



# Netzwerk UmweltBildung

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

16. Jahrgang Oktober 2008

## 1. Aktuelles & Informationen

Liebe LeserInnen,  
am Donnerstag den 16. Oktober, findet am 17 bis 20 Uhr im Ökologischen Bildungszentrum, Engelschalkinger Str. 166 in München, das 20. Netzwerk-Treffen Umweltbildung statt. Dazu möchten wir Sie wieder gerne einladen! Thema ist der Milieuansatz: Wer sind unsere Kunden? Für wen bieten wir was an? Wer reagiert auf unsere Flyer und wen erreichen wir nie und warum? Mit dem Milieuansatz wird erklärt, welche Lebensstilgruppen es gibt, und wie man sie bewerben kann. Im bayerischen Marketingprojekt wurden diese Gruppen genauer betrachtet und die Ergebnisse sind phänomenal: Die Akteure der Umweltbildung/BNE können ca. 30% mehr Kunden ansprechen, wenn sie ihre Angebote milieuspezifisch ausrichten. Anja Theßenvitz von der Firma THESSEN-VITZ MARKETING stellt die unterschiedlichen Milieus vor, zeigt ihre Erreichbarkeit

für die Umweltbildung und geht speziell auf MigrantInnen ein. Im Anschluss daran beschreibt Dagmar Blacha von der LBV-Umweltstation Altmühlsee die praktische Umsetzung des Milieuansatzes anhand eines Projektes im Rahmen der Kampagne WasSerleben. Die Teilnahme ist kostenfrei. Kontakt: Ökoprojekt – MobilSpiel e.V., s. Impressum

### Vielfaltentdecker gesucht!

Der DBU-Ideenwettbewerb „Entdecke die Vielfalt der Natur!“ geht in seinem ersten Jahr in die Schlussoffensive! Jugendliche zwischen 10 und 14 Jahren können sich noch bis zum 19. Oktober mit Aktionen zur biologischen Vielfalt bei der Deutschen Bundesstiftung Umwelt bewerben. Unkonventionelle Herangehensweisen sind dabei ausdrücklich erwünscht. Von naturwissenschaftlich bis künstlerisch - gesucht werden kreative Ideen! WettbewerbsteilnehmerInnen produzieren zum Beispiel



gene Podcasts zum Erhalt der biologischen Vielfalt, schaffen Lebensräume für Insekten und Kleinsäuger oder erforschen Geräusche, die die umgebende Natur macht. Die GewinnerInnen jeder Kategorie erhalten 3.000. Zusätzlich vergibt die Jury Sonderpreise wie eine Klassenfahrt, einen Abenteuertag mit dem Polarforscher Arved Fuchs oder ein Zusammentreffen mit dem Astronauten Hans Schlegel. Kontakt: Zentrum für Umweltkommunikation, Vera Pfister, An der Bornau 2, 49090 Osnabrück, Tel. 0541/9633932, v.pfister@dbu.de, www.entdecke-die-vielfalt-der-natur.de

### Mach was!

Die Bundeszentrale für politische Bildung unterstützt das gesellschaftliche Engagement von Jugendlichen mit bis zu € 1.000. Jugendliche bis 21 Jahre, die eine Projektidee im Bereich gesellschaftliches Engagement haben, können ab sofort und laufend bis Ende 2008 Anträge für eine Förderung stellen. Das Projekt muss bis März 2009 abgewickelt sein. Die geförderten Projekte werden gleichzeitig durch ein Praxislabor (www.du-machst.de) unterstützt. Kontakt: Bundeszentrale für politische Bildung, Svetlana Alenitskaya, Adenauerallee 86, 53113 Bonn, Tel. 0228/99515509, svetlana.alenitskaya@bpb.bund.de, www.bpb.de

### Kultur bildet Stadt

Am 23. und 24. Oktober findet im Gastig in München das Forum „Kultur bildet Stadt“ mit einer großen Informations- und Kommunikationsplattform aus rund 80 Infoständen, mit 60 Projektvorstellungen und Präsentationen sowie rund 30 Plenums- und Themenforen zu aktuellen Stich-

worten der kulturellen Bildung statt. Die Forumsmodule sind ein Infomarkt und Kontaktbörse für LehrerInnen, KulturvermittlerInnen, Eltern und PolitikerInnen, Präsentationen aus der Praxis und Projekte sowie eine Fachtagung mit Informationen und Diskussionen zu aktuellen Themen zur kulturellen Bildung. Nur für die Fachtagung ist eine Anmeldung erforderlich. Weitere Informationen und das ausführliche Programm finden sich auf den Internetseiten. Kontakt: PA/Spielkultur, Leopoldstr. 61, 80802 München, Tel. 089/2609208, info@spielkultur.de, www.kultur-bildet-stadt.de

