

Die 43 Antworten lassen sich in folgende sechs Bedarfssfelder einteilen:

- **Best Practice Beispiele** (von Transformationsinitiativen, Kooperationen von Umweltzentren mit Initiativen, Einsatz von FÖJlern oder Praktikanten als Türöffner für Lehrveranstaltungen

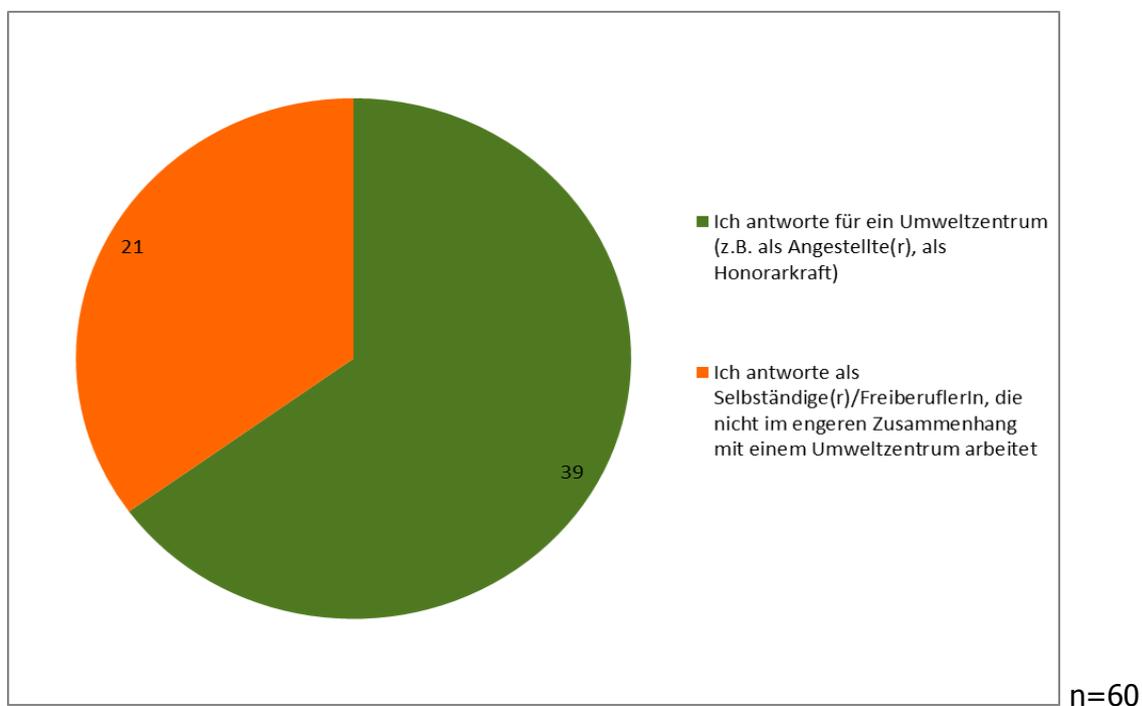
- und Schulämter, wie Lernen/BNE neu organisiert werden kann als freies, selbstbestimmtes, möglichst hierarchiefreies Lernen und Studieren, verknüpft mit freiwilligem Wirken)
- **Methoden** (welche Methoden eignen sich, partizipative Methoden für die Arbeit in und mit Transformationsinitiativen, hilfreiche Werkzeuge, eine Transformationsinitiative zu starten, aufzubauen und langfristig lebendig zu halten)
  - **Bezüge und Kongruenzen zum UN-Weltaktionsprogramm Bildung für nachhaltige Entwicklung (WAP BNE)** (Einbindung des sozial-ökologischen Wandels und der Initiativen in der Schule (Lernwerkstätten, Nachhaltigkeitslabore)
  - **Vernetzung auf lokaler Ebene**
  - **Finanzierung** (von Transformationsaktivitäten (Anschub, Fördermöglichkeiten, langfristige finanzielle Förderung/Sicherung), Wertschätzung der BNE: der Change Agent muss von etwas leben können)
  - **Rolle der neuen Medien** (Praxisbeispiele dazu, digitale Medien für die Öffentlichkeitsarbeit (Methoden, Vorteile, Risiken), was bringen neue Medien für die BNE? Hype oder nützlich? Soll Abhängigkeit noch unterstützt werden?)
  - **Effektives Ansprechen von Zielgruppen** (und Inklusion von MigrantInnen)
  - **Trends in Umweltbildung und Marketing**

