



# Netzwerk UmweltBildung

Rundbrief zur Bildung für nachhaltige Entwicklung  
von Ökoprojekt - MobilSpiel e.V.

14. Jahrgang Mai 2006

## 1. Aktuelles & Informationen

### Nacht der Umwelt 2006

Am 19. Mai findet zum 5. Mal in München die Nacht der Umwelt statt. Für jeden wird etwas Spannendes geboten: z. B. Umweltschutz in großen Firmen, Fledermausentdeckungstour, Kanalisationsbesichtigung etc. Auch Ökoprojekt - MobilSpiel ist dabei: Eltern und Kinder ab 5 Jahren sind zu einer abenteuerlichen Entdeckungstour durch den Sommerabend mit anschließendem Lagerfeuer, Stockbrotbacken und Geschichten eingeladen. Treffpunkt ist um 19 Uhr am ÖBZ, Engelschalkinger Str. 166 in München. Das komplette Programm der Nacht der Umwelt kann unter [www.muenchen.de](http://www.muenchen.de) heruntergeladen werden.

Infos: Ökoprojekt – MobilSpiel, s. Impressum

### Donaumoostage

Unter dem Motto „Wasser und Boden für Mensch und Natur“ finden am 20. und 21.

Mai die 7. Donaumoostage im Freilichtmuseum und Umweltbildungsstätte Haus im Moos bei Schrobenhausen statt. Am 20. Mai ab 19 Uhr ist die Auftaktveranstaltung mit Gastredner Bundeslandwirtschaftsminister Horst Seehofer. Hier werden u. a. SchülerInnen in einer Präsentation die Umweltbildungsarbeit des Hauses vorstellen. Am 21. Mai findet von 11 bis 18 Uhr ein Familienerlebnistag und internationaler Museumstag mit der Eröffnung des neuen Donaumooserlebnis-Pilgerweges, vielen Umweltaktionen für Kinder und Jugendliche sowie kulinarischen Genüssen statt.

Infos: HAUS im MOOS, Kleinhohenried 108, 86668 Karlshuld, Tel. 08454/95205, Fax / 95207, [info@haus-im-moos](mailto:info@haus-im-moos), [www.haus-im-moos.de](http://www.haus-im-moos.de)

### Ausgezeichnet mit Dachmarke

Am 7. April überreichte Staatssekretär Dr. Otmar Bernhard vom Bayerischen Staats-



ministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz erstmals die neue Dachmarke Umweltbildung.Bayern an 41 bayerische Umweltbildungseinrichtungen. Vor über 140 Gästen würdigte er im Ökologischen Bildungszentrum München die erfolgreiche und qualitativ hochwertige Arbeit der außerschulischen Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung. Die Marke ist ein Instrument der neuen Marketingstrategie der außerschulischen Umweltbildung in Bayern. Mehr dazu im Schwerpunkt dieser Ausgabe.

Infos: [www.umweltbildung.bayern.de](http://www.umweltbildung.bayern.de)

### Würdigung des „Grünen Campus“

Im Rahmen der Verleihung der neuen Dachmarke (s. oben) präsentierten Hep Monatzeder, 3. Bürgermeister der Stadt München und Andrea Gebhard, Geschäftsführerin der BUGA München die Ergebnisse und Erfolge des Grünen Campus auf der Bundesgartenschau 2005 in München und bedankten sich bei allen Beteiligten. Die gelungene Bildungsoffensive zur Bildung für nachhaltige Entwicklung lockte rund 150.000 Besucher an, vor allem Kinder und Jugendliche. Die Dokumentation hierzu ist in der BUGA-Geschäftsstelle erhältlich.

Infos: BUGA-Geschäftsstelle, Paul-Wassermann-Str. 3, 81829 München, Tel. 089/4120050, [info@buga2005.de](mailto:info@buga2005.de)

### Grundschulen können Wald gewinnen

Die Umweltstiftung des Kosmetikerherstellers Yves Rocher schreibt erneut den Wettbewerb „eine Schule, ein Arboretum“ aus. Es können sich alle Grundschulen bewerben, die Interesse an einem Schulwald haben. Der diesjährige Bewerbungsschluss ist der 31. Juli. Schon bei der Erstellung der

Bewerbungsunterlagen sollen die Kinder miteingebunden werden.

Infos: Umweltstiftung Fondation Yves Rocher, Albstadtweg 10, 70567 Stuttgart, [umweltde@yrnet.com](mailto:umweltde@yrnet.com),

[www.yves-rocher-fondation.org](http://www.yves-rocher-fondation.org)

### Töpfer verlässt UN

Acht Jahre lang war der ehemalige Bundesumweltminister Klaus Töpfer Chef des UN-Umweltprogramms UNEP in Nairobi. Nun übergab er den Staffelnstab an seinen ebenfalls aus Deutschland stammenden Nachfolger Achim Steiner. Töpfer war maßgeblich daran beteiligt, die UN-Behörde auszubauen und die Bedeutung des Themas Umwelt und Entwicklung auf globaler Ebene ins Bewusstsein der Menschen zu bringen. Töpfer wird künftig als Ehrenprofessor an der Tsinghua-Universität in Peking und als Umweltberater von Schanghai tätig sein. Nicht zuletzt will er ein Jugendbuch zur Umweltpolitik schreiben.

