

Haus der Nachhaltigkeit (HdN)

Eine Plattform für Nachhaltige Entwicklung in Giessen (Stadt und Landkreis)



Thematische Ausrichtung und Ziele

Die ökologische Krise (Klimawandel, Biodiversitätsverlust u.a.) gehört zu den zentralen Herausforderungen der Gegenwartsgesellschaft (vgl. <https://www.ipcc.ch/reports/>; <https://ipbes.net/global-assessment>). Auch politische Leitlinien und Gesetze fordern daher verstärkt Prozesse nachhaltiger Entwicklung, die alle Akteure einschließen und kooperatives Handeln als wichtige Gelingensbedingung verstehen. In Deutschland hat Hessen als erstes Bundesland in der Verfassung Nachhaltigkeit als Handlungsziel von Gemeinden und Gemeindeverbänden aufgenommen, um die Interessen zukünftiger Generationen zu wahren (Artikel 26c).

Das Haus der Nachhaltigkeit Giessen (Stadt/Landkreis) will eine Plattform sein, die in der Beteiligung verschiedener Akteure zu Umsetzungen nachhaltiger Entwicklung in der Region beiträgt. Im Anschluss an vorliegende Programme wie die Sustainable Development Goals und den Deutschen Nachhaltigkeitskodex steht neben und mit dem zentralen Ziel der Ressourceneinsparung die Berücksichtigung sozialer und ökonomischer Aspekte der notwendigen Transformation im Mittelpunkt. Mit dieser Ausrichtung soll das aktive Nachhaltigkeitshandeln auf folgenden, miteinander verknüpften Ebenen gefördert werden:

1.: Information, (Weiter-)Bildung und Transparenz; 2.: Inklusive Kommunikation, Gestaltung und Öffentlichkeitsarbeit; 3.: Partizipation, Kooperation, Vernetzung und wechselseitiger Wissenstransfer zwischen den Akteuren; 4.: Konzeption, Durchführung und Präsentation handlungs- und umsetzungsorientierter Projekte; 5.: Räume, Personal, Organisationsstrukturen.

Gemeinsam mit Akteuren aus:

Bürger*innen aus Region Gießen

Unternehmen

Stadt Gießen NPO, Initiativen

Landkreis Gießen & Kommunen des Landkreises

Hochschulen JLU und THM

Kontakt: york.kautt@dekanat.fb03.uni-giessen.de



Haus der Nachhaltigkeit

Lehrforschungsprojekt im BA-Studiengang Social Sciences
der Justus-Liebig Universität Giessen
Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften

Sommersemester 2021, Teil I des LFP

Leitung: PD Dr. York Kautt

Inhalt

Best Practice Research – Lernen von bestehenden Projekten

Erfolgsfaktoren und Erfolgsbedingungen

Dorian Remspecher 1

Transformationsprozesse

Leonie Schmidt 6

Projekt-Organisation und -Kommunikation

Friederike Schneider 11

Projekt-Finanzierung

Daniela Schön 16

Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Workshop-Projekt: Einleitung und Finanzierung

Elisabeth Alm 22

Workshop-Formate

Nele Christian 28

Volkshochschulen als Akteure im Bereich der Nachhaltigkeit

Marlene Kunz 35

Workshop-Idee zum Thema Konsum

Salome Margarete Plank 41

Partizipation, Citizen Sciences und Hochschulen

Begründung und Kontextierung der Bürger:innenwissenschaft

Jonas David Mitja Lang 48

Best Practices und regionale Akteure

Lukas Wagner 53

Wissenschaftskommunikation

Vanessa Knecht 56

Merkmale und Struktur des vorgeschlagenen Projekts,

nächste Schritte 61

Jonas David Mitja Lang

Kommunen und Kommunalpolitik

Initiativen in Giessen

Luca Barth 68

Umweltpolitik in einer benachbarten Kommune

Marius Mühl 73

Wie können sich Kommunen für nachhaltige Ernährung einsetzen?

Manuel Lotz 78

Suffizienz und nachhaltige Lebensstile

Suffizienz, Milieus und jugendliche Lebensstile

Nina Pröbster 87

Status quo und Gestaltungsideen der nachhaltigen Vergemeinschaftungsaktionen

Jiayu Fan 97

Der öffentliche Raum als Haus der Nachhaltigkeit

Kai Lechner 102

Nachhaltig Planen, Bauen und Wohnen

Nachhaltiges planen und bauen von Häusern und Wohnungen

Lea Frisch 109

Nachhaltig wohnen und leben

Michelle Grove 114

Haus der Nachhaltigkeit – Ein Interview

Lisa Wedhorn 116

Kleidung & Nachhaltigkeit

Textilien, Umweltprobleme und gesellschaftliche Probleme

Andrea Wagner 119

H&M als Beispiel für den Wandel der Textilindustrie

Gina Hack 124

Best Practice Research – Lernen von bestehenden Projekten

Erfolgsfaktoren und Erfolgsbedingungen

Dorian Remspecher

1. Einleitung

Im Rahmen der Gruppe des Best Practice Research wurden Projekte und Methoden herausgearbeitet, die positive Beispiele für nachhaltige Projekte und ganz konkret auch andere „Häuser der Nachhaltigkeit“ darstellen und diese analysiert. Hierbei wurden Aspekte der Finanzierung, der Organisation, der Erfolgsfaktoren und -bedingungen fokussiert. Außerdem wurde die Thematik auch aus einer allgemeineren Perspektive, heraus betrachtet. Aus dieser wurde der wissenschaftliche Diskurs zu Reallaboren analysiert und auf Transformationsgesellschaften eingegangen. Des Weiteren wurden Probleme identifiziert, die sich im Rahmen einer Umsetzung eines Hauses der Nachhaltigkeit, beziehungsweise eines anderen Projektes, stellen. Im Folgenden wird herausgearbeitet, welche Faktoren dazu beitragen können das Haus der Nachhaltigkeit zu einem Erfolgsmodell zu gestalten.

2. Das Haus der Nachhaltigkeit in Gießen

Zur besseren Einordnung wird an dieser Stelle kurz darauf eingegangen, was das Haus der Nachhaltigkeit werden, beziehungsweise ausmachen kann oder soll. So soll es sich zunächst einmal um ein tatsächliches Gebäude handeln, welches aus einem Nachhaltigkeitsgedanken geschaffen und betrieben werden soll. Das Haus könnte Möglichkeiten bieten, es den Gießener*innen und den Bürger*innen des Umlandes zu erleichtern, nachhaltig zu leben. Beispielsweise indem eine Tauschbörse eingerichtet wird und darüber aufgeklärt wird, was Nachhaltigkeit ausmacht und wie man nachhaltig(er) leben kann. So könnten Co-Working-Spaces geschaffen werden, Seminarräume zur Verfügung gestellt werden, Ausstellungsmöglichkeiten eingerichtet werden, ein Ladengeschäft implementiert werden oder ähnliches. Das Gebäude an sich soll ebenso in einer nachhaltigen Art und Weise betrieben werden.

3. Der Forschungsansatz

Im Rahmen der Best Practice Research Gruppe wurde auf verschiedene Arten wissenschaftlich gearbeitet, um eine möglichst große Bandbreite an Akteuren und Informationen in unsere Recherchearbeit einbeziehen zu können. So wurden zum einen wissenschaftliche Publikationen gesichtet und auf die gegebenen Fragestellungen hin untersucht, aber auch empirisch gearbeitet und bestehende, nachhaltige Projekte kontaktiert, interviewt und diese Gespräche ausgewertet. Auf diese Weise konnten zum einen die Herangehensweise an das Schaffen eines solchen Hauses der Nachhaltigkeit kennengelernt werden, das momentan in

Ulm in Planung ist, aber auch das bereits bestehende Netzwerk und Haus der Nachhaltigkeit in Johanniskreuz, das bereits seit 2005 existiert, und dessen Methoden und Hintergründe betrachtet werden.

4. Die kontaktierten Projekte

Das Ulmer Haus der Nachhaltigkeit ist von der Ausgangsidee und dem Prozess her dem Gießener Haus der Nachhaltigkeit sehr ähnlich. Zunächst einmal ist auch dieses Projekt noch in der Planungsphase (vgl. HdN 2020a; HdN 2020b; HdN 2020c; HdN 2021). Wichtiger noch ist jedoch die Idee, auch hier soll es sich um ein Gebäude handeln, welches nachhaltig betrieben wird und in dem Bürger*innen die Möglichkeit haben sich zu treffen, auszutauschen, sich zu engagieren und weiterzubilden (vgl. HdN 2020a, 8). Bei dem Johanniskreuzer Projekt handelt es sich explizit um ein Netzwerk und Haus der Nachhaltigkeit (vgl. AQ 14:31 – 14:40), hier liegt also ein großer Fokus darauf, dass der Nachhaltigkeitsgedanke durch möglichst viele und möglichst große Kollaborationen weit in die Gesellschaft getragen wird und dort Beachtung findet (vgl. AQ 9:25 – 9:35). Die Immobilie an sich, die es hier bereits gibt, wurde auf nachhaltige Art und Weise gebaut und wird auch so betrieben. Innerhalb dieses Hauses der Nachhaltigkeit liegt der Fokus darauf, durch viele verschiedene Angebote, beispielsweise wechselnde Ausstellungen, Kursangebote, einen Laden, Spielplatz aber auch Wander- und Radwege eine möglichst große Bandbreite an Menschen zu erreichen, um so Berührungspunkte zu schaffen (vgl. AQ 1:15:17 – 1:16:23).

5. Die soziale Innovation

An dieser Stelle soll auf den Stand der sozialwissenschaftlichen Forschung bezüglich sozialer Innovationen eingegangen werden. Der Begriff der sozialen Innovation findet in der deutschen Forschungslandschaft Verwendung, seit er 1989 von Wolfgang Zapf geprägt wurde (vgl. Neugebauer, C. und Pawel, S. 2019, 3). Unter dem weitgefassten Begriff der sozialen Innovation sind unterschiedlichste Konzepte zu verorten. Hierzu gehören gesellschaftliche Transformationen, Modelle von Organisationtalent, Social Entrepreneurship, Entwicklung von neuen Produkten, Dienstleistungen und Programmen und auch Modelle von Governance, Empowerment und Kapazitätsaufbau (vgl. The Young Foundation 2012. zitiert nach Neugebauer, C. und Pawel, S. 2019, 3). Die verschiedenen Häuser der Nachhaltigkeit, die hier Betrachtung finden, fallen genau in diese Kategorien. An anderer Stelle in der sozialwissenschaftlichen Forschung ist auch von Bürger*innenstiftungen und Freiwilligenagenturen die Rede (vgl. Kuhnt, J. 2020, 321). Nach Kuhnt zählen zu Freiwilligenagenturen solche Projekte, die sich „auf lokaler oder regionaler Ebene für gesellschaftliche Belange in den Bereichen Bildung und Erziehung, Kunst und Kultur, Soziales, Gesundheit und Sport sowie insbesondere seit 2015 auch für die Integration von Menschen mit Fluchterfahrung einsetzen.“ (Kuhnt, J. 2020, 328). Dass sich beispielsweise das Haus der Nachhaltigkeit in Johanniskreuz in einem solchen Spektrum befindet, macht der Leiter dieser Einrichtung Michael Leschnig deutlich, wenn er davon berichtet, dass dort ein Augenmerk darauf liegt, ein vielseitiges Kultur-, Lehr- und Lernangebot anzubieten (vgl. AQ 6:30 – 6:37;

9:35 – 9:42; 14:22 – 14:32). Betrachtet man die Entwicklung sozialer Innovationen beziehungsweise die der sogenannten Bürger*innenstiftungen und Freiwilligenagenturen über einen längeren Zeitraum, so lässt sich gut feststellen, dass diese mit der Zeit immer weitere Verbreitung finden (vgl. Abb. 1). Dass ein kausaler Zusammenhang zwischen dieser Entwicklung und den Bemühungen und Absichten beispielsweise des Johanniskreuzer Netzwerks und Hauses der Nachhaltigkeit besteht, lässt sich im Rahmen dieser Arbeit zwar nicht empirisch belegen, liegt nach Ansicht des Autors aber durchaus im Rahmen des Möglichen.

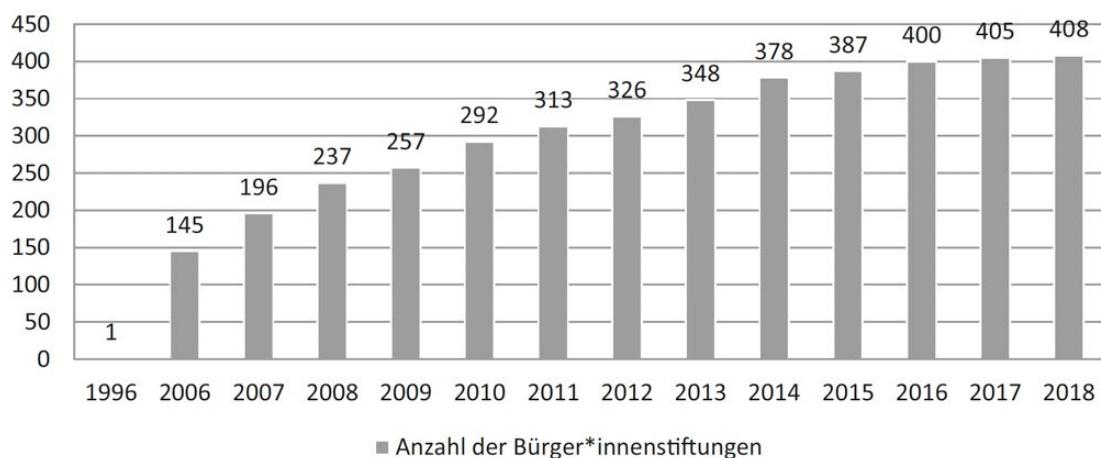


Abb. 1 Entwicklung der Bürger*innenstiftungen in Deutschland nach Kuhnt, J. 2020, 328.

6. Erfolgsfaktoren und -bedingungen

Zu den zentralen Erfolgsfaktoren sozialer Innovationen gehört laut Eckhardt, dass möglichst viel Zeit in die Projekte investiert wird (vgl. Eckhardt, T. 2020, 25). Denn aufgrund der oftmals großen Komplexität der entsprechenden Strukturen ist eine hohe Zahl verschiedenster Akteure notwendig, um eine Auswirkung auf die bestehenden Strukturen oder Abläufe zu haben. Dieser Transformationsprozess ist personal- und zeitintensiv (ebd.). Auch Kuhnt stellt heraus, dass im Rahmen von Freiwilligenagenturen die Projektarbeit in der Regel von hauptberuflich Beschäftigten verantwortet wird, die wesentliche personelle Ressource stellten jedoch freiwillig Engagierte dar (vgl. Kuhnt 2020, 330). Biritz et al. kommen zu dem Schluss, dass die erfolgreiche Umsetzung sozialer Innovationen vom Engagement einzelner Akteur*innen abhängt (Biritz, H. et al. 2019, 206). Was den Stand der sozialwissenschaftlichen Forschung angeht lässt sich dahingehend also ein Konsens feststellen. Auch die Empirie deutet gemäß den Erfahrungen des Autors auf diesen Umstand hin. So lässt sich am Beispiel des Ulmer Hauses der Nachhaltigkeit abschätzen welche Relevanz der Ressource Zeit beizumessen ist. Hier ist, im Unterschied zum Johanniskreuzer Netzwerk und Haus der Nachhaltigkeit jede der bis zu 42 Personen, die sich engagieren, unentgeltlich involviert. Eckhardt stellt hierzu fest, dass es „personellen Freiraum und Gestaltungsspielräume [...] Ansprechpersonen, die sich auf

das Thema konzentrieren [...].“ braucht (Eckhardt, T. 2020, 25). Das Haus der Nachhaltigkeit in Johanniskreuz erwähnt auch im Rahmen ihrer Internetpräsenz, wie wichtig die Vernetzung mit verschiedenen Partnern ist. So habe beispielsweise im Jahr 2010 die größte Veranstaltung im südwestdeutschen Raum organisiert werden können, die sich mit dem nachhaltigen Heizen beschäftigt (vgl. VQ 0:55 – 01:15). Im Hinblick auf den Aspekt des zeitlichen Aufwandes verdeutlicht dieses Beispiel, nach der Meinung des Autors, gut die Relevanz der Ressource Zeit. Denn die 50 Aussteller, die zu dieser Messe des Hauses der Nachhaltigkeit kamen, mussten im Vorhinein von den organisierenden Forstleuten kontaktiert und angeleitet werden, eine sicherlich zeitintensive Aufgabe. Um einen kleinen Einblick in das weit gefasste Spektrum der Angebote zu gewähren; auch Pilzlehrwanderungen, Fotografiekurse oder Sportveranstaltungen, um nur einige zu nennen, werden angeboten (vgl. IQ). Damit deckt sich die Aussage Leschnigs, dass zu den zentralen Erfolgsfaktoren des Johanniskreuzer Netzwerks und Hauses der Nachhaltigkeit auch zählt, dass eine möglichst große Menge an Menschen angesprochen wird und mit dem Projekt in Berührung kommt (vgl. AQ 14:30 - 15:15). Dies würde forciert und erreicht, indem eine Vielzahl verschiedenster Interessen angesprochen werden (vgl. ebd. 14:30 - 15:15). So ließe sich ein wechselndes Publikum erreichen und das Projekt bleibe im Gespräch und in der Presse. Als „eminent wichtig“ stuft Leschnig deshalb auch die Öffentlichkeitsarbeit ein (vgl. AQ 01:03:07 - 01:03:13). So wurden laut Leschnig große Anstrengungen unternommen einen großen Mailverteiler zu schaffen, in dem sowohl die Presse, aber auch viele private Personen und Organisationen mit den jeweils, neuen, relevanten Informationen zu versorgen (vgl. ebd.). Von dem Netzwerk, dass so geknüpft wird, profitierte man häufig noch Jahre später (vgl. ebd.). Auch Gelleri kommt zu dem Schluss, dass „[...] die wechselseitige Vernetzung ein wesentlicher Erfolgsfaktor.“ ist (Gelleri 2020, 163). Als unerlässlich für soziale Innovationen stuft auch Howaldt es ein, dass diese ein Ökosystem schaffen, welches über die jeweiligen Grenzen der Teilsysteme Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Wissenschaft und Politik hinausgeht, die jeweiligen Akteur*innen miteinander vernetzt und auf diese Weise eine erfolgreiche Organisation von Kooperationen ermöglicht (Howaldt, J. 2019, 14). Ein weiterer Erfolgsfaktor den Leschnig identifiziert und der sich auch in der Literatur wiederfindet ist die Organisation der sozialen Innovation innerhalb der „öffentlichen Hand“ (AQ 57:07 - 57:42; vgl. Eckhardt 2020, 25). So ist sichergestellt, dass die Organisationseinheit denkbar stabil und nachhaltig angelegt ist (vgl. AQ 57:45 - 01:03:13). Hierbei sollte nach Eckhardt darauf geachtet werden, dass die verantwortliche Stelle der Kommune möglichst zentral verortet ist, um so besser auf die umliegenden Strukturen wirken zu können (Eckhardt 2020, 25).

7. Resümee

Es lässt sich also festhalten, dass die beiden zentralen Erfolgsbedingungen für das Gelingen einer sozialen Innovation, Bürger*innenbewegung also einer nachhaltigen Entwicklung aus der Bevölkerung heraus, zum einen der Aspekt des quantitativen Aufwandes in Form von Zeit ist.. Zum anderen die Vernetzung des Projektes und der Beteiligten innerhalb der restlichen gesellschaftlichen Teilsysteme, aber insbesondere anderer Projekte, der zunächst lokalen

Gemeinschaft und der Gesellschaft in der Konsequenz. Auch die (Mit-)Organisation des Projektes durch einen öffentlichen Träger, trägt gemäß des Forschungsstandes und der Erfahrungen eines langjährigen, leitenden Engagierten zu dem Erfolg des Vorhabens bei.

Literatur:

- Eckhardt, Timo. 2020. Welche Ressourcen sind innerhalb einer Verwaltung Notwendig, um eine Nachhaltigkeitstransformation im Ernährungsbereich anzustoßen? In *Kommunen gestalten Ernährung – Neue Handlungsfelder nachhaltiger Stadtentwicklung*. Hrsg. Schanz, H. et al., 25. Berlin: Deutscher Städte- und Gemeindebund.
- Gelleri, Christian. 2020. Komplementärwährungen und monetäre Werkzeuge als soziale Innovation. In *Nachhaltig Leben und Wirtschaften Management Sozialer Innovationen als Gestaltung gesellschaftlicher Transformation* Hrsg. Franz, H. et al., 157–178. Wiesbaden: Springer VS
- Howaldt, Jürgen. 2019. Soziale Innovation im Fokus nachhaltiger Entwicklung – Die Bedeutung von Kooperationen und Netzwerken für den Erfolg sozialer Innovationen. In *Netzwerke und soziale Innovationen Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen?* Hrsg. Neugebauer, et al. 13-30. Wiesbaden: Springer VS.
- Kuhnt, Janine 2020. A story about storytellers – Innovationspotenziale in Bürger*innenstiftungen und Freiwilligenagenturen. In *Nachhaltig Leben und Wirtschaften Management Sozialer Innovationen als Gestaltung gesellschaftlicher Transformation*. Hrsg. Franz, H. et al. 321-346. Wiesbaden: Springer VS
- Neugebauer, C. und Pawel, S. 2019. Einleitung. In *Netzwerke und soziale Innovationen Lösungsansätze für gesellschaftliche Herausforderungen?* Hrsg. Neugebauer, et al. 1-10. Wiesbaden: Springer VS.

Abbildungsverzeichnis:

- Kuhnt, Janine 2020. A story about storytellers – Innovationspotenziale in Bürger*innenstiftungen und Freiwilligenagenturen. In *Nachhaltig Leben und Wirtschaften Management Sozialer Innovationen als Gestaltung gesellschaftlicher Transformation* Hrsg. Franz, H. et al. 321-346. Wiesbaden: Springer VS

Internetquellen:

- (IQ): <https://hdn.wald.rlp.de/de/veranstaltungen/> abgerufen am 03.09.2021 19:02
(VQ): Info-Spot: Das Haus der Nachhaltigkeit 2010. <https://hdn.wald.rlp.de/de/filme/hdn-trailer/> abgerufen am 03.09.2021 18:18 Uhr
- The Young Foundation. 2012. Social innovation overview: A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in EUROPE" (TEPSIE). In European Commission. 7th Framework Programme, Brussels. 7 <http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/12/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part-1-defining-social-innovation.pdf>. Zugegriffen: 21.06.2018.

Audioquellen:

- (AQ): Interview der Gruppe mit Michael Leschnig.

Auf Wunsch Herr Leschnigs nicht hochgeladen

Weitere Quellen:

- HdN 2020a: Kraus, Gesa et al. Protokoll Workshop I "Haus der Nachhaltigkeit" Region Ulm/ Neu-Ulm
HdN 2020b: Brischar, Ute. Protokoll Workshop II "Haus der Nachhaltigkeit" Region Ulm/ Neu-Ulm
HdN 2020c: Brischar, Ute. Protokoll Workshop III "Haus der Nachhaltigkeit" Region Ulm/ Neu-Ulm
HdN 2021 Brischar, Tobias. Protokoll Workshop IV "Haus der Nachhaltigkeit" Region Ulm/ Neu-Ulm

Transformationsprozesse

Leonie Schmidt

Die Dringlichkeit einer Transformation hin zu einer nachhaltigeren Gesellschaft erscheint angesichts aktueller Entwicklungen deutlich zu sein. Trotz dessen ist das Zustandekommen von Transformationsprozessen nicht allein durch ihre inhaltliche Notwendigkeit zu erklären. In einem ersten Schritt zielt dieser Teilbericht darauf ab, Projekte (wie das Gießener HdN) innerhalb der Makroebene zu verorten und infolgedessen mögliche Entwicklungstendenzen der Gesellschaft zu erläutern.

Unterstützend zu dieser Abschätzung folgen im weiteren Verlauf dieses Berichts Interviewausschnitte, die besonders in Hinblick auf Gestaltungsideen für ein Haus der Nachhaltigkeit hilfreich erscheinen. Die Interviews wurden zum einen mit dem Haus der Nachhaltigkeit in Ulm und zum anderem mit dem Haus der Nachhaltigkeit in Trippstadt geführt. Thematisch konzentriere ich mich auf die Beschreibung der frühen Entwicklungsphasen der Organisationen, ihre Inspirationsprozesse, sowie auf ihre Vorstellungen von Transformationsprozessen.

Abschließen wird der Bericht mit einem Fazit zu den für das HdN Gießen interessierenden Erkenntnissen und konkreten Gestaltungsideen, die sich aus der Literaturrecherche, sowie aus den Interviews ergeben haben.

Der Transformationsprozess hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft

Transformationsprozesse werden zwar stark durch den Handlungsbedarf angetrieben, lassen sich aber beispielsweise auch auf einer makrostrukturellen Ebene erklären. Um dies zu verdeutlichen schreibt Brand: „[...] sozial-ökologische Transformationsprozesse sind immer in umfassendere gesellschaftliche Entwicklungen eingebettet [...].“ (Brand 2018, 482).

Um die Analyse sozial-ökologischer transformativer Prozesse auf Makroebene zu beginnen, starte ich mit einer Erläuterung des aktuellen Ausgangspunktes. Dieser besteht in der kapitalistischen, industriellen, liberalen Moderne (vgl. ebd., 485). Dieser Ausgangspunkt lässt sich wiederum auf externe und interne Rahmenbedingungen zurückführen. Die Externen bestehen aus dem kolonialen, kapitalistischen Weltsystem und der Entdeckung und Nutzung fossiler Energieträger, die massiven Einfluss auf den Weltenergieverbrauch hatten und haben. Die internen Rahmenbedingungen bestehen wiederum aus der funktionalen Differenzierung in gesellschaftliche Teilsysteme (Kultur, Wissenschaft und Technik, Wirtschaft, Politik) (vgl. ebd., 486). Generell beschreibt Brand die Transformationsprozesse als zyklische Umbrüche und Restrukturierungsprozesse, die mit langen ökonomischen Wellen und gesellschaftlicher Regulationsmodellen in Zusammenhang stehen (vgl. ebd., 485ff.). Seine These lautet, „dass sozial-ökologische Transformationen zwar von der Problemwicklung vorangetrieben werden, institutionell, in der Art der Problemrahmung und der Problembearbeitung aber aufs Engste mit den langen ökonomischen Wellen und dem Umbruch gesellschaftlicher Regulationsmodelle verknüpft sind.“ (ebd., 493).

Untenstehend ist ein von Brand entwickeltes Modell zu sehen, welches die eben beschriebenen Transformationsprozesse auf ihrer makrostrukturellen Ebene darstellt. In dem Modell lässt sich erkennen wie viele Faktoren Transformationsprozesse beeinflussen.

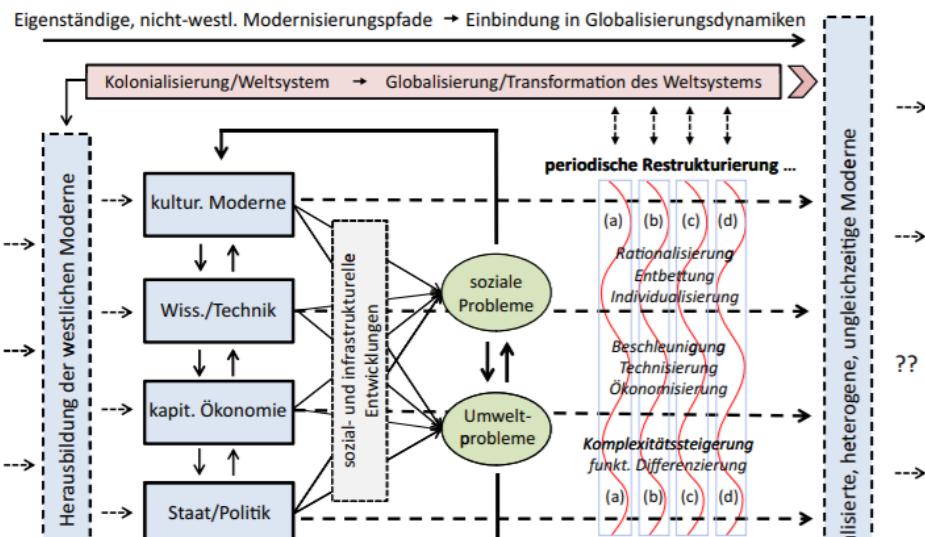


Abbildung 1: Zyklisch-strukturelles Modell industrieller Modernisierungs- und Transformationsdynamiken

Quelle: Brand 2018, 487

Das aktuelle transformative Umdenken in der Gesellschaft, welches die Ökonomisierung stark infrage stellt und normativen Zielsetzungen mehr Relevanz einräumt, kann beispielsweise anhand der Sustainable Development Goals beobachtet werden (vgl. Keuche 2020, 612). Der Katalog von 17 Ober- und 169 Unterzielen wurde 2015 auf dem UN Sustainable Development Summit (Gipfeltreffen) verabschiedet. Im Vordergrund der Ziele stehen die Themen Nachhaltigkeit, Inklusivität, Wirtschaftswachstum, Friedenssicherung und die institutionelle Rechenschaftspflicht (Müller 2018, 508f.). Für Deutschland wurde im Zuge dessen eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, da die SDG's in nationalstaatliche Kontexte angepasst und mit länderspezifischen Kriterien versehen werden (Ein Kompass für die Zukunft, 2021). Außerdem waren die SDG's ein Orientierungsrahmen für die Entwicklung des Deutschen Nachhaltigkeitskodex, der ein wichtiger Berichtsstandard für Organisationen in Deutschland zum Thema Nachhaltigkeit ist (Der deutsche Nachhaltigkeitskodex, o. D.). Trotz des guten Willens dieser „Agenda 2030“ (THE 17 GOALS, o. D.), kann der folgende Kritikpunkt von Franziska Müller nicht außeracht gelassen werden. Sie beschreibt, dass die Möglichkeit, innerhalb dieser Ziele wachstumskritische Ansätze anzugehen, verpasst wurde und „damit wurde die Chance vertan, den im Ansatz ja in MDGs (Millennium Development Goals) wie SDGs vorhandenen Spielraum für eine Debatte über Entwicklung, Wohlfahrt, gesellschaftliche Naturverhältnisse und Gutes Leben tatsächlich zu nutzen.“ (ebd., 509).

Da das Erreichen der SDGs von einem kollektiven Handeln abhängig ist, stellt sich weiter die Frage, ob die Individualisierungstendenzen aktueller Transformationsprozesse diesbezüglich hinderlich sind. Dabei kann in modernen europäischen Gesellschaften durch den technischen

Fortschritt und die Globalisierung eine Demokratiemüdigkeit beobachtet werden (vgl. Keuche 2020, 613). Keuche beschreibt diese Korrelation folgendermaßen:

So führe die zunehmende Individualisierung auf der einen Seite zur Wahlfreiheit des Einzelnen, zugleich verschiebt sich jedoch die gesellschaftliche Verantwortung für den Einzelnen auf das Individuum. Wenn nun aber der Einzelne und nicht die Gesellschaft für das Gelingen der eigenen Biografie verantwortlich gemacht wird, kann sich für den Einzelnen durchaus die berechtigte Frage ergeben, warum er sich für die Gemeinschaft engagieren sollte. (ebd., 614).

Generell lässt sich festhalten, dass für eine erfolgreiche Umsetzung der SDGs Änderungen in unserer Gesellschaft unerlässlich sind. Eine Möglichkeit, Entwicklungsprozesse bei Individuen einzuleiten und zu unterstützen, ist die „Kulturelle Bildung“, welche im Laufe des Gießener Projekts interessant sein könnte, wenn es um die Art und Weise der Begegnung mit den Menschen geht. Keuche beschreibt Kulturelle Bildung als eine subjektorientierte Form der Bildung, die Perspektivenwechsel ermöglicht und spezifische Potentiale zur Verstärkung von Nachhaltigkeitshandeln aufweist (vgl. ebd., 615f.). In diesem Ansatz steckt großes Potenzial, da Kulturelle Bildung mehr als nur Wissensvermittlung betreibt.

Interviews:

Haus der Nachhaltigkeit in Ulm

Am 20.07.21 durften wir per Zoom der Fokusgruppe „Prozess“ des Hauses der Nachhaltigkeit Ulm ein paar Fragen bezüglich ihres Projektes stellen. Die Antworten der Interviewten wurden nicht aufgezeichnet und werden sinngemäß wiedergegeben.

Direkt zu Anfang kam das Konzept der Soziokratie innerhalb des Interviews zur Sprache. Die Frage, mit welchen Problemen sie während ihrer bisherigen Zeit konfrontiert worden sind, lieferte den Einstieg in das Thema der Soziokratie. Generell betont die Fokusgruppe „Prozess“, dass ihre Vorgehensweise einem stetigen Lernprozess unterliege und dass der hoch partizipative Weg für sie ein großer Erfolg ist. Denn alle, die im Projekt mitmachen, sollen komplett integriert werden. In Bezug zur Soziokratie betonen sie vor allem, dass die Fokusgruppen viel autonome Verantwortung tragen. Auch bei der Frage wie gut das Aufeinandertreffen verschiedener Sichtweisen bei ihnen funktioniert, verweisen die Interviewten auf das Konzept der Soziokratie. Generell haben sie festgestellt, dass die unterschiedlichen Sichtweisen und aufgebrachten Themen bereichernd für das Projekt sind, also einen Mehrwert haben. Ihre Organisation funktioniert generell nicht mit dem Mehrheitsprinzip, sondern alle Widersprüche müssen diskutiert und beachtet werden. Es gibt keine Hierarchie. Sollten sich bei gewissen Punkten nicht alle Teilnehmenden einig sein, hat jeder Gedanke eine Daseinsberechtigung und wird innerhalb der Gruppe thematisiert.

Auf die Frage, wie sich die Projektidee verbreiten konnte und wie sie versucht haben die Menschen zu erreichen, beschrieben sie den Weg der Mund-zu-Mund-Propaganda. Generell

finden sich alle Altersklassen bei ihnen wieder, da von 18 bis 80 Jahren alles vertreten ist. Viele der Mitglieder*innen sind berufstätig, einige wenige studieren.

Haus der Nachhaltigkeit in Trippstadt

Am 27.08.21 sprachen wir von 10:00 bis 12:00 Uhr mit Michael Leschnig per Videokonferenz und durften ihm einige Fragen stellen. Herr Leschnig übernimmt innerhalb des Projekts zahlreiche Funktionen und ist beispielsweise als Leiter, Netzwerkkoordinator, in der Öffentlichkeitsarbeit oder im Service tätig. Die Antworten des Interviewten wurden aufgezeichnet und können in gekürzter Form wiedergeben werden.

1.) Kannst du uns etwas zu den Anfängen des Projekts erzählen?

„Das Ganze wurde initiiert durch die Ausweisung des Biosphärenreservats „Pfälzer Wald“. Das war 1992. Das war auch genau die Zeit, wo ich mit meinem Studium fertig war. [...] Die Forstverwaltung hat sich dann auch im Nonprofit-Bereich stärker engagiert. Das ging über 10 Jahre. Dann haben wir kleinere Projekte umgesetzt an den Forstämtern in der Region und gleichzeitig hat auch das Biosphärenreservat mehr Aktivitäten entfaltet. Und dann habe ich im Sommer 2000 einen Anruf aus dem Ministerium bekommen, die gesagt haben, sie würden gerne [...] ein Infozentrum bauen. [...] Der Träger des Biosphärenreservats war da ziemlich inaktiv. [...] Das war unsere Motivation als Forstleute, dann zu sagen, das ist ein riesen Waldgebiet, der Träger des Biosphärenreservats tut nichts dafür [...], also müssen wir selbst etwas tun. Dann hat es im Sommer 2000 begonnen, dass wir ein Kernteam gebildet haben [...]. Wir haben dann ein Konzept erarbeitet, dass wir bei der DBU eingereicht haben, das heißt eben „Netzwerk und Haus der Nachhaltigkeit“ [...].

2.) Herr Leschnig beschreibt wie Wissen in nachhaltiges Handeln übersetzt werden kann.

„Warum handeln wir eigentlich wider besseres Wissen? Denn das kann man auch überall feststellen. [...] Die Umweltpsychologie, die sich damit beschäftigt, mit solchen Fragestellungen, dass ist ein riesen Steinbruch an Erkenntnissen, die wir viel mehr nutzen müssen. [...] (Herr Leschnig berichtet über drei Beispiele wie sie versuchen, diese Intention-Behavior Gap zu schließen) Beispiel Pflanzenbörse: [...] Wir möchten die Gärten ökologisch verbessern. [...] Wir laden Private dazu ein, heimische Stauden und Gehölze und Pflanzen aus ihrem Garten [...] hier in einem Marktsetting anzubieten [...] Und wir selbst bieten heimische Stauden und Gehölze an gegen eine Spende [...]. Mit dem Geld [...] finanzieren wir sogenannte Klimalinden, [...], die kaufen wir an bei Baumschulen und die verschenken wir wiederrum in eigenen Aktionen im November an Gemeinden im Pfälzer-Wald, die sich besonders engagieren für ökologische Maßnahmen. [...] Ein weiteres Beispiel ist ein Konzept, das nennt sich Wilde-Zeiten. [...] Wir wollen propagieren, dass man erstens weniger Fleisch essen sollte [...] das machen wir durch Ausstellungen, [...] wir bieten aber auch eine Alternative an, diese Alternative heißt „Leute esst mehr Wildbret“ [...]. Wir bieten da einen Kommunikationsservice an [...], indem wir zweimal im Jahr abfragen, wo kann man denn Wild aus heimischen Ländern

kaufen, wir sorgen für eine ausreichende Menge dieses Wildes. [...] Das dritte und letzte Beispiel, ist ein sogenannter Dreck-weg-Tag im Pfälzer Wald, das ist eine überregionale Müllsammelaktion.

Beschreibung von Gestaltungsideen für ein Haus der Nachhaltigkeit

Aufbauend auf den vorherigen Abschnitten stellt sich nun die Frage, welche Schlüsse für das Gießener Projekt gezogen werden können. Unterteilt wird dieser Abschnitt in Schlüsse, die aus der Literaturarbeit gezogen werden können und Schlüsse aus den Interviews.

In Bezug auf das bevorstehende Gießener Projekt sollte eine kritische Reflexion der SDGs Teil des Entstehungsprozesses sein, um die eigene Ausrichtung klarer betrachten zu können. Vorstellbar wäre ein Fokusgruppe, welche sich konkret mit den SDGs beschäftigt. Innerhalb dieser Arbeit könnte festgehalten werden, wie stark sich das Gießener HdN auf die Goals beziehen möchte und im Zuge dessen, welche eigenen Ziele es für sich festhält.

Die Beobachtung der Individualisierungsprozesse sollte in Bezug auf das Projekt ebenfalls beachtet werden, da für eine nachhaltige Zukunft das Bewusstsein für das verantwortungsvolle Handeln des Einzelnen unerlässlich ist. Vorschläge für den Umgang damit wäre zum einen die oben erwähnte kulturelle Bildung, die die Herangehensweise an die Zielgruppen neu definieren würde. Generell sollte zudem das Zusammengehörigkeitsgefühl der Angesprochenen verstärkt werden, so dass ein kollektives Erreichen von Zielen nicht von Individualisierungsprozessen durchbrochen wird. So könnten zum Beispiel verschiedene zu entwickelnde Aktionen, Erlebnisse und Kommunikations-Formate zu Vergemeinschaftungsprozessen entlang des Themas Nachhaltigkeit beitragen.

Für das Gießener Projekt stellt sich in Anbetracht des Interviews mit dem HdN Ulm die Frage, durch welche Strukturen der Umgang untereinander geprägt werden soll? Das Modell der Soziokratie, innerhalb dessen alle Beteiligten gemeinsam Entscheidungen treffen und auf einer Augenhöhe agiert wird, scheint von weiterführendem Interesse sein zu können.

Mitnehmen aus dem Interview mit Herrn Leschnig sollte unser Projekt, dass Umweltpsychologie ein fester Bestandteil unserer weiteren Bemühungen werden sollte, um die Motive, Emotionen und Interessen potentieller Teilnehmer*innen zielführender ansprechen zu können. Es zeigt sich, dass reine Informationsarbeit teilweise nicht hilfreich ist, wenn es um Änderungen von nicht-ökologischen Lebensgewohnheiten geht. Leschnig verdeutlicht stark, dass eine weiterführende Beschäftigung mit der Umweltpsychologie gewinnbringend ist, um tatsächliche Änderungen herbeiführen zu können

Literatur

Brand, Karl-Werner. 2018. Disruptive Transformationen. Gesellschaftliche Umbrüche und sozial-ökologische Transformationsdynamiken kapitalistischer Industriegesellschaften – ein zyklisch-struktureller Erklärungsansatz. *Berliner Journal für Soziologie* Vol. 28, Issue 3/4, 479 - 509.

Der deutsche Nachhaltigkeitskodex. Verfügbar unter: <https://www.deutscher-nachhaltigkeitskodex.de/> [Zugriff am: 18.09.21]

Ein Kompass für die Zukunft. Verfügbar unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/nachhaltigkeitsstrategie-2021-1873560>. [Zugriff am: 18.09.21]

Keuchel, Susanne. 2020. Nachhaltigkeit, Kulturelle Bildung und zivilgesellschaftliches Engagement ... Zur den Chancen Europas als Wegbereiter für gesellschaftliche Transformationsprozesse. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* Vol. 32, Issue 4: 612 - 618.

Müller, Franziska. 2018. Sustainable Development Goals (SDGs). *PERIPHERIE - Politik, Ökonomie, Kultur* Vol. 35, Issue 3, 507 - 510.

THE 17 GOALS. Verfügbar unter: <https://sdgs.un.org/goals>. [Zugriff am: 18.09.21].

Projekt-Organisation und -Kommunikation

Friederike Schneider

Welche Schritte sind bei der Organisation innerhalb eines Projekts zu beachten?

Die Organisation ist ein wichtiger Bestandteil eines Projekts, auf dem weitere Arbeitsphasen aufbauen. Die Organisation des Projekts „...ist also das Werkzeug, um Abweichungen von der normativen Vorstellung einzufangen und die Praxis an die Theorie anzunähern“ (Kalff 2018, S.157). Am Anfang der Planungsphase, sollte sich die Zeit genommen werden, so dass jede Teilnehmer:in Interessen und Erwartungen in das Projekt der Gruppe mitteilt und diese im Laufe der weiteren Organisationsschritte berücksichtigt werden können (vgl. Borner; Kraft 2018, 12ff). Dieser Organisationsschritt ist wichtig, denn so werden spätere Enttäuschungen und damit einhergehende Demotivation unwahrscheinlicher (vgl. Borner; Kraft 2018, 12ff). Demotivation sollte ohnehin verhindert werden, denn ein hohes Engagement jedes einzelnen Teilnehmers ist unverzichtbar, damit eine Vielzahl an verschiedenen Ideen und Perspektiven in das Projekt einfließen. Eine höhere Beteiligung entsteht, wenn alle Teilnehmer:innen eingebunden werden und mitbestimmen dürfen. Dies fördert den individuellen Willen, das Ziel zu erreichen und die Aktivitäten nicht als Pflicht anzusehen (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie 2019, 24ff).

Um einem unkontrollierten Ablauf vorzubeugen, ist es vom Vorteil, das Forschungsprojekt in Themengruppen einzuteilen (vgl. Ginevičius; Hausmann; Schair 2005, 26ff.). Hierbei soll sich jeder mit dem Thema beschäftigen, das ihn interessiert, um die Motivation und Bereitschaft der Mitarbeit im Forschungsprojekt zu gewährleisten. Um die Beteiligung und Motivation der Studierenden über die gesamte Projektphase aufrecht zu erhalten, sollte keine Hierarchie zwischen den einzelnen Teilnehmern und Projektgruppen bestehen (vgl. Kraus; Westermann 2019, 12ff.). Entscheidungen müssen gemeinsam getroffen werden und die Kommunikation muss zwischen allen Beteiligten gleichgestellt stattfinden (vgl. Borner; Kraft 2018, 16ff). Jeder Kommunikationspartner soll mit seinen Ideen anerkannt werden.

Damit kommen wir zum nächsten essenziellen Punkt, der beachtet werden muss, eine funktionierende Kommunikation. Sie ist für eine erfolgreiche Organisation innerhalb des

Projekts fundamental. Funktionierende Kommunikation ist bedeutsam, weil sich die Projektgruppen untereinander abstimmen und gemeinsam Entscheidungen treffen müssen. Eine ehrliche und offene Kommunikation ist Voraussetzung, um Ziele realisieren zu können und damit „ein reflektierter Umgang mit Erwartungen“ (Defila; Di Giulio 2019, S.3) stattfinden kann.

Ergänzend, aber sicherlich nicht ersetzend, sollten zusätzlich zu den regelmäßigen Treffen Online Tools benutzt werden. Damit zum Beispiel Fragen schnellstmöglich geklärt werden. Diese sollen persönliche Treffen nicht ersetzen, sondern nur unterstützen und die Kommunikation vereinfachen. Zu beachten ist, dass „i. d. R. nicht mehr als zwei verschiedene Tools parallel in einem Team genutzt werden, um nicht den Überblick zu verlieren.“ (Großmann 2016, S.2). Es sollte darauf geachtet werden, dass sich gemeinsam auf das Online Tool geeinigt wird, denn ungenutzte Tools führen zu fehlender Kommunikation innerhalb der Gruppe, was Auswirkungen auf den gesamten Verlauf der Projektorganisation haben kann (vgl. Großmann 2016, 2ff.).

Demzufolge ist ein effizienter Zeitplan erforderlich zur Erreichung einzelner Ziele, wobei Verlass auf die Einhaltung jedes einzelnen sein muss. Zur Sicherheit sollte ein Puffer bei dem Zeitplan miteinberechnet werden, damit bei Verzögerung der Plan nicht komplett durcheinandergerät (vgl. Ginevičius; Hausmann; Schair 2005, 25ff.). Allgemein sollte der Zeitplan großzügig gestaltet werden, damit Fehler passieren dürfen und ein ständiges Weiterentwickeln stattfinden kann.

Themenzentriertes Interview

Um als Best Practice Gruppe von den Erfahrungen bereits bestehender Häuser der Nachhaltigkeit profitieren zu können, führten wir zwei Interviews durch. Das erste Interview fand über ein Videotelefonat mit Mitgliedern aus dem Haus der Nachhaltigkeit Team in Ulm, am 20.07.21 von 19-21 Uhr, statt. Nachfolgend werden die gestellten Interviewfragen zum Thema Organisation mit den sinngemäßen Antworten des Teams aufgeführt.

1. Wie haben Sie innerhalb ihres Projektes miteinander kommuniziert?

Das Haus der Nachhaltigkeit Team setzt enorm auf das Thema Transparenz, sie haben schnell beschlossen systemtechnisch auf die Plattform „Wechange“ zu gehen. „Wechange“ ist eine Plattform für gemeinnützige nachhaltige Organisationen, auf der sie ihren Kalender transparent machen. Somit wissen alle Mitglieder, wann welche Fokusgruppe tagt. Sie legen alle Dateien, Protokolle, Inhalte auf einem gemeinsam zugänglichen Laufwerk ab, damit sich alle 50 Teilnehmer dort die Informationen herunterladen können. Im Kern-Team schicken sie wesentliche Inhalte über das Tool „exeptingfire“ rum. Dort werden alle Entscheidungen im Vorfeld bekannt gemacht, damit sich alle im Vorhinein mit den Entscheidungen auseinandersetzen.

2. Was ist bei den Organisationsschritten des Projekts zu beachten?

Sie erklärten, dass ein Grundpfeiler zum Thema Organisation die Fokusgruppen sind. Die Fokusgruppen lauten: Gesellschaft, Unternehmen, Wissenschaft, Finanzen, Haus, Öffentlichkeit, Prozess.

Zweitens war ihnen bei der Organisation wichtig, dass sie schnell auf eine Plattform gehen, die absolut transparent ist („Wechange“). Drittens erzählten sie, dass sie seit Oktober über 130 Treffen gehabt haben. Das zeigt, dass die meisten Fokusgruppen sich alle 14 Tage getroffen haben und an Inhalten und Ideen weiterdiskutierten. Dazu kommen gemeinsame Workshops, HdN Session, Newsletter, Onboarding Termine etc., dort lief viel an Kommunikation.

Auf die Frage was man beachten muss, erzählten sie, dass sie momentan feststellen, dass es am Anfang mit den kleinen Gruppen (10-12 Leuten) einfacher war, mit Treffen und zusätzlicher Kommunikation über WhatsApp, alle auf dem Laufenden zu halten. Nun bei 50 Leuten, müssen sie sich strukturiertere Gedanken machen, Was Wo kommuniziert wird. Außerdem nimmt die Menge der Emails massiv zu, weshalb sie zurzeit darüber diskutieren, ob sie ein schnelleres Medium wie „Signal Messenger“ oder „Slack“ benutzen, damit die Kommunikation gut funktioniert. Der organisatorische Aufwand nimmt zeitlich zu.

Weiter erklärten sie mir, dass die Verbindung zwischen den Fokusgruppen, das Kern-Team ist. Doch würden sie es heute nicht mehr Kern-Team nennen, weil dies entgegen dem Organisations-Konzept eine Hierarchie suggerieren würde. Dort werden Themen besprochen, die alle Fokusgruppen betreffen. Es ist ein anderer Verantwortungskreis, der nicht höher oder niedriger ist, sondern der neben den anderen Verantwortungskreisen der anderen Fokusgruppen steht. Im Kern-Team treffen sich die Moderatoren der Fokusgruppen, diese Rolle hat mit Verantwortung zu tun, muss aber keine Hierarchie sein.

3. War es wichtig kontinuierlich dabei zu bleiben? Sollten sich die Fokusgruppen alle 14 Tage treffen für den Austausch?

Sie verneinten diese Frage. Ein 14-tägiger Abstand ist nicht die Regel. Jede Gruppe entscheidet selbst, entlang der Zeitkapazität der Teilnehmer:innen. Manche treffen sich nur einmal im Monat, manche Themen waren in den ersten Wochen nicht so relevant, dass sie sich seltener getroffen haben, müssen sich aber jetzt öfter treffen. Es ist sehr unterschiedlich, wie es gehandhabt wird.

4. Wurden am Anfang die Fokusgruppen festgelegt und dann sollte jeder bei der Gruppe bleiben, wo er sich selbst eingewählt hat?

Sie verneinten diese Frage, man kann wechseln und manche sind in mehreren Fokusgruppen.

Das zweite Videointerview fand mit Herrn Michael Leschnig, dem Leiter des Hauses der Nachhaltigkeit in Johanniskreuz, am 27.08.21 von 10-12 Uhr, statt.

Wie haben Sie sich am Anfang organisiert und untereinander kommuniziert?

„Am Anfang war es so, dass wir eine relativ kleine Gruppe hatten und das sind dann solche Mechanismen wie man sie eben aus dem Projektmanagement kennt. [...] Wir haben zunächst mal eine Zeit und Maßnahmenplan erarbeitet, ganz klar, also was ist zu tun und wann tun wir was und wie sind die Abhängigkeiten untereinander. Da gibt es Digitale Tools, die gab es damals schon, MS Project zum Beispiel, [...] das war dann sehr hilfreich. Dann gab es eben unsere organisatorische Einbindung bei Landesforsten, ist eben ganz wichtig, dass es da auch ein Projektleiter gibt, einen Motor. Und dann gibt es Meilensteine, die erreicht werden müssen, [...] dann gibt es [...] ich sag jetzt mal wöchentliche Projektgruppensitzungen und in den werden dann eben die Erreichung der Schritte besprochen und neue Dinge vereinbart. Ja und das geht eben mit allen Formen der Kommunikationen, die Sie sich eben vorstellen können, nur damals gab es noch keine Videokonferenzen. Das würde jetzt heute sicherlich auch nochmal Zeitsparen. Ich finde das ein ganz tolles Instrument [...]. Also das erleichtert [...], das ist heute auch natürlich in der Coronalage insbesondere nochmal ein starken push bekommen, das ist heute ein häufig benutztes Instrument.“ (29'51“)

Haben Sie innerhalb des Teams einmal im Monat ein Meeting?

„Also wir haben eine langfristige Planung, eine Jahresplanung und eine unterjährige Planung, unterjährige Steuerung würde ich mal sagen. Diese Langfristige Planung sind eher Oberziele, die sind sehr wage und abstrakt formuliert, die Münden dann aber auch in so eine Jahresplanung und diese Jahresplanung machen wir immer im September/Oktober [...] Jeder sammelt auch Ideen über das Jahr. [...] Man muss permanent dabeibleiben, [...] kreativ zu sein und man muss sich die Frage stellen wie kann ich selbst meine Kreativität triggern, wie kann ich die fördern, wie kann ich die Kreativität anderer fördern.“ (16'26“)

Für unser Haus der Nachhaltigkeit in Gießen, würde ich gerne ein paar Gestaltungsideen zum Thema Organisation innerhalb des Forschungsprojekts umsetzen. Einzelne Themengruppen, oder wie bei dem Team aus Ulm genannt Fokusgruppen, haben wir in unserem Projekt bereits eingeteilt. Kerngruppen halte ich für unser Projekt nicht sinnvoll, da sich jeder gleichermaßen beteiligen soll. Ebenfalls fanden regelmäßige Videokonferenzen während der Vorlesungszeit statt. Unsere Themengruppen können sich ebenfalls ziemlich frei organisieren, nur die Treffen in der gesamten Gruppe sind feste Termine. Allgemein lässt sich sagen, dass bei uns Absprachen oder Ergebnisse transparent und für jeden zugänglich gemacht werden. Einen sehr positiven Vergleich konnte ich in unserer Handlungsfreiheit wahrnehmen, da unser Projektleiter uns eher begleitet anstatt uns etwas vorschreibt.

Am Anfang des neuen Semesters sollte die gesamte Gruppe, nochmals die Erwartungen jedes Einzelnen besprechen und die nächsten Arbeitsschritte definieren. Zudem sollte besprochen werden, was unser Ziel am Ende des Semesters ist, damit jeder weiß, worauf wir hinarbeiten und um die Motivation zu beginn des Semesters neu zu generieren.

Eins, das ich aus beiden Interviews mitnahm, ist, dass Treffen unverzichtbar sind. Der regelmäßige Austausch ist bei einem gemeinsamen Projekt effizient. Es ist gut, dass wir in der Vorlesungszeit einmal die Woche zusammensitzen, auch wenn es virtuell ist. Zu Beginn sollte sich über die vergangene, alleinige Arbeitsphase der Gruppen ausgetauscht werden, bei was gab es Probleme und was lief besonders gut? Somit wird jeder über die Fortschritte der einzelnen Themengruppen informiert und die anderen Gruppen können aus den Erfahrungen der anderen lernen. Alle Teilnehmer:innen arbeiten an einem Forschungsprojekt, das sollte nicht in Vergessenheit geraten.

Da unser Haus der Nachhaltigkeit sich noch in der Anfangsphase befindet, ist es enorm wichtig, dass jeder individuell Ideen dafür sammelt. Ich schlage vor, dass wir auf der Plattform „Miro“, die wir in der Vergangenheit schon nutzten, ein neues Whiteboard anlegen, auf dem jeder Teilnehmer, wann immer er möchte, seine Ideen stichpunktartig notiert. Bei kommenden Sitzungen können die Ideen besprochen werden.

Eine weitere Idee ist, dass die Teilnehmer:innen sich gemeinsam für ein Online Tool entscheiden, damit schneller und einfacherer kommuniziert werden kann. Ein Vorschlag wäre eine WhatsApp Gruppe, so können organisatorische Fragen vorab untereinander geklärt werden. Somit werden, wiederholte Emails an den Projektleiter verhindert und es kann Zeit bei den Meetings gespart werden.

Literatur

- Ginevičius, Romualdas, Hausmann, Thomas , Schafir, Schlomo. 2005. *Projektmanagement-Einführung*. Gernsbach: Deutscher Betriebswirte-Verlag
- Großmann, Dominik. 2016. *Einsatzmöglichkeiten von Social Media in der Organisation von sozialen Projekten*. Würzburg: Hochschule für Angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt
- Kalff, Yannick. 2018. *Organisierendes Arbeiten. Zur Performativität von Projekten*. Bielefeld: transcript-Verlag
- Kraus, Georg und Westermann, Reinhold. 2019. *Projektmanagement mit System. Organisation, Methoden, Steuerung*. Wiesbaden: Springer Gabler

Quellenverzeichnis

- Borner, Joachim und Kraft, Anne H.. *Konzeptpapier zum Reallabor-Ansatz*. Verfügbar unter:
http://komob.de/wp-content/uploads/2018/08/ENavi_Reallabore_Borner-Kraft.pdf
[Zugriff am: 26/08/2021]
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. *Freiräume für Innovation. Das Handbuch für Reallabore*. Verfügbar unter:
<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Digitale-Welt/handbuch-fuer-reallabore.pdf?blob=publicationFile&v=14> [Zugriff am: 26/08/2021]
- Defila, Rico und Di Giulio, Antonietta. *Wissenschaftspolitische Empfehlungen zum Forschungs- und Förderformat Reallabor*. Verfügbar unter:
<https://edoc.unibas.ch/72626/3/Empfehlungen-F%C3%B6rderformat-Reallabor-BF-Team-Basel-2019-2.pdf> [27/08/2021]

Projekt-Finanzierung

Daniela Schön

Beschreibung des Problems

Projekte wie ein Haus der Nachhaltigkeit können ohne finanzielle Mittel nicht realisiert werden. Die Finanzierung ist einer der zentralen Punkte für eine Realisierung. Welche Möglichkeiten es gibt ein Projekt bzw. ein Haus der Nachhaltigkeit zu finanzieren, zeige ich im Folgenden auf.

Heutzutage gibt es viele Finanzierungsmöglichkeiten, dennoch ist es schwer, diese auch wirklich in Anspruch nehmen zu können. Viele Projekte benötigen finanzielle Hilfe und die Stadt stellt oftmals nur eine geringe finanzielle Unterstützung zur Verfügung, um die Projekte so zu realisieren, wie es angedacht ist (vgl. Kagan, Kirchberg, & Weisenfeld, 2019, S.22). Ein weiteres Problem ist, dass viele Projekte bewusst auf die Unterstützung der Kommune verzichten, um unabhängig in der Ausgestaltung des Projektes zu sein. Zudem besteht die Möglichkeit, dass Kommunen und Städte von einer finanziellen Unterstützung absehen. Aber es gibt auch eine Handvoll weitere Möglichkeiten, finanzielle Hilfe zu bekommen, wie zum Beispiel Spenden, Ausschreibungen zur Förderung durch Stiftungen, Unternehmen, Institutionen, Bund, Länder und Kommunen oder ein Refinanzierungspool. Zusätzlich bedarf es einer finanziellen Grundlage in Form von Eigenkapital oder einem Träger und auch im besten Fall schon vorhandene Räume. Dies stellt in vielen Fällen ein Problem dar. Zudem wäre das Heranziehen von Sponsoren von Vorteil, um finanzielle Engpässe zu vermeiden (vgl. Kagan, Kirchberg, & Weisenfeld, 2019, S. 83). Die Literatur zu bestehenden Projekten und die Gespräche mit den verschiedenen Häusern der Nachhaltigkeit verdeutlichen, dass die Gewinnung von Sponsoren für Non-Profit-Einrichtungen nicht einfach ist. Eine Finanzierungsknappheit wird bei vielen Akteuren bemängelt, wodurch der Handlungsfreiraum stark eingeschränkt wird (vgl. Kagan, Kirchberg, & Weisenfeld, 2019, S.87). Es stellen sich viele Fragen bei einem derartigen Projekt. Diese versuche ich anhand der geführten Interviews und des recherchierten Materials im Folgenden zu beantworten.

Häuser der Nachhaltigkeit

Im Blick auf zwei verschiedene Häuser der Nachhaltigkeit werde ich die genannten Punkte etwas ausweiten und aufzeigen, wie diese Projekte sich finanzieren.

Als Interviewpartner stellten sich zunächst die Gründer des Hauses der Nachhaltigkeit in Ulm zur Verfügung. Auch sie benötigen finanzielle Mittel, um ihre Workshops und ihr Haus zu finanzieren. Im Sommer 2020 wurde dieses Haus als Bürgerinitiative gegründet. Fast alle Mitglieder sind berufstätig und somit ehrenamtlich in diesem Haus vertreten. Sie entwickeln eigene Konzepte, um so an Geldmittel zu gelangen. Beispielhaft ist hier die Einführung von Mitgliederbeiträgen zu nennen. Die Mitglieder können freiwillig Geld spenden. Aber auch

Spenden außerhalb des Hauses werden gesammelt. Weiterhin werden Gelder von Sponsoren und Fördergelder von Stiftungen oder nachhaltigen Geschäftsmodellen bezogen.

Das Haus hat auch an diversen Ausschreibungen teilgenommen. Die Chance, dort finanziell unterstützt zu werden, ist jedoch nicht hoch, da dort viele andere Projekte teilnehmen. Zudem ist diese Art, an finanzielle Mittel zu gelangen, sehr zeitaufwendig. Außerdem steht eine Finanzierung mit der Stadt zur Diskussion. Allerdings ist das Haus der Nachhaltigkeit dann an die Stadt gebunden und abhängig und gerade das möchten die Gründer nicht. Die „politischen Strömungen“, so eine der Mitgründer*innen der Bürgerinitiative Gesa Krauß (20.07.2021), möchten sie nicht in ihrem nachhaltigen Netzwerk. Des Weiteren ist in Überlegung einen Refinanzierungskonzept zu erstellen. Die Idee ist, Minijobs anzubieten und die halbe Stelle zu Refinanzieren. Ebenso ist eine Überlegung, ein Darlehen bei der Bank aufzunehmen und die Bank in das Grundbuch einzutragen. Das Ziel des Hauses ist es, zukünftig das Geld (nach Findung einer Rechtsform) von einem nachhaltigen Finanzpartner verwalten zu lassen.

Richtige Probleme in der Finanzierung hatte das Haus bis jetzt nicht. Sie beziehen ihre Gelder hauptsächlich von Spenden und Sponsoren. Da das Haus der Nachhaltigkeit ein virtuelles Projekt ist, entfallen Kosten für Miete, Möbel und andere Ressourcen. Doch auch dies steht in Diskussion mit der Stadt. Es solle ein passender Ort gefunden werden, um das Projekt physisch ausgestalten zu können.

Der zweite Interviewpartner war der Leiter, Michael Leschnig, des Hauses der Nachhaltigkeit in Trippstadt. Dieses befindet sich inmitten eines Waldes. Das Haus selbst verkörpert Nachhaltigkeit durch seine besondere Architektur. Das Haus besteht aus nachwachsenden und regionalen Bau- und Werkstoffen. Zudem befinden sich auf dem Dach des Hauses regenerative Energiequellen in Form von Sonnenkollektoren und Photovoltaikelementen. Das Haus setzt sich hauptsächlich für den Klimaschutz und die Umwelt in ihrer Umgebung ein. Eine Haupttätigkeit ist aktives Helfen mit verschiedenen Initiativen und Workshops in den Wäldern oder in der Stadt. Alle Workshops und Veranstaltungen sind meistens kostenpflichtig. So kostet beispielsweise der Workshop „Ab in die Pilze! Pilzlehrwanderung“ 13€ und geht zwei Stunden. Die Preise der Workshops sind aber breit gefächert. Zudem befindet sich in der Stadt ein Laden, in welchem Produkte aus der Region verkauft werden. Dieser erweist sich nach Angaben des Gründers als gute Einnahmequelle, da viele Personen das Haus besuchen, um die Produkte zu kaufen. In dem Laden arbeiten hauptsächlich FSJler*innen oder ehemalige FSJler*innen, wie beispielsweise eine Beauftragte, die dort halbtags angestellt ist. Zudem arbeiten dort von Zeit zu Zeit Forstleute. Alle Beschäftigten werden für die erbrachten Tätigkeiten entlohnt und sind nicht ehrenamtlich beschäftigt. Der Träger des Hauses ist Landesforsten Rheinland-Pfalz. Somit werden die Gehälter von dem Landesbetrieb bezahlt. Jedes Jahr wird ein Budgetplan für Gebäudeunterhaltung, Veranstaltungen und Investitionen erstellt. Laut dem Leiter Michael Leschnig gibt es keine finanziellen Probleme durch den Träger.



Abbildung 1: Haus der Nachhaltigkeit Trippstadt Luftbild

Gestaltungsideen im Bereich der Finanzierung

Wie bereits erwähnt ist die Finanzierung ein wesentlicher Bestandteil eines solchen Projektes. Um ein Haus der Nachhaltigkeit in Gießen zu ermöglichen, braucht man gewisse Ressourcen. Im Blick auf die Literatur und die Interviews erscheinen mir folgende Punkte besonders relevant:

Schlüsselfaktoren sind zunächst ein gutes und professionelles Auftreten. Ein Businessplan des Hauses der Nachhaltigkeit ist Voraussetzung. Eine Kostenschätzung und die gesteckten Ziele sowie ein Zeitplan sollten enthalten sein. So lassen sich spätere Unstimmigkeiten mit den Partnern oder Fehler vermeiden. Für einen Start sollte ein Träger, Sponsor oder Ähnliches vorhanden sein. Hier würde sich die Universität, die Stadt, ein nachhaltiges Unternehmen oder eine gemeinsame Trägerschaft verschiedener Institutionen anbieten. Zudem benötigt man geeignete Flächen, um das Projekt vollständig planen zu können. An dieser Stelle kann die Stadt unterstützen, indem sie Räume zur Verfügung stellt. Eine weitere Voraussetzung ist ein breites Netzwerk für die ersten Kontakte und auch eventuell für die ersten Spenden. Durch die aktuelle Lage würde ein Onlineworkshop als Anfang reichen, da persönliche Kontakte zu vermeiden sind (vgl. Kagan, Kirchberg, & Weisenfeld, 2019, S.83). Ein Newsletter mit aktuellen Informationen könnte in der Stadt und als Email verteilt werden, um die Leute zu informieren und auf das Projekt aufmerksam zu machen. Ebenso könnten die Mitglieder entsprechende Beiträge monatlich, vierteljährlich oder jährlich spenden. Eine mögliche Finanzierungsmöglichkeit, die mittlerweile von immer mehr Projekten genutzt wird, ist „REconomy Wirtschaften“ also Crowdfunding und Crowdsourcing. Dort geht es darum, dass lokale Initiativen zusammenarbeiten, sich gemeinsam unterstützen und gemeinsam wirtschaften (vgl. Kagan, Kirchberg, & Weisenfeld, 2019, S.84). Bei der Finanzierungsmöglichkeit Crowdsourcing werden Kredite von Privatpersonen an Privatpersonen vergeben. Der Kreditnehmer stellt seinen Kreditwunsch vor und die

sogenannte „Crowd“ also die Gruppe privater Anleger finanzieren das Projekt und können gleichzeitig auch mitbestimmen. Die „Wandelkarte“ von Gießen wäre eine gute Möglichkeit, herauszufinden, welche nachhaltigen Initiativen es gibt und welche mit uns zusammenarbeiten könnten. Das Ziel dabei ist, nicht abhängig von Banken zu sein. Problem dabei ist, dass die Wirtschaft in der Stadt Gießen möglicherweise nicht darauf ausgelegt ist. Somit wäre eine Überlegung des Crowdfunding gut. Um Crowdfunding etwas besser zu erklären, beziehe ich mich auf eine Skizze.

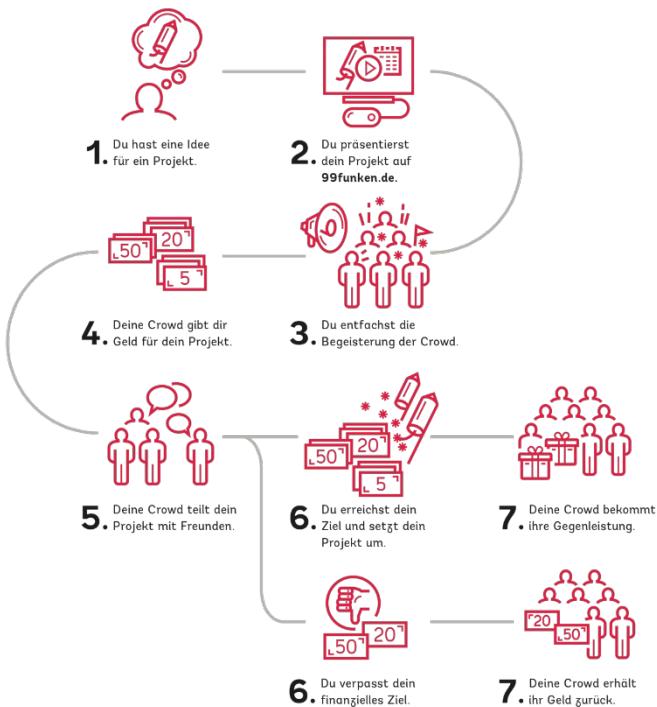


Abbildung 2: Wie funktioniert Crowdfunding?

Es gibt verschiedene Crowdfunding Methoden. Die Abbildung 2 zeigt, wie reward-based Crowdfunding, die klassische Methode des Crowdfunding, funktioniert. Ein Projekt, in dem Fall das Haus der Nachhaltigkeit in Gießen, wird auf einer Plattform vorgestellt. Viele Menschen begeistern sich dafür und spenden für unser Projekt. Das Projekt wird geteilt. Entweder erreichen wir unser Ziel und die Spender bekommen eine Gegenleistung oder wir erreichen unser Ziel nicht und die Spender bekommen ihr Geld zurück. Es ist ein einfaches Prinzip. Wichtig hierbei ist die Präsentation und ein gut verbreitetes Netzwerk, welches das Projekt teilt. Die Gegenleistung, welche die Spender erhalten, kann sowohl einen ideellen als auch einen materiellen Wert haben (vgl. Assenmacher, 2017, S.8). Sie sollte möglichst attraktiv für den Spender sein, damit er motiviert ist zu spenden. In unserem Fall könnte dies eine Mitgliedschaft des Hauses der Nachhaltigkeit sein oder Produkte der möglichen Partner. Das Buch „Crowdfunding als kommunale Finanzierungsalternative“ von Kai Assenmacher bietet einen genauen Ablauf einer Crowdfunding- Kampagne, an welcher man sich orientieren kann.

Es gibt aber auch noch eine Menge andere Möglichkeiten Gelder zu erhalten. So gibt es auch diverse Spenden-Plattformen, auf welchen ebenfalls das Projekt vorgestellt wird, die Spender aber keine Gegenleistung erhalten, sondern nur spenden (vgl. Jörg, 2020, S.50).

Die Abbildung 3 zeigt die Entwicklung des Sponsoring-Marktes von Unternehmen in Deutschland von 2006 bis 2014 (in Mrd. Euro). Unter der Kategorie Sozio/Umweltsponsoring können wir uns einordnen (vgl. Bruhn, 2018, S.31). Aktuelle Statistiken sind leider schwer zu finden. Diese zeigen jedoch bereits einen Trend auf, der insbesondere in den letzten betrachteten Jahren leicht nach oben zeigt.

Jahr	Sport-sponsoring	Kultur-sponsoring	Sozio-/Umwelt-sponsoring	Medien-sponsoring	Sponsoring gesamt
2006	2,7	0,3	0,3	1,0	4,3
2007	2,3	0,3	0,3	1,0	3,9
2008	2,9	0,3	0,4	1,0	4,6
2009	2,6	0,3	0,4	0,9	4,2
2010	2,6	0,3	0,5	0,8	4,2
2011	2,6	0,3	0,5	0,8	4,2
2012	2,7	0,3	0,5	0,9	4,4
2013	2,9	0,4	0,5	0,8	4,6
2014	3,0	0,4	0,6	0,9	4,8
Gerundete Durchschnittswerte in Mrd. Euro					

Abbildung 3: Entwicklung des Sponsoring-Marktes in Deutschland

Wie man deutlich erkennt, steigen die Spendengelder von Unternehmen. Jedoch ist das Interesse an Sozio-/Umweltsponsoring nicht groß. Laut Bruhn ist die Entwicklung zwischen schwankend und gleichbleibend. Durch den Klimawandel sollte zu erwarten sein, dass die Bereiche der Umwelt zunehmend gefördert werden und somit die Perspektiven für ein Sponsoring nicht schlecht liegen. In den letzten Jahren ist ein positiver Trend zu beobachten aber auch kein deutlicher Anstieg, trotz immer höherem Interesse an der Förderung der Umwelt (vgl. Bruhn, 2018, S.33).

Eine weitere Finanzierungsmöglichkeit ist die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Die Kreditbank hat ein explizites Nachhaltigkeitsprogramm, wo sie Förderungen in den Bereichen der Umwelt bereitstellen. Gerade kleine Unternehmen werden dort besonders gefördert (vgl. Golla, 2005, S.21). Nachteilig wirkt sich die Tatsache aus, dass die volle Summe wieder an die KfW zurückgezahlt werden muss, da es sich um einen Kredit handelt.

Wie man sieht, bieten sich eine Menge Möglichkeiten wie wir unser Haus der Nachhaltigkeit finanzieren können. Welche für uns in Frage kommen, kann man mit einem Plan am Besten ausarbeiten. Geldspenden und Sachspenden sind hier wohl die beste Alternative.

Materialsammlung

Fördergelder:

<https://www.dbu.de>

Finanzierungsmöglichkeiten Crowdfunding:

<https://www.99funken.de>

<https://www.startnext.com>

<https://www.kickstarter.com/>

Finanzierungsmöglichkeiten Spenden:

<https://www.betterplace.org/de>

<https://www.viele-schaffen-mehr.de>

Wandelkarte Gießen

https://www.giessen.de/Kurzmenü/Startseite/Mit-neuer-Wandelkarte-nachhaltig-durch-Gießen.php?object=tx_2874.5&ModID=7&FID=2874.12320.1

Häuser der Nachhaltigkeit

Das Haus der Nachhaltigkeit in Ulm: <https://www.h-d-n.org>

Das Haus der Nachhaltigkeit in Trippstadt: <https://hdn.wald.rlp.de/de/start/>

Literatur

Assenmacher, Kai. 2017. *Crowdfunding als kommunale Finanzierungsalternative*. Brühl: Springer Gabler.

Bruhn, Manfred. 2018. *Sponsoring, Systematische Planung und integrativer Einsatz*. Schweiz: Springer Gabler .

Golla, Stephan, und Martin T. Holi. 2005. „Aller Anfang ist schwer; Förderungs- und Finanzierungsmöglichkeiten nachhaltiger Unternehmensgründungen.“ *Ökologisches Wirtschaften* (2).

Kagan, Sacha, Volker Kirchberg, und Ursula Weisenfeld. 2019. *Stadt als Möglichkeitsraum; Experimentierfelder einer urbanen Nachhaltigkeit*. transcript Verlag.

Reschke, Jörg. 2020. *Online- Fundraising; Digitales Spendensammeln: Wie Sie soziale Projekte und Organisationen erfolgreich finanzieren*. Karlsruhe: Springer Gabler.

Urselmann, Michael. 2020. *Handbuch Fundraising*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Haus der Nachhaltigkeit Trippstadt Luftbild 18

Abbildung 2: Wie funktioniert Crowdfunding? 19

Abbildung 3: Entwicklung des Sponsoring-Marktes in Deutschland..... 20

Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Workshop-Projekt: Einleitung und Finanzierung

Elisabeth Alm

1. Einleitung

Neben und mit den praktischen Anwendungsbereichen im Haus der Nachhaltigkeit, wie Kleidung oder die Einbindung in die Kommunalpolitik, war es uns sehr wichtig auch eine bildungstheoretische Ebene in das Modell einzubauen. Dabei ist es das Ziel, Wissen über Nachhaltigkeit zu vermitteln und die jeweiligen Informationen gleichzeitig mit praktischen Handlungsempfehlungen zu verknüpfen. Da das Konzept der Nachhaltigkeit sehr komplex und vielfältig ist, wollen wir es möglichst vielen verschiedenen Akteuren ermöglichen, ihr Wissen an Interessierte weiterzugeben. Gleichzeitig wollen wir dieses Angebot möglichst attraktiv für die Anbietenden gestalten, um auch eine Vielzahl von Veranstalter_innen anzusprechen.

Das Ergebnis dieser Überlegungen war die Entwicklung von Workshop-Formaten basierend auf bestehenden Angeboten im Bereich „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE; Becker 2020) Der Grundgedanke der Workshop-Formate ist die Möglichkeit für Anbietende sich aus verschiedenen Angeboten einen individuellen Workshop zusammenzustellen und als Expert_innen lediglich das spezifische Wissen über Nachhaltigkeit in das Workshop Gerüst einzuarbeiten. Dies soll es möglichst vielen verschiedenen Akteuren aus den Bereichen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft ermöglichen einen Workshop zu einem beliebigen Thema mit Bezug zum Konzept Nachhaltigkeit anzubieten. Außerdem können auch Interessierte durch diese Methode zwischen verschiedenen Arten von Workshops wählen, die nicht nur inhaltlich, sondern auch von der Methodik den eigenen Wünschen entsprechen.

Das langfristige Ziel dieses Projektes ist es dementsprechend eine Art Handbuch für Expert_innen zu entwickeln, aus denen diese sich einen Workshop zusammenstellen können. Dadurch wird gewährleistet, dass die Workshops auch ohne dauerhafte Betreuung von Studierenden oder anderen Mitarbeiter_innen im Haus der Nachhaltigkeit erarbeitet aber dann in gemeinsamer Zusammenarbeit durchgeführt werden können. Dieses Vorgehen unterstützt auch den BNE-Ansatz des lebenslangen eigenständigen Lernens, was jedes Individuum in Bezug auf Nachhaltigkeit durchlaufen sollte (Jakob 2020, 22). Daher ist ein großer Anteil an Selbstorganisation bei der Planung und auch Selbstbildung der Teilnehmenden bei der Durchführung der Workshops erwünscht.

Räumlichkeiten für mögliche Workshops können entweder eigene Räume der Expert_innen sein, eventuell zur Verfügung stehende Räume in einem physisch verorteten Haus der Nachhaltigkeit oder ein virtueller Raum bei der Durchführung von Online-Workshops. Für Interessierte ist es das Ziel des Projekts, eine Vielfalt von Angeboten zur Verfügung zu stellen

und den Zugang zu diesen so einfach wie möglich zu gestalten. Daher wäre auch eine Nutzung der verschiedenen Räumlichkeiten wünschenswert, um die Zugänglichkeit der Workshops für möglichst viele Interessierte sicherzustellen.

Im Folgenden werden die verschiedenen Bereiche des Projektes vorgestellt. Dabei wird zunächst die Bildung für nachhaltige Entwicklung eingeführt und Finanzierungsmöglichkeiten für dieses Teilprojekt dargestellt. Um einen Akteur in der Region Gießen vorzustellen, werden danach einige Einblicke in die Volkshochschule Gießen gegeben. Hier werden die Möglichkeiten von Bildung und Kooperationen mit einem Fokus auf den Bereich der Nachhaltigkeit thematisiert. Dann werden die theoretischen Grundlagen für die Workshops erläutert und verschiedene Angebote aufgelistet. Zusätzlich wird an dieser Stelle auf die zu übermittelnden Kompetenzen der Teilnehmer_innen sowie auf die nötigen Kompetenzen der Lehrenden beziehungsweise Expert_innen eingegangen. Abschließend wird ein fiktiver Beispielworkshop beschrieben, den man auf Grundlage des Handbuchs theoretisch erstellen könnte.

1. Bildung für nachhaltige Entwicklung

Obwohl das Thema der nachhaltigen Entwicklung in der globalen und nationalen Politik schon seit mehreren Jahrzehnten diskutiert wird, hat sich das Interesse der Bevölkerung an diesem Thema im letzten Jahrzehnt stark vergrößert. Durch Aktionen, Initiativen und soziale Bewegungen wie „Fridays for Future“ setzt sich vor allem die jüngere Generation für die Erhaltung des Planeten durch nachhaltige Entwicklung ein (vgl. Fridays for Future 2019). Dabei gibt Fridays for Future neben den offenen Forderungen an die Politik auch Anreize an die Bevölkerung, wie Bürger_innen durch ihr eigenes Verhalten zur Nachhaltigkeit beitragen können. Im Rahmen dieser Idee finden auch die Workshops im Haus der Nachhaltigkeit statt. Der Fokus soll dabei auf allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit liegen. Das sogenannte Dreieck der Nachhaltigkeit umfasst die ökologische, die ökonomische und die soziale Dimension (vgl. Jakob 2020, 15). Dabei müssen alle drei Dimensionen stets zusammen betrachtet werden, da sie sich gegenseitig beeinflussen und nachhaltige Entwicklung nur durch die Beachtung aller drei Faktoren geschehen kann (vgl. Hasselkuß 2018, 46). Daher ist es auch Ziel des Projektes, dass eine große Vielfalt an Akteuren aus allen drei Sektoren ihr Wissen weitergibt. Beispiele für verschiedene Akteure finden sich in der untenstehenden Tabelle (Tab. 1). Für das Haus der Nachhaltigkeit sind vermutlich hauptsächlich die subnationalen und nationalen Akteure relevant, allerdings wäre auch eine Zusammenarbeit mit größeren regionalen oder internationalen Akteuren wünschenswert.

