Nachhaltiger Konsum

Die Lohas lieben lernen

Lohas sind Menschen, die beim Konsum nicht nur an den Preis, sondern auch an die Nachhaltigkeit denken. Ob man dafür mit dem richtigen Marketing auch andere Menschen gewinnen kann, untersuchte die Beratungsagentur Stratum. Das Ergebnis: Produkte können durch Marketing zwar nicht nachhaltiger oder besser werden, aber ohne Marketing lassen sich auch nachhaltige Produkte nicht verkaufen.

☐ Der Biokonsum boomt und die Nachfrage nach Produkten aus dem fairen Handel hat deutlich zugenommen – allein in den letzten beiden Jahren um 40 Prozent. Die von Trendguru Matthias Horx 2007 beschriebene Verbindung von Konsumlust und ökosozialem Gewissen ist unter der Chiffre Lohas – die Abkürzung für Lifestyle of Health and Sustainability – heute allgegenwärtig. Zwischen 20 und 40 Prozent der VerbraucherInnen werden diesem Lebensstilmuster bereits zugerechnet.

Entsteht hier nicht eine enorme Zielgruppe für die Protagonisten der Ökoaufklärung? Hätte die Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) damit nicht eine neue Aufgabe – nämlich statt der abstrakten Vermittlung des richtigen Bewusstseins die Förderung des korrekten Konsums?

Am Anfang war die Marktforschung

Mit dieser Fragestellung startete vor einem guten Jahr ein von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt gefördertes Projekt. In zwei Schritten wollte die Beratungsagentur Stratum Lösungen für ein verbessertes Nachhaltigkeitsmarketing zum Lohas-Trend finden. Zunächst sollte eine tiefer gehende Marktforschung die nötigen Einblicke in die Mentalität und Psyche der Lohas-Konsumenten geben. In einem zweiten Schritt sollten dann ausgewählte Praxispartner mit einem Lohas-adäquaten Marketing neue Kunden gewinnen.

Schon die Ergebnisse des ersten Schritts waren überraschend. Die Studie, die Stratum bei den Markenstrategen der Firma & Equity in Auftrag gegeben hatte, zeigt das Bild einer breiten neuen Zielgruppe: die Lohas-Affinen. Sie stehen zwar den Lohas nahe, doch wollen sie weder etwas mit der Selbstinszenierung der "bekennen-

den" Lohas-Szene zu tun haben noch mit den hohen Erwartungen, die häufig mit dem neuen grünen Lebensstil verknüpft werden.

Insgesamt scheint das Ökothema durch die Lohas zwar an gesellschaftlicher Breite gewonnen, aber zugleich an inhaltlicher Tiefe verloren zu haben. Denn Lohas-Menschen sind erstaunlich unpolitisch, harmonieorientiert und durch Greenwashing zu beeindrucken, so die Studie.

Schlechtes Greenwashing – gutes Greenwashing?

Der erste Reflex auf dieses Ergebnis waren vielerorts Enttäuschung und Ablehnung. Sollten die Hoffnungen auf den sanften, aber stetigen Wandel der Gesellschaft durch nachhaltigen Konsum getrogen haben? War das "Ende der Märchenstunde" gekommen, wie es Kathrin Hartmann in ihrem kürzlich erschienenem Buch mit dem Untertitel "Wie die Industrie die Lohas und Lifestyle-Ökos vereinnahmt" behauptete?

Doch in den Studienergebnissen steckten viele praktisch verwertbare Hinweise für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmarketing. Auch "nachhaltige" Produkte brauchen ein entsprechendes Marketing. "Gutes" verkauft sich eben nicht von selbst. Deshalb sprechen die Stratum-Berater inzwischen etwas provokant vom "guten Greenwashing". Damit wollen sie verdeutlichen, dass man durch Marketing natürlich Produkte nicht wirklich nachhaltiger oder besser machen, aber ohne Marketing auch nachhaltige Produkte eben nicht verkaufen kann: "Aus diesem Grund haben wir dann doch gelernt, die Lohas zu lieben."