Infos: [www.unep.org](http://www.unep.org)

### Schaffung einer UN-Umweltorganisation

Der Österreichische Umweltdachverband fordert die Schaffung einer UN-Umweltorganisation UNEO spätestens bis zum Jahr 2008. Konkret soll ausgehend vom UNO-Umweltprogramm UNEP (United Nations Environment Programme) eine eigene Welt-Umweltorganisation UNEO (United Nations Environment Organisation) entstehen. Durch die Aufwertung zur globalen Organisation, die stärkere Durchsetzungs- und Sanktionsmöglichkeit habe, würden Nachhaltigkeits- und Umweltthemen künftig eine größere Rolle spielen. So könnte diese als Gegengewicht zur Welthandelsorganisation WTO auftreten. Denn durch

## INHALT

1. Aktuelles & Informationen
2. Dekade-Nachrichten
3. Materialien
4. Online entdeckt
5. Literatur
7. Fort- und Weiterbildungen

Netzwerk UmweltBildung wird finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz



## 6. THEMA

**Dem Glück auf der Spur - Bayerische Umweltbildungseinrichtungen gehen mit groß angelegtem Marketingkonzept an die Öffentlichkeit**

die WTO bliebe der Schutz der Menschenrechte, Umwelt- und Naturschutz, ein gerechter Welthandel, Armutsbekämpfung, Hungerbeseitigung oder nachhaltige Entwicklung auf der Strecke.

Kontakt: Umweltdachverband, Dr. Gerhard Heiligenbrunner, Alser Straße 21, 1080 Wien, Tel. 0043/664/3818462, office@umweltdachverband.at, www.umweltdachverband.at

## 2. Dekade-Nachrichten

### Neue Auszeichnungen

Auf der Bildungsmesse Didacta im Februar wurden 16 neue Projekte aus Bayern als UN-Dekadeprojekte ausgezeichnet. Von den bundesweit 229 offiziellen UN-Dekadeprojekten stammen somit insgesamt 28 aus Bayern. Einsendeschluss für die nächste Auszeichnungsrunde ist der 15. Juni. Infos und Bewerbungsunterlagen finden sich unter [www.dekade.org](http://www.dekade.org)

### UN-Dekadeprojekt „Ice Age“

Auf der Didacta ist auch der Deutsche Alpenverein mit seinem Projekt „Ice Age – Klimawandel und Gletscherschutz“ als Dekade-Projekt ausgezeichnet worden. In einer einwöchigen Ferienfreizeit verbringen Kinder und Jugendliche zwischen 9 und 18 Jahren ihre Zeit im vergletscherten Hochgebirge. Dort lernen sie die Landschaft kennen und erkunden, wie sich die Landschaft durch den Rückgang der Gletscher verändert hat. Sie diskutieren darüber, was das für die Region bedeutet, welche Ausmaße und Bedeutungen der weltweite Klimawandel hat und wie das eigene Verhalten dazu beiträgt. Ziel des Projektes ist es, dass die TeilnehmerInnen die Gletscherlandschaft im Hochgebirge erleben und durch Bildungsmaßnahmen so

wie durch Multiplikatorenschulungen den Rückgang der Gletscher als Indikator für die Auswirkungen des Klimawandels begreifen. Die Ferienfreizeit wird für 9- bis 12jährige vom 30. Juli bis 5. August und für 15- bis 18jährige vom 6. bis 12. August angeboten.

Kontakt: JDAV Bayern, Werner Birkl-Frischhut, Preysingstr. 71, 81667 München, Tel. 089/44900195, lgs@jdav-bayern.de, www.jdav-bayern.de

## 3. Materialien

### Gesund + Günstig + Gut

Biologisch erzeugte Nahrungsmittel sind bei VerbraucherInnen zwar begehrt, werden aber wegen ihres höheren Preises häufig links liegen gelassen. Deswegen werden in dem Einkaufsratgeber insbesondere die finanziell vorteilhaften Beschaffungsquellen für Bio-Waren in München aufgelistet. Der Ratgeber in deutscher und türkischer Sprache enthält Adresslisten für den preisgünstigen Einkauf gesunder und umweltverträglich erzeugter Lebensmittel sowie konkrete Möglichkeiten, Obst und Gemüse selbst zu ernten. Einige prinzipielle Hinweise für eine gesunde Ernährung, zur Vermeidung von Schadstoffen, zum regionalen und saisonalen Einkauf sowie pfiffige Ernährungstipps, insbesondere zur Vermeidung von Dickmachern, runden die Informationen ab.