	Governmental	Civil society and NGOs	Private
Subnational	Provincial/state/district departments of education and development sectors Municipal authorities	Community-based organizations Local sections of NGOs Youth associations Faith-based groups	Local business Clans and families Individuals

	Schools, adult learning programmes Universities and colleges	Village development committees Adult learning groups	
National	National government departments of education and development sectors Universities and research institutes EFA networks Media (governmental)	National NGOs and NGO coalitions Branches of international NGOs Faith-based organizations Teachers' associations and trade unions	Private sector businesses Business associations Media (private)
Regional	Regional intergovernmental groupings Regional EFA networks	Regional CS and NGO groupings and networks Faith-based organizations	Regional business associations
International	UN agencies CSD EFA High-Level and Working groups and E-9 grouping UNDG member agencies Official/semi-official watchdog bodies	Sustainable development education networks NGO UNESCO Liaison Committee CCNGO/EFA Global Campaign for Education International environmental NGOs Faith-based organizations	International associations of business (e.g. in the extractive sector) TNCs (e.g. media corporations)

Tabelle 1: Überblick Akteure (Eigene Darstellung; vgl. UNESCO 2006, 26); EFA: Education for All; CS: Civil Society; CSD: Commission for Sustainable Development, UNGD: United Nations Development Group; CCNGO: Collective Consultation of Non-governmental Organizations

In den Workshops des Hauses der Nachhaltigkeit soll sowohl theoretisches als auch praktisches Wissen an Interessierte vermittelt werden. Daher umfasst dieses Projekt neben dem Bereich Nachhaltigkeit auch den Bereich Bildung. Bereits in der Agenda 21, dem Ergebnisbericht des UN-Weltgipfels von Rio im Jahr 1992, wurde die Relevanz von Bildung im Zusammenhang mit nachhaltiger Entwicklung betont:

„Bildung/Erziehung einschließlich formaler Bildung, öffentliche Bewußtseinsbildung und berufliche Ausbildung sind als ein Prozeß zu sehen, mit dessen Hilfe die Menschen als Einzelpersonen und die Gesellschaft als Ganzes ihr Potenzial voll ausschöpfen können. Bildung ist eine unerlässliche Voraussetzung für die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung und die Verbesserung der Fähigkeit der Menschen, sich mit Umwelt- und Entwicklungsfragen auseinanderzusetzen.“ (BMU o.J., 281)

Um die global angestrebte Entwicklung genau festzuhalten, veröffentlichten die Vereinten Nationen im Jahr 2000 die Millennium Development Goals (MDG). Die MDGs waren acht Entwicklungsziele, welche die Vereinten Nationen bis 2015 erreichen wollten (vgl. SDGF 2021). Ein Ziel war die Primärbildung für alle Menschen weltweit zu garantieren. Auch hier wird die Wichtigkeit von Bildung für Entwicklung hervorgehoben. Noch konkreter wird dieser Fokus bei den Sustainable Development Goals (SDG) der Vereinten Nationen. Diese 17 Ziele sind die Nachfolger der MDGs und gelten im Unterschied zu den MDGs, die hauptsächlich für Entwicklungsländer bestimmt waren, für alle Staaten (vgl. SDGF 2021). Dabei ist in diesem Kontext besonders SDG Ziel 4 relevant.

SDG 4 „Hochwertige Bildung“ wird von den Vereinten Nationen genauer beschrieben: „Bildung für alle – inklusive, gerechte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern.“ (United Nations Department of Economic and Social Affairs 2021) Im Zusammenhang mit diesem Ziel haben die Vereinten Nationen von 2005 bis 2014 die Weltdekade für Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) ausgerufen. Diese Dekade sollte es allen Menschen ermöglichen sich „Kenntnisse und Fertigkeiten anzueignen die ein nachhaltigeres Verhalten erlauben und damit eine positive gesellschaftliche Zukunft fördern können.“ (Deutsche UNESCO-Kommission e.V. 2015, 10) Die Verbindung der beiden Konzepte wird besonders deutlich dadurch, dass BNE im Unterziel SDG 4.7 sogar explizit erwähnt wird:

„Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung.“ (United Nations Department of Economic and Social Affairs 2021)

Das Ziel von BNE ist es daher, die Nachhaltigkeitskompetenzen aller Beteiligten zu stärken (vgl. Vierbuchen und Rieckmann 2020, 4). Die Ausweitung dieser Kompetenzen soll langfristig dazu führen, dass alle Beteiligten eine aktive Rolle in der Gestaltung des Prozesses der nachhaltigen Entwicklung spielen können (vgl. Vierbuchen und Rieckmann 2020, 5). Im Nachfolgeprogramm der Weltdekade, dem Weltaktionsprogramm, welches von 2015 bis 2019 stattfand, wurden fünf Handlungsfelder identifiziert, in denen Verbesserungsmaßnahmen durchgeführt werden sollten. Diese Handlungsfelder sind politische Unterstützung, ganzheitliche Transformation von Lern- und Lehrumgebungen, Kompetenzentwicklung bei Lehrenden und Multiplikatoren, Stärkung und Mobilisierung der Jugend und Förderung nachhaltiger Entwicklung auf lokaler Ebene (vgl. Jakob 2020, 18) Im Rahmen des Haus der Nachhaltigkeit ist besonders die Förderung von nachhaltiger Entwicklung auf lokaler Ebene relevant. Dies ist auch ein großer Fokus der Umsetzung von BNE in Deutschland generell (vgl. Deutsche UNESCO-Kommission e.V. 2015). Aufgrund der besonderen Aufmerksamkeit, die lokale Projekte während der BNE

Weltdekade und dem Weltaktionsprogramm erhalten haben, ist dies auch ein guter Ansatzpunkt für Finanzierungsmöglichkeiten des Projekts.

2. Finanzierung

Obwohl auch finanzielle Förderung für das Haus der Nachhaltigkeit generell möglich ist (vgl. Beitrag Daniela Schön) werden im Folgenden nur Angebote für das Workshop-Projekt innerhalb des Hauses der Nachhaltigkeit vorgestellt.

3.1 Lernen und Handeln für unsere Zukunft – Zertifizierte Bildungsträger für nachhaltige Entwicklung

Das Land Hessen hat eine Qualitätssicherung für BNE im Rahmen eines Zertifikates entwickelt. Dieses Zertifikat „Lernen und Handeln für unsere Zukunft – Zertifizierte Bildungsträger für nachhaltige Entwicklung“ qualifiziert ein Projekt als geeigneten Partner für beispielsweise Schulen und Kindergärten (vgl. Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2021b). Weiterhin verleiht es dem Projekt eine Professionalität, die sowohl für die durchführenden Expert_innen von Workshops wie für die Teilnehmenden ansprechend sein könnte.

Das Zertifikat erhält man durch das Ausfüllen eines Selbsteinschätzungsfragebogens über die Organisation und den Inhalt des Projektes. Weiterhin wird im Fragebogen abgefragt, inwiefern sich das Projekt für die Zusammenarbeit mit Schulen eignet. Das Workshop-Projekt ist hauptsächlich für ältere Schüler_innen in mindestens Sekundarstufe II sinnvoll, da ein gewisses Maß an Eigeninitiative in den Workshops vorausgesetzt wird und die meisten Expert_innen vermutlich keine pädagogische Ausbildung haben.

Nach Abgabe des Fragebogens kommt es zu einem Auswertungsgespräch, in dem offene Fragen geklärt werden sollen. Kommt es zu einer Erteilung des Zertifikates, so ist dieses für drei Jahre gültig. Eine Verlängerung erfolgt durch eine erneute vereinfachte Evaluation (vgl. Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2021b).

Eine Zertifizierung des Workshops-Projekts würde das Ansehen und die Reichweite stark erhöhen. Das Haus der Nachhaltigkeit hätte Zugang zu einem regionalen Netzwerk an Schulen und anderen zertifizierten Einrichtungen. Die Mitglieder der Zertifizierungskommission – Hessisches Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, Hessisches Kultusministerium, Hessisches Sozialministerium, Regionalberatungen UmweltSchule – zeigen außerdem den wichtigen sozialen Stellenwert des Projektes auf, sollte es zu einer Zertifizierung kommen.

3.2 Förderung eines Projektes der Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung in Hessen

Das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz unterstützt Projekte, welche die BNE Qualitätszertifizierung als „Bildungsträger für nachhaltige Entwicklung“ erhalten haben. Um eine Förderung zu beantragen muss ein

Formular ausgefüllt werden, welches dem Formular für das Zertifikat ähnelt, aber zusätzlich noch einen Finanzierungsplan erfordert (vgl. Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2021a).

Förderbeträge über 5.000€ gelten als Anteilsfinanzierung in Höhe von 90 Prozent. Beträge unter 5.000€ sind eine Festbetragsfinanzierung. Die Eigenbeteiligung kann durch Eigenleistung oder Eigenmittel erfüllt werden.

Bei dieser Förderung werden Projekte „zur Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung, der Fort- und Weiterbildung, zur Natur- und Umwelterziehung, zur Natur- und Umweltbildung sowie zum Globalen Lernen“ (vgl. Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2021a) unterstützt. Das Workshop-Projekt fällt unter die Natur- und Umweltbildung und erfüllt damit die Kriterien einer Förderung.

3.3 Europäische Sozialfonds

Die Europäischen Sozialfonds (ESF) fördern unter anderem bessere Bildung in Europa. Jedem Mitgliedsland wird eine bestimmte Menge an Geld zur Verfügung gestellt, mit der Projekte im sozialen Bereich gefördert werden sollen. Die Projektförderung durch die ESF entsteht meist über Förderaufrufe, die auf der offiziellen Webseite der ESF Deutschland veröffentlicht werden (vgl. Europäischer Sozialfonds für Deutschland 2021). Da das Programm im Jahre 2021 in eine neue Laufzeitperiode mit ein paar Änderungen startete, gibt es aktuell keine offenen Ausschreibungen. Trotz der fehlenden Ausschreibungen erfüllt das Workshop-Projekt grundsätzlich die Anforderungen, um eine ESF-Förderung zu erhalten.

Diese drei Förderungen stellen nur eine kleine Übersicht dar. Generell gibt es viele Fördermöglichkeiten für Projekte mit einem Bezug zum BNE, welche die möglichen Kosten des Workshop-Projektes für Expert_innen, Interessenten und das Haus der Nachhaltigkeit als Veranstalter abdecken können.

Literatur

- Becker, Gerhard (2020): Bildung für nachhaltige Entwicklung in urbanen Bildungslandschaften.
Osnabrück: NUSO-Verlag.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit: Agenda 21. Online verfügbar unter
https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Download_PDF/Nachhaltige_Entwicklung/agenda21.pdf, zuletzt geprüft am 04.08.2021.
- Deutsche UNESCO-Kommission e.V. (2015): UN-Dekade mit Wirkung. 10 Jahre "Bildung für nachhaltige Entwicklung" in Deutschland. Hg. v. Deutsche UNESCO-Kommission e.V.
Bundesministerium für Bildung und Forschung. Online verfügbar unter <https://www.bne-portal.de/files/DUK%20-%20UN-Dekade%20mit%20Wirkung.pdf>, zuletzt geprüft am 04.08.2021.
- Europäischer Sozialfonds für Deutschland (2021): Über den ESF. Der Weg zur Förderung. Online verfügbar unter <https://www.esf.de/portal/DE/Ueber-den-ESF/Der-Weg-zur-Foerderung/inhalt.html>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- Fridays for Future (2019): Unsere Forderungen an die Politik. Hg. v. Fridays for Future. Online verfügbar unter <https://fridaysforfuture.de/forderungen/>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.

- Hasselkuß, Marco (2018): Transformative soziale Innovation durch Netzwerke. Das Beispiel "Bildung für nachhaltige Entwicklung". München: oekom (Wuppertaler Schriften zur Forschung für eine nachhaltige Entwicklung, 12).
- Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2021a): Förderangebote. Förderung von Umweltbildung und BNE in Hessen. Online verfügbar unter <https://umwelt.hessen.de/umwelt-natur/nachhaltigkeitsstrategie-bildung/foerderung-von-umweltbildung-und-bne-hessen>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- Hessisches Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2021b): Qualitätssicherung BNE. Zertifizierte Bildungsträger. Online verfügbar unter <https://umwelt.hessen.de/umwelt-natur/mensch-umwelt/zertifizierte-bildungstraeger>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- Jakob, Jennifer (2020): Bildung für nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und Perspektiven. In: *Österreichisches Religionspädagogisches Forum* 28 (2), S. 11–27. DOI: 10.25364/10.28:2020.2.2.
- Sustainable Development Goals Fund (SDGF) (2021): Who We Are. From MDGs to SDGs. Online verfügbar unter <https://www.sdfund.org/mdgs-sdgs>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- United Nations Department of Economic and Social Affairs (2021): Goals 4. Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all. Online verfügbar unter <https://sdgs.un.org/goals/goal4>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2006): Framework for the UNESD. International Implementation Scheme. Hg. v. UNESCO. Online verfügbar unter <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000148650>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- Vierbuchen, Marie-Christine; Rieckmann, Marco (2020): Bildung für nachhaltige Entwicklung und inklusive Bildung. Grundlagen, Konzepte und Potenziale. In: *Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik* 43 (1), S. 4–10.

Workshop-Formate

Nele Christian

1. Workshop-Formate

Im Zuge des Klimawandels, der immer wiederkehrenden Naturkatastrophen und der noch andauernden Pandemie, verstärkt sich in der Gesellschaft die Einsicht zu der Notwendigkeit des Umdenkens und Handelns im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung. Um zukünftige Generationen nicht in ihren Bedürfnissen einzuschränken, hat jede_r Einzelne die Möglichkeit das eigene Konsumverhalten zu mindern, sodass ein Handeln im Sinne der Suffizienz-Strategie stattfindet. Bei dieser Strategie soll zukunftsorientiert das eigene Konsummuster an die Tragfähigkeit der Erde angepasst werden, ohne dafür komplett auf etwas verzichten zu müssen (vgl. Fischer und Grießhammer 2013, 10). Dabei ist es wichtig, dass dies freiwillig geschieht und individuell herausgearbeitet wird, wie der Alltag nachhaltiger gestaltet werden kann. Da es oftmals schwierig ist, die eigenen Gewohnheiten und Routinen zu durchbrechen, kann eine gemeinsame Auseinandersetzung und gegenseitige Motivation innerhalb eines Teams eine erfolgreiche Möglichkeit sein, sich dem Thema anzunähern und es eigeninitiiert umzusetzen. Aus diesem Grund eignen sich Workshops innerhalb des Hauses der

Nachhaltigkeit gut, um eine Handlungsbereitschaft zu schaffen und gemeinsam an dem Ziel einer nachhaltigen Entwicklung zu arbeiten.

- 1.1 Vorüberlegungen zur Entwicklung eines Workshop-Konzepts

Workshops zum Thema Bildung für nachhaltige Entwicklung lassen sich im Rahmen sozialer Innovationen nachhaltigen Konsums einordnen. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie Konsum- und Handlungsalternativen in der Gesellschaft verbreiten, um diese in die Richtung einer nachhaltigen Entwicklung zu lenken (vgl. Rückert-John; Jaeger-Erben; Schäfer 2014, 8).

Bevor ein solcher Workshop durchgeführt werden kann, müssen zunächst einige Vorüberlegungen getroffen werden. Dabei ist es wichtig, sich die Gruppe der Teilnehmer_innen genau anzuschauen. Hierbei sollte man das Alter und die eventuell vorhandenen Nachhaltigkeitskompetenzen beachten, um daran anknüpfend den passenden Workshop zusammenzustellen. Zu den Nachhaltigkeitskompetenzen im Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung zählt zum Beispiel die Kompetenz zum kritischen und vorausschauenden Denken. Aber auch strategisches Denken und eine Problemlösekompetenz sind wichtig, um sich mit komplexen Nachhaltigkeitsthemen zu befassen und diese verstehen zu können. Des Weiteren ist eine Kooperationskompetenz notwendig, um übergreifend mit anderen Akteuren die nachhaltige Entwicklung voranzutreiben (vgl. Vierbuchen und Rieckmann 2020, 5). Diese Nachhaltigkeitskompetenzen lassen sich drei Schlüsselkompetenzen zuordnen. Zum einen der Kompetenz im Bereich des selbstständigen Handelns, außerdem im Bereich der interaktiven Nutzung von Instrumenten und Medien sowie im Bereich des Handelns in Gruppen (vgl. Schneider 2014, 2).

Will man also einen passenden Workshop für die Zielgruppe gestalten oder aus schon bestehenden Workshop-Konzepten den jeweils passenden auswählen, so muss berücksichtigt werden, inwiefern die Nachhaltigkeitskompetenzen der Gruppe schon ausgeprägt sind und somit als Grundlage dienen und welche Kompetenzen durch den Workshop gefördert werden sollen. Auch das Ziel des Workshops muss im Voraus klar definiert sein. Soll in der Gruppe zunächst ein allgemeines Bewusstsein geschaffen werden, weil die Nachhaltigkeitskompetenzen weniger ausgeprägt sind? Soll generell über ein spezielles Thema informiert werden oder sollen die Teilnehmer_innen selbst aktiv werden und sich eigene Ideen überlegen, da sie das nötige Wissen dafür schon besitzen und so bezüglich der Problemlöse- und Kooperationskompetenz gefördert werden könnten? Oder soll der Workshop Erlebnisse, Emotionen und Handlungskompetenzen adressieren und derart zu einem Nachhaltigkeitshandeln anregen? Diese Fragen sollten noch vor Beginn des Workshops geklärt werden, um im Anschluss eine passende Workshop-Methode zu wählen.

- 1.2 Vorstellung von Workshop-Methoden

Da bei selbst erarbeiteten Problemlösungsansätzen die Wahrscheinlichkeit einer tatsächlichen Umsetzung im Alltag größer ist, sollten Workshops so aufgebaut sein, dass sich die Teilnehmer_innen diese Ansätze selbst herleiten. Dadurch haben sie die Möglichkeit selbst

zu erkennen, welche Bereiche ihres Alltags nachhaltiger gestaltet werden könnten und wie sie dies für sich am effektivsten umsetzen können.

Eine geeignete Workshop-Methode dafür wäre beispielsweise das Mindmapping, da die Teilnehmer_innen hierbei aktiv ihre eigenen Ideen miteinbringen können und sich durch diese Methode einen Überblick über das Thema verschaffen können. Auch eine Internet- oder Literaturrecherche während der Arbeit an der Mindmap ist möglich und fördert gleichzeitig die Kompetenz der interaktiven Nutzung von Instrumenten und Medien, indem ein kritischer Umgang mit Informationen geübt wird. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, dies visuell über Online-Plattformen festzuhalten, sodass die Teilnehmer_innen auch von zu Hause aus Zugriff auf die Mindmap haben. Da die Teilnehmer_innen hierbei selbstständig arbeiten, braucht es lediglich Personen, die den Workshop leiten und koordinieren. Diese Methode ist also für Workshops ohne zusätzliche Expert_innen geeignet, wobei sie natürlich auch gemeinsam mit Expert_innen durchgeführt werden kann.

Wie die Pandemie gezeigt hat, bieten digitale Workshop-Formate einige Vorteile, wie zum Beispiel eine einfache Erreichbarkeit und damit verbundene höhere Teilnahmechancen, da auf eine weite Anreise verzichtet werden kann. Menschen aus dem Landkreis müssten somit nicht mehr nach Gießen fahren und es kommt zu weniger Verkehrsaufkommen. Auch die Herstellung eines (digitalen) Archivs wird durch digitale Formate vereinfacht. Andererseits muss bedacht werden, dass bestimmte Dimensionen in digitalen Workshops nicht bedient werden können. Beispielsweise Naturerlebnisse, wie gemeinsames Gärtnern, können nur in Präsenz-Veranstaltungen stattfinden und auch der persönliche Austausch untereinander ist in Online-Veranstaltungen nur begrenzt möglich. Ein gemischtes Angebot aus Online- und Präsenz-Workshops ist somit für das Haus der Nachhaltigkeit sinnvoll, um das Interesse möglichst vieler Menschen zu erreichen.

Eine weitere Workshop-Methode, sind die sogenannten Stationengespräche (vgl. Maritim 2019, o. S.). Dafür werden Stationen aufgebaut, an denen man sich als Teilnehmer_in jeweils mit einer anderen impulsgebenden Frage beschäftigt. Diese wird in Kleingruppen diskutiert, sodass alle Teilnehmer_innen die Frage bearbeiten. Die Ergebnisse werden im Anschluss schriftlich festgehalten. Nach einiger Zeit wechseln die Kleingruppen zu der nächsten Station und wiederholen diesen Vorgang so lange bis sie alle Stationen durchlaufen sind. Die Vorteile dieser Methode sind, dass zum einen die Teilnehmer_innen in Bewegung sind und sich aktiv mit den Themen auseinandersetzen, zum anderen, dass durch die selbstständige Arbeitsweise und die interaktive Arbeit innerhalb der Gruppe zwei der drei BNE-Schlüsselkompetenzen direkt gefördert werden (siehe Tab. 1). Außerdem können die gestellten Diskussionsfragen flexibel an die vorhandenen Nachhaltigkeitskompetenzen der Teilnehmer_innen angepasst werden, sodass sich diese Methode für sämtliche Altersgruppen und Wissensstände eignet. Auch diese Methode kann problemlos online durchgeführt werden.

Eine mögliche dritte Workshop-Methode, sind Open Space Konferenzen (vgl. Maritim 2019, o. S.). Bei dieser Methode wird zu Beginn von den Workshopleiter_innen ein thematischer

Rahmen gesetzt, sodass eine themenzentrierte Diskussion stattfindet und die Inhalte an die Nachhaltigkeitskompetenzen der Gruppe angepasst sind. Daraufhin bekommt jede Gruppe einen anderen Fokus zugewiesen, den sie als Grundlage der Diskussion verwenden sollen. Ansonsten haben die Teilnehmer_innen hierbei die Freiheit, Fragen und Anliegen zu thematisieren, Schwerpunkte herauszuarbeiten und Erfahrungen auszutauschen. Dadurch können komplexe Themen gemeinsam als Team bearbeitet werden und die Teilnehmer_innen können sich wechselseitig inspirieren und motivieren. Während der Diskussion werden die wichtigsten Punkte schriftlich festgehalten, damit sie zum Schluss zusammengefasst allen vorgestellt werden können. Bei einer hohen Teilnehmeranzahl besteht zudem die Möglichkeit Kleingruppen zu bilden, nötig ist dies jedoch nicht. Aufgrund der eigenständigen Arbeit, die hier im Mittelpunkt steht, ist es nicht nötig, dass zusätzliche Expert_innen vor Ort sind, jedoch könnten sie durch ihr Expertenwissen beratend bei Fragen Unterstützung leisten.

Zu einer Workshop-Methode, die die Anwesenheit zusätzlicher Expert_innen oder Akteure erfordert, gehört die sogenannte Zukunftskonferenz-Methode. Im Haus der Nachhaltigkeit könnte diese Methode bei (Kooperations-) Projekten mit verschiedenen Akteur_innen, wie beispielsweise Unternehmen, Hochschulen, Bürger_innen oder der Kommune, eingesetzt werden. Die Voraussetzung für diese Methode ist, dass die Gesamtheit aller involvierten Personen anwesend ist. Das heißt, nicht nur die Interessent_innen für das Thema, sondern auch diejenigen, die von der Umsetzung betroffen sind, sind anwesend (vgl. Grolman o. J., o. S.). In der Regel wird diese Methode zur Strategieentwicklung innerhalb von Unternehmen angewendet, allerdings eignet sie sich auch grundsätzlich für Kooperationsgespräche mit verschiedenen Akteursgruppen in unterschiedlichen Themenkontexten. Zum Beispiel für die Zusammenarbeit mit der eigenen Kommune eignet sich diese Methode, da über ein solches Workshop-Format ein direkter Austausch mit den Bürger_innen stattfindet, die von den entsprechenden Maßnahmen betroffen sind. Bei dieser Methode wird zunächst die Vergangenheit beleuchtet, indem die jeweiligen Akteure die bisherige Entwicklung mitsamt den dazugehörigen Werten und Sichtweisen vorstellen. Die Entwicklung wird beispielsweise durch einen Zeitstrahl schriftlich festgehalten (vgl. Grolman o. J., o. S.). Durch die Vorstellung dieses Hintergrundwissens haben alle Beteiligten die Möglichkeit, sich in die Situation der jeweiligen Akteure hineinzuversetzen. Im Anschluss wird die Gegenwart betrachtet. Es werden Einflussfaktoren gesammelt, die die Gegenwart der Akteure prägen, Entwicklungen vorgestellt, die auf sie zukommen werden und eine Einschätzung gegeben, was gut lief und was eher schlecht abgelaufen ist. Im nächsten Schritt wird zukunftsorientiert geschaut, was die Ziele der jeweiligen Akteure sind und was erreicht werden soll. Es wird gemeinsam mit allen herausgearbeitet, in welchen Punkten Übereinstimmungen vorliegen und zuletzt wie und mit wem diese Ziele umgesetzt werden können.

Bezogen auf diese Methode im Rahmen eines Workshops im Haus der Nachhaltigkeit, besteht für die Teilnehmer_innen die Möglichkeit, direkt in die Interaktion mit regionalen Akteuren zu gelangen, die vergangenen Handlungsweisen und Sichtweisen nachzuvollziehen und gemeinsam Lösungswege für eine nachhaltigere Entwicklung in der Zukunft zu finden. Die

jeweiligen Akteure würden wiederum davon profitieren, dass sie die Sichtweise und Kritikpunkte der Teilnehmer_innen des Workshops vorgestellt bekommen und mit ihnen gemeinsam zusammenarbeiten, was zusätzlich das Ansehen der Akteure steigern wird. Für diese Workshop-Methode sollten bestenfalls erweiterte Nachhaltigkeitskompetenzen vorliegen, um sich an der Diskussion und Strategieentwicklung beteiligen zu können. Auch hierbei werden viele der zuvor vorgestellten Nachhaltigkeitskompetenzen gefördert und zudem ein Netzwerk aufgebaut.

Um das Thema Nachhaltigkeit auch für jüngere Teilnehmer_innen ansprechend zu gestalten, kann man Workshop-Methoden wählen, die das Thema in einer spielerischen Art und Weise versuchen näher zu bringen. Eine dieser Methoden heißt „Die 6 Hüte“ (vgl. Maritim 2019, o. S.). Hierbei bekommt jede_r aus der Gruppe einen Hut, beziehungsweise im übertragenen Sinne eine Rolle zugeschrieben. Die Rollen unterscheiden sich durch verschiedene Denkweisen. Eine Rolle ist die emotionale Denkweise, eine andere die analytische, des Weiteren gibt es noch die kritische, die optimistische, die kreative Sichtweise und die Sichtweise, die von oben herab auf das Geschehen insgesamt blickt. Im Rahmen einer offenen Diskussion zu einem vorgeschriebenen Thema diskutieren die Teilnehmer_innen unter Einhaltung ihrer zugeschriebenen Denkweise und lernen spielerisch neben dem kritischen Denken zugleich auch das Hineinversetzen in unterschiedliche Denkweisen und Argumentieren in Gruppendiskussionen.

Anhand der Auswahl vorgestellter Workshop-Methoden lässt sich festhalten, dass es möglich ist für jede Altersgruppe und Teilnehmer_innen unterschiedlichster Wissensstände im Bereich Nachhaltigkeit einen geeigneten Workshop mit Methoden zu erstellen. Außerdem können theoretisch alle Workshops flexibel und ortsunabhängig über Online-Plattformen stattfinden, wobei eine Diskussion und Auseinandersetzung vor Ort vorzuziehen ist. Auch die Anwesenheit von Expert_innen ist nicht immer notwendig, aber in jedem Fall eine sehr gute Ergänzung und Unterstützung.

Zur Übersicht sind die vorgestellten Workshop-Methoden nochmals tabellarisch zusammengefasst (Tab. 1)

Workshop-Methode	Vorwissen	Kompetenzförderung	Ziel der Methode
Mindmapping	nicht notwendig	-selbstständiges Handeln -interaktive Nutzung von Instrumenten und Medien -handeln in Gruppen	-Überblick über das Thema verschaffen
Stationengespräche	nicht notwendig (Fragen)	-selbstständiges Handeln	-alle Teilnehmer_innen

	werden entsprechend angepasst)	- (ggF. interaktive Nutzung von Instrumenten und Medien) -handeln in Gruppen	nehmen Stellung zu den Fragen
Open Space Konferenz	nicht notwendig (Fragen werden entsprechend angepasst)	-selbstständiges Handeln -interaktive Nutzung von Instrumenten und Medien -handeln in Gruppen	-Verschiedene Blickwinkel eines Themas werden bearbeitet
Zukunftskonferenz	notwendig	-selbstständiges Handeln -interaktive Nutzung von Instrumenten und Medien -handeln in Gruppen -Vernetzung	-gemeinsame Strategieentwicklung
Die 6 Hüte	nicht notwendig	-selbstständiges Handeln -handeln in Gruppen	-verschiedene Perspektiven einnehmen

Tabelle 1: Übersicht Workshop-Methoden (Eigene Darstellung, vgl. Maritim 2019, o. S. und Schneider 2014, 2)

Neben Workshops könnten auch weitere Aktionen dazu beitragen, die Nachhaltigkeitskompetenz und das nachhaltige Handeln im Alltag zu fördern. Beispielsweise Challenges wie ‚eine Woche vegetarisch‘ oder ‚eine Woche unverpackt‘ könnten die Teilnehmer_innen dazu anregen, ihre Gewohnheiten zu durchbrechen und gemeinsam mit einer Gruppe dieses Ziel zu verfolgen. Auch Ausflüge beispielsweise zu einem Bio-Bauernhof, die durch das Haus der Nachhaltigkeit organisiert werden, können das Bewusstsein gegenüber Nachhaltigkeit fördern und wären eine praktische Abwechslung zu den theoretischen Workshops, die angeboten werden.

Wie die BNE-Forschung zeigt, reicht es nicht aus, Nachhaltigkeitskompetenzen lediglich zu lehren. Sie müssen zusätzlich über partizipative Aktionen und praktische Erfahrungen erworben werden. Nur so kann dazu beigetragen werden, die bestehende Kluft von Wissen und Handeln zu verringern (vgl. Vierbuchen und Rieckmann 2020, 5)

- 1.3 Handlungskompetenzen von BNE-Akteuren

Nachdem nun beschrieben wurde, welche BNE-Kompetenzen den Teilnehmer_innen durch Workshops übermittelt werden können oder welche gegebenenfalls schon vorhanden sind,

ist es wichtig auch zu betrachten, welche BNE-Kompetenzen die Mitarbeiter_innen und Expert_innen bestenfalls haben sollten.

Diese Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung lassen sich zunächst zwischen kognitiven Aspekten und motivationalen und sozialen Aspekten unterscheiden (vgl. Reinke 2017, 246). Zu den kognitiven Aspekten zählt zum einen das Fachwissen (vgl. Kunter et. al. 2011, 32). In Bezug auf einen Workshop im Haus der Nachhaltigkeit wäre das Fachwissen also das Wissen über Nachhaltigkeitsthemen, wie zum Beispiel den Klimawandel, den CO2-Fußabdruck und weitere Begriffe und Themen. Neben dem Fachwissen wird noch zwischen dem fachdidaktischen Wissen und dem pädagogischen Wissen unterschieden. Das fachdidaktische Wissen ist das Wissen über die Kenntnisse und Denkweisen von Lernenden im entsprechenden Themengebiet sowie das Wissen über die bestmögliche Vermittlung der fachspezifischen Inhalte (vgl. Kunter et. al. 2011, 32). Das pädagogische Wissen bezieht sich hingegen auf den allgemeinen Lernprozess von Lernenden unterschiedlicher Alters- und Wissensgruppen. Da die eingeladenen Expert_innen im Haus der Nachhaltigkeit nicht zwingend schulische Akteure sind, sondern auch außerschulische Akteure dort einen Workshop durchführen können, muss an dieser Stelle berücksichtigt werden, dass nicht immer eine entsprechende didaktische Ausbildung vorliegt. Diesbezüglich können die Mitarbeiter_innen des Hauses der Nachhaltigkeit unterstützend mitwirken.

Hinsichtlich der motivationalen und sozialen Kompetenzen werden sich Expert_innen im Haus der Nachhaltigkeit jedoch vermutlich nicht unterscheiden, da sowohl schulische als auch außerschulische Akteure vermutlich hinreichend Motivation mitbringen werden, wenn sie sich dazu bereit erklären einen Workshop im Haus der Nachhaltigkeit durchzuführen. Entsprechender Enthusiasmus für das vorzustellende Thema wird also vermutlich vorhanden sein.

Es lässt sich folglich festhalten, dass BNE-Akteure im Haus der Nachhaltigkeit über Fachwissen verfügen sollten und genügend Motivation mitbringen sollten, um einen Workshop selbstständig entwickeln zu können. Hinsichtlich der fachdidaktischen und pädagogischen Kompetenzen können sich Mitarbeiter_innen am Haus der Nachhaltigkeit und eingeladene Expert_innen gegenseitig unterstützen und aus der Erfahrung heraus austauschen, sodass insgesamt eine gute Lehr- und Lernsituation entsteht.

In Anbetracht der verschiedenen Institute der JLU und der THM, wie beispielsweise Ernährungswissenschaften, Erziehungswissenschaften, Soziologie, Verbraucherforschung und noch viele weitere, besteht in Gießen ein hervorragendes Potenzial für die Planung, Entwicklung und anschließende Durchführung innovativer Lehr- und Lernformate im Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung. Das Haus der Nachhaltigkeit könnte mithilfe der fachlichen und fachdidaktischen Expertise der Hochschulmitarbeiter_innen somit zu einem Ort des Austauschs zwischen Bürger_innen, Stadt, Unternehmen und Hochschulen werden.

Literatur

- Fischer, Corinna, und Grießhammer, Rainer. 2013. Mehr als nur weniger. Suffizienz: Begriff, Begründung und Potenziale. In *Öko-Institut Working Paper*, 2. Freiburg.
- Grolman, Florian. *Future Search – Die Mutter aller Zukunftskonferenzen*. Initio Organisationsberatung.[<https://organisationsberatung.net/future-search-zukunftskonferenz/>] (Stand: 11.08.2021)
- Kunter, Mareike; Baumert, Jürgen; Blum, Werner; Klusmann, Uta; Krauss, Stefan und Neubrand, Michael. 2011. *Professionelle Kompetenz von Lehrkräften. Ergebnisse des Forschungsprogramms COACTIV*. Münster u. a.: Waxmann.
- Maritim. 2019. *Workshop Methoden zur Wissensvermittlung und Kreativitätsentfaltung*. [<https://www.maritim.de/de/blog/workshop-methoden#c34204>] (Stand: 17.08.2021)
- Reinke, Verena. 2017. Professionelle Handlungskompetenz von BNE-Akteuren. In *Nachhaltigkeit in Umwelt, Wirtschaft und Gesellschaft*, 241-255. Wiesbaden: Springer VS.
- Rückert-John, Jana; Jaeger-Erben, Melanie, und Schäfer, Martina. 2014. *Soziale Innovationen im Aufwind. Ein Leitfaden zur Förderung sozialer Innovationen für nachhaltigen Konsum*. Hrsg. Umweltbundesamt.
- Schneider, Anita. 2014. *Kernelemente einer Bildung für Nachhaltige Entwicklung* [https://www.education21.ch/sites/default/files/uploads/pdf-d/campus/cohep/2.1.2_d_Kernelemente.pdf] (Stand 17.09.2021)
- Vierbuchen, Marie-Christine, und Rieckmann, Marco. 2020. Bildung für nachhaltige Entwicklung und inklusive Bildung. Grundlagen, Konzepte und Potenziale. In *ZEP: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik* 43(1), 4-10.

Volkshochschulen als Akteure im Bereich der Nachhaltigkeit

Marlene Kunz

1 Bildung & Kommunikation als Grundstein für Nachhaltigkeit

Bildung spielt eine große Rolle, wenn es um die Vermittlung von politischen, sozialen oder ökologischen Inhalten geht. Dabei tragen Schulen einen großen Teil zur Vermittlung von Wissen und Werten bei. Jedoch sind die Möglichkeiten von Schulen auf die Zeitspanne des Aufwachsens begrenzt. Im höheren Alter nehmen kostenfreie Angebote zur Weiterbildung ab, dazu kommt außerdem, dass viele Menschen ihre Interessen bereits gefestigt haben und keine Weiterbildungsmöglichkeiten wahrnehmen.

Besonders in den Themenbereichen Nachhaltigkeit und Umwelt, Themen, die jede_r Bürger_in über das Leben hinweg begleiten, sollte ein größeres Angebot mit der Chance zur Weiterbildung existieren. Dies gilt umso mehr, da besonders die älteren Generationen mit den damaligen Wissensständen noch kaum Inhalte in diesem Bereich vermittelt bekamen. Ein erster Schritt zu Veränderungen beinhaltet immer die Kommunikation unter und zu den Bürger_innen, um so ein Bewusstsein zu schaffen. Erst wenn ein Problembewusstsein vorliegt, können Bürger_innen aktiv werden, sich dem Problem stellen und sich um ein besseres Vorgehen bemühen. Da ein Wandel innerhalb der Institutionen hin zu einem höheren Stellenwert der Nachhaltigkeit nur geschehen kann, wenn auch die Mentalität der in ihnen tätigen Individuen stimmt, müsste hier ein erster Fokus gesetzt werden. Neben der Mentalität

der Bevölkerung und der Regierenden zählen dort auch die Wertvorstellungen und somit auch das „Wollen“ dazu (vgl. Leggewie und Welzer 2009, o.S.). Dennoch darf nicht unterschätzt werden, dass alleiniges Wissen und Wollen noch keine Handlungen darstellen (vgl. Entzian 2015). Letztendlich sind beide Aspekte aber ausschlaggebend um eine Veränderung herbei zu führen (vgl. Leggewie und Welzer 2009, o.S.). Innovationen und Veränderungen bringen aber nahezu immer Konsequenzen oder zumindest Kontroversen mit sich. Folglich gilt es also auch mögliche negative Punkte zu beachten und eine durch Argumente abgewogene Diskussion zu führen, sowie deren Inhalte weiterzugeben (vgl. Hasselkuß 2018, 28).

Sowohl theoretisches Wissen, als auch ein praktisches Know-How bilden die Grundlagen für zukünftige Verbesserungen. Aus diesem Grund haben wir uns dazu entschieden, uns als Arbeitsgruppe hauptsächlich auf „Workshops“ und Kurse zu spezialisieren. Auf verschiedene Konzepte von Workshops und deren methodische Ansätze wird im dritten Teil „Innovative Workshop Formate“ konkreter eingegangen. Zuvor wird die Volkshochschule Gießen mit ihrer Kursauswahl und ihren Möglichkeiten im Bildungsbereich vorgestellt um an einem Beispiel institutionalisierter Erwachsenenbildung zu zeigen, welche Potentiale in diesem Bereich und in einer Kooperation mit einem HdN liegen.

2 Best Practice in der Region: VHS Gießen

Um neben den theoretischen Ansätzen und Hintergründen im Lehrforschungsprojekt auch einige lokale, praktische Umsetzungen und somit auch „Best Practices“ vorzustellen, hat die Arbeitsgruppe „Workshop“ sich auch auf das Thema der Nachhaltigkeit innerhalb von Volkshochschulen fokussiert. Im Anschluss wird spezifisch die Volkshochschule Gießen als Einrichtung für Bildung und Weiterbildung beispielhaft vorgestellt.

2.1 Vorstellung & Rolle der Volkshochschulen

Die Arbeitsschwerpunkte der deutschen Volkshochschulen (VHS) liegen in der Förderung von Bildungsgerechtigkeit, interkultureller Weiterbildung, aber auch auf der Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE), die bereits im vorherigen Teil thematisiert wurde. Außerdem gelten die digitale Teilhabe beziehungsweise die Digitalisierung, sowie die Alphabetisierung und die Grundbildung als Schwerpunkte. Es sollen sowohl kommunale Bildungsnetzwerke ausgebaut werden, als auch das europäische Engagement gestärkt werden. Nicht zu vernachlässigen ist außerdem das Ziel, alle Altersgruppen anzusprechen und eine Gemeinschaft mit einem Zusammenhalt zu bilden (vgl. DVV-PGZ-Handbuch; Website Deutscher Volkshochschul-Verband eV.). Die Volkshochschulen können im Allgemeinen zu einer beruflichen oder individuellen Weiterentwicklung und Selbstentfaltung beitragen (vgl. Tomaske-Graff 2020, 15). Nach Klaus Meisel ist es allerdings für Volkshochschulen immer schwieriger geworden, sich zu etablieren:

„Rund um die Volkshochschule ist eine Weiterbildungslandschaft entstanden, in der sie ihren Platz neu behaupten muss. Noch vom Selbstbewusstsein des kommunalen Vorreiters in Sachen Erwachsenenbildung geprägt oder um diese Position kämpfend, erfährt der Begriff des „Öffentlichen“ eine Abwertung.“ (Meisel 1997, 13).

So stehen die Volkshochschulen derzeit vor einigen Herausforderungen zur generellen Weiterentwicklung ihrer Institution und gerade durch die Pandemie wurde ihre Situation zusätzlich erschwert. Dazu zählen auch die Findung von Teilnehmenden und die Bestimmung von Interessensfeldern. Trotz dieser Herausforderungen bieten die Volkshochschulen langfristig sinnvolle Bildungsmöglichkeiten mit einer großen Auswahl an Themenbereichen.

2.2 Interview mit der Volkshochschulleiterin Gießen

Das Angebot der Volkshochschule Gießen wird in folgende fünf Bereiche unterteilt: Politik, Gesellschaft und Umwelt; Kultur und Gestalten; Gesundheit und Sprachkurse. Als Zusatzbereich gibt es noch die Kategorie Spezial, hierzu gehören alle nicht zugeordneten Kurse. Der erste Bereich enthält wiederum die Themenfelder Religion, Philosophie und Politik; Pädagogik und Öffentlichkeitsarbeit sowie Wirtschaft, Recht und Verbraucherberatung, er enthält aber auch Kurse zu Natur und Biologie. Im Rahmen dieses Lehrforschungsprojekts stehen die Grundzüge und Möglichkeiten der Volkshochschule Gießen mit Bezug zu dem Themenbereich „Politik, Gesellschaft und Umwelt“ im Mittelpunkt. Im aktuellen Programm fallen dort drei Kurse in den Themenbereich der Nachhaltigkeit: „Umweltpolitik – Eine Einführung: Umweltweltpolitik in Theorie und Praxis“, „Was sind Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung“ und „Alle reden über Klimawandel – Warum?“. Außerdem fällt unter die Kategorie Natur und Biologie noch der Kurs „Der Hausgarten im Klimanotstand“. Dort werden einige realitätsnahe Auswirkungen des Klimawandels thematisiert und praktische Tipps sowie ein generelles Hintergrundwissen ausgetauscht (vgl. Volkshochschule Gießen. Homepage).

Im Interview mit Frau Waltraut Burger, Leiterin der Volkshochschule Gießen, konnten einige Thesen und Überlegungen in einen größeren Kontext eingeordnet werden. Die Möglichkeiten der VHS aber auch die Rolle, welche die Volkshochschule als Bildungseinrichtung in Bezug auf die lokale Nachhaltigkeit einnimmt, wurden konkreter erläutert.

Die Volkshochschule ist nach ihren Grundsätzen für die Weiterbildung auf freiwilliger Ebene für jede Altersgruppen konzipiert. Allerdings zeigt sich verstärkt in den letzten Jahren eine etwas rückständige Öffentlichkeitsarbeit und somit eine mangelnde Eigenwerbung, was sich wiederum auch in der Teilnehmerbilanz widerspiegelt. So schreibt Antje Rein zum Thema angelehnt an das Thema der Corporate Identity: „Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit hängt entscheidend davon ab, inwieweit es den Verantwortlichen gelingt, sich Gewissheit über die – häufig undokumentierte – Philosophie der Institution, ihre Kultur und spezifischen Ziele zu verschaffen und einen institutionellen Konsens darüber herzustellen.“ (Rein und Sievers 2009, 5). Diese Problematik kann auch auf die aktuelle Situation der Volkshochschulen übertragen werden. Auch die Leiterin der Gießener Volkshochschule sieht die Öffentlichkeitsarbeit der VHS als eine Baustelle an, da Öffentlichkeitsarbeit weitaus effektiver genutzt werden könnte, als in der derzeitigen Praxis (vgl. Interview mit Burger, 11'25"). Hier ist zu ergänzen, dass die Öffentlichkeitsarbeit, anders als die Werbung, längerfristig auf die Herstellung eines allgemeinen Bildes in der Öffentlichkeit mit hohen Sympathiewerten zielt.

Auch Frau Burger betonte, dass es wichtig sei Vertrauen zu den Bürgern und Teilnehmern aufzubauen, um sie so auch langfristig zu motivieren. Allerdings musste die VHS besonders im letzten Lockdown der Pandemie einen Rückschlag durch sinkende Teilnehmerzahlen und einem geringeren Kursangebot erfahren: „[Denn viele] gehen da dann in ihre Komfortzone zurück. Und dadurch ist es schwierig die Leute zu motivieren wieder zukommen. Aber wir denken jetzt schon an verschiedene Öffentlichkeitsstrategien um das in den Griff zu bekommen.“ (Interview mit Burger, 17'36'').

In Volkshochschulen allgemein gibt es eine breite Auswahl an Bildungsangeboten, die der gesamten Bevölkerung angeboten werden und so eine Partizipation aller Alters- und Bevölkerungsgruppen erlauben und fördern soll. Die Bildungsangebote reichen von kreativen Angeboten über Sprachkurse bis hin zu beruflichen Weiterbildungen. Durch die thematisch große Auswahl können so auch weitreichend Interessen seitens der Bevölkerung abgebildet und angeboten werden. Hier ist es jedoch von zentraler Bedeutung, dass sowohl die Inhalte als auch die Vermittlung an den jeweiligen Kurs angepasst werden. Es sei notwendig die Volkshochschule weiterhin für alle zugänglich zu halten und keine weitere Einrichtung mit ausschließlich akademischen Niveau zu schaffen. „Da müssen wir dann auch unsere Bürger, wo dann auch Nicht-Akademiker dabei sind, vor so etwas schützen. Weil da sind sie argumentativ erstmal gar nicht so geschult, als dass sie mit so etwas umgehen könnten“ (Interview mit Burger, 27.40). Hier spielt auch der Beutelsbacher Konsens mit hinein. Die Volkshochschule muss demnach in einigen ihrer Bereiche den Spagat zwischen akademischen, wissenschaftlichen Erkenntnissen und der Vermittlung auf einem allgemein verständlichen Niveau schaffen. Eine weitere Komplexität besteht im Themenbereich der Nachhaltigkeit außerdem darin, dass in dieses Themenfeld weitaus komplexer ist, als was in einzelnen Volkshochschulkursen oder Universitätsveranstaltungen im Ansatz behandelt werden kann.

Anknüpfend an die Problematik der VHS, dass die Reichweite nicht groß genug sei, dürfen auch Gruppendynamiken und die Bereitschaft für neue Gruppenentwicklungen nicht unterschätzt werden. Auch der VHS Gießen ist dies bewusst und Frau Burger setzt sich stark für ein offenes Miteinander und die Akzeptanz von Veränderungen und Neuheiten ein.

„Da hätten Sie schon auch erstmal die Herausforderung: Wie komme ich eigentlich mit den [älteren, eingesessenen] Leuten ins Gespräch, das heißt, da ist natürlich auch ein didaktisches Gespür des Kursleiters notwendig, aber auch die Bereitschaft von beiden Seiten den Neuen aufzunehmen. Und umgekehrt: Auch von den jüngeren höre ich dann auch oft, es seien ja alles ältere Menschen und sie wollten doch andere jüngere kennenlernen“ (Interview Burger, 11'25'').

Es gilt also nicht nur ein breites Kursangebot aufzustellen, sondern auch eine Aufgeschlossenheit und ein Miteinander herzustellen, um so möglichst viele Menschen zu motivieren. Zu dieser Aufgeschlossenheit zählt außerdem der Wunsch nach einer besseren Vernetzung innerhalb der Stadt Gießens, sowohl mit der Stadtgesellschaft als auch mit verschiedenen, lokalen Institutionen und Projekten (vgl. Interview mit Burger, 15'10''). Aber

auch hier gibt es bereits Ideen zum Stärken der Beziehung: „Das ist etwas, was wir versuchen jetzt auch stadtintern zu verbessern, indem wir mehr runde Tische bilden, uns austauschen und uns mehr vernetzen. Aber auch, dass wir darüber nachdenken, wie wir uns wechselseitig besser informieren können.“ (Interview mit Burger 15'40‘‘)

2.3 Kooperationen und Möglichkeiten der Volkshochschule

Das Erstellen von Kursen der VHS kann auf verschiedene Weisen geschehen. Einerseits gibt es große Datenbanken, welche automatisch eine Auswertung von Angebot und Nachfrage vornehmen, andererseits werde auch auf die Wünsche von potentiellen Teilnehmern eingegangen. Außerdem haben sowohl Privatpersonen, als auch akademische Angestellte die Möglichkeit einen Initiativvorschlag anzubringen (vgl. Interview Burger, 7'16‘‘). Durch die Corona-Pandemie stellte sich innerhalb der letzten zwei Jahre auch heraus, dass besonders solche Kurse, die im Freien stattfanden, sich mit lokalen Themen oder Sinnfragen auseinandersetzen (z.B. Philosophie), Zuwachs erlangten (vgl. Interview Burger, 2'10‘‘). Auch mit diesem Wissen sollen die nächsten Kursprogramme erstellt werden. Ein Initiativvorschlag eines Workshops könnte somit ein Anknüpfungspunkt für eine Kooperation sein, da ein „Haus der Nachhaltigkeit“ in ein nachgefragtes Themenfeld fallen könnte. Außerdem steht bereits eine Kooperation zwischen der VHS Gießen, der Universität und „Scientists for Future“ im Raum, was ebenfalls die Nachfrage in diesem Themenfeld unterstreicht (vgl. Interview mit Burger, 16'30‘‘).

An einer Kooperation mit der Universität Gießen ist die Volkshochschule also im Generellen interessiert. Auch mit Bezug auf das Lehrforschungsprojekt „Haus der Nachhaltigkeit“ zeigte sich Frau Burger kooperationsbereit. Durch unterschiedliche, bereits beschriebene Möglichkeiten, Kurse in der VHS anzubieten, bestehe auch für uns eine realistische Chance. Ein Ausschnitt des Interviews:

I: „Dadurch, dass wir in unserem Lehrforschungsprojekt auch beispielhaft einen Workshop entwerfen werden, also erstmal eher theoretisch, stellte sich die Frage ob die VHS generell offen für solche Kooperationen wäre. Also sowohl mit der Universität aber auch mit einzelnen Studierenden oder wie kann man sich da so eine Kooperation mit der Universität vorstellen?“ (Interview mit Burger, 26'52‘‘)

Frau Burger: „Also wir sind da eigentlich weniger formalistisch als andere Institutionen. Also natürlich klären wir da auch erstmal ab, welche Zugangsvoraussetzungen es gibt. Wobei wir jetzt keinen Studienabschluss zwingend voraussetzen. Manche Volkshochschulen machen das, wir nicht. Für uns ist vor Allem wichtig mit welchem didaktischen Ansatz will man arbeiten; was stellt man sich vor, wie interaktiv ist das gestaltet. Wir reden natürlich auch über den Beutelsbacher Konsens und wie der eingehalten wird und, dass der eben für uns auch eine wichtige Maxime ist.“ (Interview mit Burger, 27'40‘‘).

Nach einer weiteren Ausführung über den derzeitigen Stand und das Vorgehen des Lehrforschungsprojekts stand Frau Burger einer möglichen Kooperation von der

Volkshochschule und der Universität mit einem „Haus der Nachhaltigkeit“ offen gegenüber: „Also das heißtt, sollten sie wirklich jetzt im März etwas fertig haben, dann würde das in unsere Planung für das zweite Semester 2022 passen.“ (Interview mit Burger, 34'52''). Für das Lehrforschungsprojekt „Haus der Nachhaltigkeit“ der Justus-Liebig-Universität könnte die Volkshochschule Gießen somit eventuell eine Plattform bieten.

Durch die unterschiedlichen Vernetzungen könnten mehr Bevölkerungsgruppen angesprochen werden, was dem Ziel, ein „Haus der Nachhaltigkeit“ für jeden zugänglich zu machen, einen Schritt näher kommen würde. Da das Thema der Nachhaltigkeit sowohl in der Bevölkerung als auch in Bildungseinrichtungen immer mehr an Relevanz gewinnt, würde eine Kooperation der VHS zu einer vielfältigeren Expertise und einer größeren Reichweite verhelfen. Junge Bürger_innen würden besonders durch die Universität und dessen Netzwerk überhaupt erst auf das umfangreiche Angebot der Volkshochschule aufmerksam werden. Ziele wie altersübergreifenden Kurse und dem Thema der Nachhaltigkeit einen greifbaren Rahmen zu verleihen, könnten mit Hilfe eines „Haus der Nachhaltigkeit“ und dessen Möglichkeiten realisiert und erweitert werden.

Literatur

- Büscher, Christian und Japp, Klaus Peter. 2020. Ökologische Aufklärung – 25 Jahre „Ökologische Kommunikation“. In *VS Verlag, 1. Auflage*. Wiesbaden.
- Entzian, Annett. 2015. Denn sie tun nicht, was sie wissen: eine Studie zu ökologischem Bewusstsein und Handeln. In *Oekom*. München.
- Hasselkuß, Marco. 2018. Transformative soziale Innovation durch Netzwerke - Das Beispiel »Bildung für nachhaltige Entwicklung«. In *Wuppertaler Schriften zur Forschung für eine nachhaltige Entwicklung; Band 12*. München
- Hubertus Buchstein, Hubertus und Frech, Siegfried und Pohl, Kerstin. 2016. Beutelsbacher Konsens und politische Kultur: Siegfried Schiele und die politische Bildung. In *Wochenschau-Verlag*. Verfügbar unter: <https://search-ebscohost-com.ezproxy.uni-giessen.de/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1362104&site=ehost-live&scope=site> (Just Find)
- Leggewie, Claus und Welzer, Harald. 2009. Anpassung an das Unvermeidliche ? – Klimawandel als kulturelles Problem. In *Zeitschrift Polar; Band 6* - Wie leben: 9-13.
- Meisel, Klaus. 1997. Organisatorischer Wandel an Volkshochschulen. In *DIE - Deutsches Institut für Erwachsenenbildung*. Frankfurt.
- Rein, Antje und Sievers, Carla. 2009. Öffentlichkeitsarbeit und Corporate Identity an Volkshochschulen. In *Deutsches Institut für Erwachsenenbildung*. Bonn.
- Tomaske-Graff, Ronja-Debora. 2020. Individuelle berufliche Weiterbildung an Volkshochschulen - Eine exemplarische Programmanalyse didaktischer Entscheidungen vor dem Hintergrund von Wissensformen. In *Erwachsenenpädagogischer Report; Band 68*. Humboldt-Universität zu Berlin.
- Weitere Quellen:
- Volkshochschule Gießen. Homepage. Verfügbar unter: <https://www.vhs-giessen.de> [Zugriff am 17.08.2021]
- Deutscher Volkshochschul-Verband e.V. (2011). *DVV-Handbuch*. Verfügbar unter: <https://www.volkschule.de/medien/downloads/verbandswelt/projekte/praevention-und-gesellschaftlicher-zusammenhalt/DVV-PGZ-Handbuch-Gesamtdatei.pdf> [Zugriff am 17.08.2021]

Workshop-Idee zum Thema Konsum

Salome Margarete Plank

1. Problemdarstellung

Der Erdüberlastungstag fiel in Deutschland dieses Jahr auf den 29. Juli (vgl. Tagesschau 29.7.2021). Dieses Datum besagt, dass wir die Ressourcen, die das Ökosystem regeneriert zu diesem Tag aufgebraucht haben und unser Konsum fortan einen massiven Raubbau an den natürlichen Lebensgrundlagen bedeutet. (vgl. Tagesschau 29.7.2021). Generell werden 74 Prozent zu viel an Ressourcen verbraucht, das heißt, dass 1,74 Erden nötig wären, um den aktuellen Lebensstil aufrecht zu erhalten. Vor allem die westlichen Industrienationen ziehen diesen Schnitt dabei in die Höhe: Deutschland bräuchte insgesamt 3 Erden mit all ihren Ressourcen, um seine Einwohner und ihren exzessiven Lebensstil am Leben zu halten (vgl. Bocksch 2021).

Vor allem Konsum spielt in der deutschen Gesellschaft dabei eine große Rolle. Der alltägliche und private Konsum hat viele negative Nebeneffekte, die dem einzelnen Konsumenten selten bewusst sind. Ein Beispiel hierfür ist der Lebensmittelkonsum, der im Folgenden näher betrachtet werden soll.

2. Lebensmittelkonsum

Lebensmittel sind für uns in der westlichen Gesellschaft etwas Alltägliches und Selbstverständliches – nur selten wird hinterfragt, woher Obst und Gemüse aus dem Supermarkt kommen, wie viel Fläche beispielsweise für die Produktion von Nudeln benötigt wird oder wie viel Schadstoffe für diese Lebensmittel ausgestoßen werden. Doch genau das ist das Problem, denn für einen Wocheneinkauf für 50 Euro werden beispielsweise im Durchschnitt schon „32,5 Kilogramm klimaschädliche Treibhausgasemissionen“ freigesetzt (N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 10) sowie 23.000 Liter Wasser verwendet (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 10).

Deutschland hat eine landwirtschaftliche Fläche von 16,7 Millionen Hektar, für die Lebensmittelproduktion benötigt Deutschland jedoch 18,3 Millionen Hektar. Letztendlich werden auf 11,7 Millionen Hektar Lebensmittel, die auf dem deutschen Markt verkauft werden, im Ausland produziert. Pro Kopf entspricht dies einer Fläche von 2250 Quadratmeter pro Jahr nur für den Lebensmittelanbau (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 13ff.). 61 Prozent, also 1400 Quadratmeter dieser Fläche wird dabei für die Produktion von tierischen

Produkten benötigt, die anderen 39 Prozent, beziehungsweise 850 Quadratmeter, für pflanzliche Lebensmittel (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 12).

In Deutschland wird durchschnittlich 1,2 Kilogramm Fleisch pro Woche pro Person gegessen, dies entspricht einer Fläche von 808 Quadratmeter pro Woche. In den letzten Jahren wurde im Vergleich zu Schweinefleisch das Rindfleisch immer beliebter, dabei setzten viele auf das angeblich „bessere“ Rindfleisch aus Argentinien. Die große Rindfleischnachfrage wird durch Angebot aus dem Ausland gedeckt. Für die Produktion, also für die Futtermittelherstellung und die Züchtung der Rinder dieses Fleischs werden Regenwälder gerodet (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 16). Auch für Schweinefleisch werden Regenwälder gerodet und niedergebrannt. Schweine benötigen viele Proteine, deshalb wird ihnen Sojaschrot gefüttert. Die Sojaproduktion benötigt viel Platz, Sonne und Wasser, durch sie entstehen sogenannte Monokulturen, diese sind schlecht für den Boden. Außerdem wird durch den Anbau die Artenvielfalt vieler Regionen zerstört (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 16).

Auch für andere tierische Produkte wie Milchprodukte wird weltweit viel Fläche für die Futtermittelproduktion benötigt, jährlich bedarf es hierfür eine Fläche von 4,4 Millionen Hektar, für Fleisch 6,6 Millionen Hektar (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 18). Der exzessive Lebensstil der Deutschen spiegelt sich auch in den Zahlen der Abnahme von Genussmitteln wider: 2 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche in Ostafrika geht auf die Süßwaren- und Genussmittelproduktion Deutschlands zurück. Dies geht zulasten von natürlichen Lebensräumen und bedroht die Biodiversität. Deutsche lieben Schokolade, die Hauptproduktionsstätte hierfür liegt in der Elfenbeinküste, bringt allerdings auch negative Seiten mit sich: Neben massiven Schäden für die Umwelt fördert dies soziale Probleme. 1,3 Millionen Kinder arbeiten dort auf Kakaoplantagen, die Hälfte der Kakaobauer_innen lebt in Armut und insgesamt 4,9 Millionen Einwohner_innen sind unterernährt. Die Anbauflächen der Kakaopflanzen würden dringend für den Anbau eigener Lebensmittel benötigt (vgl. N. Jungmichel, M. Nill, K.Wick 2020, 19ff.). Der alltägliche Lebensmittelkonsum der Deutschen hat also Einfluss auf die Umwelt und den „Verbrauch“ der Erde.

3. Nachhaltiger Konsum

In einer Welt, in der jeden Freitag (zu mindestens vor Corona) Schüler_innen auf die Straße gegangen sind, um für eine und vor allem ihre bessere und nachhaltigere Zukunft zu demonstrieren, ist das Problem des Konsums nicht unentdeckt geblieben. Deshalb gibt es bereits seit den 1990er Jahren den sogenannten „nachhaltigen Konsum“ (vgl. Fischer 2010, 3). Laut der Oslo-Definition bedeutet nachhaltiger Konsum, dass bei der Produktion und Nutzung von Gütern Ressourcen, toxische Stoffe, Emissionen und Abfall nachhaltig zum Einsatz kommen (vgl. Fischer 2010, 3). In Balderjahns Definition von nachhaltigem Konsum liegt der Fokus darauf, andere Lebensbereiche, Konsummöglichkeiten anderer Menschen und zukünftiger Generationen durch die Befriedigung seiner eigenen Bedürfnisse nicht zu gefährden (vgl. Furchheim 2014, 70).

Auch wenn dieser Gedanke des nachhaltigen Konsums existiert, sieht die Realität noch anders aus. Nur die wenigsten Konsumenten achten bei ihrem Einkaufsverhalten auf Nachhaltigkeit. Konsum kann in der heutigen Gesellschaft sogar als Kulturbedürfnis bezeichnet werden. Es wird also sehr viel mehr konsumiert als benötigt wird, um die Grundbedürfnisse, wie Hunger oder Schutz vor Kälte, zu befriedigen (vgl. Fischer 2010, 9). Konsum ist fester Bestandteil unserer Gesellschaft geworden, Konsum wird zur Selbstdarstellung und Kommunikation genutzt, er ist mittlerweile Teil unserer modernen Identität. Gerade in jüngeren Altersklassen ist dieses Phänomen stark vertreten (vgl. J. Werg, D. Scheffler, M. Hilscher 2021, 27). Zu ihrer Lebenswelt gehört es, sich der sozialen Gruppe anzupassen, Konsum ist ein Medium der Vergemeinschaftung, der Distinktion und der individuellen wie kollektiven Identitätsarbeit. Entsprechend ist es da oftmals wichtiger, dass das Shirt von einer bestimmten Marke stammt also dass es nachhaltig produziert wurde. Es wird als gerade in jüngeren Lebensjahren viel konsumiert, ohne dabei an die Folgen zu denken.

Um die Auseinandersetzung mit diesem alltäglichen Problem zu fördern und Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, könnte ein Workshop, der durch das Haus der Nachhaltigkeit organisiert wird, hilfreich sein.

4. Workshopidee zum Thema Konsum

Wie schon im ersten Teil unserer Ausarbeitung beschrieben wurde, haben wir uns zum Ziel gesetzt, durch Workshops gemeinsam für eine bessere Zukunft zu lernen. In meinen Aufgabenbereich fiel dabei das Erarbeiten eines Workshop-Beispiels. Mir war es dabei wichtig, das Thema des Workshops zu kennen, weshalb ich mich bereits zu Beginn mit dem Themenkomplex des Konsums auseinandergesetzt habe. Um eine nachhaltige Zukunft zu prägen, sollte bereits in jungen Jahren auf Bildung in diesem Bereich gesetzt werden, aus diesem Grund habe ich mich dazu entschieden einen Workshop für Jugendliche zu gestalten. Gerade Schulen sind in diesem Bereich ein interessanter Faktor, diese wären als Kooperationspartner von unserem Haus der Nachhaltigkeit geeignet.

Die Planung eines Workshops setzt sich aus verschiedenen Dimensionen und Schritten zusammen (vgl. karlhosang.de). Als essenziell wird dabei zu Beginn eine deutliche Zielsetzung beschrieben: „Ein Workshop ohne klar definierte Ziele lässt sich weder gut vorbereiten noch durchführen“ (S. Beermann, M. Schubach 2009, 14).

Schritt 1 Zielsetzung: Mein Ziel für diesen fiktiven Workshop ist die geführte Auseinandersetzung mit dem Themenkomplex Konsum. Dabei sollen Anregungen geschaffen werden, das eigene Konsumverhalten kritisch zu hinterfragen und Kriterien für das eigene Konsumverhalten zu entwickeln.

Schritt 2 Zielgruppen: Als nächster Schritt muss die Zielgruppe definiert werden (vgl. karlhosang.de). Trotz der wöchentlichen Fridays for Future-Demonstration ist das Konsumverhalten vieler Jugendlicher noch immer sehr von Materialismus geprägt. Wie das Socialmediaverhalten der Jugend von heute zeigt wird nach wie vor mehr Wert auf

Unterhaltung durch Influencer_innen mit exzessivem Lebensstil gelegt als auf solche mit nachhaltigen Lebensweisen (vgl. J. Werg, D. Scheffler, M. Hilscher 2021, 34). Die Jugendlichen von heute sind die Zukunft von morgen, aus diesem Grund sollten gerade sie über Konsum aufgeklärt werden. Ab den Altersjahren 12 und 13 besteht bereits ein gutes Verständnis von Umgang mit Geld. Jugendliche sind ein beliebtes Ziel vieler Unternehmen und dabei meist leicht beeinflussbar. Da sich junge Menschen nur selten selbstständig (siehe Socialmediaverhalten) mit dem Thema Nachhaltigkeit, und insbesondere der Rolle, die Konsum in unserer Umwelt spielt, auseinandersetzen, habe ich mich für die Zielgruppe der Jugendlichen ab 12 Jahren entschieden. Hier könnte man noch stark das Verhalten beeinflussen und damit für die Zukunft ein verändertes Konsumverhalten erreichen.

Schritt 3 Angebot definieren: Jugendliche sollen in diesem Workshop die Kompetenz erlangen zu verstehen, warum sich das aktuelle Konsumverhalten im Sinne der Nachhaltigkeit negativ auf die Umwelt auswirkt. Ihre Kompetenz zum kritischen Denken soll dabei angeregt und ausgebaut werden. Am Ende des Workshops sollten die Teilnehmer_innen zudem eine erweiterte Problemlösekompetenz aufweisen und idealer Weise das Gelernte im Alltag umsetzen. Dieser Workshop könnte in einer Schule durchgeführt werden und wäre ohne Expert_innen möglich.

Schritt 4 Entwicklung der Konzeptidee: Da es sich bei der Zielgruppe um Jugendliche handelt, ist das Vorwissen über Nachhaltigkeit und Konsum möglicherweise noch stark beschränkt, aus diesem Grund sollen zuerst Grundlagen geschaffen werden, die auf der Nachhaltigkeitskompetenz der Teilnehmer_innen aufbauen und aus ihrem Lebenserfahrungen resultieren. Anschließend sollen die Jugendlichen sich aktiv mit dem Thema auseinandersetzen. Zum Schluss soll das Gelernte zusammengetragen und reflektiert werden, um daraus konkrete Ziele für das zukünftige Konsumverhalten abzuleiten.

Schritt 5 Konzepterstellung: Um die Nachhaltigkeitskompetenz der Jugendlichen zu überprüfen soll zu Beginn die Methode des Mindmappings genutzt werden. Auf diese Weise wird nicht nur Vorwissen überprüft, sondern möglicherweise für manche neue Grundlagen geschaffen und Verknüpfungen aufgezeigt. Gegebenenfalls, bei niedriger Nachhaltigkeitskompetenz, muss der Mitarbeiter/die Mitarbeiterin des Hauses der Nachhaltigkeit noch an diese Grundlagen anknüpfen und diese ausbauen bzw. ergänzen.

Da es sich bei den Teilnehmer_innen um Schüler_innen handelt und sich die Lernatmosphäre von der Schule unterscheiden soll, soll im nächsten Teil des Workshops die Stationengesprächsmethode angewendet werden. In verschiedenen Stationen, die im Anschluss noch genauer erläutert werden, sollen sich die Jugendlichen durch impulsgebende Fragen und Anregungen in Kleingruppen aktiv mit dem Themenkomplex auseinandersetzen. Durch die Bewegung, die durch die Stationen in den Raum kommt, wird die klassische Unterrichtsmethode des Schulalltags der Teilnehmer_innen durchbrochen und die Lernbereitschaft gesteigert. Durch die selbstständige Arbeitsweise, die bei dieser Methode essenziell ist, sollen die Jugendlichen verstehen, dass ihr Handeln eine wichtige Rolle spielt.

Sie selbst können sich überlegen, was sie besser machen können und werden dieses Handlungsmuster womöglich im Alltag aufgreifen.

Nachdem in den Kleingruppen über die diversen Themen intensiv diskutiert wurde, werden die Teilnehmer_innen wieder in der großen Gruppe zusammengeführt und in einer Abschlussdiskussion soll das Gelernte besprochen, vertieft und reflektiert werden.

Die Stationen: In einer Schulkasse sind durchschnittlich 30 Schüler_innen, da es sich in diesem Beispiel um 4 Stationen handelt, wird jede Kleingruppe aus sieben bis acht Teilnehmer_innen bestehen.

Station Essens-/Fleischkonsum: Die erste Station dreht sich rund um das Thema Essen, vor allem der Fleischkonsum soll dabei eine wichtige Rolle spielen. Um einen spannenden und einfachen Einstieg in dieses Thema zu gewährleisten, und da davon ausgegangen werden muss, dass sich die Kinder noch nicht ausreichend mit dem Thema auskennen, soll ein Video auf YouTube angesehen werden (<https://www.youtube.com/watch?v=y6f3dwxexZM>). In diesem Video werden wichtige und interessante Fakten zum Fleischkonsum in Deutschland angesprochen. Auch hierbei ist das Ziel, die klassischen Unterrichtsmethoden zu durchbrechen und das Thema Konsum den Jugendlichen so lebensnah wie möglich zu bringen. Anschließend soll über die folgenden Fragen nachgedacht und diskutiert werden:

- Wie oft esst ihr Fleisch in der Woche?
- Wisst ihr, wo das Fleisch, das ihr esst, herkommt?
- Geht ihr manchmal mit euren Eltern/allein einkaufen? Und wird dabei auf irgendetwas Bestimmtes geachtet?
- Könnt ihr euch vorstellen, komplett oder teilweise auf Fleisch zu verzichten?

Station Shoppen: Das Einkaufen neuer Kleidungsstücke spielt im Leben Jugendlicher eine große Rolle. Sie wollen dazugehören und akzeptiert werden, dabei konsumieren sie viel, um diese Akzeptanz zu erreichen. Hierbei wird nur selten an die Produktion des Kleidungsstücks gedacht. Die Jugendlichen sollen darauf aufmerksam gemacht werden, dass jedes Kleidungsstück bereits eine Vorgeschichte hat. Durch diese Schritte und Fragen soll ihnen dies vor Augen geführt werden:

- Wo kauft ihr eure Kleidung?
- Schaut in euren Klamotten nach, woher diese kommen und aus was sie bestehen!
- Wusstet ihr, dass die Arbeiter_innen, die viele eurer Klamotten nähen, sehr wenig Geld verdienen und unter schlechten Bedingungen (wenig Platz, schlechte Arbeitszeiten, etc.) arbeiten müssen?

- Habt ihr schonmal darüber nachgedacht, wie eure Klamotten in das Geschäft nach Deutschland kommen? Welche Probleme könnten dabei auftreten?
- Habt ihr eine Idee, was ihr selbst daran ändert könnt? (z.B. Kaufverhalten ändern)

Station Social Media: Wie schon zuvor angesprochen spielen die sozialen Medien in der Lebenswelt von Jugendlichen eine große Rolle. Über sie informieren sie sich über die neusten Trends und werden von Influencer_innen zu einem bestimmten Lebensstil geleitet. Influencer_innen verdienen ihr Geld hauptsächlich durch Werbung und Jugendliche sind die Zielgruppe. Der Lebensstil, den der/die Lieblings Influencer_in betreibt, wird als erstrebenswert angesehen. Das Leben der Jugendlichen wird von Influencer_innen beeinflusst. Auf diese Tatsache sollen die Teilnehmer_innen in dieser Station aufmerksam gemacht werden. Es kann davon ausgegangen werden, dass die meisten der Teilnehmer_innen einen eigenen Instagram-Account besitzen oder anderweitig auf Instagram zugreifen können. Die beliebtesten Influencer_innen laut dieser Tabelle sind neben Bibisbeautypalace, DagiBee und Julienco, Shirin David und Julienbam (vgl. J. Werg, D. Scheffler, M. Hilscher 2021, 36). (J. Werg, D. Scheffler, M. Hilscher 2021, 36)

Tabelle 3: Die 10 Instagram Accounts mit der größten Abonnentenzahl (in Deutschland) (Statista 2018)

Influencer*in	Themen	Anzahl Abonnenten
BibisBeautyPalace	Lifestyle, Beauty / Kosmetik, Reisen, Events, private Bilder	5,5 Mio.
DagiBee	Lifestyle, Beauty, Kosmetik	5,1 Mio.
Julienco	Lifestyle, private Bilder mit Freundin BibisBeautyPlace	4,2 Mio.
Shirin David	Lifestyle, Kosmetik, Mode, private Bilder (freizügig, viel Make-up)	4,1 Mio.
Julien Bam	Tanz, Musik, Parodien, Lifestyle	3,7 Mio.
Melina Sophie	Comedy, Lifestyle, private Bilder	3,4 Mio.
Paola	Beauty, Kosmetik, Mode, Lifestyle, private Bilder auf Reisen, in besonderen Outfits	3,4 Mio.
Stefanie Giesinger	Gewinnerin Germany's Next Topmodel, Fotos von Fotoshootings und bei Events, private Bilder	3,1 Mio.
Felix von der Laden	Bekannt durch Kommentierung von Computerspielen, private Bilder	2,5 Mio.
Simon Desue	Lifestyle, Comedy, private Bilder, Zeigen Luxusleben	2,3 Mio.

Die Teilnehmer_innen sollen sich nun selbst diese Accounts und die ihrer persönlichen Lieblings Influencer_innen anschauen und den Lebensstil dieser Menschen analysieren. Folgende Fragen sollen ihnen dabei weiterhelfen:

- Wie findet ihr das Leben dieser Leute?

- Und wenn ihr jetzt mal ganz ehrlich darüber nachdenkt, verhalten diese Influencer_innen sich wirklich umweltbewusst? Was für Probleme fallen euch bei dem Verhalten auf?
- Was könnte man besser machen?
- Kennt ihr auch Influencer_innen, die einen „besseren“ (nachhaltigeren) Lebensstil haben?

Station Challenges: An dieser Station sollen die Jugendlichen kreativ werden. Sie sollen sich selbst eine Challenge für ihre Klasse überlegen, mit der sie einen nachhaltigeren und konsumkritischeren Lebensstil etablieren können. Folgende Ideen sollen dabei als kreative Anregung helfen:

- „LassMaMachen“
- Eine Woche vegetarisch/vegan 10
- Eine Woche unverpackt

Am Ende soll in der Gruppendiskussion darüber entschieden werden, welche dieser Challenges in der Klasse selbstständig umgesetzt werden soll. Dabei sollen sie lernen konkrete Handlungsmuster umzusetzen und zu verinnerlichen.

Das Haus der Nachhaltigkeit könnte als ein Ort der Zusammenkunft gestaltet werden, an dem man sich gerne trifft, an dem sich die Teilnehmer_innen dem Thema Nachhaltigkeit in einer angenehmen Lernatmosphäre nähern können und der die Möglichkeit bietet, Prozesse und Prozessergebnisse von Workshops zu präsentieren, so dass sie ggf. einen breiteren Publikum zugänglich werden.

Literatur

- Bocksch, René. *Die Welt ist nicht genug.* Verfügbar unter: <https://de.statista.com/infografik/10574/oekologischer-fussabdruck-die-welt-ist-nicht-genug/> [Zugriff am: 9.8.2021].
- Bundesamt für Naturschutz; Thomas Lucke, Oskar Kölsch. 2014. *Workshopreihe Naturbewusstsein und Kommunikation in Deutschland. Fokus Mensch, Energiewende, Nachhaltiger Konsum, Bürgerschaftliches Engagement.* Bonn: o.V..
- Fischer, Daniel. 2011. *Der Kompass "Nachhaltiger Konsum". Eine Orientierungshilfe.* Lüneburg: Bad Homburg v.d.H.: VAS.
- Hosang, Karl. [Guide] *Workshop Konzept erstellen – 5 Schritte für Coaches, Trainer & Berater.* Verfügbar unter: <https://karlhosang.de/workshop-konzept-erstellen/> [Zugriff am: 28.7.2021].
- Susanne Beermann, Monika Schubach, Eva Augart. 2009. *Workshops - vorbereiten, durchführen, nachbereiten.* o.O.: Haufe Lexware.
- Tagesschau. *Menschheit verbraucht "1,74 Erden".* Verfügbar unter: <https://www.tagesschau.de/inland/erdeuerlastungstag-ressourcen-101.html> [Zugriff am: 9.8.2021].

Umweltbundesamt; Jana Werg, Dirk Scheffler, Manuel Hilscher. 2021. *Jugend und Konsum: Entwicklung von Aktivierungsstrategien für nachhaltigen Konsum mit Hilfe des Design Thinking Ansatzes*. Stuttgart: Kommunikationsbüro Ulmer.

Umweltbundesamt; Norbert Jungmichel, Dr. Moritz Nill, Kordula Wick. 2021. *Von der Welt auf den Teller. Kurzstudie zur globalen Umweltinanspruchnahme unseres Lebensmittelkonsums*. Hamburg: Systain Consulting Gmb.

Partizipation, Citizen Sciences und Hochschulen

Begründung und Kontextierung der Bürger:innenwissenschaft

Jonas David Mitja Lang

1. Zweifache Oligarchie

Eine geläufige Zeitdiagnose lautet, dass irgendwo im Spannungsfeld zwischen bürokratischer Schwerfälligkeit, wirtschaftskonservativer Beharrungstendenz und Einflussnahme privatwirtschaftlicher Interessen auf Politik und öffentliche Güter versickert ein Großteil des Gestaltungspotenzials der Politik. In der Politikwissenschaft spricht man zugespitzt von einer postdemokratischen Krise, in der zwar die demokratischen Formen erhalten geblieben sind und in einem öffentlichen Spektakel rituell inszeniert werden, die relevanten politischen Entscheidungen aber von einer „Allianz der Oligarchen“ (Fischer 2006, 48) getroffen werden.

Die Wahrnehmung, dass deutsche Regierungen nicht (mehr) willens oder in der Lage seien, die Interessen des „Volkssouveräns“ zu vertreten, geht mit einem über die letzten drei Jahrzehnte anhaltenden Abwärtstrend der Parteimitgliedschaften und der Wahlbeteiligung in Deutschland einher (vgl. de Nève 2017, 178ff.). Gleichzeitig jedoch findet ein Anstieg der politischen Partizipation im Rahmen von Bürgerinitiativen, Demonstrationen, Unterschriftensammlungen u.ä. statt. Dieser Anstieg der politischen Beteiligung abseits der Wahlen wird unter dem Begriff „Neodemokratie“ gefasst; darunter fällt trotz des zunächst vielleicht verheißungsvollen Klangs die gesamte Komplexität dieser politischen Arena, also auch kontrovers diskutierte Bewegungen wie Pegida (vgl. de Nève 2017, 185ff.). Darüber hinaus besteht insbesondere im ökologischen Rahmen eine lange Tradition von kreativem Protest, zivilem Ungehorsam und Direkter Aktion. Proteste mit dem Ziel einer Schaffung von Öffentlichkeit für ökologische Themen wurden in jüngerer Vergangenheit besonders bildgewaltig von Gruppen wie Ende Gelände (bzw. deren Mutterorganisation Interventionistische Linke (vgl. Jansen 2020)) und Extinction Rebellion (vgl. Peter 2021) inszeniert, während mit Waldbesetzungen in ganz Deutschland (zuletzt mit dem Dannenröder Forst auch in der Region) (vgl. Sander 2021) auch Direkte Aktion breit rezipiert wird.

Man kann in der Summe mitnichten von einer verallgemeinerten Apathie in Bezug auf Politik sprechen. Allenfalls koexistiert möglicherweise eine Apathie mit dem Wunsch, ein neues politisches Gestaltungspotenzial abseits von als korrupt und entzahnt wahrgenommenen Parteien zu finden. Die Partizipation verschiebt sich somit weg von den Parteistrukturen auf Bereiche, die durch die lähmenden Kräfte des *Status quo* schwieriger zu kontrollieren und einzuhegen sind.

Die repräsentative Demokratie (die Rede ist hier vom Ideal der Demokratie in Deutschland, nicht von der problembehafteten Praxis), deren *Demos* ja die Gesamtheit der Individuen der politischen Einheit umfassen soll, hat aber ein weiteres Problem. Denn Menschen mit relativ niedrigerem Einkommen, Vermögen und Bildungsabschluss nehmen sowohl an der „Post-“ als auch an der „Neodemokratie“ deutlich weniger teil als Bessergestellte. Während es einen klaren Abwärtstrend in der Partizipation der unteren Einkommens- und Bildungsschichten gibt, wächst die Einkommens- und Vermögensungleichheit stetig. Die Konsequenzen für die Betroffenen sind ein Teufelskreis des Ausgeschlossenseins und des enttäuschten Selbstausschlusses, steigende Demokratieunzufriedenheit und ein Verlust des Vertrauens in Gerechtigkeit und soziale Mobilität (vgl. Geißel 2015, 28ff.).

Wer ein authentisches Interesse an der Gesundheit der Demokratie in Deutschland hat und, wie etwa Habermas und Rawls, an eine Legitimationserzählung der Demokratie glaubt, die das Vorhandensein von Volkssouveränität voraussetzt (vgl. Fuchs & Roller 2010), muss sich der Frage stellen, welche Folgen diese sinkende Partizipation für ihre Legitimität hat. Ab welchem Punkt müsste man konstatieren, dass der Einfluss der sozioökonomischen und Bildungselite dieses *Demos* auf die politische Willensbildung eine derartige Unwucht hat, dass Legitimität nicht mehr plausibel zu argumentieren ist? Einfach gesagt: ab welchem Punkt wird auf diesem Wege aus einer Demokratie *de facto* eine Oligarchie?