Die Formel für gutes Nachhaltigkeitsmarketing umfasst nach den Erkenntnissen von Stratum drei grundlegende Aussagen:

- "Einklang mit der Natur" das Motiv wird durch entsprechende Bild- und Farbwelten evoziert und kann durch den Aspekt der "Sauberkeit" gesteigert werden.
- ➢ "Regionalität" in der Aussage bietet einen hohen Vertrauenseffekt für Lohas-affine Konsumenten, besonders wirksam sind "Nähe" und "Heimat", oder gerne auch einfach "deutsch".
- "Wir" als gemeinsame Verantwortung von Produzenten, Handel und Konsumenten für die Sicherung der Zukunft; Lohas-Affine verstehen dies nicht als Vereinnahmung, sondern als Form einer Partnerschaft mit der Wirtschaft, als Win-win-Situation.

Großes Betätigungsfeld für die Bildung

Im zweiten Teil des Projekts bauten die Praxispartner aus dem Bildungsbereich diese Erkenntnisse in ihre Marketingstrategie ein. So bot etwa das Ökologische Schullandheim Spohns Haus im saarländischen Gersheim mit Unterstützung durch Stratum erstmals ein Kochwochenende an, um Lohas-affine Familien als neue Zielgruppe anzulocken. Für den Verein Flower Label Program (FLP), eine bekannte Organisation im fairen und ökologischen Blumenhandel, brachte Stratum alle Akteure der gesamten Produktions- und Vermarktungskette an einen Tisch, um auch die einheimische Produktion einzubeziehen.

Ein weiteres Beispiel ist das Umweltbildungsnetzwerk Stettiner Haff mit seinen zahlreichen Einrichtungen und Initiativen in der Ostseeregion. Fünf Einrichtungen konnten durch Stratum motiviert werden, neue Angebotsformen der Umwelt- und Naturschutzbildung zu entwickeln. So können in einem Outdoor-Krimi künftig Touristen und Schulklassen spielerisch selbst aktiv werden, um einen mysteriösen Fall aufzuklären. Ganz nebenbei werden Natur- und Umweltwissen, aber auch Motivationspsychologie und deutsch-deutsche Zeitgeschichte vermittelt.

Nachhaltiger Konsum sogar als Entwicklungschance ländlicher Räume? Gemeinsam entwickelten die Akademie für

umwelt aktuell Februar 2010 37



Wie lassen sich aktuelle politische Debatten in die Erwachsenenbildung tragen? Wie gelangt man zu einem ethisch fundierten Urteil? Das hier vorgestellte Konzept veranschaulicht mithilfe eines konkreten Beispiels die Konfliktlinien großer gesellschaftlicher Debatten und zeigt, wie sich Bürger(innen) an der Meinungsfindung beteiligen können. Tipps zur Planung und Umsetzung konkreter Diskurse runden das Bild ab.

A. Müller, S. Röhl, M. Röhl Bilden Sie sich ein Urteil! Konkrete Diskurse in der Erwachsenenbildung oekom verlag, München 2010, 122 Seiten, 24,50 EUR, ISBN 978-3-86581-201-8

Erhältlich bei www.oekom.de kontakt@oekom.de Fax +49/(0)89/54 41 84-49



Die guten Seiten der Zukunft

Nachhaltige Entwicklung Mecklenburg-Vorpommern und Stratum eine Idee: Unter dem Titel "Garten der Metropolen" sollen sich ländliche Räume modellhaft mit ihren Erholungs-, Entschleunigungs- und Versorgungsfunktionen gestressten Lohas-Kunden aus der Großstadt anbieten.

Auch wenn das Förderprojekt jetzt abgeschlossen ist, will Stratum Einrichtungen der Umweltbildung, Regionalentwicklungsprojekte und naturtouristische Akteure weiterhin bei der Erschließung des Lohas-Marktes beraten.