Gesund + Günstig + Gut, Broschüre, DIN A5, 15 S., kostenloser Bezug: Landesbund für Vogelschutz, Klenzstr. 37, 80469 München,



Tel. 089/23326666, u-dopheide@lbv.de, www.lbv.de

### Aktiv mitgestalten

Aktive Beteiligung von SchülerInnen ist ein wichtiger Schwerpunkt im österreichischen ÖKOLOG-Programm. So wurde das Thema Partizipation in Seminaren, Workshops, ExpertInnengesprächen und der ÖKOLOG-Sommerakademie 2005 von den unterschiedlichsten Seiten aufgerollt. Eine hierzu herausgegebene Broschüre mit CD-ROM bietet Fachbeiträge zum Thema, Methoden, einen Serviceteil sowie Good-Practice-Beispiele. Es werden Beteiligungsformen und Mitbestimmungsmöglichkeiten präsentiert und für den Einstieg in die partizipative Unterrichtsgestaltung wurde ein Methodeninventar zusammengestellt. Auf der beiliegenden CD-ROM finden sich weiterführende Infos, zahlreiche Praxisbeispiele in Langfassung sowie Videoclips zur Sommerakademie.

Aktiv mitgestalten – in der Schule, um die Schule. ÖKOLOG-Schwerpunkt Partizipation, 2006, Heft, DIN A4, 76 S., € 12, Bezug: FORUM Umweltbildung, Alser Str. 21, A-1080 Wien, Tel. 0043/1/4024701, Fax / 402470151, forum@umweltbildung.at, www.umweltbildung.at

### Armut geht alle was an!

Bereits seit vielen Jahren engagieren sich junge Menschen in der Entwicklungspolitik. Der Deutsche Bundesjugendring hat im September 2005 ein Online-Forum durchgeführt. Unter dem Motto „Armut geht alle was an! Dich auch?“ hatten Jugendliche die Möglichkeit, an PolitikerInnen Fragen zu den internationalen Millenniums-Entwicklungszielen zu stellen. Der Bundesjugendring dokumentiert die-

ses Forum in einer neuen Publikation. Armut geht alle was an! Millennium Development Goals, Schriftenreihe 44, Heft, DIN A 5, 92 S., kostenfreier Bezug: Deutscher Bundesjugendring, Mühlendam 3, 10178 Berlin, Tel. 030/40040400, Fax/40040422, info@dbjr.de, www.dbjr.de

## 4. Online entdeckt

### www.greengoal.de

Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 soll als erste Großveranstaltung im Sport klimaneutral ausgerichtet werden. Alle nicht vermeidbaren Auswirkungen auf Klima und Umwelt sollen über Investitionen in den Klimaschutz komplett ausgeglichen werden.

### www.uni-lueneburg.de/infu/ccp

Das Institut für Umweltkommunikation an der Universität Lüneburg schafft für VertreterInnen aus Wissenschaft und Praxis ein neues Portal für Kommunikation über nachhaltige Entwicklung. Die mehrsprachige Kommunikationsplattform stellt wissenschaftliche Analysen und konkrete Projekte aus der Praxis zur Diskussion.

### http://spiel.powerado.de

Das vom Bundesumweltministerium geförderte Online-Spiel Powerado führt Kinder spielerisch an die Themen Energie und Klimaschutz heran.

### www.reisekompass-online.de

Hier findet sich ein Einkaufsführer für umweltbewusste Reisen mit Tipps von der Abreise bis zur Verpflegung und der Vergleich von Umweltfolgen verschiedener Verkehrsmittel.

### www.berlin-institut.org/berlin-institut\_studie\_2006.pdf

Die Kurzfassung der Untersuchung zur demografischen und wirtschaftlichen Zukunftsfähigkeit der deutschen Regionen vom Berlin-Institut für Bevölkerung und Entwicklung kann hier heruntergeladen werden. Diese alarmierende Studie zeigt: Die demografischen Lücken der schrumpfenden deutschen Bevölkerung lassen sich auch durch Zuwanderung nicht mehr füllen.

## 5. Literatur

**Herbert Zucchi, Paul Stegmann (Hrsg.) Wagnis Wildnis. Wildnisentwicklung und Wildnisbildung in Mitteleuropa. Oekom Verlag, München 2006, 169 S., € 27,90, ISBN 3-9365-8165-7**

Dieses Buch dokumentiert die Vorträge einer im April 2005 durchgeführten Tagung und stellt die Ergebnisse einer Recherche zum Thema wildnisbezogene Umweltbildung vor. Es wird geklärt, was Wildnis ist, warum wir Wildnis brauchen, was gegen Wildnis spricht, wie Wildnis in der Umweltbildung helfen kann etc. Im Mittelpunkt stehen ethische, planerische und rechtliche Aspekte der Wildnisentwicklung in Mitteleuropa sowie Ansätze, Konzepte und Beispiele wildnisbezogener Umweltbildung. **Benno Hafener, Mechthild M. Jansen, Torsten Niebeling (Hrsg.): Kinder- und Jugendpartizipation – Im Spannungsfeld von Interessen und Akteuren.**

**Barbara Budrich Verlag, Opladen 2005, 222 S., € 22,90, ISBN 3-938094-30-3**

Politische Partizipation und Teilhabe von Kindern und Jugendlichen scheint aus unterschiedlichen Interessen erwünscht zu sein. Sie erfährt wohlwollenden Zuspruch und wird auch in der Förderpolitik unterstützt, mit zahlreichen Angeboten qualifiziert und prämiert. Das Buch

zeigt unterschiedliche Begründungslinien und Differenzierungen im Feld der Partizipation. Zur weiteren Profilierung des Lern- und Erfahrungsfeldes geht es im ersten Teil um das Spannungsfeld von Interessen und im zweiten Teil um die unterschiedlichen Akteure im Alltag von Partizipation.