Es wäre natürlich nicht zielführend, diese philosophische Frage in Prozentpunkten beantworten zu wollen, und für unsere Zwecke kann sie unbeantwortet stehen bleiben, denn die Konsequenz ergibt sich aus dem Abwärtstrend. Die sinkende Partizipation von bestimmten Teilen der Gesellschaft an der Politik, inner- und außerparlamentarisch, bedeutet eine sinkende Legitimation der Herrschaftsform. Akzeptiert man die Prämissen, dass die Demokratie der Oligarchie vorzuziehen ist, und dass die Volkssouveränität der Demokratie ihre Legitimation verleiht, so ergibt sich eine Notwendigkeit zum Handeln.

2. Krisen der Wissenschaft

Neue Produkte in einigen Wirtschaftszweigen, zum Beispiel Medikamente oder Pestizide, müssen auf Kosten der Hersteller wissenschaftlich untersucht werden, bevor man sie für den Markt zulässt. Dabei ist der wirtschaftliche Anreiz groß, nachdem bereits Geld für die Produktentwicklung investiert wurde, bei ihrer Untersuchung etwas nachzuhelfen. Eine abnormale Häufung von Ergebnissen knapp über der Signifikanzschwelle bei Zulassungsstudien für Medikamente (vgl. Belas et al. 2017) lässt vermuten, dass einige Hersteller dieser Versuchung nicht widerstehen können.

Aber auch scheinbar unabhängige Wissenschaft ist käuflich. Wer genügend Geld für entsprechende Studien investieren kann, lässt diejenige Interpretation der Realität mit dem Nimbus der Wissenschaftlichkeit schmücken, die den eigenen Geldinteressen am meisten entgegenkommt. Das hat sich zum Beispiel Monsanto im vergangenen Jahrzehnt mit mindestens zwei Studien der Firma des zu jener Zeit noch aktiven JLU-Professors Schmitz geleistet, um die wirtschaftlichen Schäden eines möglichen Glyphosat-Verbots sowie die ökologischen Folgen eines fortgesetzten Glyphosateinsatzes untersuchen zu lassen. Die Finanzierung durch Monsanto machte Schmitz nicht kenntlich, diese wurde erst Jahre später durch unabhängige Recherchen aufgedeckt (vgl. Werner 2019). Es sollte nicht erstaunen, dass die Studien gravierende Kapitalverluste durch ein Verbot vorhersagten und Glyphosat eine gute ökologische Bilanz bescheinigten (vgl. Deter 2019). Auf Basis gekaufter Studien werden schließlich politische Entscheidungen von großer Tragweite getroffen, die den Interessen der Mehrheit der Betroffenen zuwiderlaufen.

Neben herkömmlicher Korruption, bei der die Herstellung von Wissen als Ware auf dem generalisierten Markt begriffen wird, krankt es in den Wissenschaften aber auch an komplexeren Problemen, von denen viele wiederum auf eine naive Überstreckung des Marktprinzips zurückzuführen sind. Hinter der „Reproduktionskrise“ steht unter anderem der Zwang, sich auf künstlich geschaffenen Märkten um schnelle Publikationen, möglichst in prestigeträchtigen Journals, und hohen „Impact“ zu bemühen und sich im zunehmend präkarisierten Wissenschaftsbetrieb mit effektiver Selbstdarstellung gegen andere durchzusetzen. Während Universitäten versuchen, in „Rankings“ aufzusteigen und als „exzellent“ zu gelten, wird dabei die Lehre vernachlässigt (vgl. Lohaus et al. 2019). Diese Entwicklung führt keineswegs zu einer Exzellenz in der Wissenschaft; sie führt dazu, dass signifikante Ergebnisse eher publiziert werden als nicht signifikante (vgl. Dwan et al. 2008), was schon in sich eine Verzerrung der Datenlage darstellt, und durch „p-Hacking“ (vgl. Head et al. 2015) – ein hochtrabendes Wort für „so lange an den Daten rumnesteln, bis irgendwas signifikant ist“ - und schlichtes Fälschen von Ergebnissen (vgl. Fanelli 2009) werden obendrein „Fakten geschaffen“, um an die begehrten Publikationen zu kommen. Betrug wird belohnt, korrekt durchgeführte Forschung häufig nicht beachtet.

Wissenschaftlich begründete Fakten werden politisch so genutzt, wie es opportun erscheint, um der eigenen Position Nachdruck zu verleihen. Dabei werden diese Fakten selektiv referenziert bzw. hergestellt, was sich auch in der reichen oder dürftigen Studienlage zu einem Thema abzeichnen kann. Wissenschaft ist aber mitunter schwierig und ambivalent, und es lässt sich nicht in jedem Fall ohne weiteres sagen, was nun als Fakt gelten darf und was vielleicht nur als erhärteter Verdacht, welche dieser Fakten den Test der Zeit bestehen und welche sich nur wenige Jahre später als von ideologischen Interessen geleitet herausstellen. Wissenschaft existiert auch nicht abgeschottet von der außerakademischen sozialen Welt mit ihrer überbordenden Komplexität, aber in allererster Linie ihren Geld- und Machtinteressen. Zuletzt ließ sich das am Streit um die Impfempfehlung ab 12 Jahren beobachten, in dem die Ständige Impfkommission schließlich dem politischen Druck nachgab (vgl. Schwager 2021).

3. Das Projekt

Citizen Science „umfasst die aktive Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern in verschiedenen Phasen des Forschungsprozesses“ (Bonn et al. 2016, 13). Gestützt auf ein Verständnis von Wissen und Wissenschaft als Gemeingut (vgl. Pelacho et al. 2021) bietet sie das Potenzial, größere öffentliche Kontrolle über Inhalte und Prozesse von Forschung herzustellen und der in Teilen neoliberal in Mitleidenschaft gezogenen institutionellen Wissenschaft eine positive Erneuerung entgegenzusetzen. Andererseits ist Citizen Science in einigen Fällen lediglich ein Deckmäntelchen für Staaten und Unternehmen, unter dem man an kostenlose Arbeitskraft gelangt, und als open access publizierte Daten werden kommerziell verwertet (vgl. Vohland et al. 2019).

Das vorgeschlagene Citizen Science-Projekt möchte an die Idee des Konzepts als positiven Entwurf anknüpfen und von Marktmechanismen und politischer Einflussnahme durch Partikularinteressen unabhängige, von der Zivilgesellschaft initiierte Forschung zu Nachhaltigkeitsthemen ermöglichen. Diese kann zwar auch „zu einer verbesserten Akzeptanz der wissenschaftlichen Ergebnisse sowie der Nachvollziehbarkeit von daraus abgeleiteten Entscheidungen führen“ (Bonn et al. 2016, 10), aber mehr noch als das sind Forschung und Ergebnisse hier zwangsläufig politisch, denn das Thema Nachhaltigkeit wird in der Stadt- und Kreispolitik regelmäßig kontrovers diskutiert, obwohl viele der prominent vertretenen Positionen mit der wissenschaftlich gesicherten Realität einer Vielzahl von lebensbedrohlichen ökologischen Krisen (im Sinne des vorhergehenden Abschnitts kann man hier von harten Fakten sprechen) nicht vereinbar sind. Für eine Politik, die sich der Anerkennung dieser Realität verweigert und mit fadenscheinigen volkswirtschaftlichen Begründungen die Zerstörung von Ökosystemen fortsetzt, sind bereits einfache naturwissenschaftliche Fakten ein Politikum. Folglich ist das Projekt auch ein Beitrag zur Steigerung der politischen Partizipation. Insbesondere sollen aber auch neben den allgemeiner gefassten Zielgruppen der Studierenden und der interessierten Öffentlichkeit Menschen mit niedrigem sozioökonomischen Status, die derzeit wenig an Politik und Wissenschaft teilnehmen, gezielt angesprochen und einbezogen werden. Aus Gründen der Praktikabilität beschränkt sich das Projekt dabei zunächst auf Haupt- und Realschulklassen. Eine öffentliche Vorstellung von Forschungsergebnissen soll Diskussionen anregen und politischen Handlungsdruck erzeugen.

Bevor dieses Projekt umgesetzt werden kann, sind noch zahlreiche Fragen zu klären. Der vorliegende Bericht stellt lediglich eine Dokumentation der ersten Ergebnisse der Forschungsgruppe dar. Im Folgenden wird zunächst auf die Begründung des Bedarfs nach unabhängiger Forschung zu Nachhaltigkeitsthemen im Kreis Gießen eingegangen. Danach soll es um die Fragen gehen, wie Citizen Science-Projekte und Wissenschaftskommunikation, insbesondere mit Haupt- und Realschulklassen, gelingen können. Einer ersten Charakterisierung der Merkmale und Struktur des vorgeschlagenen Projekts folgt abschließend eine kurze Planung des weiteren Vorgehens im kommenden Semester und darüber hinaus.

4. Begründung des Bedarfs

Um herauszufinden, ob zivilgesellschaftliche Akteure im Kreis Gießen Bedarf an Forschungsergebnissen sehen, wurden themenzentrierte Interviews mündlich und schriftlich durchgeführt. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass es möglicherweise schwere Defizite beim Forschungsstand zur sozial-ökologischen Transformation der Region gibt. Unsere anfänglichen Vermutungen über die Nützlichkeit eines Citizen Science-Projekts wurden übertroffen, da wir den Forschungsstand zunächst optimistischer eingeschätzt hatten.

Einschränkend ist zu bemerken, dass trotz zahlreicher Anfragen leider nur drei Interviews zustande gekommen sind. Diese sind zwar zur Beantwortung der zentralen Frage ausreichend, da der Bedarf nach Forschung zu Nachhaltigkeitsthemen von mindestens drei Personen, die in diversen Kapazitäten an relevanten Gruppen beteiligt sind, als gegeben eingeschätzt wird, können aber auf keinen Fall die Komplexität des Themenfeldes abdecken.

Interviewt wurden Dr. Volkhard Nobis (Vorsitzender der Projektgruppe Klimaneutrales Gießen, Zweiter Sprecher der Lokalen Agenda 21-Gruppe Nachhaltige Mobilität, desweiteren u.a. tätig im Klimabeirat Gießen und Energiebeirat Buseck), Eckart Schneider (Mitglied des Sprecherteams der Lokalen Agenda 21-Gruppe Energie) und Ueli Bornhauser (Mitgründer der Projektgruppe Ina Maka, desweiteren u.a. tätig bei „2035Null“ und im Klimabeirat Gießen).

Nobis nennt Forschungsbedarf unter anderem in Verbindung mit dem Verkehrsentwicklungsplan, dem Verkehrsversuch Innerer Ring und der Elektromobilität. Ein weiteres Betätigungsfeld für eine Citizen Science-Struktur sieht er in der Kontrolle und Lenkung der Umsetzung des bereits beschlossenen Klimaneutralitätsziels. Er betont besonders, dass sich die Mitwirkung der Gießener Bevölkerung positiv auf Akzeptanz, Glaubwürdigkeit und Motivation auswirken würde (vgl. Nobis 2021).

Schneider sieht Bedarf nach Daten über die Gewässerqualität von Bächen, deren Einleitungen und den Bestand von Kleinlebewesen (vgl. Schneider 2021).

Bornhauser bringt eine explizit negative Einschätzung des Forschungsstandes zum Themenkomplex Nachhaltigkeit zum Ausdruck. Er bezeichnet den Klimabericht der Stadt als „eine absolute Katastrophe“ (was sich unter anderem mit der Haltung der Projektgruppe Klimaneutrales Gießen deckt (vgl. Redaktion der GA 2020)) und fährt fort: „Das hat mit Wissenschaft nichts zu tun. [...] Wir haben keine Grundlagen, um Entscheidungen zu treffen.“ (Bornhauser 2021, 01:05:28-01:05:38) Und weiter: „Die Grundlage [zur politischen Entscheidung gegen Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung] ist die, dass immer Argumente eingebbracht werden, die wissenschaftlich überhaupt nicht haltbar sind, weil gar niemand hingegangen ist und gesagt hat, 'ich guck mir das mal an'. Und das ist in einer Stadt wie Gießen eigentlich unvorstellbar[.] [...] Das Geld, um jetzt sagen zu können 'wir lassen das mal erforschen' haben wir nicht, wir sind aber eine Universitätsstadt, mit zwei großen Universitäten, aber es ist nicht möglich, das für Gießen hinzukriegen.“ (Bornhauser 2021, 01:08:07-01:08:48)

Entsprechend sieht er viele mögliche Betätigungsfelder für ein Citizen Science-Projekt, unter anderem alternative Verkehrskonzepte und deren Auswirkungen auf den Einzelhandel (vgl. Bornhauser 2021, 29:00-31:05), die Entwicklung eines neuen Energie- und Abwasserkonzepts (vgl. Bornhauser 2021, 53:30-55:48), Erstellung unabhängiger Gutachten, insbesondere in Fragen der urbanen Verdichtung, und die Erstellung eines unabhängigen Baukatasters (vgl. Bornhauser 2021, 01:28:41-01:32:06).

Best Practices und regionale Akteure

Lukas Wagner

Meine Arbeit an unserem Projekt begann mit der Recherche nach AkteurInnen der Gießener Nachhaltigkeitsszene, um aus ihrer Expertise Informationen zu ziehen. Diese Informationen sollten uns behilflich sein, festzustellen, inwieweit Bedarf an Citizen Science in Gießen vorliegt und wie wir diesen am besten in die Praxis transferieren können. Leider muss ich an dieser Stelle dokumentieren, dass meine Interviewanfragen bei der Verkehrswende Initiative Gießen, der Ortsgruppe des BUND und des NABU und beim Allmende Lastenrad Projekt, aufgrund unzureichender zeitlicher (Personal-)Ressourcen entweder abgelehnt wurden oder trotz mehrfacher Versuche unbeantwortet blieben. Dennoch lässt sich festhalten, dass ein grundsätzliches Interesse und Bedarf an Citizen Science in Gießen vorliegt, auf dem man aufbauen kann.

Somit konzentriert sich diese Ausarbeitung nicht auf die Auswertung von Interviews, sondern auf die Recherche nach geeigneten Konzepten, Strukturen und best practices der Citizen Science, um unsere BürgerInnenwissenschaft, also die Wissenschaft, die Zivilgesellschaft und Forschung verschmelzen lässt, um zusammen an einem gemeinsamen Ziel zu arbeiten, im Haus der Nachhaltigkeit möglichst effektiv und inklusiv zu gestalten (vgl. Bonney: 2012).

Mit inklusiv sei in diesem Falle aber nicht nur gemeint, dass wir möglichst viele Menschen mobilisieren wollen, sondern dass wir im besten Falle dem sonst exklusiven Charakter der Citizen Science entgegenwirken wollen, denn einen Zugang zu BürgerInnenwissenschaften finden sonst vorrangig weiße Männer mit überdurchschnittlichem sozioökonomischem Status (vgl. Haklay: 2016). Um dieser Tendenz entgegenzuwirken, soll sich unsere Forschung nicht nur prinzipiell an alle Interessierte richten, sondern wir streben vor allem die Miteinbeziehung junger Individuen aus Haupt- und Realschulen. Hierzu werden auf den nächsten Seiten Ansätze zur konkreten Einbindung von Freiwilligenarbeit und best practices der Citizen Science erörtert.

Dass die Inklusion unterrepräsentierter Gesellschaftsgruppen in Citizen Science Projekten zwar angestrebt, aber nicht garantiert werden kann, liegt vor allem an einer Prämissen des Konzepts. Sie besteht in der intrinsischen Motivation der freiwilligen HelferInnen für ein

eigenes Projekt und/oder die Option, einen eigenen Nutzen aus ihm ziehen zu können (vgl. West. 2021). In möglichst direkter Art und Weise sollte es also Bedeutung für ihren Alltag und ihre Lebensrealität besitzen, denn Motivation von außen in den SchülerInnen zu wecken, gestaltet sich meist schwierig. In gruppeninternen Reflexionen ist Vanessa, Jonas und mir hierzu eine Idee gekommen, wie man unser Vorhaben und den Eigennutzen aus Perspektive der SchülerInnen kombinieren kann. Hierzu müsste man beispielsweise mit Absprache der RektorIn und Lehrkraft den SchülerInnen die Möglichkeit bieten, mit Partizipation und Engagement in der Citizen Science des Hauses der Nachhaltigkeit, ihre individuellen Noten, beispielsweise die sogenannte „epochale Note“, also die Bewertung der (mündlichen) Beteiligung von SchülerInnen am Unterricht, aufzubessern. Falls dies aufgrund rechtlicher oder bürokratischer Hürden nicht umsetzbar sein wird, müssen alternative „Belohnungssysteme“ aktiviert werden, um konstante Partizipation an unserer BürgerInnenwissenschaft gewährleisten zu können.

Ein weiterer Ansatz hierzu kann der Erhalt einer „Urkunde“ oder einer Bescheinigung sein, welche den SchülerInnen die Teilnahme an einem Citizen Sciences-Projekt bestätigt und damit einhergehend auch Interesse an Forschung attestiert. Diesen Schein könnten die Jugendlichen dann für zukünftige Vorstellungsgespräche und ihren eigenen Lebenslauf nutzen. Außerdem kann es den jungen Menschen dabei helfen eine Entscheidung für ihre berufliche Zukunft zu treffen, indem sie über die während des Projekts gemachten praktischen Einblicke, besser einschätzen können, ob sie an einer akademischen oder forschenden Tätigkeit interessiert sind oder nicht.

Für das Gelingen unseres Projekts ist es also notwendig zu verstehen, welche Motive die freiwilligen Menschen haben, bei uns mitzumachen, um diese wenn möglich zu bedienen und somit langfristig auf ihre Mitarbeit setzen zu können (vgl. West: 2021).

Eine weitere tragende Säule für Citizen Science Projekte ist der soziale Aspekt. Das Gefühl von Zugehörigkeit und Gemeinsamkeit kann und muss in solch einem Projekt berücksichtigt werden. SchülerInnen müssen sich mit den Mitwirkenden, beziehungsweise mit den Menschen, die ihnen unser Projekt vorstellen würden, in irgendeiner Art und Weise identifizieren können. Ist diese Voraussetzung gegeben, kann anhand gemeinsamer Arbeit und Erfolge ein „Wir-Gefühl“ entwickelt werden, welches den Fortschritt von Citizen Science Projekten ankurbelt. Die Rolle sozialer Dynamiken und die bestmögliche Einbindung der Motive der Freiwilligen dürfen also bei der Planung von BürgerInnenwissenschaft nicht unterschätzt werden (vgl. Fink: 2020).

Abgesehen von unserem Spezialfall in der Inklusion von minderrepräsentierten Gruppen im Citizen Science Kontext gibt es natürlich aber auch grundlegende Aspekte, die es einzuhalten gilt, um erfolgreiche Praxis zu ermöglichen. Hierbei spielt zuerst natürlich die anregende Präsentation aber auch die Integration der Freiwilligen auf inhaltlicher Ebene eine Rolle. Um beispielsweise die SchülerInnen zu motivieren bei uns mitzumachen, ist ein niedrigschwellig kommuniziertes, interaktives und partizipatives Konzept für unsere Vorstellung obligatorisch,

bei welcher wir nicht nur sprechen, sondern auch sprechen lassen. Niedrigschwellige Kommunikation beispielsweise ist jedoch nur zielführend, solange sie auch authentisch bleibt. Ein hierarchiefreies und angenehmes Arbeitsklima gilt es also während der Projektvorstellung zu wahren.

Darüber hinaus muss ein gemeinsames Fundament mit relevanten Informationen geschaffen werden, auf dem aufgebaut werden kann, damit Freiwillige in der Forschung Interesse am Projekt und Selbstständigkeit in ihrer jeweiligen Rolle ausüben und weiterentwickeln können. Dieses Wissen muss sich einerseits auf die jeweilig auszuführende Aufgabe in der Forschung beziehen, andererseits müssen erhobene Daten auch wissenschaftlich dokumentiert und weiterverarbeitet werden und dementsprechend müssen die Jugendlichen auch in diesem Bereich geschult werden (vgl. Vohland et al: 2021).

Die Dokumentation von Daten kann analog oder digital stattfinden und sollte wenn möglich dem jeweiligen Schreibhabitus der partizipierenden Person entsprechen. Des Weiteren haben sich feste Schemata in der Datenaufzeichnung bei anderen Citizen Science Projekten als sinnvoll erwiesen. Unser Schema sollte daher vorab festgelegt sein und unter anderem folgende Aspekte beinhalten: Name des/der Forscher/in, Forschungsgrad, Ortsangabe, Datum der Aufzeichnung und natürlich den eigentlichen Inhalt der Aufzeichnung (vgl. Vohland et al: 2021).

Als interessante Anregung kann hier beispielsweise die Smartphone-Applikation „Flora Inkognita“ dienen. Bei dieser App kann man über simples Fotografieren von Pflanzen und Übermittlung des jeweiligen Standorts bei Citizen Science partizipieren. Erfolgreich sind vergleichbare Apps aufgrund der Möglichkeit in eigenem Maße und Tempo, kurzfristig und mobil und vor allem ohne Verpflichtungen oder sozialem Druck zu Forschungen beitragen zu können. Solche Applikationen sind aufgrund dieser Vorteile gute Möglichkeiten trotz hoher Fluktuation in der Gruppe der Freiwilligen umfangend Daten zu sammeln und damit ein möglicher Ansatz unser Projekt in die Praxis zu übersetzen. Bei dieser Form der BürgerInnenwissenschaft setzt man also auf die Kraft vieler, einzelner Menschen, anstatt auf eine kleine Gruppe mit regelmäßiger Partizipation. Auf welchen Ansatz wir zu setzen haben, ist wohl schwierig zu antizipieren. Aus diesem Grunde sind daher beide Ansätze in dieser Ausarbeitung dargestellt worden, um eine sinnvolle Auswahl treffen zu können.

Unabhängig davon ist es förderlich, sofern möglich, auf Interessen und Kompetenzen der Forschungsgruppen einzugehen, sie anfänglich zu unterstützen und ihnen Zeit und Raum zur Weiterentwicklung ihrer für die Forschung relevanten Fähigkeiten zu geben. Diese anfängliche Unterstützung beziehungsweise die Einarbeitung der SchülerInnen in den Forschungsprozess kann beispielsweise über ein System der Patenschaft ermöglicht werden, bei dem jedem Kind oder jeder Aufgabe ein Pate/eine Patin zugewiesen wird, um die Jugendlichen an eine Person ihrer Wahl zu vermitteln und soziale Ängste zu minimieren (vgl. Vohland et al: 2021).

Präzise Regeln und Vorgaben zur Einarbeitung von Freiwilligen lassen sich jedoch erst hinreichend formulieren, wenn feststeht, welches konkretes Forschungsunterfangen unser

Haus der Nachhaltigkeit betreiben wird und welche zeitlichen, finanziellen und menschlichen Ressourcen uns zu Verfügung stehen.

Wissenschaftskommunikation

Vanessa Knecht

Citizen Science als Begriff ist bisher nicht einheitlich definiert. Es gibt jedoch verschiedene Ansätze welche versuchen den Begriff zu fassen. Möglichkeiten dafür sind beispielsweise anhand des Partizipationsgrades und/oder der Häufigkeit der Partizipation (vgl. Mühlenbein 2021, 17:36-18:10; ebd. 2021, 20:10-20:20). Eins ist ihnen jedoch allen gemein: „die [aktive und partizipative] Beteiligung von [...] [Laien] an wissenschaftlichen Prozessen“ (Richter, Vohland, Pettiborn et. al. 2016, S. 13; vgl. Rögener und Wormer 2020, S.448 f.). Das Format wird bisher hauptsächlich in den Naturwissenschaften, beispielsweise im Naturschutz, angewandt, geeignet ist es aber auch für die Sozial- und Geisteswissenschaften in welchen es bisher eher weniger zum Einsatz kommt (vgl. Rögener und Wormer 2020, S.453, 455). Es gibt bereits verschiedene Citizen Science Projekte in Deutschland, welche auf unterschiedlichen Ebenen agieren: auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene (vgl. Mühlenbein 2021, 4:37-5:05). Dabei gibt es themenübergreifend verschiedenen Merkmale, die ein gutes Citizen Science Projekte kennzeichnen. Spezifizieren lassen sich diese, wenn man sich im Vorfeld des Projektstartes mit verschiedenen Fragen beschäftigt:

- „Was ist das Ziel unseres Projektes?“
- „Wie bekommen wir ausreichend viele, wissenschaftliche und valide Daten?“
- „Welche Methoden kann unsere Zielgruppen selbstständig anwenden?“
- „Wie können wir die richtige Anwendung der Forschungsmethode überprüfen?“
- „Wen wollen wir mit unserem Projekt erreichen?“
- und „Inwieweit wollen wir die Zielgruppe partizipieren lassen?“ (vgl. Mühlenbein 2021, 6:58-7:10, 18:05-18:10; vgl. Kiessling 2021, 8:06-8:30, 10:12-10:35).

Auch die Ziele der einzelnen, bisher bestehenden Citizen Science Projekte variieren:

- „Wissenschaftskommunikation betreiben“ und dadurch das Verständnis für Wissenschaft vertiefen,
- „Leute für [...] Naturschutz oder für Nachhaltigkeit sensibilisieren“,
- „Leute [...] befähigen zu hinterfragen“
- und den Menschen helfen Wissenschaft zu verstehen (Mühlenbein 2021, 32:10-33:33; vgl. Kiessling 12:25-12:40).

Angesprochen werden soll, durch die Gruppe Citizen Science im Haus der Nachhaltigkeit, die Zielgruppe der Haupt- und Realschüler*innen, da diese Zielgruppe aufgrund verschiedener Faktoren, wie „niedriger formaler Bildung, niedrigem Einkommen und niedrigem sozialen Status“ bisher selten erreicht wird, was auch das Interview mit Tim Kiessling bestätigte (vgl.

Kiessling 2021, 11:45-12:25; vgl. Gruber, Unterleitner und Streicher zit. n. Schrögel et. al. 2020, S. 29). Dies trifft selbstverständlich nicht auf die Gesamtheit der Schüler*innen zu. Schwer erreichbar sind vor allem diejenigen Schüler*innen, welche verschiedene schwer zu erreichbare Faktoren in einer Person vereinen. Dies können beispielsweise ein geringes Einkommen, das Geschlecht und/oder eingeschränkte Rechtschreib- und Lesefähigkeiten sein (vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 58, 62, 69; vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 45, 46, 59). Die Zugehörigkeit zu einem bestimmten sozialen Milieu der Eltern reproduziert sich meist auch im Lebensverlauf der Kinder (vgl. Maaz 2020). Eng mit dem niedrigen sozioökonomischen Status verbunden sind finanzielle, soziale und kulturelle Barrieren, die unter anderem eine Einschränkung der gesellschaftlichen Teilhabe mit sich bringen (vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 69; vgl. Spannagel 2017, 97). Beteiligungsformate wie beispielsweise Citizen Science Projekte führen zu einem aktiven, gesellschaftlichen Austausch, besonders wenn die Teilnehmer*innen die Möglichkeit haben Interessen, Ideen und Lösungen einzubringen. Durch die aktive Teilhabe von Personen an diesem Format wird auch die Akzeptanz möglicher darauf aufbauender Entscheidungen, beispielsweise in der Stadtplanung, erhöht (vgl. Eggert u. Schrögel 2016).

Im Folgenden wird es darum gehen zu erläutern, welche kommunikativen Mittel es braucht um diese Zielgruppe anzusprechen und wie man ein solches Projekt umsetzen kann, es wird also eine breite Definition von Wissenschaftskommunikation vertreten:

Wissenschaftskommunikation umfasst sämtliche Formen von Kommunikation, welche sich auf die Schaffung, Verbreitung und Wahrnehmung wissenschaftlichen Wissens und wissenschaftlicher Arbeit konzentriert. Diese kann sowohl intern, also beispielsweise bei Tagungen mit Fachpublikum, als auch extern, also beispielsweise als Austausch zwischen Zivilgesellschaft und Hochschule stattfinden (vgl. Schrögel et. al. 2020, S.5). Im Falle des Hauses der Nachhaltigkeit verfolgt die Gruppe ‚Citizen Science‘ das Ziel durch Nachhaltigkeitskommunikation die Akzeptanz für Wissenschaft zu erhöhen, indem Berührungsängste abgebaut werden und an die persönlichen und individuellen Zugänge der Zielgruppe angeknüpft wird. Außerdem sollen Dialog und Austausch mit der selbst gesetzten Zielgruppe, durch niedrigschwellige Angebote ermöglicht werden (vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 26, 29). Da das Feld der Wissenschaftskommunikation selbst mit diesen Einschränkungen noch weit gefasst ist, wird im Wesentlichen auf die Ergebnisse der Interviews eingegangen werden, deren Aussagen mit Hilfe von Literatur gestützt werden.

Spannend werden wissenschaftliche Themen dann, wenn man miterleben kann, wie Forschung funktioniert, Daten auswertet und eine Anerkennung für die Leistung erhält, beispielsweise eine namentliche Erwähnung in einer erscheinenden Publikation. Dies ist Anreiz und Anerkennung zugleich um Personen aus bildungsfernen Milieus für die Mitarbeit an Projekten zu motivieren (vgl. Mühlenbein 2021, 7:32-8:00). Um ein geeignetes Mittel der Honorierung zu finden ist es hilfreich die Zielgruppe direkt danach zu fragen, welche Interessen sie haben und welchen Mehrwert sie sich von einer Mitarbeit erhoffen (vgl. Mühlenbein 2021, 8:05-8:20; vgl. Kiessling 2021, 9:30-9:40). Diese Frage ist im Kontext von

Schulen in mehrerlei Hinsicht wichtig, da es gerade in der Zusammenarbeit mit Schulen auch darum geht, nicht nur die Bedürfnisse der Schüler*innen zu befriedigen, sondern auch die der Lehrer*innen und anderer beteiligter Akteur*innen, wie beispielsweise der Bürgerbeteiligungsinitiative „2035null. Klimaneutrales Gießen“. Im Falle der beteiligten Schulen könnte es beispielsweise hilfreich sein, wenn das Thema sich „an den Lehrplan einfügt“, da die Schulen nicht immer die Möglichkeit haben Anfragen zuzustimmen, sondern Regularien der Lehrpläne und des Kultusministeriums beachten müssen (Mühlenbein 2021, 8:53-9:00; vgl. Mühlenbein 2021, 10:58-11:06). Um das Interesse der Teilnehmer*innen beizubehalten, sollte man sich regelmäßig vergewissern, dass sich Art und Zeitpunkt der Partizipation noch mit den Vorstellungen und Interessen der Teilnehmer*innen decken (vgl. Mühlenbein 2021, 21:07-21:21; vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 71).

Vernetzungsmöglichkeiten sind je nachdem von welchem*r Akteur*in der Impuls ausgeht unterschiedlich (vgl. Mühlenbein 2021, 10:05-10:10). In den Interviews kamen zwei Möglichkeiten der Vernetzung zur Sprache: Ein erster möglicher Weg um Schule, Hochschule und andere Akteur*innen miteinander vernetzen zu können ist, dass man als Impulsgeber interessante Akteur*innen anschreibt (vgl. Mühlenbein 2021, 10:40-10:50; vgl. Kiessling 2021, 5:38-5:47). Dieser Weg kann mitunter mühsam sein und braucht seine Zeit, bis die Schulen das Angebot annehmen und antworten. Mit steigendem Bekanntheitsgrad des Projektes und den dort gesammelten positiven Erfahrungen der Teilnehmer*innen steigt im Regelfall die Teilnehmer*innenzahl (vgl. Kiessling 2021, 6:45-7:36). Dabei sollte man sich im Vorhinein Gedanken darüber machen, welche Schnittstellen es zwischen den einzelnen Akteur*innen gibt: Auf welchen Wegen können wir die einzelnen Akteur*innen erreichen? Welche Interessen haben sie? Wie kommunizieren sie? Wie können wir mit ihnen in Kontakt treten? Welche Formate sind dafür geeignet die Akteur*innen zusammenzubringen? (vgl. Mühlenbein 2021, 12:46-13:17; 15:15-15:30).

Ein zweiter möglicher Weg ist sich an das Bundesministerium für Bildung und Forschung zu wenden, da dieses einen Kontakt zwischen dem Projekt und den Schulen herstellen kann (vgl. Kiessling 2021, 5:03-5:25). Für das angedachte Projekt in Gießen halte ich die erste Möglichkeit für besser geeignet, da man so gezielt Schulen im Umkreis anschreiben kann.

Herausfordernd könnte es werden, die Richtige Wahl für einen geeigneten Ort zu treffen, da die Lebenswelten der einzelnen Individuen spezifisch sind und deshalb Orte gewählt werden sollten, die in diesem Bereich liegen, also aktiv genutzte, belebte Orte des Alltagslebens (vgl. Mühlenbein 2021, 13:20-13:30; vgl. Adler und Schrögel o.J. a, S. 6). Man spricht dabei vom aufsuchenden Ansatz (vgl. Adler und Schrögel o.J. b, S. 5). Wenn diese schwierig zu ermitteln sind, kann auch die Schule als Veranstaltungsort dienen (vgl. Mühlenbein 2021, 13:30-13:42). Auch Regelmäßigkeit ist ein Faktor der Berücksichtigung finden muss. Dabei gibt es kein festes Muster bei bestehenden Projekten, ob die Teilnahme ein- oder mehrmalig ist. Je nachdem wie das Projekt konzipiert wird, kann es in verschiedenen Arten und Weisen umgesetzt werden:

- regelmäßig, z.B. wöchentliche Teilnahme an einem Nachmittagsangebot oder jährliches Projekt einer Lehrkraft mit ihrer Klasse als Projektwoche
- unregelmäßig, z.B. einmalige Teilnahme an einem Schülerlabor (vgl. Kiessling 2021, 13:41-15:20, 16:52-17:15, 17:33-17:57).

Erreichbarkeit und Kommunikationsmittel sind ein weiterer wichtiger Bestandteil der Planung von Citizen Science Angeboten. Dabei sind Fragen wie : „Wo hält sich die Zielgruppe auf?“ und „Welche Medien werden genutzt?“ nützlich (vgl. Mühlenbein 2021, 23:06-23:30; Mühlenbein 2021, 23:31-23:33). Je nachdem welche zeitlichen und finanziellen Ressourcen dem Projekt zu Verfügung stehen, sollte man sich lieber auf den medialen ‚Hauptkanal‘ konzentrieren als zu weit in die Breite zu gehen. Dabei kommt es dann darauf an, den Kanal regelmäßig zu bespielen (vgl. Mühlenbein 2021, 23:46-24:20). Weitere Faktoren, welche die Erreichbarkeit der Zielgruppe beeinflussen sind Sprache und finanzielle Ressourcen. Mit Sprache ist die „gemeinsame Sprache zwischen Sender und Empfänger“ gemeint, das heißt man sollte sich auch fragen: Welche Sprache spricht und versteht meine Zielgruppe?. Dies ist im dreifachen Sinne, also sowohl Landessprachen, als auch die Sprache verschiedener Gesellschaftsgruppen (z.B. die Jugendsprache) und im Gegensatz von Alltags- zu Fachsprache, zu verstehen (Zick zit. n. Schrögel et. al. 2020, S. 49; vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 63). Mit finanziellen Ressourcen sind alle aufzubringenden Kosten des Individuums für das Projekt gemeint. Darunter fallen direkte Kosten wie beispielsweise für die Anfahrt, aber auch indirekte Kosten wie beispielsweise für die Verpflegung (vgl. Schrögel et. al. 2020, S. 62). All das muss in der Planung eines Projektes Berücksichtigung finden. Da die Citizen Science Gruppe plant, bestehende Akteursnetzwerke aus Gießen als Kooperationspartner*innen in den Prozess einzubinden, kann möglicherweise auch auf bestehende Kommunikationswege der Kooperationspartner*innen zurückgegriffen werden. Das spart Ressourcen (vgl. Mühlenbein 2021, 24:25-24:50; vgl. Kiessling 2021, 5:38-5:53). Je nach Kommunikationsweg sollte auf eine „anwendungsbezogene Gestaltung – visuell, sprachlich und systematisch“ geachtet werden, um zeitgemäß und so attraktiv auf mögliche Teilnehmer*innen zu wirken (Schrögel und Rühland 2020, S. 8). Dabei spielen verschiedene gestalterische Mittel (z.B. Farben) eine Rolle, welche je nach den individuellen Erfahrungen und Präferenzen der Teilnehmer*innen variieren. Dies macht es schwierig die Gestaltung auf alle potenziellen Teilnehmer*innen abzustimmen. Man sollte jedoch versuchen einem möglichst breiten Publikum gerecht zu werden. Gleichermaßen gilt für die Auswahl von Fotos, welche das Risiko bergen diskriminierend zu sein. Entsprechend muss überlegt werden, welche Personen auf den Bildern repräsentiert werden (Alter, Geschlecht, Hautfarbe,...) und in welcher Form, damit es nicht zum Aufzeigen von Klischees und dadurch zu Exklusion und Berührungsängsten der Zielgruppe kommt (vgl. Schrögel und Rühland 2020, S. 9).

Um Berührungsängste zwischen der Zielgruppe ‚Schüler*innen‘ und wissenschaftlichen Themen abzubauen eignen sich beispielsweise:

- ein Perspektivenwechsel, dass heißt eine Sichtweise auf die Bedürfnisse, zum Beispiel den zeitlichen Rahmen, der Zielgruppe einzunehmen

- Eigeninteresse der Teilnehmer*innen in die Themenbearbeitung aufnehmen um Ängste abzubauen
- Mitbestimmung der Zielgruppe, so dass sie merken, dass ihre Meinung zu Abläufen und Inhalten zählt
- leichte Sprache, also Sachverhalte et cetera einfach zu erklären, da gehobene Sprache oft herablassend und belehrend wirken und dadurch abschreckend wirken kann
- der Einsatz von sogenannten Role-Models, also Personen die aus einem ähnlichen Milieu kommen wie die Zielgruppe selbst, welche als Vorbilder fungieren
- und der Einsatz von Multiplikator*innen, welche gut vertraut mit der Situation und den Bedürfnissen der Zielgruppe sind, beispielsweise Lehrer*innen, Jugendzentren, Vereine, ... Diese können bei der Vermittlung von Zugängen helfen und gelten bei der Zielgruppe bereits als Vertrauenspersonen (vgl. Mühlenbein 2021, 26:32-27:30; vgl. Kiessling 2021, 8:33-8:44, 8:50-9:12, 18:58-19:30; vgl. Schrögel et. al. 2019).

Ein Gedanke der Projektgruppe war auch der Einsatz von Influencern als Role-Models um mehr Schüler*innen erreichen zu können. Diesen Gedanken fanden meine beiden Interviewpartner*innen an sich interessant, jedoch ist davon auszugehen, dass „personell[e] und finanziell[e] Ressourcen [...] ein limitierender Faktor“ werden können (Mühlenbein 2021, 29:06-29:12; vgl. Kiessling 2021, 21:18-21:21). Außerdem „leb[en] [Influencer] [...] von *flashing* Information die schnell verteilt werden“, also von etwas, das sehr kurzlebig ist (Kiessling 2021, 20:34-20:48). Es könnte aber eine gute Methode sein um Teilnehmer*innen zu gewinnen (vgl. Kiessling 2021, 21:21-21:28). Etwas in ähnlicher Form gibt es bereits: Der DJ Dominik Eulberg aus Berlin setzt sich für den Artenschutz ein und „hat beim Forschungsprojekt ‚Nachtigall‘ mitgewirkt“ (Mühlenbein 2021, 29:50-30:06).

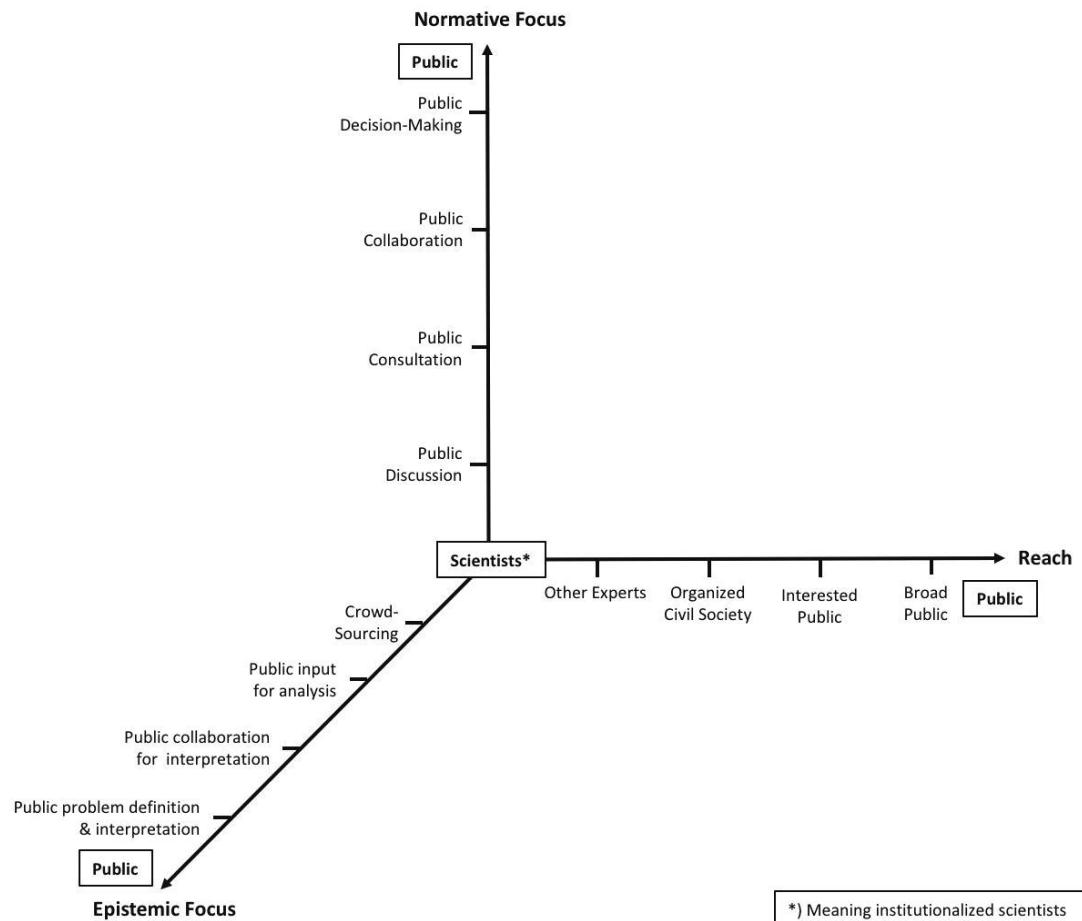
Ein letzter wichtiger Punkt ist die Finanzierung des Projektes. In den seltensten Fällen werden Förderungen gezielt für Citizen Science Projekte ausgeschrieben, weshalb man nach thematisch (z.B. Naturschutz) ausgeschriebenen Förderungen Ausschau halten sollte. Das heißt, dass Citizen Science zwar die Methode, der zu fördernde Bereich aber thematisch besetzt ist. Solche Förderungen werden beispielsweise durch Städte und Hochschulen ausgeschrieben (vgl. Mühlenbein 2021, 36:10-37:55, 38:50-39:05; vgl. Kiessling 2021, 23:00-23:08). Auch Ideenwettbewerbe von Hochschulen sind eine Finanzierungsmöglichkeit für studentische Projekte (vgl. Kiessling 2021, 22:09-22:20). Zu prüfen ist, ob es etwas derartiges an der Justus-Liebig-Universität in Gießen gibt.

Weitere Fördermöglichkeiten sind das Bundesministerium für Bildung und Forschung und die Robert Bosch Stiftung (vgl. Adler und Schrögel o.J. a, S.6; Bürgow o.J.). Diese bergen aber viel Bürokratie um an Fördergelder kommen zu können.

Merkmale und Struktur des vorgeschlagenen Projekts, nächste Schritte

Jonas David Mitja Lang

Um unser Projekt charakterisieren und in die Landschaft der Citizen Science-Projekte einordnen zu können, haben wir uns für das Modell des „Participatory Science Cube“ von Schrögel und Kolleck (2019) entschieden, das drei Dimensionen umfasst: 1. Normativer Fokus, 2. Epistemischer Fokus und 3. Reichweite.



(Schrögel & Kolleck 2019, 88)

Der normative Fokus eines Projekts charakterisiert das Ausmaß, in dem Entscheidungskompetenzen in Fragen wie Forschungspriorisierung, Allokation von Fördermitteln und Politikberatung entweder der institutionalisierten Wissenschaft oder der Öffentlichkeit (hier vertreten von freiwillig Forschenden) gegeben werden. Unser Projekt ist hier an der Extremausprägung „Public Decision-Making“ zu verorten: Prioritäten sollen von den freiwillig Forschenden gesetzt und Geldmittel eigenständig, möglicherweise unter beratender Mithilfe aus dem universitären Kontext, beantragt und verteilt werden. Die Maßnahmen, die Politik und Verwaltung als Konsequenz aus den Erkenntnissen eines Forschungsprojekts anzuraten sind, sollen von denjenigen, die sich am jeweiligen Forschungsprojekt freiwillig beteiligt haben, beschlossen werden.

Der epistemische Fokus zielt auf das Maß ab, in dem das Herstellen von Wissen entweder der Öffentlichkeit oder der institutionalisierten Wissenschaft überlassen ist. Auch hier hält sich unser Projekt an der Extremausprägung „Public problem definition & interpretation“ auf: Vorschläge für Forschungsvorhaben sollen von zivilgesellschaftlichen Organisationen des Kreis Gießen (zur Arbeitsdefinition von Zivilgesellschaft vgl. Europäische Kommission o. J.) oder Einzelpersonen eingebracht und dann von einer Gruppe interessierter Freiwilliger geplant, durchgeführt und ausgewertet werden. Explizit ausgeschlossen vom Einbringen von Forschungsvorhaben sind Regierungsorgane, Verwaltung, Parteien, deren Jugendorganisationen und parteinahe Stiftungen, universitäre Forschungsgruppen sowie privatwirtschaftliche Akteure, da diese 1. bereits Zugriff auf Geldmittel und Strukturen haben, um Studien zu veranlassen und keinen Anspruch auf kostenlose Arbeitskraft haben sollen, und 2. Interessen haben, die über die Interessen der in Gießen Wohnenden hinausgehen, oder die Interessen von mächtigen oder lautstarken Minderheiten auf Kosten der Öffentlichkeit durchsetzen möchten. Einer Vereinnahmung durch fremde Interessen ist generell vorzubeugen, um die Integrität und Glaubwürdigkeit des Projekts zu wahren. Es ist im Einzelfall von der Gruppe der Freiwilligen zu prüfen, ob ein vermeintlich von einer Privatperson oder zivilgesellschaftlichen Organisation eingebrachtes Vorhaben im öffentlichen Interesse liegt.

Um einen hohen Standard von Wissenschaftlichkeit zu gewährleisten und belastbare Daten zu produzieren, ist es derzeit unerlässlich, dass alle Schritte des Forschungsprozesses in Kollaboration mit der institutionalisierten Wissenschaft vollzogen werden. Hierzu sollen projektgebunden eine oder mehrere qualifizierte Personen aus dem universitären Kontext angeworben werden, um den Freiwilligen die relevanten Fachmethoden zu vermitteln sowie betreuend und beratend zur Verfügung zu stehen.

Die Reichweite eines Projekts charakterisiert den Personenkreis, den es erreichen soll. Unser Projekt ist auf dieser Achse zwischen „Interested Public“ und „Broad Public“ zu verorten. (Dass es nicht klar in der einen oder anderen Kategorie liegt, ist einer definitorischen Ambivalenz des Modells geschuldet.) Da die Forschung, die in unserem Projekt stattfinden soll, für alle im Kreis Gießen lebenden Personen relevant ist, muss sie aufbereitet und zugänglich gemacht werden. Sobald ein Forschungsprojekt abgeschlossen ist, sollen die Ergebnisse (und möglicherweise auch der Forschungsprozess) in einem sprachlich und inhaltlich möglichst niedrigschwelligen und kurzweiligen Vortrag der Öffentlichkeit präsentiert und anschließend diskutiert werden. Neben dem Informieren aller Interessierten soll damit auch Druck auf Stadt- und Kreispolitik aufgebaut werden, sich zu den angeratenen Maßnahmen zu positionieren.

Wir haben drei Zielgruppen identifiziert, die vom Projekt als möglicherweise an einer Beteiligung Interessierte angesprochen werden sollen:

Personen der Gießener Zivilgesellschaft, die an wissenschaftlicher Arbeit interessiert, aber nicht (mehr) im Universitätssystem tätig sind, könnten den Kern der Gruppe darstellen. Als

Einzelpersonen, die ein Interesse an der Mitgestaltung des Kreises haben, ist bei ihnen eine geringere Fluktuation zu erwarten als bei der Gruppe der Studierenden. Die „Szene“, die sich in Gießen aktiv um ökologische Themen bemüht, konzentriert sich an wenigen physischen und sozialen Orten: Reden und Flyerverteilungen bei den einschlägigen Demonstrationen und Geschäften sowie Vorträge, die über die „üblichen“ Kanäle beworben werden, sollten ausreichend sein, um diese Gruppe zu erreichen. Es ist eine große Überschneidung mit der Gruppe der Studierenden zu erwarten.

Studierende, Dozierende und Forschende stellen als zweite Zielgruppe eine Verbindung zu den Hochschulen dar, die für wissenschaftliche Projekte derzeit beinahe unerlässlich ist. Eine fachlich möglichst breit aufgestellte Basis, besonders auch durch die Mitarbeit von Personen außerhalb des Fachbereichs Sozial- und Kulturwissenschaften der JLU, dessen Angehörige traditionell den Bereich Nachhaltigkeit der studentischen Subkultur in Gießen dominieren, kann dafür nur förderlich sein. Nicht nur ermöglicht sie den Zugriff auf vielfältige Register der Wissenschaft, das Aufeinanderprallen der unterschiedlichen Wissenschaftskulturen könnte auch blinde Flecken der einzelnen Disziplinen ausleuchten und einer Versteifung auf innerdisziplinäre Obsessionen vorbeugen, die in der Hauptsache Ausdruck des Zeitgeistes sind und der Erforschung des Gegenstands mitunter hinderlich sein können.

Angehörige der Justus-Liebig-Universität und der Technischen Hochschule Mittelhessen können mit Lehrforschungsprojekten und anderen universitären Veranstaltungen eingebunden werden. Außerhalb des Lehrrahmens und bestehenden zivilgesellschaftlichen Engagements gibt es beispielsweise die Möglichkeit, sie über campusnahe Vorträge, Flyer- und Plakatieraktionen zu erreichen oder in Kooperation mit dem Allgemeinen Studierendenausschuss Aufrufe zur Mitarbeit zu starten. Es ist zu beachten, dass Lehr- und Lehrforschungsveranstaltungen je auf wenige Semester beschränkt sind, weshalb in diesem Rahmen mit einem schnellen Wechsel der Beteiligten zu rechnen ist. Es ist deshalb besonders wichtig, dass die Studierenden, die über die Lehre am Projekt teilnehmen, in laufende Prozesse eingebunden werden und ihre Arbeit für nachfolgende Personen dokumentieren.

Als dritte Gruppe sollen Menschen mit niedrigem sozioökonomischen Status angesprochen werden. Sozioökonomischer Status umfasst in der Regel die Dimensionen Beruf, Einkommen und Bildungsniveau (vgl. Ditton & Maaz 2011, 193). Die Zugehörigkeit zu einer sozialen Schicht wirkt sich stark auf die Wahrscheinlichkeit aus, dass eine Person einen bestimmten Schulzweig besucht (vgl. Ditton & Maaz 2011, 200); um die Zielgruppe einzugrenzen, hat sich die Forschungsgruppe entschieden, deshalb zunächst Haupt- und Realschulklassen anzusprechen. Diese Entscheidung bringt mit sich, dass bereits ein institutioneller Rahmen besteht, mit dem zu kooperieren ist, was eigene Vor- und Nachteile birgt.

Im Gegensatz zu den beiden erstgenannten Gruppen kann nicht davon ausgegangen werden, dass es hier ausreichend wäre, einen Vortrag zu halten und eine Einladung auszusprechen. Es müssen Maßnahmen getroffen werden, um den Jugendlichen den Einstieg in die

Forschungsgruppe zu erleichtern. Zu diesem Thema möchte unsere Gruppe im kommenden Semester dezidiert forschen.

Nächste Schritte:

Unsere Forschungstätigkeit im kommenden Semester wird sich besonders auf die Frage konzentrieren, wie Jugendliche aus Haupt- und Realschulen in das Projekt eingebunden werden können. Aus den bisherigen Erkenntnissen haben sich bereits einige Ansatzpunkte ergeben:

1. ist das Eigeninteresse der Jugendlichen zu beachten. Die erste Frage muss sein, was das Citizen Science-Projekt ihnen bieten kann. Wird diese Frage nicht zufriedenstellend beantwortet, ist mit einer geringen Beteiligung zu rechnen.
2. ist bei der Vermittlung wissenschaftlicher Sachverhalte und Methoden sicherzustellen, dass alle Beteiligten folgen können. Neue Konzepte und Fachjargon müssen angemessen eingeführt und für alle verstehbar gemacht werden, bevor man sie im Forschungsprozess anwendet. Dabei sollte immer wieder kritisch überprüft werden, welche Dinge als bekannt vorausgesetzt werden können.
3. ist der soziale Aspekt einer Gruppenbeteiligung entscheidend für den Erfolg. Deshalb soll unter anderem das Angebot an Jugendliche gemacht werden, im Rahmen einer „Patenschaft“ eine bereits in der Forschungsgruppe etablierte Person zur Seite gestellt zu bekommen. Der Zugang zu einer festen Bezugsperson soll die Komplexität des Einstiegs in eine Gruppe mit etablierten Dynamiken und abweichendem Habitus mildern, das Klären inhaltlicher oder sprachlicher Unklarheiten erleichtern und weiterführende Hilfestellung, zum Beispiel, um an weiter entfernte Veranstaltungsorte zu gelangen, ermöglichen.
4. könnte ein Anreizsystem, das es Jugendlichen ermöglicht, über die Teilnahme an einem Forschungsprojekt Noten in einzelnen Fächern zu verbessern, das Interesse steigern.

Diese Ansätze müssen überprüft und gegebenenfalls weiter entwickelt werden. Darüber hinaus stellt sich eine Vielzahl von Fragen, darunter:

Welche Themen des Bereichs Nachhaltigkeit sind relevant für die Lebensrealität der Jugendlichen? (Zu diesem Thema sei auch auf den Beitrag von Nina Pröpster verwiesen.) Welche Erwartungen haben sie an ein wissenschaftliches Projekt, das sie einbezieht, welche Befürchtungen haben sie? Welche Medien und Programme kennen und nutzen sie, über welche Kanäle sind sie zu erreichen? Welche Orte suchen sie in ihrer Freizeit auf? Welche wissenschaftlichen Methoden können sie selbstständig anwenden und wie kann die Validität der Daten überprüft werden?

Zusätzliche Recherchearbeit ist notwendig, um an bestehende Projekte und Kooperationen anschließen zu können. Viele der Fragen sind jedoch am besten von den Jugendlichen selbst beantwortbar, weshalb wir auch für das kommende Semester Befragungen in Betracht ziehen. Diese sollen mündlich stattfinden, um Jugendlichen mit Schwierigkeiten beim Schriftausdruck

die Teilhabe zu ermöglichen. Sollte die Forschungsgruppe keine Verstärkung bekommen, ist die Arbeitslast der Organisation und Durchführung von Einzelgesprächen nicht leistbar, weshalb wir ein Diskussionsformat mit ganzen Klassen favorisieren. Letztendlich wird sich diese Frage aber im Kontakt mit der Institution Schule, den Jugendlichen und ihren Eltern klären müssen.

Weitere Beiträge zur Klärung der Forschungsfragen mit Bezug auf die Einbindung von Jugendlichen könnten von Schulen, Jugendzentren und selbstverständlich von vertiefter Literaturrecherche kommen.

Ein weiterer Rechercheschwerpunkt wird sich um Fördermittel drehen, denn trotz der Freiwilligenstruktur kann ein solches Projekt nur mit einer guten Finanzierung funktionieren. Es wird herauszufinden sein, welche Fördermittel unter welchen Bedingungen zur Verfügung stehen, und mit welchen Unternehmen Partnerschaften eingegangen werden könnten. Dabei ist darauf zu achten, dass die Forschung vollkommen unabhängig durchgeführt werden kann. Sollten die Fördermöglichkeiten nicht zufriedenstellend sein, wäre zu untersuchen, ob Crowdfunding eine gangbare Alternative darstellt. (Auch in dieser Sache sei vorläufig auf den Beitrag der Forschungsgruppe Finanzierung verwiesen.)

Darüber hinaus ist zu untersuchen, welche Prinzipien, z.B. in Bezug auf Gruppen- und Aufgabenstruktur oder Verwaltung der gesammelten Daten, zu beachten sind, um die Transparenz und Unabhängigkeit der Forschungsvorhaben zu gewährleisten.

Es ist absehbar, dass im Rahmen dieses Lehrforschungsprojekts bzw. der nachfolgenden Veranstaltung nur ein Entwurf für das Citizen Science-Projekt geliefert werden kann. Dieser ist zwar auf praktische Umsetzung ausgelegt, aber es bedarf dafür eines Rahmens über ein universitäres Lehrforschungsprojekt hinaus. Diesen könnte ein eigenständiges „Haus der Nachhaltigkeit“ oder eine engagierte Gruppe von Freiwilligen liefern.

Die Forschungsgruppe dankt dem Büro Bürgerbeteiligung und Lokale Agenda 21 der Universitätsstadt Gießen sowie den Interviewten für ihre Mitarbeit.

Literatur (Beiträge Lang)

- Belas, Norman, P. Bengart & B. Vogt. 2017. A Meta-Analytical Approach: P-hacking in Clinical Trials.
Working paper series Band 2017: Heft 19.
- Bonn, Aletta, K. Vohland et al. 2016. Grünbuch. Citizen Science Strategie 2020 für Deutschland. Berlin:
GEWISS.
- Themenzentriertes Interview mit Ueli Bornhauser, Café des „Klatschmohn“-Biomarktes in Gießen,
04.08.2021, ca. 10:00 Uhr bis 12:20 Uhr.
- de Nève, Dorothée. 2017. Politische Partizipation in Deutschland – zwischen postdemokratischer
Apathie und neodemokratischem Aufbruch. In *Osteuropa transformiert*, Hrsg. T. Olteanu, T.
Spöri, F. Jaitner & H. Asenbaum, 173–192. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

- Deter, Alfons. 2019. Monsanto soll Wissenschaftler Schmitz für Glyphosat-Studien bezahlt haben. *Top Agrar*. <https://www.topagrar.com/acker/news/monsanto-soll-wissenschaftler-schmitz-fuer-glyphosat-studien-bezahlt-haben-11931277.html> [Zugriff am 15.09.2021].
- Ditton, Hartmut & K. Maaz. 2011. Sozioökonomischer Status und soziale Ungleichheit. In *Empirische Bildungsforschung*, Hrsg. H. Reinders, H. Ditton, C. Gräsel & B. Gniewosz, 193–208. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dwan, Kerry, D.G. Altman, J.A. Arnaiz, J. Bloom, A.-W. Chan, E. Cronin, E. Decullier, P.J. Easterbrook, E. Von Elm, C. Gamble, D. Ghersi, J.P.A. Ioannidis, J. Simes & P.R. Williamson. 2008. Systematic Review of the Empirical Evidence of Study Publication Bias and Outcome Reporting Bias. *PLoS ONE* 3: e3081.
- Europäische Kommission (o. J.) Civil Society. European Commission. https://ec.europa.eu/international-partnerships/our-partners/civil-society_en [Zugriff am 08.08.2021].
- Fanelli, Daniele. 2009. How Many Scientists Fabricate and Falsify Research? A Systematic Review and Meta-Analysis of Survey Data. *PLoS ONE* 4: e5738.
- Fischer, Karsten. 2006. Die jüngste Versuchung der Demokratie: ‚Postdemokratie‘ und Politik-Netzwerke. *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen* 19: 47–57.
- Fuchs, Dieter & E. Roller (Hrsg.). 2010. Legitimität. In *Lexikon Politik: hundert Grundbegriffe*. Ditzingen: Reclam.
- Geißel, Brigitte. 2015. Zerstört soziale Ungleichheit die Demokratie? *Politikum* 1: 26–34.
- Head, Megan L., L. Holman, R. Lanfear, A.T. Kahn & M.D. Jennions. 2015. The Extent and Consequences of P-Hacking in Science. *PLOS Biology* 13: e1002106.
- Jansen, Frank. 2020. Linke und Grüne in Berlin sprechen von Abschaffung des Verfassungsschutzes. *Tagesspiegel*. <https://www.tagesspiegel.de/berlin/ende-gelaende-und-linksextremismus-linke-und-gruene-in-berlin-sprechen-von-abschaffung-des-verfassungsschutzes/25842822.html> [Zugriff am 22.08.2021].
- Lohaus, Ina, B. Brembs & I. Welpe. 2019. Wie Pseudo-Wettbewerbe der Wissenschaft schaden. *Forschung und Lehre* 5/2019. <https://www.forschung-und-lehre.de/wie-pseudo-wettbewerbe-der-wissenschaft-schaden-1735/> [Zugriff am 22.08.2021].
- Themenzentriertes Interview mit Dr. Volkhard Nobis, E-Mail, 27.07.2021
- Pelacho, Maite, H. Rodríguez, F. Broncano, R. Kubus, F.S. García, B. Gavete & A. Lafuente. 2021. Science as a Commons: Improving the Governance of Knowledge Through Citizen Science. In *The Science of Citizen Science*, Hrsg. K. Vohland, A. Land-Zandstra, L. Ceccaroni, R. Lemmens, J. Perelló, M. Ponti, R. Samson & K. Wagenknecht, 57–78. Cham: Springer International Publishing.
- Peter, Erik. 2021. Blockieren schwer gemacht. *taz*. <https://taz.de/Aktionswoche-von-Extinction-Rebellion/!5793848/> [Zugriff am 22.08.2021].
- Redaktion der GA. 2020. Projektgruppe kritisiert Klimabericht. *Gießener Allgemeine*. <https://www.giessener-allgemeine.de/giessen/projektgruppe-kritisiert-klimabericht-13911934.html> [Zugriff am 22.08.2021].
- Sander, Lalon. 2021. Baumhäuser fürs Klima. *taz*. <https://taz.de/Waldbesetzungen-in-ganz-Deutschland/!5769172/> [Zugriff am 22.08.2021].
- Themenzentriertes Interview mit Eckart Schneider, E-Mail, 29.07.2021
- Schrögel, Philipp & A. Kolleck. 2019. The Many Faces of Participation in Science: Literature Review and Proposal for a Three-Dimensional Framework. *Science and Technology Studies* 32: 77–99.
- Schwager, Christian. 2021. Respekt für die Stiko, so lange widerstanden zu haben. *Berliner Zeitung*. <https://www.berliner-zeitung.de/gesundheit-oekologie/der-stiko-gebuehrt-respekt-fuer-ihr-langes-durchhalten-li.177223> [Zugriff am 22.08.2021].
- Vohland, Katrin, M. Weißpflug & L. Pettibone. 2019. Citizen Science and the Neoliberal Transformation of Science – an Ambivalent Relationship. *Citizen Science: Theory and Practice* 4: 25.

Werner, Karen. 2019. Unabhängig? Monsanto bezahlt Studie eines Gießener Professors. Gießener Allgemeine. <https://www.giessener-allgemeine.de/giessen/unabhaengig-monsanto-bezahlt-studie-eines-giessener-professors-13274207.html> [Zugriff am 22.08.2021].

Literatur (Beitrag Wagner)

- Bonney, Rick (2012): Citizen Science: Public Participation in Environmental Research, Cornell University Press, Ithaca N.Y., USA
- Haklay, Muki (2016): Citizen science: theory and practice, Citizen Science Association, Berkeley, CA, USA
- West, Dyke and Pateman (2021): Variations in the Motivations of Environmental Citizen Scientists, ubiquity press, Berkeley, CA, USA
- Fink, Kira (2020): Citizen Science 2.0 – Zukunftsstadt 2030 + Gelsenkirchen, Dortmund, Fachhochschule Dortmund
- Vohland, Katrin et al (2021): The Science of Citizen Science, Springer International Publishing

Links zu Citizen Science Projekten mit Umweltschutzschwerpunkt:

- <https://floraincognita.com/>
<https://citizenScienceProject.org.au/>
<https://thefoodwasteatlas.org/records?region=germany&food=apples>
<https://www.sei.org/projects-and-tools/projects/citizen-science-and-air-pollution/>
<https://mueckenatlas.com/>
<https://www.buergerschaffenwissen.de/>
<https://eu-citizen.science/project/258>
<https://eu-citizen.science/projects>

Literatur (Beitrag Knecht)

- Bürgow, Grit. *Mobile blau-grüne Infrastruktur* (BGI). Verfügbar unter: <https://www.gartenleistungen.de/reallabore/mobile-blau-gr%C3%BCne-infrastruktur/> [Zugriff am: 30/07/2021].
- Adler, Jona und , P. Schrögel. o.J. a. *Erfahrungsberichte zu den durchgeführten Pilotformaten. Wissenschaftskommunikation für Groß und Klein in Spandau, Falkenhagener Feld.* o.O.: o.V..
- Adler, Jona und , P. Schrögel. o.J. b. *Erfahrungsberichte zu den durchgeführten Pilotformaten. Wissenschaftskommunikation für und mit muslimischen Jugendlichen mit Migrationshintergrund: Science & Poetry Slam in Berlin Neukölln.* o.O.: o.V..
- Eggert, Ralf und P. Schrögel. *Bürgerbeteiligung in der Praxis.* Verfügbar unter: <https://www.bipar.de/buergerbeteiligung-in-der-praxis-erfolgsfaktoren-und-beispiele/> [Zugriff am: 30/07/2021].
- Themenzentriertes Interview mit Tim Kiessling, Ansprechperson der Arbeitsgruppe Citizen Science in Schulen bei Bürger schaffen Wissen, Telefonat, 22.07.2021, ca. 14:03-14:32 Uhr.
- Maaz, Kai. *Soziale Ungleichheiten in den verschiedenen Bildungsbereichen.* Verfügbar unter: <https://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/zukunft-bildung/322324/ungleichheiten-in-den-bildungsbereichen> [Zugriff am: 30/07/2021].
- Themenzentriertes Interview mit Florence Mühlenbein, Projektmanagerin bei Wissenschaft im Dialog, Telefonat, 20.07.2021, ca. 14:01-14:46 Uhr.
- Richter, A., A. Vohland, K. Pettiborn et. al.. 2016. *Grünbuch. Citizen Science Strategie 2020 für Deutschland.* Berlin und Karlsruhe: o.V..
- Rögner, W. und H. Wormer. 2020. Gute Umweltkommunikation aus Bürgersicht. Ein Citizen-Science-Ansatz in der Rezipierendenforschung zur Entwicklung von Qualitätskriterien. *Medien und Kommunikationswissenschaft* Jg. 68 H. 4: 447-474.

- Schrögel, Philipp, C. Humm, A. Leßmöllmann, B. Kremer, J. Adler und M. Weißkopf. 2020. *Nicht erreichte Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation. Literatur-Review zu Exklusionsfaktoren und Analyse von Fallbeispielen*. Berlin, Bonn und Leipzig: o.V..
- Schrögel, Philipp und S. Rühland. *Von Offener Wissenschaft zu Zugänglicher Wissenschaft*. Verfügbar unter: <https://www.wissenschaftskommunikation.de/wissenschaft-fuer-alle-zehnerkenntnisse-zur-ansprache-neuer-zielgruppen-25287/> [Zugriff am: 08/08/2021].
- Schrögel, Philipp, C. Humm und S. Rauscher. *Wissenschaft für alle?!. Zehn Erkenntnisse zur Ansprache neuer Zielgruppen*. Verfügbar unter: <https://zenodo.org/record/3911600#.YQP13Y4zblV> [Zugriff am: 30/07/2021].
- Spannagel, Dorothee. 2017. Menschen mit niedrigem sozioökonomischen Status – Armut und Teilhabe – ein lösbares Problem?. In *Teilhabe für alle?! Lebensrealitäten zwischen Diskriminierung und Partizipation*. Schriftenreihe, Bd. 10155, Hrsg. Elke Diehl, 97-103. Bonn: Druck- und Verlagshaus Zarbock.

Links:

- buergerschaffenwissen.de
- wissenschaft-im-dialog.de
- ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/57266/ssoar-2018-richter_et_al-Positionspapier_Handlungsbedarfe_und_Manahmen_fur.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-2018-richter_et_al-Positionspapier_Handlungsbedarfe_und_Manahmen_fur.pdf
- leibniz-gemeinschaft.de/forschung/leibniz-forschungsnetzwerke/citizen-science
- ecsa.citizen-science.net/
- ceh.ac.uk/sites/default/files/citizenscienceguide.pdf

Kommune und Kommunalpolitik

Initiativen in Giessen

Luca Barth

Inwiefern können Kommunen einen Beitrag zur Nachhaltigen Entwicklung leisten?

Durch verschiedene attraktive Angebote. Ein Angebot wäre den Ausbau des ÖPNV. Dieser sollte mehr Möglichkeiten beinhalten, damit mehr Leute damit fahren. Wenn mehr Leute die öffentlichen Verkehrsmittel nutzen würden, könnte man so mit den CO2 Ausstoß verringen. In einem Ausblick auf den im Jahr 2022 entstehenden „Gießener Verkehrsentwicklungsplan (VEP) 2035“, der von zwei aus Dortmund und Berlin stammenden Planerbüros vorgelegt wird, heißt es: „*Insbesondere im Hinblick auf die Senkung von Emissionen im Verkehr, der Priorisierung umweltfreundlicher Mobilität sowie eine attraktivere Gestaltung von Stadt- und Straßenräumen besteht weiter deutlicher und stärkerer Handlungsbedarf.*“ (Gießener Allgemeine Zeitung(15.06.2021), Studie zur Verkehrsentwicklung, Verkehrsexperten zum Anlagenring: „fahrradunfreundlich“ und „enorme Barrierewirkung“) In vielen Teilen der Stadt,

sind die Straßen autogerecht gebaut. Dies führt zu einer hohen Verkehrsbelastung und zum Nachteil der anderen Verkehrsteilnehmer und dem Öffentlichen Nachverkehr. Außerdem führt es zu „städtbaulichen“ und zu „lokalklimatischen Missständen, stellten Experten von außen fest.“

Wichtig für die Reduzierung der CO₂ Emissionen, ist die Weiterentwicklung regenerative Energien und die größere Förderung für Elektrofahrzeuge. Zur Zeit werden „reine E- Autos mit bis zu 9.000 € gefördert und „Plug- in- Hybride“ mit bis zu 6.750 € gefördert.

Der Wald sollte in seinem Bestand nachhaltig gepflegt werden. Durch naturgemäße Waldbewirtschaftung sollen „die Erholungsfunktion“, die „ökologische Funktion“ und die „Holznutzung“ gesichert werden.

Gibt es bereits gute Projekte mit kommunaler / kommunalpolitischer Beteiligung?

Auf der Seite des „Freiwilligenzentrum für Stadt und Landkreis Gießen e.V.“ sind viele verschiedene Projekte aufgelistet, um als Privatperson oder als Unternehmen aktiv werden zu können. Die Kategorie „Einsatzstellen Umwelt, Nachhaltigkeit & Klimaschutz“ nennt für Privatpersonen folgende Projekte:

Lasten- und Inklusionsrad- Projekt

Lastenräder können gegen eine Spende geliehen und gemeinsam genutzt werden. Das gemeinsame Nutzen hilft Ressourcen zu sparen. Es werden Freiwillige für die Wartung, Reparatur, Akquise, Büro, „Radeln für Alle“, Fahrradkurse und Aktionen gesucht.

<https://dasallrad.org/>

„Holz- Erlebnis- Haus“:

Freiwillige unterstützen die Besucherbetreuung, öffentliche Veranstaltungen und Museumsführungen. Das Museum wird als „Holz- Erlebnis- Haus“ beschrieben. Es soll Nachhaltigkeit und Umwelt verständlich und wissenschaftlich rüberbringen.

<https://www.holztechnikmuseum.de/holzerlebnishaus/>

Thematische Klimaschutz- AGs

Dort können Vorschläge für den städtischen Klimaschutz entworfen werden. Wie zum Beispiel: Bauen und Sanieren, Energie, Mobilität und Konsum. Man kann die Vorschläge der Plattform „Ideenplattform“ hochladen. Man kann sie dort einem größeren Publikum vorstellen. Wenn 100 Stimmen dafür abstimmen, kann diese vom Magistrat geprüft werden.

<https://www.giessen.de/Leben/Umwelt-und-Klima/Klimaschutz/>

<https://www.giessen.de/Leben/Umwelt-und-Klima/Klimaschutz/index.php?NavID=2874.392.1>

Mitarbeit im Bürgernetzwerk „Staufenberg- nachhaltig“

Im Bürgernetzwerk kann man ein nachhaltiges Projekt realisieren oder verbreiten. Damit sollen nachhaltige Projekte realisiert oder durchgeführt werden. Es werden zum Beispiel Wachsreste recycelt oder die Lumda und ihre Ufer von Müll befreit.

<https://www.staufenberg-nachhaltig.org/>

Klima Aktivismus vor Ort & bundesweit

Über die Folgen der Klimakrise und für Klimagerechtigkeit sollen Menschen informiert und darauf hingewiesen werden.

<https://extinctionrebellion.de/>

Verkehrswende- Gruppen

Es hat sich in Gießen Bürgerinitiativen zusammengefunden, um eine zukunftsfähige und klimafreundliche Verkehrsplanung zu fördern. Es soll bessere Bedingungen für Radfahrer geben, der Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs soll vorangetrieben werden und der Verkehr von Autos reduziert werden. Man kann sich an der Öffentlichkeitsarbeit beteiligen, an der Planung und Durchführung von Aktionen, an der Erarbeitung konkreter Forderungen oder an Ansprachen verantwortlicher Akteure mitarbeiten.

<https://giessen-gemeinsam-gestalten.de/verkehrswende/>

Stadtacker- Gemüse anbauen

Bei diesem Projekt darf man Gemüse im Park an der Wieseckau bzw. am Schwanenteich anbauen. Das Urban Gardening wurde von Max Stricker schon in mehreren Städten eingeführt und ist auch in Gießen verfügbar. Es wird zusammen auf dem Gelände der ehemaligen Landesgartenschau zusammen gepflanzt und geerntet. Jeder darf mitmachen. Träger ist der Stadtacker urban gardening.

https://www.giessener-anzeiger.de/lokales/stadt-giessen/nachrichten-giessen/projekt-stadtacker-in-der-wieseckau-giessen-jeder-darf-mitgartnern_18535074

<https://giessen-entdecken.de/urbanes-gaertnern/>

<https://de-de.facebook.com/StadtackerGiessen>

Mitarbeit im Tierheim Wieseck

Es kann mitgeholfen werden, Tiere zu versorgen oder auszuführen. Das Tierheim ist für jede Hilfe oder Spende dankbar.

<https://tsv-giessen.de/>

Gemeinschaftsgarten

Dort können eigene Ideen eingebracht werden, um einen nachhaltigen und vielfältige Garten anzubauen. Es kann beobachtet, experimentiert, diskutiert und dazu gelernt werden. Träger ist INGE e.V. (Initiative für nachhaltigen Gartenbau und Ernährungssouveränität)

<https://inge-garten-giessen.de/>

Wie sieht der derzeitige politische Prozess >klimaneutrales Giessen< aus?

Im September 2019 wurde in der Stadtverordnetenversammlung ein Anstoß gebender Antrag gestellt. Dieser beinhaltete das Thema Klimaschutz bzw. Klimaneutralität mit dem Ziel bis 2035 Gießen soll bis dahin Klimaneutral werden.

„Der Antrag im Wortlaut:

„Die Erreichung der Klimaneutralität bis zum Jahr 2035 wird zum offiziellen Ziel der Stadt Gießen erklärt. Dieses Ziel wird mittels einer Satzung oder eines anderen rechtlichen Instruments kurzfristig verbindlich festgelegt. Um dieses Ziel zu erreichen, stellen die Verantwortlichen in Politik und Verwaltung alle erforderlichen Mittel (finanziell, organisatorisch, planerisch etc.) bereit bzw. entwickeln diese. Die Bürgerschaft ist in diesen Prozess intensiv einzubeziehen und jährlich in öffentlichen Veranstaltungen über die in der Zwischenzeit entwickelten bzw. umgesetzten Maßnahmen, deren Effekte und noch erforderliche Maßnahmen zu informieren.““ (Der Magistrat der Universitätsstadt Gießen (2020): Klimaneutrales Gießen 2035, Analysen und Szenarien zur Entwicklung einer klimaneutralen Stadt; Stadt. Klima. Gießen Aktiv für den Klimaschutz).

Ich zähle unten einige aktuelle Maßnahmen auf, die die Stadt Gießen aktuell umsetzt oder umsetzen möchte:

- Gießen soll bis zum Jahr 2035 klimaneutral werden. Es soll CO₂ eingespart werden und mehr auf regenerative Energie gesetzt werden. Es existieren zur Zeit neun Photovoltaikanlagen auf städtischen Gebäuden und weitere drei in der Umsetzung. Die Photovoltaikanlagen sollen auf städtischen Flächen und Liegenschaften ausgebaut werden.
- Aufbau eines Wärmefernnetz. Durch diese Technik wird 50 % des Wärmebedarfs gestellt und 50 % des Stromverbrauchs gedeckt. Somit werden jährlich ca. 85.000 Tonnen CO₂ eingespart.
- Der Strom soll vermehrt aus erneuerbaren Energien bezogen werden.
- Förderprogramme, Veranstaltungen zur Vorstellung von Unterstützungsangebote zum Thema Ressourcen- und Energieeffizienz der Wirtschaftsförderung sind in Planung
- Erdgasbusse sollen Dieselbusse ersetzen. Die Emissionen des öffentlichen Nahverkehrs sollen reduziert werden.

- Bahnhaltepunkte sollen vermehrt und erweitert werden.
- Förderung und Ausbau der Infrastruktur für Elektromobilität
- Parkleitsystem. Parksuchverkehr soll damit verringert werden
- Infrastrukturprojekte zur Förderung des Radverkehr.
- Fahrradverleihsystem
- Schulwegmanagement, zur Reduzierung von sogenannten „Elterntaxis“. Mehr Schüler sollen zu Fuß oder mit dem Fahrrad zur Schule
- Reduzierung Flächenverbrauch durch Innenverdichtung
- Gebäudebegrünung
- Nachhaltige Holznutzung bei gleichzeitiger Walderhaltung
- Lokale Agenda 21, ist ein Zukunftsprogramm für die nachhaltige Entwicklung. Seit 1998 wird das Zukunftsprogramm gemeinsam mit Bürger*innen aufgestellt und umgesetzt.
- Klimaneutraler Postversand

Und inwiefern bietet sich ein >Haus der Nachhaltigkeit< als Kooperationspartner für die Kommune an?

In einem Haus der Nachhaltigkeit und im Kontext zu entwickelnder Veranstaltungsformate kann mit vielen Menschen über die Zukunft und über Nachhaltigkeit gesprochen werden. Das wäre nicht nur ein Platz für Politiker:innen, Bürger- Initiativen oder Unternehmer:innen, sondern ein Platz für alle, die sich daran beteiligen möchten.

„Nachhaltigkeit als verantwortungsvolles Miteinander- Handeln (Ressourcennutzung – Haushaltsführung – Lebensführung – Verteilungsgerechtigkeit) trotz unterschiedlicher Ausgangsbedingungen der Beteiligten“ (Matthias Grundmann, Gemeinsam – nachhaltig, Ausgabe 05/2016, Soziologie und Nachhaltigkeit)

So beschreibt Grundmann in seinem Text die Nachhaltigkeit. Genauso sollte es außerhalb seines Textes ablaufen. Nachhaltigkeit, sollte für alle ein Vorteil sein und jeder sollte davon auch profitieren können. Die Stadt Gießen möchte die Bürger:innen miteinbeziehen und die Bürger:innen dürfen ihre Ideen durch die Bürgerbeteiligungssatzung mit einbringen.