[Richard Häusler, Jürgen Forkel-Schubert]

- Stratum GmbH, Berlin, Tel. +49 (0)30 / 22325270, E-Mail: info@stratum-consult.de, www.stratum-consult.de
- Häusler, R.; Kerns, C.; Parlow, K.: Nachhaltigkeit ist Veränderung. Akteure der Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung im Interview zu Entwicklung, Veränderung und Strategie. Erich Schmidt, Berlin 2009, 176 S., 32,80 €, ISBN 978 3-503-12071-0

AUS ANU UND UMWELTZENTREN

Bundes-ANU wählte Vorstand neu

☐ Auf der Mitgliederversammlung des ANU-Bundesverbandes im November letzten Jahres wurde Annette Dieckmann als Erste Vorsitzende mit großer Mehrheit bestätigt. Neuer stellvertretender Vorsitzender wurde Thorsten Ludwig. Dem Geschäftsführenden Vorstand gehören außerdem Birgitt Fitschen als Schriftführerin und Susanne Stahlschmidt als Schatzmeisterin an. Daneben gibt es aber auch einige neue Gesichter im Sprecherrat: Claudia Leibrock, Vorsitzende der ANU Rheinland-Pfalz, Ralf Thielebein-Pohl, stellvertretender ANU-Vorstand aus Hamburg, und (in Abwesenheit) Heidi Kunis aus Sachsen.

Die ANU hat derzeit bundesweit 838 Mitglieder, darunter 322 Umweltzentren und -institutionen. Größter Landesverband ist Bayern, gefolgt von Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen/Bremen und Hamburg.

www.umweltbildung.de/bundessprecherrat.html

Unesco erkennt Leuchtpol als wichtige nationale Bildungsmaßnahme an

☐ Im November 2009 ist das ANU-Projekt Leuchtpol als neue Maßnahme in den Nationalen Aktionsplan der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung aufgenommen und damit von der Unesco als strategischer Beitrag zur Umsetzung von BNE in Deutschland anerkannt worden.

Im selben Monat luden Leuchtpol und der ANU-Bundesverband zur Fachtagung "Kindergärten als Bildungsorte für nachhaltige Entwicklung" nach Bonn ein. Vor den rund 200 PädagogInnen und MultiplikatorInnen erläuterte die ANU-Bundesvorsitzende Annette Dieckmann zusammen mit Christoph Dänzer-Vanotti vom Vorstand der Eon AG die Motive und Ziele des Projekts. Neben einem Kurzfilm über das Projekt gibt es auch einen Leuchtpol-Newsletter sowie eine Projektzeitung, die in Kindergärten und Kitas für Eltern und ErzieherInnen ausliegen wird.

ANU Bayern startet Wettbewerb in Schulen

□ Die Kampagne "WertvollerLeben" von der ANU Bayern soll zum Nachdenken über Geld und Werte anregen. Im Dezember startete in Kooperation mit dem oekom verlag der Schülerwettbewerb "Was ist dir wirklich was wert?" Hier können bayerische Jugendliche ab 14 Jahren noch bis Ende Februar Reportagen, Fotos, Zeichnungen oder Kurzgeschichten einreichen. Es winken Geldpreise, ein Workshop und die Veröffentlichung in einem neuen Jugendmagazin, das ab Mai erscheint. Geplant ist außerdem zur Fußball-WM 2010 eine bayernweite FairKick-Aktion mit Projekten rund um das Globale Lernen.

Die ANU hat außerdem die Recherche "Geld – Werte – Lebensstile" erstellt, die vorhandene Projekte, Materialien und AnsprechpartnerInnen aufführt und kostenlos im Internet zur Verfügung steht.