**Christoph Sonntag: Abenteuer Spiel. Handbuch zur Anleitung kooperativer Abenteuerspiele. Ziel Verlag, Augsburg 2005, 157 S., € 17,80, ISBN 3-9372-1040-7**

Das Buch ist ein praktischer Leitfaden für die Arbeit mit kooperativen Abenteuerspielen. Neben Theorien werden Tipps und Anregungen für die Praxis gegeben. Es setzt sich mit den verschiedenen Verhaltensweisen und Wahlmöglichkeiten der Spielleitung auseinander. Darüber hinaus werden Spielketten vorgestellt, Sicherheitsaspekte thematisiert und erklärt, wie man immer ein Spiel „in petto“ haben kann.

## 6. Thema

### Dem Glück auf der Spur

**Bayerische Umweltbildungseinrichtungen gehen mit groß angelegtem Marketingkonzept an die Öffentlichkeit**

Es klang fast nach einer Abenteuergeschichte, als Marion Loewenfeld von Ökoprosjekt - MobilSpiel beim Netzwerk-Treffen Umweltbildung von den Anfängen des neuen Marketing-Konzeptes für die bayerische Umweltbildung berichtete: An einem Oktobertag im Jahre 2004 trafen sich unter dem Dach des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz maßgebliche Akteure der außerschulischen Umweltbildung.

Ihre Mission: ein gemeinsames Marketingkonzept für die außerschulischen Umweltbildungseinrichtungen im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung solle den Bekanntheitsgrad ihrer Einrichtungen erhöhen und ihre Programme in breiteren Bevölkerungsschichten bekannt machen. Das rund 20köpfige Kernteam

*„...die entscheidenden globalen Herausforderungen können nur bewältigt werden, wenn es gelingt, dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung Bewusstsein zu verschaffen, es in den Köpfen und in den Herzen der Menschen zu verfestigen. Bildung ist dazu ein ganz entscheidender Schlüssel.“*

Staatssekretär Dr. Otmar Bernhard bei der Verleihung der Marke Umweltbildung.Bayern am 7. April 2006

„Das war keine leichte Aufgabe“, erinnert sich Marion Loewenfeld zurück, „zumal alle aus dem Kernteam mit unterschiedlichen Vorstellungen an die Sache herangingen“. Zu dieser Zeit konnte das Team nur erahnen, dass ein langer, steiniger Weg vor ihnen lag. Und es wusste sicherlich keine der TeilnehmerInnen, dass bei dem folgenden, rund neunmonatigen Prozess, neben den hauptamtlichen Tätigkeiten insgesamt über 100.000 Euro an ehrenamtlichen Leistungen erbracht werden würden. Im Juli 2005 war es dann so weit: Das neue Marketing-Konzept war spruchreif und konnte auf einer Fachtagung der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Ein Höhe-

punkt des Konzepts ist die neue Dachmarke Umweltbildung.Bayern.

### Marktforschung und Co.

Bevor es jedoch so weit war, durchlief das Team in insgesamt dreizehn Sitzungen an verschiedenen Orten in Bayern einen Prozess, um eine für alle tragfähige Arbeits-

basis zu schaffen. Unterstützt wurden sie durch eine externe Moderation vom Marketingfachmann Stefan Theßenvitz, der vom bayerischen Staat beauftragt und finanziert wurde. Das Besondere an der Kooperation war die Gleichberechtigung von Staat und nichtstaatlichen Verbänden (NGO'S). Außerdem wurden im Laufe des Prozesses drei so genannte Checkpoint-Veranstaltungen eingebaut. KollegInnen aus Umweltbildungseinrich-

tungen prüften das Konzept, gaben Ergänzungen, Änderungen und inhaltliche Inputs, die vom Kernteam aufgenommen und eingearbeitet wurden. So wurde der Gefahr aus dem Weg gegangen, an der Basis vorbeizuplanen.

Um an ihr Ziel zu gelangen, nutzte die Gruppe klassische Marketinginstrumente: Markt- und Trendanalyse, Kundenorientierung, klare Zielsetzung und Positionierung. Sie stellten sich Fragen wie: „Für welchen Markt produzieren wir eigentlich, welche Trends sind dort zu beobachten und wie reagiert die Umweltbildung darauf - oder wie könnte sie reagieren?“ Unterstützt von Stefan Theßenvitz klopfte

das Team die Ergebnisse verschiedener neuer Marktforschungsstudien auf ihre Relevanz für die bayerische Umweltbildung ab: Dabei erreichten sie folgende Kernaussagen:

- Es findet eine zunehmende Entfremdung der Kinder, Jugendlichen und Erwachsenen von der Natur statt.
- Die Bewusstseinschere zwischen heute/morgen und lokal/global ist offen.
- Es fand ein Vertrauensverlust zu Parteien und Konzernen durch die Instrumentalisierung des Themas „Umwelt“ statt.
- Das Informationsbedürfnis nach qualitativ hochwertigen Informationen ist vorhanden.
- 20 - 30% der Menschen sind für die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit abholbereit.