*„Was macht den Unterschied der 'alten' Selbstversorger-, Selbstverwaltungs-Bewegung in den 70er Jahren und die neue nachhaltige Bewegung aus? Wie haben sich die Werkzeuge für eine Eigenproduktion weiterentwickelt (z.B. Social Media, Microcontroller, 3D-Drucker)? Wie kann das Lernen in diesen Bewegungen aus den Gemeinschaften der Aktivisten heraustreten und nutzbar gemacht werden (z.B. auch für Schule)? Zeichnet sich hier tatsächlich eine postfossile Wirtschaft ab, oder handelt es sich um eine 'Spielwiese' und es wäre besser, sich mit nicht-nachhaltiger Politik und Wirtschaft auseinanderzusetzen?“*

Als Formate auf der Tagung wurden überwiegend kurze Impulsvorträge, Workshops mit Zeit zum Ausprobieren und Austausch, Markt der Möglichkeiten sowie partizipative Gruppendiskussionen (Open Space, Fish Bowl) gewünscht.

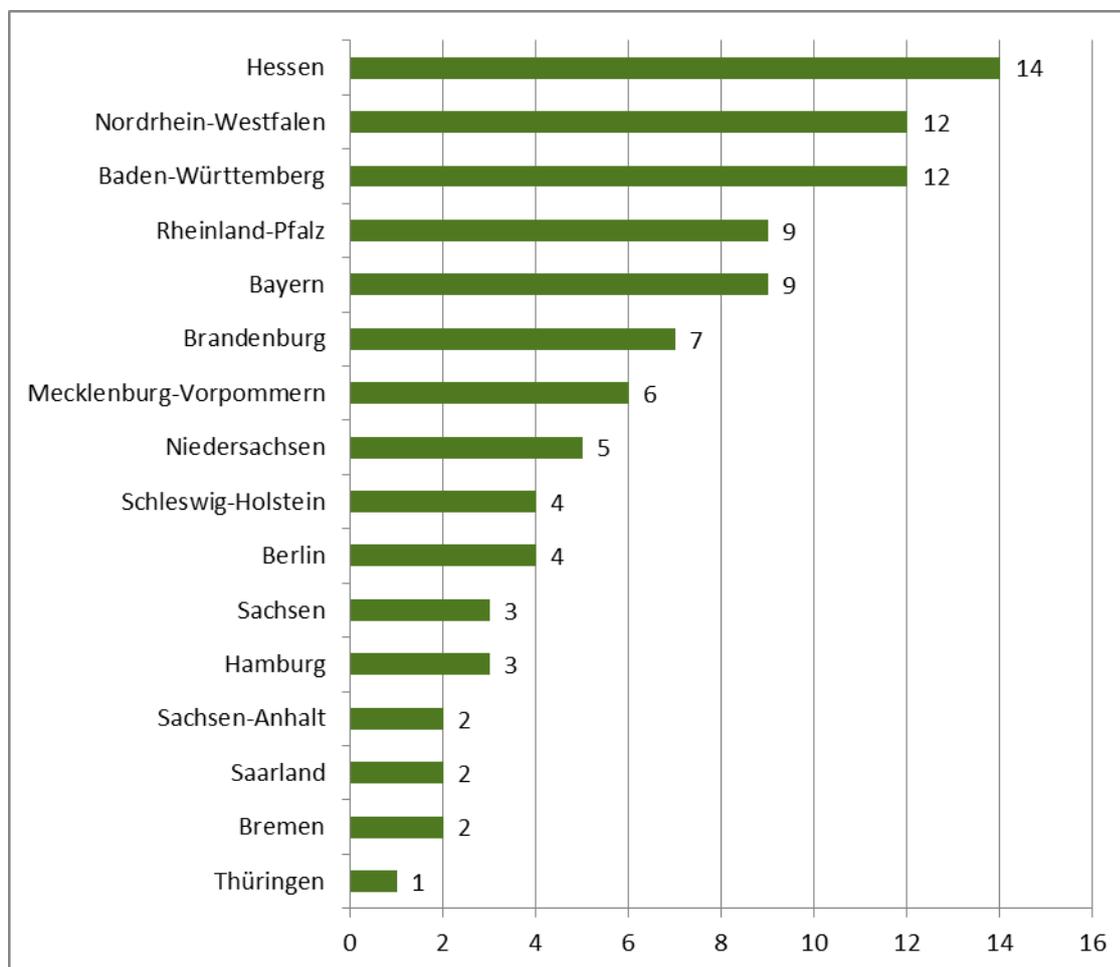
## V. Statistische Angaben zur Umweltbildungseinrichtung