- www.wertvollerleben.bayern.de
- www.was-ist-dir-wirklich-was-wert.de
- Recherche: www.umweltbildung-bayern.de/ un-dekade-aktivitaeten.html (unten)

38 Februar 2010 umwelt aktuell

ökopädNEWS

Umweltakademien warnen: Deutsche werden Natur-Analphabeten

☐ Die Deutschen lieben zwar die Natur. wissen aber über Tiere und Pflanzen und die verschiedenen Landschaften immer weniger Bescheid. Anlässlich des 20-jährigen Bestehens des bundesweiten Arbeitskreises der staatlich getragenen Umweltbildungsstätten (BANU) machte deren Vorsitzender Claus-Peter Hutter deutlich, dass Deutschland allmählich zu einem "Volk der Natur-Analphabeten" werde. So würden Kinder heute mehr Handyklingeltöne als Vogelstimmen und mehr Automarken als Wildblumen kennen. Die mit Fragen der breiten Umweltbildung in Sachen Naturschutz, Ökologie und nachhaltige Entwicklung befassten Akademien der Bundesländer sehen darin eine ernsthafte Gefahr für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

www.banu-akademien.de

25 Jahre Wissenschaftsladen Bonn

☐ Mehr als 100 Science-Shops wurden allein in den letzten drei Jahren an den Hochschulen der chinesischen Metropole Shanghai gegründet. Länder wie die Niederlande oder Kanada investieren Millionen in ihre Science-Shops. In Deutschland dagegen gibt es nur noch sieben Wissenschaftsläden, von denen sich die meisten unabhängig von der örtlichen Hochschule über Projekte finanzieren. Dennoch ist der Wissenschaftsladen Bonn der größte der Welt mit 30 festen MitarbeiterInnen und einem Umsatz von rund 2,6 Millionen Euro. Im Dezember feierte der gemeinnützige Verein sein 25-jähriges Bestehen. Neben Beratung und Wissensvermittlung für Bürgerinnen und Bürger werden auch pädagogische Materialien entwickelt und die bundesweite Job- und Bildungsmesse Erneuerbare Energien organisiert. Der Verein gibt außerdem wöchentlich zwei Informationsdienste über Stellenangebote zu verschiedenen Berufsfeldern im Umweltbereich heraus.

www.wilabonn.de (Publikationen – WILAinform – Ausgabe 61)

SCHWERPUNKT: UMWELTBILDUNG BEI JUGENDLICHEN

Umweltbildung im Wandel?

☐ Kindheit und Jugend finden heute unter ganz anderen Rahmenbedingungen statt als früher: Hoher Medienkonsum und weniger Aufenthalt im Freien prägen und verändern das Verhalten einer ganzen Generation. Wie Bildungsverantwortliche darauf reagieren, diskutierten rund 250 Fachleute auf der 14. Internationalen Sommerakademie im sächsischen St. Marienthal. Die Ergebnisse wurden nun als Buch veröffentlicht: "Kindheit und Jugend im Wandel! Umweltbildung im Wandel?" Das Schwergewicht mit rund 500 Seiten stellt aktuelle Beispiele von der Schule über die berufliche Bildung und außerschulische Einrichtungen bis zum informellen Lernen vor. Grundtenor: Zu langes Verweilen in virtuellen Welten macht dumm, aber Umweltbildung kann virtuelle und reale Welten ganz hervorragend miteinander verbinden, wenn sie sich wandelt.

Brickwedde, F.; Bittner, A. (Hrsg.): Kindheit und Jugend im Wandel! Umweltbildung im Wandel? Erich Schmidt, Berlin 2009, 498 S., 49, – €, ISBN 978-3-503-11628-7

Umweltschutz? Nein, danke!

☐ Viele Jugendliche sind nicht bereit, für die Umwelt aktiv zu werden. Das Thema sei zwar wichtig, aber Einzelpersonen könnten nur wenig ausrichten. Vielmehr müssten Konzerne und die Politik zuerst handeln. Erst dann sind die meisten bereit, auch selbst einen Beitrag beispielsweise zum Klimaschutz leisten. Oft sind junge Leute einfach zu resigniert oder wollen sich nicht einschränken und auf Luxus verzichten. Diese Ergebnisse brachte die aktuelle Studie "Wie wollen Kinder und Jugendliche das Klima schützen?" der Umweltstiftung WWF. Sie basiert auf zweistündigen Gruppengesprächen mit insgesamt 60 Kindern und Jugendlichen im Alter von zehn bis 20 Jahren.

