

## Projekt DINO „Wandel von Normalitätsvorstellungen in Digitalen Lebenswelten durch Umweltbildungszentren und junge Menschen – Fokus Klimaschutz & nachhaltige Lebensstile“

### Informationen zur Teilnahme an der Modellgruppe

#### Zusammenfassung

In sechs auszuwählenden Umweltbildungszentren (UBZ)<sup>1</sup> wird die Anwendung von Social Media im Kontext von informellen Umweltbildungsprozessen modellhaft erprobt. Kern der jeweiligen Modellprojekte ist die Entwicklung und Umsetzung einer lokalen Aktion im Themenbereich „Nachhaltige Lebensstile“ sowie einer begleitenden Instagram-Kampagne durch junge Menschen. Bei der Entwicklung und Umsetzung der Aktion und Kampagne begleiten die jeweiligen UBZs die jungen Menschen inhaltlich und pädagogisch.

Vertreter\*innen der jeweiligen UBZs sowie des ANU Bundesverbands bilden als Rahmen der Modellprojekten eine Modellgruppe, u.a. zum Austausch und gegenseitiger Unterstützung. Jedes UBZ wird in der Modellgruppe kontinuierlich durch eine Person aus dem pädagogischen Aufgabenbereich vertreten. Punktuell können zusätzliche Vertreter\*innen der UBZs mit pädagogischem Hintergrund an den Modellgruppentreffen, wie z.B. einzelnen Fortbildungs-Modulen, teilnehmen.

- **Vorbereitungsphase** (Januar bis April 2021): Die Modellgruppenmitglieder nehmen gemeinsam an Einführungs- und Fortbildungs-Modulen (online und offline) teil und unterstützen sich im gegenseitigen Austausch bei der Planung der Modellprojekte. Sie gewinnen junge Menschen für die gemeinsame Umsetzung der Modellprojekte.
- **Durchführungsphase** (Mai bis August 2021): Die Modellprojekte werden vor Ort von jungen Menschen und den Modellgruppenmitgliedern durchgeführt. Die Modellgruppe unterstützt sich auch in dieser Phase im gegenseitigen Austausch.
- **Evaluationsphase** (September bis Oktober 2021): In einem gemeinsamen Workshop evaluieren die Modellgruppenmitglieder zusammen mit einigen beteiligten jungen Menschen und dem ANU Bundesverband die Modellprojekte.

Im Anschluss nehmen die Modellgruppenmitglieder je nach Erfahrungen und Bedarf auch an der Konzeption und Umsetzung dreier bundesweiter Fortbildungen 2022 teil.

#### Hintergrund und Zielsetzung

Social Media sind aus der Lebenswelt vieler, insbesondere junger Menschen nicht mehr wegzudenken. Dort spiegelt sich wider und entwickelt sich weiter, was Nutzer\*innen von Social Media für normal halten. Diese Normalitätsvorstellungen haben starke Auswirkungen auf das Handeln von Menschen. Doch aktuell sind Themen der Nachhaltigkeit, des Umwelt- und Klimaschutzes in Social Media unterrepräsentiert und derzeitige Normalitätsvorstellungen wirken ihnen sogar vielfältig entgegen.

Im Projekt erprobt die ANU gemeinsam mit Umweltbildungszentren (UBZ) und jungen Menschen Wege, wie eigene Normalitätsvorstellungen hinterfragt, nachhaltige (analoge) Handlungsalternativen ausprobiert und Bilder, Erzählungen oder Fragen hierzu nahezu „live“ auf Social Media verbreitet werden können. Dazu werden sechs UBZs Jugendliche und junge Erwachsene bei der Entwicklung und Umsetzung einer Aktionskampagne begleiten, die analoges „Machen“ einer lokalen Aktion (z.B. einer Kleidertauschparty, Herstellung nachhaltiger Kosmetik) mit digitaler Kommunikation, Austausch und Reflektion auf Instagram verbindet. Ziel ist es hierbei, Jugendliche und junge Erwachsene, die am Projekt mitwirken, bei ihrer Auseinandersetzung mit nachhaltigen Lebensstilen und einer Reflektion eigener und anderer auf Social Media verbreiteter Normalitätsvorstellungen zu unterstützen. Durch die Social Media-Kampagne rund um die lokale Aktion sollen Inhalte und Auseinandersetzungsprozesse kommunizieren und innerhalb der Peer-Group weitergetragen werden, wie nachhaltiges

---

<sup>1</sup> Dies schließt auch weitere Umweltbildungsanbieter\*innen ohne eigenes Bildungshaus ein.

Handeln möglich und in ihrer Vorstellung normal sein kann. Schwerpunktthemen sind dabei Reisen, Kleidung & Mode, Beauty und Ernährung.

Das Projekt zielt zudem darauf ab, zu einer erhöhten Präsenz von Umwelt-, Nachhaltigkeits- und Klimaschutzthemen auf Social Media beizutragen. Dazu nutzt es z.B. auch einen gemeinsamen Hashtag und sucht die Unterstützung lokaler Influencer\*innen.