## 2. Dekade-Nachrichten

### Neue Dekade-Projekte ausgezeichnet

Bei der 14. Internationalen Sommerakademie der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) in Ostritz/St. Marienthal wurden im Juli 25 Offizielle Dekade-Projekte und zwei Kommunen vom deutschen Dekade-Nationalkomitee ausgezeichnet. Seit Beginn der UN-Dekade sind nun bereits 665 Projekte mit der Auszeichnung geehrt worden. Aus Bayern waren in dieser Runde die Umweltstation Waldsassen mit dem Projekt „Wasser in den Weltreligionen“, die Umweltstation „Natur- und Umweltgarten Reichelshof“ mit dem Projekt „Allianz Zukunft Blauer Planet“ und der Nationalpark Bayerischer Wald mit dem Projekt „Mensch und Wildnis“ dabei und dürfen sich nun 2 Jahre mit dem Dekade-Logo schmücken. Infos: www.dekade.org/datenbank



## I N H A L T

- 1. Aktuelles & Informationen
- 2. Dekade-Nachrichten
- 3. BenE München
- 4. Materialien
- 5. Online entdeckt
- 6. Literatur
- 8. Fort- und Weiterbildungen

## 7. THEMA

### Chancen mit Risiken und Nebenwirkungen

Vom Bürgerlichen Engagement der Unternehmen kann die Umweltbildung/BNE profitieren



### Einsendeschluss für Dekade-Projekte

Der nächste Einsendeschluss für die Auszeichnung zum Offiziellen Dekade-Projekt 2009/10 ist der 1. November. Bewerbungsunterlagen finden sich auf der Portalseite. Diese werden dann auf der Bildungsmesse didacta im Februar 2009 ausgezeichnet. Infos: [www.bne-portal.de](http://www.bne-portal.de)

### Die Naturindianer sind Dekade-Projekt

Das Feriencamp Naturindianer München ist mit seinem Angebot „Auf nachhaltigen Pfaden um's Indianer-Tipi“ als Offizielles Projekt der Dekade 2008/09 ausgezeichnet worden. Ziel des Feriencamps ist die Integration von BNE in ein Ganztagesbetreuungsangebot für Grundschulkindern im Münchener Ferienprogramm. In der Werkstatt zur Nachhaltigkeit rund um das originale Indianer-Tipi bieten sich den Kindern Erlebnisse in und mit der Natur, die ihnen Verantwortung und Bewusstsein für zukunftsfähige Lebensstile und nachhaltige Konsummuster vermitteln. Bewusst wird hier auf Strom und fließendes Wasser verzichtet. Durch den Aufenthalt in freier Natur durchleben die Kinder Lernprozesse und entwickeln eigene Strategien, um sich spielerisch und selbstständig eigene Sichtweisen zu den Themen wie zukunftsorientierte Ernährung, Ressourcenschutz, Reflexion kultureller Leitbilder und Artenvielfalt anzueignen. Verhaltensvorgaben und „besserwisserische“ Ratschläge werden vermieden. Ziel ist es, den Kindern durch eigene Erfahrungen und Erlebnisse in entspannter Atmosphäre Lernprozesse zu eröffnen und den eigenen Lebensstil kritisch zu hinterfragen. Inzwischen bieten die Naturindianer neben den Feriencamps weitere Veranstaltungen, wie Nauterlebensgeburtstage, Naturerlebnistage für Kin-

dergartenkinder und einige Angebot für Erwachsene an.

Kontakt: Naturindianer München, Olly Fritsch, Kellerstr. 41, 81667 München, Tel. 089/12304308, [olly@naturindianer.de](mailto:olly@naturindianer.de), [www.naturindianer.de](http://www.naturindianer.de)

## 3. BenE

### 2. Münchner Klimaherbst ist BenE-Leuchtturmprojekt

Vom 9. Oktober bis

10. November veranstalten die Münchner Volkshochschule

und das Ökologische Bildungszentrum mit zahlreichen PartnerInnen aus Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Zivilgesellschaft einen Aktionsmonat zum Thema Zukunft Wasser. Der heuer zum 2. Mal stattfindende Münchner Klimaherbst ist zum BenE-Leuchtturmprojekt gewählt worden. Zahlreiche Veranstaltungen laden dazu ein, die Ressource Wasser nicht als selbstverständlich anzusehen und einen achtsamen Umgang mit unseren Lebensgrundlagen zu pflegen. Neben Diskussionsveranstaltungen, Kunstinstallationen, Lesungen und Bildungsprojekten bieten eine Vielzahl von Führungen zudem die Möglichkeit, die unterschiedlichen Wege des Münchner Trink- und Nutzwassers selbst zu erkunden: beim Aufstieg zum Silvenstein-Speicher, dem Abstieg ins Münchner Kanalnetz oder von Brücke zu Brücke mit dem neuen Isarplan. Kinder werden unter dem Motto „Wasser, Wolken, Wetterfrosch“ zu Klimaexperten. Das ausführliche Programm kann angefordert oder im Internet eingesehen werden.