Download: www.wwf.de/klima (Publikationen)

Vom Außenseiter zum Umweltschützer

☐ Kinder und Jugendliche können sich über den Hunger in der Welt oder über Tiersterben sehr real empören. Da aber wichtige Institutionen wie Elternhaus, Schule, Werbung oder Kirche sehr unterschiedliche Sichtweisen vermitteln, verzichten sie lieber auf eigene Positionen auch, um sich nicht einem Gruppen- oder Konsumzwang beugen zu müssen. In der Schulzeit wegen ihrer Einstellungen oft als Außenseiter abgestempelt, sind junge Menschen froh, wenn sie später im Verein engagierte Mitstreiter finden. Dies berichtet die schwedische Forscherin Ellen Almers von der Universität Jönköping. In Interviews hatte sie junge Erwachsene, die sich für die Umwelt einsetzen, nach der Grundlage ihres Tuns befragt. Als Schlussfolgerung empfiehlt Almers den Schulen, nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern umweltfreundliches Verhalten selbst zu praktizieren und zum Beispiel engagierte Menschen aus Nichtregierungsorganisationen einzuladen, die authentische Beispiele bieten und eine Identifikation ermöglichen.

www.hlk.hj.se/doc/6876

Nachhaltigkeit ist weiblich

☐ Mädchen hantieren vorwiegend mit Technik oder präsentieren Projektarbeiten. Im Unterricht steht häufig gesunde Ernährung oder soziales Miteinander auf dem Lehrplan. Mädchen stellen mit 58 Prozent die Mehrheit in der Schülerschaft und selbst beim Lehrpersonal sind satte 70 Prozent und bei den Direktoren immer noch 61 Prozent weiblich. Dennoch stehen laut einer aktuellen Studie Genderthemen bei Frauen selten im Vordergrund, sondern eher der Wunsch nach Öffentlichkeit. "Nachhaltigkeit liegt in Frauenhänden" heißt ein Beitrag in Heft 3/2009 der Zeitschrift umwelt & bildung über die österreichischen Ökolog-(Umwelt-)Schulen. Weitere Themen befassen sich mit Naturerfahrung, Grönland, Musik und Shoppingcentern.

umwelt aktuell Februar 2010 39

ökopädNEWS

Rheinland-pfälzisches Handbuch Umweltbildung

☐ Das "Handbuch Umweltbildung" bietet einen umfassenden Überblick über die Umweltbildungslandschaft in Rheinland-Pfalz. Mehr als 100 Einrichtungen sind mit einem Steckbrief, Angaben zu den Arbeitsschwerpunkten und Projekten sowie AnsprechpartnerInnen aufgeführt. Das Handbuch soll die Öffentlichkeit informieren, den Dialog mit den Akteuren fördern und die Vernetzung der Einrichtungen voranbringen.

www.umdenken.de/service/?id=646

Der Umweltchecker

☐ Der Umweltchecker ist eine Webseite für Jugendliche, die als sogenannte Community angelegt ist und damit Möglichkeiten bietet, eigene Fotos, Videos und Podcasts zu Umweltthemen zu veröffentlichen. Ebenso können eigene Weblogs angelegt werden. Dazu gibt es einen Handylogound einen Handysounddesigner, außerdem regelmäßig Themenseiten mit Artikeln zu vielen Umweltthemen.

Der Umweltchecker ist Teil des Netzwerkes netzcheckers.net, das aus zahlreichen Partnerportalen besteht, die über die "Beepbox" miteinander kommunizieren. Andere Portale haben die Oberthemen Europa, Geocaching, Datenschutz oder Imkerei.

www.umweltchecker.de

Freie Umweltspiele online

☐ Die Webseite umweltspiele.ch ist eine Sammlung von über 400 frei zugänglichen Onlinespielen zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen, etwa zum Klimawandel, zu Fledermäusen, zum Energiesparen oder zu Biodiversität. Die Spiele können nach Thema, Spieltyp, Schulfach oder Sprache gewählt werden. Auf der Internetseite kann außerdem ein Newsletter abonniert werden, der zehnmal im Jahr über die Spiele informiert.