Dabei rückten für die UmweltbildnerInnen neue Zielgruppen und Milieus in den Fokus. Es wird klar: die Umweltbil-

dung muss sich in Zukunft stärker nach den Vorlieben und Lebensstilen der Menschen richten. Als erste konkrete Maßnahme erstellte das Kernteam daher auf der Basis der Sinus-Milieus einen eigenen Milieuatlas für die Umweltbildung in Bayern. Für jedes einzelne der zehn Milieus wurde die potenzielle Marktchance eingeschätzt, die für die Umweltbildungsangebote in dem jeweiligen Milieu bestehen könnte. Daraus ergibt sich für die Umweltbildung ein völlig neues Spektrum an potenziellen Kunden. Das setzt allerdings voraus, dass die Marktkommunikation und die Zielgruppenansprache differenziert wird. Das Team kommt aufgrund der Markt-

forschung zu folgenden Kernaussagen:

- Wir wollen bestehende Zielgruppen halten und ausbauen.
- Wir wollen neue Zielgruppen hinzugewinnen.
- Wir wollen den Bekanntheitsgrad erhöhen.
- Wir wollen Emotionen vermitteln.
- Wir wollen sinnliche Erfahrungen begünstigen.
- Wir wollen den Zugang zur Umweltbildung über praktisches Handeln schaffen.

#### Von einer Mission und den Maßnahmen

*„...Um ein zielgruppengerechtes Angebot zu offerieren, muss eine Einrichtung... die soziodemographischen Hintergründe oder Lebensstile ihres aktuellen oder potentiellen Publikums ermitteln...“*

Gerhard de Haan, Evaluation der außerschulischen Umweltbildung in Deutschland, 2000

Nachdem der Markt nach seinen Möglichkeiten abgeklopft war, richtete das Kernteam seinen Blick wieder nach innen. Sie formulierten eine Mission, die den Auftrag und das Selbstverständnis der Umweltbildung in Bayern widerspiegelt. Einer der Kernsätze der Mission lautet: „Der zentrale gesell-

schaftliche Nutzen der Umweltbildung liegt in der Vermittlung und Stärkung von Kompetenzen im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Daraus wurden folgende quantifizierbare Ziele abgeleitet.

**Marktanteil:** Im Jahr 2015 nehmen 4 Millionen TeilnehmerInnen in Bayern Angebote der Umweltbildung wahr. Die Angebote kommen von Umweltstationen, sonstigen außerschulischen Bildungseinrichtungen, National- und Naturparks, Umweltstudienplätzen, Messen, Ausstellungen, Kindergärten etc. 1,2 Millionen TeilnehmerInnen sollen bei Veranstaltungen in Umweltstationen erreicht werden

(zum Vergleich: 2005 waren es 400.000).

**Bekanntheitsgrad:** 2 von 3 bayerischen BürgerInnen kennen die Marke Umweltbildung. Bayern im Jahr 2015. Die Marke steht für Glück, Lebensqualität, aktive Erlebnisse und lustvolle Naturerfahrung. 1 von 3 bayerischen BürgerInnen assoziiert dieses Image mit Umweltbildung.

**Qualität/Produkt:** 90% der KundInnen, PartnerInnen und MitarbeiterInnen sind im Jahr 2015 mit den Leistungen, dem Service und dem Personal zufrieden. Jede Umweltbildungseinrichtung ist auf ein Fachgebiet spezialisiert und in diesem Bereich fachlich führend. Ab dem Jahr 2010 sind 50% aller Angebote jeder Umweltbildungseinrichtung modular aufgebaut.

**Öffentlichkeitsarbeit:** Ab 2006 pflegt jede Umweltbildungseinrichtung regelmäßige Kontakte zu allen relevanten politischen Mandatsträgern sowie zu örtlichen Entscheidungsträgern. Jede Umweltbildungseinrichtung tritt ein Mal im Jahr mit einem umweltbildungsrelevanten Thema an die Öffentlichkeit und fördert aktiv den Diskurs für nachhaltige Entwicklung. Ab 2007 treten die bayerischen Umweltbildungseinrichtungen ein Mal pro Jahr gemeinsam an die Öffentlichkeit mit einer Kampagne, die den Diskurs für die nachhaltige Entwicklung fördert.