Weiterhin soll durch die Fortbildung von Mitarbeitenden in UBZs und weitere Akteur\*innen der außerschulischen Umweltbildung und BNE die Kompetenzen hinsichtlich des Einsatzes Sozialer Medien im Kontext von Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung dieser Akteur\*innen gefördert werden. Mitarbeitende in UBZs sollen Einblicke in die (digitale) Lebenswelten und Interessensgebiete junger Menschen bekommen und die Anschlussfähigkeit von Bildungsangeboten an die Interessen junger Menschen ggf. neu bewerten können.

Weitere Informationen zum Projekt finden sich hier: <https://www.umweltbildung.de/dinoa.html>.

## **Weitere Informationen zu den Modellprojekten**

### ***Aktionskampagnen***

Im Rahmen der Modellprojekte entwickeln Jugendliche und junge Erwachsene im Themenbereich nachhaltige Lebensstile und Klimaschutz zu einem der Schwerpunktthemen Reisen, Kleidung & Mode, Beauty und Ernährung eine lokale Aktionskampagne an der Schnittstelle zwischen analog und digital und führen diese durch. Die jeweilige Aktionskampagne besteht dabei aus einer (oder mehreren) lokalen, analogen Aktion(en) und wird durch eine Instagram-Kampagne begleitet. Als lokale Aktionen wären z.B. eine Kleidertauschparty, die Herstellung nachhaltiger Kosmetik oder das Testen regionaler Reiseziele denkbar. Die Instagram-Kampagne soll zusammen mit den Aktionen geplant werden und nicht nur (aber auch) die Aktionen selbst dokumentieren, sondern auch Vorbereitungs-, Nachbereitungs- und Reflektionsprozesse widerspiegeln, Erkenntnisse zum Themenbereich aufgreifen und ggf. offene Fragen benennen. Die Kampagne muss also als wichtiger Bestandteil von Anfang an mitgedacht werden. Beispiele für eine Elemente einer solchen Kampagne könnten eine Challenge, Kurzvideos zu Mythen über ein Thema oder Video-Testberichte über eigene Erfahrungen sein, die auf Instagram verbreitet werden.

Die Idee für eine Aktion und Kampagne soll im Rahmen eines von Mitarbeitenden der jeweiligen UBZ angeleiteten Design-Thinking<sup>2</sup>-Prozesses von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen eigenständig entwickelt werden. Budget und zeitlicher Umfang werden dabei im Vorfeld festgelegt. Im Prozess der Entwicklung und Umsetzung der Aktionskampagnen begleiten die Pädagog\*innen die jungen Menschen mit hilfreichen Wissen und Impulsen rund um nachhaltige Lebensstile. Impulse zum Thema Social Media-Kampagnen erhalten die Jugendlichen von den die Modellprojekte lokal begleitenden Influencer\*innen, die ihre eigene Reichweite auch zur Verbreitung der Aktionskampagnen nutzen. Ggf. unterstützt von einer\*em Medienpädagog\*in oder mit dem Medium Video betrauten Person werden die Beiträge der Kampagne in Zusammenarbeit mit den beteiligten jungen Menschen zu kurzen Videos zusammengeschnitten. Die Ergebnisse werden über die Social Media-Kanäle der jungen Menschen, lokaler Influencer\*innen, der UBZs und der ANU verbreitet. Abschluss findet das Modellprojekt in einer lokalen Evaluation sowie einem Evaluationsworkshop, an dem auch einige der beteiligten jungen Menschen teilnehmen sollen.

### ***Aktivitäten der beteiligten UBZs***

- Planung und Durchführung der inhaltlichen und pädagogischen Begleitung der jungen Menschen vor Ort mit Unterstützung und Beratung der Modellgruppe und des ANU Bundesverbands, inklusive (beispielhaft):

---

<sup>2</sup> Design Thinking ist ein Kreativprozess zur Ideenfindung, in dem sich an den Bedürfnissen der Zielgruppe z.B. einer Aktion orientiert wird.

- Auftakt-Workshop mit Impulsen zu Social Media, Normalitätsvorstellungen, einer Einführung zu nachhaltigen Lebensstilen (exemplarisch anhand von Schwerpunktthemen), und der Ideenentwicklung im Design-Thinking-Prozess,
  - pädagogische Begleitung und organisatorische Unterstützung der Entwicklung und Durchführung der Aktionskampagne (inklusive einer „Aktion“),
  - Organisation und Begleitung der Videozusammenstellung der Aktionskampagne,
  - ein schriftlicher Zwischenstand (u.a. Skizze der Aktionskampagne) nach Festlegung der Aktionskampagne an den ANU Bundesverband,
  - und Evaluation der Bildungseinheit und ein Abschlussbericht.
- Akquise der teilnehmenden jungen Menschen (z.B. über Jugendzentren, Jugendgruppen, Schüler\*innen-AGs)
  - Öffentlichkeitsarbeit über Social Media, insbesondere inklusive des Auf- bzw. Ausbau eines eigenen Instagram-Accounts, sowie Beschäftigung mit Social Media-Kampagnen als Medium von BNE
  - Teilnahme an Online-Einführungs- und Fortbildungs-Modulen sowie einem eintägigen analogen Workshop zu Social Media, Design Thinking-Prozessen, Psychologie nachhaltigen Handelns und Normalitätsvorstellungen junger Menschen
  - Teilnahme an eintägigem Evaluationsworkshop
  - Regelmäßiger Austausch in Modellgruppe (z.B. durch monatliche Videobesprechungen)
  - Akquise lokaler Influencer\*innen (bei Bedarf in Zusammenarbeit mit ANU Bundesverband)
  - Abstimmung & Koordination mit Beteiligten im Modellprojekt (z.B. Influencer\*innen, Videoproduzent\*in oder Medienpädagog\*in)