Literatur

- Barth, Thomas; Henkel, Anna (2020): 10 Minuten Soziologie: Nachhaltigkeit; transcript Verlag Bielefeld
- Blättel-Mink, Birgit (2013): Konsum – Botschaften, Was Forschende für die gesellschaftliche Gestaltung nachhaltigen Konsums empfehlen; S. Hizzel Verlag Stuttgart
- Franz, Hans-Werner; Beck, Gerald; Compagna, Diego; Dürr, Peter; Gehra, Wolfgang; Wegner, Martina (2020): Nachhaltig Leben und Wirtschaften, Management Sozialer Innovationen als Gestaltung gesellschaftlicher Transformation, Springer VS
- Fundraising Akademie (2016): Fundraising – Handbuch für Grundlagen, Strategien und Methoden; 5. Auflage; Springer Gabler

Grundmann, Matthias (2016): Gemeinsam – nachhaltig, Argumente für eine sozialisationstheoretische Bestimmung sozialer Nachhaltigkeit; SuN, Soziologie und Nachhaltigkeit – Beiträge zur sozial- ökologischen Transformationsforschung; Ausgabe 05/ 2016

Freiwilligenzentrum für Stadt und Landkreis Gießen e.V. <https://freiwilligenzentrum-giessen.de/aktiv-werden/privatperson/einsatzstellen-umwelt-nachhaltigkeit-klimaschutz/>

Der Magistrat der Universitätsstadt Gießen (2020): Klimaneutrales Gießen 2035, Analysen und Szenarien zur Entwicklung einer klimaneutralen Stadt; Stadt. Klima. Gießen Aktiv für den Klimaschutz (https://www.giessen.de/media/custom/2874_2718_1.PDF?1599643415?direct)

Internetseite der Universitätsstadt Gießen <https://www.giessen.de/Leben/Umwelt-und-Klima/Klimaschutz/index.php?NavID=2874.392.1>

<https://www.giessen.de/Leben/Umwelt-und-Klima/Natur-und-Landschaft/Stadtwald/>

Klimaschutzbericht der Universitätsstadt Gießen 2021 <https://www.giessen.de/Leben/Umwelt-und-Klima/Klimaschutz/index.php?NavID=2874.392.1>

Gießener Allgemeine (15.06.2021), Studie zur Verkehrsentwicklung, Verkehrsexperten zum Anlagenring: „fahrradunfreundlich“ und „enorme Barrierefunktion“ <https://www.giessener-allgemeine.de/giessen/studie-im-giessener-stadtverkehr-dominiert-das-auto-90803047.html>

Internetseite des ADAC(07.09.2021), Förderung für Elektroautos: Hier gibt es Geld

<https://www.adac.de/rund-ums-fahrzeug/elektromobilitaet/kaufen/foerderung-elektroautos/>

Umweltpolitik in einer benachbarten Kommune

Marius Mühl

Einleitung

In diesem Bericht werde ich mich darauf fokussieren, welche Einzelheiten Kommunalpolitiker*innen zu berichten haben, wenn es um die Umweltpolitik in der Kommune geht und was sie unter einem „Haus der Nachhaltigkeit“ verstehen. Das „Haus der Nachhaltigkeit“ verstehen wir im Lehrforschungsprojekt so, dass man über diese Plattform mit Unternehmen, Kommunen und Bürgern kommunizieren kann. Die Kommunalpolitiker*innen sind politisch Engagiert in einer benachbarten Kommune von Gießen aus. Die Unwissenheit in einer ländlich geprägten Kommune, was denn ein sogenanntes Haus der Nachhaltigkeit ist, kann ein Vorteil sein. Weiterhin werde ich diese Interviews auswerten und alle relevanten Informationen hier in diesem Bericht niederschreiben. Die Themenzentrierten Interviews beziehen jeweils aus zehn gleich Fragen. Ich habe dazu den/die Stellvertretende*n Bürgermeister der benachbarten Kommune interviewt, die/den stellvertretende*n Fraktionsvorsitzende*n der Grünen, die /der Fraktionsvorsitzende* der CDU, sowie einen Gemeindevertreter*in. Weiterhin beschäftige ich mich in diesem Bericht mit der Soziologischen Literatur. Das Thema Umweltpolitik und Nachhaltigkeit werde ich hervorheben.

Schwierigkeiten in der Umweltpolitik

Wir stehen vor einer Zeit der großen Herausforderungen. Zu lange war die Aufmerksamkeit für den Klimawandel sehr gering. Das Industrieland Deutschland

Klimaneutral zu entwickeln wird die größte Aufgabe sein für die Bundesrepublik nach der Corona Pandemie. Die soziotechnischen Systeme müssen Umweltfreundlicher werden, am besten Klimaneutral. Die großen soziotechnischen Systeme müssen von mit vielen Einzelmaßnahmen entwickelt werden. (vgl. Jacob et. al. 2020, 42). Dies führt zu mehr Kosten seitens der Unternehmen und Regierung. Aus diesem Grund muss es einen Preis geben dafür, wenn Unternehmen oder Regierungen nicht genug für die Nachhaltigkeit tun. Es muss dafür gesorgt werden, dass es günstiger ist Nachhaltig und Umweltfreundlich zu agieren, anstatt den Preis zu bezahlen. Der CO₂ Preis ist ein gutes und wichtiges Instrument davon. Ein weiter Grund für die Komplexität sind konkurrierende Ziele und mangelndes Wissen. (vgl. Jacob et. al. 2020, 42). Vermehrt die Junge Bevölkerung Deutschlands versteht die Notwendigkeit im Handeln gegen den Klimawandel. Die Generation der Babyboomer oder der Millennials verstehen auch die Notwendigkeit im Handeln gegen den Klimawandel. Das Problem ist, dass es nicht alle verstehen und deswegen nichts dafür tun. Das Personen nichts tun liegt auch an der Tatsache, dass sie es nicht wissen. Unwissenheit über die Notwendigkeit, dass wir etwas für unseren Planeten tun müssen, ist ein schwerer Fehler. Dadurch Gefährten wir langfristig unser Leben auf dem Planeten. Die Wirtschaftlichen Interessen konkurrieren mit den Umweltpolitischen Interessen. In der Wirtschaft ist es besser, dass viel verkauft wird zB. Öl und Erdgas. Die Umweltpolitik hat genau das gegenteilige Ziel. Die Umweltpolitik hat das Ziel, so wenig wie möglich Fossile Brennstoffe zu verkaufen. Diese Ziel hat die Umweltpolitik, weil das Verbrennen Fossiler Brennstoffe dazu führt, dass CO₂ ausgestoßen wird. Durch den Ausstoß von CO₂ wird sich der Planet schneller erwärmen.

Soziale Innovation - Allgemein

Die Politik muss versuchen, die Verantwortung für den Klimaschutz auszuweiten. Die Politik macht das am besten mit Privaten Akteuren. (vgl. Scholl / Gossen 2017, 55f). Durch die Privaten Akteure können verschiedene Dinge schneller umgesetzt werden, weil sie nicht vielen Gesetzen unterlegen sind, die Bürokratisch sind. Die Politik muss, aber dafür verschiedene Projekte ausschreiben und auch mit ihren Förderungen fördern. Drei wesentliche Vorteile gibt es. Der erste Punkt ist der, dass durch die Privaten Akteure es näher an die Menschen gebracht wird. Der zweite Punkt ist, dass es die Menschen besser verstehen. Es dringt in eine breitere Bevölkerungsschichten vor. Die Menschen lernen dadurch worauf es ankommt. Der dritte Punkt ist, dass die Entscheidungsqualität verbessert wird (vgl. Scholl / Gossen 2017, 56). Es kommt darauf an, dass das Wissen über den Klimaschutz und Nachhaltigkeit weit verbreitet wird. Zentral ist, dass es für die Menschen einfach verständlich erklärt wird. Die Politischen Akteure sind zentral von Bedeutung. Durch das Wissen der politischen Akteure sind diese in der Lage die Herausforderungen besser anzugehen. Es wird viel besser gearbeitet, wenn jeder weiß worauf es ankommt bei dem Thema Umweltpolitik im Allgemeinen. Die Wirtschaft und die Umweltpolitik sind auf den ersten Blick zwei

unterschiedliche und konkurrierende Ressorts für die Bundesregierung. Die beiden konkurrierenden Ressorts werden sich nicht ausschließen dürfen, sondern es muss ein goldener Mittelweg gefunden werden.

Soziale Innovation - Verbraucherarbeit

In der Gemeinschaft werden gemeinsam Werkzeug benutzt, sowie Lebensmittel. (vgl. Klug / Gartner 2017, 264). Das hat zu folge, dass weniger Werkzeug produziert werden muss. Das Werkzeug gehört sozusagen niemandem sondern „allen“. Dadurch das verschiedene Werkzeuge von verschiedenen Leuten benutzt wird schon das auch die Umwelt. Zudem ist es günstiger für alle. Die Lebensmittel die jemand nicht verbraucht werden entsorgt. Wenn aber jemand die Lebensmittel, die er nicht mehr braucht, jemand anderen gibt der sie braucht, dann werden sie verwertet. Dies hat zur Folge, dass man mit den Lebensmitteln nicht mehr verschwenderisch umgeht. Der Verbraucherschutz steht vor großen Herausforderungen. Der Verbraucherschutz ist in einer Welt, die komplett Nachhaltig leben will, nicht geschaffen und muss sich neu erfinden. Die erste Herausforderung ist, dass es das Strukturierungsproblem gibt. Zurzeit werden Verbraucher als End Verbraucher gesehen und nicht als Verbraucher, die ihre Sachen weitergeben, wenn sie sie nicht mehr brauchen. (vgl. Klug / Gartner 2017, 267f). Es müssen Innovationen erforscht werden, wie man dieses Problem am besten bewältigen kann. Eine Idee wäre, dass in einem bestimmten Geographischen Raum die Menschen untereinander abhängig von einander würden. Werkzeuge könnte man nicht mehr neu kaufen, sondern man muss es sich leihen oder mieten bei einer Sammelstelle, wo die Werkzeuge sind. Das würde auch mit allen anderen Sachen so laufen. Problematisch ist die Umsetzung, weil mit so eine Regelung in die Freiheit der Menschen eingreifen würde. Dies hat Juristische Konsequenzen. Ein weiteres Problem wäre das Verhaltensproblem. Einige Verbraucher verhalten sich nicht solidarisch gegenüber ihren Mitmenschen. Konsum wird als Mittel verstanden um ein Bedürfnis zur befriedigen. Der gemeinschaftliche Konsum kann die individuellen Handlungen beeinflussen (vgl. Klug / Gartner 2017, 267). Diese Handlungen können positiv als auch negativ sein. Positiv ist es, wenn man bestimmte Werkzeuge in sozialen Gruppen anwendet, wie wenn man es Privat verwendet.

Die Nachhaltigkeitsstrategie von Deutschland

Die Nachhaltigkeitsstrategie von ist mehrdimensional. Zum einen wird die Bundesregierung Regierungen stärker unterstützen, die selbst ihr Land gut führen. Ein weiteres Ziel ist der ökologische Landbau. Bis 2030 soll er auf 20 Prozent wachsen. (vgl. Die Bundesregierung, 1). Die Forschung und Entwicklung in diesen Themen ist zentral von Bedeutung, denn ohne sie kann es passieren, dass eine gute Innovationen, nie erforscht werden. Aus diesem Grund sollen die Ausgaben für die Forschung und Entwicklung, egal ob privat oder öffentlich, auf mindestens 3,5 des BIP anwachsen (vgl. Die Bundesregierung, 1). Die Bundesregierung möchte Regierungen global unterstützen,

die selbst ein gutes bestreben nach Nachhaltigkeit haben. Dies wird zur folge haben, dass die Länder der Welt in Zukunft darauf achten müssen, wie sie ihr Land entwickeln. Deutschland gewährt logischerweise durch die Nachhaltigkeitsstrategie den Regierungen, die Nachhaltig ihr Land führen, mehr Unterstützung zu als Länder die es nicht machen. Die Landwirtschaft ist zentral für die Menschen auf der Welt. Ohne die Landwirtschaft werden wir verhungern. Aus diesem Grund muss die Landwirtschaft gefördert werden, damit die Landwirtschaft Nachhaltig wird. Die Produkte werden teurer, aber dafür sind die Produkte dann nicht mehr von Pestiziden und schlechten Umwelteinflüssen behaftet. Aus diesem Grund ist der ökologische Landbau zentral und ein wichtiges Ziel.

CO2-Reduktion des Individuums im Bereich Mobilität

Wir können die Umweltpolitik jetzt schon anstoßen, indem wir den Planeten von jeglichem Müll befreien. Es wird umso besser, je mehr Menschen sich entweder einzeln oder im Kollektiv zusammen tuen. Bus und Bahn soll man öfter benutzen. Durch ein ÖPNV Ticket kann man sehr viel Geld sparen. Am besten ist es wenn man zu Fuß oder geht oder mit dem Fahrrad fährt (vgl. Schöniger). Klar ist auch, dass es nicht bei jedem funktioniert, weil die Arbeitsstätte sehr weit weg ist und man auf das Auto angewiesen ist. Besonders die ländliche Bevölkerung ist auf ein Auto angewiesen, weil sehr viele Dinge des täglichen Alttags sehr weit weg sind. Durch diese kleinen Sachen werden wir in der Lage sein in Deutschland das CO2 zu reduzieren. Fahrgemeinschaften kann man auch gründen, wenn man denn unbedingt mit dem Auto fahren muss, um zB. Zur Arbeit zu kommen. Dadurch, dass man kein Auto hat kann man sehr viel Geld sparen, weil das Auto ein treibender Kostenfaktor ist. Durch die neue CO2 Bepreisung wird der Kraftstoff noch sehr viel teurer werden.

Interviews Umweltpolitik & Haus der Nachhaltigkeit

Die erste Frage beschäftigt sich, damit warum die Kommunalpolitiker*innen dieses Ehrenamt ausüben. Eine Antwort ist, dass zu wenig für die Umweltpolitik getan worden ist und deshalb üben zwei Kommunalpolitiker*innen dieses Ehrenamt aus. Für die Umweltpolitik wurde erreicht, dass in der Kommune 1% des jährlichen Haushaltes in den Natur und Klimaschutz fließen soll. Eine weitere Sache die erreicht worden ist, dass es keine neuen Steingärten mehr geben darf. Die Steingärten sind deshalb eine Gefahr, weil sie den Boden versiegeln und in Deutschland wird jährlich mehrere hundert Quadratkilometer an Boden zu betoniert und versiegelt. Neu denken, statt neu bauen ist unsere Devise in der Gemeindevertretung, aber entsprechende Förderprogramme gibt es noch nicht. Diese Förderprogramme müssten erst entwickelt werden. Dies ist ein Vorhaben, welches noch geplant werden muss. Eine weitere Sache die in Bearbeitung ist, aber noch nicht beschlossen ist, dass der Echzeller Wald ein neues Naturwaldreservat bekommen soll. In Echzell gibt es schon einige, aber aus Umweltsicht sind es noch zu wenige. Ein Naturwaldreservat wird ausgewiesen und dann wird es nicht

bewirtschaftet. Das Naturwaldreservat soll, wie der Name schon sagt, der Natur wieder zurückgegeben werden. Das größte Hemmnis welches die Kommune hat ist kein Fehlendes Interesse an der Umweltpolitik, sondern die Genehmigungs- und Planungsverfahren der Behörden mit denen zusammengearbeitet werden muss. Diese Behörden haben einen chronischen Fachkräftemangel. Die nächste Frage beschäftigt sich mit der Thematik Umweltpolitik und was diese für die Kommunalpolitiker*in bedeuten. Als Gesellschaft müssen wir nachhaltig leben auf allen Ebenen. Wir müssen als Gesellschaft lernen mit unserer Lebensgrundlage Umwelt, sowie die Gesellschaft schonend umzugehen. Dies hat die gleiche Bedeutung wie den Erhalt des Rechtsstaates, sowie Wohlstand für alle. Es wurde aber auch betont, dass ohne eine florierende Wirtschaft, wir den Wohlstand für alle nicht garantieren können. Weiterhin wurde gesagt, dass man sich bemüht Klimaneutralität schafft. Diese Klimaneutralität wird versucht zu erreichen in dem Verantwortungsbereich der Kommune. Die Kommune kann nicht zu einem bestimmten Zeitpunkt Klimaneutral werden. Durch Verbote und keine alternativen Energiequellen wird die Wirtschaft zugrunde gehen und der Wohlstand für alle ist gefährdet. Durch Förderprogramme sollen mehr Immobilieneigentümer gefördert werden Klimaneutrale Energien für sich selbst zu erschließen. Die Kommune soll Parteiunabhängig zu den besten Lösungen kommen. Allen Kommunalpolitiker*innen hat eine Definition gefehlt was ein „Haus der Nachhaltigkeit“ ist. Die Kommunalpolitiker*innen haben darüber nachgedacht, es ist ein Schritt in die richtige Richtung. Es ist eine Illusion zu sagen, dass der Mensch bauen kann wie zu Zeiten der Wikinger. Es wurde aber auch gesagt, dass es nicht ganz unmöglich ist. Ein Kommunalpolitiker*in äußerte sich wie folgt. Ein „HdN“ kann als große digitale Plattform dienen welche Kontrolliert wird durch den Staat, damit jeder Zugang zu alltäglichen Dingen bekommen würde. Durch Forschung und Innovation kann es passieren, dass wir aus Nachhaltigen Ressourcen unsere Häuser zumindest ein weniger mehr Nachhaltig machen können.

Literatur

- Die Bundesregierung: Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie, <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik/eine-strategie-begleitet-uns/die-deutsche-nachhaltigkeitsstrategie> (letzter Aufruf 29.7.2021).
- Jacob, Klaus et. al. (2020): Herausforderungen für die Umweltpolitik. In Umweltbundesamt (Hg.) Transformative Umweltpolitik: Ansätze zur Förderung gesellschaftlichen Wandels, 42 - 43.
- Klug Martin, Gartner Sarah (2017) Soziale Innovationen als Herausforderung für die Verbraucherarbeit. In: Jaeger-Erben M., Rückert-John J., Schäfer M. (eds) Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Innovation und Gesellschaft. Springer VS, Wiesbaden, 263 - 285.
- Scholl Gerd, Gossen Maike (2017) Wie kann die Umweltpolitik soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum fördern?. In: Jaeger-Erben M., Rückert-John J., Schäfer M. (eds) Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Innovation und Gesellschaft. Springer VS, Wiesbaden, S. 51-69.
- Schöniger, Maik: Was kann ich schon ändern? Ein kleiner Ratgeber für ein klimafreundlicheres Leben mit weniger Müll.
- Interview: Umweltpolitik & Haus der Nachhaltigkeit, Dr. Jochen Degkwitz, Stellv. Bürgermeister, Echzell, 7.8.2021, 19:00 - 19:30 Uhr.

Interview: Umweltpolitik & Haus der Nachhaltigkeit, Martina Schild, CDU Fraktionsvorsitzende*r, Echzell, 9.8.2021, 12:30 - 13:03 Uhr.

Interview: Umweltpolitik & Haus der Nachhaltigkeit, Christa Degkwitz, Bündnis90/Die Grünen stellv. Fraktionsvorsitzende*r, Echzell, 12.8.2021, 16:30 - 17:05 Uhr.

Interview: Umweltpolitik & Haus der Nachhaltigkeit, Rene Uhlig, Gemeindevertreter*in, Echzell, 14.8.2021, 21:10 - 21:40 Uhr

Wie können sich Kommunen für eine nachhaltige Ernährung einsetzen?

Manuel Lotz

Wieso ist eine nachhaltige Ernährung allgemein wichtig?

Im Hinblick auf die Erde, wurden in den vergangenen Jahrzehnten starke Veränderungen sichtbar. Beispiele dafür sind, der Anstieg des CO₂-Gehaltes innerhalb der Atmosphäre oder ein Verlust biologischer Vielfalt durch das Aussterben vieler Arten. Sichtbar wird außerdem, dass beispielsweise Teile der Meere oder Böden stark übernutzt oder sogar ganz zerstört wurden (vgl. Bönisch; Engler; Leggewie 2016, 25).

Einen beträchtlichen Anteil der Schuld an solchen Veränderungen trägt die Ernährung der Menschen. Die Landwirtschaft ist beispielsweise für einen großen Anteil der Treibhausgase, die auf der Erde entstehen, verantwortlich, doch auch der übermäßige Gebrauch von Stickstoff und Phosphor, als Dünger für Pflanzen, sind sehr schädlich für die Umwelt (vgl. Bönisch; Engler; Leggewie 2016, 32 ff). Betrachtet man diese Umstände, ist es also sinnvoll sich mit dem Thema der nachhaltigen Ernährung auseinander zu setzen, um so die Umwelt besser schützen zu können.

Weshalb sollten sich auch Kommunen mit dem Thema beschäftigen?

Die Maßnahmen, die Kommunen im Bezug auf die Nachhaltigkeit bis jetzt trafen, richten sich hauptsächlich auf die Energie und Mobilität. Weniger wird dabei auf die Ernährung geachtet, obwohl diese einen beträchtlichen Teil der Umweltbelastung Europas ausmacht.

Viele Kommunen haben sich bis jedoch noch gar nicht mit der nachhaltigen Ernährung beschäftigt.

Gründe dafür gibt es viele, einer davon ist beispielsweise, dass die Bürger:innen der Kommunen ihre Ernährung als ihre eigene Angelegenheit betrachten, aus der sich der Staat heraushalten sollte. Durch eine nachhaltige Ernährung wäre es aber möglich den ökologischen Fußabdruck stark zu verkleinern (vgl. Schanz; Pregernig; Kruse 2020, 8).

Worauf muss bei einer nachhaltigen Ernährung geachtet werden?

Laut Karl von Koerber hat eine nachhaltige Ernährung fünf Dimensionen.

Diese lauten: Umwelt, Wirtschaft, Gesellschaft, Gesundheit und Ernährungskultur.

Um all diesen Dimensionen gerecht zu werden, entwickelt er einen Leitfaden für eine nachhaltige Ernährung, der aus 7 Punkten besteht (vgl. von Koerber 2015, 16 ff).

Der erste dieser Punkte besagt, dass bei der Ernährung pflanzliche Nahrung vorgezogen werden sollte, da tierische Produkte einen Großteil der Treibhausgase verursachen, die durch die menschliche Ernährung erzeugt werden. Der Grund dafür sei unter anderem der Anbau der Futtermittel für die Tiere. Eine Halbierung des Fleischkonsums, hätte hierbei schon eine Reduktion der Treibhausgas-Emissionen des Ernährungssystems um 20 Prozent zur Folge.

Wichtige Aspekte sind außerdem, dass für die Herstellung tierischer Produkte deutlich mehr Wasser und landwirtschaftliche Nutzfläche benötigt wird, als für die Herstellung von pflanzlichen Lebensmitteln und dass es gesundheitliche Vorteile mit sich bringen kann, weniger Fleisch zu sich zu nehmen.

Auch für den Endverbraucher hätte eine Reduktion des Fleischkonsums Vorteile, da pflanzliche Lebensmittel in der Regel günstiger sind und auf diese Weise Geld gespart werden kann (vgl. von Koerber 2015, 25 ff).

Der zweite Punkt veranschaulicht, dass auf Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft statt auf konventionelle Erzeugnisse zurückgegriffen werden sollte.

Ein Grund dafür ist, dass bei der Produktion derselben weniger Rohstoffe und Energie benötigt werden, was zur Folge hat, dass weniger Treibhausgase ausgestoßen werden.

Abgesehen von den Vorteilen für die Natur gibt es auch gesundheitliche Argumente, die für Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft sprechen, wie zum Beispiel den, dass manche Gemüsesorten aus einer solchen Landwirtschaft beispielsweise höhere Gehalte an sekundären Pflanzenstoffen beinhalten, welche eine positive Wirkung auf unter anderem das Immunsystem haben können (vgl. von Koerber 2015, 28 ff).

Der dritte Punkt geht darauf ein, wie wichtig regionale und saisonale Lebensmittel sind.

Der Transport von Lebensmitteln produziert viele Treibhausgase.

Besser für die Umwelt wäre es also Lebensmittel zu sich zu nehmen, die regional während der entsprechenden Saison produziert wurden, statt diese aus dem Ausland einzufliegen zu lassen.

Ein weiterer Vorteil dabei wäre, dass kleinere landwirtschaftliche Betriebe auf diese Weise gestärkt werden würden.

Doch auch andere Vorteile wären bemerkbar. Beispielsweise können regionale Produkte länger reifen, bevor sie geerntet werden, da sie keinen weiten Transport vor sich haben. Dies kann sich wiederum auf deren Geschmack auswirken (vgl. von Koerber 2015, 30 ff).

Der vierte Punkt besagt, dass bevorzugt auf gering bearbeitete Lebensmittel zurückgegriffen werden sollte, da diese mehr essenzielle Inhaltsstoffe und gesundheitsfördernde Substanzen in sich tragen, die häufig beim Verarbeiten der Lebensmittel verloren gehen.

Zudem benötigt die geringe Verarbeitung weniger Energie und hat entsprechend einen kleineren Schadstoffausstoß zur Folge.

Abgesehen davon, sind unverarbeitete Lebensmittel in der Regel günstiger als verarbeitete, weshalb auf diese Weise ebenfalls Geld beim Einkaufen gespart werden kann (vgl. von Koerber 2015, 32 ff).

Der fünfte Punkt beschäftigt sich mit fair gehandelten Lebensmitteln.

Dass ihre Lebensmittel zu fairen Preisen angeboten werden, ist für sowohl Erzeuger, Verarbeiter, als auch Händler auf der ganzen Welt von Bedeutung.

Ein fairerer Handel in diesem Bereich, kann zum Beispiel den Bau von sozialen Einrichtungen unterstützen, und für mehr Arbeitsplätze sorgen.

Höhere Löhne sorgen außerdem dafür, dass die Arbeiter mehr Geld für unter anderem Lebensmittel ausgeben können (vgl. von Koerber 2015, 33 ff).

Der sechste Punkt erklärt das ressourcenschonende Haushalten.

Dieser wird dabei nochmal in fünf Unterthemen gegliedert (vgl. von Koerber 2015, 35 ff).

Das erste dieser Unterthemen geht auf die Bedeutung der Herkunft des Stromes ein, der innerhalb eines Haushaltes verbraucht wird, da es dabei bedeutende Unterschiede betreffend der Umweltfreundlichkeit gibt. Wird der Strom, der beispielsweise zum Kochen verwendet wird, nämlich aus fossilen Brennstoffen, wie Kohle oder Erdöl gewonnen, entstehen bei der Produktion viele Treibgase. Dies kann verhindert werden, indem der Strom von einem Anbieter bezogen wird, der seinen Strom aus erneuerbaren Energien, wie Wasser oder Sonne gewinnt (vgl. von Koerber 2015, 35 ff).

Das zweite Unterthema veranschaulicht das Energiesparen und zeigt, dass es sinnvoll ist, in neue, energiesparende Haushaltsgeräte, wie beispielsweise Kühlschränke, zu investieren, da

diese einerseits umweltfreundlicher sind, andererseits durch den geringeren Stromverbrauch, auf Dauer aber auch Geld sparen können. Wichtig ist es dabei jedoch, dass das aussortierte alte Gerät nicht andernorts weitergenutzt wird. Abgesehen davon ist es aber auch sinnvoll zu versuchen, in anderen Bereichen des Haushalts Strom zu sparen (vgl. von Koerber 2015, 36).

Das dritte Unterthema erklärt, dass man beim Einkaufen versuchen sollte, darauf zu verzichten, mit dem Auto zu fahren. Stattdessen wäre es gut, seinen Weg mit dem Zug, dem Bus, dem Fahrrad oder zu Fuß zurückzulegen, um so den CO2-Ausstoß gering zu halten (vgl. von Koerber 2015, 36).

Im vierten Unterthema geht es um die Lebensmittelverschwendungen und die Tatsache, dass ein Großteil, also ca. ein Drittel, der auf der Welt produzierten Lebensmittel verkommen. Einen großen Anteil daran haben wiederum die privaten Haushalte. Da die Ursache dafür vermutlich häufig ein Mangel an Wertschätzung ist, wäre es dem Autor zufolge sinnvoll sich zu verbildlichen, wie viel Arbeit mit der Produktion dieser Lebensmittel einhergeht (vgl. von Koerber 2015, 37).

Das fünfte und letzte Unterthema geht auf das Verpacken von Lebensmitteln ein.

Da durch Lebensmittelverpackungen eine beträchtliche Menge an Müll anfällt, welcher sowohl für Menschen, als auch für Tiere, eine Gefahr darstellt, sollte versucht werden, so gut wie möglich auf diese zu verzichten. Dies kann gelingen, in dem man beispielsweise darauf achtet, keine mehrfach verpackten Lebensmittel, bzw. unverpackte Nahrungsmittel auf dem Wochenmarkt zu kaufen und diese in mitgebrachten Gefäßen aufzubewahren (vgl. von Koerber 2015, 37 ff.).

Der siebte Punkt beschäftigt sich mit dem Genuss und der Bekömmlichkeit von Speisen.

Er besagt, dass trotz dieser Einschränkungen der Genuss beim Essen nicht auf der Strecke bleiben sollte, da der Spaß daran wichtig für eine anhaltende Umstellung der eigenen Essgewohnheiten ist (vgl. von Koerber 2015, 38).

Woher bezieht eine Kommune ihre Lebensmittel?

Die Mehrheit der Menschen innerhalb einer Kommune beziehen ihre Lebensmittel von Discountern oder Supermärkten. Einige beziehen ihre Lebensmittel auch von anderen Orten, wie beispielsweise Wochenmärkten, diese machen nur einen kleinen Teil aus, dabei handelt es sich außerdem zum größten Teil um Obst und Gemüse.

Doch nicht alle Lebensmittel, die die Deutschen konsumieren, kommen auch aus Deutschland, ebenso werden nicht alle in Deutschland produzierten Lebensmittel auch in Deutschland konsumiert.

Einige Faktoren haben einen Einfluss darauf, wie regional sich eine Kommune ernähren kann. Beispiele dafür sind die vorhandenen Böden und das vorliegende Klima.

Neben diesen spielt jedoch auch die Größe eine Rolle. Für Großstädte ist es alleine auf Grund ihrer Größe und der damit einhergehenden Größe der Bevölkerung schwer sich nur aus Nahrungsmitteln aus ihrer Umgebung zu versorgen. Sie sind häufig darauf angewiesen diese von außerhalb zu beziehen.

Es ergab sich jedoch, dass es nicht nur darauf ankommt, ob Lebensmittel in der Region angebaut werden. Genauso wichtig ist es, dass es Unternehmen gibt, die diese Lebensmittel daraufhin verarbeiten und anschließend in regionalen Märkten anbieten.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Herkunft der Lebensmittel, die in Supermärkten oder Discountern zu kaufen sind. Erhalten diese ihre Lebensmittel ausschließlich einheitlich von Zentralen, haben sie keinen Einfluss darauf, woher diese stammen. Sie können dann also keine regionalen Lebensmittel in ihre Auswahl einfließen lassen (vgl. Moschitz 2020, 11).

Interessant ist in diesem Zusammenhang das Ergebnis einer Studie von Wissenschaftlern der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU). Diese kam zu dem Ergebnis, dass es Großstädten wie beispielsweise Berlin grundsätzlich möglich wäre, sich größtenteils von regionalen Lebensmitteln zu ernähren. Notwendig dafür sei jedoch die Anpassung des Angebots an die Bevölkerung seitens der Produzenten. Außerdem sei es wichtig, dass die Bürger:innen darauf achten vermehrt regionale Nahrungsmittel zu kaufen (vgl. Kreutz 2021).

Eine Möglichkeit die Nachhaltigkeit in diesem Bereich zu fördern, hätten Kommunen also beispielsweise, indem sie einerseits lokale Landwirte unterstützen, andererseits jedoch auch lokale Betriebe, die die regionalen Lebensmittel verarbeiten, damit sie diese daraufhin in Lebensmittelgeschäften anbieten können.

Außerdem könnten sie sich für mehr Einfluss von Supermärkten und Discountern auf die Herkunft ihres Angebots einsetzen, was einen direkten Einfluss auf das Einkaufsverhalten der Einwohner:innen zur Folge hätte und dieses nachhaltiger gestalten könnte.

Ist eine regionale Ernährung gleichbedeutend mit einer nachhaltigen Ernährung?

Ein beachtlicher Teil der durch Konsum entstandenen Umweltauswirkungen innerhalb Europas entstammen dem Lebensmittelkonsum.

Betrachtet man den ganzen Weg, den die Nahrungsmittel zurücklegen, also von der Aussaat auf dem Acker bis zum Servieren auf dem Teller, bringt die landwirtschaftliche Produktion die stärksten Umweltauswirkungen hervor.

Diese Auswirkungen auf die Umwelt unterscheiden sich jedoch von Produkt zu Produkt, so sind sie bei der Produktion tierischer Produkte beispielsweise größer, als die bei der Produktion pflanzlicher Erzeugnisse.

Eine standortangepasste Produktion der landwirtschaftlichen Güter würde bedeuten, dass eine Kommune die verschiedenen Ressourcen nur in dem Maße benutzt, dass sie sich wieder

regenerieren können. Dies hätte zur Folge, dass auf diese immer zugegriffen werden kann, was eine Ernährungssicherheit darstellt.

Diese Art der Produktion kann aber auch negative Folgen haben. Eine Auswirkung könnte nämlich sein, dass bestimmte Nahrungsmittel nicht mehr im gleichen Umfang wie zuvor, produziert und verkauft werden können, dies könnte vor allem tierische Produkte betreffen.

In diesem Fall spielt das Verhalten der in der Kommunen lebenden Menschen eine wichtige Rolle, diese müssten dann nämlich ihre Essgewohnheiten an die Umstände anpassen.

Die Kommune könnte im Falle eines Mangels zwar bestimmte Nahrungsmittel von außerhalb importieren, jedoch würde sie die Auswirkungen der Nahrungsmittelproduktion damit nicht verringern, sondern nur von ihrer Kommune weg, an einen anderen Ort, verlagern (vgl. Meier 2020, 12).

Ein wichtiger Bereich, auf den beim Betrachten der Thematik unbedingt auch geschaut werden sollte, ist die Verpflegung der Menschen außer Haus. Immer mehr Menschen verzichten darauf selbst zu kochen und bestellen stattdessen beispielsweise bei Lieferdiensten oder gehen zu Restaurants, um etwas zu essen. Ebenfalls steigt die Nutzung von Angeboten der Catering-Firmen in Krankenhäusern, Schulen, Hochschulen u.a (vgl. Hennchen 2020, 14).

Auch dabei bietet sich also noch eine Möglichkeit für Kommunen, die Ernährung ihrer Bürger:innen nachhaltig zu gestalten. Sie können sich dafür einsetzen, dass beispielsweise Krankenhäuser ihre Lebensmittel von Catering-Firmen beziehen, die diese mit nachhaltigen Zutaten zubereiten.

Haben Kommunen weitere Möglichkeiten sich für eine nachhaltige Ernährung einzusetzen?

Möglichkeiten, nachhaltigen Konsum, beispielsweise in Form von nachhaltiger Ernährung, zu fördern, gibt es eigentlich auf allen politischen Ebenen. Somit haben auch Kommunen, wie bereits erwähnt, einige Optionen die Ernährung der Menschen innerhalb direkt zu beeinflussen und nachhaltiger zu gestalten.

Eine weitere Möglichkeit ist dabei zum Beispiel direkt in den Schulen anzusetzen.

Es könnte auch innerhalb diesen auf eine nachhaltige Verpflegung geachtet werden,

Außerdem könnte eine Ernährungsbildung stattfinden (vgl. Müller, R., Dr. Rubik, F., Dr. Salecki, S., Dr. Riousset, P. et al. 2020, 10).

Bei dieser könnte Beispielsweise auf den Trend des „Slow Foods“ aufmerksam gemacht werden (vgl. Pufé 2017, 125).

Slow Food: Betrachtet man die Food-Trends, die in den letzten Jahren aufkamen, fällt einer davon im Bezug auf Nachhaltigkeit und Regionalität besonders auf: „Slow Food“. Mit der

Bezeichnung Slow Food ist eine Ernährung gemeint, die genussvoll, regional und bewusst vonstattengeht. Die Anfänge dieses Trends liegen in Italien. Das Ziel der Bewegung liegt darin die regionale Küche mit sowohl heimischen pflanzlichen, als auch mit tierischen Produkten, aus lokaler Produktion zu bewahren oder wieder herzustellen. Es geht dabei also darum, regionale und saisonale Nahrung auf traditionelle bzw. ursprüngliche Weise herzustellen und zu sich zu nehmen. Auf diese Weise soll einerseits die regionale Wirtschaft gestärkt, andererseits die Bindung zwischen Menschen und ihren Regionen gestärkt werden. Slow Food soll also das Gegenstück zum Fast Food darstellen. Die Bezeichnung selbst, stammt von einer Organisation mit selbigen Namen (vgl. Pufé 2017, 125).

Kommunen könnten Trends wie diesen darüber hinaus auch außerhalb von Schulen bewerben und eventuell bei einigen Menschen auf Begeisterung stoßen.

Gibt es auch in Gießen Projekte, die eine nachhaltige Ernährung fördern?

Ein sehr interessantes Beispiel für ein Projekt, welches im Zusammenhang mit nachhaltiger und regionaler Ernährung steht, ist der „Stadtacker Gießen“.

Dieser ist ein Projekt unter der Leitung des Agrarwissenschaftlers Daniel Thiele.

Jeder der Lust hat, soll bei diesem Projekt die Chance haben, sich an der anfallenden Arbeit zu beteiligen und seine Ideen einfließen zu lassen (vgl. Mosel 2021).

Interview

Interview mit Daniel Thiele, dem Leiter des „Gießener Stadtackers“, per E-Mail, vom 26.07.2021 bis 23.08.2021

Ein Austausch mit Herrn Thiele ergab, dass es den Stadtacker in Gießen schon seit 2018 gibt, die Idee dazu sei jedoch schon etwas früher, im Herbst 2017, aufgekommen.

Das Ziel bei diesem sei das „Aufzeigen von Möglichkeiten eines ökologisch verträglichen Pflanzenbaus. Vom Saatgut bis zur Ernte“ (Thiele 29.07.2021). Der Anbau soll also ohne Pflanzenschutzmittel und ohne mineralische Düngemittel auskommen.

Auch in diesem Jahr haben sich laut Herrn Thiele wieder einige Menschen an dem Projekt beteiligt. Insgesamt waren es 12 Personen, in den Jahren zuvor, waren es jedoch noch einige mehr.

Das für den Acker verwendete Saatgut sei in 2018 vom Bioladen „Klatschmohn“ bezahlt worden, hinzu sei eine Spende gekommen. Da für das Projekt außerdem nur vermehrbares Saatgut verwendet werde, sei bis jetzt also nicht viel Geld benötigt worden: „Kuchen gegen Spende (gartenfest Wieseckau) und SpiralKartoffeln gegen Spende (Weltkindertag Wieseckau) brachten uns 2018,2019 über die Runden“. (Thiele 29.07.2021)

Ein Problem, das in den vergangenen Jahren bei der Arbeit am Acker jedoch aufgekommen sei, sei dessen Bewässerung. An Lösungen werde aber bereits gearbeitet.

Ist die Arbeit für das Jahr schließlich getan, dürfen sich die Helfer das Erntegut untereinander aufteilen.

Wie sich das Projekt in Zukunft entwickeln wird, hänge von seiner Finanzierung ab, da viele neue Dinge, wie Kompost und Werkzeuge benötigt werden, es gebe laut Herrn Thiele jedoch „viele realistische Ideen und Neuerungen in der Schublade“. (Thiele 29.07.2021) (Interview mit Daniel Thiele 2021)

Auch in solchen Projekten steckt ein großes Potential für Kommunen, wie beispielsweise Gießen, die Ernährung ihrer Einwohner in eine nachhaltige Richtung zu lenken.

Sie könnten solche Aktionen einerseits durch beispielsweise Gelder unterstützen, sie andererseits aber auch bewerben und die Bürger:innen zum Mitmachen motivieren.

Vorschläge für ein „Haus der Nachhaltigkeit“

Zusammengefasst kann festgehalten werden, dass es viele Faktoren gibt, die für eine nachhaltige Ernährung ausschlaggebend sind, bei der Ernährung im Bezug auf ein „Haus der Nachhaltigkeit“, sollten also einige der zuvor genannten Aspekte beachtet werden.

Einerseits wäre es sinnvoll sich innerhalb diesem an dem Trend des „Slow Foods“ zu orientieren und im Zuge dessen auf die Herkunft der Lebensmittel zu achten: das angebotene Gemüse und Obst sollte aus der Region stammen und nur in der entsprechenden Saison angeboten werden.

Andererseits sollte darauf geachtet, dass Fleisch nur in geringen Mengen, bzw. nicht jeden Tag angeboten wird, da dessen übermäßige Produktion ebenfalls der Umwelt schadet.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, keine Lebensmittel zu verwenden, bei deren Anbau umweltschädliche Düngemittel verwendet wurden.

Generell sollten die angebotenen Lebensmittel beim Kauf außerdem weitestgehend unbearbeitet und unverpackt sein und den Menschen im „Haus der Nachhaltigkeit“ sollte veranschaulicht werden, wie viel Aufwand mit der Herstellung der angebotenen Lebensmittel verbunden war, um bei diesen so für eine Wertschätzung der Lebensmittel zu sorgen.

Eine Möglichkeit diesen Umwelt-Aspekten gerecht zu werden, wäre es bei der Beschaffung der Lebensmittel beispielsweise größtenteils auf lokale Projekte, wie den „Stadtacker Gießen“ zurückzugreifen, da auf diese Weise die Regio- und Saisonalität garantiert sind und der Anbau unter umweltfreundlichen Umständen stattfindet.

Literatur:

- Bönisch, A., Engler, S. und Leggewie, C. 2016. Fünf Minuten nach Zwölf?. Planetarische Grenzen und Ernährung. In Regional, innovativ und gesund. Nachhaltige Ernährung als Teil der Großen Transformation, Hrsg. Engler, S., Stengel, O. Und Bommert, W., S. 25-40. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Thiele, Daniel, Leiter des „Gießener Stadtackers. 2021. Interview
- Hennchen, Benjamin. 2020. Welche Auswirkungen haben veränderte Ernährungsgewohnheiten auf Kommunen?. Schlüsselfaktor Ausser-Haus-Verpflegung. In Kommunen gestalten Ernährung. Neue Handlungsfelder nachhaltiger Stadtentwicklung, Hrsg. Schanz, H., Pregernig, M., Baldy, J., Sippl, D. und Kruse, S., S. 14. Berlin: Deutscher Städte- und Gemeindebund
- Kreutz, Heike. Lassen sich Städte regional versorgen?. Bewusster Lebensmittelkonsum, weniger Abfälle. Verfügbar unter: <https://www.bzfe.de/service/news/aktuelle-meldungen/news-archiv/meldungen-2017/maerz/lassen-sich-staedte-regional-versorgen/> [Zugriff am: 24.09.2021]
- Meier, Matthias. 2020. Ist regional gleichzeitig immer nachhaltig?. Standortangepasste Landwirtschaft und Umweltauswirkungen des Nahrungsmittelkonsums. In Kommunen gestalten Ernährung. Neue Handlungsfelder nachhaltiger Stadtentwicklung, Hrsg. Schanz, H., Pregernig, M., Baldy, J., Sippl, D. und Kruse, S., S. 12. Berlin: Deutscher Städte- und Gemeindebund
- Moschitz, Heidrun. 2020. Wie versorgt sich eine Kommune mit Nahrungsmitteln?. Spielräume für Regionalität. In Kommunen gestalten Ernährung. Neue Handlungsfelder nachhaltiger Stadtentwicklung, Hrsg. Schanz, H., Pregernig, M., Baldy, J., Sippl, D. und Kruse, S., S. 11. Berlin: Deutscher Städte- und Gemeindebund
- Mosel, Jasmin. Projekt „Stadtacker“ in der Wieseckau Gießen: Jeder darf mitgärtnern. Verfügbar unter: https://www.giessener-anzeiger.de/lokales/stadt-giessen/nachrichten-giessen/projekt-stadtacker-in-der-wieseckau-giessen-jeder-darf-mitgartnern_18535074 [Zugriff am: 11/08/2021]
- Müller, R., Dr. Rubik, F., Dr. Salecki, S., Dr. Riousset, P. et al. (2020): Zusammendenken, was zusammengehört: Kommunaler Klimaschutz und nachhaltiger Konsum. Ideen für Kommunen und Landkreise, Hrsg. Umweltbundesamt, S. 10. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt
- Pufé, Iris. 2017. Nachhaltigkeit. 3. überarbeitete und erweiterte Aufl., S. 125. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH; München: UVK/Lucius
- Schanz, H., Pregernig, M. und Kruse, S.. 2020. Warum sollten sich Kommunen mit dem Thema Ernährung beschäftigen?. Umfassende Nachhaltigkeit und Stadtentwicklung. In Kommunen gestalten Ernährung. Neue Handlungsfelder nachhaltiger Stadtentwicklung, Hrsg. Schanz, H., Pregernig, M., Baldy, J., Sippl, D. und Kruse, S., S. 8. Berlin: Deutscher Städte- und Gemeindebund
- von Koerber, Karl. 2015. Nachhaltige Ernährung und ihre fünf Dimensionen: Umwelt, Wirtschaft, Gesellschaft, Gesundheit und Kultur. In Nachhaltige Ernährung lernen in verschiedenen Ernährungssituationen. Handlungsmöglichkeiten in pädagogischen und sozialpädagogischen Einrichtungen, Hrsg. Schockemöhle, J. und Stein, M., S. 16-46. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt

Suffizienz und nachhaltige Lebensstile

Suffizienz, Milieus und jugendliche Lebensstile

Nina Pröbster

Einleitung

Für gut 20 Jahre verzeichnete man bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen trotz vorhandenem Bewusstsein über die Notwendigkeit einer ökologischen Neuorientierung ein nachlassendes Interesse an Umwelt und Umweltschutz (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 2). Vergleichen wir allerdings die Studie zum Umweltbewusstsein 2018 (siehe Frieder Rubik, 2019) mit der aus dem Jahr 2010 (siehe Silke Borgstedt, 2010), so zeigt die Umfrage: Umweltthemen sind auch bei Jugendlichen unter den Top-Themen.

Nichtsdestotrotz sollte Jugendlichen in Sachen Nachhaltigkeits-Vermittlung weiterhin eine große Bedeutung zukommen, denn sie sind die EntscheiderInnen von Morgen, sie sind es, die in der Welt von Morgen leben werden.

„Es ist zwingend erforderlich, dass Jugendliche aus allen Teilen der Welt auf allen für sie relevanten Ebenen aktiv an den Entscheidungsprozessen beteiligt werden, weil dies ihr heutiges Leben beeinflusst und Auswirkungen auf ihre Zukunft hat. Zusätzlich zu ihrem intellektuellen Beitrag und ihrer Fähigkeit, unterstützende Kräfte zu mobilisieren, bringen sie einzigartige Ansichten ein, die in Betracht gezogen werden müssen.“ (Agenda 21 (1992), Kapitel 25, S.222)

Suffizienz ist als eine der drei grundlegenden Strategien zur Umsetzung einer nachhaltigen Entwicklung zu sehen, durch welche auch die Effizienz- und Konsistenzstrategie überhaupt ihre nachhaltige Wirkung entfalten können, weshalb sie notwendigerweise auch für ein Haus der Nachhaltigkeit eine große Rolle spielen muss. Suffizienz fordert eine Änderung des gegenwärtigen Wohlstandsmodells in hoch entwickelten Ländern, bedeutet also einschneidende Veränderungen der Lebensweise, was nicht ohne einen Wandel des Bewusstseins sowie der Gewohnheiten und des Habitus in der Bevölkerung zu erreichen ist (vgl. Kleinhückelkotten, 2005, S. 13f). Es bedarf also mehr bzw. anderes als nur des Wissens um ökologische Probleme oder ‚gute‘ Einstellungen.

Da es bei Suffizienz um die Veränderung der Lebensweise geht, ist es sinnvoll, dass die Suffizienzstrategie auf der Ebene der Lebensstile ansetzt (vgl. Kleinhückelkotten, 2005, S. 14) und dass die Vermittlung der Bedeutung von Suffizienz so geschieht, dass sie auch für die Menschen unterschiedlicher Lebensgestaltung zugänglich wird, denn Lebensstile bezeichnen das, womit mensch sich identifiziert, welchen Status mensch sich zuschreibt und die eigene Zugehörigkeit zu Großgruppen. Mit diesen Zuschreibungen und Identifikationen sollte im Vermittlungsprozess gearbeitet werden.

Aus diesen Gründen möchte ich in diesem Bericht mögliche Anknüpfungspunkte für suffizientes Verhalten in verschiedenen jugendlichen Lebensstilen ausarbeiten, um daraufhin die Kommunikation des Hauses der Nachhaltigkeit so zu gestalten, dass dadurch auch das Interesse Jugendlicher verschiedener Milieus geweckt werden kann.

1. Beschreibung des Problems milieu-zentrierter Umweltkommunikation

In der Umfrage „Naturbewusstsein 2013“ (Johanna Küchler-Krischun, C. Schell, K. Erdmann, & A. Mues, 2014, S. 72) hat sich erneut bestätigt, dass Menschen mit höherem Einkommen und Bildungsniveau für Natur- und Umweltschutzthemen aufgeschlossener sind als bildungsfernere Milieus. Für eine weitreichende Umweltkommunikation/-bildung ist dies problematisch, da scheinbar immer die gleichen Menschen angesprochen und erreicht werden (vgl. Hesebeck, 2015, S. 3). Um dies im Hause der Nachhaltigkeit zu vermeiden, sollte die Kommunikation milieu-spezifische Bedürfnisse besonders berücksichtigen oder milieu-übergreifende Ansätze entwickeln.

1.1 Jugendliche und Nachhaltigkeit

Gerade wenn es um den Kontakt zu Jugendlichen geht, ist es wichtig und sinnvoll (jugendliche) Lebenswelten dabei zu berücksichtigen, denn es hat sich gezeigt, dass das Leitbild „Nachhaltige Entwicklung“ allein nicht handlungsleitend ist. Eine nachhaltige Verankerung dieses Leitbildes bedarf einer Vermittlung, die an die Lebens- und Alltagswelten der jungen Menschen anschließt (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 5).

Das Thema Suffizienz/Nachhaltigkeit ist innerhalb der jungen Generationen schwer anschlussfähig zu machen, da feste Wertesysteme und Wertorientierungen „durch neuartige soziale, technologische, kulturelle Dynamiken und Grenzüberschreitungen, durch hohe Mobilitätserfordernisse in den Bildungs- und Beschäftigungsverhältnissen, Multioptionalität in sämtlichen Lebensbereichen sowie vor allem durch die Konsumgesellschaft hervorgerufenen Trends zu Selbstmarketing und Selbstdarstellung“ (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 3) drohen stark relativiert zu werden. Die „Bedingungen und Herausforderungen der jugendlichen Alltagswelt“ und die „überwältigende ökologische Gesamtsituation“, wozu sicherlich auch unangenehme Zukunftsprognosen gehören, sind schwer mit subjektiver Einsicht und Wünschen in Einklang zu bringen und ein ökologisches Verhalten zu festigen/entwickeln (Göll & Thio, 2011, S. 3).

Diese Unsicherheiten und Komplikationen bei der Identitätskonstruktion, Sinnsuche und Lebensgestaltung bringen für Jugendliche Schwierigkeiten mit sich. Eben weil die Herausforderungen vielfältig und kompliziert sind, sind jugendliche Anpassungsstrategien in deren Lebens- und Alltagswelten nicht leicht mit Nachhaltigkeitsthemen verknüpfbar (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 5).

Hinzu kommt, dass die Sicht auf gesellschaftliche Probleme und entsprechendes Bewusstsein sowie Lebenspraktiken (z.B. Konsumhandeln und Konsumstile) bei Jugendlichen im

Wesentlichen abhängig sind von den Prägungen sozialer Milieus. Die Fähigkeit bzw. der Wille gesellschaftliche Problemlagen zu erkennen ist milieubedingt und hat Auswirkungen auf Einstellung und Verhalten (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 29).

1.2 Empirische Analyse

Die Sinus-Milieu-Studien liefern einen bekannten Ansatz für die Zuordnung und Aufteilung in soziale Milieus. Obwohl sie hauptsächlich für Markt- und Konsumforschung genutzt werden, sind sie dennoch als integrativer Ansatz zu sehen, da über die Erfassung der sozialen Lage sozioökonomische Faktoren in das Modell einfließen und subjektive Faktoren über Werte und Lebensstil ebenfalls berücksichtigt werden (vgl. Kleinhückelkotten, 2005, S. 104).

Soziale Milieus werden im Sinus-Lebenswelt-Konzept als „Gruppen von Menschen mit Ähnlichkeiten in ihrer Lebensauffassung, ihren Wertprioritäten, ihrer sozialen Lage, ihren Verhaltensweisen und ihren alltagsästhetischen Stilisierungen“ verstanden. Dabei werden „Gemeinsamkeiten im Lebensstil (...) und deren Wahrnehmung als vielfach prägender für das Alltagsbewusstsein und soziale Gruppenbildung angesehen als sozioökonomische Voraussetzungen“ (Kleinhückelkotten, 2005, S. 84). So wird in jeglicher Literatur, die sich mit Nachhaltigkeit und Lebensstilen beschäftigt (Zubke 2006; Kleinhückelkotten 2005; Hesebeck 2015; Göll & Thio 2011) auf die Sinus-Studien Bezug genommen, weshalb diese ein wesentliches Element der empirischen Analyse von Lebensstilen darstellen.

Kleinhückelkotten (2005) stellte bei ihren Recherchen zu Suffizienz und (erwachsenen) Lebensstilen fest, dass die Gruppe der „Hedonisten“ und „Konsum-Materialisten“ am wenigsten nachhaltiges Verhalten und Werte an den Tag legen. Siehe Abb. 1 zur Übersicht aller ermittelten Milieus und in Abb. 2 deren Einordnung bzgl. nachhaltiger Werte und Einstellungen sowie das tatsächliche nachhaltige Verhalten.

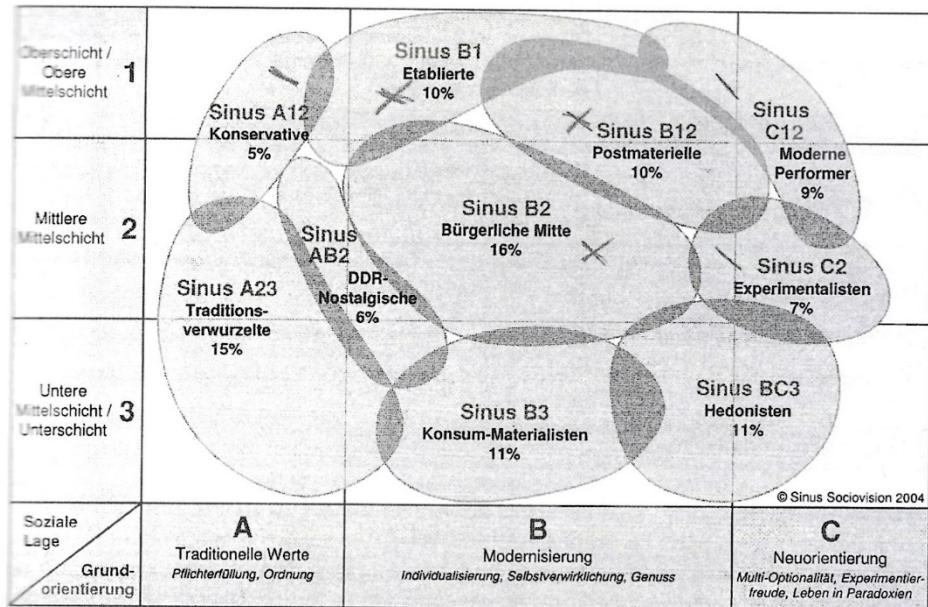


Abb. 2 Soziale Milieus 2004 (Sinus 2004: 2)

Abb. 1 Darstellung der erwachsenen Milieus (Kleinhückelkotten 2005, S 87)

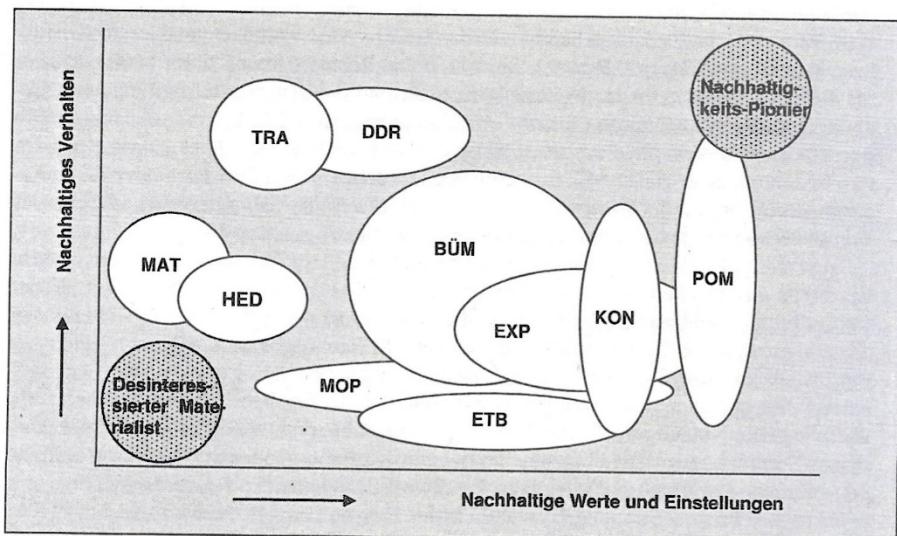


Abb. 4 Nachhaltigkeit von Werten, Einstellungen und Verhalten in den sozialen Milieus

Abb. 2 Einordnung der Milieus nach nachhaltigen Werten und Verhalten (Kleinhückelkotten, 2005, S. 154)

Ab dem Jahr 2010 wurden die Sinus-Studien an die soziokulturellen Veränderungen in der Gesellschaft angepasst. In Abb. 3 ist auch die Studie 2021 abgebildet, um einen Überblick über die aktuelle Milieu-Einteilung zu erhalten.

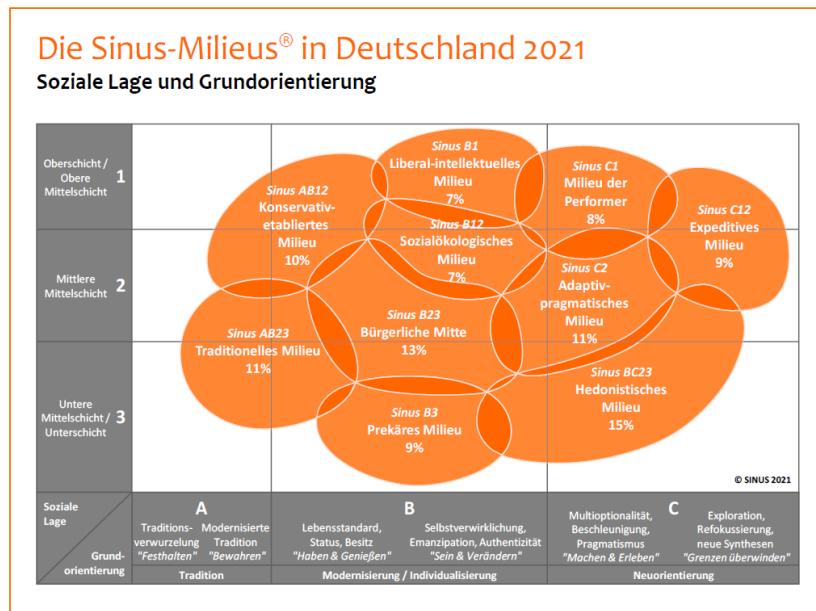


Abb. 3 Aktuelle Darstellung der erwachsenen Milieus (SINUS, 2021, S. 14)

Bei Göll & Thio (2011) findet sich eine solche Milieu-Einteilung für Jugendliche von Wippermann/Calmbach aus der Studie „Wie ticken Jugendliche 2007“.

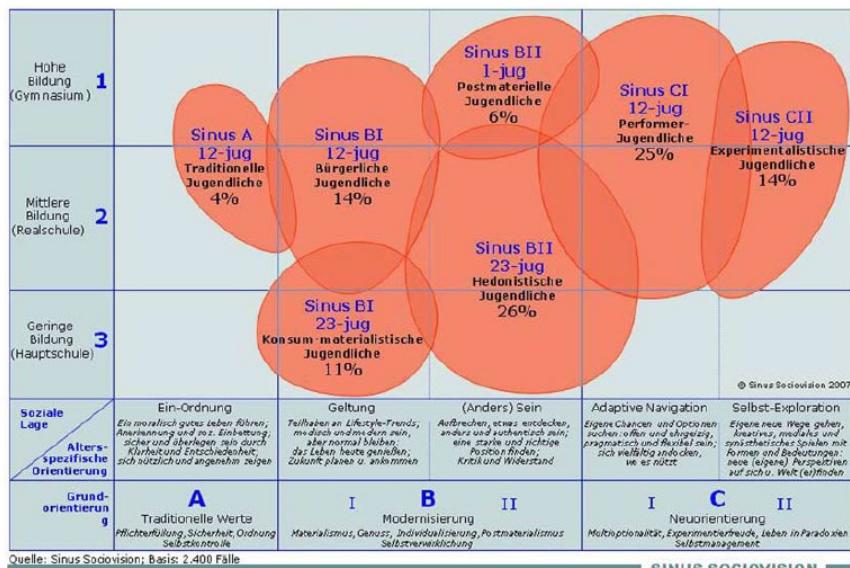


Abbildung 1: Lebenswelten von Jugendlichen (14-19 Jahre). Soziale Lage und Grundorientierung.
Quelle: Wippermann / Calmbach 2007

Abb. 4 Darstellung der Jugendmilieus (Göll & Thio 2011, S. 3)

SINUS-MODELL FÜR JUGENDLICHE LEBENSWELTEN (U-18) 2020

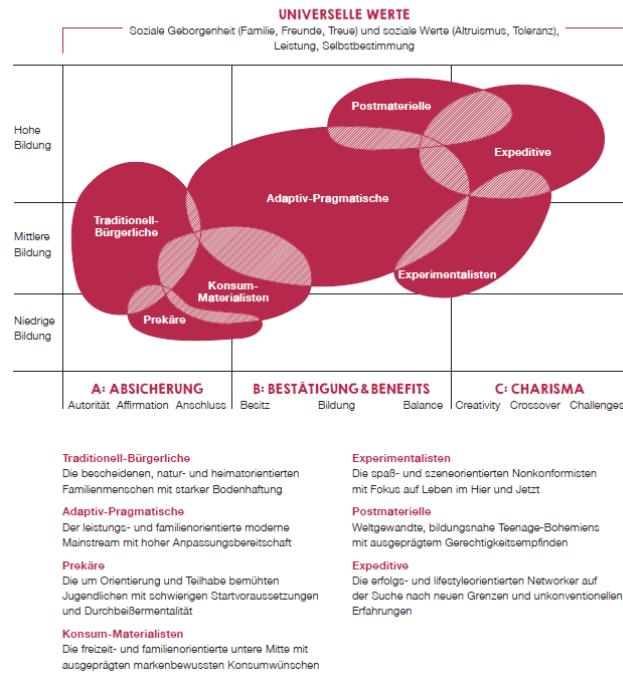


Abb. 5: Aktuelle Darstellung der Jugendmilieus (Calmbach, et al., 2020, S. 47)

„Jugendliche lassen sich in Bezug auf diese Milieus prinzipiell ähnlich wie die Erwachsenen beschreiben“ (Göll & Thio, 2011, S. 30) und auch aus der Studie „Wie ticken Jugendliche 2020“ (Abb. 5) geht hervor, dass Nachhaltigkeit ein lebenswelt-spezifischer Wert ist, der besonders in der zentralen Grundorientierung „Bestätigung & Benefits“ zu finden ist. Wie bei genaueren Ausführungen der Studie klar wird ist Nachhaltigkeit als Wert vor allem den Jugendlichen der Lebenswelten der Postmateriellen, ExperimentalistInnen und Expeditiven besonders wichtig (vgl. Calmbach, et al., 2020).

2. Beschreibung der Situation in Gießen – Interviews mit lokalen AkteurInnen

2.1 Empirische Analyse

Lebensstilorientierte Kommunikation wird in der Literatur als Gelingensbedingung zur Etablierung von suffizientem Verhalten beschrieben (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 5). Um also eine Idee davon zu bekommen, wie Gießen dahingehend beschaffen ist und welche Kommunikationsformen sich bewähren, trat ich mit einigen lokalen AkteurInnen aus den Feldern Kommunikation und Jugendarbeit in Kontakt.

Dabei interessierte mich, ob sich spezielle Interessen unter den Gießener Jugendlichen erkennen lassen, um daraus dann mögliche Motivationsanreize für suffizientes Verhalten abzuleiten und wie sich das Interesse der Jugendlichen am besten wecken lässt bzw. wie der Zugang zu Jugendlichen am besten gestaltet werden kann.

Ich führte Gespräche mit Tanja Klein von der Aufsuchenden Jugendsozialarbeit AJS Streetwork und mit Nils Seipel und Johannes Schmid von flux-impulse, einer Kreativ-Agentur für Dialog und Aktivierung.

Aus dem Gespräch mit Tanja Klein, die täglich mit der Jugend von Gießen zu tun hat, ging hervor, dass sich das Interesse der Jugendlichen vor allem um Musik und ‚Abhängen‘ dreht. Sie berichtete mir also, dass bei den jungen GießenerInnen ein Nachlassen der Lust sich für etwas zu engagieren zu beobachten sei. Tanja führte als Ursache dafür die eigenen Probleme der Jugendlichen, Schule und vor allem generellen Leistungsdruck an. Verbindlichkeit sei extrem schwer zu erreichen und stelle demnach auch eine Hürde für das generelle Aufbringen von Engagement dar. Um also erfolgreich das Interesse von Jugendlichen zu wecken, sei es wichtig, Gemeinschaften und Gruppen zu schaffen, die motivieren und mit denen sich Jugendliche identifizieren können, denn „Identität ist ein Herdentrieb“, so Tanja. Besonders wichtig sei es auch gerade bei den Jugendlichen aus prekären Milieus die Selbstwirksamkeit durch Beteiligungsprojekte zu fördern, denn dieses Gefühl sei diesen jungen Menschen häufig fremd.

Es hätte sich bisher gut bewährt einen Zugang zu Jugendlichen zu finden, wenn vermittelt werden konnte, dass mensch Gießen für sie besser machen möchte, auch durch die Möglichkeit Veranstaltungen spontan zu besuchen oder durch einfaches Flyer-Verteilen und Einladen zu Veranstaltungen hatte Tanja und ihr Team bisher den besten Erfolg.

Ganz dem entsprechend nannten auch Nils und Johannes von flux-impulse entgegen meiner Hoffnung keine konkreten Interessensbereiche die sie verzeichneten und worauf die beiden ihre Kommunikation ausrichten, die ich hätte aufgreifen können. Stattdessen berichteten sie mir, dass es sich als sinnvoll erwiesen habe, Anknüpfungspunkte durch praktische Bezüge und Ausprobieren von Alternativen herzustellen und somit spielerisch über Inhalte zu informieren.

Aus Erfahrung berichte flux-impulse, dass neben einfacher Sprache sowie der Berücksichtigung der Herkunft der Zielgruppe vor allem persönliche Begeisterung und Authentizität für eine erfolgreiche Kommunikation verantwortlich sind.

Es hat sich in Gießen als erfolgreich erwiesen durch Pressemitteilungen und Mundpropaganda mit entsprechenden Multiplikatoren (z.B. Lehrpersonen, bestehende Initiativen) Aufmerksamkeit zu generieren. Auch die Bitte um Google-Bewertungen hat sich bewährt, um mehr Bekanntheit zu erlangen.

Besonders sinnvoll sei auch das von der Agentur entwickelte Vielschwelligkeits-Prinzip, wobei durch die zeitliche und räumliche Überschneidung von verschiedenen Veranstaltungen mit unterschiedlichen Zugangs-Schwellen die Möglichkeit geschaffen wird auch an Veranstaltungen teilzunehmen, zu denen mensch nicht aus eigener Initiative gegangen wäre.

Da Gießen sehr lagesensibel ist, d.h. bestimmte Menschen sich hauptsächlich in bestimmten Stadtteilen aufzuhalten, z.B. Arbeiter durch Gießens Geschichte vor allem in der sogenannten

„Gummiinsel“ der Weststadt flanieren, sei es für eine gut besuchte Veranstaltung von Vorteil in der Stadtmitte oder im Zentrum bestimmter Stadtteile situiert zu sein. Flohmärkte (die immer gut ankommen) und Partys hätten allerdings auch außerhalb guten Erfolg.

3. Beschreibung von Gestaltungsideen um Interesse an der Etablierung von suffizientem Verhalten zu wecken

In der heutigen Zeit geht es um die „Suche und Gestaltung neuer Verhaltensmuster und Handlungskompetenzen“ (Göll & Thio, 2011, S. 4), wobei die eigene Handlungsfähigkeit und Gestaltungsmöglichkeiten auf die Probe gestellt werden. Daran sollte das Haus der Nachhaltigkeit anschließen und als Akteur im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit die soziokulturellen und milieuspezifischen Kontexte beachten, wenn wir Jugendliche erreichen möchten.

Dabei können auch sozialwissenschaftliche Analysen herangezogen werden, die sich nicht auf Gießen beziehen und somit mögliche Anknüpfungspunkte aufgezeigt werden.

Es gibt bereits viele Initiativen, Institutionen und Persönlichkeiten, die sich mit dieser Thematik beschäftigten und die gemeinsame Aussage lautet „Menschen dort abholen, wo sie sind“ (Hesebeck, 2015, S. 3). Dem hinzuzufügen wäre laut den Empfehlungen von Tanja Klein von der AJS sowie von flux-impulse: Menschen einladen, selbst aktiv zu werden, selbst etwas zu organisieren und eigenes Empowerment ermöglichen.

Durch die Unterscheidung sozialer Milieus kann eine zielgruppenorientierte Umweltkommunikation erfolgen (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 29), so dass unterschiedliche, passende Anreize geschaffen werden können suffizientes Verhalten mehr im Alltag zu etablieren.

3.1 Wissenschaftliche Reflexion der Kommunikationsgestaltung

Göll & Thio (2011) orientieren sich bei der ausführlichen Darstellung möglicher Zugänge für Umwelt- & Nachhaltigkeitskommunikation an der Jugend-Milieutypologie von Sinus, wie sie oben dargestellt wurde. Bei dem Versuch Strategien zu entwickeln, um Nachhaltigkeit bei Jugendlichen anschlussfähig zu machen, beziehen sie auch die Wertetypen von Shell 2006 (Leistungselite/Selbstbewusste Macher, Engagementelite/pragmatische Idealisten, zögerlich Unauffällige, robuste Materialisten) sowie die „MedienNutzerTypologie“ bzw. „OnlineNutzerTypologie“ von Oehnemichen & Schröter (2002) mit ein (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 31ff). Ergänzt werden diese Typologien mit der Bewertung von Umwelt- & Nachhaltigkeitskommunikation durch Jugendliche.

Eine Darstellung der Engagementpotenziale, die aus diesen Analysen hervorgingen sind in Abb. 6 dargestellt. Überträgt man diese Ergebnisse auf die aktuellen Jugend-Milieus („Wie ticken Jugendliche 2020?“), könnten diese als Ausgangspunkte für die Kommunikationsform im Haus der Nachhaltigkeit sinnvoll sein. Das Paper von Göll & Thio (2011, Kapitel 3) liefert weiterhin ausführliche Informationen zu milieu-spezifischen Motiven und

Anknüpfungspunkten, auf deren genauere Darstellung ich in diesem Bericht verzichte. Die Zusammenführung und aktuelle Darstellung dessen wären mögliche Aufgaben für das kommende Semester.

Tab. 8: Intrinsische Engagementpotenziale in den Jugendmilieus (14 bis 19 Jährige).

Engagement in Jugendmilieus (Jugendliche von 14 bis 19 Jahren)	Engagementpotenziale
Postmaterielle	Vielfältige Interesse: Umwelt, Globalisierung... Über Interessen direkt ansprechbar, hohe Eigeninitiative,
Bürgerliche, Traditionelle; auch Postmaterielle	Bereitschaft zu längerfristigen Engagement. Motivallianzen notwendig: z.B. Gemeinschaft, Zugehörigkeit, Bereitschaft zu längerfristigen Engagement. Zum Teil stärkere Anleitung erforderlich.
Performer, Experimentalisten	Eigener Nutzen im Vordergrund: Erlebnis, Kompetenzerwerb, Bereitschaft zu kurzfristigen Engagement: in Projekten, Zum Teil hohe Erwartungen an die Professionalität der Ansprache.
Konsum-Materialisten, Hedonisten	Schwer zu erreichende Zielgruppen mit vielen Hemmnissen, Bereitschaft zu kurzfristigen Engagement in Projekten, In der Regel hoher Betreuungsaufwand.

Quelle: Kleinhückelkotten / Wegener 2008, S. 102.

Abb. 6 Intrinsische Engagementpotenziale in Jugendmilieus (Göll & Thio 2011, S. 66)

Die hier dargestellten Engagementpotenziale sind zum Teil auch deckungsgleich mit den Informationen die ich aus Gesprächen mit Tanja Klein und flux-impulse ziehen konnte, nämlich, dass kurzfristiges Engagement, also wenig Verbindlichkeit und praktische Vermittlung von Inhalten essentiell sind, um das Interesse Jugendlicher zu gewinnen.

Göll & Thio beziehen bei ihrer Arbeit außerdem die vier von Tully & Krug (2009) definierten Konsumtypen zur typenspezifischen Sensibilisierung für nachhaltiges Handeln, die sich hinsichtlich der Wahrnehmung von Umweltrisiken unterscheiden, mit ein. Tully & Krug erklärten, dass der Weg Jugendliche zu Nachhaltigkeit anzuhalten über die Wahrnehmung eigener Handlungsfolgen geht. Dafür bedarf es eine Art der Wissensvermittlung, die darüber in Kenntnis setzt und zugleich berücksichtigt, welcher Art des Wissens überhaupt Bedeutung beigemessen wird (vgl. Göll & Thio, 2011, S. 69). Diese unterschiedlichen Arten des Wissens sollten im Zuge der inhaltlichen Gestaltung des Hauses der Nachhaltigkeit ebenso bedacht werden. Dabei kann die Ausarbeitung von Tully & Krug (2009) herangezogen werden.

Außerdem ist es für Jugendliche wesentlich motivierender Selbstvertrauen, soziale Verantwortung und ganz besonders die Selbstwirksamkeit des eigenen Handelns, die von Göll & Thio (2011, S. 70) als Basiskompetenzen für nachhaltiges Verhalten eingeordneten werden, durch Veranstaltungen zu fördern und zu erfahren, da diese „einen Großteil der Umwelteinstellungen und des tatsächlichen Umweltverhaltens zu erklären vermögen“. Durch diesen Ansatz kann ein positives Bild von Nachhaltigkeit gezeichnet werden, bei dem die Umsetzbarkeit positiver Veränderungen durch Wirksamkeit eigenen Handelns im Vordergrund steht.

In diesem Sinne sollte von der Betonung der negativen Folgen des Klimawandels als Motivation im Haus der Nachhaltigkeit abgesehen werden.

3.2 Gestaltungsideen für das Haus der Nachhaltigkeit

Konkret könnte dies bedeuten Beteiligungsprojekte zu verschiedenen Themenbereichen durchzuführen, offene/mobile Workshops zu veranstalten und Veranstaltungen unter Anwendung des Vielschwelligkeitsprinzips zu entwickeln und umzusetzen, wobei die Jugendlichen im Sinne des partizipativen Designs in die aktive Gestaltung von Formaten einbezogen werden könnten.

Im kommenden Wintersemester könnte es dafür folgende Aufgaben geben:

- die Kommunikationsstrategien von Göll & Thio (2011) und den Leitfaden Umweltkommunikation (Hesebeck 2015) aufarbeiten und in eine übersichtliche Form bringen; in diesem Zuge könnte über die Ausarbeitung einer kleinen Kommunikationsschulung für die MitarbeiterInnen im Haus der Nachhaltigkeit nachgedacht werden (ggf. auch eine „Milieu-Stadtkarte“ für Gießen entwickeln)
- ggf. ein kleines Kommunikationskonzept für das Haus der Nachhaltigkeit erarbeiten, das grundlegende Werte und Vorstellungen zusammenstellt, wie wir kommunizieren wollen
- unterschiedliche Kommunikationsformen für themenbezogene Veranstaltungsformate auswählen, unter Beachtung der Forschungsergebnisse und bestehenden Kommunikationsstrategien
- Recherchen zu Gestaltung von Atmosphäre und Ästhetik mit meinen Recherchen zu Anknüpfungspunkten zusammenführen und über angemessene räumliche Gestaltung des Hauses der Nachhaltigkeit nachdenken
- Eine Liste aller Gießener AkteurInnen, um verschiedenste Kooperationen herzustellen, da diese immer wieder neue, verschiedene Menschengruppen mitbringen – Networking.

Literatur

- Borgstedt, Silke, T. Christ, F. Reusswig (2010). *Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*. Heidelberg, Hrsg. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Referat Öffentlichkeitsarbeit. Potsdam.
- Calmbach, Marc, Flaig, B., Edwards, J., Möller-Slawinski, Borchard, I., & Schleer, C. (2020). *Sinus Jugendstudie 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Altern von 14 - 17 Jahren in Deutschland*. Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main.
- Göll, Edgar, Thio, S. L. (2011). *Einblick in die Jugendkultur. Das Thema nachhaltigkeit bei der jungen Generation anschlussfähig machen*. Dessau-Roßlau.
- Hesebeck, Birthe (2015). *Leitfaden Umweltkommunikation*. Hrsg. Oro Verde – Die Tropenwaldstiftung. Bonn.

- Kleinhückelkotten, Silke (2005). *Suffizienz und Lebensstile*. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag GmbH.
- Küchler-Krischun Jonna., C. Schell, K.H. Erdmann, A. Mues (2014). Naturbewusstsein 2013: Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer. Hrsg.: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit. Referat Öffentlichkeitsarbeit. Bonn.
- Rubik, Frieder, R. Müller, R. Harnisch, B. Holzhauer, M. Schipperges, S. Geiger (2019). Umweltbewusstsein in Deutschland 2018. Hrsg. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Referat Öffentlichkeitsarbeit. Berlin
- SINUS, Markt- und Sozialforschung (2021). Sinus-Milieus 2021. Heidelberg/Berlin.
- Wippermann, Carsten., & Calmbach, Marc. (2007). Wie ticken Jugendliche? Frankfurt a. M: Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG.
- Zubke, Gundula (2006). Umwelthandeln und jugendtypische Lebensstile. Kröning: Asanger Verlag GmbH.

Status quo und Gestaltungsideen der nachhaltigen Vergemeinschaftungsaktionen

Jiayu Fan

1. Beschreibung des Problems in Vergemeinschaftungsaktionen

Eine nachhaltige urbane Transformation kann sich nicht allein auf individuelle Anstrengungen verlassen, sondern erfordert auch kollektive Zusammenarbeit. Im „Top- Down“-Mobilisierungsprozess hat die Stadtregierung bereits einige Maßnahmen ergriffen, wie die Wandelkarte oder die Aktion Stadt-Klima-Gießen. Allerdings ist das Konzept „2035Null - klimaneutrales Gießen“ (siehe <https://www.2035null.de/ueber-2035null>) in der Bevölkerung noch nicht weit bekannt (Transcription, 50 ff.). Dazu bedarf es nicht nur der Förderung und Mobilisierung der Kommunalverwaltung, sondern auch der „Bottom- Up“-Partizipation aller unterschiedlichen Akteure. Aufgrund der derzeit noch nicht ausgeschöpften Partizipationspotenziale einzelner und kollektiver Akteure (Organisationen/ Gruppen) sowie der noch ausbaufähigen Vernetzung auf Gemeindeebene bleibt in Gießen jedoch noch viel Raum für die nachhaltigen Vergemeinschaftungsaktionen. Daher sind eine stärkere Beteiligung von verschiedenen Akteuren, mehr Kommunikation und Ideen sowie eine engere Zusammenarbeit auf Gemeindeebene erforderlich.

2. Erklärung der Konzepte

Im nachhaltigen Kontext definieren Bamberg, Rees und Seebauer kollektive Aktionen als: „the joint activities by a wide group of actors on the basis of mutual interest in improving community livability and local ecological and economic resilience“ (vgl. 2015, S. 161) In verschiedenen „collective action participation models“ umfassen Vergemeinschaftungsaktionen nicht nur Verhaltensweisen in der öffentlichen Sphäre, wie städtische Umweltschutz-

demonstrationen, sondern auch solche im privaten Bereich, wie ein vorbildhaftes Auftreten mit einer kohlenstoffarmen Lebensweise.

Die Definitionen von kollektiven Akteuren und Vergemeinschaftungsaktionen in diesem Bericht stammen aus dem „social identity model of pro-environmental action“ (SIMPEA) (vgl. Fritzsche et al. 2018). Nach der hierarchisch-verschachtelten sozialen Selbstdefinition entspricht die niedrigste Stufe der Selbstdefinition einer einzigartigen Person, während auf den höheren Inklusivitätsstufen eine fast unbegrenzte Selbstdefinition möglich ist (z. B. „Ich gehöre zu dieser Gemeinde“ oder „Ich gehöre zu dieser Stadt“) (ebd. S. 11). Nach dieser Selbstdefinition lassen sich bei der Bildung von mitgliederbezogenen Gruppen soziale Kategorien zumindest in In- und Outgroup unterteilen (ebd.). Basierend auf dieser Definition können sich Ingroup auf Gruppen wie Studierende, Gemeindemitglieder und Gießener sowie auf Organisationen wie Vereine, Universitäten und Unternehmen beziehen. Nur auf der Grundlage eines gemeinsamen Schicksals und positiver Interdependenz kann eine soziale Identität ohne Vergleich mit Outgroup gebildet werden (vgl. Sherif, 1966 zitiert in ebd. S. 12). Zu diesem Zeitpunkt kann ein integrativeres „Wir Gefühl“ entstehen.

Das Verständnis des Akteurs-Netzwerks entstammt dem gemeinschaftsbezogenen Empowerment in der Empowerment-Theorie: In einem sozialen Netzwerk aus Individuen und kollektiven Akteuren kann ein Rahmen das Empowerment und die Teilhabe langfristig fördern, der durch die Etablierung entsprechender Institutionen, Verwaltungsrichtlinien und einer aktiven Kooperationskultur geschaffen wird (vgl. Hunecke, et al. 2020, S. 31).

3. Beschreibung der Situation in Gießen - Daten aus dem Expert-Interview

Auf der Ebene einzelner Akteure gab es in Gießen einige Protagonisten, die vielen Menschen mobilisieren könnten, sich an der Initiative zu beteiligen. Aber aus persönlichen Gründen, etwa wegen des Studiums, wurden einige davon nahezu stillgelegt (Transcription, 123 ff.). Darüber hinaus hatten viele Menschen Angst vor den Veränderungen durch die urbane Transformation und beteiligten sich daher kaum an den entsprechenden Vergemeinschaftungsaktionen (ebd. 213 ff.).