**Finanzen/Preispolitik:** Unbenommen öffentlicher Leistungen finanzieren die Umweltbildungseinrichtungen bis zum Jahr 2015 schrittweise die Hälfte ihres Haushaltes aus Einnahmen, Spenden, Sponsoring und Stiftungen. Zum Vergleich: 2005 waren es rund 13%. Im Jahr

2012 orientieren sich die Preise für Angebote der Umweltbildungseinrichtungen an vergleichbaren Angebotspreisen des Wettbewerbs. Im Jahr 2008 nehmen die Umweltbildungseinrichtungen innerhalb einer Region vergleichbare Preise für vergleichbare Leistungen.

#### Welcher Weg führt dahin?

Nach wie vor steht die gute Qualität der Angebote und die hohe Professionalität der außerschulischen Umweltbildung im Vordergrund. Hinzu kommt eine ausgefeilte Produktentwicklung. Die Einrichtungen sollen sich mehr als bisher auf ihre Stärken besinnen und sich als Spezialisten auf dem Markt bewähren. Sie sollen ihre Angebote für unterschiedliche Kunden modular entwickeln, von kostengünstigen Standard- zu teureren Individualangeboten. Qualitativ hoch stehende, lokale, spezialisierte, innovative Angebote sollen in den Bereichen demografischer Wandel, Freizeit und Gesundheit entwickelt werden. Events und eine verstärkte und effiziente Öffentlichkeitsarbeit in Politik und Gesellschaft sollen den Bekanntheitsgrad steigern. Die Preise für Umweltbildungsangebote sind differenziert und vergleichbar. Zusätzlich zu den gesteigerten Erträgen sorgen Spenden, Stiftungen und Sponsoring neben öffentlichen Mitteln dafür, die gesteigerte Nachfrage an Angeboten auch finanzieren zu können. Um die Handlungsziele der Marketingstrategie auf breiter Basis umzusetzen und die Einrichtungen bei Marketing und Qualitätsentwicklung zu unterstützen, bietet das Kernteam mehrere Fortbildungen an. Unter dem Motto „Marketing qualifiziert“ fand schon im März der erste Baustein der Fortbildungsreihe statt. 27 TeilnehmerInnen

aus der bayerischen Umweltbildungsszene befassten sich unter fachkundiger Leitung mit dem Thema Milieus. Am 10. und 11. Mai wird ein Workshop zum Thema „Bekanntheit und Image in der Region – unsere gemeinsame Herausforderung“ in der Umweltstation Lias-Grube in Unterstürming angeboten. Eine Fortbildung zur „Preisgestaltung für Umweltbildungsangebote“ veranstaltet Ökoprojekt - MobilSpiel dann am 18. Oktober. Weitere Veranstaltungen werden folgen und Einrichtungen, die mit der Marke Umweltbildung.Bayern ausgezeichnet sind, werden bei der Anmeldung besonders berücksichtigt. Mit Hilfe dieses Angebots können die Marketingstrategien professionell umgesetzt werden. Und: Die Umweltbildungseinrichtungen werden bei der Umsetzung der neuen Marketingstrategien nicht alleine gelassen. Durch eine stärkere Vernetzung der Einrichtungen soll ein reger Austausch stattfinden. Dazu gehört auch der Ausbau eines Intranets, in dem für die neuen PartnerInnen Materialien, Projekte und Methodenbausteine bereit stehen. So können sie beispielsweise den neu erstellten Milieu-Atlas benutzen und sich herunterladen. Ein wesentlicher Baustein in der Umsetzung dieser Ziele ist die neue Dachmarke Umweltbildung.Bayern. Die Dachmarke ist im Sinne einer integrierten Kommunikation ein alle Träger verbindendes Element und das Erkennungszeichen für die gemeinsame Botschaft nach außen.

### Das Glück liegt in der Umweltbildung

Mit dem Entwurf einer Dachmarke beauftragte das Bayerische Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz COMBERA, eine der führenden Deutschen Marketingagenturen, die bei-

spielsweise auch Kampagnen für Die Bahn, Lego, Nestlé, Landliebe etc. entwirft. Mit den klassischen Vorgaben für ein stimmiges Werbekonzept gingen der geschäftsführende Gesellschafter Philipp Riediger und seine Mitarbeiterin Heide von Berg an den Entwurf einer Dachmarke für die Umweltbildung. „Da der Mensch sich nur drei Anzeigen, Spots, Plakate und Aktionen beim Einkauf merken kann, muss Werbung inspirierender, kreativer und mutiger sein“, erklärt Phillip Riediger den TeilnehmerInnen des Netzwerktreffens Umweltbildung. Um sich ein Bild von der Szene zu machen, nahmen Riediger und sein Team an diversen Veranstaltungen der Umweltbildung teil und führten eine Straßenbefragung durch. Eine Befragung von TeilnehmerInnen verschiedener Umweltbildungsveranstaltungen setzte das Team der Agentur schließlich auf die richtige Fährte: Die TeilnehmerInnen beschrieben eine Vielzahl an Emotionen, Eindrücken und Gefühlen wie subjektives Wohlbefinden, Zufriedenheit, Sinn, Freude, Positivverfahren, Lust und Erfolg. Die gemeinsame Klammer dieser Gefühlsbeschreibungen war für das Team von COMBERA: Glück.