### 22. Umweltbildungseinrichtung oder Selbstständige(r)



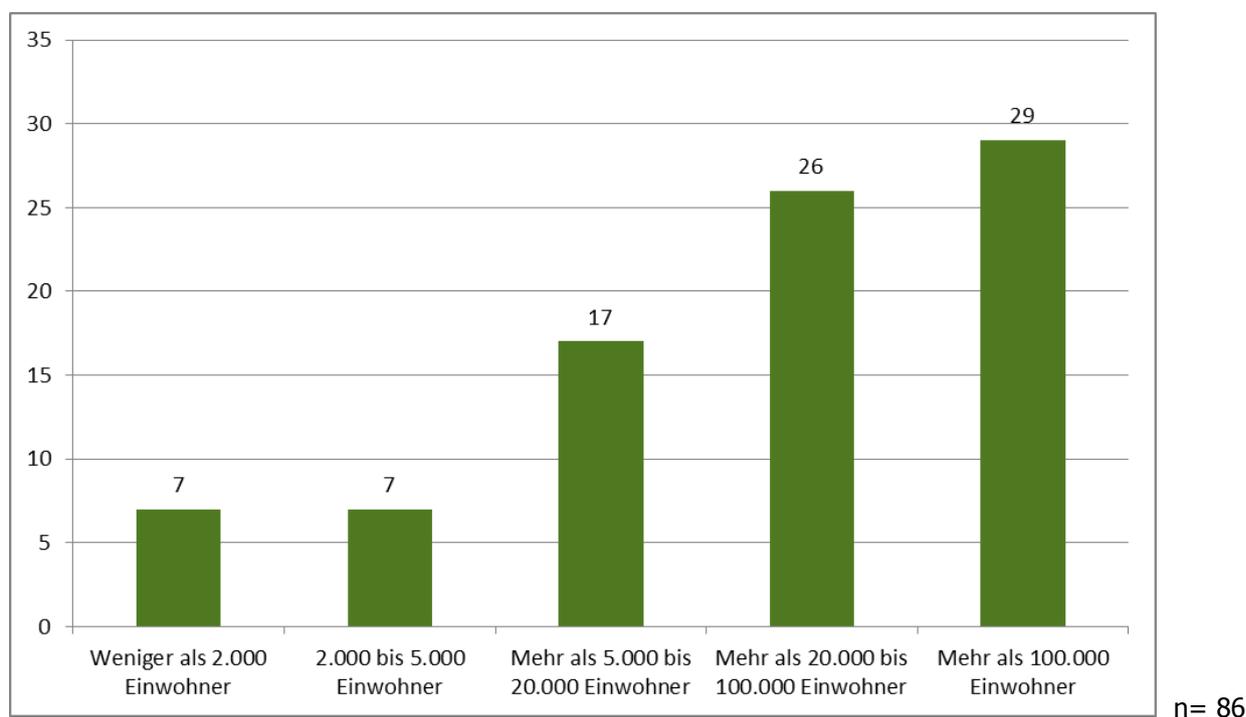
Der überwiegende Teil der Befragten (39) nimmt stellvertretend für ein Umweltzentrum an der Erhebung teil, 21 sind selbstständige bzw. freiberufliche UmweltpädagogInnen.