Auf kollektiver Akteursebene finden bereits viele große Bewegungen statt (z. B. Fridays for Future). Die Agendagruppen, Verkehrswende-Aktivisten oder andere Organisationen führen Diskussionsveranstaltungen und versuchen stets, das Thema „Klimaneutralität“ weiter voranzutreiben (ebd. 73 ff.). Allerdings haben den entsprechenden Organisationen von 2035Null derzeit noch Mangel an finanzielle Ressourcen (ebd. 59 ff.). Auch Universitäten haben sich der Förderung dieses Themas angeschlossen, beispielsweise S4F Gießen (Scientists for Future). Aber sie haben noch viel Potenzial, mehr zu tun und somit an Änderungen zu partizipieren (Transcription, 215 ff.). Im Gegensatz dazu haben sich die Unternehmen in diesem Thema grundsätzlich nicht engagiert. (ebd. 211 ff.). Gießen hat eine der höchsten Studierendenquoten in Deutschland, aber das Problem bei der Studierendenschaft ist, dass

sie nicht wirklich in der Stadt verwurzelt ist (ebd. 88 ff.). Sie kommen hauptsächlich nach Gießen, um zu studieren und dann verlassen sie nach dem Studium die Stadt (ebd. 297 ff.). Das bedeutet, dass sie häufig nicht wirklich Träger von Veränderungsprozessen sein können (ebd. 93 ff.). Darüber hinaus sind solche temporären Bewohner, die nicht zu dieser Stadt verbunden sind, schwer einzubinden (ebd. 294 f.). Die Umweltschutzarbeit innerhalb der Quartiere hat noch nicht begonnen (ebd. 152 ff.). Die Schwierigkeit hierbei besteht darin, dass informelle Gruppen wie Quartierbewohner sich auf ihr Privatleben konzentrieren und möglicherweise nicht in der Lage sind, das Thema stabil und langfristig aufzugreifen (ebd. 154 ff.). Generell gibt es zurzeit noch keinen kollektiven Akteur, dessen Partizipations- potenzial voll ausgeschöpft ist (ebd. 216 ff.).

Das Akteurs-Netzwerk der 2035Null-Anhängergruppen hat sich in den letzten zwei Jahren verbessert, aber es fehlt immer noch an personellen Ressourcen (ebd. 190 ff.). Wie jedoch oben erwähnt, erfordert die Kommunikation in der gesamten Gemeinschaft immer noch mehr Einzelpersonen und kollektive Akteure.

4. Beschreibung von Gestaltungsideen für HdN und Kombination mit Theorien

a) Gestaltungsideen vom Experten

„Die Stadtwerke müssen viel stärker aktiv das Thema aufgreifen“ (ebd. 214 ff.), sagt der Expert. Ohne ein Signal von der Stadt, ist es für Gruppen außerhalb der Machtzentren schwierig, sich an Vergemeinschaftungsaktionen zu beteiligen (ebd. 139 ff.). Diese Sichtweise steht im Einklang mit der Schlussfolgerung der Ressourcen- mobilisierungstheorie: Die Mobilisierung von Ressourcen durch quasi-politische Organisationen ist der Schlüssel dazu, Menschen zur Beteiligung zu bewegen (vgl. McCarthy und Zald 1977, zitiert in Van Zomeren, Postmes und Spears 2008, S. 506). Die subjektive Wahrnehmung der verfügbaren Ressourcen von einer Gruppe wird als kollektive Wirksamkeit bezeichnet (vgl. Bamberg, Rees und Seebauer 2015, S. 156). Je größer die Wirksamkeit der Gruppe ist, d. h. wenn ihre Erwartungen an einen sozialen Wandel durch Vergemeinschaftungsaktionen stärker sind, desto eher beteiligen sie sich daran. Der Expert erklärt auch, dass das Signal von der Stadt Leuten das Gefühl geben würde, dass ihre Bemühungen nicht umsonst sind (Transcription, 170 ff.). Die Beteiligungsbereitschaft der Menschen hängt eng von dieser Überzeugung ab (ebd. 250 ff.). Diese Idee steht im Zusammenhang mit der partizipativen Wirksamkeit: Wenn Menschen glauben, dass ihre Verhaltensweise sich auf das kollektive Ziel auswirken werden, ist die Teilnahme wahrscheinlicher (ebd. S.163).

Die Gestaltungsidee des Experts auf individuelle Ebene lautet: Wenn Menschen glauben, dass sie von Veränderungen, insbesondere Veränderungen des Lebensumfelds auf Quartierebene (wie mehr Grünflächen, bessere Luft, weniger Lärm usw.) profitieren können, würde ihre Beteiligungswahrscheinlichkeit größer sein, auch wenn sie ein geringeres Umweltbewusstsein und eine geringere Bereitschaft haben (ebd. 227 ff.). Diese Ansicht ist mit der Annahme der

positiven Auswirkungen der räumlichen Struktur (vgl. Hunecke, et al. 2020, S. 15) und dem Kosten-Nutzen-Pfad (vgl. Olson 1965, zitiert in Bamberg, Rees und Seebauer 2015, S. 156) konsistent. Darüber hinaus können glaubwürdige Vorbilder in verschiedenen Bereichen (wie Protagonisten, Politiker, Unternehmer, Akademiker) Menschen mit einer hohen Bereitschaft zu Vergemeinschaftungsaktionen inspirieren (Transcription, 243 ff.). Dieser Punkt kann man auch mit kollektiver Wirksamkeit verbinden.

Aufgrund des hohen Anteils der Studierenden an der Bevölkerung sind sie eine wichtige Zielgruppe (ebd. 89 ff.). Der Expert geht davon aus, dass Gießen für solche Gruppen mit niedriger sozialer Identität an ein positives und attraktives Image gebunden werden kann (ebd. 306 ff.). Gießen sollte besondere Veranstaltungen entwickeln, die sich von anderen Städten unterscheiden, um Studierende mit relevanten Interessen für ihren Aufenthalt in Gießen zu gewinnen (ebd. 312 ff.). Diese Meinung steht im Zusammenhang mit den Ingroup-Normen und -Ziele im „social identity model of pro-environmental action (SIMPEA)“: Menschen können Gruppen nach verschiedenen Ingroup-Normen unterscheiden, und ihre eigenen Gruppennormen als Leitfaden für die persönliche Bewertung und Reaktion auf die Umwelt verwenden (vgl. Fritzsche et al. 2018, S. 32-34). Die Mobilisierungsidee für die Quartier- bewohner besteht darin, dass entsprechende Wettbewerbe zwischen Quartiere durchgeführt werden könnten, und das mit den besten Veränderungen in zwei Jahren Sonderpreise gewinnen könnte (Transcription, 479 ff.). Diese Idee beinhaltet den Ingroup- und den Zeitvergleich der Schlussfolgerung im SIMPEA, dass der soziale Vergleich den Ingroup-Normeffekt auslösen kann (vgl. Fritzsche et al. 2018, S. 34-36).

Die Gestaltungsidee des Experts für das Akteurs-Netzwerk ist die gleiche wie bei HdN: Einzelne und kollektive Akteure auf unterschiedlichen Ebenen müssen stärker vernetzt werden (Transcription, 102 ff.). Dies verkörpert das im zweiten Abschnitt dieses Berichts zitierte gemeinschaftsbezogene Empowerment. Mehrfachnormen können jedoch zu Konflikten führen, die den Einfluss von Normen schwächen oder verstärken könnten (vgl. Fritzsche et al. 2018, S. 37). Dem stimmt der Expert zu: In Veränderungsprozessen trägt definitiv jemand Verlust (Transcription, 357 ff.). Ziele wie weniger Autos in der Stadt bedeuten weniger Umsatz für Autohändler (ebd. 373 ff.). Die Veränderungen sind permanent, weil immer neue Technologien und neue Innovationen entstehen (ebd. 359 ff.). Unternehmen sollten daher ihre Flexibilität prüfen, um die Veränderungen überleben zu können (ebd. 370 ff.). Und sie sollten auch koordiniert werden, um ihre Überlebenschancen zu garantieren (ebd. 380 ff.).

b) Eigene Reflexionsidee

Ich bin der Meinung, dass das „Wir Gefühl“ langfristig gesehen wesentlich wichtig für eine nachhaltige urbane Transformation ist. Mit diesem Gefühl können mehr Bewohner spontan an Vergemeinschaftungsaktionen teilnehmen. Einerseits kann die Überbetonung der In-group innerhalb der Stadt dazu führen, dass verschiedene In-groups antagonistische Beziehungen eingehen, wie etwa Umweltschützer und Nicht-Umweltschützer. Dies kann zur Stigmatisierung einer bestimmten Gruppe oder zum Ablehnungsverhalten führen. Es

entspricht hier dem Konzept des „competitive und conversionary collective movements“ (vgl. Wright 2009, zitiert in Bamberg, Rees und Seebauer 2015, S. 157). Andererseits ist es schwierig, eine In-group genau zu definieren, weil die soziale Identität eines Individuums vielfältig sein kann, z. B. kann eine Person mehrere Identitäten haben - ein Unternehmer, ein Autofahrer und ein Vegetarier. Daher sollte die räumliche Struktur genutzt werden, um die soziale Identität der Bewohner als „Gissener“ zu stärken, etwa durch interessante Aktivitäten zur Förderung der gemeinschaftlichen Integration und Interaktion (wie Baumpflanzaktionen, gemeinsames Fahrradreparaturlernen). In diesem Fall hängen Emotionen damit zusammen: Negative Emotionen wie Schuld („Nachbarn sind beteiligt, aber ich nicht“) und positive Emotionen wie Stolz („Ich habe zum städtischen Umweltschutz beigetragen“) können bewusste und unbewusste Beteiligung fördern. Darüber hinaus kann ein stärkeres „Wir Gefühl“ nicht nur das zwischenmenschliche Netzwerk und das Vertrauen unter den Bewohnern erhöhen und damit den Multiplikatoreffekt verstärken, sondern auch das gemeinschaftliche Netzwerk und die Kommunikation verbessern.

In der aktuellen Phase ist es jedoch noch von praktischer Bedeutung, die In-groups angemessen aufzuteilen, und sie gezielt nach ihren Bedürfnissen zu mobilisieren. Beispielsweise sparen Geringverdienenden im Vergleich zur Mittel- und Oberschichte Energie, vor allem zur kurzfristiger Entlastung des Familienbudgets (vgl. Nies et al. 2015, S. 6). Daher könnte Stromspar-Check eine Aktivierungsmaßnahme für solche Gruppen sein (ebd. S. 20). Aus dieser Perspektive wäre der Mobilisierungseffekt langfristiger Ziele relativ gering sein, da zukünftige Veränderungen für manche Menschen nicht wahrnehmbar sind und es zu einer „Trittbrettfahrer“-Situation kommen könnte. Daher ist es neben der Förderung langfristiger Ziele auch notwendig, wahrnehmbare „kleine“ Ziele zu setzen, die nach bestimmten alltäglichen Themen, unterschiedlichen Zeiträumen und sogar nach unterschiedlichen Regionen diskutiert werden sollten. (z. B. sollten das CO₂-Emissionenziel im Stadtzentrum und die im Dorf unterschiedlich sein).

Die langansässigen Gießener und die zukünftigen Langzeitbewohner sind meiner Meinung nach der Schlüssel, um den Wandel der Stadt voranzutreiben. Einerseits werden sie eher von den Vorteilen der Veränderungen mobilisiert. Andererseits werden ihre Initiativen und Signale nicht nur stärker auf die Umsetzung der Politik der Kommunalverwaltung wirken, sondern auch Veränderungen in vielen anderen Bereichen fördern. Beispielsweise könnten die Unternehmen eine Umwandlung durchführen und umweltfreundliche Produkte auf den Markt bringen, um die Bedürfnisse solcher Langzeitkonsumenten zu erfüllen und einen guten Ruf zu erlangen.

Literatur

- Bamberg, Sebastian; Rees, J.; Seebauer, S. (2015): Collective climate action: Determinants of participation intention in community-based pro-environmental initiatives. *Journal of Environmental Psychology* 43. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.06.006> [Zugriff: 28.07.2021].

- Fritsche, Immo; Barth, M.; Jugert, P.; Masson, T. (2018): A social identity model of pro-environmental action (SIMPEA). *Psychological Review*. <https://www.researchgate.net/publication/319328096> [Zugriff: 28.07.2021].
- Hunecke, Marcel; Eickhoff, J.; Schmies, M. et al. (2020): DoNaPart - Psychologisches und kommunales Empowerment durch Partizipation im nachhaltigen Stadtumbau.
- Nies, M.; Kunkis, M.; Hunecke, M.; Schietinger, E.; Stiess, I. (2015). Empowerment von MigrantInnen und Geringverdienenden zum Umwelt- und Klimaschutz. Ein Leitfaden für die Gestaltung aktivierender Maßnahmen. Frankfurt am Main/Dortmund. <http://www.klima-alltag.de/uploads/media/IndUK-Leitfaden-2015.pdf>. [Zugriff: 08.06.2021].
- Van Zomeren, Martijn, Postmes, T.; Spears, R. (2008). Toward an Integrative Social Identity Model of Collective Action: A Quantitative Research Synthesis of Three Socio-Psychological Perspectives. *Psychological Bulletin*, 134 (4), 504–535. DOI: 10.1037/0033-2909.134.4.504.

Der öffentliche Raum als Haus der Nachhaltigkeit

Kai Lechner

Die Stadt Gießen möchte bis 2035 klimaneutral sein – ein ambitioniertes Ziel, verglichen mit anderen Kommunen oder dem Land Hessen, welches Klimaneutralität bis zum Jahr 2050 erreichen möchten. Für diese Zielsetzung entscheidend war auch das Hinwirken von Gießener Bürgern: Im Jahr 2019 nahm das Stadtparlament einen entsprechenden Antrag an, für den der Verein „Lebenswertes Gießen“ über 1000 Unterschriften sammelte (vgl. FAZ 2019). Dessen Vorsitzender, Lutz Hiestermann, sagte im Gespräch der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, er sehe für Gießen als junge Universitätsstadt mit wenig Industrie „hervorragende Rahmenbedingungen“ (FAZ 2019).

Jeder Anwohner des Landkreises Gießen emittiert durchschnittlich 8,7 Tonnen CO₂ im Jahr. Ein wesentlicher Anteil ist auf Mobilität zurückzuführen: Im Schnitt fährt der Einwohner des Kreises 41km pro Tag mit dem Auto. Weiterhin haben 30% der Beschäftigten einen Arbeitsweg, welcher fünf bis zehn Kilometer beträgt (vgl. LKGI 2020). Daraus lässt sich großes Potenzial für die Einsparung von CO₂ im Straßenverkehr ableiten. Doch nicht nur auf Straßen lässt sich Nachhaltigkeit etablieren, auch in anderen öffentlichen Räumen gibt es Möglichkeiten, auf das Ziel der Klimaneutralität hinzuwirken. In Anbetracht der begrenzten Maßnahmen, die eine Kommune auf dem Weg zur Klimaneutralität treffen kann – viele Kompetenzen liegen dem Umweltbundesamt zu Folge bei Land oder Bund (vgl. FAZ 2019) – erscheint ein Fokus auf diese Bereiche vielversprechend.

Die Sozialwissenschaften bieten theoretische Ansätze, welche zum Erreichen des Ziels des klimaneutralen Gießens beitragen können. Die folgend vorgestellte und auf Gießen angewandte „Akteur-Netzwerk-Theorie“ bietet vielversprechende Ansätze, um sich diesem Ziel annähern zu können:

Sie sieht vor, Netzwerke aus Akteuren zu konstruieren, um Probleme zu erklären und Lösungsansätze zu finden. Die Netzwerke helfen hierbei Formen interorganisationaler Zusammenarbeit zu schaffen, wenn der Markt und/oder die (politische) Hierarchie nicht als Erklärung greifen (vgl. Schulz-Schaeffler 2000). Dies könnte für das Haus der Nachhaltigkeit ein interessanter Ansatz sein, denn es könnte als ein zentraler Ort der Konstruktion und Koordination von Netzwerken verschiedener Akteure dienen. Dadurch könnten zuvor ungenutzte Synergieeffekte nutzbar gemacht werden.

Außerdem erleichtert die Akteur-Netzwerk-Theorie es, Handlungen und strukturorientierte Beobachtungen aufeinander zu beziehen (vgl. Schulz-Schaeffler 2000). Insbesondere im beschränkten Handlungsrahmen der Kommunen bezüglich Maßnahmen zur Klimaneutralität (vgl. FAZ 2019) kann sie möglicherweise wichtige Erkenntnisse liefern. Als Akteur gelten nämlich „alle Entitäten, denen es mehr oder weniger erfolgreich gelingt, eine Welt voller anderer Entitäten mit eigener Geschichte, Identität und Wechselbeziehungen zu definieren und aufzubauen“ (Schulz-Schaeffler 2000, S. 189). Demnach muss auch die von der Stadt Gießen veränderbare Infrastruktur und Gestaltung der öffentlichen Räume in ein solches Netzwerk miteinbezogen werden. Dies verdeutlicht Schulz-Schaeffler anhand des Schlüsselanhänger-Beispiels:

Ein Hotelier beklagt sich darüber, dass die Zimmerschlüssel seiner Gäste häufig das Hotelgelände verlassen. Daraufhin beginnt er, die anderen menschlichen Akteure des „Schlüssel-Netzwerks“, die Gäste, darauf hinzuweisen, den Schlüssel beim Verlassen des Hotels zurückzugeben. Bei einigen Gästen greift diese moralische Verpflichtung, andere hingegen geben die Schlüssel dennoch nicht zurück. Als zweite Maßnahme beschwert der Hotelier die Zimmerschlüssel mit einem sperrigen Anhänger; ein nicht-menschlicher Akteur des Netzwerkes wird verändert. Dadurch wird es umständlicher, den Schlüssel nicht abzugeben, was zu Folge hat, dass auch zuvor uneinsichtige Gäste ihn zurückbringen. Die eintretende Normalisierung der Schlüsselrückgabe erhöht außerdem dessen Akzeptanz (vgl. Schulz-Schaeffler 2000).

Daraus lässt sich eine netzwerkinterne Einteilung in „gute“ und „schlechte“ Akteure (im Beispiel: Gäste sowie Schlüssel) treffen. Analog dazu gibt es für das „Gießen-Klimaneutralitäts-Netzwerk“ gute und schlechte Gestaltung und Nutzung des öffentlichen Raumes.

Außerdem ist es wichtig zu betonen, dass alle Akteure mit ihren Voraussetzungen und Eigenschaften „Gegenstand und Resultat der wechselseitigen Relationierungen im Netzwerk“ (Schulz-Schaeffler 2000, S. 188) sind und deshalb eine Einordnung hinsichtlich des Erfolges einer Um- oder Neudefinition von Akteuren (*Übersetzung*) oftmals schwierig ist (vgl. Schulz-Schaeffler 2000). Im Fall des „Gießen-Klimaneutralitäts-Netzwerk“ sind jedoch geringe Probleme zu erwarten, welche mutmaßlich überwindbar sind: Die Daten über mit dem Auto zurückgelegte Wege etwa werden seit Jahren erfasst und könnten als Gratmesser über den Erfolg einer Übersetzung gelten, wenngleich ein kausaler Zusammenhang unmöglich zu

belegen ist. Auch sollte deshalb die Reflektion der Maßnahmen unter Einbeziehung derjenigen, die die Maßnahmen kreieren, erfolgen.

Eine weitere Schwierigkeit, die es zu beachten gilt, ist das sogenannte „*Enrolment*“. Dieses Konzept fasst die Frage nach der Annahme einer neuen Rolle im Netzwerk. Während die Infrastruktur Gießens nicht „überzeugt“ werden muss, bleibt es offen, inwieweit sich die menschlichen Akteure des Netzwerks mit ihren veränderten Rollen abfinden, beziehungsweise diese annehmen würden:

„Die Kraft, mit der ein Sprecher eine Aussage aussendet, ist anfangs nie ausreichend, um den Weg, den diese Aussage nimmt, vorherzusagen: denn dieser Weg hängt davon ab, was die aufeinanderfolgenden Adressaten daraus machen werden“ (Schulz-Schaeffler 2000, S. 193). Um dem entgegenzuwirken, wird eine sogenannte „*Befrachtung*“ durchgeführt. Damit soll unvorhergesehenem Verhalten vorgebeugt werden. Im Beispiel ist dies die Beschwerung des Schlüsselanhängers. In Anwendung auf Gießen ließen sich demnach infrastrukturelle Anpassungen der öffentlichen Plätze und Verkehrswege durchführen, um dem Ziel der Klimaneutralität näher zu kommen. Hierfür werden folgend exemplarisch zwei Ansätze skizziert:

Die „Essbare Stadt“:

Der öffentliche Raum lässt sich der Klimaneutralität zuträglich nutzen. Ein Pionier Deutschlands in diesem Feld ist der Botaniker und Geoökologe Lutz Kosack, welcher für die Stadt Andernach in Nordrhein-Westfalen das Konzept „Essbare Stadt“ verantwortet und 2010 mitinitiiert hat (vgl. Niemann 2020). Dort pflanzt er auf öffentlichem Raum Nutzpflanzen, deren essbare Erträge frei zu pflücken sind (vgl. Kosack o.J.). In der Fußgängerzone wurden Hochbeete mit Obst, Gemüse und Kräutern angebracht. Die



Stadt lässt sich das Programm jedes Jahr 90.000€ kosten. Damit folgt Andernach dem Beispiel von Havanna, Rotterdam oder Oslo (vgl. Niemann 2020). Jedoch ist nicht nur die Innenstadt betroffen: Unterstützt wird die Essbare Stadt durch das Projekt „Lebenswelten“, durch welches sie Versorgung mit frischem lokalem Obst und Gemüse gewährleistet:

Aus dem Flyer der „Essbaren Stadt“ Andernach, abrufbar unter:
<https://www.andernach.de/formulare/essbare-stadt-flyer-2020-print.pdf?cid=10j>

Permakultur

Synergieeffekte schaffen

Nicht nur in der Innenstadt ist Andernach als „grüne Stadt“ erlebbar. Im Stadtteil Eich begeistert das Projekt „Lebenswelten“ mit der Entwicklung einer 14 ha großen öffentlichen Permakulturanlage.

Obst und Gemüsebau in konsequenter ökologischen Anbau heißt hier der Verzicht auf Herbizide und mineralische Dünger. Dafür wird mit Zwischenfrüchten im Mischfruchtbau und mit umfangreichen Mulchen gearbeitet.

Aber auch seltene Nutztierrassen, wie Schwäbisch-Hällische Hausschweine oder die Schafsrasse „Coburger Fuchs“ sind hier zu finden. Deren Produkte werden übrigens im Inneren der Innenstadt (Hochstraße 53) jedem Bürger und Gast für einen sehr günstigen Preis zum Kauf angeboten. Sollte die „Essbare Stadt“ also mal kurzfristig abgeremtet sein, kann man auch so jederzeit gesundes Gemüse und Obst erstehen.



Im Andernacher „Ernährungs-Netzwerk“ haben sich so nachhaltige und regionale Produkte und neue Verbindungen innerhalb der Region etablieren können. Außerdem ist ein Diskurs unter den Anwohnern entstanden, dessen Reichweite sich schwer messen lässt. Andernach erlangte durch das Projekt weiterhin überregionale Bekanntheit, was einerseits die Stadtgemeinschaft in Form von Tourismus bereichert (vgl. Niemann 2020), andererseits auch dafür sorgt, dass die Idee weitere Nachahmer findet. Die Ausgangsproblematik für ebenjene fasst Kosack folgendermaßen zusammen:

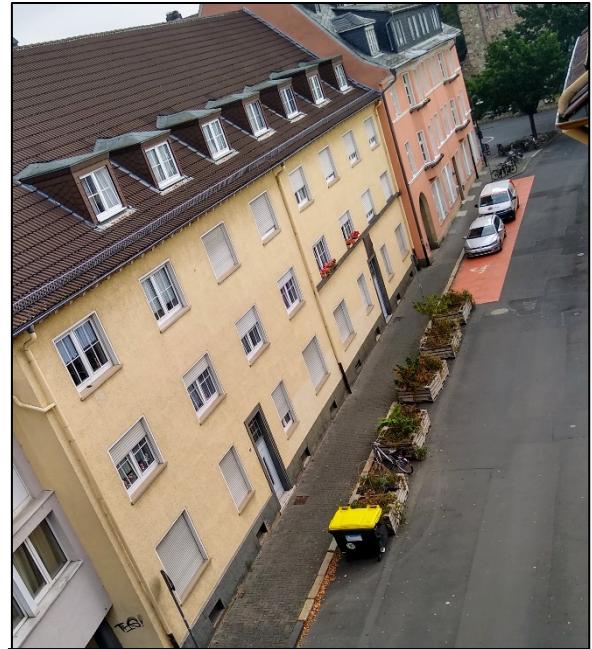
Aspekte der „Essbaren Stadt“ auf einen Blick

- Förderung der Kulturpflanzenvielfalt
- Demonstration von Agrobiodiversität
- Schaffung neuer Lebensräume
- Gestaltung multifunktionaler Grünflächen
- Stadtklimatische Aufwertung durch Begrünungsmaßnahmen
- Ökonomische Grünflächenpflege
- Aktivierung der Bürger für die Gestaltung der eigenen Stadt
- Integration von Langzeitarbeitslosen

„Öffentliche Grünanlagen stehen eigentlich jedermann zur Verfügung. Aber nur zu oft werden sie von Bürgern als Fläche der Stadt oder der Kommune gesehen – und nicht als ihre Flächen, als Flächen der Bürger. Die Stadt wiederum sieht ihre Aufgabe mit möglichst minimalem ökonomischem Aufwand halbwegs „gepflegte“ Flächen zu präsentieren, was allzu oft zu leblosen, pflegeleichten und artenarmen Grünanlagen führt.“ (Kosack, o.J.)

Diese Beschreibung trifft auch auf Gießen zu, viele öffentliche Plätze bieten Möglichkeiten zur Begrünung, bestehende Grünanlagen haben (bis auf wenige Ausnahmen) keine essbaren Nutzpflanzen. In Andernach habe sich im Zeitverlauf die Haltung der menschlichen Akteure gewandelt: Anfangs seien viele Bürger skeptisch gewesen, da sie frei zugängliche Pflanzen in öffentlichen Räumen als Zeichen von Bedürftigkeit gesehen haben. Mittlerweile werde die Essbare Stadt als Luxus wahrgenommen (vgl. Niemann 2020). Dort hat also die Veränderung des nicht-menschlichen Akteurs (öffentlicher Raum; Beet) zu einer Veränderung bei den menschlichen Akteuren geführt.

Das Wurzelwerk Gießen, ein Aktionsbündnis, welches sich der Anlegung von urbanen Gärten in Gießen verschrieb, griff das Konzept „Essbare Stadt“ auf (vgl. Wurzelwerk Gießen o.J.). Dieses scheint jedoch mittlerweile inaktiv. Ein Haus der Nachhaltigkeit könnte die Koordinierung solcher Projekte übernehmen und für Synergieeffekte zwischen Akteuren sorgen.



Beete in der Gießener Schlossgasse, eigene Aufnahme

Andernach – Die Essbare Stadt

Aktionsraum für die Bürger

Öffentliche Grünanlagen sind für alle da! Andernach geht mit dem Konzept der multifunktionalen „Essbaren Stadt“ neue Wege, lässt öffentlichen Grünräumen neue Funktionen zukommen und motiviert die Bürger, sich für den Lebensraum in der eigenen Stadt einzusetzen. Die Nutzpflanzen machen nicht nur die Jahreszeiten wieder bewusst erfahrbare, sondern auch die natürlichen Phasen von Säen, Wachsen und Ernten.



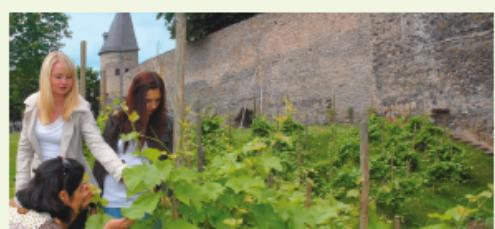
Bekanntes Beispiel für ein Schauen und Sammeln, ist die Walnuss. Ähnliches können aber auch Esskastanien und Knackmandeln bezwecken und auch Nutzpflanzen wie Artischocken, Kartoffeln, Mangold und Grünkohl überzeugen durch Ihre Schönheit.



Der Ansatz der Berücksichtigung von Nutzpflanzen auf öffentlichen Flächen holt die Natur in die Stadt zurück und schafft neue Zugänge zu einer bewussten, gesunden Ernährung. Betreut werden die Flächen vor allem von Langzeitarbeitslosen, welche von professionellen Gärtner*innen angeleitet werden. Hierbei ist die Perspektive gGmbH, die örtliche Gesellschaft für Bildung, Qualifizierung und Integration von Langzeitarbeitslosen, federführend.

Pflücken erlaubt!

In Andernach heißt es „Pflücken erlaubt“ und nicht „Betreten verboten“. Gemüsesorten wie Möhren und Bohnen, Obstsorten, Beerenarten, Spaliergehölze, Küchenkräuter oder Schnittpflanzen werden in den Grünanlagen gepflanzt und lassen völlig neue Wahrnehmungsräume entstehen. Jedes Jahr steht eine Nutzpflanze besonders im Fokus. Seit 2010 wurden an der Mauer im Schlossgarten 101 Tomatensorten, 100 Bohnensorten sowie 20 Zwiebelsorten gepflanzt. Jedes Jahr steht eine andere Gemüse- oder Obstsorte im Mittelpunkt. Durch das Aufstellen von Trinkwasserbrunnen, wurde Andernach auch zur „trinkbaren“ Stadt.



Insbesondere fördert das Projekt den Anbau von regionalen und seltenen Sorten und stärkt damit die Identifikation mit der Heimat und unterstützt die urbane Biodiversität. Platz für Gemüse und Co. ist immer, so werden z.B. auch temporäre Baulücken zur Anpflanzung genutzt.



Aber es geht noch weiter: Die „Essbare Stadt“ ist nur Teil einer modularen und nachhaltigen Grünraumplanung. Mit der Umstellung von Wechselbeeten auf pflegeleichte Staudenbeete verbindet die Stadt ökologische und ökonomische Vorteile. Gemeinsam mit Städten wie Oslo, Rotterdam, Berlin oder Havanna, erarbeitet Andernach im Rahmen des Projektes „EdiCitNet“ neue Konzepte einer nachhaltigen Stadtentwicklung. Um insbesondere die jungen Einwohner der Stadt in das Projekt zu integrieren, wurde ein „fahrbarer Schulgarten“ entwickelt, welcher je nach Bedarf an betreffenden Schulen oder Kindergärten aufgestellt werden kann.

Verkehrswege:

Radverkehr hat eine unbestritten bessere Klimabilanz als der Verkehr im PKW. Im (Teil-)Netzwerk der Mobilität in Gießen gibt es diverse Akteure: Menschen, die an einen anderen Ort reisen müssen; das Transportmittel, das sie nutzen; die Infrastruktur, auf denen die Transportmittel verkehren. Wenn ein Akteur verändert wird, ändert sich auch die Gesamtsituation im Netzwerk. Die aufgelisteten Akteure sind unvollständig und es gibt Situationen, in denen Entscheidungen über Handlung unabhängig von diesen ausschlaggebend anmutenden Akteuren getroffen werden: Dies ist beispielsweise bei Krankentransporten der Fall.

Die Fahrradbranche erlebt seit Jahren eine gute Konjunktur – nicht zuletzt aufgrund des E-Bikes (vgl. Haupt 2019). Die Veränderung des Akteurs „Transportmittel“ führt zu einer Veränderung im Verhalten der Menschen, welche, zumindest teilweise, weniger Strecke mit dem Auto zurücklegen. Dennoch wird dem Fahrradmarkt weiteres Wachstumspotenzial zugesprochen, wenn die Sicherheit beim Radfahren erhöht werden kann. Dafür sprechen Umfrageergebnisse der Portland State University, welche die Erkenntnis lieferten, dass der „überwiegende Teil der Befragten in den USA – je nach Erhebung zwischen 51 und 60 Prozent – [...] häufiger mit dem Rad fahren [würde], wenn er sich dabei sicherer fühlen würde“ (Haupt 2019). In Deutschland ist Radfahren verhältnismäßig unsicher: Zwar gibt es in der BRD weniger Tote als in den Vereinigten Staaten oder im Vereinigten Königreich, die Zahl der Verkehrstoten in diesem Bereich übersteigt jedoch die der Niederlande oder die Dänemarks deutlich (vgl. Haupt 2019).

Probleme bezüglich der Sicherheit treten hierbei vor Allem in 3 Feldern auf: Einerseits führt das sogenannte „Dooring“, also das unbedachte Öffnen von Türen geparkter PKW, zu vielen Unfällen. Andererseits ist ein falsches Abbiegeverhalten der Autofahrer ein immenser Faktor. Dabei ist primär das Rechtsabbiegen hervorzuheben. Des Weiteren beeinflussen Beinahe-Zusammenstöße das Sicherheitsgefühl der Radfahrer. Hierzu kommt es gehäuft, wenn ohne ausreichenden Abstand überholt wird, die oftmals nur durch eine farbliche Markierung gekennzeichneten Radsteifen missachtet und diese durch Parken oder Halten blockiert werden (vgl. Haupt 2019). Dabei ist es wichtig zu erwähnen, dass, dem Allgemeinen Deutschen Fahrradclub zufolge, etwa zwei Drittel der Unfälle mit Fahrradbeteiligung vom Kraftfahrer verschuldet sind (vgl. Haupt 2019).

Diesen Problemen lässt sich mithilfe der Akteur-Netzwerk-Theorie Abhilfe leisten: Durch eine Anpassung des Akteurs „Infrastruktur“ hin zu baulich getrennten Radwegen lässt sich das Verhalten der Kraftfahrer beeinflussen; ebenso wird das Radfahren attraktiver, wodurch der Akteur „Verkehrsmittel“ beeinflusst wird. Dem Kraftfahrer wird hierbei das unerwünschte Verhalten deutlich erschwert.

Die Unfallforscher der Versicherer fordern nach ihren Untersuchungen breitere Radwege, die Möglichkeit zum Überholen auf ebenjenen, sowie eine konsequenteren Ahndung von Verstößen gegen vorgeschriebene Sicherheitsabstände (vgl. UDV o.J.). Diese

Verbesserungsvorschläge für die Sicherheit im Radverkehr lassen sich als die Übersetzung der Akteure konzeptionell in die Akteure-Netzwerk-Theorie einordnen. Diese bietet außerdem weitere Vorteile: Die Schaffung eines „Mobilitäts-Netzwerkes“ kann zusätzliche Kreise ziehen, denn die Akzeptanz der neuen Rollen im Straßenverkehr erhöht sich nach gelungener Normalisierung fortlaufend.

Ähnliche Effekte sind in abgeschwächter Form bei der Reduzierung des Tempolimits erwartbar, jedoch wird diese Veränderung im Netzwerk hinzu einer moralischen Verpflichtung zum Langsamfahren analog zum Schlüssel-Beispiel nicht alle menschlichen Akteure tatsächlich davon abhalten, schnell zu fahren. Veränderte Infrastruktur hingegen fungiert als Befrachtung, welche eine Gefährdung der Radfahrer, in diesem Fall durch Geschwindigkeit, deutlich erschwert. Insbesondere deshalb ist es wichtig, dass Fahrradinfrastruktur baulich getrennt ist. Effektiver als ein Straßenschild aufzustellen wäre es demnach, die Fahrbahn zu schmälern, Hindernisse aufzubauen oder Radfahrern und Fußgängern auf Kreuzungen, exemplarisch durch Höhenunterschiede in der Fahrbahn, Priorität einzuräumen.

In den Niederlanden wird Mobilität anders betrachtet. Anfang des 20. Jahrhunderts ähnelte die dortige Situation der hiesigen: Ganze Stadtteile wurden für breite Autostraßen zerstört und der Radverkehr nahm stetig ab. In den 70er Jahren beginnt sich die Gesinnung zu verändern - Die vielen Verkehrstoten und die Ölkrise von 1973 sorgen dafür, dass die autofreundliche Politik korrigiert wird (vgl. Van der Zee, 2015). Über „autofreie Sonntage“ und ähnliche Aktionen begann die Regierung in den 80er Jahren mit den ersten physischen Gestaltungsmaßnahmen (vgl. Van der Zee, 2015). Im Lauf der Zeit und mit fortschreitender Normalisierung etablierte sich das Fahrrad wieder im Habitus der Niederländer. Für den heutigen Erfolg des Fahrrads ist allerdings primär die konsequente Umgestaltung des öffentlichen Raums und eine großflächige Netzwerkbildung notwendig – dafür sprechen auch aktuelle erfolgreiche Ambitionen aus Washington, Minneapolis oder Portland (USA) (vgl. Haupt 2019). Auch eine Veränderung des Akteurs Infrastruktur mit Fokus auf den Alltag der menschlichen Akteure, etwa durch die Fokussierung auf Verbesserung von Schul-, Einkaufs- und Arbeitsweg mit CO2-neutralen Verkehrsmitteln, sorgten für eine effiziente Verbesserung des Netzwerks (vgl. LKGI 2020)

Eine solche, geplante Festlegung von Akteuren (Infrastruktur, Beete) auf eine Rolle oder Verhaltensweise (Skript) wird als „*Inskription*“, die darauffolgende Änderung im Netzwerk als „*Präskription*“ bezeichnet. So ist es über die Akteur-Netzwerk-Theorie möglich, anhand von Skripten eine Änderung im Netzwerk in Ansätzen zu planen. Solche Skripte könnten in einem Haus der Nachhaltigkeit für Gießen entwickelt werden.

Um die ambitionierten, von der Stadt gesetzten Klimaneutralitätsziele zu erreichen, ist es hilfreich, nicht nur einzelne Orte der Nachhaltigkeit zu schaffen. Vielmehr muss außerdem ein Paradigmenwechsel bei der Betrachtung unseres öffentlichen Raumes vollzogen werden. Konkrete Vorschläge zur Veränderung einzelner Akteure in ihren jeweiligen Netzwerken müssen der Akteur-Netzwerk-Theorie zur Folge auch die Infrastruktur als Akteur begreifen.

Wenn die Stadt, ihre Plätze und ihre Verkehrswege im Ganzen als „Haus der Nachhaltigkeit“ betrachtet werden, kann sich Nachhaltigkeit im Verhalten der Menschen etablieren und normalisieren.

Literatur

- Niemann, Anna-Lena. 2020. Eine Stadt wie ein Füllhorn. Verfügbar unter: faz.net/aktuell/wirtschaft/wohnen/gruenflaechen-in-andernach-die-essbare-stadt-16801849.html [Zugriff: 27.07.2021].
- Van der Zee, Renate. 2015. Cycling in the City. How Amsterdam became the bicycle capital of the world. Verfügbar unter: <https://www.theguardian.com/cities/2015/may/05/amsterdam-bicycle-capital-world-transport-cycling-kindermoord> [Zugriff am 29.07.2021].
- Kosack, Lutz. O. J. Essbare Stadt Andernach. Verfügbar unter: <https://www.andernach.de/formulare/formulare-4/essbare-stadt-andernach-text.pdf?cid=85g> [Zugriff 29.07.2021].
- Stadt Andernach. 2020. Die Essbare Stadt. Aufwertung öffentlicher Flächen durch Nutzpflanzen. <https://www.andernach.de/formulare/essbare-stadt-flyer-2020-print.pdf?cid=10j> [Zugriff: 27.07.2021].
- Schulz-Schaefller, Ingo. 2000. Akteur-Netzwerk-Theorie: zur Koevolution von Gesellschaft, Natur und Technik. In J. Weyer (Hrsg.). *Soziale Netzwerke: Konzepte und Methoden der Sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung*: 187-210. München: Oldenbourg. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-122154>. [Zugriff: 18.07.2021].
- Haupt, Sebastian. 2019. Vom Fahrradabtraum zur autofreien Innenstadt. *Katapult Nr. 14, Juli-September 2019*: 16-23.
- Unfallforscher der Versicherer. 2019. Sicherheit von Radfahrstreifen und Schutzstreifen. <https://www.udv.de/strasse/stadtstrasse/radverkehr/radfahrstreifen-und-schutzstreifen> [Zugriff: 02.08.2021]
- Landkreis Gießen. 2020. Radverkehrskonzept für den Landkreis Gießen. Mai 2020. https://www.lgki.de/images/formulare_downloads/Wirtschaft_Arbeit-Bildung/Radverkehrskonzept/Bericht.pdf [Zugriff: 08.08.2021]
- Frankfurter Allgemeine Zeitung. 2019. Ambitionierte Klimaziele. Gießen will beim Klimaschutz Tempo machen. <https://www.faz.net/aktuell/rhein-main/region-und-hessen-giessen-will-beim-klimaschutz-tempo-machen-16406167> [Zugriff: 14.09.2021]
- Wurzelwerk Gießen. *Urbane Gärten in Gießen*. <https://www.wurzelwerk-giessen.de/urbanesgaertnergiessen> [Zugriff: 11.09.2021]

Nachhaltig Planen, Bauen und Wohnen

Nachhaltiges planen und bauen von Häusern und Wohnungen Lea Frisch

Einleitung

Nachhaltigkeit ist schon seit längerer Zeit ein wichtiges und immer relevanter werdendes Thema in unserer Welt und unserer Gesellschaft. In jeglicher Art von Planungen, Handlungen und Umsetzungen, muss die Gesellschaft ihre Vorgehensweise überdenken, da die

Bevölkerung der Welt, seit Jahrzehnten zu viele Ressourcen zu unüberlegt verwendet, ohne sich um die Folgen, oder die Reproduktion der Ressourcen früh genug zu kümmern. Dadurch wurden so viel Öl, Holz, Sand uvm. verwendet, dass die Menschheit in einigen Jahren ein immer größeres Problem mit Baustoffen bekommen wird.

Die Probleme betreffen jedoch nicht nur das schwinden von Ressourcen, sondern auch die Natur wie Bäume, Wälder, Tiere, Klima und viele weitere Bereiche, die unter dem Konsum der Menschheit leiden, was sich in unterschiedlichen Weisen äußert.

Aus diesem Grund ist es wichtig sich in der heutigen Zeit gründlich damit zu beschäftigen, wie man sein Leben und seinen ökologischen Fußabdruck nachhaltiger gestalten kann, da man in vielen unterschiedlichen Bereichen bewusster handeln kann.

Einer dieser Bereiche, ist das Bauen und Planen von Häusern und Wohnungen, da viele Schritte und Materialien beim Bau eines Hauses der Umwelt zur Last fallen und zusätzlich langfristig Probleme entstehen, die man durch eine durchdachtere Planung vermeiden kann. Im Folgenden werden die einzelnen Probleme des Planens und Bauens von Häusern erläutert, woraufhin eventuelle Lösungsvorschläge und auch Ideen zur Behebung des Problems dargestellt werden.

Nachhaltiges Planen und Bauen

Viele Probleme nachhaltigen Bauens entstehen schon sehr früh in der Planungsphase. Ein großes Problem dabei ist, dass die Käufer der Häuser, die diese in Arbeit geben oft der Meinung sind, dass der Bau der Häuser sehr viel teurer wird, wenn der Bau auf nachhaltige Art und Weise durchgeführt wird (vgl. Hofquartier, 2021). Aufgrund dessen, dass in der Gesellschaft oft das Bild vermittelt wird, dass ein nachhaltiges Leben teurer ist und nachhaltige Materialien schwerer und seltener zu beschaffen sind als gängigere Materialien, die im Normalfall benutzt werden.

Eine Studie der Green Building Council Organisation aus Dänemark hat jedoch gezeigt, dass der Bau mit einem nachhaltigen Konzept nicht teurer als ein Bau mit herkömmlichem Konzept sein muss (vgl. DGNB 2020). Es kommt dabei ganz darauf an, den Bau schon in der Planung nachhaltig zu gestalten und sich intensiver damit zu beschäftigen. Viele höhere Kosten entstehen nämlich nicht nur durch den nachhaltigen Bau, sondern auch oft durch gewisse Extrawünsche, durch die der Auftraggeber das Haus anschaulicher und wertvoller gestalten möchte, um mehrere Interessenten zu gewinnen. In der zuvor genannten Studie wurden die Kosten von unterschiedlichen Häusern miteinander verglichen. Dies hat gezeigt, dass der nachhaltige Bau nur einen kleinen Prozentsatz teurer ist.

Mit der richtigen Planung können nachhaltig entworfene Häuser jedoch auf Dauer kostengünstiger sein, da Sie mit den richtigen Materialien und Konzepten oft langlebiger sind und nicht so häufig restauriert werden müssen. Zusätzlich dazu kann ein intelligenter Bau vor vielen weiteren hohen Nebenkosten wie Strom, Heizung etc. schützen. (vgl. Stahr 2019, 17ff).

Viele Materialien können bei einem nachhaltigen Bau zu diesen Vorteilen beitragen. Zumal es neben den Kosten noch viele weitere Probleme gibt, die den ökologischen Fußabdruck von einem Haus verschlechtern. Mit den größten Problemen, durch die der ökologische Fußabdruck

verschlechtert wird ist das nutzen von Materialien, welche schlecht für die Umwelt sind, Materialien die extra für den Bau hergestellt werden, oder einen weiten Weg zur Beschaffung haben. Jedoch ist nicht nur die Beschaffung schädlich für die Umwelt. Eines dieser Materialien ist Beton und der darin enthaltene Zement und auch Sand. Zement ist sehr beliebt, da er sehr günstig hergestellt wird und sehr unterschiedlich eingesetzt werden kann. Das Problem bei der Herstellung von Zement sind jedoch die Treibhausgasemissionen und die immer größere Nachfrage an dem Material. Bei der Herstellung von Zement gibt es hier in Deutschland ein ungefähres Treibhauspotential von durchschnittlich 587kg Co² Äquivalenten pro einer Tonne Zement. (Stand 2019.) Dies geschieht einerseits durch die Verbrennung von Kalkstein, da dafür Temperaturen in Höhe von 1.450°C benötigt werden, wodurch ein hoher Energieverbrauch stattfindet. Außerdem gibt es bei der Entsäuerung von Kalksteinen eine chemische Reaktion, welche zur Freisetzung von CO² führt. 50% aller Emissionen bei der Herstellung von Zement entstehen bei eben dieser Entsäuerung. Der Anteil von Zement-Emissionen an den gesamten globalen Emissionen liegt bei 8% und in Deutschland bei 2%, dies sind ungefähr 4,65 Mrd. Tonnen Zement, die global in einem Jahr verbraucht werden. Aufgrund dessen, dass der Verbrauch die nächsten Jahre immer weiter steigen soll, muss eine Alternative gefunden werden, wie der Verbrauch und der Co² Ausstoß minimiert wird (vgl. WWF Deutschland 2019, 7ff).

Auch viele andere der benutzten und verbauten Materialien wie Lack, Kleber, Farbe oder auch Putz sind nicht nur schädlich für die Menschen, die in den Häusern leben in welchen die Stoffe verarbeitet wurden. Sie sind auch schädlich für die Umwelt, da sie zum Beispiel durch das Abwasser wieder in die Natur gelangen und zu Schadstoffeinträgen in die Umwelt führen (vgl. Friedrichsen 2018, 131ff). Mittlerweile gibt es viele Unternehmen die es sich zur Aufgabe gemacht haben, ökologisch abbaubare, oder grundsätzlich umweltfreundlichere Materialien und Konzepte zu entwickeln, die bei dem Bau eines Hauses verwendet werden können.

Möglichkeiten aus einem Hausbau einen nachhaltigen Hausbau zu machen wäre bei der Beschaffung der Baumaterialien auf Umweltsiegel zu achten, die versichern, dass die Materialien nachhaltig und umweltschonend sind. Beispiele dafür sind einmal das „blaue Engel“ Siegel, welches man bekommt, wenn man bestimmte staatlich festgelegte Kriterien erfüllt. Ein weiteres Siegel einer ähnlichen Art ist „naturplus“. Dieses Label vergibt ihre Siegel an Firmen die Materialien herstellen, welche aus Stoffen bestehen, die entweder umweltschonend sind, oder immer wieder nachwachsen und somit nicht knapp werden (vgl. Friedrichsen 2018, 135ff).

Weitere Alternativen für einen nachhaltigen Bau sind zum Beispiel bestimmte Hausfassaden, welche aus Überresten der Landwirtschaft gewonnen werden, wie z.B. Reishülsen. Diese können nicht nur als Hausfassade, sondern auch grundsätzlich als Alternative für Wände in dem Haus genutzt werden. Zudem kann diese Tropenholzalternative am Ende komplett recycelt werden, wodurch sie nicht der Umwelt zur Last fällt. Das gilt umso mehr, als Reishülsen bislang in der Landwirtschaft verbrannt werden, da vorher niemand für Sie Verwendung hatte (vgl. Resysta 2018, Hofquartier 2021). Ein weiteres Beispiel ist eine bestimmte Art von Fliesen. Diese kann man als nützliche Boden- oder Wandalternative

verwenden. Diese Fliesen speichern im Sommer die Kälte und im Winter die Wärme wodurch man sich viele Heizkosten sparen kann. Zusätzlich dazu bestehen die Fliesen aus natürlichen umweltfreundlichen Stoffen und werden in Deutschland hergestellt (vgl. Fliesenkübler 2018). Ein weiteres Konzept Wärme und auch Kälte in dem eigenen Haus zu speichern, ist die richtige Ausrichtung des Hauses bei der Planung. Dadurch muss die Lage des Sonnenauf- und Untergangs miteinberechnet werden, da diese so abgespeichert werden kann und man auf lange Sicht viel Energie sparen kann (vgl. Stahr 2019, 25ff). Dabei helfen auch Fenster, die eine bestimmte Verglasung haben, oder extra dafür entwickelte Rollläden an Fenstern, wodurch Wärme, oder Kälte besser in den Räumen gespeichert werden kann (vgl. ipcompany 2021; Stahr 2019, 210ff).

Zusätzlich zu der zuvor genannten Ausrichtung, ist es von Vorteil, egal ob man ein Einfamilienhaus, oder Mehrfamilienhaus baut, einen (Dach-)Garten mit einzuplanen. Durch diesen Garten bekommen Tiere wie Vögel in Bäumen, Fische in einem Teich, oder auch Insekten einen Raum zum Leben (vgl. Stahr 2019, 27ff).

Eine weitere Möglichkeit um den Bau nachhaltiger zu gestalten wäre ein Solarsystem auf dem Dach anzubringen, wodurch man Energie auf einem natürlicheren Weg gewinnen kann, welcher schonender für das Klima ist (vgl. Stahr 2019, 293ff).

Außerdem gibt es die Möglichkeit kein neues Haus zu bauen und dafür ein älteres Haus zu modernisieren. Viele Häuser wurden und werden weiterhin nicht langlebig gebaut, wodurch sie schneller für den Käufer unattraktiv werden und unbewohnt bleiben. Eben diese Häuser könnte man anstelle von einem neuen Haus kaufen und modernisieren. Dadurch würde man Altes wiederverwenden und alleine dadurch schon viel umweltfreundlicher und nachhaltiger handeln. Durch Wiederverwendung müssen keine Grünflächen erschlossen und bebaut werden und schon gebaute Gebäude verfallen weniger und bleiben bewohnbar und es werden Ressourcen wie immer knapper werdendes Erdgas und Erdöl eingespart (vgl. Stahr 2019, 24ff; Friedrichsen 2018, 19ff).

Durch die Minimierung von Transportwegen verschiedenster Materialien und Geräte, können Ressourcen eingespart werden. Solche Nebeneffekte wie zum Beispiel auch Aushebungen durch einen Bagger etc. sind alles Umwelt belastende Vorgehensweisen die bei einem nachhaltigen Bau miteinberechnet und minimiert werden müssen (vgl. Friedrichsen 2018, 126ff).

Neben diesen unterschiedlichen Möglichkeiten, kann man sich zusätzlich bei der eigenen Stadt und den zuständigen Behörden informieren, welche Hilfen oder Möglichkeiten die Stadt anbietet.

In Gießen zum Beispiel gibt es an der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM) ein eigenes Fachgebiet mit dem Namen „Nachhaltiges Bauen“, in welchem man das Planen, Bauen und Nutzen, des nachhaltigen Bauens als Bachelor, oder auch Master, erlernt. Des Weiteren, gibt es in Gießen das Unternehmen „bauWerk“, welches neben vielen weiteren Aufgabenbereichen auch einen eigenen Aufgabenbereich zum Thema nachhaltiges Bauen besitzt. Das Unternehmen hat sich auf die Beratung zu nachhaltigem Bauen und der Umsetzung spezialisiert (vgl. bauWerk 2021).

Das Unternehmen „aplusarchitektur“, welches seinen Sitz in Gießen hat, beschäftigt sich neben dem Bau von neuen Häusern auch damit alte, denkmalgeschützte Häuser aufzubessern, um sie weiterverwenden zu können, damit sie nicht ohne Nutzen zerfallen (vgl. aplusarchitektur 2021).

Anschlussmöglichkeiten an das Thema Nachhaltiges Bauen und ein Haus der Nachhaltigkeit bietet auch die Arbeitsgruppe „Bauen und Sanieren“ in Gießen, welche im Dezember 2020 im gegründet wurde. Sie entstand bei einem Treffen mit insgesamt 150 Teilnehmern. Diese wurden in vier Arbeitsgruppen aufgeteilt, um in den jeweiligen Themenbereichen Ideen für einen Plan zu sammeln, mit dem Gießen, bis 2035 klimaneutral wird. Die Arbeitsgruppe „Bauen und Sanieren“ hält Treffen ab, um sich über ein nachhaltigeres Bauen von Gebäuden auszutauschen und versucht Pläne zu entwerfen, die in Gießen umgesetzt werden können, damit Gießen nachhaltiger werden kann (vgl. Gießener Allgemeine 2021, Gießen 2020).

Alles in allem kann man sagen, dass es zwar weiterhin noch viele Probleme der Nachhaltigkeit in der Planung und dem Bau von Häusern gibt, sich jedoch immer mehr Alternativen und Ansprechpartner finden lassen, um diesen Problemen entgegenzutreten. Zusätzlich lassen sich immer mehr Lösungen finden, welche immer mehr an die Öffentlichkeit gelangen, wodurch ein nachhaltigeres Leben einfacher wird.

Literatur

- bauWerk. *bauWerk bietet Kompetenz aus einer Hand!*. Verfügbar unter: <https://www.bau-werk-gmbh.com/unternehmen/profil> [Zugriff am 23.08.2021].
- Friedrichsen, Stefanie. 2018. *Nachhaltiges Planen, Bauen und Wohnen. Kriterien für Neubau und Bauen im Bestand*. 2. Aufl. Münster: Springer Vieweg.
- Gießen. *Städtische Klimaschutz-Arbeitsgruppen angelaufen. Maßnahmen werden ausgearbeitet*. Verfügbar unter: <https://www.giessen.de/index.php?ModID=7&FID=2874.7177.1&object=tx%7C2874.7177.1> [Zugriff am: 22.09.2021].
- Gießener Allgemeine. *Nachhaltiges Bauen, Energie und Konsum*. Verfügbar unter: <https://www.giessener-allgemeine.de/giessen/nachhaltiges-bauen-energie-und-konsum-90783518.html> [Zugriff am: 23.08.2021].
- Hofquartier. *Nachhaltiges Bauen: Warum ökologisch nicht immer teu(R)er sein muss*. Verfügbar unter: https://hofquartier.de/nachhaltig-bauen/?gclid=Cj0KCQjwpf2IBhDkARIsAGVoOD1-U8ZxdyFC62O7h1xiKpdOQDwMoar0M6rzgmsA08R4PwU6vnnMDEsaAITqEALw_wcB [Zugriff am: 23.08.2021].
- Kehl, Levke Maria. *Die Mär der Mehrkosten beim nachhaltigen Bau*. Verfügbar unter: <https://blog.dgnb.de/studie-kosten-beim-nachhaltigen-bauen/> [Zugriff am: 23.08.2021].
- Neumann, Maik. *Nachhaltiges Bauen*. Verfügbar unter: <https://www.thm.de/bau/fachbereich/fachgebiete-h-z/nachhaltiges-bauen> [Zugriff am: 23.08.2021].
- Rohrbach, Timm. *Zeitgemäßer Denkmalschutz*. Verfügbar unter: <http://www.aplusarchitektur.com/index.php/item/lichthaus-rohrbach-2.html> [Zugriff am: 23.08.2021].
- Stahr, Michael. 2019. *Sanierung von baulichen Anlagen, Nachhaltig- Ökologisch- Umweltgerecht*. Leipzig: Springer Vieweg.
- WWF Deutschland. 2019. *Klimaschutz in der Beton- und Zementindustrie. Hintergrund und Handlungsoptionen*. Berlin: WWF.

Nachhaltig wohnen und leben

Michelle Grove

Einleitung

Beim Einrichten von Wohnungen oder Häusern werden häufig neue Möbel zur Innenausstattung verwendet. Der käufliche Erwerb von Neumöbeln ist auf diversen Wegen möglich. Neben Möbelgeschäften vor Ort bietet das Internet eine riesengroße Auswahl an Möbeln. Beim Bestellen von Möbeln ist es möglich, diese erst zu bezahlen, wenn sie geliefert wurden. Man spart auf diesem Wege meistens nicht nur den Transport, sondern oft ist auch der Aufbau der Möbel von Angestellten des jeweiligen Shops im Preis mit inbegriffen. Gerade Garnituren, welche viel Platz wegnehmen und allgemein unhandlich sind, können nicht im Auto transportiert werden. Aus diesem Grund entsteht oft die Abhängigkeit, sich ein größeres Fahrzeug zu leihen oder sogar zu mieten. Dementsprechend ist gerade der Kauf über das Internet sehr attraktiv und wird von vielen deswegen bevorzugt. Zwischen all diesen überzeugenden Angeboten, wird schnell und gerne mal vergessen, dass diese Art und Weise nicht die umweltfreundlichste und auch nicht die nachhaltigste ist. Auch Möbel können Second Hand erworben werden und dieser Kauf schont dann nicht nur den Geldbeutel, sondern dient auch der Nachhaltigkeit. Neben Online Shops für neue Innenausstattung, gibt es auch unzählbar viele Plattformen, auf denen Leute ihre alten Möbel zu niedrigen Preisen anbieten. Zwar ist der Kauf von gebrauchten Möbeln auf solchen Plattformen oft damit verbunden, dass man diese abholen und selbst aufbauen muss, aber man spart eben auch eine Menge Geld und es muss nichts Neues produziert werden. Doch die Innenausstattung ist nur ein Teil, der zum Wohnen dazugehört und bei dem es sich lohnt, auf Nachhaltigkeit zu achten.

Wasser und Strom

Oft machen Kleinigkeiten einen großen Unterschied im Endprodukt. Nimmt man das Wassersparen als Beispiel, lassen sich viele Alltagssituationen finden, bei denen Wasser sparen möglich ist. Nutzt man regelmäßig die Dusche anstelle der Badewanne und lässt zusätzlich beim Duschen nicht ununterbrochen das Wasser laufen, spart man eine ganze Menge an Wasser. Auch beim Zahneputzen bietet es sich an, nicht die ganze Zeit den Wasserhahn laufen zu lassen. Ähnlich ist es beim Spülen möglich, mit dieser Methode Wasser zu sparen. Und gerade beim Spülen ist die Versuchung groß, den Geschirrspüler jeden oder jeden zweiten Tag laufen zu lassen, da man so mit nur einem Knopfdruck schnell wieder sauberes Geschirr und Besteck hat. Doch hier lohnt es sich, zu warten, bis die Spülmaschine wirklich voll ist und diese erst dann einzuschalten. Aber auch draußen, beispielsweise im Garten, ist es möglich, sparsam mit Wasser zu arbeiten. Beim Gießen von Blumen und Pflanzen lohnt es sich beispielsweise, eine Regentonne anzuschaffen, um Regenwasser aufzufangen und dieses im Anschluss zum Bewässern zu nutzen. Des Weiteren kann man nicht nur nachhaltig Lebensmittel einkaufen, sondern diese auch so zubereiten, dass Wasser gespart wird, indem man beim Kochen nur so viel davon verwendet, wie wirklich benötigt wird. Außerdem kann man mit etwas Recherche herausfinden, welche Lebensmittel nachhaltig

produziert und/oder gewonnen werden und seinen Einkauf eventuell umgestalten. Der Transportweg ist ebenfalls ein wichtiger Aspekt auf den geachtet werden sollte. Hinzu kommt natürlich, dass es sich lohnt, zu Fuß oder mit dem Rad zum Einkaufen zu gelangen, falls es möglich ist. Wer Spaß an Gartenarbeit hat und etwas Geduld mitbringt, der kann sich überlegen, beispielsweise Gemüse im Garten anzupflanzen, falls der Platz und Boden es zulässt. Das spart auf Dauer nicht nur Geld, man weiß zusätzlich wo es herkommt und kann sich sicher sein, dass keine Konservierungsstoffe o.Ä. zugesetzt wurden. Aber nicht nur beim Wasser gibt es viele Möglichkeiten zu sparen. Auch mit Strom kann man unterschiedlich wirtschaften. Schon regelmäßiges Kontrollieren bzw. Entlüften der Heizung kann eine Menge an Strom sparen. Achtet man zusätzlich darauf, dass die Heizungsluft frei zirkulieren kann, wird auch dieses im Endeffekt erkennbar sein. Gerade im Schlafzimmer und/oder in der Küche, sind geringere Temperaturen empfehlenswert, da Heizungsluft eines gesunden Schlaf nicht unbedingt positiv beeinflusst und in der Küche schnell für eine zu hohe Luftfeuchtigkeit sorgen kann, wodurch gewisse Lebensmittel weniger lang haltbar sind.

Nachhaltig einrichten

Wie einleitend bereits erwähnt, lohnt es sich auch bei Möbeln beziehungsweise generell bei der Innenausstattung darauf zu achten, diese nachhaltig anzuschaffen. Bei der Anschaffung von Innenausstattung gibt es viele verschiedene und vor allem nachhaltige Möglichkeiten. Neben gängigen Internetseiten wie eBay o.Ä., findet man in seiner Umgebung mit etwas Glück Läden, die Ware aus zweiter Hand zu erschwinglichen Preisen anbieten. Außerdem finden regelmäßig Flohmärkte statt, welche ebenfalls gebrauchte, aber dennoch gute Ware anbieten. Hier lohnt es sich, im Internet oder in der Stadt nach Werbeplakaten Ausschau zu halten. Aber nicht nur bei der Anschaffung lohnt es sich, auf Nachhaltigkeit zu achten, sondern auch beim Entsorgen von alten Möbeln, kann und sollte darauf geachtet werden. In erster Linie kann man immer schauen, ob Bekannte oder Freunde Interesse an alten Gegenständen haben und falls dies nicht der Fall ist, hat man die Möglichkeit, diese im Internet zu inserieren oder sie in besagten Second Hand Läden abzugeben. Bei dem Verkauf dieser Stücke über das Internet, besteht außerdem der Vorteil, dass man sich quasi selbst gar nicht um die Entsorgung kümmern muss, da die verkauften Objekte meist vom Käufer selbst abgeholt werden. Wer dennoch gerne im Besitz von Neumöbeln ist, der sollte sich informieren, welche Marken eventuell nachhaltig produzieren oder sollte drauf achten, in qualitativ hochwertige Stücke zu investieren, um möglichst lang etwas davon zu haben. Außerdem lassen sich diese Möbel später auch besser verkaufen, vor allem wenn diese dann noch gut gepflegt wurden.

Nachhaltig Entsorgen

Nicht nur Möbel und Kleidung lohnt es sich nachhaltig zu entsorgen, sondern generell Müll sollte getrennt werden. Präventiv ist es außerdem möglich, auf gewisse Verpackungen bereits beim Einkauf zu verzichten. Plastik sollte beispielsweise beim Kauf von Produkten gemieden werden, was leider in vielen Ländern gar nicht so einfach ist, da noch viel zu viele Verpackungen fast nur aus Plastik bestehen. Wird dieser dann nicht passend entsorgt und landet eventuell sogar in der Natur, so dauert es viele Jahre, bis die Natur den Stoff abgebaut

hat. Zusätzlich stellt Plastik in der Natur eine Gefahr für das Wohl der Tiere und deren Lebensraum dar. Außerdem landet Plastik beispielsweise in Form von Mikroplastik in unserem Essen, in unserer Zahnpasta und auch beim Trinken aus Plastikflaschen ist der Verzehr von Mikroplastik nicht ausgeschlossen.

Websites für nachhaltiges Wohnen/Leben

https://www.kein-planet-b.de/?gclid=EA1alQobChMlj_eDoL3H8gIVBJOyCh1SGg9tEAAYASAAEgJDM_D_BwE (Stand 22.08.2021) (Kosmetik, Fashion u.Ä.)
<https://www.gwab.de/service> (Stand 22.08.2021) (Kaufhaus in Wetzlar – Weiterverkauf von diversen Produkten, Entsorgung von Elektronik o.Ä.)
<https://www.shpock.com/de-de> (Stand 22.08.2021) (Möbel, Elektronik, Bücher etc.)
<https://www.ebay-kleinanzeigen.de/> (Stand 22.08.2021) (Möbel, Haushaltswaren, Kleidung etc.)
<https://www.vinted.de/> (Stand 22.08.2021) (Fast ausschließlich Fashion)
https://www.ecowarehouse.eu/de/?gclid=EA1alQobChMIxtQR-73H8gIVEt-yCh0lYAKoEAAYASAAEgLQqfD_BwE (22.08.2021) (Produkte kunststofffrei verpackt)
https://gutundgruen.de/oekostrom/?gclid=EA1alQobChMloZSG-L7H8gIVQ9OyCh1X7w7AEAYASAAEgKYqfD_BwE (Stand 22.08.2021) (Nachhaltig Strom erzeugen, Ökostrom)

Apps zur Unterstützung von nachhaltigem wohnen und leben

Codecheck
Too Good to Go
Buycott
Refill App
Happy Cow (geeignet für fleischfreie und/oder pflanzliche Ernährung)

Literatur und Quellen

<http://www.klimaretter.info/verlagssonderveröffentlichungen/23398-12-tipps-fuer-nachhaltiges-wohnen> (Stand: 22.08.2021)
https://www.ista.com/de/unternehmen/themenwelt/nachhaltiges-wohnen-und-leben-von-energieverbrauch-bis-muellvermeidung/?pk_campaign=nachhaltigwohnen&pk_source=google&pk_medium=cpc&pk_keyword=wasser%20sparen#c95472 (Stand: 22.08.2021)
Hofmeister, Sabine: Nachhaltigkeit. Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg): Handwörterbuch der Stadt- und Raumentwicklung. (2018)
Pufé, Iris: Nachhaltigkeit, 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. UVK Verlagsgesellschaft mbH; Konstanz mit UVK/Lucius; München (2017)
SONA: Soziologie der Nachhaltigkeit (Hrsg.) Netzwerk Soziologie der Nachhaltigkeit. Transcript Verlag, Bielefeld (2021)

Haus der Nachhaltigkeit – Ein Interview

Lisa Wedhorn

Der nachfolgende Text gibt ein Interview wieder, das ich mit einem Studenten des Bauingenieurwesens geführt habe. Ich wollte wissen, in wie weit nachhaltiges Bauen bzw. Wohnen im Studium behandelt wird und was für eine Relevanz es in dem Studiengang hat.

Die folgenden Antworten entsprechen nicht dem Wortlaut des Studenten, sondern werden nur nach Gedächtnisprotokoll wiedergegeben und erläutert.

Der Student ist 23 Jahre alt und studiert im 6. Semester Bauingenieurwesen. Voraussichtlich wird er diesen Studiengang im Wintersemester 2021/2022 erfolgreich abschließen.

Wird deinem Empfinden nach in deinem Studiengang viel das Thema „Nachhaltigkeit“ behandelt?

Es wird behandelt, allerdings noch eindeutig zu wenig. In Anbetracht der Tatsache, dass der Klimawandel schon relativ weit fortgeschritten ist, wird noch zu wenig aufgeklärt. Seiner Meinung nach wird noch zu wenig auf Einzelheiten eingegangen und das Thema „Nachhaltigkeit“ nur oberflächlich behandelt. Nicht nur im Studium sondern auch bei dem Grundstückskauf bzw. beim Hausbau. Man sollte mehr Unterstützung, nicht nur auf finanzieller Ebene, sondern auch auf der Ebene der Planung sowie der Durchführung durch ExpertInnen bekommen können. Auf dem Land gibt es selten Bauunternehmen oder Architekturbüros, die großen Wert auf nachhaltiges Bauen legen. In Städten findet man dies immer häufiger, allerdings ist es gerade auf dem Land wichtig, da immer mehr Freiflächen geopfert werden, um darauf Industriegebiete oder auch Wohnkomplexe zu errichten. Aktuell herrscht mehr Nachfrage nach Flächen und Wohnungen als Angebote existieren. Daraus resultiert eine große Wohnungsknappheit in Deutschland, wodurch unter anderem die Mietpreise ansteigen.

Wie kann man nachhaltig bauen? Worauf sollte geachtet werden?

Es gibt die Möglichkeit ein Niedrigenergiehaus zu bauen. Entweder man baut es neu oder man saniert einen Altbau und beachtet dabei die verschiedenen Möglichkeiten nachhaltigen Bauens. So kann man effizient Geld sparen, da man besonders auf die Wärmedämmung des Daches und der Außenwände achtet. Auch auf die Wärmedämmung bei Fenster und Außentüren sollte geachtet werden, da man so unnötiges Heizen vermeiden kann und gleichzeitig Geld spart. Man kann also beim Bauen bzw. Sanieren auch auf das Wärmeschutzgesetz achten. Da allerdings nachhaltiges Bauen etwas teurer ist gibt es die Möglichkeit durch KFW-Kredite Förderungen vom Staat zu bekommen. Wenn man einen Kredit bei der KFW aufnimmt, fördert der Staat mit einem gewissen Prozentsatz den Kredit und man muss weniger abbezahlen. Dies kann den Bauherren finanziell sehr entlasten, da man einen Teil des Kredites vom Staat bezuschusst bekommt und man dort auch bessere Konditionen bekommen kann als bei anderen Banken. Nicht zuletzt ist erwähnenswert, dass es gesetzliche Vorgaben für nachhaltiges Bauen und Wohnen gibt, z.B. die Energiesparverordnung oder seit dem 01.11.2020 das Gebäudeenergiegesetz. Dort sind die Anforderungen des Gesetzgebers an die Bauherren aufgeführt.

Wie kann man nachhaltig wohnen? Worauf sollte geachtet werden?

Als erstes ist es, wie oben schon aufgeführt, auch beim Hausbau wichtig schon nachhaltig zu bauen bzw. auf verschiedene Aspekte beim Hausbau zu achten. Wenn es um nachhaltiges Wohnen geht gibt es auch zahlreiche Möglichkeiten auf seinen ökologischen Fußabdruck zu

achten. Als erstes kann man natürlich anfangen, Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach des Hauses anbringen zu lassen. So kann man einen Großteil des Stroms den man verbraucht direkt durch die Sonnenenergie decken. Diese Platten sind zwar in der Anschaffung mit höheren Kosten verbunden, allerdings kann man dabei auch wieder auf die KFW Kredite zurückgreifen, bei denen der Staat einen Teil bezuschusst. Dabei solle man allerdings auch darauf achten, dass die Dächer Richtung Süden ausgerichtet sind. Außerdem sollte das Haus auch einen Energiewärmeausweis haben. Der Ausweis erfasst Daten zur Energieeffizienz, wie z.B. die CO₂ Emissionen und soll potentiellen Mietern oder Käufern einen Vergleich zwischen unterschiedlichen Immobilien ermöglichen. Aufgrund dieses Dokuments kann man bei der Miet- oder Kaufentscheidung auf nachhaltiges Wohnen achten, da man unter anderem die CO₂ Emissionen auf einen Blick gesammelt hat. InSeit 2009 ist dieser Ausweis bei allen Wohngebäuden in Deutschland Pflicht. Dies ist ein guter Aspekt, für den Fall, dass man das Haus oder die Wohnung nicht zum Eigenbedarf verwendet, sondern vermietet.

Persönliches Fazit

Ich persönlich finde es schade, dass es noch heute kein großer Bestandteil des Studiums ist, dass man mehr und ausführlicher über nachhaltiges Bauen spricht und gelehrt bekommt. Sinnvoll wäre es das Thema Nachhaltigkeit vermehrt in der Lehre einzubringen und nicht nur in bestimmten Studiengängen. Projekte wie dieses fördern das Wissen und das bewusste umgehen mit Nachhaltigkeit. Im privaten Bereich werden vor allem die jungen Leute zu wenig über dieses Thema informiert und aufgeklärt. Ich war enttäuscht, dass das Interview auch dadurch relativ kurz ausgefallen ist, da man im Studium das Thema Nachhaltigkeit nur oberflächlich behandelt und andere Themen den überwiegenden Teil des Studiengangs ausmachen. Aufgrund dessen wiederholten sich die Antworten des Studenten häufig und ich hatte dementsprechend weniger Informationen, die ich verwenden konnte als ursprünglich erwartet. Gerade in der heutigen Zeit ist es sehr wichtig darauf zu achten, da man immer mehr die Auswirkungen des Klimawandels zu spüren bekommt. Das Thema sollte ernster genommen werden und Baufirmen sollten möglicherweise auch dazu verpflichtet werden einen gewissen Standard einhalten zu müssen was die Nachhaltigkeit angeht. Denn wenn wir die Erde weiterhin so belasten und nicht darauf achten, wie man effizienter bauen, wohnen und auch leben kann wird das nicht mehr lange gut gehen. Dann haben wir zwar früher oder später genug Wohnräume aber keine geeigneten Konditionen mehr, um angenehm auf der Erde leben zu können.

Kleidung und Nachhaltigkeit

Textilien, Umweltprobleme und gesellschaftliche Probleme

Andrea Wagner

1. Einleitung

Das Thema Nachhaltigkeit ist in der heutigen Zeit präsenter als je zuvor. Dabei rücken die Umweltschäden immer weiter in den Vordergrund und werden hinterfragt. Es wird somit dauerhaft nach nachhaltigen Lösungen in jeglichen Bereichen der Gesellschaft gesucht und aus diesem Grund geht es auch hier um eine Grundidee eines Hauses der Nachhaltigkeit, welches verschiedene Bereiche nachhaltig gestalten soll. Einen großen Themenbereich in unserer Konsumgesellschaft macht hierbei bezüglich der Umwelt auch Kleidung und der Textilverbrauch aus, auf den ich im Folgenden näher eingehen werde.

Im nachfolgenden Text geht es um die Umweltschäden durch Kleidung und Textilverbrauch, sowie bereits bekannte Initiativen, die das Thema nachhaltige Kleidung umsetzen und Ideen für die Umsetzung unseres Hauses der Nachhaltigkeit beitragen können. Des Weiteren wird auch die Problematik thematisiert, wieso sich solche nachhaltigen Änderungen für unsere Gesellschaft als schwierig erweisen können.

2. Umweltschäden durch Kleidung & Textilverbrauch

Durchschnittlich legt Kleidung ca. 20.000 Kilometer zurück bis sie im Laden landet, was einen enormen ökologischen Fußabdruck ausmacht und die Textilindustrie zu einem der größten Klimasünder weltweit macht. Im Jahr 2018 gaben die deutschen Haushalte 64,9 Milliarden Euro für Kleidung aus, was durchschnittlich 780 Euro pro Person bedeutet. Allein zwischen 2000 – 2015 verdoppelten sich die weltweiten Kleidungskäufe auf über 100 Milliarden Kleidungsstücke und bis 2030 ist eine erneute Verdopplung zu erwarten (Inka Reichert in Quarks 2019). In Deutschland besitzt durchschnittlich jede erwachsene Person (18-69 Jahre) 95 Kleidungsstücke (ohne Unterwäsche). Das sind etwa 5,2 Milliarden Kleidungsstücke in Deutschland. Jedes fünfte Kleidungsstück (19 %) wird dabei so gut wie nie getragen. Das bedeutet in der Summe, dass 1 Milliarde Kleidungsstücke ungenutzt im Schrank liegen (Greenpeace 2015). Dabei kommen von den in Deutschland verkauften Kleider, nur ca. 10% auch aus Deutschland selbst. 90% werden importiert aus beispielsweise China, Bangladesch oder Indien (Inka Reichert in Quarks 2019).

▪ 2.1. Umweltfolgen der Textilproduktion

Um ein Kleidungsstück zu produzieren muss es geglättet, gebleicht, gefärbt, bedruckt und teilweise imprägniert werden. Dabei wird pro einem Kilogramm Kleidung ein Kilogramm Chemikalien benutzt. Unter den insgesamt 6.500 verwendeten Chemikalien sind viele giftig oder gar krebserregend. „Für das Färben von einem Kilo Garn werden zudem rund 60 Liter

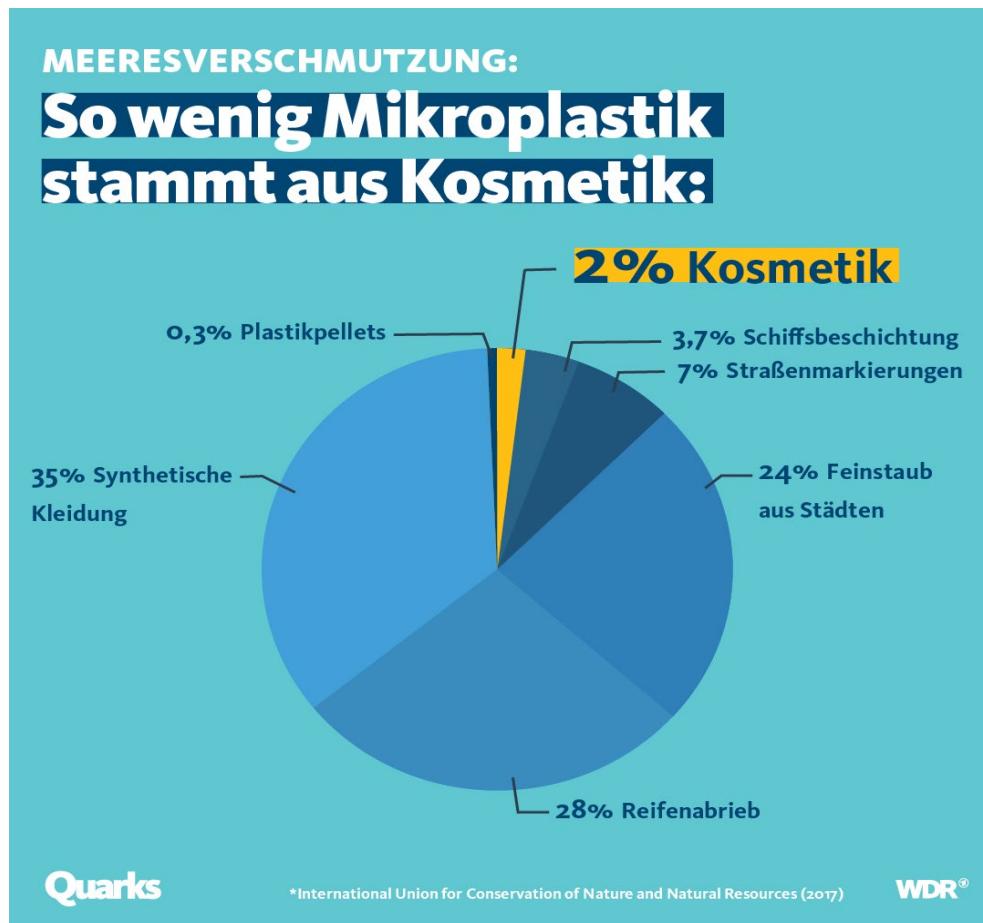
Wasser benötigt: Wasser, das am Ende mit den chemischen Zusätzen verunreinigt ist. Die Folge: 17 bis 20 Prozent des industriellen Abwassers weltweit entsteht laut Angaben der Weltbank alleine bei der Textilveredelung.“ (Inka Reichert in Quarks 2019).

Zudem wird vor allem für Baumwolle eine Menge Wasser benötigt und das bereits zum Anbau, wofür viele Wasserreservoirs geleert werden. Problematisch hierbei ist, dass Baumwolle meist in Ländern wie China oder Bangladesch angebaut wird, wo ohnehin schon Wasserknappheit herrscht. Außerdem wird dieses Wasser mit Pflanzenschutzmittel und Dünger verunreinigt. Zudem werden 16% aller Insektizide weltweit auf Baumwollfeldern gesprüht, da die Baumwollpflanze sehr anfällig für Schädlinge ist. Dieses Wasser samt Chemikalien sickert anschließend in den Boden rein und um dieses verseuchte Wasser wieder so zu verdünnen, um anschließend wieder eine gute Wasserqualität erreichen zu können bzw. die Insektizide zu neutralisieren, benötige es für eine Tonne Baumwolle ganze 266 Milliarden Liter Wasser. Somit lässt sich daraus schließen, dass Baumwollplantagen völlig mit Chemikalien verseucht sind und eine hohen Bedrohung für die Umwelt darstellen.



Aber auch Kunstfasern sind enorm umweltschädlich und 65% aller Textilfasern weltweit bestehen aus diesen synthetischen Chemiefasern. Im Jahr 2015 wurden für die Produktion dessen 98 Millionen Tonnen Öl verbraucht, was auch noch stetig steigen soll. Auch die Entstehung von CO₂-Äquivalenten ist hierbei deutlich höher als bei Baumwolle. Zudem führen Kunststofffasern zu einer Verschmutzung mit Mikroplastik, da sie massenweise in die Umwelt gelangen. „**Insgesamt 35 Prozent des Mikroplastiks in den Weltmeeren stammt von**

synthetischen Textilfasern, wie eine Studie der International Union of Conservation of Nature (IUCN) zeigt.“ (Inka Reichert in Quarks 2019). Somit sind Kunststofffasern die Hauptquelle des Mikroplastiks im Meer, indem durch das Tragen aber vor allem auch das Waschen der Kleidung sich Mikrofasern lösen.