### Die Marke als Highlight des Konzepts

In einer Sitzung mit dem Kernteam präsentierten die MitarbeiterInnen von COMBERA ihre Entwürfe zur Dachmarke und arbeiteten dann den ausgesuchten Entwurf aufgrund der Änderungswünsche durch das Kernteam weiter aus. Die zentrale Botschaft ist: Wege zum Glücklichsein! In diesem Sinne ist auch das Dachmarken-Logo gestaltet: Zwei Schwünge, die aussehen wie zwei lächelnde Münder in Gelb- und Orangetönen sollen

dem Betrachter ein Glücksgefühl vermitteln. Als Werbemittel präsentiert COMBERA fünf Plakate mit viel Natur und glücklichen Menschen in Aktion: Ein Kind, das Herbstblätter in die Luft wirbelt, betitelt mit „Goldregen“, eine junge Frau, die sich an einen Baum schmiegt, betitelt mit „Partnersuche“, vier Erwachsene, die in der Natur stehend zu einem Regenschirm herauflächeln, betitelt mit „Klimaschutz“ etc. Die Botschaft lautet: Umweltbildung macht Spaß, fördert die Lust am Entdecken, gibt Energie, stiftet Gemeinsamkeit und weist Wege in die Zukunft. Mit dem Logo dürfen sich künftig Umweltbildungseinrichtungen schmücken, die es vom Bayerischen Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz zuerkannt bekommen. Zum ersten Mal wurde die Dachmarke in einer feier-

lichen Zeremonie am 7. April an 41 Einrichtungen verliehen. Die Marke bürgt für ein qualitativ hochstehendes Programm im Sinne der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Sie vermittelt den TeilnehmerInnen: „Sie haben Glück, denn durch die Teilnahme an Exkursionen, Seminaren, Erlebniswochen und ähnlichen Aktivitäten haben Sie einen Weg gefunden, mehr Glück zu empfinden, mehr Lebenslust und vielleicht die Chance auf eine neue Lebensgestaltung zu haben.“ Möglichst viele Zentren sollen das Logo der Dachmarke tragen und damit kommunizieren: „Überall gibt es Umweltbildungseinrichtungen. Jede Einrichtung, die bestimmte



Voraussetzungen erfüllt, kann teilhaben am Erlebnisnetzwerk Mensch – Natur – Zukunft.“ Bewerben können sie sich beim Staatsministerium (s. unten). Der nächste Abgabeschluss für die Beantragung der Marke Umweltbildung.Bayern ist der 6. Oktober. Die Markenvergabe hierzu findet im Dezember statt. Mit dem Marketingkonzept ist eine gute Arbeitsgrundlage geschaffen. Diese wird in den nächsten Jahren noch viele weitere Wurzeln schlagen müssen, um zu einem großen, verzweigten Baum heranzuwachsen.

*„Gerade weil wir Menschen von Natur aus auf der Suche nach Glück sind, ist es leicht nachvollziehbar, dass auch die Natur der Schlüssel dazu ist, es zu finden“.*

Philipp Riediger von der Agentur COMBERA bei der Vorstellung der neuen Dachmarke

Geplant ist beispielsweise in Zukunft auch Einzelpersonen auszuzeichnen, oder, wenn die Finanzen stimmen, eine großangelegte Werbekampagne durchzuführen, um die Marke bekannt zu machen. Geplant ist auch, eine feste Stelle einzurichten, die sich um alle Belange kümmert. Es

scheint, dass der Zeitaufwand, die Zähigkeit und das Durchhaltevermögen des Kernteams sich gelohnt haben. Ein steiniger Weg und ein abenteuerlicher Prozess hat ein Marketingkonzept entstehen lassen, das sogar seinen Platz im Maßnahmenkatalog des Nationalen Aktionsplans zur UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung gefunden hat.

### Kontakt

ANU Bayern c/o Ökoprojekt - MobilSpiel e.V. Welslerstr. 23 81373 München, Tel. (089) 7696025, Fax (089) 7693651, marion.loewenfeld@anu.de, www.umweltbildung.bayern.de (Bayern-

weite Projekte/Marketing)

Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz, Max Loy, Tel. 089/92143135,

maximilian.loy@stmugv.bayern.de, www.umweltbildung-in-bayern.de (hier unter Umweltbildung/Marketing auch Download des Bewerbungsbogens)