## 23. Ihr Bundesland



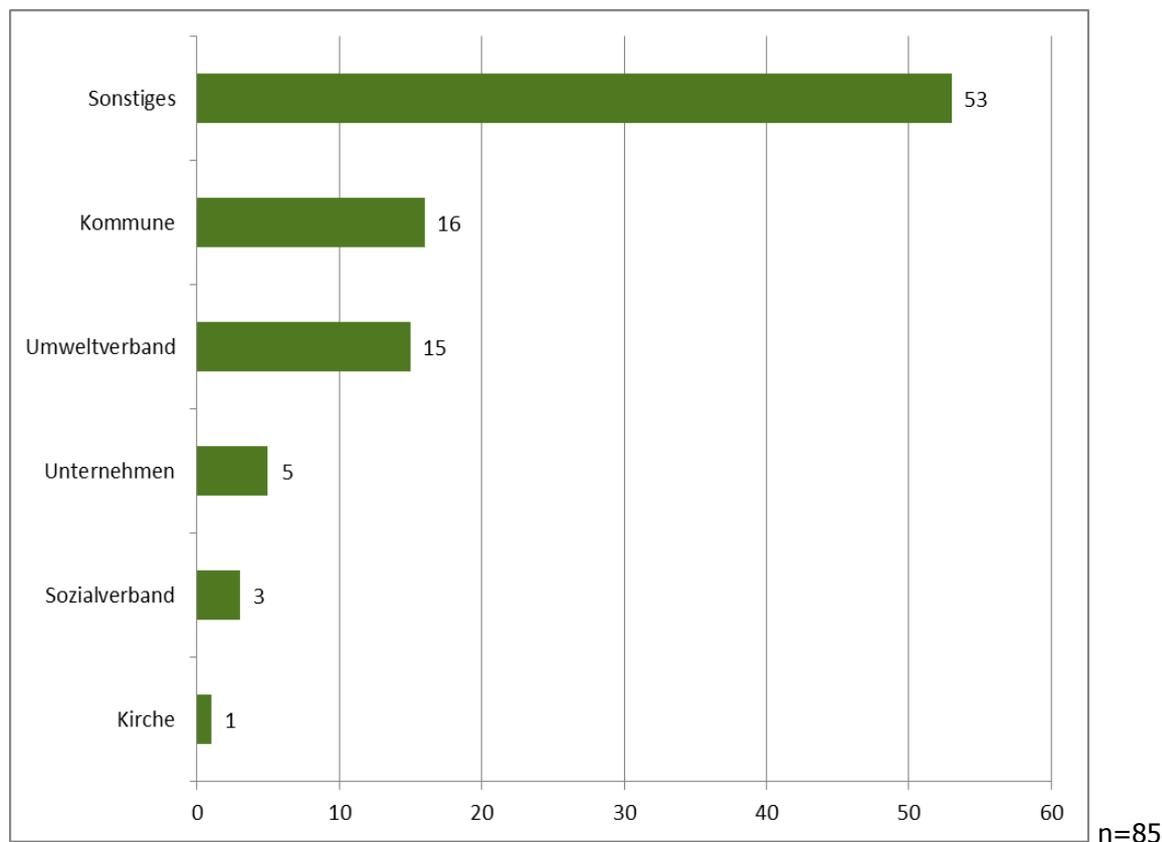
Im Sinne der bundesweiten Ausrichtung des Projektes ist es ein gutes Ergebnis, dass Antworten aus allen 16 Bundesländern kamen. Aus Hessen kommt der größte Anteil der Befragten (14), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (12), Baden-Württemberg (12), Rheinland-Pfalz (9), Bayern (9), Brandenburg (7), Mecklenburg-Vorpommern (6), Niedersachsen (5), Schleswig-Holstein (4), Berlin (4), Sachsen (3), Hamburg (3), Sachsen-Anhalt (2), Saarland (2), Bremen (2), aus Thüringen kommt ein/e Teilnehmende/r.

## 24. Einwohnerzahl Ihrer Stadt



Der Großteil der Befragten (29) arbeitet in Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern, 26 Befragte arbeiten in einer Stadt mit 20.000 bis 100.000 Einwohnern, 17 in einem Ort mit 5.000 bis 20.000 Einwohnern, 7 in einem Ort mit 2.000 bis 5.000 Einwohnern und 7 Befragte in einem Ort mit weniger als 2.000 Einwohnern.

## 25. Träger Ihrer Einrichtung



Bei dieser Frage zeigt sich deutlich die Heterogenität der Trägerschaften bei Umweltbildungseinrichtungen: Kommune (16), Umweltverband (15), Unternehmen (5), Sozialverband (3) und Kirche (1) sind nur eine kleine Auswahl. Die Mehrheit (53) nennt weitere Träger in den Kommentaren, wie z.B. Vereine (lokale, Fördervereine, kirchliches Umfeld) (13), Bund, Land oder Landkreis (8), Freiberufliche und Selbständige (5), Schulen/Berufsschulen/Hochschulen (3), Träger der Jugendarbeit (2), Jagdverbände/Kreisjägerschaft (2), Gewerkschaft (1), Stiftung (1), Jugendherbergswerk (1).

## 26. Ihre MitarbeiterInnen

| Anzahl der MA | Angegebene Häufigkeit der Antworten |
|---------------|-------------------------------------|
| 0             | 1                                   |
| 1             | 21                                  |
| 2             | 7                                   |
| 3             | 5                                   |
| 4             | 6                                   |
| 5             | 2                                   |
| 6             | 1                                   |
| 10            | 1                                   |
| 15            | 1                                   |
| 45            | 1                                   |
| 50            | 1                                   |
| 60            | 1                                   |

n=48

### Vollzeit-MitarbeiterInnen

Hinsichtlich der Anzahl der MitarbeiterInnen in Vollzeit liegt die höchste Zahl der Nennungen (21) bei einer Arbeitsstelle. Die Spannweite reicht von 0 bis zu 60 Vollzeit-MitarbeiterInnen in einer Einrichtung.

| Anzahl der MA | Angegebene Häufigkeit |
|---------------|-----------------------|
| 0             | 1                     |
| 1             | 17                    |
| 2             | 13                    |
| 3             | 7                     |
| 4             | 3                     |
| 5             | 4                     |
| 6             | 2                     |
| 7             | 2                     |
| 9             | 1                     |
| 10            | 1                     |
| 12            | 1                     |
| 50            | 1                     |
| 59            | 1                     |

n=51

### Teilzeit-MitarbeiterInnen

Die Spannweite bezüglich der Anzahl von TeilzeitmitarbeiterInnen in einer Einrichtung reicht von 0 bis 59. 17 Personen geben eine Stelle an, 13 geben 2 Stellen an, 7 geben 3 Stellen an, 4 Befragte geben 5 Teilzeitstellen an.

| Anzahl der MA | Angegebene Häufigkeit |
|---------------|-----------------------|
| 0             | 1                     |
| 1             | 6                     |
| 2             | 6                     |
| 3             | 4                     |
| 4             | 4                     |
| 5             | 6                     |
| 6             | 1                     |
| 8             | 2                     |
| 9             | 1                     |
| 10            | 6                     |
| 12            | 2                     |
| 15            | 1                     |
| 20            | 4                     |
| 40            | 1                     |
| 50            | 2                     |

n=47

## Honorarkräfte

Die Spannweite bezüglich der Anzahl von Honorarkräften in einer Einrichtung reicht von 0 bis 50. 6 Befragte geben jeweils an, dass sich die Anzahl der Honorarkräfte in ihrer Einrichtung auf 1, 2, 5 und 10 Stellen beläuft.