- 2.2. Alternative & nachhaltigere Lösung

Eine Alternative für Baumwolle und Kunststofffasern ist Bio-Baumwolle, da hierbei sowohl gentechnisch-veränderte Sorten als auch synthetische Pestizide verboten sind. „Statt Herbizide zu spritzen, wird das Unkraut mechanisch bekämpft, also mit der Hand oder maschinell gehackt“, sagt Monika Messmer“ (Quarks 2019). Auch Insektizide können dabei vermieden werden indem man pflanzliche Auszüge aus Neembaumblätter oder Knoblauch einsetzt und auch am Rand der Bauwollfelder zur Ablenkung Pflanzen einsetzt wie z.B. Okra, die die Motten des Baumwollkapselwurms anzieht. Außerdem gebe es traditionelle indische Baumwollarten, die gegenüber Schädlingen eine höhere Resistenz besitzen.

Auch bezüglich des hohen Wasserverbrauchs ist die Bio-Baumwolle eine nachhaltige Alternative. „Die meisten Bio-Bauwollfelder werden von Kleinbauern bewirtschaftet und oft nur vom Monsunregen gespeist ohne zusätzliche Bewässerung“, sagt Monika Messner“ (Quarks 2019). Um welche Menge Einsparung an Wasser es sich handelt muss

allerdings noch erhoben werden und ist somit noch unklar. Der einzige Nachteil der Biobaumwolle wäre allerdings, dass ökologische Landwirtschaft ca. 20% mehr Land benötigt, um den gleichen Ertrag wie mit konventioneller Landwirtschaft zu erzielen (Quarks 2019).

3. Nachhaltige Kleidung – Unternehmen & Initiativen

Eine der bekanntesten Unternehmen, die nachhaltige Kleidung fördern ist Kleiderkreisel bzw. inzwischen Vinted genannt. Sie sind bekannt geworden durch den Handel mit Secondhand-Ware. Bereits 45 Millionen Mitglieder verkaufen und kaufen in der Vinted-App ihre liebsten Kleidungsstücke und unterstützen somit das Weiterleben von Kleidung (Vinted 2021). Durch das Bekanntwerden, dass viele Firmen ihre Kollektionen verbrennen, weil sie zu viel produziert haben oder um den Preis zu halten, ist das Verlangen nach nachhaltiger Kleidung in unserer Gesellschaft immer stärker. Gerade deswegen ist diese Art Tausch von Kleidung oder weiterleben lassen von Kleidungsstücken umso wichtiger. Unsere Gesellschaft ist zudem auch viel skeptischer geworden inwiefern die Modebranche in ökologischer und sozialer Hinsicht nachhaltig ist. Auch der Wunsch von jüngeren Käufern wird hier ermöglicht, nämlich gute Qualität zu fairen Preisen und somit die Möglichkeit sich nicht mit der schlechten Qualität von Kleidung zufrieden geben zu müssen. Auch ein großartiger Nebeneffekt der App ist, dass nicht nur ein Handel sondern sogar eine Community daraus entstanden ist, da man sich auch vernetzen kann. Gefällt einem ein Kleidungsstück oder der Stil, so kann man dem Verkäufer folgen, um auf dem aktuellen Stand zu bleiben, falls dieser wieder etwas verkaufen möchte (FAZ 2019). Dieser Tausch von Kleidung wäre eine mögliche Idee für unser Haus der Nachhaltigkeit in Form von Veranstaltungen wie Kleidertauschpartys, dies wird jedoch im folgenden Text meiner Projektpartnerin vertieft.

Ein weiteres Unternehmen, das Nachhaltigkeit bezüglich Kleidung umsetzt ist das Unternehmen Hessnatur, das seinen Stammsitz in Butzbach hat. Ursprung für deren Konzept war, dass das Ehepaar Heinz und Dorothea Hess für ihren Sohn Babykleidung wollte, die natürlichen Ursprungs und chemisch unbehandelt ist. Da sie dies nicht fanden, erschufen sie das nachhaltige Konzept von Hessnatur. Sie gründeten weltweit Bio-Baumwollprojekte, produzierten faire Kleidung und unterstützen mit den Erlösen verschiedene Hilfsorganisationen (Hessnatur). Leider wäre uns das nicht möglich weltweite Anbauprojekte von Bio-Baumwolle zu entwickeln, jedoch ist die Idee mit Erlösen Aktionen von Hilfsorganisationen zu unterstützen auch für uns ein denkbarer Weg für das Haus der Nachhaltigkeit. Auch dazu wird im folgenden Text meiner Projektpartnerin näher darauf eingegangen.

Des Weiteren ist auf regionaler Ebene die Initiative Jugendwerkstatt Gießen GmbH mit nachhaltigen Aktionen tätig. Dort besteht die Möglichkeit Kleidung und Textilien, die noch in guter Qualität erhalten sind, zu spenden. Sie werden dann wie verschiedene Produkte aus der eigenen Werkstatt zu fairen Preisen im Gebrauchtwaren-Kaufhaus verkauft (JW Jugendwerkstatt Gießen e.V.). Vor allem diese Art von Nachhaltigkeit bezüglich Kleidung wäre eine sehr gute Vorgehensweise für unser Haus der Nachhaltigkeit, da es leichter umzusetzen ist als manch anderer Weg, aber auch die Bereitschaft zu Spenden in Gießen sehr hoch

einzuschätzen ist (siehe offener Bücherschrank in Gießen). Als Kooperationspartner wäre die Jugendwerkstatt Gießen GmbH sehr von Vorteil, um weitere Fragen wie Finanzierung etc. zu besprechen.

4. Gesellschaftsprobleme mit nachhaltiger Kleidung

Der nachhaltige, reduzierte Konsum an Kleidung ist leider von der Mehrheit der Deutschen noch weit entfernt. Einer der wichtigsten Gründen dafür ist das Wechseln der Kleider in Billigkettenläden, nämlich ca. 1-2 Mal im Monat und die damit einhergehende Nachfrage, welche laut der Studie „Pulse of the fashion industry“ von 2019 um ca. 2% gestiegen ist. Trotz der steigenden Nachfrage geben jedoch die Deutschen immer weniger für Mode aus, da die Kleidung immer günstiger wird. „Fast Fashion hat den Vorteil, dass sich auch der kleine Geldbeutel Mode leisten kann. Und leider den Nachteil, dass wir unsere Umwelt kaputt machen.“ (Ina Franzmann in hessenschau 2019). Allerdings sei ein steigendes Interesse vor allem bei Jüngeren zu beobachten bezüglich nachhaltiger Kleidung, sogar ganze 43% der Deutschen seien inzwischen bereit mehr Geld für nachhaltig produzierte Mode auszugeben (ZEIT ONLINE 2016). Nur ist diese vollständig nachhaltige Mode nicht komplett umzusetzen, da sonst jeder in lokal herstellten „Leinensäcken“ rumlaufen würde. Dies würde allerdings niemand wollen. Mode ist etwas, womit sich viele Menschen individuell ausdrücken möchten (hessenschau 2019). Auch ist den meisten Menschen das Bewusstsein verloren gegangen, was Kleidung in Wirklichkeit wert ist und kostet. Dieses Bewusstsein muss in unserer Gesellschaft wieder hergestellt werden, um wirklich nachhaltig erfolgreich zu werden (ZEIT ONLINE 2016). Zudem wird Mode eine große Bedeutung zugeschrieben, denn in der Vergangenheit war sie nur oberen Gesellschaftsschichten zugänglich und erst seit dem 20. Jahrhundert wurde sie über Massenproduktion zu einem alle Schichten und Milieus einschließenden Phänomen. Aus diesem Grund bietet Kleidung auch verschiedene Möglichkeiten auf die man eventuell nicht verzichten möchte, nämlich sich verschiedenen sozialen und gesellschaftlichen Gruppen zuzuordnen und wie bereits oben erwähnt eine bestimmte Identität darzustellen. Durch das morgendliche Ankleiden und die Auseinandersetzung mit Kleidung erhält sie die Bedeutung eines identitätsformenden Mediums. Zudem spielt die Akzeptanz der Masse (insbesondere der jeweiligen Bezugsgruppen) eine große Rolle. Hinzu kommt die Angst, etwas zu verpassen bzw. jeweilige Trends und Moden im Unterschied zu anderen nicht mitzumachen. Dementsprechend fühlt man sich wohler, wenn man mehr Kleidung besitzt, um den Erwartungen der Umwelt in unterschiedlichen Rollen gerecht werden zu können. Erst wenn sich die Denkweise in unserer Gesellschaft ändert und vor allem das Bewusstsein über den Wert der Kleidung wieder hergestellt wird, ist es möglich wirklich nachhaltige Kleidung in jedem deutschen Haushalt einzuführen (Frankfurter Rundschau 2016). Mit unserem Haus der Nachhaltigkeit steuern wird dem Massenphänomen entgegen und unterstützen sowohl das Weiterleben von Kleidung als auch weiterhin identitätsformende Möglichkeiten durch die Kleidertauschpartys etc., um somit zu einem nachhaltigeren Umgang mit Kleidung zu motivieren.

5. Literatur und Quellen

Quarks, 2019: Kleidung: So macht sie unsere Umwelt kaputt

<https://www.quarks.de/umwelt/kleidung-so-macht-sie-unsere-umwelt-kaputt/>(Stand: 28.09.2021)

Greenpeace, 2015: Wegwerfware Kleidung

https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/20151123_greenpeaceod_ekonsum_flyer.pdf (Stand 04.10.2021)

Aktuelles Europäisches Parlament, 2020: Umweltauswirkungen von Textilproduktion und -abfällen
(Infografik)

<https://www.europarl.europa.eu/news/de/headlines/society/20201208STO93327/umweltauswirkungen-von-textilproduktion-und-abfallen-infografik> (Stand: 28.09.2021)

FAZ, 2019: Alte Mode neu verkaufen

<https://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/geld-ausgeben/wie-modeapps-den-handel-mit-secondhand-ware-erleichtern-16160758.html> (Stand 28.09.2021)

Vinted: Vinted ist deine Community für Secondhand

https://www.vinted.de/how_it_works (Stand 28.09.2021)

Hessnatur: Menschen und Werte

<https://www.hessnatur.com/corporate/> (Stand 28.09.2021)

JW Jugendwerkstatt Gießen GmbH: Das Kaufhaus

<https://www.jugendwerkstatt-giessen.de/das-kaufhaus> (Stand 28.09.2021)

hessenschau, 2019: Klimasünder Kleidung: Kann nachhaltige Mode funktionieren?

<https://www.hessenschau.de/wirtschaft/klimasuender-kleidung-kann-nachhaltige-mode-funktionieren,klimawandel-hessen-nachhaltige-mode-100.html> (Stand 29.09.2021)

ZEIT ONLINE, 2012: Grüne Mode

https://www.zeit.de/lebensart/mode/2012-10/gruene-mode?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (Stand 29.09.2021)

Frankfurter Rundschau, 2016: Kleidung formt unsere Identität

H&M als Beispiel für den Wandel der Textilindustrie

Gina Hack

1 Einleitung:

In unserer heutigen Gesellschaft ändern sich die mit Kleidung verbundenen Trends sich rasant, aus diesem Grund ist es umso wichtiger die Kleidungsindustrie nachhaltiger zu gestalten, um Umweltschäden entgegenzuwirken.

Es müssen Handlungsprinzipien zur Ressourcennutzung entwickelt werden, bei denen eine dauerhafte Bedürfnisbefriedigung durch die Bewahrung der natürlichen Regenerationsfähigkeit von Lebewesen und Ökosystem gewährleistet werden.

Um wichtige Ressourcen, wie beispielsweise die Wälder und Meere und das Klima zu schonen. Nachhaltigkeit bedeutet explizit in diesem Sinne auch weniger Kleidung oder zertifizierte Produkte zu erwerben, bewusster zu kaufen, weniger wegzuschmeißen und darüber hinaus auf die Qualität und Haltbarkeit des erworbenen Produkts zu achten. Zudem ist es wichtig auf die globalen Produktionsstätten der Kleidung bei einem Kauf der Ware Rücksicht zunehmen.

Mit Problemstellungen, wie den genannten möchte sich H&M beschäftigen und längerfristig nach nachhaltigen Lösungen ermitteln. Daher kam mir die Grundidee der Erstellung eines Hauses der Nachhaltigkeit anhand des Beispiels eines der führenden Kleidungskonzerne, namens H&M. Zudem möchte ich in meinem Haus der Nachhaltigkeit mehrere Wege aufzeigen sich nachhaltig zu kleiden, ohne Secondhand Kleidung zu tragen oder gar dem aktuellen Trend nicht folgen zu können. In dieser Arbeit wird der erste Richtige Schritt in die nachhaltige Kleidungsindustrie seitens H&M aufgezeigt. Außerdem zeigt das Haus der Nachhaltigkeit umsetzbare Lösungen für die Gesellschaft auf.

Dieses Haus der Nachhaltigkeit soll verschiedene Bereiche der Kleidungsindustrie nachhaltig gestalten und möglichst in der Gesellschaft umsetzbar sein. In dieser Arbeit werden folgende Themen

Im Folgenden werden verschiedene Varianten der Nachhaltigkeit in der Kleidungsbranche anhand des Beispiels „H&M“ aufgezeigt.

2 Eine neue nachhaltige Dimension der Kleidungsindustrie

Ein wichtiger Schritt in der globalen Kleidungsindustrie wurde durch den führenden Hersteller H&M durchgeführt. Durch die revolutionäre Maschine, der ersten ihrer Art, die in einer Filiale aus gebrauchter Kleidung neue Kleidung herstellt, namens Looop. Bisher ist die Looop Maschine in Stockholm aufzufinden, expandiert allerdings in weitere Länder, um den Konsument/innen eine neue Form von Nachhaltigkeit aufzuzeigen. In wenigen Schritten ermöglicht Looop ein gebrauchtes Kleidungsstück zu einem erneuerten Kleidungsstück umzuwandeln. Die bisherigen Fasern werden ohne weitere Verwendung von Wasser oder Farbstoffen regeneriert. Es wird lediglich ein nachhaltig gewonnenes Material hinzugefügt, um das Garn zu verstärken und dem neuen Kleidungsstück eine möglichst lange Haltbarkeit zu ermöglichen: „Die Technologie hinter Looop wurde vom Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel in Zusammenarbeit mit der H&M Foundation entwickelt. Bis heute ist Looop die einzige Recyclingmaschine im Laden, aber die Idee ist, die Erfindung zu lizenziieren, um der gesamten Modeindustrie zu helfen, nachhaltiger zu werden“, so Italo Pantano, 2020.

„Die Einführung des Looop ist ein Aufruf an alle ausgedienten Kleidungsstücke, die ebenfalls als wichtige Ressourcen, in der Kleidungsindustrie fungieren können. Jedes Kleidungsstück kann recycelt werden. Das Ziel der Strategie ist eine kontinuierliche Vermeidung von Kleidungsabfällen“, so Vivian Hendriksz, 2015.



„Der Mode-Einzelhändler hat auch einen Wettbewerb ins Leben gerufen, den 'Global Change Award', die innovativen Ideen auszeichnen will, die die Ressourcen der Erde innerhalb der Mode-Lieferkette schützen“, so

3 Weitere Variante der nachhaltigen Kleidungsindustrie

„Im Jahr 2013 startete H&M als erster Mode-Einzelhändler seine weltweite Sammelaktion für Bekleidung. Das Recycling-Programm fordert Kunden dazu auf, unerwünschte Kleidung abzugeben. Dafür gibt es einen Rabatt auf neue, im Laden gekaufte Kleidungsstücke. Laut Aussage des Unternehmens können 95 Prozent der Tausende Tonnen von Textilien, die jedes Jahr weggeworfen werden, wieder getragen oder recycelt werden. H&M möchte die in seinen Filialen gespendeten Kleidungsstücke wiederverwerten, um so den Textilkreislauf zu schließen und sicherzustellen, dass sie nicht verschwendet werden. Das Unternehmen hat 2013 bereits 3047 Tonnen Textilien gesammelt, was 16 Millionen T-Shirts entspricht; 2014 waren es sogar 7684 Tonnen, was 40 Millionen T-Shirts entspricht“, so Vivian Hendriksz, 2015.



Durch H&M wurde eine weitere nachhaltigkeits- Kampagne ins Leben gerufen. Verbraucher/innen haben die Möglichkeit jegliche Art von Textilien in den H&M Filialen abzugeben, um einen Rabatt in Höhe von 15% auf den nächsten bei H&M getätigten Einkauf

zu erhalten. Die bereits abgegebenen Kleidungsstücke gelangen in eine interne Sortierungsmaschine von H&M, in der Kleidung für den weiteren Gebrauch sortiert wird.

Weiter nutzbare Kleidung gelangt in Second-Hand-Einkaufsmöglichkeiten oder wird an soziale Projekte gespendet. Eignen sich die Textilien nicht mehr für die weitere Verwendung, so werden sie als Dämmstoff in der Autoindustrie weiterhin verwendet. Wie zu sehen, entsteht auch bei dieser Form der nachhaltigen Kleidungsindustrie keine Verschwendungen der Kleiderabfälle.

Eine weitere Form der Wiederverwendung, ist die Kleidung für das Upcycling freizugeben. Ist dies gegeben, wird die Kleidung zu einem Putzlappen verarbeitet. Täglich können pro Person zwei Taschen voller Altkleidung in den jeweiligen H&M Filialen abgegeben werden. Die bereits aufgeführten Kampagnen des Unternehmens sind Teil eines großen Anliegens des Unternehmens, dass sich darauf konzentriert nachhaltige Mode zu schaffen. Aktuell wurden knapp 20% der

4 Zusätzliche Kampagnen & Strategien zur Verbesserung der Nachhaltigkeit

Eine weitere nachhaltigkeits- Kampagne des führenden Kleidungsherstellers H&M hat mit recycelten PET- Flaschen zutun. Bereits im September 2019 kamen durch H&M neue Kleidungsstücke auf den deutschen Markt, die ebenfalls nachhaltig gewonnen wurden. Die genannten Kleidungsstücke werden auf Basis von den recycelten Plastikflaschen gewonnen. Wichtig bei der Kampagne ist, eine Vielzahl der Gesellschaft mit eleganten, kuscheligen und alltäglichen Kleidern zu gewinnen. Zudem legt der führende Kleidungshersteller dabei großen Wert darauf einen Qualitätsmangel zu verhindern und seinem gewohnten Standard, sowie Preisen treu zu bleiben. Selbstverständlich ist keine sichtbare Änderung der Optik sichtbar.

Ein weiteres Ziel der Modekette ist es bis 2030 ausschließlich Kleidung aus nachhaltigen Quellen und Materialien herzustellen. Zudem ist es bedeutsam die Menschen und Gemeinschaften positiv zu beeinflussen, um einen geschlossenen Kreislauf mit einer klimapositiven Wertschöpfungskette zu schaffen und jedem die Möglichkeit zu geben, eine gute Wahl zu treffen, so Hennes und Mauritz, 2019. Der führende Kleidungshersteller hat aufgrund seiner Größe und Position die Chance einen entscheidenden Wandel in der Kleidungsindustrie zu erreichen.



5 Fazit:

Der führende Kleidungshersteller H&M setzt einen ersten Schritt in die richtige Richtung. Durch die verschiedenen Nachhaltigkeitsangebote ist es möglich verschiedene Personengruppen anzusprechen und auf Nachhaltigkeit in der Kleidungsindustrie aufmerksam zu machen. In meinem Haus der Nachhaltigkeit gibt es definitiv, wie vergleichbar bei Hennes und Mauritz, verschiedene Angebote, die in der Lage sind, eine breite Masse der Gesellschaft abzudecken und somit jährlich Millionen von Ressourcen einzusparen, die zur Ausschau jederzeit bereitstehen.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass unser Beispiel „H&M“ auch mit Ressourcensparender Kleidung bei jedem Trend mithalten kann und optisch, sowohl qualitativ kein Unterschied zu, der bisher zu erwerbenden Kleidung zu erkennen ist.

Die Konsumenten laufen nicht in „Leinensäcken“ durch die Stadt, sondern weiterhin wie gewohnt in qualitativ hochwertiger Kleidung. Somit werden durch die Nachhaltigkeitsaktionen nur Vorteile ermöglicht. In meinem Haus der Nachhaltigkeit ist es gut umsetzbar an solchen Aktionen teilzunehmen und der Umwelt damit entgegenzuwirken, denn dort werden einige Konzerne zur Ausschau ausgestellt, anderen Angeboten eine mögliche Teilnahme durchaus realisierbar ist und für alle Mitglieder der Gesellschaft umsetzbar ist.

Literatur

- <https://www.vogue.de/mode/artikel/hm-maschine-loop-recycling-nachhaltigkeit-trend-pieces>
- https://praxistipps.focus.de/hm-alte-kleidung-abgeben-das-muessen-sie-wissen_111597
- <https://fashionunited.de/nachrichten/mode/ist-h-m-wirklich-so-gru-n-wie-es-scheint/2015111319164>
- https://www2.hm.com/de_de/life/culture/inside-h-m/h-m-autumn-conscious-collection-2019.html
- <https://digital.hbs.edu/platform-rctom/wp-content/uploads/sites/4/2016/11/Conscious2.png>

Haus der Nachhaltigkeit

Lehrforschungsprojekt im BA-Studiengang Social Sciences
der Justus-Liebig Universität Giessen
Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften

Wintersemester 2021/22, Teil II des LFPs

Leitung: PD Dr. York Kautt

Inhalt

Best Practice Research – Lernen von bestehenden Projekten

Unternehmenskooperation

Leonie Schmidt 1

Zusammenfassung unseres Vorgehens im Wintersemester 21-22 und Ideen zur ersten Website für das Haus der Nachhaltigkeit inklusive Wireframe

Dorian Remspecher 9

Auswertung der online Befragung „Haus der Nachhaltigkeit“

Daniela Schön 19

Unternehmenskooperation - Qualitative Interviews

Friederike Schneider 26

Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Elisabeth Alm, Nele Christian, Marlene Kunz, Salome Plank 32

Partizipation, Citizen Sciences und Hochschulen

Jonas Lang, Lukas Wagner, Kai Lechner 55

Kommunen und Kommunalpolitik

Kurze Darstellung der rechtlichen / gesetzlichen Rahmenbedingungen für Kommunen in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz

Barth, Luca Maximilian 71

Was unternimmt die Stadt Gießen in Bezug auf die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz?

Manuel Lotz 76

Suffizienz und nachhaltige Lebensstile

Eine Datenerhebung zur Vorbereitung einer zielgruppen-orientierten Umsetzung von Suffizienz in einem Haus der Nachhaltigkeit

Nina Pröpster 90

Reflexionen über Suffizienzstrategie in Giesens
Jiayu Fan 102

Nachhaltig Planen, Bauen und Wohnen
Haben Tiny Houses in Deutschland eine Zukunft
Lea Frisch 110

Kleidung und Nachhaltigkeit
Nachhaltige Textilien und Kleidung
Andrea Wagner, Gina Hack 116

Best Practice Research

Unternehmenskooperation

Leonie Schmidt

Einleitung

Im Wintersemester 2021/22 haben wir uns als Gruppe sieben (Unternehmenskooperation) inhaltlich nochmal neu ausgerichtet. Nachdem wir uns im vorangegangenen Sommersemester hauptsächlich mit Best Practice Beispielen für Haus der Nachhaltigkeit Äquivalente beschäftigt haben, fokussierten wir uns im zweiten Semester des Projekts auf das Thema der gelingenden Unternehmenskooperation. Da eine funktionierende Zusammenarbeit mit Unternehmen für ein zukünftiges Haus der Nachhaltigkeit in Gießen von großem Interesse ist. Dieses Interesse ergibt sich aufgrund der gewichtigen Stellung von Unternehmen im Kontext von Nachhaltigkeit. Ein Haus der Nachhaltigkeit könnte dazu beitragen, dass sich Unternehmen mit einem beispielhaften umweltbewussten Verhalten mit anderen Unternehmen vernetzen, deren Nachhaltigkeitsarbeit noch ausbaufähig wäre. Außerdem gäbe es die Möglichkeit, Best Practices in einem HdN vorzustellen.

Unser Abschlussbericht wird mit diesem ersten Teilbericht starten, in welchem die generelle Relevanz einer gelingenden Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft und erste Leitpunkte einer Zusammenarbeit herausgearbeitet und festgehalten werden. Nach diesem inhaltlichen Einstieg folgt in einem zweiten Bericht eine genaue Beschreibung unseres Vorgehens in den letzten Monaten und eine Aufzählung von verschiedenen Möglichkeiten der Unternehmenskooperation in einem Haus der Nachhaltigkeit in Gießen. In diesem Teilbericht wird ebenfalls ein Bezug zu der Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule Mittelhessen hergestellt. In einem dritten und vierten Bericht werden schwerpunktmäßig unsere Ergebnisse unserer empirischen Erhebungen präsentiert. Hierbei handelt es sich zum einen um Erkenntnisse aus unserem selbstkonzipierten Fragebogen. Zum anderen werden wir die Ergebnisse unserer drei geführten Interviews mit Unternehmer*innen aus dem Kreis Gießen präsentieren. Dabei findet neben der Darstellung der Erkenntnisse zusätzlich eine Reflektion über die jeweilige Methodik statt, um Raum für Verbesserungsmöglichkeiten zu schaffen.

Dieser einleitende Bericht wird wie folgt strukturiert sein; starten wird der Text mit den zentralen Punkten aus dem Experteninterview mit Jens Boscheinen zum Thema Unternehmenskooperation. Darauf aufbauend werden Informationen aus der Literatur herausgearbeitet, um in einem letzten Schritt eine Art Leitfaden für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Universitäten zu erstellen (siehe Anhang 2).

Das Experteninterview mit Jens Boscheinen

Den Kontakt zu Herr Boscheinen konnten wir durch einen früheren Kontakt zum Haus der Nachhaltigkeit in Ulm herstellen. Mit großer Freude konnten wir feststellen, dass wir aufgrund seiner Erfahrung bezüglich des Themas Unternehmenskooperation einen idealen Austauschpartner gefunden hatten. Diese Erfahrung ergibt sich durch seine Arbeit im Haus der Nachhaltigkeit in Ulm und aufgrund seines Bachelorabschlusses in der Markt- und Kommunikationsforschung. Dank dieses Interviews konnten wir uns wichtige Tipps für unser weiteres Vorgehen einholen. Außerdem muss hervorgehoben werden, dass Herr Boscheinen wissenschaftlicher Mitarbeiter bei einem Forschungsprojekt namens „CSR INNOVATION CIRCLE“ ist, welches sich schwerpunktmäßig mit zukunftsorientierten Unternehmen auseinandersetzt (vgl. CSR Innovation).

Innerhalb des online durchgeführten Interviews vom 01.02.2022 konnten wir uns mit Herrn Boscheinen über unseren ersten entworfenen Fragebogen austauschen, bevor wir diesen an Unternehmen aus der Umgebung versendeten. Während dieses Austauschs konnten wir zentrale Punkte festmachen, die für eine gelingende Unternehmenskooperation unabdingbar sind. Dementsprechend wird im folgenden Teil des Berichts der Fokus auf den Grundsätzen einer Kooperation liegen. Die konkreten Inhalte des Fragebogens sowie methodische Erkenntnisse werden in einem separaten Kapitel ausgewertet.

Zu Anfang berichtete Herr Boscheinen von den Erfahrungen, die das Haus der Nachhaltigkeit in Ulm bereits bei der Zusammenarbeit mit Unternehmen sammeln konnte. Bei einer Pressekonferenz 2021 stellten sie das HdN Ulm vor und erreichten damit insgesamt 150 Interessierte, darunter die Zivilgesellschaft, die Politik und Unternehmen. Größtenteils konnten sie die Unternehmen durch das Forschungsprojekt CSR INNOVATION CIRCLE, bei dem Herr Boscheinen arbeitet, auf sich aufmerksam machen. Dadurch, dass sie schon seit längerer Zeit versuchen, ein Nachhaltigkeitsnetzwerk in der Region zu etablieren, konnte das Team aus Ulm auf Kontakte zurückgreifen und Unternehmen direkt kontaktieren. In diesem Zusammengang riet uns unserer Interviewpartner: „Je konkreter ihr Ansprechpartner habt, umso leichter tut ihr euch auch was das Feedback angeht. [...] Je mehr man an info@-Adressen schickt, umso frustrierter wird man.“ (3'23“). Es kann dementsprechend festgehalten werden, dass es bereits zu einem frühen Zeitpunkt in der Entwicklung eines solchen Projektes von Bedeutung ist, direkte Ansprechpartner*innen ausfindig zu machen und diese Kontakte zu pflegen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, durch die bereits geknüpften Kontakte, Verbindungen zu weiteren potenziellen Partner*innen zu erhalten. Im Interview notierten wir, dass spezielle Netzwerke oder Handwerkskammern weitere Anlaufstellen wären, um potenzielle Kontakte zu

ermitteln. Bei dem Teil der Pressekonferenz, wo es hauptsächlich um die Einbindung von Unternehmen ging, hat die Gruppe in Ulm festgestellt, dass es für Unternehmen durchaus von Interesse ist, über die rein finanzielle Unterstützung hinauszugehen. Gerade, weil viele Unternehmer*innen ein Interesse daran haben, ihre Arbeit im Bereich Nachhaltigkeit auszuweiten und damit auch ansprechender für potenzielle Arbeitnehmer*innen zu sein. Herr Bescheinen beschrieb, dass es möglicherweise für Unternehmen spannend sein könnte, ihre Mitarbeiter*innen zu Schulungen in einem HdN zum Thema Nachhaltigkeit zu schicken. Dabei muss beachtet werden, dass es für eine gelingende Kooperation von größter Bedeutung ist, dass die Unternehmen wissen „[...] wen adressiere ich dann nachher [...] in diesem Raum. Weil klar, ich kann immer andere Unternehmen adressieren [...], aber das ist dann ein Businessnetzwerk B to B, aber ich kann natürlich auch sagen, ich mache wirklich direkt B to C [...] entweder wenn ich halt sage ich nehme Zivilgesellschaft, Endkonsument [...] oder ich sage halt, ich mache sogar Business und NGO oder Business und andere ehrenamtliche Organisationen.“ (7'29“). Es muss angenommen werden, dass Herr Boscheinen uns damit darauf aufmerksam machen wollte, dass wir die Zielgruppe des HdN klar mit den Unternehmen kommunizieren müssen. Durch diese Aufzählung führte uns der Interviewpartner vor Augen, wie vielfältig eine Zusammenarbeit mit Unternehmen im HdN sein kann. Unser Hauptfokus richtete sich bislang auf die Zivilgesellschaft, dennoch sollte diese Vielfältigkeit bei der weiteren Entwicklung des Konzepts bedacht werden. Wenn wir eine Zielgruppe festgelegt haben, werden wir demnach sehr unterschiedliche Antworten von den Unternehmen bekommen, teilte uns Herr Boscheinen weiter mit.

Als nächstes besprachen wir die Kooperationsmöglichkeiten in einem HdN in Gießen. Sollten wir uns auf den Showroom (Unternehmen können ihre Best Practices im Bereich Nachhaltigkeitsstrategien vorstellen und ausstellen) festlegen, dann werden nach der Einschätzung von Herrn Boscheinen die Unternehmen die Kooperation eher in Richtung Business ausrichten. Wir sollten zudem unbedingt beachten, dass es sich für manche Partner schwierig gestalten könnte, ihre Best Practices vorzustellen, je nachdem in welchem Bereich der Betrieb tätig ist. Es war sehr eindrücklich als er uns schilderte, dass ein Chemikant, der verschiedene Bodenbelege herstellt, wenig Ansprechendes in einem Showroom ausstellen könnte. Dieser Punkt darf im Laufe des Projekts nicht vergessen werden. Um einen Raum für vielfältige Nachhaltigkeitsstrategien bieten zu können, sollte das Konzept des reinen Präsentierens noch um weitere Kooperationsmöglichkeiten erweitert werden. Generell betonte der Interviewpartner, dass es sehr viele Alternativen zu Schulungen und dem Ausstellen von Best Practicen gibt. Daraufhin fragten wir, mit welcher Art der Kooperation das HdN in Ulm die besten Erfahrungen gemacht hat. Woraufhin uns Herr Boscheinen mit dem Satz: „Die brauchen oft etwas oder haben gerne etwas Konkretes, weil wenn sie etwas Konkretes haben, dann können sie das Konkrete [...] auch

sehr gut kommunizieren.“ (13‘52“) aufzeigte, dass es für eine gelingende Zusammenarbeit von Vorteil ist, wenn man für eine Integration in ein HdN gezielte Vorschläge an ein Unternehmen richtet. Das HdN Ulm steht mit mehreren Baufirmen in Kontakt, die ihre Unterstützung beispielweise ganz konkret bei der Arbeit des physischen Ortes anbieten.

Im Interview stellte sich weiter heraus, dass es von Vorteil ist, das Unternehmen direkt zu fragen, was sie gerne umsetzen oder präsentieren würden. Durch unsere Frage „Was könnten Sie sich perspektivisch schon im Haus der Nachhaltigkeit vorstellen?“ in unseren konzipierten Fragebogen konnten wir diesen Schritt bereits aufgreifen. Außerdem machte uns der Interviewpartner klar, dass viele Unternehmen nicht auf das Auftauchen eines HdN gewartet haben. Dennoch konnte er uns aus Erfahrung mitteilen, dass sobald die ersten Unternehmen involviert sind und die ersten Projekte entstehen, relativ schnell auch weitere Interessierte hinzukommen. Wir konnten dank den geteilten Erfahrungen von Herrn Boscheinen viele Eindrücke über eine funktionierende Zusammenarbeit mit Unternehmen bekommen.

Störfaktoren der Zusammenarbeit

In diesem Abschnitt des Berichts soll erläutert werden, welche Schwierigkeiten während einer Kooperation zwischen dem wissenschaftlichen und dem wirtschaftlichen Sektor auftauchen können. Mehrere Häuser der Nachhaltigkeit, die wir während unserer Datenerhebung kennengelernt haben, stammen nicht ausschließlich aus dem wissenschaftlichen Sektor, sondern laufen hauptsächlich über das Engagement ehrenamtlicher Mitarbeiter. Dennoch erscheint uns diese sektorale Betrachtungsweise aufgrund des akademischen Hintergrunds unseres Lehrforschungsprojekts sinnvoll. Trotzdem soll angemerkt werden, dass viele Praxisbeispiele eine vielfältigere Struktur von Mitgestaltenden besitzen. Diese Tatsache sollte bei zukünftigen Analysen einer funktionierenden Kooperation mit dem wirtschaftlichen Sektor beachtet werden.

Breits 2007 wird in einem Bericht der IHK Regensburg bezüglich des Themas Unternehmenskooperation festgehalten: „Um Impulse für eine Kooperation von Wirtschaft und Wissenschaft zu setzen, ist es nötig beide Seiten mit ihren jeweiligen Blickwinkeln, Erfahrungen und Bedürfnissen zu berücksichtigen.“ (Balzereit 2007, S. 11).

Teil dieses Berichts ist eine Umfrage der Universität Regensburg und der Fachhochschulen Regensburg, Amberg-Weiden und Deggendorf. Diese Umfrage ergab, dass insgesamt nur wenige Störfaktoren von der Professor*innen aufgezählt wurden. Mögliche Probleme können aufgrund der Entscheidungsstrukturen innerhalb der Unternehmen auftauchen und „auch unterschiedliche Ziele und differierende Erkenntnisinteressen führen bei durchschnittlich 15 Prozent der Kooperationen zwischen Hochschulen und externen Partnern zu Schwierigkeiten.“ (a. a. O., S. 10). Auf Abbildung 1 lässt sich erkennen, welche weiteren Faktoren aufgezählt und in welcher Häufigkeit sie genannt wurden. Es ist also möglich, dass beide Parteien unterschiedliche Erwartungen an die Forschung haben.

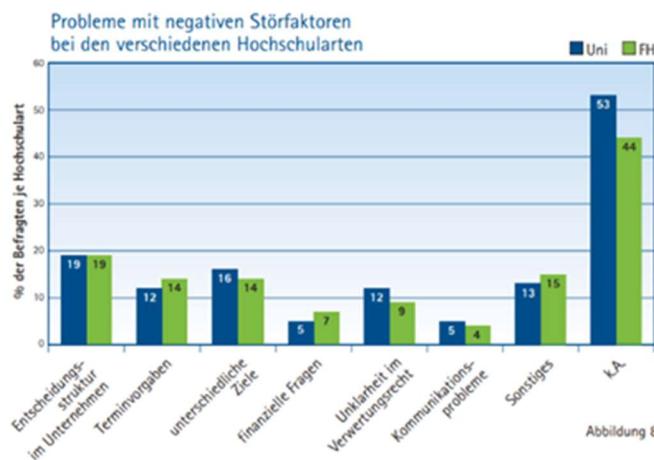


Abbildung 1: Probleme aus der Perspektive von Professor*innen
Quelle: Balzereit 2007

Diese Wahrnehmungsunterschiede werden von Petersen wie folgt beschrieben: „Dass Forschung frei und ungebunden sein muss, dass ihre Ergebnisse in vielen Fällen nicht vorhersehbar sein können [...], alle diese Gedanken sind zu weit von der Lebenswelt der meisten Menschen entfernt, um auf wirkliches Verständnis zu stoßen. Für die Bevölkerung bemisst sich der Wert von Forschung in erster Linie im unmittelbar erwarteten Nutzen.“ (Petersen 2011, S. 4). Auch Rothgang, Dehio und Warnecke verweisen in ihrem Text auf die Unterschiede der beiden Sektoren, in dem sie schreiben: „Trotz dieser vielversprechenden Ausgangslage handelt sich bei beiden Organisationen um Einrichtungen, in denen von einander abweichende Denkweisen, Einstellungen und Mentalitäten (Mindset) vorherrschen.“ (Rothgang, Dehio und Warnecke 2022, S. 59) Um sich von dieser Problematik zu lösen, muss auf das zuerst genannte Zitat des IHK-Berichts verwiesen werden. Es sollte eine Bereitschaft existieren, sich in die Perspektive des jeweils anderen Partners hineinversetzen zu können. Gerade bei dem Thema der unterschiedlichen Wahrnehmung sollte auf eine klare Kommunikation geachtet werden. Außerdem könnte es von Interesse sein, sich die Analyse der Hindernisse von Rothgang, Dehio und Warnecke genauer anzuschauen. Sie unterteilen in ihrer Studie das Konzept der Kooperation in drei Phasen: „(1) Anbahnung, (2) Durchführung und (3) Wissenstransfer“ (a. a. O., S. 59f.). In jeder dieser Phase können ganz eigene Hindernisse auftauchen. Eine Tabelle mit den aufgelisteten Hindernissen aus den jeweiligen Phasen findet sich im Anhang dieses Teilberichts (siehe Anhang 1).

Schlussfolgerungen aus den gesammelten Erkenntnissen

Das Zusammentreffen von Akteur*innen aus dem wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Kontext kann Schwierigkeiten mit sich bringen, die sich besonders durch die verschiedenen Arbeitsrealitäten (einschließlich Wahrnehmungen, Denkweisen, Einstellungen und Mentalitäten) ergeben. In der Literatur lassen sich, wie aufgezeigt werden konnte, Analysen dieser Hindernisse ausfindig machen. In unserem Experteninterview konnten wir dank der Erfahrungen des HdN in Ulm, Einblicke in diese Zusammenarbeit bekommen. Während unserer empirischen Arbeit sammelten wir dann unsere eigenen Erkenntnisse, die im weiteren Verlauf unseres Abschlussberichtes beschrieben werden. Durch diese verschiedenen Quellen haben wir insgesamt versucht, theoretisch wie praktisch, die Faktoren für eine gelingende Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft herauszufinden. Dieser Teilbericht verfolgt das Ziel, durch unsere ersten Erkenntnisse das weitere Voranschreiten des Projektes zu unterstützen und eine funktionierende Zusammenarbeit mit anderen Sektoren zu ermöglichen.

Literaturverzeichnis

Balzereit, Jasmin (2007): Innovationsfaktor Kooperation – Ein Gewinn für Wirtschaft und Wissenschaft, IHK Regensburg.

CSR Innovation: Verfügbar unter: <https://csr-innovation.de/> [Zugriff am: 13.04.2022].

Petersen, Thomas (2011): Kein Fortschrittspessimismus. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 115, S. 5.

Rothgang, Michael; Dehio, Jochen; Warnecke, Christian (2022): Kooperationen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft: Mechanismen und Hemmnisse beim Erkenntnis- und Technologietransfer, Studien zum deutschen Innovationssystem, No. 14-2022, Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI), Berlin.

Anhang 1

Übersicht 4.6.1

Einordnung der verschiedenen Hemmnisse

	Cognitive Distanz/Nähe	Organisationelle Distanz/Nähe	Institutionell Distanz/Nähe
Anbahnung	<p>Forschung deckt sich nicht mit den Bedürfnissen der Industrie (Muscio/Vallanti 2014)</p> <p>Forschung zu theoretisch/grundlagenorientiert (Atzorn et al. 2010; de Wit-de Vries et al. 2019; Quiñones et al. 2019 ; Parmentola et al. 2020)</p>	<p>Wenig Transparenz zu den Angeboten der Hochschulen/Institutionen (Atzorn et al. 2010)</p>	<p>Organisationskulturelle Unterschiede (Muscio/Vallanti 2014; Quiñones et al. 2019; Rudawska/Kowalik 2019 ; de Wit-de Vries et al. 2019; Parmentola et al. 2020)</p> <p>Fehlende Anreize auf Seiten der Hochschulen (Vick/Robertson 2018 ; Quiñones et al. 2019; Parmentola et al. 2020)</p>
Durchführung	<p>Unterschiedliche Wissenshintergründe („Sprache“, Logiken, Methoden) (de Wit-de Vries et al. 2019)</p> <p>fehlende Qualifikation der Unternehmensmitarbeiter (Koglin 2011: 113; de Wit-de Vries et al. 2019)</p>	<p>Keine etablierten Prozeduren zur Durchführung von Kooperationen (Muscio/Vallanti 2014)</p>	<p>Organisationskulturelle Unterschiede (Muscio/Vallanti 2014; Quiñones et al. 2019; Rudawska/Kowalik 2019 ; de Wit-de Vries et al. 2019; Parmentola et al. 2020)</p> <p>Kurzfristige Orientierung der Unternehmen/Unterschiedliche Zeitvorstellungen (Koglin 2011: 113; Muscio/Vallanti; 2014, Vick/Robertson 2018; de Wit-de Vries et al. 2019)</p> <p>Angst vor ungewollten Wissensabflüssen (Koglin 2011: 113f.; Quiñones et al. 2019; Rudawska/Kowalik 2019)</p> <p>Forschungs- und Kommerzialisierungsziele stehen im Konflikt zueinander (de Wit-de Vries et al. 2019; Quiñones et al. 2019)</p>
Wissenstransfer	<p>Implizite Natur des Erkenntnis Wissens (de Wit-de Vries et al. 2019)</p>	<p>Fehlende Transferstelle (Rothgang et al. 2020)</p>	<p>Organisationskulturelle Unterschiede (Muscio/Vallanti 2014; Quiñones et al. 2019; Rudawska/Kowalik 2019 ; de Wit-de Vries et al. 2019; Parmentola et al. 2020)</p> <p>Unternehmen verzögern eine schnelle Ausbreitung von neuem Wissen (Muscio/Vallanti 2014)</p> <p>Publikation vs. Patentierung (Muscio/Vallanti 2014; de Wit-de Vries et al. 2019; Parmentola et al. 2020)</p> <p>Angst vor ungewollten Wissensabflüssen (Koglin 2011: 113; Quiñones et al. 2019; Rudawska/Kowalik 2019)</p>

Anhang 2

Leitfaden für eine gelingende Kooperation mit Unternehmen

Dank des Experteninterviews mit Jens Boscheinen konnten wir als Gruppe zentrale Punkte herausarbeiten, die bei einer Weiterführung des Projekts unbedingt beachtet werden sollten.



Direkte Ansprechpartner

Für einen erleichterten Arbeitsprozess ist es von großer Bedeutung, **direkte Kontakte** zu Unternehmen zu haben. Eine Zusammenarbeit funktioniert reibungsloser, wenn die Ansprechpartner bekannt sind. Dem **Pflegen dieser Kontakte** kommt ebenfalls eine große Bedeutung zu.



Klare Kommunikation

Unter anderem müssen die **Zielgruppen** des eigenen Projektes mit dem Unternehmen klar kommuniziert werden. Durch diese Klarheit kann das Unternehmen sich besser auf eine Art der Zusammenarbeit ausrichten. Des Weiteren muss auch die **Art der Kooperation** deutlich kommuniziert werden. Da das Unternehmen diese Zusammenarbeit dann besser nach außen kommunizieren kann und Aufgaben greifbarer werden.



Vielfältiger Austausch

Ein Haus der Nachhaltigkeit kann ein Raum für **diverse Verknüpfungen** von Akteur*innen sein. Ein Unternehmen könnte innerhalb dieses Raums sich nicht nur mit der Zivilgesellschaft oder anderen Unternehmen, sondern auch mit NGOs oder ehrenamtlichen Organisationen verknüpfen.



Verschiedene Arten der Kooperation

Bei der Entwicklung des Konzepts der Unternehmenskooperation sollte stets bedacht werden, dass es **viele verschiedene Arten** gibt, wie ein Unternehmen in einem HdN integriert werden kann. Es sollte sich nicht zu früh auf eine Art der Kooperation festgelegt werden.

Zusammenfassung unseres Vorgehens im Wintersemester 21-22 und Ideen zur ersten Website für das Haus der Nachhaltigkeit inklusive Wireframe

Dorian Remspecher

Zu Beginn des Semesters begann die Zusammenarbeit mit den Studierenden der Studiengänge Architektur und Bauingenieurwesen der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM). Im Rahmen dieser Kooperation wurden mehrere gemeinsame Termine gefunden innerhalb derer wir Studierenden der Justus-Liebig-Universität (JLU) das Haus der Nachhaltigkeit sowie unsere bisherigen gruppenspezifischen Themen, Aufgaben und Ergebnisse vorstellten (vgl. HdN Bericht 1. Semester). Hierbei gaben wir JLU Studierenden gruppenweise einen Überblick über unsere bisherigen Überlegungen, Vorgehensweisen und Erfolge. Dies diente den Studierenden der THM dazu das Projekt und damit auch besser ihre Aufgabe zu verstehen, den Raum, den sie konstruieren sollten einzuordnen, zu planen und zu gestalten. Weiterhin wurde von Seiten der Dozierenden weitere Rahmenbedingungen vorgestellt was den Aufbau der Zusammenarbeit anging sowie die Gestaltung des Hauses der Nachhaltigkeit. Im Hinblick auf die Zusammenarbeit der Universität und der Hochschule wurden gemeinsame Termine gesetzt, um einen Austausch über das Semester hinweg zu gewährleisten. Innerhalb dieser Termine wurden die jeweiligen Fortschritte der Kooperierenden Gruppen kommuniziert und weitere Entwicklungen besprochen. Das Format, das von den Dozierenden gemeinsam gewählt wurde, war ein modulares System unter der Zuhilfenahme von Containern in denen die jeweiligen Gruppen der JLU ihre Thematiken darstellen könnten. Hiermit wurde es weiterhin den Studierenden der THM zu einen erleichtert ein konkretes Objekt zu entwerfen, das in seinen Ausmaßen nicht überwältigend war. Außerdem wurde für die Gruppe der JLU der Aspekt geschaffen ein Haus der Nachhaltigkeit zu entwerfen, das aus einzelnen Modulen strukturiert ist somit flexibel in der Gestaltung ist und das als weiteren großen Vorteil mobil ist. Dieser Aspekt könnte maßgeblich zum Erfolg des Hauses der Nachhaltigkeit werden, da so die potentiellen Rezipient:innen vervielfacht würden. Dieses modulare Format wurde im späteren Verlauf noch insofern relevant für uns als, dass es den Platz, den Unternehmen nutzen können, um sich und ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen vorzustellen limitiert und so zu kreativen Lösungen anregt, die wir im weiteren Verlauf auch in unseren Interviews thematisierten.

Zu diesem Zeitpunkt stand jedoch noch nicht fest, ob wir innerhalb unserer Gruppe „Best Practice Research“ entweder eine Plattform innerhalb des Hauses der Nachhaltigkeit bieten können, um es regionalen Unternehmen zu ermöglichen deren Best Practices der Gesellschaft und anderen Unternehmen zu präsentieren oder ob

wir alternativ auf Unternehmen zugehen wollen, um diese bei geplanten beziehungsweise möglichen

Nachhaltigkeitsmaßnahmen zu beraten. Im Laufe des Semesters setzten wir uns auf Initiative Dr. York Kautts hin verstärkt mit den 20 Richtlinien und entsprechend untergliederten Kriterien des deutschen Nachhaltigkeit Kodexes auseinander. Der deutsche Nachhaltigkeitskodex ist ein Standard, der es Unternehmen und Organisationen ermöglicht ihre Nachhaltigkeitsleistungen in einer standardisierten und transparenten Art zu kommunizieren. Er macht Nachhaltigkeitsleistungen zum einen sichtbar und weiterhin besser vergleichbar. Unternehmen werden bei der Formulierung einer Nachhaltigkeitsstrategie beraten und so ein niedrigschwelliger Einstieg in die Nachhaltigkeitsberichterstattung gegeben. Hierbei wird die Nachhaltigkeitsaktivität anhand von 20 Kriterien beschrieben und mit quantitativen Leistungsindikatoren belegt. Diese Angaben werden anschließend auf Vollständigkeit geprüft und danach der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt (vgl. DNK).

Da zu diesem Zeitpunkt noch nicht abschließend geklärt war, welche Funktion wir als Gruppe gestalten könnten, überlegten wir innerhalb unserer Gruppe noch wie diese Kriterien auf uns anzuwenden wären, falls wir eine beratende Funktion innerhätten. Eine Tabelle (vgl. Tab. 1) die wir hierzu angefertigt haben ist im Anhang zu finden.

In Abstimmung mit unserem Dozenten Dr. York Kautt entschieden wir uns im weiteren Verlauf aber dazu uns auf das Anbieten einer Plattform zu spezialisieren. Um in diesem Zusammenhang konkret mit engagierten Personen und Unternehmen in der Region in Kontakt zu treten, erstellten wir anschließend einen Fragebogen, der finale Entwurf hierfür ist im Anhang zu finden. Mit der Erstellung des Bogens gingen zeitgleich weitere Fragen einher. Zum einen in welcher Form der Fragebogen an die Partner gesendet werden sollte, ob in Papierform, als PDF oder als digitaler Fragebogen. Zunächst war geplant innerhalb der Gruppe den Fragebogen als ein bearbeitbares PDF zu versenden. In Rücksprache mit unserem Dozenten verständigten wir uns jedoch darauf den Fragebogen mithilfe eines Universitätszugangs über Limesurvey digital zu erstellen und zu versenden.

Zeitlich ging mit der Erstellung des Fragebogens auch eine von Dr. York Kautt vermittelte Kontaktaufnahme unsererseits mit Christiane Janetzky-Klein einher, einer Lokalpolitikerin der Grünen und Geschäftsführerin des nachhaltigen Eventdienstleisters *Tellermeer* aus Gießen. Frau Janetzky-Klein erklärte sich freundlicherweise gerne bereit uns zu einem Interview zur Verfügung zu stehen, welches wir digital und durch einen Leitfaden gestützt mit ihr durchführten. Hier kamen auch die oben erwähnten Maße der zur Verfügung stehenden Fläche als Thema auf, mit denen Frau Janetzky-Klein sehr intelligent und interessant zu planen wusste. Weiterhin gab

Frau JanetzkyKlein uns gerne Auskunft über ihr Unternehmen und dessen Werdegang, den momentanen Zustand der Eventbranche, Nachhaltigkeit innerhalb ihres Unternehmens und der Branche als Ganzem, die Bestrebungen das nachhaltige Handeln des Unternehmens zu kommunizieren um für

Verbraucher:innen attraktiver zu werden, sie äußerte ihr Interesse daran sich auch mit weiteren Unternehmen aber auch weiteren relevanten Akteuren auf (Lokal-) Politischer- und Verwaltungsebene auszutauschen. Für tiefergehende Einblicke in dieses und die weiteren Interviews siehe den Teil der Ausarbeitung meiner Kommilitonin Friederike Schneider.

Im weiteren Verlauf des Semesters gingen wir erneut auf das Haus der Nachhaltigkeit in Ulm zu um uns mit den Kolleg:innen über eventuelle Erfahrungen ihrerseits auszutauschen was Unternehmenskooperationen angeht. Hier leitete Gesa Krauss uns an ihren Kollegen Jens Boscheinen weiter, der sich freundlicherweise ebenfalls bereiterklärte uns für ein Gespräch zur Verfügung zu stehen. Innerhalb des Gesprächs legte Herr Boscheinen uns den Weg dar, den sie in Ulm gegangen waren, um mit Unternehmen und weiteren relevanten Akteuren in ihrer Region in Kontakt zu kommen. Weiterhin erklärte er sich bereit den von uns erstellten Fragebogen zu diskutieren und uns zu diesem fachkundig ein umfassendes Feedback zu geben. Auch dieses Feedback nahmen wir dankbar mit, um den Fragebogen weiter anzupassen und zu verbessern.

Den Fragebogen finalisierten wir anschließend zeitnah, um ihn dann Unternehmen aus der Region per Mail zukommen zu lassen. Für weitere Informationen hierzu sowie die Auswertung siehe den Teil der Ausarbeitung meiner Kommilitonin Daniela Schoen.

Nachfolgend führten wir noch weitere Interviews mit Herrn Arno Jung, dem Geschäftsführer des Schreibwaren- und Geschenkartikelladens *Punkt und Strich* in Gießen sowie Frau Eva Siegfried des Bio Catering *Safran*, ebenfalls aus Gießen. Siehe hierzu ebenfalls den Teil der Ausarbeitung Friederike Schneiders.

Auch zu einer potenziellen Website des Hauses der Nachhaltigkeit haben wir uns in diesem Semester erste Gedanken gemacht. Ein erster Wireframe zur Visualisierung unserer Überlegungen ist ebenfalls im Anhang zu finden. Erste Einblicke in die Arbeit im Usability Research konnte ich bereits im Sommersemester 2021 in einem entsprechenden Seminar erlangen. Die Nutzer:innen sollen gemäß den gängigen Konventionen eine klar strukturierte, leicht zugängliche und optisch ansprechende Seite vorfinden um sich zu informieren, zum Mitmachen und gegebenenfalls auch zum Spenden angeregt werden (vgl. Hamm (2014)).

Quellenverzeichnis

Websites:

Deutscher Nachhaltigkeitskodex: <https://www.deutschernachhaltigkeitskodex.de>
(abgerufen am 13.02.2022 12:37)

Literatur:

Hamm, Matthew J. (2014): Wireframing Essentials: An introduction to user experience design, Packt Publishing Ltd. Birmingham.

Vollständiger Bericht des 1. Semesters „Haus der Nachhaltigkeit“

Ausarbeitung Daniela Schoen

Ausarbeitung Friederike Schneider

Anhänge

Gruppe: Best Practice Research	
DNK Kriterium	Unsere Leistung
1. Strategie	Projekte/Unternehmen beim Thema Nachhaltigkeit beraten, gemeinsam Strategien entwickeln
2. Wesentlichkeit	Identifikation der besten Ansatzmöglichkeiten
3. Ziele	Langfristiges Begleiten Eine gegebene Anzahl soll beraten werden
4. Tiefe der Wertschöpfungskette	Arbeitsmittel und Verbrauchsgüter nur aus nachhaltigen Quellen beziehen
5. Verantwortung	Liegt bei uns
6. Regeln und Prozesse	Zulieferer überprüfen, bei jeder Entscheidung das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigen
7. Kontrolle	Haben wir x Unternehmen beraten? Selbstgesetzte Maßstäbe regelmäßig überprüfen
8. Anreizsysteme	Teamförderungsmaßnahmen, gemeinsame Unternehmungen
9. Beteiligung von Anspruchsgruppen	Regelmäßige Treffen, offene Diskussionen, Workshops
10. Innovations- und Produktmanagement	Unsere Arbeitsweisen ständig verbessern, hierfür an Workshops teilnehmen
11. Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen	Alle verwendeten Materialien (Office Supplies etc.) auf die jeweilige Nachhaltigkeit hin überprüfen
12. Ressourcenmanagement	Siehe 11.
13. Klimarelevante Emissionen	Siehe 11. zzgl. Verwendung erneuerbarer Energien
14. Arbeitnehmerrechte	garantieren wir uns
15. Chancengerechtigkeit	Wir versuchen auf jeden im Team gut zu achten Bei zukünftigen Einstellungen auf Diversität achten
16. Qualifizierung	Regelmäßige Weiterbildungsmaßnahmen
17. Menschenrechte	Fokus auf Menschenrechte in der Wertschöpfungskette unserer Ressourcen

18. Gemeinwesen	Erstmal besonderer Fokus auf lokale Unternehmen (könnte dann automatisch dazu führen, dass die Region von unserer Arbeit profitiert)
19. Politische Einflussnahme	Politiker*innen als mögliche Kund*innen von unserem Projekt; Über Website öffentlich machen, welche Gespräche geführt wurden
20. Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	Compliance-Kodex aufsetzten

Lehrforschungsprojekt „Haus der Nachhaltigkeit“ Umfrage

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir sind Student*innen der Justus-Liebig-Universität und Teil des Lehrforschungsprojektes „Haus der Nachhaltigkeit“.

Das „Haus der Nachhaltigkeit“ will für verschiedene Akteure in der Region Gießen eine Plattform für nachhaltige Entwicklung sein: Unternehmen, Non-Profit-Organisationen, Kommunen und Hochschulen ebenso wie Bürger*innen. Im Haus der Nachhaltigkeit werden Lösungen präsentiert und Probleme und Lösungen diskutiert. Hier können Wissen und Erfahrungen ausgetauscht und neue Formen des Handelns und der Kooperation in Gang gesetzt und erprobt werden.

Im Folgenden stellen wir Ihnen ein paar Fragen wie sie Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen einbinden.

Fragebogen

1. a. Name des Unternehmens: _____

b. Anzahl der Mitarbeiter*innen / Angestellten: _____

2. a. Nachhaltigkeit ist in der Branche meines Unternehmens zunehmend wichtig
stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu

1 2 3 4 5

b. Ich würde mich freuen, wenn mein Unternehmen nachhaltiger sein würde
stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu

1 2 3 4 5

c. Aus welchen Gründen möchten Sie, dass Ihr Unternehmen nachhaltiger wird?

3. a. Hat Ihr Unternehmen bereits Maßnahmen zur Nachhaltigkeit ergriffen?

Ja Nein

b. Wenn ja, welche? (Schlagwörter)

c. Haben Sie geplant, Ihr Unternehmen in der Zukunft nachhaltiger auszurichten?

Ja Nein

d. Was sind Ihre geplanten Maßnahmen/Ziele, um Ihr Unternehmen nachhaltiger auszurichten?

4. a. Wenn Ihr Unternehmen bereits Schritte unternimmt – wie kommunizieren Sie diese für andere?

- Social Media Auftritt
- Printmedien (z.B. Broschüren, Geschäftsberichte, u.a.)
- Anzeigen (Radio, Fernsehen, Plakate...)
- Eigene Homepage
- Sonstiges _____

5. a. Haben Sie bereits Erfahrungen mit Kooperationen zum Thema Nachhaltigkeit?

Ja Nein

b. Wenn ja, welche?

6. Wie groß ist Ihr Interesse, die eigene Nachhaltigkeitsarbeit in einem Haus der Nachhaltigkeit vorzustellen?

sehr groß gering

1 2 3 4 5

7. Ich bin an Veranstaltungen interessiert, bei denen Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Unternehmen vorgestellt werden

stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu

1 2 3 4 5

8. Ich bin an der Vernetzung mit anderen Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit interessiert, da sich gemeinsam Ziele besser erreichen lassen

stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu

1 2 3 4 5

9. Welche Angebote im Bereich Nachhaltige Entwicklung wären für Ihr Unternehmen von Interesse? (Schlagwörter)

10. Ich bin an der Vernetzung mit den Hochschulen (JLU und THM) interessiert

stimme überhaupt nicht zu stimme voll und ganz zu

1 2 3 4 5

11. Ich wünsche mir einen Wissenstransfer zum Thema Nachhaltigkeit mit folgenden Akteuren:

12. Den größten Nutzen eines HdN sehe ich für unser Unternehmen hierin (Schlagwörter oder ein, zwei Sätze)

13. Was würden Sie als Unternehmer*in an einem HdN am meisten begeistern? (Ein Satz oder Schlagwörter)

Auswertung der online Befragung „Haus der Nachhaltigkeit“

Daniela Schön

Einleitung

In diesem Teil des Berichtes wird die online Befragung ausgewertet. Mit der online Befragung sollten möglichst viele nachhaltige Unternehmen im Bereich Gießen und Umgebung über eine theoretische Zusammenarbeit mit dem Haus der Nachhaltigkeit befragt werden. Dabei war es wichtig herauszufinden, inwiefern regionale Unternehmen daran interessiert sind, „Best Practices“ und Nachhaltigkeitsstrategien, in unserem Haus, vorzustellen. Ebenfalls sollte der Fragebogen dafür genutzt werden, ob es für Unternehmen wichtiger ist, diese „Best Practices“ vorrangig der Zivilgesellschaft oder anderen Unternehmen vorzustellen.

Der Fragebogen

In der vorliegenden Umfrage wurde ein online Survey mit insgesamt 22 Fragen unterteilt in 13 Kategorien entwickelt. Für alle Unternehmen wurde ein identischer Fragebogen genutzt, der in deutlicher Sprache verfasst und bewusst nicht allzu lang gestaltet wurde. Bei der Auswahl der Fragen ging es um die bereits bestehende Nachhaltigkeit im eigenen Unternehmen, wie diese zukünftig noch ausgebaut werden können und ob eine Kooperation mit dem HdN in Frage kommen würde. Dabei war es auch wichtig in Erfahrung zu bringen, wie die Befragten sich solch eine Kooperation vorstellen. In der Umfrage waren sowohl überwiegend quantitative, als auch qualitative Fragen zu beantworten. Die qualitativen Informationen dienten dazu, eine Optimierung der davor gestellten Fragen zu erhalten. Die geschätzte Bearbeitungszeit für den Fragebogen lag bei 5-10 Minuten. Der Fragebogen wurde am 19.01.2022 auf LimeSurvey online gestellt und war ohne Zeitlimit jederzeit bis zum 10.04.2022 aufrufbar. Die gewählten Unternehmen wurden durch E-Mails auf die Umfrage aufmerksam gemacht. Durch die Auswahl eines Online-Fragebogens wurde ein persönliches Treffen aufgrund von Corona vermieden und die Unternehmen konnten bequem und einfach von ihrem jeweiligen Standort die Umfrage durchführen. Einige Fragebögen wurden leider nicht vollständig ausgefüllt und konnten somit nicht in die Auswertung einfließen.

Beteiligte Unternehmen der Umfrage

Insgesamt haben sechs nachhaltige Unternehmen im Raum Gießen und Umgebung die Umfrage vollständig ausgefüllt. Vereinzelt wurde die Umfrage nochmals über ein online Meeting ausführlicher besprochen. Zu den Unternehmen zählen folgende: Adis, Büttner & Kübler OHG / Schwätzer & Söhne, Lose Liebe Ug, Keller & Gruber GbR, NOAMS Deli Giessen, Veganatural, Bio-Veganes Bistro in Gießen und Klatschmohn Naturkost GmbH. Um einschätzen zu können,

wie groß die Unternehmen sind, haben wir nach der Anzahl der Mitarbeiter*innen gefragt. Die Ergebnisse waren sehr unterschiedlich. So gab es eine Spanne von 2 bis 31 Mitarbeiter*innen. Zudem haben wir die Unternehmen ebenfalls gefragt, welcher Branche sie zugehören, um auch hier eine eindeutige Zuordnung zu bekommen. So wurden insgesamt drei Gastronomieunternehmen, ein Handel mit unverpackten Lebensmitteln und Lifestyleprodukten, ein Naturkost-Fachhandel und eine Veranstaltungsorganisation genannt.

Nachhaltigkeit in den Unternehmen

Um einen ersten Einblick zu bekommen, inwieweit Nachhaltigkeit bereits in dem Unternehmen etabliert ist, wurde hierzu eine Likert-Skala verwendet. Die Antwortmöglichkeiten gingen von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft überhaupt nicht zu“. Das Thema Nachhaltigkeit ist 83,3 % der Unternehmen zunehmend sehr wichtig. Dies ist ein erstaunlich positiver Anteil. Nur 16,6 %, entspricht einem Befragten, ist Nachhaltigkeit im Unternehmen, mäßig wichtig. Daselbe Ergebnis ergab sich bei dem zukünftigen Ausbauen nachhaltiger Themen im Unternehmenskontext. Dort sind es ebenfalls 83,3 %, denen es sehr wichtig ist. Dies sind fünf der sechs aufgezählten Unternehmen.

Die Frage, aus welchen Gründen das Unternehmen nachhaltiger werden möchte, ist eine sehr wichtigste und zugleich spannende Frage. Jedes Unternehmen fasst Nachhaltigkeit anders auf, siehe Abbildung 1.

Abbildung 2: Aus welchen Gründen möchten Sie, dass Ihr Unternehmen nachhaltiger wird?

Antwort

Wir haben nur diesen einen Planeten
um den größtmöglichen Impact haben zu können und authentisch zu handeln
Wir sind von Grund auf nachhaltig ausgerichtet
Aus Umweltaspekten. Wir stehen als Unternehmen für einen bewussten und achtsamen Umgang mit Ressourcen, der Natürlich und unserer Umwelt in allen Belangen.
Wir arbeiten schon immer Nachhaltig und möchten uns mit mehr Partnern, Produzenten und Händlern verbinden, die das ebenso tun.
Der Naturkost Fachhandel setzt sich inhaltlich für die Transformation der Land- und Lebensmittelwirtschaft in Richtung Ökologie und Nachhaltigkeit ein.
Dem sollen natürlich unsere Geschäftsräume, Einrichtung, Betriebsmittel und Handlungsweisen entsprechen.
Hier gibt es noch eine Reihe von Kompromisslösungen aus der Vergangenheit, die den Zielen noch nicht entsprechen.
Wir erstellen seit zwei Jahren eine CO₂ Bilanz, die die Schwachstellen aufzeigt. Das sind Kühlanlagen/Kühlmittel, Mobilität (MA pendeln), Firmenwagen, Stromverbrauch (Wir beziehen zwar Ökostrom, eine eigene Produktion mit Voltaik wäre besser).

Die Unternehmen zählen in erster Linie die Umwelt und den Planeten auf. Andere Unternehmen zeigen zusätzlich noch auf, wie sie Nachhaltigkeit bereits umsetzen und was sie noch verbessern können.

Im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit haben wir die Unternehmen gefragt, welche Maßnahmen sie bereits ergriffen haben. Dies sollte in Schlagwörtern beantwortet werden. (Abbildung 2)

Abbildung 3: Welche Maßnahmen haben Sie bereits in Ihrem Unternehmen zur Nachhaltigkeit ergriffen?

Antwort

Bezug regionaler und saisonaler Lebensmittel, weitestgehender verzicht auf industriell hergestellte Lebensmittel, starker fokus auf veganer und vergetarischer Speisen, Verzicht auf Einwegverpackungen für Kaffee und Speisen zum Mitnehmen, verwendug von Lastenrädern und Elektroautos

Prozessoptimierung, Qualitätsmanagement

Grünes Webhosting

Nachhaltige Mobilität

Nachhaltige Beschaffung

Nachhaltigkeitsstrategie

Mehrwegschalen (Verpackungsökonomie), Vermeidung von Essensverschwendung (Ressourcenmanagement), Fleiscjfreies Speisenangebot und weitgehende Vermeidung tierischer Produkte

Bio-vegane Lebensmittel, bio-veganen Strom, keine Lebensmittel verschwenden, recyblebare Verpackungen, unverpackte Ware.

Mehrwegverpackungssysteme

Ökostrom-Einkauf 100%

CO² Bilanzierung und Kompensation

Bevorzugter Warenbezug aus der Region

Verwendung von Naturmaterialien im Ladenbau

Wärmerückgewinnung aus Kühlanlage

Lastenfahrrad-Leihstation

Spenden für nachhaltige Projekte

Bei der Frage, ob Maßnahmen/Ziele geplant sind, um das Unternehmen nachhaltiger auszurichten, hatten die Befragten ebenfalls die Möglichkeit offene Antworten zu geben. Siehe Abbildung 3.

Abbildung 4: Was sind Ihre geplanten Maßnahmen/Ziele, um Ihr Unternehmen nachhaltiger auszurichten?

Antwort

Die bisherigen Maßnahme ausweiten

Händler finden mit Pfandsystemen

Nachhaltigkeitsberichterstattung

Wir arbeiteten stetig daran unsere Prozesse zu optimieren und insbesondere im Bereich der Produkt- und Mengenplanung sind wir immer wieder aufs Neue gefragt uns auf die jeweilige Nachfrage, die in der Gastronomie immer Unwägbarkeiten mit sich bringt, passend einzustellen, sodass wir nachhaltig wirtschaften.

Wie oben genannt

Kühlanlage mit klimaunschädlichen Gasen und Anbindung der Abwärme an das

Heizungssystem (Sehr hohe Investition)

Voltaik - Stromerzeugung

Auf die Frage, wie Unternehmen ihre Schritte mit anderen kommunizieren, wählten die meisten Befragten (83,3 %) Social Media Auftritte sowie die eigene Homepage aus, hierbei waren Mehrfachantworten möglich. Ebenfalls häufig (16,7 %) wurden Printmedien und Anzeigen ausgewählt. Auch sonstige, nicht aufgezählte, Möglichkeiten wurden erwähnt. Insgesamt sind aber Social Media und die eigene Homepage die Vorreiter. In der heutigen Zeit nicht ungewöhnlich.

Kooperationen mit Unternehmen und dem Haus der Nachhaltigkeit

Von den 6 Unternehmen gaben 3 an, dass sie bereits Kooperationen in dem Bereich hatten. Zwei verneinten diese Frage und ein Unternehmen gab keine Antwort. Um etwas mehr über diese Kooperationen herauszufinden, wurde in dem Fall eine quantitative Frage gestellt, wo die Unternehmen die Möglichkeit hatten, ihre Kooperationen zu erwähnen. Hierunter wurden Umweltverbände, Kulturzentren oder auch die Stadt Gießen (Recup) genannt.

Kernziel der Umfrage war es, herauszufinden, wie die einzelnen Unternehmen zu einem Haus der Nachhaltigkeit stehen. Hierfür wurde wieder eine Likert-Skala angelegt, wo die Befragten die Frage beantworten sollte, inwieweit sie daran interessiert wären, ihr Nachhaltigkeitsaspekt in dem HdN vorzustellen. Vier (66,6 %) der Befragten würden einer Kooperation mit dem HdN zustimmen. Zwei (33,4 %) Unternehmen würden eher keine Kooperation mit einem HdN eingehen wollen. Dies ist trotzdem eine sehr gute Bilanz, da so Unternehmen offen für solch ein Konzept wären. Infolgedessen war es wichtig in Erfahrung zu bringen, was sich die Unternehmen perspektivisch im Haus der Nachhaltigkeit vorstellen. Hierfür wurde wieder eine offene Frage gestellt, siehe Abbildung 4.

Abbildung 5 Was könnten Sie sich perspektivisch schon im Haus der Nachhaltigkeit vorstellen?

Antwort

Unsere (Aufklärungs-)Arbeit im Rahmen der 17 Nachhaltigkeitsziele, Beratung & Coaching im Büroalltag, Consulting & Dienstleistung für Kommunen in Sachen Nachhaltigkeit & Vorbildfunktion

Teilnahme an Vernetzungsveranstaltungen

Eine Visitenkarte von uns und ein paar Beispiele was wir tun und wie wir arbeiten.

Waren sortimente der ökologischen LW und LBM Wirtschaft

CO² Zertifizierung

Warenbezugsnets aus der Region

Verpackungslösungen

Unterstützung der Netzwerkarbeit

Ernährungsrat Gießen

Hier ist zu erkennen, dass die Unternehmen unterschiedlicher Branchen angehören und somit auch unterschiedliche Vorstellungen besitzen.

Auch bei der Frage, ob die Unternehmen an Veranstaltungen interessiert sind, bei denen Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Unternehmen, der Zivilgesellschaft oder anderen Unternehmen vorgestellt werden sollen, haben alle Befragten zugestimmt.

Zu der Frage, ob die Unternehmen an der Vernetzung mit anderen Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit interessiert sind, um so ihre gemeinsamen Ziele besser zu erreichen, waren alle Befragten bei der Likert-Skala zwischen „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“.

Vier der sechs Unternehmen gaben an, welche Angebote im Bereich nachhaltige Entwicklung für ihr Unternehmen von Interesse wäre. Dazu gehören Schulungen und Netzwerkveranstaltungen, Handreichungen für nachhaltige Beschaffung, Unterstützung von nachhaltig agierenden Firmen und Gesellschaften sowie eine Verkaufsfläche und Bistro im HdN. Hierfür kann das Haus der Nachhaltigkeit beispielsweise die Räumlichkeiten zur Verfügung stellen.

Die Unternehmen sind prinzipiell dafür offen, eine Vernetzung mit den Hochschulen (JLU und THM) in Verbindung mit dem Projekt einzugehen. Nur eins der sechs Unternehmen ist nicht daran interessiert.

Pharmaindustrie, Energiewirtschaft und Digitalunternehmen sind nur drei der genannten Akteur*innen, mit denen sich die Unternehmen einen Wissenstransfer zum Thema Nachhaltigkeit wünschen.

Das Haus der Nachhaltigkeit würde für die Unternehmen den Nutzen haben, Vernetzung zwischen anderen Unternehmen oder Akteur*innen herzustellen. Eine weitere Antwort war, dass das HdN nur bedingt ein Nutzen für die Unternehmen wäre. Hier gaben 60 % der Unternehmen eine Antwort.

Aufklärung, Wachstum und Unterstützung sind nur ein paar Schlagwörter für einen Mehrwert, den sich die Unternehmen in einem hypothetischen Haus der Nachhaltigkeit in Gießen erhoffen würden.

Zusammenfassung

Insgesamt zeigen diese Antworten eine große Befürwortung eines solchen Hauses auf. Die Unternehmen würden sich ein Haus der Nachhaltigkeit wünschen, um gesehen zu werden und aufmerksam auf ihr Unternehmen und auf das Thema Nachhaltigkeit zu machen. Nachhaltigkeit spielt in allen Unternehmen bereits eine große Rolle und alle möchten sich noch weiterentwickeln und dazulernen. Ein Haus der Nachhaltigkeit wäre ein guter Ort für ein zusammenkommen verschiedener Unternehmen und Akteur*innen. Die Unternehmen sehen einen indirekten Nutzen in dem Haus der Nachhaltigkeit. Das HdN wäre hierbei eher ein Nebenakteur.

Zusammenfassend wäre ein Haus der Nachhaltigkeit in Gießen ein guter Schritt in Richtung nachhaltiges Leben und würde nicht nur Unternehmen dabei helfen nachhaltiger zu werden, sondern auch der Zivilgesellschaft.

Erstellen einer Umfrage

Um eine Umfrage zu verfassen, sollten bestimmte Schritte durchlaufen werden. Zuallererst ist es wichtig, sich Gedanken darüber zu machen, welches Ziel mit der Umfrage erreicht werden möchte. Dies sollte in der Beschreibung am Anfang der Umfrage auch beschrieben werden. Danach sollte überlegt werden, welchen Stil die Umfrage haben soll. Es gibt die Möglichkeit zwischen einem Vollstandardisierten Fragebogen oder einem nicht- oder teilstandardisierten Fragebogen. Der Unterschied darin liegt, dass der vollstandardisierte Fragebogen keine offenen Fragen enthält, Antwortmöglichkeiten vorgibt und einfacher auszuwerten ist (vgl. Qualtrics, kein Datum). Zudem sollte ein konkreter Ablauf erkennbar sein. Die Fragen sollten sortiert sein und in Kategorien eingeordnet werden (vgl. Wegner, kein Datum). Die Fragen sollten klar verständlich sein. Hierfür gibt es die sogenannten „10 Gebote“ der Frageformulierung von Rolf Porst, wodurch die Fragen optimiert werden können (vgl. Porst 2011, S.95-96). Dort wird beispielsweise beschrieben, dass die Frage einfache und unzweideutige Begriffe enthalten soll. Ebenso sollten Verneinungen und doppelte Stimuli vermieden werden. Zum Schluss sollte darauf geachtet werden, dass der Fragebogen nicht zu lang gehalten wird. Nachdem all diese Schritte befolgt wurden, sollte der Fragebogen von einem einmal selbst durchlaufen werden.

Literaturverzeichnis

Porst, Rolf. 2011. Fragebogen – ein Arbeitsbuch. 3. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Qualtrics. Kein Datum. *Standardisierter Fragebogen*. Zugriff am 12. April 2022.

<https://www.qualtrics.com/de/erlebnismanagement/marktforschung/standardisierter-fragebogen/>

Wegner, Dennis. Kein Datum. *7 bewährte Praxis-Tipps für die Erstellung deines nächsten Fragebogens.*

Zugriff am 12. April 2022. <https://easy-feedback.de/blog/7-bewaehrte-praxis-tipps-fuer-deinen-naechsten-fragebogen/>.

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: AUS WELCHEN GRÜNDEN MÖCHTEN SIE, DASS IHR UNTERNEHMEN NACHHALTIGER WIRD?

ABBILDUNG 2: WELCHE MAßNAHMEN HABEN SIE BEREITS IN IHREM UNTERNEHMEN ZUR NACHHALTIGKEIT ERGRIFFEN?

ABBILDUNG 3: WAS SIND IHRE GEPLANTEN MAßNAHMEN/ZIELE, UM IHR UNTERNEHMEN NACHHALTIGER AUSZURICHTEN?

ABBILDUNG 4 WAS KÖNNTEN SIE SICH PERSPEKTIVISCH SCHON IM HAUS DER NACHHALTIGKEIT VORSTELLEN?

Unternehmenskooperation - Qualitative Interviews

Friederike Schneider

In dem vorliegenden Bericht werden die wichtigsten Ergebnisse, aus drei geführten qualitativen Interviews für das Haus der Nachhaltigkeit, präsentiert. Angefangen mit dem methodischen Einstieg eines Leitfadeninterviews, es folgt das erste Interview mit Frau Janetzky-Klein, der Inhaberin von „Tellermeer“. Anschließend werden die Ergebnisse der Interviews mit den Unternehmen „Punkt&Strich“ mit Herr Jung und das Interview von Frau Siegfried von „Safran“ dargestellt. Abschließend werden Gemeinsamkeiten der drei Interviews herausgearbeitet und in Bezug zur Wichtigkeit der Sinneseindrücke gesetzt.

Zusätzlich zu der online Umfrage, führten wir als Gruppe „Unternehmenskooperation“ drei online Interviews mit Videotelefonaten über das Medium „Microsoft Teams“. Bei den Interviews handelt es sich um Leitfadeninterviews, die mit einem selbstkonzipierten Fragebogen, der als Leitfaden fungiert, durchgeführt und strukturiert werden. Bei den Interviews wurden die Fragen des Leitfadens im Gespräch abgearbeitet. Bei Leitfadeninterviews ist es wichtig, die drei Grundprinzipien qualitativer Forschung „Offenheit- kein hypothesengebundenes Vorgehen, Prozesshaftigkeit, Kommunikation“ (Misoch 2015, S.66) zu berücksichtigen. Es wurde darauf geachtet, die vier verschiedenen Phasen „Informationsphase, Aufwärm- und Einstiegsphase (Warm-up), Hauptphase, Ausklang- und Abschlussphase“ (Misoch 2015, S.65-69), des Aufbaus eines Leitfadens einzuhalten. Zu erwähnen ist, dass in der Informationsphase bei den Interviewpartnern „Tellermeer“ und „Safran“ das Einverständnis, für eine Tonaufnahme des Interviews, abgefragt wurde. Beide beantworteten es mit „Ja“. Bei dem Interview mit „Punkt&Strich“ wurde keine Tonaufnahme aufgenommen, somit handelt es sich im Bericht um Mitschriften.

Das erste Interview wurde am 04.02.2022 mit Frau Janetzky-Klein, der Inhaberin vom Unternehmen „Tellermeer“ in Gießen, geführt. „Tellermeer“ stellt Eventausstattungen für verschiedene Veranstaltungen, rundum Gießen, zur Verfügung. (vgl. Tellermeer „Über uns“) Das Unternehmen vermietet „Teller, Tassen, Gläser, Besteck, Gastrogeräte, Tische, Stühle, Zelte aber auch Nützliches und Dekoratives [...].“ (Tellermeer „Über uns“). Nach Bedarf, kann auch Servicepersonal beauftragt werden. (vgl. Tellermeer „Über uns“) „Tellermeer“ hat ein Nachhaltigkeitssiegel der Veranstaltungsbranche von „fairpflichtet“. Sie verfolgen ein nachhaltiges System in ihrem Unternehmen, zum Beispiel verwenden sie „biologisch abbaubar Reinigungsmaterialien“, verringern „Einwegmaterialien auf ein Minimum“ oder beziehen „Strom aus erneuerbaren Energien“. (vgl. Tellermeer „Nachhaltigkeit“)

In dem Interview mit Frau Janetzky-Klein kam zum Vorschein, dass bei ihrem Unternehmen Nachhaltigkeit an oberster Stelle steht, sie sind Ressourcen schonend und nachhaltig ausgerichtet.