Kontakt: MVHS im ÖBZ, Engelschalkinger Str. 166, München, Tel. 089/93948962, [jonas.bergmiller@mvhs.de](mailto:jonas.bergmiller@mvhs.de),



[www.mvhs.de/klimaherbst](http://www.mvhs.de/klimaherbst)

## 4. Materialien

### Filmbegleitmaterial „Über Wasser“

Seit Juni läuft der Film „Über Wasser“ von Udo Maurer in den deutschen Kinos. Der Regisseur hat sich auf den Spuren dieses Elements auf eine Weltreise begeben. Herausgekommen ist der Dokumentarfilm, der von der existenziellen Bedeutung des Wassers für die Menschheit erzählt. Im Mittelpunkt stehen Menschen in Bangladesch, Kasachstan und Kenia. Anhand ihrer persönlichen Geschichten wird deutlich, dass das Vorhandensein von Wasser als unsere natürliche Lebensgrundlage immer mehr von seiner Selbstverständlichkeit verliert. Zum Dokumentarfilm ist nun ein Schülerheft erschienen. Das Unterrichtsmaterial kann fächerübergreifend eingesetzt werden und bietet umfangreiche Informationen zu Klima, Umweltbedingungen und den sozialen Strukturen der im Film thematisierten Länder.

„Über Wasser“, Unterrichtsmaterial, 31 S., kostenloser Download:

[www.ueber-wasser.de/?rubrik=schule](http://www.ueber-wasser.de/?rubrik=schule)

### Materialkiste: Schokobox

Die von Fair Trade neu entwickelte Materialkiste hat zum Ziel, die Kinder über den Kakaoanbau, die Ernte, die Schokoladenherstellung und den Fairen Handel zu informieren. Das Paket, das umfangreiche Informationen, Unterrichtsvorschläge, Methoden und Materialien zum Thema enthält, lädt sowohl zum schulischen als auch zum außerschulischen Einsatz ein: Am Beispiel von zwei Kakao-Kooperativen des Fairen Handels aus den Ländern Elfenbeinküste und Bolivien erfahren die Kinder und Jugendlichen alles über den

Kakaoanbau, die Ernte, die Schokoladenherstellung und den Fairen Handel. Mit dem Brettspiel „Schoko-Detektive“ kommen sie dem Weg der Schokolade vom Bauern bis zur fertigen Tafel auf die Spur und der lustige Comic mit den beiden Brillenbären Bruno und Alberto zeigt ihnen mit viel Spaß und Spannung, wie der Faire Handel funktioniert.

Schokobox, Inhalt: ein Praxishandbuch, eine CD-Rom, ein Spiel sowie einen Klassensatz von Comics, geeignet für 8-12jährige, € 15, Bezug: GEPA-The Fair Trade Company, Postfach 260147, 42243 Wuppertal, 0202/2668314, [zba@gepa.org](mailto:zba@gepa.org), [www.gepa.org](http://www.gepa.org)

## 5. Online entdeckt

### <http://support-edu.org>

Support - Partnerschaft und Partizipation für eine nachhaltige Zukunft unterstützt weltweit die Zusammenarbeit von Schulen, Kommunen/Gemeinden und Forschungseinrichtungen in der Qualitätsentwicklung der BNE. Dazu steht eine eigens für das Projekt entwickelte Internetplattform als Arbeitsinstrument zur Verfügung.

### [www.buergergesellschaft.de/praxishilfen](http://www.buergergesellschaft.de/praxishilfen)

Die Stiftung Mitarbeit gibt auf ihrer Internetseite Praxishilfen zum bürgerschaftlichen Engagement und zur Bürgerbeteiligung an die Hand: Von der Arbeit im Verein, über Fundraising bis Stiftungen ist viel Nützliches dabei.

### [www.frieden-fragen.de](http://www.frieden-fragen.de)

Das vom Institut für Friedenspädagogik Tübingen entwickelte Online-Portal greift das Bedürfnis von Kindern nach Informationen zum Themenbereich „Krieg und

Frieden“ auf, ermutigt zum Formulieren eigener Fragen, bietet ein Forum zum Meinungsaustausch und öffnet mit Unterstützung von Kinderreportern in anderen Weltregionen den Blick über die Grenzen. Neben dem Kinderbereich gibt es einen speziellen Bereich für Eltern und ErzieherInnen mit Informationen und Hinweisen zum Umgang mit dem Thema.

## 6. Literatur

**Alexander Gregory, Peter Lindlacher (Hrsg.): Stiftungen nutzen - Stiftungen gründen. AG SPAK Ratgeber, Band 38, München 2008, 4. Aufl., 200 S., € 22, ISBN 978-930830-27-5**

Dass die Stiftungslandschaft in Deutschland blüht, liegt auch daran, dass erhöhte steuerliche Anreize dazu führen, dass neu gegründeten oder schon bestehenden Stiftungen größere Summen zufließen. Die AutorInnen zeigen Schritt für Schritt auf, wie Projekte von Stiftungen Unterstützung erlangen können. Ebenfalls wird beschrieben, wie sich eine Stiftung für ein eigenes Anliegen gründen lässt. Daneben nehmen die AutorInnen Stellung zur Reform des Stiftungsrechts und beschreiben die Vor- und Nachteile verschiedener Modelle für Stiftungen. Die Errichtung, Anerkennung und Verwaltung, sowie die Gemeinnützigkeit einer Stiftung werden praktisch erläutert. Hinweise auf Adressen, Literatur, Stiftungsverzeichnisse und Datenbanken helfen, sich in der Stiftungslandschaft zu orientieren.