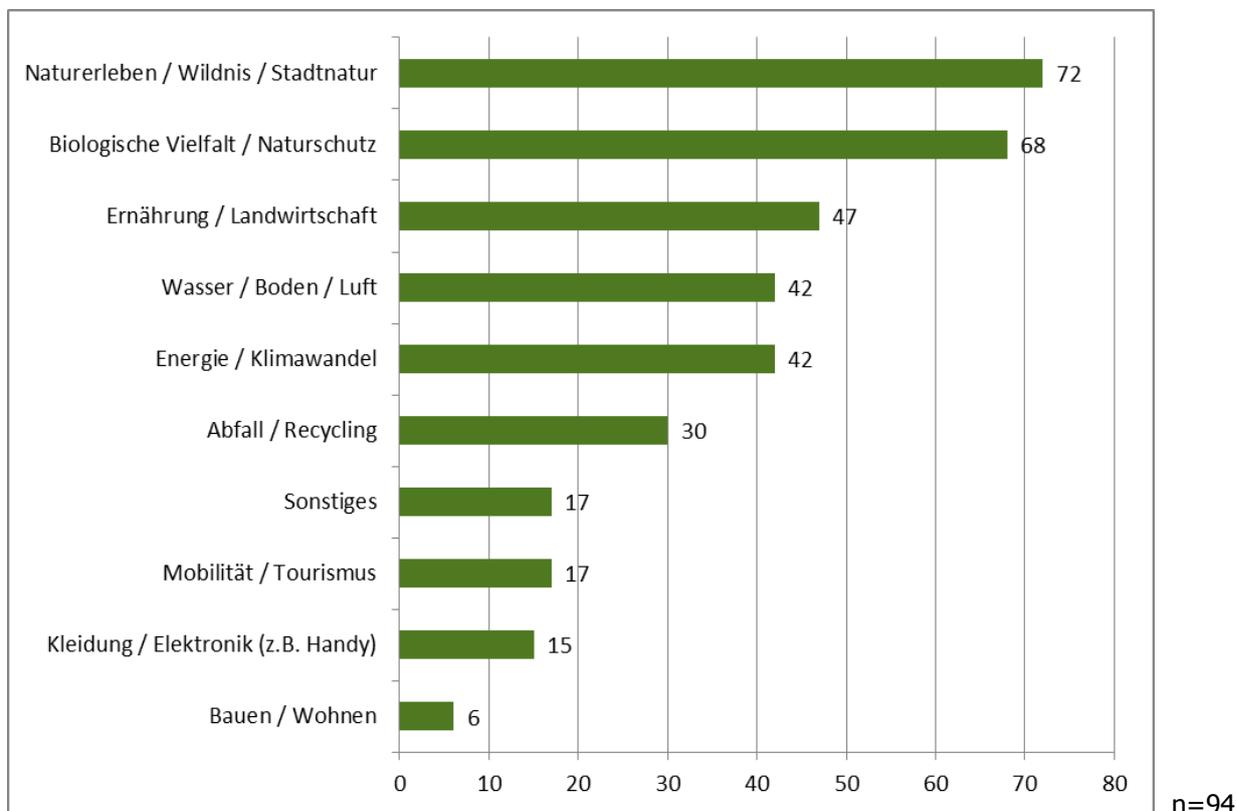
| Anzahl der MA | Angegebene Häufigkeit |
|---------------|-----------------------|
| 1             | 4                     |
| 2             | 7                     |
| 3             | 1                     |
| 4             | 3                     |
| 5             | 4                     |
| 6             | 3                     |
| 8             | 2                     |
| 10            | 4                     |
| 12            | 1                     |
| 14            | 1                     |
| 15            | 1                     |
| 16            | 1                     |
| 20            | 1                     |
| 25            | 2                     |
| 30            | 1                     |
| 45            | 1                     |
| 50            | 1                     |
| 100           | 1                     |
| 200           | 1                     |
| 900           | 1                     |

n=41

## Ehrenamtliche MitarbeiterInnen

Die Spannweite bezüglich der Anzahl von ehrenamtlichen MitarbeiterInnen in einer Einrichtung reicht von sich von 0 bis 900. Am häufigsten werden Zahlen zwischen 1 und 10 ehrenamtlich Mitarbeitenden genannt.