Interviewer: Würden Sie sagen, dass in der Eventausstattungsbranche mehr Leute Bewusstsein für Nachhaltigkeit bekommen haben oder würden Sie sagen, Sie sind da eher Vorreiterin?

Frau Janetzky-Klein: „Also, es gibt mittlerweile eine Bewegung, ich sag mal so, in den letzten acht bis zehn Jahren, dass sich Gedanken drüber gemacht wird. [...] im Bereich von der Gastronomie oder von Tagungen geht es dann darum, dass keine Einweg Zucker Sachen mehr dazu gelegt werden oder auch diese abgepackte Milch nicht mehr dabei ist, sondern alles offen ist. [...] Dann habe ich auch schon mitbekommen, dass sich über die Teppiche Gedanken gemacht werden, das sind im Moment alles Einwegwaren, die ganzen Auslegegeschichten auf den Messen, die in den Gängen liegen ist Einwegware, das geht auf Dauer natürlich auch nicht. Und es gibt Unternehmen, die beschäftigen sich damit, ob man Mehrwegware nehmen kann oder überhaupt ein ganz anderes System für diese Messen oder für diese Teppichvarianten findet.“ (3'28“)

Interviewer: Im Gießen Umkreis sind Sie schon Vorreiterin, wenn man das so sagen kann?

Frau Janetzky-Klein: „Ja eigentlich schon, weil ich das seit Unternehmensgründung mache. Wo sich auch einiges geändert hat, ist in der Lichtbranche durch die LED-Technik, dass die Anbieter von der ganzen Lichttechnik sind zu LED übergegangen und das machen auch die einheimischen Unternehmen. [...]“ (4'47“)

Frau Janetzky-Klein probiert sich seit ihrer Gründung mit den Nachhaltigkeitsentwicklungen zu entwickeln. Ihr Interesse ihre Nachhaltigkeitsarbeit in einem Haus der Nachhaltigkeit vorzustellen ist groß. Für Sie als Unternehmerin wäre es wichtig bei einem Haus der Nachhaltigkeit, sowohl den Austausch zwischen Unternehmen, als auch die konzeptionelle Vorstellung in der Zivilbevölkerung. (10'00“) Sie ist der Meinung „man kann nicht das eine tun, ohne das andere zu machen, es ist extrem wichtig immer wieder die Menschen mitzunehmen, dass es Unternehmen gibt, die nachhaltig arbeiten.“ (10'06“) Frau Janetzky-Klein stellt sich bei einem „Showroom“ vom Haus der Nachhaltigkeit, kein festes Haus vor, sondern findet besonders das mobile Angebot interessant. (17'43“) Sie stellt sich „zwei, drei vielleicht auch irgendwann mal vier Container vor, die Themenbezogen an Orte gemeinsam gestellt werden können, aber auch zu bestimmten Projekten gesondert irgendwo aufgestellt werden können.“ (17'54“) Ihre Idee für die Darstellung ihres Unternehmens ist, einmal ihre Materialien wie Teller, Besteck et cetera auszustellen und als Gegengewicht Einwegmaterial zu zeigen, um darzustellen, dass mieten von solch einer Ausstattung nachhaltiger ist. Dazu eine Auflistung zeigen, was der Energieverbrauch von den Mehrwegmaterialien im Gegensatz vom Energieverbrauch von Einwegmaterialien ist, inklusive Anschaffung, Produktion, Entsorgung, Lieferketten. Eine weitere Idee von ihr sind parallele Fühlstationen, bei den geprüft werden kann, ob ein Unterschied von Produkten ertastet oder gesehen wird. Spontan fiel ihr Plastik Gabeln (die sehr beweglich sind) im Vergleich zu festen Gabeln ein, oder Teppiche, da es auch Teppiche gibt, die Mehrweg sind. Frau Janetzky-Klein fokussiert sich auf den Vergleich zwischen dem was man gewohnt ist und dem was zielsetzend ist. (18'34“)

Das zweite Interview fand am 21.02.2022 mit „Punkt&Strich“ aus Gießen statt. Das Ladengeschäft von Herrn Bierling und Herrn Jung gründete sich um das Jahr 1994 in Gießen. Sie bieten in ihrem Laden eine Vielfalt von Artikeln an, von Schreibwarenartikeln bis hin zu Küchenutensilien (vgl. Punkt&Strich „Produkte“). Außerdem gibt es einen extra Bereich der „Made in Gießen“ heißt, dort werden verschiedene Artikel Handgemacht im Umkreis von Gießen hergestellt. Den beiden Inhabern ist die Verbundenheit zwischen allen, die mit dem Geschäft in Verbindung stehen, sehr wichtig. Sie verfolgen bei ihrem Geschäft eine sehr positive Einstellung. (vgl. Punkt&Strich „Über uns“)

Das Interview wurde mit Herr Jung geführt, dabei stellte sich heraus, dass er Regionalität und Nachhaltigkeit in seinem Unternehmen für sehr wichtig hält. Er sagte, dass Nachhaltigkeit zwar eine komplexe Sache sei aber es ihm Spaß mache daran zu arbeiten. Dies konnte man bei dem Interview merken. Er beschrieb, dass Regionalität und Nachhaltigkeit für ihn Bewertungskriterien sind, um den Markt zu erkunden. Weiter erklärte er, dass Inhabergeführte Geschäfte eher die Möglichkeit haben sich auf Regionalität und Nachhaltigkeit zu konzentrieren, aber trotzdem der Endverbraucher das Angebot attraktiv finden muss, damit es gekauft wird. Regionalität und Nachhaltigkeit trennt er klar voneinander. Herr Jung erklärte, dass er natürlich mehr Karten, die zum Beispiel auf Grasabfall gedruckt werden, bestellen kann, aber die müssen preislich korrekt sein und in das Gesamtgefüge des Unternehmens passen. Er weiß durch seine Erfahrung, dass keiner eine Karte kauft, die auf Grasabfällen gedruckt ist, die doppelt so teuer ist, wie eine vergleichbare Karte. Ein Produkt, damit es von den Endverbrauchern gekauft wird muss mehrere Funktionen erfüllen, der Kunde bewertet es nach vielen verschiedenen Kategorien.

Nachhaltigkeit ist ein Ziel von „Punkt&Strich“, weshalb Herr Jung stets daran interessiert ist, Nachhaltigkeit auf dem Markt zu unterstützen und er mit seinem Unternehmen seinen Beitrag dazu leisten möchten. Auf Nachfrage der Interviewer, wie nachhaltige und regionale Produkte angenommen werden, antwortete er, dass es unterschiedlich ist aber viele Kunden nach regionalen Produkten wie „Gießen Artikel“ fragen. Herr Jung möchte sein Unternehmen in Zukunft noch nachhaltiger ausrichten. Das Unternehmen ist im Gespräch mit der Stadt Gießen, ein klimaneutrales Handelsunternehmen zu werden, da dies das erklärte Ziel der Firma „Punkt&Strich“ für das Jahr 2022 ist. Des Weiteren stellt er sich vor, dass sich eine Firma oder Baumschule in der Gegend findet, bei der er regionale Baumpflanzaktionen errichten, bezuschussen oder bezahlen kann.

Herr Jung kann sich sehr gut vorstellen, seine Nachhaltigkeitsarbeit in einem „Showroom“ im Haus der Nachhaltigkeit vorzustellen. Sein Unternehmen könnte Muster ausstellen, Ökobilanzen aufzeigen und zum Zeitpunkt der Ausstellung, über ihren Stand ein klimaneutraler Betrieb zu werden, berichten. Er ist der Meinung, dass bei dem Thema Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung alles hilfreich ist. Lieferanten zur Produktion von nachhaltiger Ware zu ermutigen. Andere Ladenbesitzer zu mehr Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung zu animieren und

es ist sehr hilfreich die Endverbraucher zu informieren, da sie am Ende die Kaufentscheidung treffen.

Das letzte Interview fand mit Frau Siegfried, am 08.03.2022, von „Safran“ einem Bio-Catering aus Hüttenberg statt. Safran besteht seit 1992, beliefert sowohl kleinere Familienbuffet bis hin zu Catering bei Großveranstaltungen. (vgl. Safran „Über uns“) Seit 2006 beliefern sie Schulen und Kindergärten mit Mittagessen, aktuell liefern sie „täglich ca. 1700 Essen an 42 Einrichtungen in Gießen, Bad Nauheim, Friedberg, Wetzlar, Linden und Hüttenberg“ (Safran „Über uns“). (vgl. Safran „Über uns“) Außerdem sind sie „Bioland Gastronomiepartner und werden seit dem Jahr 2002 regelmäßig gemäß EG-ÖKO-Verordnungsnummer 834/2007 kontrolliert und zertifiziert.“ (Safran „Über uns“).

„Safrans“ Fokus liegt stark auf der Nachhaltigkeitsarbeit, trotz den bereits erreichten Zielen sind sie sich an allen Ecken am Weiterentwickeln. Vor allem die Aufklärungsarbeit soll ausgeweitet werden, Frau Siegfried möchte über Social Media die jungen Menschen mit ihrer Aufklärungsarbeit erreichen. (8'37“)

Interviewer: Zusammengefasst was macht Ihr Unternehmen konkret alles zum Thema Nachhaltigkeit?

Frau Siegfried: „Was wir auf jeden Fall so Offensichtliches machen ist erneuerbare Energien, also wir haben sowohl eine Photovoltaikanlage auf dem Dach als auch Solarthermie. Wir haben eine Wärmerückgewinnungsanlage tatsächlich auch innerhalb vom Unternehmen [...], dann was wir sonst so machen ist, wir versuchen möglichst regionale Lieferanten zu finden oder [...] Lebensmittel aus der Region zu beziehen. Genau dann [...] versuchen wir darauf zu achten [...] saisonal zu arbeiten und was wir auch grade im Schul- und Kitabereich machen ist, dass wir weniger Fleisch anbieten, was ja auch deutlich nachhaltiger ist und [...] immer wieder zum Beispiel Portionsgrößen anpassen. Ich habe zum Beispiel letztes Jahr ein kleines Miniprojekt gemacht, wo ich mal gewogen habe, was an Lebensmittelabfällen zurückkommt und dann halt wirklich hingegangen bin, habe geguckt welche Einrichtungen sind da noch besonders schlecht, also haben viel Abfall. Die dann nochmal darauf hingewiesen was sie vielleicht anderes mit den Abfällen machen können oder [...] nochmal direkt die Portionsgrößen auch ein bisschen reduziert. Genau [...] das sind jetzt so die größten Sachen würde ich sagen, die wir machen und natürlich Bio, aber das ist ja sehr offensichtlich.“ (3'33“)

„Safran“ hat in der Zukunft weitere Ziele, bei denen sie nachhaltiger werden wollen. Frau Siegfried erzählte, dass Sie zurzeit als Projekt eine CO₂ Bilanzierung für den Standort macht, dadurch weiß das Unternehmen wie viel CO₂ es ausstoßt. Schlussfolgernd wollen sie es vorübergehend kompensieren und langfristig daran arbeiten, dass es weniger wird. (1'50“) „Safran“ wäre interessiert daran, ihre eigene Nachhaltigkeitsarbeit in einem „Showroom“ vorzustellen, da sie als Unternehmen gerne bei Projekten mit machen die sie für sinnvoll erachten. Frau Siegfried kann sich vorstellen Sachen auszustellen, ein Vortrag zu halten oder Workshops anzubieten. (12'45“) Bei genauerer Nachfrage des Interviewers, wie nach ihrer Vorstellung der

„Showroom“ von ihrem Unternehmen aussehen würde, antwortete Sie, dass Sie sich vorstellen könnte einen Vergleich zu machen, zwischen einem nachhaltigen Essen und einem nicht nachhaltigen Essen. Vielleicht sogar einen Menüteller, den die Besucher probieren können. Weiter hat Sie die Idee, für einzelne Produkte auszurechnen, wie viel CO2 die Produkte auf ihrem Weg nach Deutschland verbraucht haben und was für einen Weg sie hinter sich gebracht haben, zum Beispiel eine Paprika aus Spanien. Frau Siegfried findet, wenn die Besucher das Essen probieren würden und zusätzlich das Thema Nachhaltigkeit reflektieren, wird das Thema noch viel präsenter. (14'38“) Sie sieht es als „bereichernd“ an mit anderen Unternehmen in Kontakt zu treten und sich auszutauschen. „Safran“ sieht Sie als Vorbild und kann sich demnach vorstellen andere Unternehmen mit ihrer Nachhaltigkeitsarbeit zu motivieren. Sie möchte anderen zeigen, dass es leicht sein kann etwas zu verändern und damit ein großer Schritt gemacht werden kann. Außerdem gab Sie, während dem Gespräch einen kurzen Einblick in die Biobranche und erzählte, dass bei der Biobranche es kein Konkurrenzdenken gibt, sondern man sich eher gegenseitig unterstützt. (16'45“)

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bei allen drei Interviewpartnern ein Interesse für eine Zusammenarbeit mit dem Haus der Nachhaltigkeit besteht. Positiv auffallend ist, dass alle es für wichtig empfinden ihre Nachhaltigkeitsarbeit, sowohl für die Zivilgesellschaft, also auch für andere Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Das zeigt die Motivation jedes Einzelnen, andere Unternehmen mit ihrer Nachhaltigkeitsarbeit zu inspirieren, aber auch der Gesellschaft die Wichtigkeit der Nachhaltigkeit näher zu bringen. Am Ende, wie Herr Jung schon sagte, sind die Kunden diejenigen, die bei ihrer Kaufentscheidung einen großen Beitrag leisten können und den Markt mit lenken. Bei dem Interview mit Herr Jung wurde deutlich, dass viele Faktoren in die Nachhaltigkeitsarbeit eines Unternehmens mit rein fließen. Außerdem kam bei den Interviews zum Vorschein, dass es innerhalb der verschiedenen Branchen Bewegungen in Richtung Nachhaltigkeit gibt.

Von den Ideen der interviewten Unternehmen wie sie ihre Nachhaltigkeitsarbeit in einem „Showroom“ vorstellen würden, war unsere Gruppe sehr begeistert. Zusammenfassend setzen die drei Unternehmen bei den Besuchern ihrer „Showrooms“ auf die Sinneseindrücke des Menschen. Alle Interviewpartner wollen Informationen oder Produkte zum Anschauen und Informieren bereitstellen. Frau Janetzky-Klein möchte zum Beispiel zum Vergleich, ihre Materialien, die man bei ihrem Unternehmen ausleihen kann mit Einwegmaterialien ausstellen. Zusätzlich eine Auflistung vom Energieverbrauch von Einwegmaterialien im Vergleich zu Mehrwegmaterialien. Herr Jung würde ebenfalls Informationen zum Lesen aufzeigen, wie zum Beispiel Ökobilanzen, aber auch Muster ausstellen. Hinzu könnte er den Besuchern berichten, wie der aktuelle Stand ist, ein klimaneutraler Betrieb zu werden, das heißt die Leute könnten sich anhören, was er von seinen Erfahrungen zu erzählen hat. Frau Siegfried kann sich vorstellen zwei verschiedene Menüteller den Besuchern des Hauses der Nachhaltigkeit zu zeigen, einer der nachhaltig ist und der andere nicht. Dazu informiert Sie, wie viel CO2 einzelne Produkte auf ihrem Weg bis nach Deutschland verbraucht haben. Bei allen Interviewpartnern können

die Besucher die Ausarbeitungen und Produkte der Unternehmen mit ihrem Sehsinn anschauen, sich informieren, und mit ihrem Hörsinn den Experten zuhören und sich Fragen beantworten lassen. Somit kann jeder Besucher sein Wissen auf Basis von Fakten zum Thema Nachhaltigkeit im Haus der Nachhaltigkeit erweitern. Im folgenden Absatz wird erklärt, warum es wichtig ist, dass die Menschen eine Kombination aus verschiedenen Sinneseindrücken wahrnehmen und welche Wirkung es haben kann.

Frau Janetzky-Klein stellt sich über die Ausstellung hinaus parallele Fühlstationen vor, bei denen der Fühlsinn explizit genutzt wird. Dort soll Beispielweise im Vergleich Plastik Besteck mit festem Besteck ertastet werden, sowie Mehrweg- und Einwegteppiche. Frau Siegfried hat die Idee Besucher ein nachhaltiges und ein nicht nachhaltiges Essen probieren zu lassen, so den Geschmackssinn zusätzlich mit einzubringen. Die Sinne des Menschen mit in die Aufklärungsarbeit einzubeziehen kann sehr zielführend sein, denn unsere Sinneseindrücke können großen Einfluss über unser Denken, unsere Gefühle, Erinnerungen und Handeln haben. (vgl. Stenger 2016, 17ff.) Kommt der Tastsinn und der Geschmackssinn zusätzlich zum Sehsinn und Hörsinn hinzu, kann die Wahrnehmung gestärkt werden und die Menschen lernen mehr bei ihrem Besuch. Denn „Je bewusster unsere Wahrnehmung ist, desto mehr Einfluss können wir auf die Informationsverarbeitung unseres Gehirns nehmen.“ (Stenger 2016, S.20). Es ist also eine gute Idee die Sinne bei der Vorstellung der Nachhaltigkeitsarbeit im „Showroom“ mit einzubringen, da die Sinne den Menschen unbewusst beim Lernen unterstützen und somit die Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit verstärkt wird. (vgl. Stenger 2016, 21ff.)

Für das Haus der Nachhaltigkeit ist bei der Unternehmenskooperation besonders wichtig, alle Gesellschaftsschichten anzusprechen, jede Altersgruppe sich Willkommen fühlt und jedes interessierte Unternehmen, egal welcher Branche zugehörig, sich inspirieren lassen kann. Die Menschen sollen aus dem Haus der Nachhaltigkeit einen persönlichen Nutzen für sich ziehen. Durch die intensive Reizung von Seh-, Hör-, Fühl- und Geschmackssinn in den „Showrooms“ wird dieses verstärkt. Zudem können durch die Fühl- und Probierstationen nicht nur Erwachsene zu den „Showrooms“ kommen und sich informieren, sondern auch Kinder und Jugendliche können die Nachhaltigkeitsarbeit der Unternehmen kennenlernen. Generationsübergreifend werden alle angesprochen und einem Familienbesuch zu den „Showrooms“ vom Haus der Nachhaltigkeit steht nichts mehr im Weg.

Literaturverzeichnis

Misoch, Sabine. 2015. *Qualitative Interviews*. Berlin, München, Boston: Walter de Gruyter GmbH

Stenger, Christiane. 2016. *Wer lernen will, muss fühlen. Wie unsere Sinne dem Gedächtnis helfen.*

Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Polaris

Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Elisabeth Alm, Nele Christian, Marlene Kunz, Salome Plank

1. Einleitung

Im Rahmen des Hauses der Nachhaltigkeit befasst sich die Gruppe „Bildung für nachhaltige Entwicklung und Workshop-Formate“ mit der bildungstheoretischen Ebene des Projektes. In der ersten Phase des Lehrforschungsprojektes lag der Fokus daher hauptsächlich auf der theoretischen Annäherung an das Konzept von Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), sowie der Erarbeitung verschiedener Workshoptheorien, um eine qualitativ hochwertige und pädagogisch relevante Wissensvermittlung sicherzustellen.

Das Ziel ist es, durch das Haus der Nachhaltigkeit verschiedenen Akteuren zu ermöglichen, ihr Expert_innenwissen mit unserer Unterstützung weiterzugeben. Dabei sollen für Interessierte möglichst diverse Akteursgruppen aus verschiedenen Bereichen wie Politik, Wirtschaft und Gesellschaft offenstehen und auch eine Vielzahl an Herangehensweisen bezüglich der Methodik von Workshops angeboten werden. Dies soll zu einem Prozess des lebenslangen eigenständigen Lernens führen, den ein Individuum bezüglich des Themas Nachhaltigkeit durchlaufen sollte (vgl. Jakob 2020, 22). Die theoretische Vorbereitung dieses Ziels ist festgehalten im Projektbericht „Haus der Nachhaltigkeit“ (vgl. 2021, 22-48) und dient als Grundlage dieses Berichts.

In der zweiten Phase des Lehrforschungsprojektes wurden diese theoretischen Überlegungen durch praktischen Ideen ergänzt, um eine mögliche Umsetzung des Projektes in der Zukunft sicherzustellen. Das Haus der Nachhaltigkeit soll wissensvermittelnde Akteure und interessierte Zielgruppen miteinander vernetzen und eine produktive Kooperation sicherstellen. Aus diesem Grund wurde in der letzten Phase bereits ein Interview mit einer Volkshochschule durchgeführt. Eine Volkshochschule hat einerseits bereits eine große Reichweite um Interessierte über bestehende Aktionen und Workshops zu informieren und gleichzeitig Zugriff auf Expert_innenwissen, welches im Rahmen unseres Projektes vermittelt werden soll.

Nun wurden weitere Zielgruppen identifiziert und ihre spezifischen Interessen durch Interviews erarbeitet. Langfristig ist es das Ziel des Hauses der Nachhaltigkeit, eine möglichst große Zahl der Bevölkerung anzusprechen. Zunächst gibt es allerdings einen Fokus auf Schulen, aus dem methodischen Grund des Zugangs für repräsentative Interviews mit Vertreter_innen von Schulen in der Region Gießen. Weiterhin stellen Schüler_innen, wie im letzten Bericht erläutert, eine besonders interessierte Zielgruppe im Bereich Nachhaltigkeit dar (vgl. Fridays for Future 2019). Außerdem wird in dieser Phase des Projektes auch die Gruppe der möglichen wissensvermittelnden Akteure durch ein Interview weiter erschlossen.

Da im letzten Bericht auch die verschiedenen räumlichen Möglichkeiten zur Umsetzung der Workshops im Rahmen des Haus der Nachhaltigkeit theoretisch diskutiert wurden, kam es in dieser Phase zu einer Zusammenarbeit mit Studierenden aus dem Seminar „Nachhaltiges Bauen“ von der Technischen Hochschule Mittelhessen (THM) in Gießen. Das interdisziplinäre Seminar wurde von Studierenden aus den Masterstudiengängen Architektur und Bauingenieurwesen besucht. Diese Zusammenarbeit resultierte in einem konkreten Entwurf für eine räumliche Umsetzung dieses Teilprojektes.

Im Folgenden wird zunächst die Analyse der Zielgruppe „Schule“ vorgestellt. Dabei wird zwischen normalen Schulen und Umweltschulen differenziert und auf konkrete Umsetzungsstrategien von Workshops in Zusammenarbeit mit dem Haus der Nachhaltigkeit eingegangen. Außerdem werden durch einen Rückbezug mögliche Kooperationspartner für die Zielgruppe „Schule“ analysiert. Anschließend wird auf Grundlage eines Interviews mit einer Vertreterin des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) Kreisverband Gießen die Gruppe der wissensvermittelnden Akteure genauer untersucht, sowie die genaue Rolle des Haus der Nachhaltigkeit im Zusammenhang mit den Workshops erläutert. Abschließend wird die Zusammenarbeit mit den Studierenden der THM, inklusive der Ergebnisse, vorgestellt und ein Fazit über das Lehrforschungsprojekt gezogen.

2. Schulen als Zielgruppe

Neben Schulen wären auch weitere Abnehmer als Zielgruppe für unser Projekt spannend. Da es für Schulen jedoch sehr naheliegend ist sich für ein zusätzliches Bildungsangebot zu interessieren, liegt unser Fokus hier nun auf Schulen und somit auf einer verhältnismäßig jungen Zielgruppe. Ein weiterer Vorteil der Kooperation mit Schulen ist, dass Heranwachsende unterschiedlicher Altersgruppen, verschiedener sozio-ökonomischer Hintergründe und mit unterschiedlichen Interessen angesprochen werden können und die Workshops flexibel gestaltbar sind.

Um eine bessere Vorstellung über eine mögliche Form der Kooperation mit Schulen zu haben, haben wir uns für Methode eines qualitativen leitfadengestützten Interviews mit Lehrern von zwei Schulen entschieden. Der entsprechende Fragenkatalog befindet sich im Anhang dieses Berichts. Da das Haus der Nachhaltigkeit als Projekt in Gießen geplant ist, haben wir uns auch für zwei Schulen in Gießen entschieden. Im Laufe der Recherche sind wir auf das Siegel der Umweltschule gestoßen, welches unter Punkt 4 „Schulzertifikate“ noch konkreter thematisiert wird. Die Interviews wurden mit drei Lehrern von zwei Schulen geführt. Dazu haben sich Herr Behrendt (Lehrer der Ricarda-Huch-Schule, einer sogenannten Umweltschule), Herr Dr. Ackermann und Herr Röder der Liebigschule (Gymnasium) bereit erklärt. Besonders interessant für eine Kooperation zwischen Schulen und dem Haus der Nachhaltigkeit sind die Fragen wie Nachhaltigkeitsthemen im Unterricht aufgegriffen werden, mit welchem Vorwissen gearbeitet werden kann und ob es Unterschiede zwischen normalen und Umweltschulen gibt.

3. Vorstellung der Schulen

3.1 Liebigschule

Um beispielhaft ein Gymnasium in Gießen vorzustellen, haben wir ein Interview mit Herrn Röder und Herrn Dr. Ackermann von der Liebigschule geführt. Eine herausstechende Herangehensweise der Liebigschule ist die Verankerung der Nachhaltigkeit im Schulkonzept. Großer Wert wird darauf gelegt, dass das Themenfeld in verschiedenen Fächern, Altersstufen und durch verschiedene Methoden in den regulären Unterricht integriert wird und so das Bewusstsein und Wissen der Schüler_innen erweitert wird. Dabei wird eine fächerübergreifende Zusammenarbeit gefördert, sodass von früh an gelernt wird, Umweltthematiken aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten. Generell gibt es für jede Klassenstufe einen spezifischen Fokus (vgl. Interview Ackermann und Röder 2022). Beispielweise liegt in Klasse 7 der Fokus auf Klimaerwärmung, Plastik und Ökostrom, also ein naturwissenschaftlicher Fokus. Hingegen stehen in Stufe 11 politischere Themen wie die globale Energieversorgung, internationale Beziehungen und Dependenzen im Vordergrund. Außerdem sollen durch den thematischen Schwerpunkt zusätzliche fachspezifische Kompetenzen erarbeitet werden. Dazu zählen neben der Methodik zur wissenschaftlichen Recherche, Präsentation, Problembearbeitung auch ein generell zukunftsorientiertes Denken und ein ethisches Hinterfragen (vgl. Interview Ackermann und Röder 2022). Obwohl die Liebigschule keine der zertifizierten hessischen Umweltschulen ist, zeigt sie sich dennoch mit großem Engagement und mit vielen zusätzlichen Angeboten für ihre Schüler_innen. Diese können sich bei den „Fahrradschraubern“ einbringen, oder Arbeitsgruppen wie „Schulgarten“ oder „Bienen und Imkerei“ unterstützen (vgl. Webseite Liebigschule 2022). Des Weiteren gibt es eine freiwillige Arbeitsgruppe, bestehend aus engagierten Lehrer_innen, die sich um zukünftige Projekte, Kooperationen und Schwerpunkte bemühen. Auch im allgemeinen Schulleben werden Werte der Nachhaltigkeit gelebt: es wird größtenteils regionales Essen angeboten, Plastikbecher wurden abgeschafft und Mülltrennung und Energieverbrauch werden sowohl im Alltag als auch im Unterricht thematisiert. Neben dem gewöhnlichen Unterricht wird versucht über Ausflüge und Projekttage spannende Anreize zu nachhaltigen Themen zu bieten. Folglich könnte hier dann auch das Haus der Nachhaltigkeit anknüpfen und eine zusätzliche Stütze für Schulen bieten und durch kreative Ideen den Schullalltag mit neuen Möglichkeiten bereichern. Insgesamt zeigt die Liebigschule sich also als eine zukunftsorientierte Schule, die auch dem Aspekt der Nachhaltigkeit viel Aufmerksamkeit schenkt, und sich dorthin gehend auch gerne weiter entwickeln möchte. Auch das Siegel der Umweltschule, welches im Anschluss thematisiert wird, könnte ein zukünftiges Ziel der Schule sein, wobei dennoch betont wird, dass nur ein Siegel allein nicht ausreiche, um die Schule nachhaltig zu gestalten. Dementsprechend liegt ihr Fokus vorerst auf der tatsächlichen Umsetzung von nachhaltigen Ideen, anstatt zu viel Zeit auf reine Formalitäten zu verwenden (vgl. Interview Ackermann und Röder 2022).

3.2 Ricarda-Huch-Schule

Die Ricarda-Huch-Schule ist eine kooperative Gesamtschule mit gymnasialer Oberstufe, die sich neben der Bezeichnung als Kultur-Schule und MINT-Schule auch als „Umweltschule“ bezeichnet. Besonders dieses Siegel ist interessant im Hinblick auf eine Kooperation mit dem Haus der Nachhaltigkeit. Hier konnten wir mit Herrn Behrendt, dem engagierten Ansprechpartner dieser Umweltschule, ein Interview führen und so tiefere Einblicke in ihr Konzept und die spezifischen Leistungen erlangen. Im Fall dieser Gesamtschule wurde von außen an die Schule herangetreten, da sie auffällig aktiv im Bereich Natur- und Umweltschutz ist. Der Vorschlag sich als Umweltschule zu bewerben, entstand dadurch, dass einige wesentliche Kriterien bereits zuvor erfüllt waren. Nur das formale und offizielle niederschreiben dessen ist erst durch Björn Behrendt in den Vordergrund gerückt. Da das Land Hessen „relativ geringe Vorgaben macht, hatte die Schule die Kriterien des Kultusministeriums bereits unbewusst übererfüllt.“ (Interview

Behrendt 2022). Es sei „nicht wirklich viel was von potenziellen Umweltschulen gefordert sei.“ (Interview Behrendt 2022), sodass es zwar ein großer bürokratischer Aufwand war, die Schule an sich aber kaum zusätzliche Maßnahmen einleiten musste.

Viele der Angebote werden durch den Wahl-Pflicht-Bereich der verschiedenen Jahrgangsstufen abgedeckt. So haben die Schüler_innen die Möglichkeit nach Interesse zu wählen und können

Kurse wie die „Fahrradwerkstatt“ (Klasse 7 und 8) oder „Schulgarten gestalten“ (Klasse 10 und 11) belegen. Diese Kursangebote variieren jedes Schuljahr, integrieren aber immer Nachhaltigkeits- oder Umweltaspekte im tatsächlichen Lehrangebot. Wahl-Pflicht-Angebote finden meist Schulform übergreifend statt, was besonders das Konzept der integrativen Gesamtschule noch weiter unterstützt. Gerade am Beispiel der Fahrradwerkstatt und des Schulgartens lässt sich zudem erkennen, dass großen Wert darauf gelegt wird „Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen gerade für die Schüler_innen zugänglich zu machen, die sonst keinen Zugang dazu hätten und, sodass auch sie die Möglichkeit haben das wertschätzen zu lernen“ (Interview Behrendt 2022).

Generell steht die Ricarda-Huch-Schule Kooperationen offen gegenüber. So besteht bereits eine Zusammenarbeit mit dem Biologie-Institut der Universität Gießen, und jedes Jahr gibt es konkrete Projekte, die auch den schuleigenen Garten unterstützen. Des Weiteren arbeitet die Ricarda-Huch-Schule auch mit dem „Hessen-Forst“ und dem „Holz-Technik-Museum“ zusammen. Dadurch kommen regelmäßige Ausflüge zu Stande und auch Roboterprojekte, Wasser- testungen in der Lahn werden durch interne und auch externe Unterstützer ermöglicht (vgl. Webseite Ricarda-Huch-Schule 2022). Um die Organisation der einzelnen Projekte zu vereinfachen haben sich einige Lehrer_innen als Ansprechpartner_innen bereit erklärt, ihren Bereich zu organisieren, zu pflegen und attraktiv zu gestalten. Insgesamt betont Herr Behrendt, dass

sich dieses persönliche Engagement in vielen Facetten der Schule widerspiegelt: Auswahl an Büchern zur Nachhaltigkeit in der Schulbibliothek, Essen in der Cafeteria, Wasserspender in der Schule, aufwändige Pflege des Schulgartens, angewandte Technik und der Nachhaltigkeits- und Umwelttag sind nur einige Beispiele, die allein auf die Bemühungen der Lehrer_innen zurückzuführen sind. Dementsprechend sei einer der ausschlaggebenden

Faktoren, dass es an der Ricarda-Huch-Schule ein „extrem kooperatives Kollegium gibt und man eigentlich immer auf die Unterstützung der Schulleitung setzen kann. Dabei spielt natürlich auch der Kontakt zu den Behörden eine entscheidende Rolle“ (Interview Behrendt 2022). Ein weiterer Ansatz ist die enge Zusammenarbeit mit der Schülervertretung. So kann besser auf die Interessen der Schüler_innen eingegangen werden und auch die Eigeninitiative wird unterstützt. Dieses Engagement der Lehrkräfte bedeute zwar sehr viel und mache die Schule auch aus, insgesamt würde aber auch die Ricarda-Huch-Schule durch zusätzliche Unterstützung vom Land oder von mehr unterstützenden Institutionen stark profitieren (vgl. Interview Behrendt 2022). Da die Schulen nicht nur eine Bildungseinrichtung im Bereich der Nachhaltigkeit sind, darf die Vermittlung anderer Lehrinhalte natürlich auch nicht vernachlässigen werden. Durch mehr Unterstützung könnte die derzeit auf den Schulen lastende Verantwortung ein Stück weit abgeben werden.

4. Schulzertifikate

Schulen in Hessen haben generell die Möglichkeit sich durch verschiedene Zertifikate auszeichnen zu lassen. So gibt es auch im Bereich der Nachhaltigkeit mehrere Zertifikate, die sich aber dennoch unterscheiden. Folgende Auszeichnungen fallen darunter: „Hessische Umweltschule“, „Schule der Nachhaltigkeit“, „Fair-Trade-Schule“, „UNESCOProjektschulen“, „Eine-Welt-Schule“, „Grenzenlos-Schule“ oder die Auszeichnung als „Gesundheitsfördernde Schule“. Dabei muss erwähnt werden, dass es oft stark vom persönlichen Engagement der Lehrkräfte abhängt ob und in welche Richtung eine Schule Schwerpunkte setzt. Außerdem gibt es diverse Beratungsstellen, die Schulen bei der Integration von mehr Nachhaltigkeit in den Schulalltag unterstützen sollen. Die Auszeichnung „Umweltschule – Lernen und Handeln für unsere Zukunft“ kann durch nachhaltiges und umweltbewusstes Engagement im Schulleben aller Schulformen erworben werden und wird vom Hessischen Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUKLV) und dem Hessischen Kultusministerium verliehen. Relevant in Bezug auf das Haus der Nachhaltigkeit: „Die Zusammenarbeit mit der Öffentlichkeit und mit außerschulischen Partnern trägt zum Erfolg der Vorhaben bei“ (vgl. Webseite Umweltministerium Hessen 2022). Somit könnte ein Haus der Nachhaltigkeit als außerschulischer Partner zusätzliche Unterstützung für Schulen bieten, die sich auf dem Weg befinden eine zertifizierte Umweltschule zu werden. Besonders da die Nutzung des Hauses der Nachhaltigkeit flexibel ist, könnte auch auf Interessen der

Schulen eingegangen werden und es gäbe Möglichkeiten Schüler mit unterschiedlichem Wissensstand zu unterstützen. Das Haus der Nachhaltigkeit könnte somit dann vielleicht auch als offizieller Unterstützer für derzeitige oder werdende Umweltschulen dienen.

Dennoch können die verschiedenen Zertifikate auch kritisch betrachtet werden. Es ist wichtig zu wissen, dass nicht alle Umweltschulen die gleichen Standards haben. Gerade da die Kriterien offen formuliert sind, haben die Schulen Spielraum, was wiederum auch viele Vorteile hat, die Möglichkeiten erweitert und individuelle Schwerpunkte erlaubt. Trotzdem ist es immer häufiger der Fall, dass Schulen sich teils auch ohne Umweltsiegel genauso breit engagieren, wie sich im Interview mit Herrn Ackermann und Herrn Röder zeigt. Hier weisen sie auch darauf hin, dass „man nicht zwangsläufig ein Siegel bräuchte, um eine Schule mit Fokus auf Umwelt zu sein“ (vgl. Interview Ackermann und Röder 2022). Weiterhin kritisieren sowohl Herr Ackermann und Herr Röder, als auch Herr Behrendt der Umweltschule, dass die Belastung der Lehrer enorm sei und das Engagement großen Zusatzaufwand bedeute. Gäbe es mehr konkretere Vorgaben und Ziele, könnten die Schulen sich besser strukturieren, nachhaltige Projekte könnten effektiver umgesetzt werden und der zusätzliche Aufwand würde keine einzelnen Lehrkräfte belasten.

Insgesamt sieht Silke Bell die Verankerung nachhaltiger Inhalte im Lehrplan, den Austausch zwischen Schulen und Akteuren und deren Methoden und Material aber als einen wesentlichen Vorteil von Umweltschulen:

„Das Netzwerk der Hessischen Umweltschulen bietet den teilnehmenden Schulen fachliche Expertise durch externe Bildungspartner, Vernetzung und Austausch durch regelmäßige Treffen sowie Anerkennung [...]. Durch den Zugang über die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit öffnen sich die Schulen für einen mehrdimensionalen Bildungsansatz für eine nachhaltige Entwicklung und eine Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft.“ (vgl. Bell 2021)

5. Rückbezug: Kooperation mit der Volkshochschule Gießen

Im ersten Teil des Projekts lag ein Fokus auch auf einer möglichen Kooperation des Haus der Nachhaltigkeit mit der Volkshochschule (VHS) Gießen. Ein generelles Interesse hatte Waltraut Burger, Leiterin der Volkshochschule Gießen, uns bereits in einem Interview zugesagt. Ebenso wie die interviewten Lehrer, betonte auch Frau Burger, dass besonders die Langlebigkeit und eine Kontinuität wichtige Faktoren seien, wenn man sich mit dem Themenfeld der Nachhaltigkeit und der Vermittlung von nachhaltiger Bildung auseinandersetzen möchte.

Als Herausforderung seitens der VHS wurde das Erreichen einer jüngeren Zielgruppe genannt. Nach den Gesprächen mit beiden Schulen und der Einschätzung aller Lehrer, mangelt es dabei allerdings nicht am Interesse der jungen Generation. Das Problem läge eher darin, dass sehr viel Eigeninitiative gefordert sei und dass die Aufmerksamkeit von Schüler_innen eher durch konkrete Angebote gewonnen werden könnten. Zudem sei es besonders wichtig auch Möglichkeiten für den Austausch zwischen verschiedenen Altersgruppen zu schaffen, wofür das

Haus der Nachhaltigkeit eine gute Plattform mit Verbindungen in unterschiedliche Ziel- und Akteursgruppen bieten kann. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass das Haus der Nachhaltigkeit tatsächlich als ein Vermittler zwischen Schulen und bestehenden Angeboten, oder aber als nutzbare Plattform zur Durchführung von neu entworfenen, innovativen Workshops dienen kann. Das könnte dann beispielsweise bedeuten, dass einzelne Klassen Ausflüge zum Haus der Nachhaltigkeit antreten und an einem dem Lehrplan angepassten Workshop teilnehmen. Bei weiterreichendem Interesse kann dann leicht eine Verknüpfung zur Volkshochschule Gießen und deren Kursen im Bereich der Nachhaltigkeit geschaffen werden. So können mehr junge Menschen erreicht werden und die Verantwortlichen des Haus der Nachhaltigkeit hätten natürlich weiterhin die Möglichkeit Kurse und Workshops fortlaufend mit ihrer Expertise zu unterstützen.

6. Unterstützungspunkte

Um herauszufinden wie ein Haus der Nachhaltigkeit in Zukunft am besten mit Schulen agiert und was es dabei konkret zu beachten gibt, haben wir, wie zuvor bereits erwähnt, Interviews mit zwei verschiedenen Schulen geführt. Dabei galt es insbesondere herauszufinden, wo das Haus der Nachhaltigkeit Schulen unterstützen könnte und an welchen Punkten es dabei ansetzen kann. Die nachfolgenden Teile basieren maßgeblich auf dem geführten Interview mit Herrn Behrendt von der Ricarda-Huch-Schule (vgl. Interview Behrendt 2022) und dem Interview mit Herrn Dr. Ackermann und Herrn Roeder von der Liebigschule (vgl. Interview Ackermann und Roeder 2022).

Im Interview mit der Liebigschule ist uns schnell bewusst geworden, dass eine konkrete Definition des Nachhaltigkeitsbegriffs schwierig, aber essenziell ist. Der Begriff der Nachhaltigkeit lässt sich heutzutage überall wiederfinden: in Fernsehwerbungen, auf Klamotten oder auch in der täglichen Diskussion mit dem_der Nachbar_in. Dabei variiert das Verständnis von Nachhaltigkeit oft bei verschiedenen Akteuren. Meint der Modekonzern auch wirklich das Gleiche mit Nachhaltigkeit wie der_die Nachbar_in oder eignet der Konzern sich diesen Begriff doch nur an? Bevor man in der Schule also das Thema Nachhaltigkeit wirklich behandeln kann, muss dieser Begriff erst genau definiert werden. Hierfür kann die Definition, die in unserer ersten Ausarbeitung verfasst wurde, genutzt werden.

Ähnliches haben wir beim Interview mit Herrn Behrendt von der Ricarda-Huch-Schule gehört. Hier wurde bemängelt, dass viele Lehrkräfte sich mit dem Thema eher weniger gut auskennen würden und sich deshalb selbst im Unterricht nicht an das Thema herantrauen. Wir als Haus der Nachhaltigkeit könnten daher als eine Art Expert_innen agieren und sowohl eine klare Definition des Nachhaltigkeitsbegriffes vorgeben, als auch den Lehrer_innen diese Last abnehmen und selbstständig die Schüler_innen über das Thema aufklären. Zudem könnten wir den Lehrkräften die Angst vor diesem Themenbereich nehmen und ihre Lücken füllen, sodass auch sie Nachhaltigkeit in ihren Unterricht integrieren können. Das Haus der Nachhaltigkeit könnte

somit Lehrkräfte unterstützen und entlasten und gleichzeitig eine aufklärende Rolle einnehmen.

Zudem wurde berichtet, dass es bereits ein reiches Angebot an außerschulischen Lernorten gibt, dass diese allerdings durch Unübersichtlichkeit und schlechte Kommunikation häufig verloren gehen. Das Haus der Nachhaltigkeit, das so oft als ein Ort der Zusammenkunft betitelt wurde, könnte auch hier als ein solcher fungieren: es könnte all diese außerschulischen Lernorte zusammentragen und eine Übersicht über diese schaffen. So können diese Lernorte genutzt werden und es gehen keine vermeintlich wertvollen Ressourcen verloren. Außerdem könnte das Haus der Nachhaltigkeit Schulen über bereits bestehende Angebote informieren und diese dahingehend weiter entlasten.

Auch könnte es Schulen über weitere für diese möglicherweise interessante Angebote wie Erklärvideos, grafische Darstellungen oder andere Informationsträger informieren und somit Teil der Aufklärung über Nachhaltigkeit an Schulen werden.

7. Kooperation

Um eine konkrete Kooperation zwischen Schulen und dem Haus der Nachhaltigkeit zu verwirklichen, gibt es ein paar Punkte, die beachtet werden müssen.

Den Interviewpartnern der Liebigschule war es dabei wichtig zu betonen, dass es eine Kontinuität der Informationen geben muss. Dies heißt, dass nicht jedes Mal wieder von vorne begonnen werden muss, sondern dass bereits erarbeitetes weitergetragen wird, sodass diese Kooperation auch langfristig Früchte tragen kann. Eine Art Archiv oder Logbuch über erarbeitete Aktionen und Angebote, über hergestellte Kontakte und auch über vermeintlich missglückte Dinge wäre sinnvoll zu erarbeiten, damit das Haus der Nachhaltigkeit mit all seinen Kooperationen so lange wie möglich bestehen kann.

Auch sollte von Anfang an die Zielsetzung einer möglichen Kooperation dieser beiden Akteure festgelegt werden. Was genau erwartet man voneinander? Was ist einem jeweils wichtig? Und was gilt es möglicherweise auf jeden Fall zu vermeiden? Den Schulen ist es dabei äußerst wichtig, dass die Schüler_innen im Mittelpunkt stehen. Auch das Haus der Nachhaltigkeit sollte sich bewusst sein welche Prioritäten es hat und was in seinen Augen nicht wegfallen darf. Bevor also eine konkrete Kooperation eingeleitet wird, ist es laut Herrn Roeder von der Liebigschule essentiell eine solche Zielsetzung durchzuführen.

Durch diese Zielsetzung wird sich das Ausmaß und der Gedanke der Kooperation auch weiter konkretisieren. Punkte wie das konkrete Thema, Zeit oder Voraussetzungen werden sich dadurch herauskristallisieren, auch mögliche Probleme können dadurch frühzeitig entdeckt und angegangen werden.

Zunächst wäre es also sinnvoll mit einer Art Pilotphase zu beginnen. Hierbei können die eben angesprochene Zielsetzung ausprobiert und noch weiter konkretisiert werden. Dafür müsste

man sich zuerst ein genaues Thema der Kooperation überlegen, einen Zeitrahmen festlegen, sich das genau Vorgehen zurechtlegen und die nötigen Voraussetzungen wie Lizenzen erfüllen. Man könnte also beispielsweise mit einem konkreten Workshop auf die ausgewählte Schule zugehen, mit dieser einen geeigneten Zeitpunkt finden und somit die erste Probephase starten. Dabei sollte man alle Probleme und Schwierigkeiten festhalten, um diese beim nächsten Mal zu vermeiden.

8. Workshops

Um Rückbezug auf die im letzten Semester erarbeiteten Inhalte zu nehmen haben wir die Lehrer auch zu Workshops und ihrer Einschätzung zu deren Umsetzung befragt. Dabei hat uns vor allem interessiert, ob es Dinge zu beachten gibt die wir bis jetzt noch nicht ausreichend berücksichtigt haben.

Ähnlich wie schon zuvor in einem anderen Punkt erwähnt, war den Lehrkräften dabei wichtig, dass wir die Schüler_innen in den Mittelpunkt stellen. Die Themen müssen dabei einfach und für diese verständlich erklärt werden. Dabei muss die erste Hemmschwelle überschritten werden, um die Kinder wirklich zu erreichen muss ihr Interesse geweckt und ihre Lebenswelt angesprochen werden. Man muss zu den Schüler_innen durchdringen und auf sie einen Schritt zu gehen, sodass sie bereit sind den Workshop und dessen Inhalte anzunehmen. Erst dann kann man eine Begeisterung von diesen erwarten und wenn man ihr Interesse wecken konnte, werden sich die Schüler_innen auch aktiv am Workshop beteiligen.

Eine kleine Gruppengröße sei dabei durchaus von Vorteil und helfe gerade nicht ausgebildeten Pädagogen die Schüler_innen zu erreichen. Die Klassen könnten dabei in zwei bis drei Gruppen von je 10 bis 15 Schüler_innen unterteilt werden.

Zudem müssen die verschiedenen Altersgruppen und Hintergründe beachtet werden – nicht jeder Workshop ist für jede Altersgruppe geeignet. Man muss die Kinder an ihrem Standort abholen, um so ihren Willen mitzuarbeiten wecken zu können. Um die Kinder nicht mit zu vielen reinen Informationsinhalten womöglich abzuschrecken, muss außerdem beachtet werden, dass die Konzentrationsspanne in jeder Altersgruppe anders ist. Jede_r Schüler_in ist anders und kommt aus anderen Verhältnissen, dies sollte berücksichtigt und in dem Workshop integriert werden.

Ein weiterer Aspekt, den es zu beachten gibt um die Schüler_innen zu erreichen, ist ihnen die Sinnhaftigkeit des jeweiligen Themas zu vermitteln. Das Thema muss auf ihren Lebensbereich angepasst werden, damit die Schüler_innen etwas damit anfangen können und das Gelernte dann auch später im Alltag anwenden können. Dabei können lebensnahe und handlungsorientierte Beispiele hilfreich sein.

Da sich der Workshop von dem eigentlichen Unterricht der Schüler_innen abheben soll und um sie damit noch mehr für das Thema zu interessieren, sollten die üblichen Unterrichtsstruk-

turen durchbrochen werden. Für Kinder ist es häufig besonders spannend ein Thema zu erleben, anstatt nur darüber zu hören. Workshopformate mit eigenständiger Erforschung und Erkundungen, in denen sie ein eigenständiges Interesse entwickeln und selbst mit anfassen können, scheinen dabei besonders sinnvoll zu sein. Herr Behrendt schlug in diesem Rahmen vor Ausflüge zu veranstalten, in denen die Kinder hautnah Nachhaltigkeit erleben und spüren können. Bei Ausflügen könnten die jeweiligen Umfelder auch dementsprechend genutzt werden und man könnte aus den Workshops ein Erlebnis für die Schüler_innen schaffen, hierdurch würde man auch die oben genannte Hemmschwelle durchbrechen.

Hierzu gilt es abschließend zu sagen, dass in dem Workshop, der im letzten Semester beispielhaft entwickelt wurde, tatsächlich bereits die meisten eben genannten Elemente integriert wurden. Wenn Einzelheiten wie die Gruppengröße nun noch berücksichtigt werden, könnte ein solcher Workshop angewendet werden.

9. Probleme und Schwierigkeiten

In den geführten Interviews wurden auch Probleme und Schwierigkeiten thematisiert, mit denen die Schulen bei der Integration von Nachhaltigkeit zu kämpfen haben. Wie eben schon erwähnt, sind die Definition und das genauere Verständnis der Nachhaltigkeitsbegriffs ein immer wiederkehrendes Problem, für das oben schon ein Lösungsvorschlag genannt wurde.

Ein weiteres Problem, welches von beiden Schulen genannt wurde, ist, dass die Integration der Nachhaltigkeit in Schule und Unterricht meist ausschließlich auf dem Engagement einzelner

Lehrkräfte basiert. Auch wenn viele dies vermeintlich gerne tun, sind sie mit ihrer eigentlichen Arbeit häufig schon an ihrer Belastungsgrenze. In vielen Fällen ist es neben der Unterrichts Vor- und Nachbereitung und Privatleben nicht möglich, auch noch andere Projekte in der Schule zu fördern. Gerade auch durch Corona wurden diese Schwachstellen deutlicher als je zuvor und hat auch aufgezeigt, dass es in vielen Bereichen, wie beispielsweise der Digitalisierung, viel Handlungsbedarf gibt. Wenn sich neben dem Unterricht bereits um diese Dinge gekümmert werden muss, ist es häufig nicht auch noch möglich freiwillige Projekte zum Thema Nachhaltigkeit zu organisieren. Zudem haben die Coronapandemie und die häufigen Lockdowns und Ausfälle bei vielen Schüler_innen große Lücken hinterlassen, die es nun zu schließen gilt. Denn am Ende des Tages zählt nicht wie viel die Kinder über Nachhaltigkeit wissen, sondern dass sie erfolgreich auf ihre Abschlussprüfungen vorbereitet sind.

Dabei sehen sich die Lehrkräfte auch teilweise vom Kultusministerium im Stich gelassen. Auch wenn dieses in den letzten Jahren gerade auch durch BNE das Thema Nachhaltigkeit mehr im Curriculum berücksichtigt, sei dies im Anblick der Umstände noch nicht genug. Man kann durch die Fridays for Future Demonstrationen und die an Bekanntheit gewinnenden Sustainable Development Goals zwar einen Umbruch erkennen, dieser ist aber noch lange nicht so stark wie er sein müsste. Um Nachhaltigkeit die Gewichtung zu geben die das Thema

verdient hat, müsste dieser Themenbereich vom Kultusministerium stärker im Lehrplan verankert werden.

Ein weiterer Punkt ist die Frage nach Prioritäten. Jedes Jahr werden in dem sogenannten Schulprogramm Punkte und Themen festgehalten, die im kommenden Jahr berücksichtigt werden sollen. Wir leben in einer Zeit in der sich vieles schnell ändert und in der immer wieder neue Themen aufkommen, die es dringend zu behandeln gibt, der Krieg in der Ukraine ist ein Beispiel dafür. Welche Themen in das Schulprogramm kommen, hängt stark von dem Engagement der Lehrkräfte und deren eigenem Interesse ab, dabei wird Nachhaltigkeit nicht immer berücksichtigt.

Ein häufiges Problem, das immer wieder bei Projekten auftreten kann, sind die Verwaltungsfragen. Viele Projekte sind aus verschiedensten Gründen nicht möglich, wie Beispielsweise ein Mauerseglerprojekt, von dem uns Herr Behrendt erzählt hatte: die Schule wollte an der Ricarda-Huch-Schule Mauerseglerkästen aufhängen, nicht nur um den Vögeln eine Brutstätte zu schaffen, sondern auch um den Kindern dieses Naturerlebnis aus erster Hand zu gewähren. Das Projekt scheiterte aufgrund des Denkmalschutzes, unter dem eines der Gebäude steht. Viele Projekte scheitern an den verschiedensten Gründen und diese stehen nicht nur einer nachhaltigeren Zukunft der Schulen, sondern auch dem Lernerlebnis der Schüler_innen im Weg. Aufgrund dieses hohen Verwaltungsaufwand schrecken auch viele Lehrkräfte davor zurück sich solcher Projekte anzunehmen.

Bei vielen Projekten fehlt aber auch das Interesse der Schüler_innen diese mitzutragen. Ohne der Bereitschaft der Schüler_innen sind viele Projektideen an Schulen allerdings nicht umsetzbar. Ein Beispiel dafür ist das Trennen von Müll. Auch wenn es verschiedene Mülleimer für die entsprechenden Müllarten gibt, kann dieses Projekt nur dann erfolgreich sein, wenn die Schüler_innen dazu bereit sind es auch selbstständig umzusetzen. Es wird zwar ein Umbruch auch hier durch die Fridays for Future Demonstrationen beobachtet, aber das Interesse ist noch lang nicht bei allen Schüler_innen angekommen wie uns die Lehrer beider Schulen berichteten.

10. Kooperation mit Verbänden und Unternehmen-Interview mit dem BUND

10.1 Weshalb der BUND?

Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) setzt sich als großer Umweltverband für den Schutz unserer Natur ein. Dafür wirkt er aktiv bei der Umwelt- und Naturschutzarbeit mit und unterstützt sowohl bei der praktischen Umsetzung dieser als auch bei juristischen Fragen zum Beispiel bei Klagen vor Gericht (vgl. Interview Wolters 2022). Zudem betreibt der BUND Öffentlichkeitsarbeit und Bildungsarbeit, wobei Letzteres besonders relevant für unser Workshop-Konzept ist. Bei der Suche nach Verbänden und Unternehmen für ein Interview, um somit Einschätzungen unseres Vorhabens von bereits aktiven Akteuren

einzuholen, fiel uns daher der BUND besonders auf. Da er sich neben der Bundesebene unter anderem auch auf der Kreisebene engagiert, meldeten wir uns direkt beim BUND Kreisverband Gießen. So konnten wir Einschätzungen bezogen auf das Haus der Nachhaltigkeit in Gießen von einer Akteurin aus Gießen erhalten.

Anhand des Interviews wollten wir herausfinden, was der BUND bereits auf der Bundes- sowie auf der Kreisebene hinsichtlich der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) unternimmt und welche Erfahrungen bei entsprechenden Tätigkeiten gesammelt wurden. Dazu zählen Schwierigkeiten oder Hürden, die erlebt wurden, aber auch Ziele, die bereits erreicht wurden. Dadurch können wir als Gruppe die derzeitige Situation des Verbandes besser einschätzen und darauf aufbauend unser Konzept des Hauses der Nachhaltigkeit und explizit das der WorkshopFormate weiterentwickeln. Besonders wichtig war es uns auch, dass wir eine realistische Einschätzung von unserem Vorhaben erhalten und Wünsche oder Erwartungen von regionalen Nachhaltigkeitsakteuren mitgeteilt bekommen, um diese in unser Konzept miteinfließen lassen zu können.

10.2 BNE-Engagement des BUND

Die Arbeit des BUND unterscheidet sich auf der Bundesebene von der Arbeit auf der Kreisebene. Auf der Kreisebene findet die Übermittlung von Wissen hauptsächlich über Exkursionen für Bürger_innen aller Altersgruppen statt. Aktuell hat der Kreisverband Gießen auch keine Kooperationen mit Schulen. Beides liegt vor allem daran, dass es zum einen nur wenig Beteiligung an den Angeboten gibt, beziehungsweise meistens nur bereits im Nachhaltigkeitsbereich aktive Personen an Veranstaltungen teilnehmen und der Kreisverband zum anderen nicht die personelle Kapazität hat, um mehr Angebote umsetzen zu können (vgl. Interview Wolters 2022). Laut unserer Interviewpartnerin sei es immer schwieriger, ehrenamtliche Mitarbeiter_innen zu finden, die genügend Zeit haben, um größere Projekte unterstützen zu können. Auf der Bundesebene wird der Fokus daraufgesetzt, dass sich für Themen wie die ökologische Landwirtschaft, den Klimaschutz, den Ausbau regenerativer Energien sowie für den Schutz der Biodiversität direkt vor Ort in den Bundesländern und entsprechend der eigenen regionalen Schwerpunkte starkgemacht wird (BUND 2022). Eine wichtige Rolle spielt dabei die Umweltbildung im BUND. Hierbei dreht sich alles um die Bildung für nachhaltige Entwicklung, welche im besonderen Maße durch die sogenannte BUNDjugend unterstützt wird. Die BUNDjugend ist der Jugendverband des BUND und ist in fast allen Bundesländern vertreten (BUND Kreisverband Gießen 2022). Neben der Tätigkeit im Kreisverband Gießen engagiert sich unsere Interviewpartnerin zudem in der BUNDjugend, in der sie als Jugendbildungsreferentin bei der Veranstaltung von Freizeiten, Seminaren, Projekten und Wettbewerben unterstützt (vgl. Interview Wolters 2022). Im Rahmen der BUNDjugend finden unter anderem auch Kooperationen mit Schulen statt. Beispielsweise wurden im vom Bundesministerium für Umwelt, Natur- schutz und nukleare Sicherheit (BMU) geförderten Projekt „Klasse Klima – Her mit der coolen Zukunft!“ im Zeitraum von Februar 2019 bis Januar 2022 Klimabildungsangebote in Schulen

ausgerichtet (BUNDjugend 2022). Laut unserer Interviewpartnerin ist dem BUND hierbei besonders wichtig, dass die Jugend viel allein macht und der BUND sie dabei lediglich unterstützt. Die Bildungsarbeit findet dementsprechend ganz nach dem Motto „Learning by Doing“ statt und übermittelt neben dem Nachhaltigkeitswissen als eine Fachkompetenz im Bereich BNE auch gleichzeitig

Handlungsmöglichkeiten für den eigenen Lebensstil (vgl. Kunter et al. 2011, 32). Außerdem war es unserer Interviewpartnerin besonders wichtig aufzuzeigen, dass eine gesellschaftliche Transformation nicht allein auf individueller Ebene umgesetzt werden kann. Sie sprach sich dafür aus, dass es umso wichtiger ist, die Menschen zu erreichen und laut zu werden in einer Demokratie, um sich auch außerhalb von Wahlen für den Natur- und Umweltschutz einzusetzen (vgl. Interview Wolters 2022). Teil des Jugendverbands ist es also auch, die Schnittstelle zwischen der Bildungsarbeit und des Aktionismus aufzuzeigen und diese umzusetzen.

10.3 Kooperation mit dem Haus der Nachhaltigkeit

Ziel unserer Gruppe ist es, innerhalb des Hauses der Nachhaltigkeit einen Ort zu schaffen, an dem Bildung für nachhaltige Entwicklung stattfindet. Die Idee war daher, interaktive Workshops zu veranstalten, die zu einer aktiven Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen anregen. Gemeinsam mit anderen Workshopteilnehmer_innen kann daraufhin über Challenges, Teamarbeit und gemeinsame Ziele ein Anreiz gesetzt werden, selbst einen nachhaltigen Lebensstil zu verfolgen. Um dazu die Meinungen und das Wissen von Expert_innen einzuholen oder auch um die eigene Arbeitsweise im Bereich Nachhaltigkeit vorzustellen, kam die Idee, Akteure im Bereich der Nachhaltigkeit zu solchen Workshops einzuladen. Dies könnten beispielsweise Verbände, aber auch Unternehmen oder die eigene Kommune sein. Durch eine solche Kooperation profitieren nicht nur die Teilnehmer_innen des Workshops, indem sie neue Akteure im Bereich der Nachhaltigkeit kennenlernen und sich mit ihnen austauschen können, sondern gleichzeitig profitieren auch die Akteure selbst. Durch die Kooperation haben sie die Chance, auf sich aufmerksam machen zu können, neue Perspektiven kennenzulernen und gegebenenfalls auf Schwächen oder Ausbesserungsmöglichkeiten ihres Konzepts aufmerksam gemacht zu werden. Zudem baut die Arbeit in beispielsweise einem Verband oftmals auf ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen auf, die ebenfalls durch solch einen Workshop gewonnen werden können.

Dieses Konzept stellten wir unserer Interviewpartnerin vom BUND vor und batn sie um ihre Einschätzung dazu (siehe Fragenkatalog BUND im Anhang). Aus ihrer Erfahrung heraus erzählte sie, dass bei solchen Veranstaltungen im Regelfall relativ wenige Teilnehmer_innen kommen und die Personen, die kommen, setzen sich meistens bereits mit dem Thema Umwelt- und Naturschutz privat schon auseinander. In Schulklassen, sagte sie, sei zudem das Problem, dass auch hier häufig nur zwei bis drei wirklich interessierte Personen mitwirken und der Rest der Klasse oftmals nur zuhört oder teilweise gar nicht interessiert ist. Außerdem kritisierte sie, dass ein einzelner Workshoptermin in einer Klasse nicht ausreichen würde, um zu

Entwicklungen und Veränderungen hin zu einem nachhaltigen Lebensstil überzeugen zu können. Statt durch eine Kurzzeitpädagogik immer nur kleine Impulse setzen zu können, sollten solche Workshops oder Veranstaltungen regelmäßig angeboten werden, um kontinuierlich eine Auseinandersetzung mit diesen Themen zu ermöglichen und eine Entwicklung zu durchlaufen, so unsere Interviewpartnerin (vgl. Interview Wolters 2022). Bei dem Aspekt der regelmäßigen Veranstaltungen unterstützte sie unsere Ansichten. Denn auch wir denken, dass eine Kontinuität bei solchen Veranstaltungen besonders wichtig ist. Jedoch sind wir davon überzeugt, dass eine Zusammenarbeit mit Schulen sinnvoll ist, weil nur so früh damit angefangen werden kann, die Wichtigkeit der nachhaltigen Entwicklung nahezulegen und zugleich Schüler_innen erreicht werden können, die sich eventuell noch nicht ausreichend mit dem Thema befasst haben und aus eigener Initiative nicht zu solchen Workshops gegangen wären. Unser Ziel ist es also, die Wichtigkeit von BNE an alle Menschen weiterzugeben und es ihnen so einfach wie möglich zu machen, diese Angebote annehmen zu können. Mit einem Besuch in Schulen oder umgekehrt, müssten sich die Teilnehmer_innen also um nichts weiter kümmern. Aus bereits genannten Gründen hat der BUND in Gießen allerdings derzeit nicht die personellen Kapazitäten, um noch mehr Kooperationen, wie zum Beispiel mit dem Haus der Nachhaltigkeit, eingehen zu können und solche regelmäßigen Veranstaltungen zu unterstützen. Dennoch sei der BUND grundsätzlich offen für eine Zusammenarbeit, bei der man sich im Bedarfsfall aushilft und auf Veranstaltungen wechselseitig aufmerksam macht. Außerdem beschäftigt sich der BUND im Kreisverband Gießen, wie bereits erwähnt, hauptsächlich mit naturkundlichen Exkursionen, weshalb der Wunsch besteht, sich zukünftig eventuell auch mit anderen Themen unterstützt durch das Haus der Nachhaltigkeit in Veranstaltungen zu beschäftigen.

10.4 Wünsche an das Haus der Nachhaltigkeit

In Gießen gibt es bereits viele Akteure, die sich für eine nachhaltige Entwicklung einsetzen. Wenn man in diesem Bereich selbst tätig ist, kennt man diese Akteure in der Regel und ist untereinander vernetzt (vgl. Interview Wolters 2022). Aus diesem Grund stellte sich unserer Interviewpartnerin die Frage, was das Haus der Nachhaltigkeit anbietet, was nicht bereits von anderen Akteuren innerhalb Gießens angeboten wird. Wissend, dass beispielsweise die Fahrradreparatur-Selbsthilfegruppe in Gießen schon seit längerem auf der Suche nach einer Räumlichkeit für ihre Arbeit ist, würde sie sich wünschen, dass das Haus der Nachhaltigkeit tatsächlich ein Haus werden soll. Dieses Haus könnte verschiedene Nachhaltigkeitsinitiativen dauerhaft und gebündelt beinhalten und deshalb als Haus der Nachhaltigkeit bezeichnet werden, so unsere Interviewpartnerin. Sie würde sich also durch das Haus der Nachhaltigkeit einen Ort wünschen, der Raumsharing betreibt. Als ähnliches Beispiel nannte sie dazu den „Prototyp“ in Gießen, der von der Stadt Gießen gefördert wurde und einen „Besprechungsraum, den sich Initiativen, Gruppen, Unternehmen und Projektemacher*innen teilen“ (Raumstation3539 2020) angeboten hat. Dadurch sollte ein Ort geschaffen werden, der einen „Platz für Innovation, Nachhaltigkeit, Begegnung und Inspiration“ (Raumstation3539 2020) bietet. Dadurch

könnte das Haus der Nachhaltigkeit ohne inhaltliche Überschneidungen mit anderen Akteuren in Gießen einen attraktiven Ort bieten und zugleich eigene Ideen dort umsetzen.

10.5 Ausblick

Dank der ehrlichen Einschätzung und Einordnung unseres Konzepts zum Haus der Nachhaltigkeit in Gießen durch unsere Interviewpartnerin haben wir nun einen besseren Überblick über die Wünsche und Bedürfnisse von Gießener Nachhaltigkeitsakteuren und insbesondere von denen des BUND. Auch wir hatten den Wunsch, mittels unserer mobilen Räumlichkeiten einen Ort zu bieten, an dem viele verschiedene Akteure sich und ihre Arbeit vorstellen können. Die Vorstellungen von unserer Interviewpartnerin und uns gehen allerdings insoweit auseinander, als dass wir keinen dauerhaften Raum für einen Akteur bieten können. Derzeit planen wir mit einem mobilen Raum, der in verschiedene Orte oder Städte gefahren werden kann und somit die Bildung für nachhaltige Entwicklung überall ermöglicht. Wir können uns durchaus regelmäßige Kooperationen mit Akteuren vorstellen, um auch im Sinne unserer Interviewpartnerin so einen kontinuierlichen Austausch und eine Auseinandersetzung mit den Themen über einen langen Zeitraum zu ermöglichen. Dadurch würden wir unseren Akteuren ein temporäres Raumsharing-Konzept anbieten. Da ein fester Standort des Hauses der Nachhaltigkeit aber derzeit nicht mit unseren Wünschen und Zielen vereinbar ist, muss diesbezüglich noch weiter überlegt werden, ob diesem Wunsch auf anderem Wege nachgegangen werden kann oder ob wir unseren Fokus weiterhin auf ein mobiles und temporäres Angebot für Akteure legen möchten.

Dennoch wünschen wir uns, dass unsere Konzeptidee hilfreich für bereits vorhandene Nachhaltigkeitsakteure in und um Gießen herum sein wird und ihnen eine Plattform bietet, sich in der Öffentlichkeit und für verschiedene Zielgruppen sichtbar zu zeigen. Zugleich werden ehrenamtliche Mitarbeiter_innen des Hauses der Nachhaltigkeit bei der Zusammenarbeit und der gesamten Planung von individuell angepassten Workshops unterstützen, um so auch bei personellen Kapazitätsproblemen des Akteurs helfen zu können.

Um die Situation weiterer Akteure, die im Bereich der Nachhaltigkeit in Gießen tätig sind, kennenzulernen und einschätzen zu können, würde es Sinn ergeben, weitere Expert_innenInterviews in Zukunft zu führen. So können Wünsche und Bedürfnisse mehrerer Akteure gesammelt werden und uns im Planungsprozess und bei der Entwicklung eines passenden Konzepts unterstützen. Außerdem ist es uns wichtig, das Konzept unter der Einholung verschiedener Expert_innen-Einschätzungen nach dem Bottom-up-Verfahren stetig weiterzuentwickeln, damit es am Ende vielen Wünschen gerecht werden kann und somit innerhalb des Netzwerks von bestehenden Akteuren als hilfreich angesehen wird.

Neben den Interviews mit Verbänden und Schulen, die wir bereits geführt haben, möchten wir gerne noch Interviews mit Unternehmen aus Gießen und der Umgebung von Gießen führen. Auch sie stellen für uns wichtige Akteure im Prozess der nachhaltigen Entwicklung dar

und sollten deshalb bei Workshops in unserem Haus der Nachhaltigkeit vertreten sein. Dabei ist es nicht zwingend, dass sie bereits eine ganze Abteilung für nachhaltiges Handeln in ihren Unternehmen haben, es reicht schon, wenn Vertreter_innen teilnehmen, die sich thematisch damit in ihrem Unternehmen auseinandersetzen und so auch von Meinungen und Anregungen der Workshop-Teilnehmer_innen profitieren und sich inspirieren lassen können. Auch auf der Seite der Akteure verfolgen wir dementsprechend das Ziel, den Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen so einfach wie möglich zu gestalten und durch unsere Unterstützung den Aufwand von Akteuren gering zu halten.

Durch all diese Maßnahmen wollen wir mit unseren Workshop-Angeboten zu einem verstärkten Austausch über die nachhaltige Entwicklung beitragen und unsere Verantwortung in dieser Entwicklung und gegenüber kommenden Generationen verdeutlichen.

11. Räumliche Umsetzung des Haus der Nachhaltigkeit mit der THM

Im Rahmen des Lehrforschungsprojektes „Haus der Nachhaltigkeit“ kam es in der zweiten Phase des Projektes zu einer Zusammenarbeit mit Studierenden der THM im Seminar

„Nachhaltiges Bauen“. Da das Seminar der THM bereits interdisziplinär aufgebaut war, konnten sich durch diese Zusammenarbeit drei verschiedene fachliche Gebiete austauschen. Vertreten waren die Master-Studiengänge Architektur und Bauingenieurswesen der THM und der Bachelor-Studiengang Social Sciences der JLU. Die Verbindung dieser drei unterschiedlichen Studiengänge hat es ermöglicht die theoretischen Überlegungen der Sozialwissenschaftler_innen zu einer räumlichen Umsetzung in einen konkreten Entwurf mit der Expertise von Architekt_innen und Ingenieur_innen zu verwandeln.

Zu Beginn der Kooperation hat sich die Gruppe „BNE und Workshop-Formate“ bei den verschiedenen Gruppen der THM Studierenden vorgestellt. Basierend auf gemeinsamen Interessen und Ideen hat sich die Gruppe mit einer THM Gruppe zusammengeschlossen. Die Mitglieder_innen der THM Gruppe standen danach regelmäßig im Austausch mit unserer Gruppe um einen Entwurf zu entwickeln.

In der Kommunikation zwischen den Gruppen wurden verschiedene Wünsche und Vorstellungen festgehalten. Die Grundlage dieser Überlegungen war, dass die Räumlichkeit ein 20 Fuß Überseecontainer (vgl. THM Bericht 2022) aus nachhaltigen Materialien sein soll. Daher wurden zunächst verschiedene Stellplätze für den Container erörtert und in Gießen als Hauptstandort der Schwanenteich festgelegt. Dieser bietet Parkmöglichkeiten, Toiletten und eine hohe Sichtbarkeit in der Gesellschaft. Allerdings ist der Container bewegbar und daher sind auch kurzfristige Standorte wie Schulen, Freilichtveranstaltungen wie der Hessentag, Weihnachtsmärkte und andere öffentliche Flächen benannt worden. Die Beweglichkeit des Containers erlaubt eine hohe Flexibilität bei der Planung der Workshops und dadurch kann das Thema Nachhaltigkeit der Bevölkerung einfach zugänglich gemacht werden.

Um an einem der Standorte den Passant_innen aufzufallen war es ein Wunsch unserer Gruppe, dass der Container ein Eye-Catcher ist. Durch Informationstafeln an der Fassade soll bereits Nachhaltigkeitswissen vermittelt werden und der Container gleichzeitig einladend wirken. Die

Ausstattung des Containers soll Tische und Stühle beinhalten, aber vor allem auch mehrere Stromanschlüsse, sowie einen Beamer und WLAN, um die Umsetzung verschiedener Workshop-Formate zu gewährleisten.

Ein sehr wichtiges Kriterium unserer Gruppe war die Einhaltung der Barrierefreiheit. Das Haus der Nachhaltigkeit soll allen Personengruppen offenstehen und dies soll sich auch in der Räumlichkeit widerspiegeln. Dieser Gedanke führte auch zu dem Wunsch, dass ein intuitiver Aufbau des Containers es allen Personen ermöglicht den Container ohne fachliche Einführung aufzubauen und zu verwenden.

Diese theoretischen Wünsche unserer Gruppe wurden von der THM Gruppe in einem Entwurf umgesetzt. Der große Fokus auf Barrierefreiheit wird durch eine einfach bedienbare Rampe, die an jegliches Geländeneveau anpassbar ist, erfüllt. Generell ist der Aufbau des Containers sehr bedienungsfreundlich und ein Erklärungspapier mit Hinweisen wird zusätzlich zur Verfügung gestellt. Die Fassade des Containers ist sehr farbenfroh gestaltet und gleichzeitig mit Informationstafeln ausgestattet. Weiterhin wird durch die Verwendung von Solarpaneelen nachhaltig Strom erzeugt, der direkt im Container für die Verwendung des Beamers und der Stromanschlüsse genutzt werden kann.

Die THM Gruppe hat sich außerdem besonders mit verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten des Containers beschäftigt und dabei unterschiedliche Versionen eines Containers für die vier Jahreszeiten entwickelt (vgl. THM Bericht 2022). Im Sommerkonzept soll das Miteinbeziehen der Umgebung durch ein Ausklappen der Längsseite zu einer Terrasse gewährleistet werden. Dies erhöht die Nutzungsfläche und erlaubt außerdem das Zusammenschließen mit bis zu drei weiteren Containern. In der Sommerversion wird zusätzlich ein Sonnensegel verwendet, welches Schatten spenden soll und so den Komfort der Teilnehmenden mitberücksichtigt (vgl. THM Bericht 2022).

Im Frühjahr und Herbst kann durch den Zusammenschluss mit einem weiteren Container eine Nutzungsfläche von 38 m² (vgl. THM Bericht 2022) erzielt werden. Dies ermöglicht eine Durchführung von Workshops auch bei kühleren Klimabedingungen. Im Winterkonzept wird der Container als Informationsstand genutzt und kann teilweise geöffnet werden.



Abb. 1: BNE-Container im Sommer (vgl. THM Bericht 2022)



Abb. 2: BNE-Container in der Übergangszeit (vgl. THM Bericht 2022)



Abb. 3: BNE-Container im Winter (vgl. THM Bericht 2022)

Weiterhin ist der gesamte Container mit möglichst nachhaltigen Materialien ausgestattet und bei der Planung des Entwurfs wurden die Kriterien der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen beachtet. Dies führt zu einer für das Haus der Nachhaltigkeit angemessenen Räumlichkeit, die sowohl die Wünsche unserer Gruppe beinhaltet, als auch aus Sicht der THM Gruppe die Merkmale für nachhaltiges Bauen erfüllt.

Grundsätzlich hat dieser interdisziplinäre Austausch es sowohl der THM, als auch unserer Gruppe ermöglicht eine andere Perspektive auf das Thema Nachhaltigkeit zu gewinnen und somit haben von dieser Zusammenarbeit alle Studierenden auf individueller Ebene profitiert. Für die THM Gruppe gab es zusätzlich die Praxiserfahrung, die Wünsche eines „Kunden“ in den eigenen Entwürfen zu berücksichtigen und auch Änderungswünsche nachträglich noch umzusetzen. Unsere Gruppe konnte ihr theoretisches Wissen praktisch anwenden und für das Haus der Nachhaltigkeit eine realistisch umsetzbare Räumlichkeit erarbeiten.

12. Fazit

In der zweiten Phase des Lehrforschungsprojektes wurden die theoretischen Überlegungen der ersten Phase weitergeführt und in praktische Zielsetzungen umgewandelt. So wurde eine konkrete Zielgruppe ausgewählt und durch Interviews mit Vertreter_innen von Schulen konnten die Interessen der Zielgruppe „Schule“ herausgearbeitet werden. Auch die Seite der wissensvermittelnden Akteure wurde untersucht, um zukünftige Kooperationen vorzubereiten.

Ein besonderer Fokus der Interviews war die genaue Rolle des Hauses der Nachhaltigkeit in der Kommunikation und der Zusammenarbeit zwischen den beiden Gruppen. So kann das Haus der Nachhaltigkeit nicht nur Kontakte herstellen, sondern auch vor allem bei Schulen eine größere Rolle spielen, um die Lehrkräfte zu entlasten und dauerhafte Projekte zum Beispiel im Rahmen des Wahl-Pflicht-Programmes durchzuführen. Denn es wurde sowohl von den Schulen, als auch vom BUND der Wunsch nach langfristigen Kooperationen und Projekten geäußert, die durch ein Haus der Nachhaltigkeit verwaltet werden können. Abschließend ist es noch eine wichtige Aufgabe des Hauses der Nachhaltigkeit in der Zukunft die Vorgehensweise genau zu dokumentieren, um mögliche Fehler und Probleme festzuhalten, zu erkennen und zukünftig zu vermeiden.

Auch die Zusammenarbeit mit der THM und die Entwicklung eines physischen Ortes hat das theoretische Projekt des Hauses der Nachhaltigkeit einer praktischen Umsetzung nähergebracht. Der Entwurf der Studierenden der THM folgt nicht nur den Kriterien des nachhaltigen Bauens, sondern beinhaltet auch die expliziten Wünsche und Ideen der Gruppe „BNE und WorkshopFormate“. Für die produktive und respektvolle Kooperation mit dem beschriebenen Ergebnis drücken wir den THM Studierenden unseren herzlichsten Dank aus.

Bei einer Weiterführung des Gruppenthemas in folgenden Lehrforschungsprojekten könnte eine Erschließung weiterer Zielgruppen durch Befragungen von Bürger_innen in Form eines Fragebogens sinnvoll sein. Die oben genannten Ergebnisse könnten dadurch tiefergehend ergründet werden, sowohl um die Rolle des Hauses der Nachhaltigkeit weiter zu definieren und außerdem abschließend Workshops zu entwickeln, die den Wünschen der Interessent_innen entspricht. Auch ein größerer Fokus auf die Seite der wissensvermittelnden Akteure wäre wünschenswert. Dazu könnten Expert_inneninterviews mit zum Beispiel lokalen und regionalen Unternehmen in Gießen, Vertreter_innen der Kommunalpolitik im Bereich Nachhaltigkeit oder weiteren Verbänden, die sich mit Nachhaltigkeit auseinandersetzen, durchgeführt werden. Nachdem die Interessen und Voraussetzungen der Akteure untersucht werden, könnte dann die praktische Verbindung der Akteure und Zielgruppen mit dem Gestalten tatsächlicher Workshops eingeleitet werden.

Die Gruppe „BNE und Workshop-Formate“ erhofft sich in der Fortführung des Lehrforschungsprojektes „Haus der Nachhaltigkeit“, dass dieser theoretische Ort praktisch umgesetzt wird und den Bürger_innen von Gießen in einem physischen Raum die Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit auf verschiedenen Ebenen ermöglicht wird.

Literaturverzeichnis

- Alm, Elisabeth; Christian, Nele; Kunz, Marlene; Plank, Salome M. (2021): Bildung für Nachhaltige Entwicklung. In: Kautt, York (Hg.): Haus der Nachhaltigkeit. Lehrforschungsprojekt im BA-Studiengang Social Sciences der Justus-LiebigUniversität Gies- sen. Fachbereich Sozial- und Kulturwissenschaften. Justus-LiebigUniversität, S. 22-48.
- Augustiniok, Sandra; Degen, Laura; Frank, Julia; Stadtmüller, Simon; Ayse, Yilmaz, Yenen, Yasemin (2022): THM Bericht. Nachhaltiges Bauen. Gruppe 2 Workshopformat. Technische Hochschule Mittelhessen.
- BUND - BUND für Naturschutz und Umwelt in Deutschland (2022): Über den BUND. Online verfügbar unter <https://www.bund.net/ueber-uns/?wc=20556>, zuletzt aktualisiert am 14.04.2022, zuletzt geprüft am 14.04.2022.
- BUND Kreisverband Gießen - BUND für Naturschutz und Umwelt in Deutschland (2022): Umweltbildung. Online verfügbar unter <https://kreisverband-giessen.bund.net/themenund-projekte/umweltbildung/>, zuletzt aktualisiert am 14.04.2022, zuletzt geprüft am 14.04.2022.
- BUNDjugend (2022): Klasse Klima - Her mit der coolen Zukunft! - BUNDjugend. Online verfügbar unter <https://www.bundjugend.de/projekte/klasse-klima/>, zuletzt aktualisiert am 21.01.2022, zuletzt geprüft am 14.04.2022.
- Fridays for Future (2019): Unsere Forderungen an die Politik. Hg. v. Fridays for Future. Online verfügbar unter <https://fridaysforfuture.de/forderungen/>, zuletzt geprüft am 15.08.2021.
- Jakob, Jennifer (2020): Bildung für nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und Perspektiven. In: *Österreichisches Religionspädagogisches Forum* 28 (2), S. 11–27. DOI: 10.25364/10.28:2020.2.2.
- Kunter, Mareike; Baumert, Jürgen; Blum, Werner; Klusmann, Uta; Krauss, Stefan und Neu- brand, Michael. 2011. Professionelle Kompetenz von Lehrkräften. Ergebnisse des Forschungs- programms COACTIV. Münster u. a.: Waxmann.
- Raumstation3539 (2020): Prototyp. Online verfügbar unter <https://raumstation3539.net/prototyp/>, zuletzt aktualisiert am 03.08.2020, zuletzt geprüft am 14.04.2022.
- Themenzentriertes Interview geführt mit Frau Wolters. Jugendbildungsreferentin der BUND- jugend Hessen und Sprecherin des BUND Kreisverband Gießen. Videotelefonat, 11. März 2022, 11:00-12:30 Uhr.
- Themenzentriertes Interview geführt mit Herrn Ackermann & Herrn Röder. Lehrer der Liebig- schule Gießen. Videotelefonat, 03.März.2022, 15.30-16:45.
- Themenzentriertes Interview geführt mit Herrn Behrendt, Lehrer der Ricarda-Huch-Schule Gießen. Videotelefonat. 14.Februar 2022. 12:30-13:45.