**Karl-Heinz Bittl, Dana Moree: Wertekiste. Transkulturelles Lernen mit Werten. Fränk. Bildungswerk für Friedensarbeit, Nürnberg 2008, 218 S., € 10, Bestellung nur über den Herausgeber: FBF,**

**Hessestr. 4, 90443 Nürnberg, Tel. 0911/288500, [fbf.nuernberg@t-online.de](mailto:fbf.nuernberg@t-online.de), [www.fbf-nuernberg.de](http://www.fbf-nuernberg.de)**

Was sind Werte und wie kommen Menschen überhaupt zu Werten? Welche Rolle spielen Werte in einer zwischenmenschlichen Beziehung? Die AutorInnen erklären in einem dialogischen Stil Ansätze für das Verständnis von Werten. Sie stellen fest, dass Werte gebunden sind an Bedürfnisse. Z.B. ist Anerkennung an den Wert „Ehre“ gebunden; Liebe korrespondiert mit Würde, etc. Dabei rechtfertigt die Kultur im transkulturellen Verständnis mit den Bezugssystemen wie Familie, Stadt-Land, Geschlecht, Beruf etc., die Bedeutung von Werten. Die AutorInnen haben diesen schwierigen Stoff mit vielen praktischen Beispielen in einen pädagogischen und sozialpsychologischen Bezug gebracht - das Buch liest sich fast wie ein spannender Roman. Dabei spielen entwicklungspsychologische Themen eine ebenso große Rolle, wie die Frage der pädagogischen Umsetzung in Grundschule und Hort. Über 100 Übungen erleichtern Erziehenden, Kindern Zugang zum Thema zu ermöglichen.

## 7. Thema

### Chancen mit Risiken und Nebenwirkungen

**Vom Bürgerlichen Engagement der Unternehmen kann die Umweltbildung/ BNE profitieren**

Unternehmen werden zunehmend daran gemessen, ob sie sich über die gesetzlichen Vorgaben hinaus sozial und ökologisch korrekt verhalten: Wie ist ihre Personalpolitik? Werden die Menschenrechte

in den Produktionsprozessen eingehalten und die Umwelt geschont? Übernimmt das Unternehmen Verantwortung am Standort oder bei gezielten sozialen oder ökologischen Projekten?

So ist die so genannte Corporate Social Responsibility (CSR) heutzutage eine strategisch bedeutsame Aufgabe der Unternehmenspolitik. Die Europäische Kommission hat CSR in ihrem Grünbuch von 2001 als ein Konzept „das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und ihre Wechselbeziehung mit den Stakeholdern zu integrieren“ definiert (vgl. BMU, S. 6). CSR steht also für verantwortliches unternehmerisches Handeln in Umwelt- und Sozialbelangen und ist zentraler Bestandteil einer nachhaltigen Unternehmensführung.

Handlungsfelder finden sich in allen unternehmerischen Bereichen:

- beim Umweltschutz sowohl innerbetrieblich als auch in der Zulieferkette;
- bei den menschenwürdigen Arbeitsbedingungen, Wahrung der Mitarbeiterinteressen und sozialem Engagement sowohl im Betrieb als auch in der Zulieferkette;
- bei der integrierten Produktpolitik, also den Umweltauswirkungen eines Produktes in sämtlichen Lebensphasen des Produktes von der Entwicklung über die Gewinnung der Rohstoffe bis zur Entsorgung und beim Verbraucherschutz.

Über das Kerngeschäft hinaus gehört auch das Engagement der Unternehmen in ihrem Umfeld, wie beispielsweise Lobbyarbeit, Beteiligung an lokalen Prozessen und das bürgerschaftliche Engagement (Corporate Citizenship), wie Spenden, Sponsoring, Stiftungen, Freistellung von Mitar-

beitern (Corporate Volunteering) etc., zum CSR.

Unternehmen, die einen freiwilligen Beitrag zum Umweltschutz, zum Wohlergehen ihrer MitarbeiterInnen sowie zur nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft leisten, begegnen damit aber nicht nur den Erwartungen ihrer Anspruchsgruppen. Sie tun dies auch, um sich fit für die Zukunft zu machen: beispielsweise durch innovative, wirtschaftlich tragfähige und vorsorgende Lösungen zur Verbesserung des Umweltschutzes und der Arbeitsbedingungen, können sie sich langfristig Wettbewerbsvorteile erschließen, die Akzeptanz in der Bevölkerung stärken und somit den Bestand des Unternehmens für die Zukunft sichern.

### Wer hat's erfunden?

Auf Beispiele für Unternehmen, die sich freiwillig sozial oder im Umweltschutz engagieren, stößt man beinahe täglich in der Presse und in der Werbung. Denn mit freiwilligem Engagement lässt sich in der Öffentlichkeit auch effektiv Werbung betreiben. So wirbt ein sympathischer Claus Hipp damit, dass seine Baby-Nahrung einem eigenen Bio-Siegel unterworfen ist, das weitaus strenger ist, als die gesetzlichen Vorgaben erfordern. Des Weiteren kann er sich regelmäßige Mitarbeiterschulungen, eine Bio-Kantine, ein klimafreundliches Werk (u.a. durch den Bezug von „grünem Strom“) sowie ein regionales Umweltprogramm auf die Fahne schreiben.

Die Firma Iglo wirbt damit, dass der Seelachs für die berühmten Fischstäbchen aus nachhaltig bewirtschafteten Beständen stammt. Hierfür hat der Konzern Unilever, dem damals noch Iglo unterstand, gemeinsam mit der Umweltschutzorgani-

sation WWF 1997 den Marine Stewardship Council (MSC) ins Leben gerufen. Der MSC vergibt ein Umweltsiegel, das für Fische und Fischprodukte vergeben wird, die aus nachhaltig bewirtschafteten Beständen stammen.

Auch die Schweizer haben ein bekanntes Unternehmen, das CSR in seine Unternehmenspolitik integriert: Die Firma Ricola sichert ihren gesamten Kräuterbedarf durch langfristige Verträge mit Schweizer Bergbauern. Die Abnahme der Bio-Kräuter durch den Hersteller ist für rund 200 Bergbauern die wirtschaftliche Basis, um in der ertragschwachen Region überleben zu können. Beispiele für solche Firmen, die sich über ihre gesetzlichen Verpflichtungen hinaus engagieren, gibt es heute schon viele, insbesondere solche, von denen der Verbraucher es schon erwartet, wie Rapunzel oder BIONADE.

### **BIONADE „pflanzt Trinkwasser“**

Viele der Unternehmen, die sich CSR auf die Fahne schreiben, engagieren sich nicht nur in ihrem Kerngeschäft für ihre Mitmenschen und die Umwelt. BIONADE beispielsweise zeigt auch bürgerschaftliches Engagement, etwa indem es den Verein „Trinkwasserwald“ bei seiner bundesweiten Kampagne „Wir pflanzen Trinkwasser!“ unterstützt. Durch den Umbau bestehender Nadelwald-Monokulturen in Laub- und Mischwäldern soll eine Trinkwassersicherung und -vermehrung erzielt werden. Dabei möchte der Verein durch die Beteiligung etwa von Schulklassen an regionalen Pflanzprojekten auch das Bewusstsein in der Bevölkerung für das Thema schärfen. Beim Kampagnen-Auftakt im April 2008 in Berlin pflanzten 150 SchülerInnen mit finanzieller Unterstützung von BIONADE

den ersten Trinkwasserwald aus Laubbäumen. Insgesamt sollen rund 20 Hektar Trinkwasserwälder in der Bundeshauptstadt geschaffen werden. Ähnliche Pflanzaktionen sollen in den nächsten Jahren u. a. mit Unterstützung des Öko-Limonade-Herstellers in allen Bundesländern durchgeführt werden.

### **Banken-Mitarbeiter legen Hand an**

Eine besondere Art des Firmenengagements außerhalb des Kerngeschäftes bewiesen in diesem Sommer die Deutsche Bank sowie die HypoVereinsbank auf dem Gelände des Ökologischen Bildungszentrums in München. Hier planten und errichteten die MitarbeiterInnen der Deutschen Bank in Eigeninitiative ein Spielhaus, das sie im Herbst in einer gemeinsamen Aktion mit Kindergartenkindern einweihen werden. MitarbeiterInnen der HypoVereinsbank widmeten ihre Freizeit, um den Eingang und Ausgang eines Spieltunnels auf dem Naturspielplatz des ÖBZ-Geländes ansprechender zu gestalten. Vorausgegangen war eine Aktion mit Schulklassen, die Ideen dazu lieferten, wie der Tunnel umgestaltet werden könnte: Die Kinder wünschten sich einen Löwenkopf am Tunneleingang und das dazugehörige Hinterteil mit Schwanz am Tunnelausgang. Mit fachlicher Unterstützung modellierten die MitarbeiterInnen der Bank in einer Gemeinschaftsaktion den Löwen, den sie ebenfalls im Herbst bei einer kleinen Feier mit den Kindern einweihen möchten.

Das relativ neue Instrument des sogenannten Corporate Volunteering als Teil des bürgerschaftlichen Engagements beinhaltet einerseits, dass ein Unternehmen seine MitarbeiterInnen im Rahmen von gemeinschaftlichen Aktionen für gemein-

nützige Zwecke freistellt. Andererseits wird das bereits bestehende freiwillige Engagement von MitarbeiterInnen gefördert. Dies unterstütze ihre Bank auch, bestätigt Irina Detlefsen, CSR Management HypoVereinsbank. Eine Aktion wie die im ÖBZ könne, nach Detlefsen, auch als Teamingprozess der MitarbeiterInnen verstanden werden. „Man lernt bei einer solchen Aktion und tut gleichzeitig etwas Gutes. Eine klassische Win-Win Situation.“

### **Chancen und Risiken für die Umweltbildung**

Für die Umweltbildung bedeutet das Engagement von Wirtschaftsunternehmen im Bereich CSR eine große Chance. Ziel der Umweltbildung ist es, mit einem umfassenden Angebot in der breiten Öffentlichkeit Bewusstsein für eine nachhaltige Nutzung der Umwelt zu schaffen und sie zu einem aktiven Leben im Sinne nachhaltiger Entwicklung zu motivieren. Die Umweltbildung ist zwar Aufgabe des Staates und es liegt in seiner Verantwortung sie zu finanzieren. Die staatliche Unterstützung reicht dazu aber bei weitem nicht aus, zumal die Umweltbildung bundesweit immer wieder von finanziellen Kürzungen betroffen ist. So braucht sie PartnerInnen zur Unterstützung. Der Trend von Unternehmen zu CSR könnte daher eine Ergänzung zu den öffentlichen Mitteln sein.