## 7. Fort- und Weiterbildungen

Datum/Ort Veranstaltung/Kontakt/Kosten



- 14. Mai**  
10-18 Uhr  
München-Pullach  
**Natur-Erlebnis-Ferien**  
Diese Fortbildung bietet Anregungen, praktische Tipps und erprobte Rezepte zur ökopädagogischen Gestaltung von Ferienfreizeiten für 8- bis 13jährige.  
Kontakt: Naturerlebniszentrum Burg Schwaneck, Burgweg 10, 82049 Pullach, Tel. 089/74414018, jubi@kjr-muenchen-land.de, www.burgschwaneck.de Kosten: € 20
- 16.- 18. Mai**  
Laufen  
**Boden, Fundament des Lebens**  
Hier werden neue Impulse für das Thema Boden gesetzt: Insbesondere Lehrkräfte aller Fachrichtungen und in der Erwachsenenbildung Tätige sind eingeladen, neue Einblicke in das Thema Boden mit seinen vielfältigen Funktionen zu erhalten.  
Kontakt: ANL, Seethalerstr. 6, 83410 Laufen, Tel. 08682/89630, Fax /896317, anmeldung@anl.bayern.de, www.anl.bayern.de Kosten: € 150, zzgl. Kost & Logis
- 16. – 17. Mai**  
München-Pullach  
**Jugendarbeit und Schule**  
Diese praxisnahe Fortbildung ermöglicht das methodische Handwerkzeug der Jugend- und Bildungsarbeit in Zusammenarbeit mit der Schule zu erweitern. Themenübergreifend wird an Konzepten für Maßnahmen an Schulen gearbeitet und wie Methoden der Jugendarbeit im schulischen Alltag eingesetzt werden können.  
Kontakt: Naturerlebniszentrum Burg Schwaneck, Burgweg 10, 82049 Pullach, Tel. 089/74414018, jubi@kjr-muenchen-land.de, www.burgschwaneck.de Kosten: € 120 inkl. Kost & Logis
- 20. Mai**  
10-18 Uhr  
Nürnberg  
**Internet und Umweltbildung**  
Ziel des Seminars ist es, den TeilnehmerInnen Kenntnisse über die Medienkompetenz von Kindern zu vermitteln und eine Einführung in ein CMS-Anwendungsprogramm zur Erstellung und Bearbeitung von Text- und Multimedia-Dokumenten zu geben. Das Seminar findet in der Nürnberger Akademie statt.  
Kontakt: Naturschutzjugend, Manja Ostermann, Herbert Rabius Str. 26, 53225 Bonn, Tel. 0228/4036192, Fax /4036201, manja.ostermann@naju.de kostenfrei

- 22. Mai**  
9.30 – 17 Uhr  
München  
**Spendenbriefe schreiben**  
Anhand konkreter Beispiele und praktischer Übungen werden die Grundsätze des erfolgreichen Spendenbriefschreibens geübt.  
IBPro, Einsteinstr. 173, 81677 München, Tel. 089/475061, Fax /4705920, info@ibpro, www.ibpro.de Kosten: € 110
- 22. – 24. Mai**  
Laufen  
**Naturerlebnis mit Kindern**  
In diesem Praxislehrgang werden viele Möglichkeiten der Naturerfahrung und des Naturerlebens mit Kindern vorgestellt und ausprobiert. Der Kurs richtet sich vor allem an MitarbeiterInnen von Kindertageseinrichtungen.  
Kontakt: ANL, Seethalerstr. 6, 83410 Laufen, Tel. 08682/89630, Fax /896317, anmeldung@anl.bayern.de, www.anl.bayern.de Kosten: € 150, zzgl. Kost & Logis
- 15. – 16. Juni**  
Ahrensburg  
**Umwelt wahrnehmen - Natur erleben**  
Anhand praktischer Beispiele werden Wahrnehmung und Störungen von Kindern erlebbar gemacht und die Besonderheiten des Lernens und Lehrens im Freien erkundet.  
Kontakt: Verein Jordsand, Bornkampsweg 35, 22926 Ahrensburg, Tel. 04102/32656, katharina.hocke@jordsand.de Kosten: € 90 zzgl. Kost & inkl. Logis
- Teil 1:**  
**19.-23. Juni**  
**Teil 2:**  
**11.–15. Sept.**  
Weidenhausen  
**Abenteuer sind machbar**  
In zwei Kurseinheiten werden Aktivitäten vorgestellt, die auch in heimischen Wäldern durchgeführt werden können, wie Biwaks, Abseilaktionen, Flussüberquerungen, Arbeit mit Karte und Kompass. Neben der Selbsterfahrung wird auch jeweils das notwendige Sicherheitspaket thematisiert.  
Kontakt: bsj, Biegenstr. 40, 350237 Marburg, Tel. 06421/685330, Fax /6853322, kontakt@bsj-marburg.de, www.bsj-marburg.de Kosten: € 455 inkl. Kost & Logis

## IMPRESSUM



Netzwerk UmweltBildung  
Herausgeber: Ökoprojekt - MobilSpiel e.V.  
Redaktion: Mareike Haupt  
Layout: Sibylle Christlein, Die Grafikwerkstatt  
Redaktion und Bezug:  
Ökoprojekt - MobilSpiel e.V.,  
Welserstr. 23  
81373 München



Tel. 089/7696025, Fax /7693651  
netzwerk@mobilspiel.de  
http://www.mobilspiel.de/Oekoprojekt/  
down.html#netz  
Kosten: € 3/Ausgabe, Abo: € 25 für  
10 Ausgaben/Jahr. **Abobestellung:**  
oekoprojekt@mobilspiel.de

**Das Abo kommt versandkostenfrei zu Ihnen!**

Netzwerk UmweltBildung wird finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz