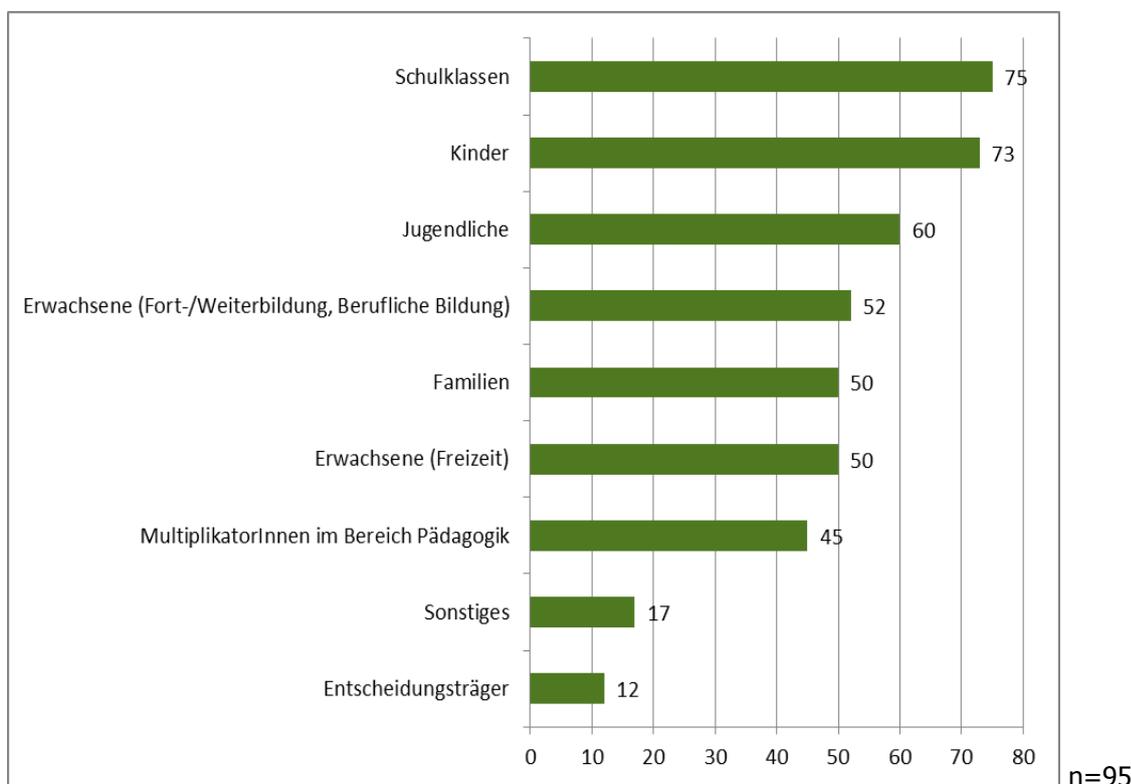
## 27. Ihre inhaltlichen Schwerpunkte



An erster Stelle steht der Schwerpunkt Naturerleben/ Wildnis/ Stadtnatur (72), gefolgt von Biologische Vielfalt/ Naturschutz (68), Ernährung/ Landwirtschaft (47), Wasser/ Boden/ Luft (42), Energie/ Klimawandel (42), Abfall/ Recycling (30), Mobilität/ Tourismus (17), Kleidung/ Elektronik (15) und Bauen/ Wohnen (6).

In den Kommentaren werden als weitere Inhalte jeweils einmal u.a. Ethik, Werteentwicklung, Globales Lernen, fairer Handel, kulturelle Vielfalt, Permakultur Gestaltung, Geologie, multifunktionale Ressourcennutzung, nachhaltiges Wildtiermanagement und Medien sowie Nachhaltigkeit im Berufsalltag genannt.

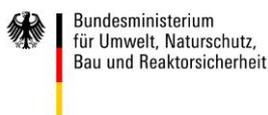
## 28. Ihre Zielgruppen



Die Angebote der teilnehmenden Umweltbildungseinrichtungen und PädagogInnen richten sich vorrangig an Schulklassen (75), gefolgt von Angeboten für Kinder (73), Jugendliche (60), Erwachsene (Fort-/ Weiterbildung, Berufliche Bildung (52)), Familien (50), Erwachsene (Freizeit/informelle Bildung (50)), MultiplikatorInnen im Bereich Pädagogik (45) und Entscheidungsträger (12).

In den Kommentaren wurden als weitere Zielgruppen Arbeitslose, MigrantInnen, SeniorInnen, Ehrenamtliche, Existenzgründer, Menschen mit Behinderungen, MultiplikatorInnen im nicht-pädagogischen Bereich und Studierende verschiedener Fachrichtungen genannt.

Dieses Projekt wird gefördert von



Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den AutorInnen.