VERSCHIEDENES

Bundesregierung will Nachhaltigkeit und Umweltbildung stärken

☐ "Wachstum. Bildung. Zusammenhalt." So lautet der Titel des Koalitionsvertrags der Bundesregierung. Darin haben CDU, CSU und FDP festgelegt, dass die Nachhaltigkeitsstrategie im "bewährten institutionellen Rahmen" fortgeführt wird. Sie soll darüber hinaus "durch eine offizielle Generationenbilanz ergänzt werden, die die monetarisierbaren Leistungen und Lasten heutiger Politik für kommende Generationen transparent macht".

Sogar die Umweltbildung wird erwähnt: "Wir wollen gemeinsam mit den Naturnutzern die Umweltbildung fördern." In die gleiche Richtung weist die Aussage zur Umsetzung der nationalen Strategie für biologische Vielfalt: Die Koalitionsparteien wollen "ein Bundesprogramm erarbeiten, das mit Ländern und Kommunen, mit Waldbesitzern, Landnutzern und Naturschutzverbänden abgestimmt wird. Die wichtige Rolle der Botanischen Gärten und Sammlungen werden wir stärken."

www.cdu.de (Parteiseite – Koalitionsvertrag)

UMWELTBILDUNGS-TERMINKALENDER

Weitere aktuelle Termine finden Sie unter www.umweltbildung.de im Internet. Dort können Sie Ihre Termine auch selbst kostenlos einstellen.

05.-07.02., Ammersbek bei Hamburg (D)

Auf zu neuen Perspektiven! Bildung für nachhaltige Entwicklung spielerisch gestalten

www.eed.de/bildungsstelle-nord

05.-07.02., Gunzesrieder Tal/Allgäu (D)

Landart im Winter. Workshop

www.naturerlebnis-landart.de/workshop.pdf

24.02., Recklinghausen (D)

Schule der Zukunft: WeTube – unsere Projekte auf YouTube

26.02., Hamburg (D)

Alles nachhaltig ... nur meine Finanzen nicht!?
Workshop für freiberufliche UmweltpädagogInnen

www.anu-hamburg.de

27.02., Eching bei München (D)

Naturschutz hat Geschichte. 100 Jahre LBV. Festsymposium

www.anl.bayern.de

27.02., Bremen (D)

Kooperative Abenteuerspiele

www.umweltbildung-bremen.de

27.-28.02., Bonn (D)

Fit für die Offene Ganztagsschule. Vermittlung von Kenntnissen zur Leitung einer Umwelt-AG

04.03., Freising (D)

Biologische Vielfalt und Bildung. Fachtagung

www.anl.bayern.de

05.-06.03., Esbjerg (DK)

Deutsch-dänisches Treffen der Natur- und LandschaftsführerInnen

www.afnu.schleswig-holstein.de

06.-07.03., Bonn (D)

Fit für die Offene Ganztagsschule. Vermittlung von Kenntnissen zur Leitung einer Umwelt-AG

www.umweltbildung-ogs.de

10.03., Bern (CH)

Lernen für eine Nachhaltige Entwicklung.

Tagung zum Modell-Lehrgang BNE

www.education21.ch

Impressum ökopädNEWS

Herausgeber



NATUR- UND UMWELTBILDUNG Bundesverband e.V.

Redaktion

Jürgen Forkel-Schubert (verantwortlich), jfs@oekopaednews.de; Birgit Paulsen, Webmaster, netzwerk@anu.de ANU-Bundesverband Deutschland e. V., Robert-Mayer-Str. 48—50, D-60486 Frankfurt a. M., Tel. +49 (0)69 / 310192-41, Fax -29, bundesverband@anu.de, www.umweltbildung.de