Wie sollte jedoch eine solche Zusammenarbeit aussehen und wo liegen die Grenzen? Was ist zum Beispiel zu tun, wenn das Image des Financiers nicht mit dem der gesponserten Einrichtung in Einklang ist? Ein solcher Fall lässt derzeit die Gemüter in der deutschen Umweltbildungslandschaft hoch kochen: Die Bundes-ANU plant, angestoßen vom Verein NaturGut

Ophoven, ein bundesweites Weiterbildungsprogramm für 4.000 ErzieherInnen zur Bildung für nachhaltige Entwicklung in Kindergärten, das von E.ON finanziell im Rahmen einer Wirtschaftskooperation gefördert wird. Mit dem Projekt betritt sowohl die Bundes-ANU als auch E.ON Neuland, nicht nur wegen der in der Umweltbildung noch nie erreichten Größenordnung von 27 Millionen Euro, die für den konzeptionellen, personellen und strukturellen Aufbau und die Durchführung des groß angelegten Projektes zur Verfügung gestellt werden sollen. Das Ziel ist, zehn Prozent aller deutschen Kindergärten bis 2012 mit der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen. Die Verantwortung für das pädagogische Konzept und deren Umsetzung soll dabei ausschließlich bei den Bildungsexperten der Bundes-ANU liegen. Jede Form der Werbung und des Marketings soll E.ON direkt oder im Zusammenhang mit dem Projekt bei den Schulungen und in den Kindergärten vertraglich untersagt werden. Die Bundes-ANU wird eine gemeinnützige GmbH gründen, deren künftige/r GeschäftsführerIn das Projekt managen wird. Der ANU-Bundesverband wird mit seinem Vorstand genauso ehrenamtlich weiterarbeiten, wie bisher und über einen Beirat das Projekt begleiten. Unterstützt und evaluiert werden soll das Projekt durch eine renommierte Universität. Dennoch gibt es viele Zweifel an dieser Partnerschaft. KritikerInnen, auch aus den eigenen Reihen, befürchten u.a. ein „Greenwashing“ von E.ON sowie die Käuflichkeit der Umweltbildung und einen Glaubwürdigkeitsverlust für die Umweltverbände.

„... der Dialog und auch die Kooperation zwischen Management und Stakeholdern sind nur dann dauerhaft sinnvoll, wenn sich beide Seiten ihrer - sehr unterschiedlichen - Rollen bewusst bleiben. Dann muss es eine NGO auch verstehen, in einer Sache mit dem Unternehmen vertrauensvoll zusammenzuarbeiten, dieses aber gegebenenfalls trotzdem auf einem anderen Gebiet öffentlich zu kritisieren. Das Unternehmen muss das aushalten können und darf sich nicht beleidigt und betrogen fühlen.“

Aus: David zu Gast bei Goliath von Heike Leitschuh-Fecht, in: Altner et al (Hrsg.): Jahrbuch Ökologie 2007

### Transparenz und Dialog als oberstes Gebot

Der Vorstand der Bundes-ANU tritt den KritikerInnen offen entgegen. Schon sehr frühzeitig wurden die Projektidee und die Bedingungen der Partnerschaft mit vielen Organisationen, Verbänden und Personen diskutiert. Bei der Mitgliederversammlung 2007 beschlossen die Mitglieder der Bundes-ANU einer Zusammenarbeit mit der Wirtschaft grundsätzlich positiv entgegen zu treten und in diesem Sinne mit E.ON weiter zu verhandeln. Dazu wurden auch Richtlinien für Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen beschlossen ([www.umweltbildung.de/was\\_ist\\_die\\_anu.html](http://www.umweltbildung.de/was_ist_die_anu.html)). Jede Organisation muss ihre eigene Richtung finden und ist vor allem ihren Mitgliedern gegenüber verantwortlich – damit ist es ein demokratischer Prozess. Sich auf ein Projekt mit einem Energiekonzern in der Größenordnung wie E.ON einzulassen, der in seinen Geschäftsprozessen als wenig nachhaltig gilt und Nachholbedarf im Nachhaltigkeitsmanagement aufweist, erfordert jedoch eine große Portion Mut. Mut, um sich kritisch mit diesem Großkonzern auseinander zu setzen, die eigene Rolle zu klären, Grenzen abzustecken und das konkrete Projekt klar abzugrenzen. Mut, um einen gefassten Beschluss auch

gegen Kritik von außen und innen umzusetzen, sich aktiv damit auseinander zu setzen und neue Lösungen zu finden.