### **Zeitraum**

- Vorbereitungsphase: Januar bis April 2021  
Das Online-Auftakttreffen der Modellgruppe findet im Januar 2021 statt. Die Online-Module zu Einführung und Fortbildung werden zwischen Januar und April stattfinden, der analoge Workshop ist für April 2021 geplant und soll insbesondere ein Training zur Anwendung von Design Thinking Prozessen beinhalten.
- Durchführungsphase: Anfang Mai bis Ende August 2021
- Evaluationsphase: September bis Oktober 2021
- Ggf. Mitwirkung an Konzeption und Umsetzung dreier bundesweiter Fortbildungen: September bis Februar 2022

### **Finanzierung**

Das Projekt der ANU wird finanziell durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit gefördert.

Die Teilnahme an der Kerngruppe des Projekts ist kostenlos, Reisekosten<sup>3</sup> werden bei Bedarf erstattet.

Für die Vorbereitung, Planung und Durchführung der lokalen Modellprojekte und damit verbundener Tätigkeiten steht pro Modellgruppenmitglied ein Zuschuss von bis zu 3500 € für Personal zur Verfügung. Als Budgetzuschuss für Sachausgaben im Rahmen der Durchführung der Aktionskampagnen werden je 250 Euro bereitgestellt, wodurch z.B. Eintrittsgelder oder Requisiten gezahlt werden können. Als Honorare für die lokalen Influencer\*innen (Workshop mit jungen Menschen, Verbreitung der Aktionskampagnen) stehen pro Modellgruppenmitglied 100 Euro zur Verfügung.

---

<sup>3</sup> Gemäß Bundesreisekostengesetz

Zudem ist es möglich, dass die Modellgruppenmitglieder als Referent\*innen oder Autor\*innen bei weiteren Projektmaßnahmen (z.B. Konzeption und Durchführung dreier Fortbildungen) mitwirken und diese Mitarbeit im Rahmen von Honoraraufträgen finanziell vergütet wird.

### **Bewerbung und Auswahlkriterien**

Die Bewerbung um eine Teilnahme an der Kerngruppe ist bis zum 13. Dezember 2020 möglich. Bei Interesse bitten wir Sie, uns den ebenfalls angehängten „Fragebogen zur Bewerbung als Mitglied der Modellgruppe“ ausgefüllt zuzusenden.

Die Auswahl der Modellgruppenmitglieder orientiert sich an:

- Erfahrungen im Bereich Bildung zu nachhaltigen Lebensstilen (insbesondere in den Schwerpunktthemen des Projekts Reisen, Kleidung & Mode, Beauty und Ernährung),
- Partizipationserfahrung mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen,
- Interesse an Social Media, insbesondere Instagram,
- und Zugangsmöglichkeiten zu jungen Menschen im Freizeitbereich (z.B. Kontakte zur freien Jugendbildung, eigene Jugendgruppe, Jugendzentren) oder einer Schüler\*innen-AG.

Wir zielen zudem darauf ab, dass die Modellgruppe die Vielfalt in Umweltbildung und BNE abgebildet, so dass die Mitglieder sich möglichst unterscheiden hinsichtlich

- der konkreten Zielgruppe (junge Menschen verschiedener Hintergründe)
- der räumlichen Lage (Stadt/ Land sowie verschiedene Regionen Deutschlands)
- Geschlecht (Ausgewogenheit)

### **Zeitliche Schritte zur Festlegung der Modellgruppenmitglieder**

- Einsendung der Fragebögen bis 13. Dezember 2020
- Rückmeldung der ANU bis 14. Dezember 2020
- Schließen einer Vereinbarung zur Teilnahme bis 15. Januar 2020

### **Kontakt für Rückfragen**

Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung Bundesverband e.V.  
Kasseler Str. 1a, 60486 Frankfurt  
Fax: 069 / 977 829 66

Julia Pesch (Referentin)  
Tel. 069 / 977 833 93  
E-Mail: [dinoa@anu.de](mailto:dinoa@anu.de)

Annette Dieckmann (Projektleitung)  
Tel. 069 / 977 833 90  
E-Mail: [dinoa@anu.de](mailto:dinoa@anu.de)

Stand: 01.12.2020