Aber neben der Möglichkeit, ein innovatives bundesweites Projekt zur Bildung für nachhaltige Entwicklung durch gesicherte Finanzen zum Erfolg zu führen, wofür es keine staatliche Finanzierung gibt, hat die ANU hier auch die Chance, auf einen in Umweltfragen eher sorglosen Partner Einfluss zu nehmen und eventuell auf die Spur zu einer stärkeren Nachhaltigkeitsorientierung zu bringen.

### Kein Gutmenschentum der Unternehmen

Dass WirtschaftspartnerInnen wie E.ON ihre soziale und ökologische Verantwortung nicht aus einem plötzlich gewachsenen „Gutmenschentum“ heraus wahrnehmen, sollte dabei klar sein. Der Zweck von Unternehmen ist, Gewinne zu erwirtschaften. Auch das CSR ist aus einer einfachen ökonomischen Grundmotivation entstanden: Unternehmen sind in ständigem Austausch mit ihren so genannten „Stakeholdern“ (z.B. Kunden, Lieferanten, Anwohnern) tätig. Sie beschäftigen MitarbeiterInnen und benötigen Nachwuchs. Sie nutzen die natürlichen Ressourcen und ihre Produkte beeinflussen die Um-

welt. Diese Vielfältigen Verflechtungen sind durch die Globalisierung noch komplexer geworden. So sind soziale und ökologische Aspekte quasi zu ökonomischen Faktoren geworden: Gut ausgebildete MitarbeiterInnen werden knapp, Kunden wünschen keine Produkte mehr aus Kinderarbeit, Energie wird teuer und Bio-Lebensmittel bieten neue Marktchancen (vgl. Steinbach, S. 20). Nachhaltiges Wirtschaften habe einen direkten Einfluss auf den Geschäftserfolg des Unternehmens. Das bestätigt auch Irina Detlefsen.

### Die Zeichen der Zeit nutzen!

Die Zeichen der Zeit bedacht zu nutzen, heißt es hier für beide Seiten. Die Partnerschaft auf Augenhöhe bedeutet für beide Parteien in der Regel ein hohes Maß an Lernerfahrung (vgl. Steinbach, S. 20). Sich aktiv mit der internen und externen Wirkung der Zusammenarbeit auseinander zu setzen, sich eventuelle Schwachstellen in Strukturen und Prozessen einzugestehen und Lösungen zu suchen, sind Aufgaben, denen sich die PartnerInnen stellen müssen. Voraussetzung für einen erfolgreichen Verlauf von Partnerschaften sind daher klare Vereinbarungen. In diesen sollten die Partner Ziele und Leistungen unmissverständlich festlegen. So könnten sich gute „Gewinnaussichten“ sowohl für das

Unternehmen als auch für die Organisation ergeben.

### Kontakt:

Irina Detlefsen, Abteilungsdirektorin CSR Management, HypoVereinsbank, Sederanger 4, 80538 München, Tel. 089/37821860, [irina.detlefsen@unicreditgroup.de](mailto:irina.detlefsen@unicreditgroup.de), [www.hvb.de/CSR](http://www.hvb.de/CSR)

Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung - Bundesverband (ANU), Annette Dieckmann, Philipp-August-Schleißner-Weg 2, 63452 Hanau, Tel. 06181/1804778, [bundesverband@anu.de](mailto:bundesverband@anu.de), [www.umweltbildung.de](http://www.umweltbildung.de)

### Literatur/Material

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU): Corporate Social Responsibility. Eine Orientierung aus Umweltsicht, März 2006, DIN A4, 14 S., kostenfreier Bezug: BMU, Öffentlichkeitsarbeit, 11055 Berlin, [service@bmu.bund.de](mailto:service@bmu.bund.de), [www.bmu.de](http://www.bmu.de)

Anke Steinbach: Unternehmen als Lückenfüller des Staates? Magazin Eins, Okt. 2006, kostenloses Download: [www.steinbachstrategien.de/index.php?s=von](http://www.steinbachstrategien.de/index.php?s=von)

## 8. Fort- und Weiterbildungen

Datum/Ort      Veranstaltung/Kontakt/Kosten

### 7. Okt.

10 - 17 Uhr  
München

### „An Herausforderungen wachsen“

Erlebnispädagogische Spiele bieten vielfältige Möglichkeiten in der Umweltbildung/BNE. Anhand thematisch aufeinander aufbauender Übungssequenzen erleben die TeilnehmerInnen das pädagogische Potential von handlungs- und erlebnisorientierten Spielen und lernen, diese in ihr Angebot zu integrieren. Sie beschäftigen sich mit dem Transfer



auf Alltagskompetenzen und können ihre Fragen zum Umgang mit Konflikten in Gruppen einbringen.

Kontakt: Ökoprojekt - MobilSpiel, s. Impressum

Kosten: € 80, inkl. Kost

Infoabend:

**8. Okt.**

19 - 22 Uhr

Ausbildung

**14. Nov. -**

**Sept. 2009**

München

### **Wildnispädagogikausbildung**

Die Ausbildung in sechs Blöcken soll den TeilnehmerInnen das Handwerkszeug für eine ganzheitliche und nachwirkende Umweltbildung weitergeben. Sie erweitern ihr Repertoire für ein praxisorientiertes Arbeiten mit allen Altersgruppen. Die pädagogische Grundlage bildet das „Art of Mentoring“, eine an die Lehrweise der Urvölker angelehnte Lernweise. Kernelemente sind z.B. Wahrnehmungsübungen, Wildnisfertigkeiten oder praktiziertes Gemeinschaftsleben. Ein selbst organisiertes Praktikum und eine Abschlussarbeit unterstützen den Transfer in die Praxis. Ein Infoabend findet im Ökologischen Bildungszentrum in München statt.

Kontakt: Kinder der Erde, Siedlerstraße 5, 86911 Diessen, Tel. 08807/928637, BarbaraDeubzer@kinder-der-erde.de, www.kinder-der-erde.de

Kosten: € 1.460, zzgl. Kost & Logis

**20. - 22. Okt.**

Tutzing

### **Der Zukunft das Wasser reichen**

Die Bundes-ANU lädt gemeinsam mit der ANU Bayern und der Ev. Akademie Tutzing zu einer Fachtagung zum Thema Wasser und BNE ein. Zwei Diskussionsstränge, nämlich Wasser als kulturelles und Wasser als materielles Gut, ziehen sich durch die Tagung. In Vorträgen wird das Thema sowohl unter ethischen und ästhetischen als auch unter gesellschaftspolitischen und wirtschaftlichen Aspekten beleuchtet. Praxisorientierte Workshops laden zum Mitmachen ein. Ein „Markt der Möglichkeiten“ zeigt eine informative Zusammenschau von Good-Practice-Beispielen.

Kontakt: Ev. Akademie Tutzing, Doris Brosch, Schlossstr. 2+4, 82327 Tutzing, Tel. 08158/251125, info@ev-akademie-tutzing.de,

www.umweltbildung-in-bayern.de,

Kosten: € 50, erm. € 25

**24. - 26. Okt.**

Villigst

### **Eine Industriegesellschaft im Klimawandel**

Die Tagung soll einen Auftakt zur Debatte über die neue Studie "Zukunftsfähiges Deutschland in einer globalisierten Welt" des Wuppertal-Instituts bilden. Herausgeber der Studie, die am 14. Oktober erscheinen wird, sind der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND), der Evangelische Entwicklungsdienst (EED) sowie Brot für die Welt. Mit dem Schwerpunkt auf Klimaschutz und Entwicklungszusammenarbeit wird Dr. Wolfgang Sachs, Projektleiter der Studie, gemeinsam mit den Herausgebern die Intention, Inhalte, Ergebnisse und Thesen vorstellen. Die Schlussfolgerungen der Studie werden mit Verantwortlichen aus Kirche, Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft sowie den TeilnehmerInnen diskutiert.

Kontakt: Institut für Kirche und Gesellschaft, Haus Villigst, Iserlohner Str. 25, 58239 Schwerte, Tel. 02304/755-325, u.pietsch@kircheundgesellschaft.de  
www.kircheundgesellschaft.de/veranstaltungen

Kosten: € 15,00 €, erm. 7,50 €, zzgl. Kost & Logis

**6. - 9. Nov**

Bonn

### **Verhaltensstörungen und Umweltbildung**

Mittlerweile zeigen ca. 20 % aller Kinder und Jugendlichen Verhaltensauffälligkeiten wie Ängste, Aufmerksamkeitsstörungen oder aggressives Verhalten. So gibt es in fast jeder Gruppe Teilnehmende, deren „unnormales“ Benehmen hohe Anforderungen an die Leitungskompetenz von UmweltbildnerInnen stellt. In diesem Seminar lernen die TeilnehmerInnen anhand vieler praktischer Übungen mit solchen Störungen umzugehen und erlangen dadurch mehr Sicherheit bei der Anleitung von Gruppen. Veranstaltungsort ist die Jugendherberge Bonn.

Kontakt: CreNatur, Zur Schweizer Höhe 9, 53783 Eitorf, Tel. 02243/843446, www.crenatur.de, info@crenatur.de

Kosten: € 418 inkl. Kost & Logis

**15. Nov.**

Benedikt-

beuern

### **Von Flugkünstlern und Techniküftlern**

Das naturwissenschaftliche Forschen und Experimentieren ist in Kindertageseinrichtungen sehr beliebt. Zahlreiche Bücher und Fortbildungen widmen sich der eher chemischen Seite der Naturwissenschaft. Wie steht es aber mit dem Bildungsauftrag des Bayerischen Bildungs- und Erziehungsplanes zur technischen Erziehung? Dieser formuliert selber, dass hier noch viel Pionierarbeit zu leisten ist! Bei dieser Fortbildung sind PionierInnen gefragt, die gemeinsam technische Projektangebote erproben und diskutieren.

Kontakt: Zentrum für Umwelt und Kultur Benediktbeuern, Zeilerweg 2, 83671 Benediktbeuern, Tel. 08857/88777, info@zuk-bb.de, www.zuk-bb.de

Kosten: € 65

## **I M P R E S S U M**



Netzwerk UmweltBildung

Herausgeber: Ökoprojekt - MobilSpiel e.V.

Redaktion: Mareike Spielhofen

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!**