Webseite Entwicklungspolitisches Netzwerk Hessen. Verfügbar unter:

<https://www.epnhessen.de/> [Zugriff am: 14.April 2022]

Webseite Hessische Lehrkräfteakademie. Verfügbar unter:

<https://lehrkraefteakademie.hessen.de/fortbildung/angebote-fuer-lehrkraefte-undschen/bne> [Zugriff am: 14.April 2022]

Webseite Liebigschule Gießen. Verfügbar unter:

<https://www.liebigschule-giessen.de/faecherund-angebote/angebote/> [Zugriff am: 14.April 2022]

Webseite Ricarda-Huch-Schule Gießen. Verfügbar unter:

<https://ricardakiosk.wordpress.com/unterricht/unterricht-wahlpflicht-und-agprogramm/> [Zugriff am: 14.April 2022]

Webseite Umweltministerium Hessen. Verfügbar unter:

<https://umwelt.hessen.de/Bildungsangebote/Umweltschule> [Zugriff am: 13.April 2022]

Mehr Informationen zu den hessischen Umweltschulen:

<https://kultusministerium.hessen.de/Schulsystem/Zertifizierte-Schulen/Umweltschulen>

Anhänge

Anhang 1: Fragenkatalog Schulen

Part 1: Vorstellung der Schule & Derzeitiger Stand

- 1) Was verbinden Sie mit Nachhaltigkeit und BNE (Bildung für Nachhaltige Entwicklung)?
- 2) Inwiefern spielt Nachhaltigkeit eine Rolle speziell an Ihrer Schule?
- 3) Gibt es bereits AGs/ Thementage oder sonstige Kooperationen in diesem Themenfeld?
- 4) Es gibt einige Schulen in GI die sich als Umweltschulen auszeichnen. Ist das auch ein Thema an Ihrer Schule gewesen? Ändert ein solches Siegel überhaupt etwas oder wo liegen die Unterschiede?

Ändert sich auch der Lehrplan durch das Siegel der Umweltschule oder spiegelt es sich eher in zusätzlichen Angeboten und Möglichkeiten und dem allgemeinen Schulalltag wieder?

-> Wie ist das Thema Nachhaltigkeit in den unterschiedlichen Fachbereichen verankert? (Gibt es Unterschiede? Welcher FB trägt mehr „Verantwortung“ und wo liegen die jeweiligen Schwerpunkte?)

- 5) In wie weit ist Nachhaltigkeit im Schulalltag vertreten? (Wie nachhaltig ist das Schulleben wirklich? – Wie ist die Umsetzung?)

- 6) *je nach dem*: Wo liegen Schwierigkeiten? Welche Probleme gibt es bei der Umsetzung von bisherigen Zielen?

Part 2: Zukünftige Vorhaben

- 7) Gibt es schon konkrete Pläne die Nachhaltigkeit Ihrer Schule auszubauen/ zu entwickeln?

Wenn ja welche?

- 8) Wo sehen Sie Möglichkeiten um diese Themen bestmöglich aufzufassen und zu integrieren?

- 9) Besteht Interesse mit Akteuren von außerhalb zusammenzuarbeiten? Und inwieweit wäre so etwas möglich/ umsetzbar? (Genehmigungen, Interesse – Schülerschaft & Schule)

Part 3: „Themenfeld Workshop“

- 10) Wie realistisch wäre es für eine Klasse an einem Workshop (des Hauses der Nachhaltigkeit) zum Thema der Nachhaltigkeit teilzunehmen?

- 11) Hätten Sie eine konkrete Idee welche Art von Workshop sich anbieten würde: Wo könnten Schwierigkeiten liegen, was müsste (pädagogisch) beachtet werden?

- 12) Abschließend: Können Sie sich generell eine Kooperation mit dem Haus der Nachhaltigkeit in Gießen im Bereich BNE Workshops vorstellen?

- 13) Gibt es weitere Wünsche an ein Haus der Nachhaltigkeit als Ausrichter der Workshops oder auch generell?

Anhang 2: Fragenkatalog BUND

Part 1: Vorstellung der Umweltbildung im BUND und gesammelte Erfahrungen

1. Was verbinden Sie mit Nachhaltigkeit/mit Bildung für nachhaltige Entwicklung?
2. Wie engagiert sich Ihr Verband bereits in der „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“?
(Projekte...)
3. Welche Erfahrungen haben Sie aus diesem Engagement gewonnen? (Positives und Negatives)

4. Wie könnte Ihr Verband sich im Bereich BNE einsetzen? /Welche weiteren Möglichkeiten sehen Sie für Ihren Verband, sich für BNE einzusetzen bzw. welche Projekte möchten Sie noch gerne umsetzen?
5. Welche Hürden sehen Sie für Ihren Verband bei der Umsetzung von BNE?
6. Welche Kompetenzen möchten Sie durch BNE vermitteln? An wen? ☐ Kooperationen mit Schulen?

Part 2: Kooperation mit dem Haus der Nachhaltigkeit und Wünsche

7. Welche Vorteile sehen Sie für Ihren Verband durch ein aktives Engagement im BNE/durch eine Kooperation mit dem HdN im Bereich BNE?
8. Möchten Sie noch etwas ansprechen, was Ihnen im Bereich BNE wichtig ist?
9. Abschließend: Könnten Sie sich generell eine Kooperation mit dem HdN in Gießen im Bereich BNE Workshops vorstellen?
 - a. Wäre es ein Anreiz für Sie, wenn es im HdN Ansprechpartner*innen gibt, die bei der Konzepterarbeitung vom Workshop unterstützen?
 - b. Gibt es weitere Wünsche an ein HdN als Ausrichter der Workshops?

Quellenverzeichnis

Bio Catering Safran. Verfügbar unter: [Bio Catering Safran - Gesund genießen! 100 % Bio! \(safran-catering.de\)](http://Bio Catering Safran - Gesund genießen! 100 % Bio! (safran-catering.de)) [Zugriff am: 23.03.2022]

Punkt&Strich. Verfügbar unter: [Papeterie Punkt + Strich \(punktundstrich.de\)](http://Papeterie Punkt + Strich (punktundstrich.de)) [Zugriff am: 28.03.2022]

Tellermeer. Verfügbar unter: Eventausstattung - TELLERMEER HOME [Zugriff am: 29.03.2022]

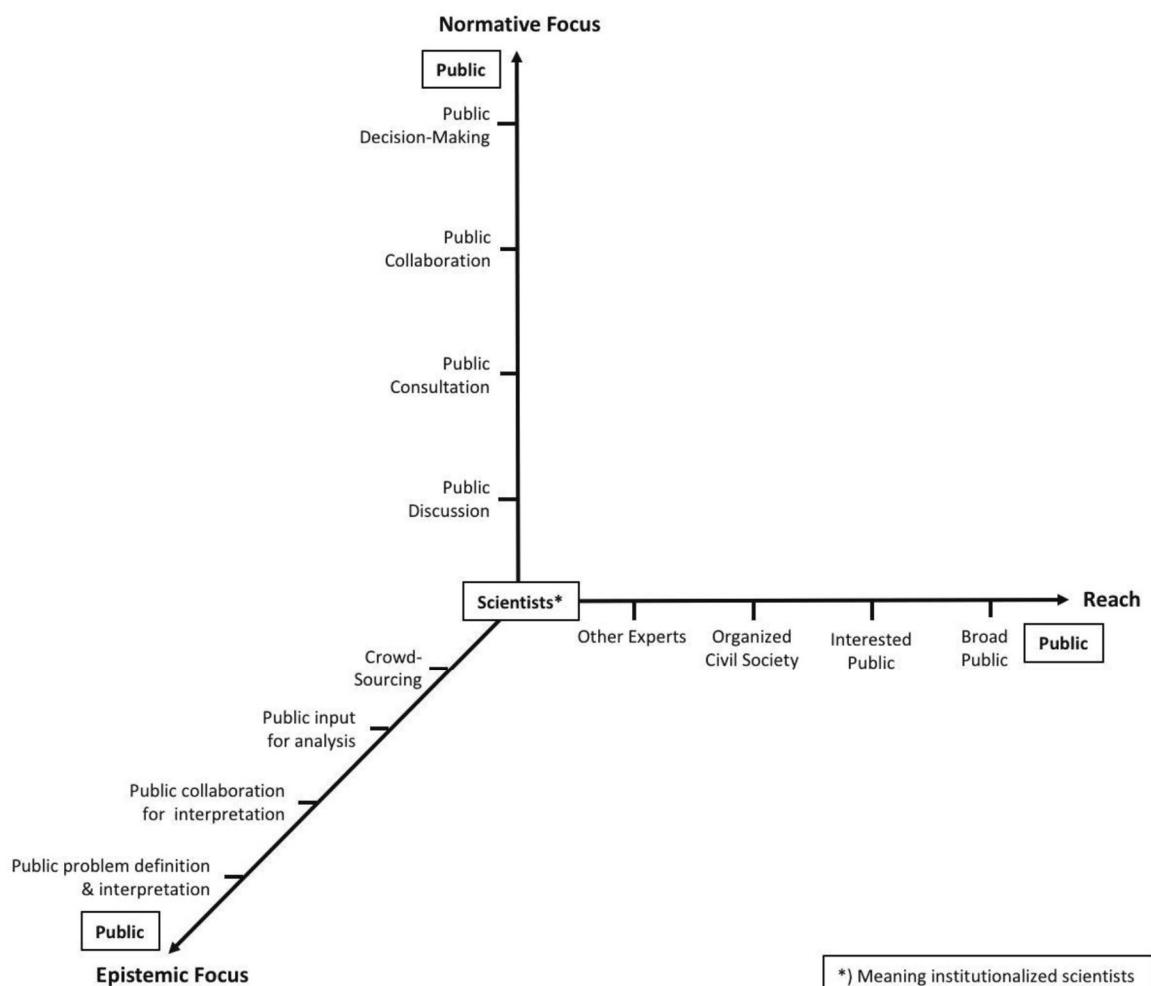
Partizipation, Citizen Sciences und Hochschulen

Jonas Lang, Lukas Wagner, Kai Lechner

Zur besseren Verständlichkeit wird im Folgenden der allgemeine Teil zur Charakterisierung des Citizen Science-Projekts aus dem Zwischenbericht der Gruppe in leicht abgeänderter Form wiedergegeben:

Um es in die Landschaft der Citizen Science-Projekte einordnen zu können, hat sich die Gruppe im ersten Semester für das Modell des „Participatory Science Cube“ von Schrögel und Kolleck (2019) entschieden, das drei Dimensionen umfasst: 1. Normativer Fokus, 2.

Epistemischer Fokus und 3. Reichweite.



(Schrögel & Kolleck 2019, 88)

Der normative Fokus eines Projekts charakterisiert das Ausmaß, in dem Entscheidungskompetenzen in Fragen wie Forschungspriorisierung, Allokation von Fördermitteln und Politikberatung entweder der institutionalisierten Wissenschaft oder der Öffentlichkeit (hier vertreten von freiwillig Forschenden) gegeben werden. Unser Projekt ist hier an der Extremausprägung „Public Decision-Making“ zu verorten: Prioritäten sollen von den freiwillig Forschenden gesetzt und Geldmitteleigenständig, möglicherweise unter beratender Mithilfe aus dem universitären Kontext, beantragt und verteilt werden. Die Maßnahmen, die Politik und Verwaltung als Konsequenz aus den Erkenntnissen eines

Forschungsprojekts anzuraten sind, sollen von denjenigen, die sich am jeweiligen Forschungsprojekt freiwillig beteiligt haben, beschlossen werden.

Der epistemische Fokus zielt auf das Maß ab, in dem das Herstellen von Wissen entweder der Öffentlichkeit oder der institutionalisierten Wissenschaft überlassen ist. Auch hier hält sich das Projekt an der Extremausprägung „Public problem definition & interpretation“ auf: Vorschläge für Forschungsvorhaben sollen von zivilgesellschaftlichen Organisationen des Kreises Gießen (zur Arbeitsdefinition von Zivilgesellschaft vgl. Europäische Kommission o. J.) oder Einzelpersonen eingebracht und dann von einer Gruppe interessierter Freiwilliger geplant, durchgeführt und ausgewertet werden. Explizit ausgeschlossen vom Einbringen von Forschungsvorhaben sind Regierungsorgane, Verwaltung, Parteien, deren Jugendorganisationen und parteinahme Stiftungen, universitäre Forschungsgruppen sowie privatwirtschaftliche Akteure, da diese 1. bereits Zugriff auf Geldmittel und Strukturen haben, um Studien zu veranlassen und keinen Anspruch auf kostenlose Arbeitskraft haben sollen, und 2. Interessen haben, die über die Interessen der in Gießen Wohnenden hinausgehen, oder die Interessen von mächtigen oder lautstarken Minderheiten auf Kosten der Öffentlichkeit durchsetzen möchten. Einer Ver einnahme durch fremde Interessen ist generell vorzubeugen, um die Integrität und Glaubwürdigkeit des Projekts zu wahren. Es ist im Einzelfall von der Gruppe der Freiwilligen zu prüfen, ob ein vermeintlich von einer Privatperson oder zivilgesellschaftlichen Organisation eingebrachtes Vorhaben im öffentlichen Interesse liegt.

Um einen hohen Standard von Wissenschaftlichkeit zu gewährleisten und belastbare Daten zu produzieren, ist es derzeit unerlässlich, dass alle Schritte des Forschungsprozesses in Kollaboration mit der institutionalisierten Wissenschaft vollzogen werden. Hierzu sollen projektgebunden eine oder mehrere qualifizierte Personen aus dem universitären Kontext angeworben werden, um den Freiwilligen die relevanten Fachmethoden zu vermitteln sowie betreuend und beratend zur Verfügung zu stehen.

Die Reichweite eines Projekts charakterisiert den Personenkreis, den es erreichen soll. Unser Projekt ist auf dieser Achse zwischen „Interested Public“ und „Broad Public“ zu verorten. (Dass

es nicht klar in der einen oder anderen Kategorie liegt, ist einer definitorischen Ambivalenz des Modells geschuldet.) Da die Forschung, die in unserem Projekt stattfinden soll, für alle im Kreis Gießen lebenden Personen relevant ist, muss sie aufbereitet und zugänglich gemacht werden.

Sobald ein Forschungsprojekt abgeschlossen ist, sollen die Ergebnisse (und möglicherweise auch der Forschungsprozess) in einem sprachlich und inhaltlich möglichst niedrigschwelligen und kurzweiligen Vortrag der Öffentlichkeit präsentiert und anschließend diskutiert werden. Neben dem Informieren aller Interessierten soll damit auch Druck auf Stadt- und Kreispolitik aufgebaut werden, sich zu den angeratenen Maßnahmen zu positionieren.

Wir haben drei Zielgruppen identifiziert, die vom Projekt als möglicherweise an einer Beteiligung Interessierte angesprochen werden sollen:

Personen der Gießener Zivilgesellschaft, die an wissenschaftlicher Arbeit interessiert, aber nicht (mehr) im Universitätssystem tätig sind, könnten den Kern der Gruppe darstellen. Als Einzelpersonen, die ein Interesse an der Mitgestaltung des Kreises haben, ist bei ihnen eine geringere Fluktuation zu erwarten als bei der Gruppe der Studierenden. Die „Szene“, die sich in Gießen aktiv um ökologische Themen bemüht, konzentriert sich an wenigen physischen und sozialen Orten: Reden und Flyerverteilungen bei den einschlägigen Demonstrationen und Geschäften sowie Vorträge, die über die „üblichen“ Kanäle beworben werden, sollten ausreichend sein, um diese Gruppe zu erreichen. Es ist eine große Überschneidung mit der Gruppe der Studierenden zu erwarten.

Studierende, Dozierende und Forschende stellen als zweite Zielgruppe eine Verbindung zu den Hochschulen dar, die für wissenschaftliche Projekte derzeit beinahe unerlässlich ist. Eine fachlich möglichst breit aufgestellte Basis, besonders auch durch die Mitarbeit von Personen außerhalb des Fachbereichs Sozial- und Kulturwissenschaften der JLU, dessen Angehörige traditionell den Bereich Nachhaltigkeit der studentischen Subkultur in Gießen dominieren, kann dafür nur förderlich sein. Nicht nur ermöglicht sie den Zugriff auf vielfältige Register der Wissenschaft, das Aufeinanderprallen der unterschiedlichen Wissenschaftskulturen könnte auch blinde Flecken der einzelnen Disziplinen ausleuchten und einer Versteifung auf innerdisziplinäre Obsessionen vorbeugen, die in der Hauptsache Ausdruck des Zeitgeistes sind und der Erforschung des Gegenstands mitunter hinderlich sein können.

Angehörige der Justus-Liebig-Universität und der Technischen Hochschule Mittelhessen können mit Lehrforschungsprojekten und anderen universitären Veranstaltungen eingebunden werden. Außerhalb des Lehrrahmens und bestehenden zivilgesellschaftlichen Engagements gibt es beispielsweise die Möglichkeit, sie über campusnahe Vorträge, Flyer- und Plakatieraktionen zu erreichen oder in Kooperation mit dem Allgemeinen Studierendausschuss Aufrufe zur Mitarbeit zu starten. Es ist zu beachten, dass Lehr- und Lehrforschungsveranstaltungen je

auf wenige Semester beschränkt sind, weshalb in diesem Rahmen mit einem schnellen Wechsel der Beteiligten zu rechnen ist. Es ist deshalb besonders wichtig, dass die Studierenden, die über die Lehre am Projekt teilnehmen, in laufende Prozesse eingebunden werden und ihre Arbeit für nachfolgende Personen dokumentieren.

Als dritte Gruppe sollen Menschen mit niedrigem sozioökonomischem Status (SES) angesprochen werden. Sozioökonomischer Status umfasst in der Regel die Dimensionen Beruf, Einkommen und Bildungsniveau (vgl. Ditton & Maaz 2011, 193). Die Zugehörigkeit zu einer sozialen Schicht wirkt sich stark auf die Wahrscheinlichkeit aus, dass eine Person einen bestimmten Schulzweig besucht (vgl. Ditton & Maaz 2011, 200); um die Zielgruppe einzuschränken, hat sich die Forschungsgruppe entschieden, deshalb zunächst Haupt- und Realschulklassen anzusprechen. Diese Entscheidung bringt mit sich, dass bereits ein institutioneller Rahmen besteht, mit dem zu kooperieren ist, was eigene Vor- und Nachteile birgt.

Im Gegensatz zu den beiden erstgenannten Gruppen kann nicht davon ausgegangen werden, dass es hier ausreichend wäre, einen Vortrag zu halten und eine Einladung auszusprechen. Es müssen Maßnahmen getroffen werden, um den Jugendlichen den Einstieg in die Forschungsgruppe zu erleichtern. Zu diesem Thema möchte unsere Gruppe im kommenden Semester dezidiert forschen.

Die Kooperation der Gruppen Suffizienz und Citizen Science

Für die Fortführung des Hauses der Nachhaltigkeit im Wintersemester entschieden sich die Suffizienz- sowie die Citizen Science-Gruppe für eine Zusammenarbeit, da beim Lesen der Berichte zum Sommersemester, sowie im verbalen Austausch einige Überschneidungen festgestellt werden konnten:

Erstens lässt sich eine Überlappung der Zielmilieus für potenzielle Umsetzungen feststellen.

Sowohl die Citizen Science- als auch die Suffizienz-Gruppe zielen auf jugendliche und prekäre Milieus ab, deren Interesse für den Themenkomplex Nachhaltigkeit jedoch über die verschiedenen Ansätze der Gruppen gewonnen werden sollen. Das mittel- bis langfristige Ziel des Citizen Science-Projekts innerhalb des Hauses der Nachhaltigkeit bleibt hierbei die Implementierung einer Nachhaltigkeits-Gruppe im Kreis Gießen, sowie die wissenschaftliche Begleitung dieser.

Zweitens ähneln sich die Gruppen in der Art der Vermittlung der Inhalte: Über das Schaffen eines Gemeinschaftsgefühls und die Schwerpunktlegung auf das Erfahren von Selbstwirksamkeit sollen nachhaltige Inhalte und Kompetenzen bleibend vermittelt werden. Der Themenkomplex „Nachhaltigkeit“ findet in den verschiedenen gesellschaftlichen Milieus unterschiedlich stark Anklang. Dem suffizienten Verhalten stehen einige Barrieren gegenüber (zu Suffizienzbarrieren vgl. Stengel 2011). Über die Durchführung von

Vergemeinschaftungsaktionen und das Fördern von Selbstwirksamkeit kann diesen effektiv entgegengewirkt werden. Mit diesem Thema im speziellen beschäftigte sich Jiayu Fan (Gruppe Suffizienz). Auch das Umsetzungszentrierte Feld der Citizen Science agiert über Selbstwirksamkeit. Unmittelbar sichtbare Effekte durchgeföhrter Aktionen manifestieren dieses Gefühl.

Drittens ist es in beiden Gruppen vorgesehen, mit mannigfältigen und niedrigschwelligen Angeboten um potenzielle Projektteilnehmer*innen zu werben. Dadurch sollen möglichst breite Schichten gesellschaftlicher Akteure erreicht werden. Um dies zu erreichen, soll auf Milieuspezifische Aktionen und Aktivitäten zurückgegriffen werden. Dies hat insbesondere den Vorteil, nicht nur die sogenannte „Beteiligungselite“, also Personen mit überdurchschnittlichen zeitlichen oder finanziellen Ressourcen, welche sich deshalb auch überdurchschnittlich engagieren, akquirieren zu können. Folgende Aktionen könnten beispielsweise vor diesem Hintergrund durchgeführt werden:

- Foodsharing Fairteilungen
- Flohmärkte
- Gestaltung eines Cafés / Shisha-Cafés
- Musik-Events
- Reparatur-Laden
- Spielerische Gestaltung von Workshops

Über die Dienlichkeit von Veranstaltungen mit „Event-Charakter“ herrscht einvernehmen. Zentral ist hierbei zunächst die Beschaffung von nutzbaren Räumen. Optimal wäre ein Raum, welcher niedrigschwellig und für Planung und Durchführung von Aktionen zur Verfügung steht; sowie (noch zu definierende) Nachhaltigkeitskriterien erfüllt und dadurch auch im zwanglosen Zeitverbringen Suffizienz näherbringt.

Suffizienz-Gruppe beschäftigt sich im Wintersemester intensiviert mit Kontaktaufnahme zur Zielgruppe und gemeinsame Organisation von Räumlichkeiten.

Die kooperierenden Gruppen unterscheiden sich im Fokus ihrer Arbeit: während die Citizen Science-Gruppe die Durchführung und Begleitung eines Citizen Science Projekts zur Etablierung einer Aktionsgruppe zu Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellt, legt die Suffizienz-Gruppe ihren Schwerpunkt auf die Vermittlung von Handlungskompetenzen und Gemeinschaftsgefühl. Insbesondere deshalb stellt die Kooperation keinen Anspruch darauf, eine gemeinsame Projektdurchführung zu erzielen – bereits der Austausch an Ideen zweier Gruppen mit Überschneidungen schafft eine Dynamik, welche beiden Projekten dienlich sein kann.

Ziele des Wintersemesters

Zu den vorgegebenen Zielen des 2. Teils des Lehrforschungsprojekts gehörte die Kontaktaufnahme mit interessierten zivilgesellschaftlichen Vereinigungen. Dieses Ziel verfolgte die Gruppe Citizen Science (im Folgenden Gruppe CS) jedoch nicht, da erfahrungsgemäß eine Kontaktaufnahme erst dann zu konkreten Ergebnissen führt, wenn bereits die organisatorischen Rahmenbedingungen feststehen und der Interessent nur noch inhaltliche Beiträge liefern muss. Salopp gesagt: Ergebnisoffener Dialog ohne stehende Organisation und klare Zielsetzung führt selten zu einem Ergebnis und stößt folgerichtig auch selten auf Begeisterung.

Um eine Struktur zu schaffen, mit der Forschungsfragen aus der Gießener Zivilgesellschaft bearbeitet werden können, erarbeitete die Gruppe CS stattdessen einen Kriterienkatalog für ein gelingendes Projekt:

- Wahl einer Rechtsform, die es ermöglicht,
 - transparenten Umgang mit Fördermitteln zu gewährleisten
 - ehrenamtlich Tätige während ihrer Arbeit am Projekt zu versichern
 - Rechtssicherheit in finanziellen Streitfragen herzustellen
- Wahl einer ethisch möglichst unbedenklichen Bank für ein Fördermittelkonto
- Klärung von Finanzierungsmodalitäten
- Erstellung einer detaillierten Richtlinie zur Datenvalidierung
- Erstellung einer Kurzrichtlinie zur Datenarchivierung
- Erstellung einer Kurzrichtlinie zur Korruptionsprävention
- Erstellung einer Richtlinie zum Umgang mit Urheberrecht, Datenoffenheit und Datenschutz
- Erstellung eines Konzepts zur Anwerbung einer Kerngruppe von sesshaften Interessierten aus dem Kreis Gießen (Phase 1); relevant sind hier vor allem die Rahmenbedingungen der gruppeninternen Kommunikation, von der Erfolg oder Scheitern des Projekts abhängen können
- Erstellung eines didaktischen Konzepts zur Einbindung von Personen mit niedrigem SES in konkrete Forschungsvorhaben (Phase 2).

Im Anschluss widmete sich die Gruppe der Bearbeitung einiger dieser Punkte durch Recherchen und Experteninterviews, deren Ergebnisse im Folgenden dokumentiert sind:

Rechtsform

Als Rechtsform ist eine gemeinnützige zu wählen, da in diesem Rahmen Unfälle während der Ausübung einer ehrenamtlichen Tätigkeit von der Krankenversicherung getragen werden (vgl. Juraforum). Unter die potenziell gemeinnützigen Rechtsformen fallen der Verein, die Stiftung, die GmbH und die AG. Die Stiftung ist geeignet zur Vergabe vorhandener Geldmittel für festgelegte Zwecke. Zur Gründung einer GmbH ist ein Startkapital von 25.000 € notwendig, zur Gründung einer AG verdoppelt sich dieses auf 50.000 € (vgl. Hartung, LödingHasenkamp). So mit kommt allein des Geldes wegen nur der Verein als Rechtsform in Frage. Sowohl die Gründung und Eintragung als auch die Anerkennung der Gemeinnützigkeit sind bei vorausschauender Planung mit relativ geringem Aufwand zu bewältigen. Ernannt werden bei Gründung ein Vorstand, ein Schatzmeister und bei über zehn Mitgliedern ein Datenschutzbeauftragter. Diese müssen zwar in vielen Fällen nicht für etwaige Schäden oder

Verluste haften, aber das setzt immer ordnungsgemäße Verrichtung der ihnen auferlegten Pflichten voraus. Unbezahlte Vorstände eines eingetragenen Vereins können, außer bei nachweislichem Vorsatz, nicht für etwaige Schäden haftbar gemacht werden. In der Regel haftet der Verein. Sollte Geld abhandenkommen, kann der Schatzmeister, solange die Kasse ordnungsgemäß geprüft wurde, von der Mitgliederversammlung von der Haftbarkeit entlastet werden. Sollte es zu Verstößen gegen die Datenschutzgrundverordnung kommen, kann auch der Datenschutzbeauftragte nur bei mangelhafter Beratung dafür belangt werden; die Haftung liegt in der Regel beim Verein (vgl. Juraforum). Die regelmäßige Prüfung der Vereinsgelder durch das Finanzamt erfordert eine gewissenhafte Buchführung, die sich auch für freiwillige Transparenzberichte über Forschungsvorhaben empfiehlt.

Finanzierung

Sehr viel weniger eindeutig lässt sich die Geldfrage klären. Zu diesem Zweck untersuchte die Gruppe CS die Rahmenbedingungen für Drittmittelakquise u.a. bei:

- Deutsche Bundesstiftung Umwelt,
- Bundesamt für Naturschutz,
- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung,
- Europäische Kommission (Horizon 2020),
- Zukunft – Umwelt – Gesellschaft gGmbH,
- Volkswagen-Stiftung
- Stiftung Umwelt und Entwicklung,
- Projektträger Jülich,
- DLR Projektträger und
- Projektträger TÜV Rheinland.

Die Vergabe von Drittmitteln durch diese Träger ist für unser Projektformat (zum jetzigen Zeitpunkt) größtenteils ungeeignet,

1. weil viele Drittmittel auf Basis von Ausschreibungen vergeben werden. Exemplarisch dafür kann das europäische Programm Horizon 2020 stehen, das kurzfristig hochspezifische Aufträge größtenteils technologischer Natur für große Fördersummen ausschreibt. Um diese Fördersummen entwickelt sich eine scharfe Konkurrenz von Unternehmen, die unter erheblichem Einsatz von Eigenkapital innerhalb weniger Monate nach Bekanntgabe einer Ausschreibung einen Projektvorschlag ausarbeiten müssen. Da die CS-Forschungsvorhaben sich nach dem Bedarf innerhalb der Zivilgesellschaft des Kreises richten sollen, nicht nach einem erklärten Bedarf auf EU-Ebene, kommen solche Förderprogramme allein thematisch nicht in Frage. Geeigneter für unsere Zwecke sind solche Fördermittel, die ohne starke thematische Einschränkung für Vereinsaktivitäten gewährt werden. Ein möglicher Kandidat für das HdN oder die Projektgruppe CS ist die Vereinsförderung des Bundesamtes für Naturschutz, in deren Rahmen bis zu 75.000 € für eine Dauer von 24 Monaten vergeben werden (vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit 2021), jedoch finden sich sonst wenige vergleichbare Drittmittelangebote.
2. weil die meisten Drittmittel auf Projektbasis für maximal 2 Jahre vergeben werden. Damit ist keine langfristige Planung einer Infrastruktur möglich. Konkrete Forschungsvorhaben lassen sich auf diese Art eventuell finanzieren.
3. weil einige Fördergelder nur unter der Bedingung bewilligt werden, dass bis zu 50% der Projektkosten aus anderen Quellen finanziert werden. Das würde eine gesicherte Grundfinanzierung aus Universitäts- oder Stadtmitteln oder eine stabile Spendenbasis von Unternehmen oder Privatpersonen voraussetzen.
4. weil jede finanzielle Förderung mit erheblichem Dokumentationsaufwand verbunden ist, der erst dann geleistet werden kann, wenn sich das Projekt in einer fortgeschrittenen Planungsphase befindet.
5. weil, je nach Stundenaufwand, der Betrag für eine einzige fachliche Beratungsperson (z.B. bei einem hauptsächlich geographischen Forschungsvorhaben) schnell in fünfstellige Höhe wachsen kann, und in diesen Dimensionen eine große Konkurrenz um Drittmittelförderungen herrscht, d.h. zunächst eine immense Professionalisierung des CS-Projekts notwendig sein könnte.

Die Akquise von Fördermitteln für Forschungsvorhaben scheint einer eigenen Systemlogik zu folgen, die unabhängig vom tatsächlichen Nutzen eines Projekts hohe Anforderungen an dessen Selbstdarstellung und Bürokratisierung stellt. Diesen Anforderungen muss ein CSProjekt entweder gerecht werden oder andere Fördermittel finden, wenn die fachliche Betreuung von Forschungsprojekten durch Akademiker „eingekauft“ werden soll.

Alternativ könnte man diese Kosten einsparen, indem man die fachliche Leitung ebenfalls durch ehrenamtliche Tätigkeit von Akademikern zu besetzen versucht, oder eine durch Zweitmittel finanzierte (z.B. Doktoranden-) Stelle bei einer Hochschule verhandeln. Mehr noch als bei der Drittmittelakquise kommt es hier darauf an, „die richtigen Leute zu kennen“.

Korruptionsprävention

Da eine CS-Gruppe mit Geldern hantieren wird, ist es von Nöten, eine Richtlinie zur Prävention von Korruption zu erstellen, an welchen sich mindestens potenzielle Schatzmeister und Vorstandsmitglieder, möglicherweise aber auch einfache Mitglieder eines noch zu gründenden Vereins orientieren können. Da das deutsche Recht „keine Legaldefinition des Begriffs ‚Korruption‘“ kennt, anhand derer eine Richtlinie erstellt werden könnte, beziehen sich die folgenden Kriterien auf bereits bestehende Richtlinien aus der öffentlichen Verwaltung (HMdIS 2019). Transparency International definiert Korruption in ihrer allgemeinen Definition als „den Missbrauch des anvertrauten Amtes zum privaten Nutzen oder Vorteil“ (Transparency International).

Der Unternehmensleitfaden „Korruptionsprävention“, welcher von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung 2017 erschien, nennt die im folgenden Schaubild genannten fünf Punkte als „Elemente der erfolgreichen Korruptionsprävention“ (vgl. Naqschbandi & Zeiner 2017):



Schaubild „First Aid Kit“ Nagschbandi & Zeiner, 2017

„Basis für jede Form von Korruptionsprävention“ sei laut dem „First Aid Kit“ von des Deutschen Global Compact Netzwerkes „eine Kultur, in der Korruption weder akzeptiert noch toleriert wird“ (Naqschbandi & Zeiner 2017). Außerdem ist es ratsam, innerhalb der Teilnehmergruppe für ein positives Klima zu sorgen. Die Abschottung einzelner TeilnehmerInnen sowie mangelnde Identifikation mit der Aufgabe können dem Hessischen Ministerium des Inneren und für Sport zufolge Indikatoren für Korruption sein (vgl. HMdIS 2019). Bei der Zusammensetzung der CS-Projektgruppe sollte auch im Hinblick auf Korruption auf die persönliche Motivation der potenziellen TeilnehmerInnen geachtet werden. Auch Probleme mit Sucht oder Überschuldung können Indikatoren für Korruption sein (vgl. HMdIS 2019).

Nicht alle Tätigkeiten sind gleichermaßen korruptionsgefährdet. Es gibt Arbeitsgebiete, in denen eine erhöhte Korruptionsgefahr besteht. Diese beinhalten vor Allem, aber nicht erschöpfend, solche, in denen häufige Außenkontakte, die Akquise von finanziellen Mitteln, die Vergabe ebenjener, sowie die Handhabung von (personenbezogenen) Daten eine zentrale Rolle einnimmt. Dort gilt eine Vorteilsnahme, ob der Möglichkeiten, als besonders wahrscheinlich (vgl. HMdIS 2019). Ein CS-Projekt, welches mit einem im universitären Rahmen leistbaren Aufwand umgesetzt wird, ist diesbezüglich daher besonders vulnerabel, da perspektivisch die Zahl an Mitarbeitenden so gering sein wird, dass ebenjene möglicherweise in mehreren der genannten, besonders korruptionsgefährdeten Bereiche agieren müssen. Diese Konzentration der Kompetenzen birgt ein erhöhtes Risiko. Auch ist es aufgrund der in CS-Projekten essenziellen Bürgerbeteiligung, welche das Mitwirken von Laien, bei denen eine diesbezügliche Sensibilisierung nicht vorausgesetzt werden kann, zentriert, unerlässlich, zumindest eine solche Sensibilisierung gewährleisten zu können.

Um Korruption vorzubeugen, betrachtet die CS-Gruppe folgende Maßnahmen als notwendig: Grundsätzlich ist das sogenannte „Mehr-Augen-Prinzip“ essenziell. Hierbei werden strategische Entscheidungen nur unter Einbeziehung mehrerer Projektmitglieder getroffen, mindestens aber mit einem Kontrollmechanismus, an dem mehrere Mitglieder beteiligt sind (vgl. HMdIS 2019). Die Voraussetzung für einen solchen Mechanismus ist gleichwohl die zweite, zu treffende Maßnahme – die transparente Dokumentation. Optimalerweise liegt ein System zugrunde, welches Entscheidungen und Prozesse, ihre Entstehung, sowie die daran beteiligten Personen nachvollziehbar festhält. Wie ein solches System im Detail aussieht, ist noch auszuarbeiten – denkbar sind beispielsweise Sitzungsprotokolle. Im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung ist eine praxistaugliche und akribische Dokumentation ohnehin vorausgesetzt. Auch die Rechtsform „eingetragener Verein“ schreibt die Erstellung von mindestens einem Gründungsprotokoll vor (vgl. Juraforum). Das Bundesministerium der

Justiz stellt hierzu eine Vorlage, abrufbar unter:

https://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/Formulare/Muster_eines_Gruendungsproto_kolls.pdf. Eine weitere Vorgabe der Rechtsform ist die, durch die regelmäßige Prüfung

der Bilanzen durch das Finanzamt gebotene, gewissenhafte Buchführung, welche ebenfalls ganz im Sinne der Korruptionsprävention ist.

Weiterhin ist es grundsätzlich sinnvoll, eine Ansprechperson für Korruption(-sbekämpfung) zu benennen. Inwieweit dies jedoch für dieses konkrete Projekt umsetzbar ist, hängt von der Skala, der Finanzierung und der Teilnehmerzahl ab und bleibt deshalb abzuwarten. Auch die Handlungskompetenzen einer solchen verantwortlichen Person müssen noch definiert werden. Ein konsequentes Nachgehen von Verdachten und deren Ahndung sind grundlegend. Die Rechtsform „eingetragener Verein“ schreibt zudem vor, dass ab zehn Mitgliedern ein Datenschutzbeauftragter ernannt werden muss (vgl. Juraforum). Die Korruptionsgefahr sollte den TeilnehmerInnen bewusst sein und kontinuierlich kommuniziert werden (vgl. Naqschbandi & Zeiner 2017)

Die Erstellung einer druckfertigen Kurzrichtlinie steht noch aus. Diese wird sich auf die zuvor beschriebenen Aspekte berufen, kann aber aufgrund der Ungewissheiten zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht finalisiert werden. Es ist elementar, klare und unmissverständliche Richtlinien zu definieren. Dabei solle „[I]ieber nicht jedes Detail“ geregelt werden (Naqschbandi & Zeiner 2017).

Bericht Experteninterview

Citizen Science – zentrale Fragen zur Umsetzung des Projekts

Innerhalb der Citizen Science Gruppe wurde sich gefragt, welche offenen Fragen unbedingt beantwortet werden müssen, um das Projekt möglichst erfolgreich realisieren zu können. Da es bei diesen Fragen, um Sachverhalte ging, die wir auch durch Literaturrecherche nicht konkret beantworten konnten, setzten wir also auf die Methode der Expert*ininterviews. Hierbei wurden bestehende, vergleichbare Citizen Science Projekte auf eu-citizen.science ausfindig gemacht und deren Ansprechpartner*innen kontaktiert, um diese Wissenslücke zu schließen. Dafür sind also Expert*ininterviews geplant worden, bei der die jeweilige Person vorab ihre eigene Position innerhalb des Projekts, Thema, Ziel- und Umsetzung des Projekts und inwiefern die Integration von Freiwilligen in die Forschung ermöglicht wurde, erläutern sollte, um die generierten Antworten auf unsere offenen Fragen besser kontextualisieren zu können. Leider hat, trotz wiederholter Versuche und bereits gegebener Einwilligungen zu einem Interview, bisher keine Person unsere Fragen beantwortet. Aus diesem Grunde wird dies auf den folgenden Seiten selbst versucht, um dennoch Mehrwert aus den Fragen zu ziehen, auch wenn dieser nicht deckungsgleich mit den erhofften Ergebnissen der Expert*ingespräche ist.

F: Was sind Ihrer Erfahrung nach Gelingensbedingungen für ein Citizen Science Projekt?

Wie bereits beschrieben ist für unsere Perspektive auf Citizen Science zentral, dass den Freiwilligen ein möglichst hohes Maß an Mitbestimmung, Autonomie und Selbstverwirklichung zuteilwird. Diese Aspekte werden angestrebt, um die Motivation bei den Freiwilligen möglichst hoch zu halten, in der Hoffnung das Haus der Nachhaltigkeit langfristig und effektiv mit Citizen Science zu unterstützen.

F: *Mit welchen Organisationsformen (eingetragener Verein o.ä.) haben Sie gearbeitet, beziehungsweise erscheint Ihnen am sinnvollsten?*

Wie bereits erläutert, stellt die Organisationsform des eingetragenen Vereins erstmals die einzige Möglichkeit dar.

F: *Wie spricht man freiwillige TeilnehmerInnen am besten an?*

Wie bereits im Bericht zum ersten Semester dargestellt, gilt es, besonders für die Kooperation mit sozioökonomisch benachteiligten Jugendlichen, einen niedrigschwälligen und möglichst hierarchiefreien Umgang umzusetzen. Diesen Ausgangspunkt hätten wir gerne mit Erfahrungen aus erster Hand erweitert, doch da es nicht zu einem Interview kam, bleibt dies leider zu diesem Zeitpunkt offen.

F: *Wie motiviert man freiwillige TeilnehmerInnen, um längerfristig Teil des Projekts sein zu wollen? (Also verwenden Sie zum Beispiel ein Belohnungssystem oder setzen Sie auf die Erfahrung von Selbstwirksamkeit und Kollektivgefühl bei den TeilnehmerInnen oder welche anderen Motivationsformen konnten Sie erkennen?)*

Auch hier wurden bereits Antwortmöglichkeiten in Form der Herstellung von Selbstwirksamkeit und Kollektivgefühl oder der potenziellen Implementierung eines Belohnungssystems, beziehungsweise das Gestalten von gemeinsamem Kochen, Essen oder Kaffee, um die erzielten Fortschritte gemeinsam zu zelebrieren, produziert. Diese Dimensionen skizzieren für uns weiterhin die zentralen Möglichkeiten der Motivation der Freiwilligen.

F: *Was sind Ihrer Perspektive nach weiteren Sachverhalten, die in die Planung eines Citizen Science Projekts gehören?*

Da weder ein Gespräch mit einer Person, welche Erfahrungen in der Umsetzung von Citizen Science mit sich bringt, noch Literatur, die abseits bereits aufgeführter Aspekte Antworten liefert, ausfindig gemacht werden konnte, bleibt diese Frage zu diesem Zeitpunkt weitestgehend unbeantwortet und es wird sich auf die Aspekte konzentriert, die wir selbst als essenziell für die Umsetzung von Citizen Science einschätzen.

F: *Sehen Sie eine Chance für ein Citizen Science Projekt, das möglichst autonom läuft, also bei dem die TeilnehmerInnen selbst (mit-)bestimmen welche Forschungen umgesetzt werden sollen?*

Aufgrund mangelnder Erfahrung können wir an dieser Stelle nur eine Einschätzung, dass ein möglichst selbstständiges Citizen Science Projekt zumindest möglich ist, abgeben. Die unter citizenscience.eu aufgeführten Projekte scheinen nicht zwangsläufig auf Autonomie ausgelegt zu sein, dennoch lässt sich mit steigender Erfahrung der Freiwilligen auch ein steigendes Maß an Autonomie bei der Umsetzung von Forschung mit Freiwilligen erkennen (vgl.?).

F: *Gibt es No-gos oder besondere Hürden, an die man auf jeden Fall bei der Planung von Citizen Science denken sollte?*

Die bereits aufgeführten Hürden, wie beispielsweise die Projektfinanzierung und oder Drittmittelakquise sowie die langfristige Motivation der Freiwilligen, stellen für uns weiterhin entscheidende Knackpunkte der Umsetzung von Citizen Science dar. Darüber hinaus haben wir bis dato keine weiteren Konfliktpotenziale, die wir nicht bereits in unsere Überlegungen integriert haben, ausfindig gemacht.

F: *Durch welche Mittel haben Sie das/ein Projekt finanzieren können?*

Bereits ermittelte Möglichkeiten und Grenzen der Finanzierung sind bereits an anderer Stelle aufgeführt worden und werden hier daher nicht thematisiert, da diese Frage dazu angedacht ist, um konkrete Beispiele laufender Projekte zu erhalten.

Ziele einer zukünftigen Citizen Science-Gruppe im Haus der Nachhaltigkeit

Anknüpfend an die Ergebnisse dieses Berichts sind für eine zukünftige CS-Gruppe im Haus der Nachhaltigkeit mehrere Fragen zu klären und Aufgaben zu erledigen. Weiterhin offen, sowie essenziell bleibt die Finanzierung eines solchen Projekts. Das Feld der Citizen Science ist noch jung. Im Entwurf zur öffentlichen Konsultation zur *Citizen Science-Strategie 2030 für Deutschland*, einem Weißbuch, welches aktuell in einer breiten Kooperation vieler namhafter wissenschaftlicher Einrichtungen entsteht, heißt es: „Die Anerkennung von Citizen Science als Bestandteil in Forschung und Förderung und das Angebot an Citizen ScienceFörderinstrumenten hat zugenommen. Der Förderbedarf wird jedoch noch nicht annähernd gedeckt [...]. Eine wichtige Rolle spielen niedrigschwellige Förderangebote, die nur selten angeboten werden“ (Bonn et al. 2021). Letzteres lässt sich auch bezüglich der Arbeit im Wintersemester feststellen. Die ausstehende, endgültige Veröffentlichung der Citizen Science-Strategie könnte in Zukunft eine vielversprechende Quelle zur Weiterarbeit sein.

Bereits der aktuelle Entwurf ist lesenswert.

Auch die Einrichtung eines Fördermittelkontos steht noch aus. Zum jetzigen Zeitpunkt ist dies ob der Entwicklungsstufe des Projekts und entstehenden Kosten nicht geboten. Die Bank der Wahl sollte jedoch, soweit möglich, ethisch unbedenklich sein.

Außerdem bleibt die Erstellung eines Konzeptes zur Anwendung einer Kerngruppe von sesshaften Interessierten aus dem Kreis Gießen zu leisten. Die Rahmenbedingungen der gruppeninternen Kommunikation sind ausschlaggebend für den Erfolg eines solchen Projektes. Insbesondere mit Blick auf die Korruptionsprävention ist die Ausgestaltung eines Dokumentationssystems für ebenjene Kommunikation wichtig. Die druckfertige Kurzrichtlinie zur Korruptionsprävention ist zu finalisieren. Eine wertvolle Ressource kann in diesem Kontext der ausführliche Leitfaden von Transparency International sein:

[Leitfaden Druckversion mit Beiblatt.pdf \(transparency.de\)](#). Dieser beinhaltet eine Checkliste, anhand derer die Vollständigkeit der endgültigen Richtlinie des CS-Projektes gemessen werden kann.

Die Erstellung einer Richtlinie zur Datenarchivierung steht ebenso noch aus. Weiterhin bleibt ein umfangreicheres Feld offen: die Datenvalidierung. Dort muss eine detaillierte Ausarbeitung erfolgen, in welcher auch die sich ergebenden Fragen zum Umgang mit Urheberrecht, Datenoffenheit und Datenschutz eindeutig geklärt werden.

Ebenfalls ratsam ist die Durchführung des angedachten Experteninterviews. Auch trägt dies zur Vernetzung verschiedener Akteure im Feld der Citizen Science bei, zu welcher die aktuelle Fassung des Weißbuchs schreibt: „Der Austausch unter den Kolleg:innen innerhalb und zwischen Organisationen ist wesentlich für die Wissens- und Erfahrungsweitergabe zu Citizen Science“ (Bonn et al. 2021).

Eine weitere Aufgabe ist das Erstellen eines didaktischen Konzepts zur Einbindung von Personen mit niedrigen sozioökonomischen Status – dazu sind die Erkenntnisse der Suffizienz-Gruppe möglicherweise von hohem Interesse.

Für die Fortsetzung des CS-Projekts empfiehlt es sich, zunächst alle verbleibenden Punkte auf der Liste zu bearbeiten, bevor man mit „Stakeholdern“ in Kontakt tritt.

Literaturverzeichnis

Bonn, Aletta et al. (2021) Weißbuch. Citizen Science-Strategie 2030 für Deutschland. Version 5.8.2021. Entwurf zur öffentlichen Konsultation. Leipzig, Berlin: Helmholtz-Gemeinschaft, Leibniz-Gemeinschaft, Fraunhofer-Gesellschaft, Universitäten und außeruniversitäre Einrichtungen. Verfügbar unter: https://www.citizen-science-weissbuch.de/sites/default/files/downloads/20210805_weissbuch_citizen_science_strategie_2030_entwurf.pdf [Zugriff: 09.04.2022].

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (2021): Merkblatt zur Förderung von Maßnahmen im Rahmen der Verbändeförderprojektförderung (Kap. 2601 Titel 685 04 Erl. Nr. 2.3). Bonn: Bundesamt für Naturschutz. Verfügbar unter: https://www.bfn.de/sites/default/files/2021-09/Merkblatt_Verbaendefoerderung.pdf [Zugriff: 26.03.2022].

Ditton, Hartmut; Maaz, Kai (2011): Sozioökonomischer Status und soziale Ungleichheit. In: Reinders, Heinz; Ditton, Hartmut et al. (Hrsg): Empirische Bildungsforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 193–208.

European Commission (o. J.): Civil Society. Brüssel: European Kommission. https://ec.europa.eu/international-partnerships/our-partners/civil-society_en [Zugriff: 08.08.2021].

Hartung, Horst; Löding-Hasenkamp, Götz (o.J.): Rechtsformen gemeinnütziger Körperschaften. Düsseldorf: Croewe BPG Beratungs- und Prüfgesellschaft mbH. Verfügbar unter: <https://www.bpg-gemeinnuetzg.info/gemeinnuetzigkeit/rechtsformen-gemeinnuetzigerkoerperschaften/>. [Zugriff: 10.04.2022].

Hessisches Ministerium des Inneren und für Sport (Abk.: HMdIS). 2019. Richtlinie zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung in der öffentlichen Verwaltung des Landes Hessen. Verfügbar unter: https://rp-kassel.hessen.de/sites/rpkassel.hessen.de/files/Korruptions-RL-18-11-2019_0.pdf [Zugriff: 23.03.2022].

Juraforum (o.J.): Ehrenamt und ehrenamtliche Tätigkeit – wie ist die Rechtslage? Definition, Voraussetzung und Beispiele, sowie alles zur staatlichen Förderung. Hannover: Einbock GmbH. Verfügbar unter: <https://www.juraforum.de/lexikon/ehrenamt> [Zugriff: 25.03.2022].

Juraforum (o.J.): Haftung Verein: Wer haftet bei Schäden, Schulden bzw. Insolvenz? Hannover: Einbock GmbH. Verfügbar unter: <https://www.juraforum.de/lexikon/haftung-verein> [Zugriff: 25.03.2022]

Naqschbandi, Noor; Zeiner, Hannes (2017): „First Aid Kit“. Fünf Elemente der erfolgreichen Korruptionsprävention. In: Deutsches Global Compact Netzwerk, DICO – Deutsches Institut für Compliance e.V. (Hrsg.): Korruptionsprävention. Ein Leitfaden für Unternehmen. Verfügbar unter: <https://www.globalcompact.de/themen/korruptionspraevention/publikationkorruption-spraevention-ein-leitfaden-fuer-unternehmen>. [Zugriff: 08.04.2022]

Schrögel, Philipp; Kolleck, Alma (2019): The Many Faces of Participation in Science: Literature Review and Proposal for a Three-Dimensional Framework. In: Science and Technology Studies, 32. Maastricht: Easst. S. 77-99.

Stengel, Oliver (2011): Weniger ist schwer. Barrieren in der Umsetzung suffizienter Lebensstile – und wie wir sie überwinden können. In: GAIA 20/1 (2011). München: oekom, S. 26-30. Verfügbar unter: https://epub.wupperinst.org/frontdoor/deliver/index/docId/3754/file/3754_Stengel.pdf [Zugriff: 09.04.2022]

Transparency International (o.J.): Was ist Korruption? Berlin: Transparency International Deutschland e.V. Verfügbar unter: <https://www.transparency.de/ueber-uns/was-ist-korruption/> [Zugriff: 23.03.2022]

Links zu Förderprogrammen

- **Deutsche Bundesstiftung Umwelt – <https://www.dbu.de/antragstellung>**

- Bundesamt für Naturschutz – <https://www.bfn.de/thema/ueberblick-projektfoerderung>
- Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
https://www.ble.de/DE/Projektfoerderung/projektfoerderung_node.html
- Europäische Kommission (Horizon 2020)
https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en
- Zukunft – Umwelt – Gesellschaft gGmbH
<https://www.z-u-g.org/>
- Volkswagen-Stiftung
<https://www.volksbanken-stiftung.de/unsere-foerderung>

- **Stiftung Umwelt und Entwicklung - <https://www.sue-nrw.de/foerderung/>**

- Projektträger Jülich
<https://www.ptj.de/projektfoerderung>
- DLR Projektträger
<https://projekttraeger.dlr.de/de/foerderung/ihr-weg-zur-foerderung>
- Projektträger TÜV Rheinland
<https://consulting.tuv.com/leistungen/forschungsmanagement/projekttraeger>

Kommunen und Kommunalpolitik

Kurze Darstellung der rechtlichen / gesetzlichen Rahmenbedingungen für Kommunen in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz

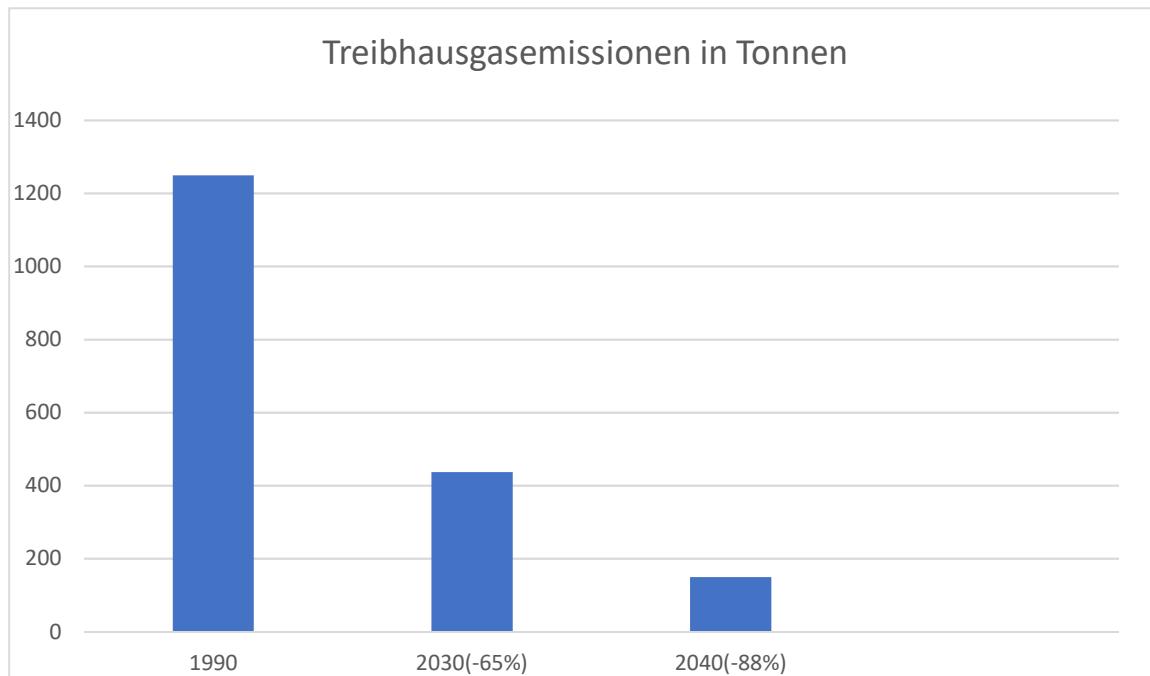
Barth, Luca Maximilian

In diesem Text werde ich die rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen für Kommunen in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz darstellen. Klimaschutz wird auf verschiedenen Ebenen rechtlich und gesetzlich behandelt. Ich beginne mit der Bundesebene. Das Bundes-Klimaschutzgesetz (kurz KSG), wurde am 12. Dezember 2019 gefertigt und beschlossen und ist seit dem 18. Dezember 2019 gültig. Am 18 August 2021 wurde das Gesetz geändert.

Bundes-Klimaschutzgesetzes (KSG):

"Zweck dieses Gesetzes ist es, zum Schutz vor den Auswirkungen des weltweiten Klimawandels die Erfüllung der nationalen Klimaschutzziele sowie die Einhaltung der europäischen Zielvorgaben zu gewährleisten. Die ökologischen, sozialen und ökonomischen Folgen werden berücksichtigt. Grundlage bildet die Verpflichtung nach dem Übereinkommen von Paris aufgrund der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen, wonach der Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur auf deutlich unter 2 Grad Celsius und möglichst auf 1,5 Grad Celsius gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen ist, um die Auswirkungen des weltweiten Klimawandels so gering wie möglich zu halten." (Bundes-Klimaschutzgesetz, 2019, Paragraph 1: Zweck des Gesetzes)

Im Gegensatz zu 1990 sollen die Treibhausgasemissionen verringert werden.



Die Bereiche Landnutzung, Landnutzungsänderung und Forstwirtschaft sollen mit einem höheren Anteil für Klimaschutz unterstützt werden.

Für die Bereiche Energiewirtschaft, Industrie, Verkehr, Gebäude, Landwirtschaft, Abfall und Sonstiges werden Minderungsziele für Jahresemissionen festgelegt. Es soll außerdem ein jährlicher Klimaschutzbericht vorgelegt werden, der den Ausbau der Treibhausemissionen in diversen Bereich, die Lage der Klimaschutzprogramme und Sofortprogramme sowie ein Weitblick auf die Treibhausminderungswirkungen.

Die Bundesländer können des Weiteren eigene Klimaschutzgesetze festlegen.

MEHR DRIN FÜRS KLIMA
Alle Maßnahmen auf einen Blick

- 1. 100 Prozent Förderung für Klima-Kommunen
- 2. Bilanzierung der Treibhausgase (THG) in Kommunen stärken
- 3. Förderung von Lastenradverleihsystemen in Kommunen
- 4. Lastenradförderung für Bürgerinnen und Bürger 2.0
- 5. Förderung von Ladeinfrastruktur für E-Mobilität
- 6. Kampf gegen illegale Klimakiller-Gase
- 7. 100 Nachhaltige Bauernhöfe
- 8. 100 KlimaKantinen
- 9. Sonderprogramm für Eigenheime
- 10. Eigenkapitalerhöhung für die landeseigene Wohnungs-gesellschaft NH*
- 11. Klima-Selbstverpflichtung des Finanzsektors
- 12. Renaturierung hessischer Niedermoore
- 13. Kommunale Bodenschutz-konzepte
- 14. Wasserressourcen-Management
- 15. Klimabildung stärken
- 16. Hessische Hochschulen klimafreundlich gestalten
- 17. Ausbau von E-Mobilität und Solarenergie bei den Dienststellen des Landes
- 18. Klimafreundliche Mobilität im Umweltministerium

*NH = Nassauische Heimstätte

https://www.klimaschutzplan-hessen.de/files/iksp/content/bilder/Monitoring_Sofortp/Mehr-Klimaschutz-Programm_Artikel.png

In Hessen ein neuer Klimaschutzplan erarbeitet werden und Klimaziele in ein Gesetz aufgenommen werden. Das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz entwirft zurzeit ein Modell. Damit sollen Klimaziele in Fassung der Verordnung beschlossen werden. Die Klimaziele sind als Teilziele, bis zur Klimaneutralität 2045, zu verstehen. Das Gesetz soll auf den Klimaschutz aufmerksam machen. Die Klimaziele wurden sonst von der Hessischen Landesregierung beschlossen. Es gibt viele Förderungen und Umsetzungen des Landes Hessen. Ich werde einige von den Punkten nennen. Hessen möchte, in den Jahren 2021 bis 2022, für die Klimaschutzmaßnahmen, sowie für die Klimaanpassungsmaßnahmen die aufkommenden Kosten tragen. Außerdem soll die Bilanzierung der kommunalen

Treibhausgasemissionen zum 01. Februar 2021 erweitert werden. Dadurch können Klimaschutzmaßnahmen abgebildet, vorgezogen und gezielt auf andere Projekte und Aktionen angewendet werden. Außerdem soll es eine 100-prozentige Unterstützung an Klima-Kommunen ausgegeben werden, die Lastenradverleihsysteme unterstützen soll. Es besteht die Option, dass Kommunen Lastenfahrräder und Fahrräder für ein kommunales Verleihsystem zu beschaffen. Dazu soll es ein Förderprogramm zugunsten für Lastenräder und Anhänger für Bürgerinnen und Bürger geben. Eine weitere Förderung beinhaltet den Ausbau der Ladeinfrastruktur im Sektor Elektro- Mobilität. Ebenfalls sollen Bauernhöfe für eine klimaschonende und tierwohlgerechte Landwirtschaft, gefördert werden. Neben der Förderung der KfW können Besitzer von Ein- sowie Zweifamilienhäusern oder auch von Eigentumswohnungen finanziell bei der energetischen Sanierung unterstützt werden. Der Bund oder auch das Land Hessen könnten für, bis zur Hälfte der anfallenden Kosten aufkommen. Die hessischen Niedermoore sollen wieder hergestellt und instandgesetzt werden. Es sollen kommunale Bodenschutzkonzepte entstehen. Die Böden werden eine Bestandsaufnahme und eine Einschätzung durchlaufen. Ebenfalls wird eine Erweiterung der Trinkwasserversorgung, mit Rücksicht auf den Klimawandel, umgesetzt.

Ich komme nun zur Stadt Gießen. Gießen hat kein Klimaschutzgesetz aber veröffentlicht regelmäßig den Klimaschutzbericht mit aktuellen Maßnahmen, Entwicklungen und geplante Maßnahmen. Die Maßnahmen werden in die Bereiche Energie, Mobilität, Stadtentwicklung, Bildungs-, Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit gegliedert. Zurzeit befinden sich 47 Projekte in der Realisierung oder sind realisiert worden und 29 Projekte befinden sich in der Planung. Des Weiteren hat sich die Stadt Gießen als Ziel gesetzt bis 2035 Treibhausneutral werden. In dem Zeitraum bis 2035 hat die Stadt noch keinen konkreten Plan. Es wird aber auf die zukünftigen Gegebenheiten und Veränderungen geeignet reagiert. Der Klimaschutzbericht 2021 legt da, dass ein Entschluss allein nicht ausreiche. Es müssten alle Beschlüsse auf dieselben Interessen hinauslaufen. Auch Einwohner der Stadt können sich aktiv an den Maßnahmen beteiligen. Es gibt einen „Klimabeirat“, wo verschiedene Einrichtungen über verschiedene Sektoren werden können. Ein wichtiger Teil sind die Thematischen Arbeitsgruppen. Diese werden in vier Sektoren unterteilt, wie „Bauen & Sanieren“, „Energie“, „Mobilität“ und Konsum“. In diesen Arbeitsgruppen können die Einwohner der Stadt ihre Ideen für Klimaschutzmaßnahmen einbringen und auch diskutieren. Darüber hinaus wurde das Projekt „Angebote vor Ort“ eingeführt. Damit soll der Klimaschutz und die Umweltneutralität den Einwohnern nähergebracht werden. Gut angenommen werden auch die „lokale Agenda“. Diese besteht aus acht „Agenda Gruppen“. Diese Gruppen sind Antrags berechtigt in der Stadtverordnetenversammlung. In der Agenda befinden sich Gruppen, wie „Energie“, „Klimaneutrales Gießen“ und „Nachhaltige Mobilität“, die sehr in Erscheinung getreten sind. Die anschließenden Vorschläge wurden in der Stadtverordnetenversammlung verabschiedet. Die Gruppe „Energie“, setzt sich für ein „Monitoring städtischer Photovoltaikanlagen“ und „Photovoltaik auf städtischen Sanierungsobjekten“ ein. Die Gruppe „Nachhaltige Mobilität“ ist für „Neukonzeption Busliniensystem“ und „Anregung

zum Bus- und Bahnhofnetz“. Die Punkte „Umweltpfad, Umweltkongress, Umweltcampus“, „Instrument KliMaMeter“, „Stand der Klimaziele Gießen“ und das Klimaschutzkonzept der Agenda- Gruppe Energie“ wurde im Klimaberat präsentiert

„Die Stadt Gießen kann auf vielen Handlungsfeldern wirken, beim eigenen Handeln als Körperschaft, mit ordnungsrechtlichen Setzungen für Dritte (z. B. Solaranlagenpflicht in Bebauungsplänen) und – im Idealfall damit kombiniert – mit Anreizen für Dritte (z. B. Förderung der E-Mobilität durch die Stadtwerke).“ (Klimaschutzbericht 2021, 6. Fazit und Ausblick)

Gießen strebt an Strom und Wärme, bis 2020 zu 33 Prozent aus erneuerbaren Energien zu beziehen und bis 2030 sogar zu 100 Prozent. Außerdem sollen im Gegensatz zu 1990 die Ausstoßung von Treibhaus um 95 Prozent verringert und der Endenergieeinsatz um die Hälfte gemindert werden.

Quellen

Bundesministerium der Justiz, Bundesamt der Justiz (2019); Bundes- Klimaschutzgesetz, <http://www.gesetze-im-internet.de/ksg/KSG.pdf> (14.04.2022)

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022): Bundes- Klimaschutzgesetz, <https://www.bmuv.de/gesetz/bundes-klimaschutzgesetz> (14.04.2022)

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022): Deutsche Klimaschutzpolitik, <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Industrie/klimaschutz-deutsche-klimaschutzpolitik.html> (14.04.2022)

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (2022): Klimaschutzprogramm 2030, <https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Industrie/klimaschutzprogramm-2030.html> (14.04.2022)

Klimaschutzbericht (2021): Klimaschutzbericht 2021, https://www.giessen.de/media/custom/2874_4291_1.PDF?1631101793?direct (letzter Aufruf 14.04.2022)

Klimaschutzplan Hessen: https://www.klimaschutzplan-hessen.de/files/iksp/content/bilder/Monitoring_Sofortp/Mehr-Klimaschutz-Programm_Artikel.png (14.04.2022)

Klimaschutzplan Hessen: Mehr-Klimaschutz-Programm: 18 weitere Maßnahmen für Klimaschutz und -anpassung, <https://www.klimaschutzplan-hessen.de/mehr-klimaschutz-programm> (14.04.2022)

Landkreis Gießen (2014): Masterplan zu 100% Klimaschutz Landkreis Gießen,
https://www.klimaschutz-lkgi.de/ecm-politik/lkgi/de/home/file/fileId/99/name/Masterplan_100%25_Klimaschutz (14.04.2022)

Landkreis Gießen: Sachgebiet Klimaschutz, <https://www.klimaschutz-lkgi.de/lkgi/de/home/additionalInfo> (14.04.2021)

Statista (2022): Höhe der Treibhausgas-Emissionen in Deutschland in den Jahren 1990 bis 2020, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/76558/umfrage/entwicklung-der-treibhausgas-emissionen-in-deutschland/> (14.04.2022)

Was unternimmt die Stadt Gießen im Bezug auf die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz?

Manuel Lotz

Kurzer Rückblick

Eine falsche Ernährung kann sich nicht nur negativ auf den eigenen Körper auswirken, sondern auch mit weitreichenden Folgen für die Natur verbunden sein.

Zwar ist dieses Problem allgemein bekannt, trotzdem ist die Wichtigkeit des Themas noch nicht zu jedem Einzelnen durchgedrungen, was daran zu sehen ist, dass einige Probleme in der Natur weiterhin auf einen verschwenderischen, bzw. nicht nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln zurückzuführen sind. (vgl. Bönisch; Engler; Leggewie 2016, 32 ff)

Trotzdem sind in dieser Hinsicht schon einige Fortschritte zu erkennen. Beispiele dafür sind Kampagnen, wie die „Slow Foot“ - Bewegung, die sich dafür einsetzt die regionale Küche zu bewahren (vgl. Pufé 2017, 125) oder auch lokale Projekte, wie der „Stadtacker Gießen“ (vgl Mosel 2022), die helfen auf das Problem aufmerksam zu machen und den Menschen zeigen, wie sie ihre Essgewohnheiten nachhaltiger gestalten können.

Im Folgenden wird es jedoch darum gehen, wie genau die Situation in Gießen aussieht, bzw. welche Pläne Gießen im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Ernährung hat, welche Maßnahmen schon getroffen wurden und welche Projekte daraus entstanden sind.

Was unternimmt Gießen in Bezug auf das Klima

Um sich vor Augen zu führen, welche Pläne Gießen bereits im Bezug auf das Klima gefasst hat, genügt ein Blick in den jährlichen Klimaschutzbericht. Dieser erklärt nicht nur die anstehenden, sondern berichtet ebenfalls über die bereits umgesetzten, bzw. sich in Umsetzung befindlichen Maßnahmen der Kommune, um das Klima zu schützen.

Sowohl die geplanten, als auch die bereits umgesetzten Maßnahmen werden dabei nochmal in vier Aspekte gegliedert: Energie, Mobilität, Stadtentwicklung und Bildungs-, Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit, wobei beim letzten der genannten Punkte auch sonstige Maßnahmen aufgeführt werden.

Betrachtet man die im Klimaschutzbericht des Jahres 2021 aufgeführten Maßnahmen, zeigt sich schnell, dass die Kommune sehr um Umweltfreundlichkeit bemüht ist.

Beispiele für die vielen geplanten Klima-Maßnahmen Gießens sind, das Ausstatten der Gerätehäuser der Freiwilligen Feuerwehr mit Photovoltaikanlagen und dazugehöriger Speicher-technik und das Aktualisieren der Gießener Vergabeordnung, laut der, bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen, die Nachhaltigkeit nun immer beachtet werden soll.

Bereits umgesetzte Maßnahmen sind beispielsweise der Einsatz von LED-Beleuchtung für Standvitrinen und die Nutzung von sowohl Diesel-, als auch Erdgasbussen.

Doch auch im Bezug auf eine nachhaltigere Ernährung lassen sich Besserungen im Klimaschutzbericht finden. Ein Beispiel dafür ist die von Gießen und der Steuerungsgruppe Fairtrade Town gemeinsam herausgegebene „Wandelkarte Gießen“ auf die im späteren Verlauf nochmal genauer eingegangen wird. Bei der Karte handelt es sich um einen Stadtplan, der den Leser*innen unter anderem nachhaltige Betriebe, wie beispielsweise Restaurants und Cafés innerhalb Gießens zeigt und ihnen somit helfen soll ihre Ernährung nachhaltiger gestalten zu können. (Klimaschutzbericht 2021)

Wer sich abgesehen vom Klimabericht jedoch noch weiter mit dem Klimaschutz innerhalb Gießens auseinandersetzen möchte, für den kommt auch das „Klimasparbuch“ in Frage, das in Zusammenarbeit mit dem oekom. e.V. veröffentlicht wurde. Dieses umfasst 48 Seiten und informiert die Leser*innen generell über den Klimaschutz, gibt diesen davon abgesehen aber auch Tipps für einen besseren Klimaschutz im Alltag und stattet sie mit Gutscheinen für ein nachhaltiges Einkaufen aus. Für Interessierte zu finden ist ein solches „Klimasparbuch“ beispielsweise im Rathaus und in der Stadtbibliothek Gießens. (vgl. Stadt bringt „Klimasparbuch“ raus, 2021)

Schon in diesem Bereich ergeben sich für ein Haus der Nachhaltigkeit Möglichkeiten seinen Besucher*innen das Thema der nachhaltigen Ernährung näher zu bringen.

Möglich wäre es beispielsweise vor Ort über den Klimaschutzbericht aufzuklären, so, dass Besucher*innen sich über die Maßnahmen, die Gießens zum Schutz des Klimas getroffen hat, informieren und sich eine eigene Meinung dazu bilden können.

Abgesehen davon könnte das Klimasparbuch zum Mitnehmen ausgelegt werden, um interessierten Menschen, durch die darin enthaltenen Tipps und Gutscheine, zu einem leichteren Start in eine nachhaltige Ernährung, zu verhelfen

Was ist die „Wandelkarte“?

Die bereits erwähnte „Wandelkarte“ ist ein Nachhaltigkeits-Stadtplan Gießens. Auf diesem werden, in ganz Gießen verteilt, 91 Orte aufgezeigt, an denen man sein Leben in ganz unterschiedlichen Bereichen nachhaltiger gestalten kann.

Auch im Bezug auf die nachhaltige Ernährung ist diese Stadt karte sehr hilfreich, so verweist sie beispielsweise auf Geschäfte, in denen man nachhaltig einkaufen kann. Bei diesen wird außerdem darauf geachtet, dass bei den Angeboten kein Plastik verwendet und dass mit Mehrwegsystemen gearbeitet wird.

Abgesehen vom Einkaufen von Lebensmitteln zeigt sie jedoch auch Lokale an, in denen man essen gehen kann. Wichtig für die Karte ist dabei, dass die Lokale für ihre Gerichte faire und regionale Produkte verwenden. (vgl. Mit neuer „Wandelkarte“ nachhaltig durch Gießen 2021) Die Vielfalt an unterschiedlichen Essensrichtungen innerhalb der aufgezeigten Lokale ist dabei sehr groß, denn von Mensen, Cafeterien, über Bäcker und Salat-Bars, bis hin zu Cafés und Eisdielen ist auf der Karte alle zu finden, es ist also eigentlich für jeden Appetit eine Nachhaltige Lösung zu finden. (vgl. Wandelkarte Gießen. Rund um die Innenstadt)

Die Vorteile der „Wandelkarte“ gehen jedoch noch über die nachhaltige Ernährung hinaus, in dem auf ihr beispielsweise Treffs angezeigt werden, bei denen Gegenstände getauscht oder repariert werden können, statt einfach weggeschmissen oder neu gekauft zu werden.

Abgesehen von den offensichtlichen Vorteilen der Karte, wie dem, dass sie den Nutzern mit Tipps zu einem bewussten Konsum weiterhilft, gibt es viele weitere positive Aspekte, beispielsweise, dass sie den Nutzern dabei sogar Organisationen nennt, bei denen sie selbst aktiv werden können.

Die „Wandelkarte“ wurde im Jahr 2021 von der Steuerungsgruppe „Fairtrade-Town Gießen“ herausgegeben und anschließend von der damals amtierenden Oberbürgermeisterin Gießens Dietlind Grabe-Bolz im Rauthaus vorgestellt. Anschließend wurden die 10.000 gedruckten

Exemplare an verschiedenen Orten innerhalb Gießens ausgelegt, darunter auch das Rathaus selbst.

Wichtig zu erwähnen ist dabei außerdem, dass die Karte nicht nur wichtige Einblicke in das Thema der Nachhaltigkeit gibt, sondern auch selbst mit einem guten Beispiel voran geht, so wurde sie komplett klimaneutral gedruckt. Wer jedoch komplett auf die Nutzung von Karten in Papierform verzichten möchte, kann sich die Karte auch einfach als PDF-Datei herunterladen und so immer auf seinem Smartphone bei sich haben. (vgl. Mit neuer „Wandelkarte“ nachhaltig durch Gießen 2021)

Die „Wandelkarte“ ist ein gutes Beispiel dafür, wie Gießen bereits heute versucht, seine Bürger*innen in eine nachhaltige Richtung zu lenken und macht deutlich, wie einfach dies bereits möglich ist.

Eine Karte wie diese, macht es Menschen, die vielleicht schon länger Interesse an einem nachhaltigerem Lebensstil haben den Umstieg deutlich leichter. Statt sich selbst damit auseinander zu setzen und mühsam Orte ausfindig zu machen, an denen sie beispielsweise nachhaltig Essen, bzw. Lebensmittel einkaufen können, haben sie nun die Möglichkeit, diese direkt auf einer Karte angezeigt zu bekommen.

Dies könnte nicht nur für bereits Interessierte den Umschwung hin zur Nachhaltigkeit leichter machen, sondern vielleicht auch Menschen, die sich bis jetzt noch nicht mit diesem Thema auseinander gesetzt haben, einen Anreiz geben, es einfach mal auszuprobieren.

In diesem Bereich wird also ein wichtiger Anknüpfungspunkt für ein Haus der Nachhaltigkeit sichtbar, um seine Besucher*innen zu einem generell nachhaltigerem und umweltfreundlicherem Leben zu verleiten, denn laut dem Umweltbundesamt ist ein gesundheits- und umweltbewusster Ernährungsstil, bei dem auf das kaufen von Bio-Produkten geachtet, bzw. auf den übermäßigen Verzehr von Fleisch und importierten Produkten verzichtet wird, ein wichtiger Aspekt eines umweltfreundlichen Lebensstils. (vgl. Müller, R., Dr. Rubik, F., Dr. Salecki, S., Dr. Riousset, P. et al. 2020)

Die „Wandelkarte“ könnte in einem Haus der Nachhaltigkeit also gut sichtbar ausgelegt und gegebenenfalls auch für Interessierte erklärt werden.

Das „Studentenwerk Gießen“

Betrachtet man die Website des „Studentenwerk Gießens“, merkt man schnell, dass die Nachhaltigkeit der Lebensmittel auch dort von großer Bedeutung ist und dass darauf geachtet wird die Umwelt zu schonen. (vgl. It's green o'clock – Nachhaltigkeit im Studentenwerk Gießen)

So kommt es auch, dass das Studentenwerk, trotz seiner niedrigen Preise für Studenten, seine Gäste immer mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln versorgt. Um das zu gewährleisten wird sehr auf die Herkunft der zu verwendenden Lebensmittel geachtet.

Beispielsweise Kartoffeln, Schweine-, Wild- und Rindfleisch werden deshalb nur von Anbietern aus der Region bezogen und das auch nur, wenn sie mit dem Siegel „Geprüfte Qualität - Hessen“ ausgezeichnet wurden. Auch Geflügel wird ausschließlich aus Deutschland bezogen.

Diese Qualitäts-Kontrolle beschränkt sich jedoch nicht nur auf Fleisch und Kartoffeln, so wird auch bei Fisch auf die Herkunft geachtet. Dieser muss aus einer nachhaltigen Fischerei stammen und durch „MSC“ zertifiziert worden sein.

Selbst im Bezug auf Kaffee wird beim Studentenwerk auf einen nachhaltigen Umgang geachtet. Nicht nur, dass dieser Bio-Qualität bietet und fair gehandelt wurde, er wird außerdem nicht in Einwegbechern ausgegeben. Wer also einen Kaffee trinken möchte, muss ihn in ein selbst mitgebrachtes Gefäß einfüllen, oder einfach eine der vor Ort zur Verfügung stehenden, mit Pfand versehenen, Tassen verwenden.

Doch auch für Studenten, die eine richtige Mahlzeit, wie beispielsweise einen Salat, nicht vor Ort essen, sondern mitnehmen möchten, bietet das Studentenwerk eine nachhaltige Lösung an. Statt für diesen Service, wie andere Lokale, auf Einweggeschirr zurückzugreifen, bietet das Studentenwerk die Mitnahme der Gerichte über das pfandfreie Mehrwegsystem „VYTAL“ an. (vgl. Essen&Trinken)

Die Besonderheit an diesem ist, dass nicht nur auf Einweggeschirr verzichtet werden kann, in dem wiederverwendbares Geschirr zum Einsatz kommt, das Ausleihen von diesem ist auch noch völlig pfandfrei. Das ganze System funktioniert über eine App, mit der ein QR-Code, der sich auf dem entsprechenden „Vytal“-Gefäß befindet, eingescannt wird. Auf diese Weise kann festgestellt werden, wer genau dieses ausleiht und wann er/sie es wieder zurück bringen muss.

Wer das Behältnis jedoch nicht rechtzeitig zurück gibt, muss mit Gebühren rechnen. (vgl. VYTAL- das pfandfreie Mehrwegsystem)

Auch abgesehen von der Verpflegung der Studenten achtet das „Studentenwerk Gießen“ sehr auf Nachhaltigkeit. Das macht sich beispielsweise einerseits beim Bau, andererseits beim Betrieb von Wohnheimen bemerkbar, so wird beim Heizen dieser beispielsweise auf Fernwärme oder Pellettheizungen und bei der Beleuchtung auf LED-Lampen zurückgegriffen. Betrieben werden diese außerdem ausschließlich mit Ökostrom. (vgl. Studentenwerk Gießen plant Nachhaltigkeitszertifizierung 2021)

Da dem „Studentenwerk Gießen“ seine Nachhaltigkeit also generell sehr wichtig ist, will es nun sogar noch einen weiteren Schritt gehen und plant sich nach der international gültigen Umweltmanagementnorm DIN EN ISO 14001 zertifizieren zu lassen.(vgl. Studentenwerk Gießen plant Nachhaltigkeitszertifizierung 2021)

Um die Nachhaltigkeit des „Studentenwerk Gießens“ transparent zu halten, stellt dieses außerdem alle Maßnahmen im Bezug auf seine Nachhaltigkeit unter dem Punkt „It's green o'clock“ auf seiner Website zur Verfügung. Auf der Seite zu finden ist darüber hinaus noch eine Art digitaler Briefkasten, mit dem Namen „Greenbox“, mit dem die Kommunikation über das Thema mit dem Team und den Studierenden möglich gemacht werden soll.(vgl. Studentenwerk Gießen plant Nachhaltigkeitszertifizierung 2021)

Auch in diesem Bereich könnte ein Haus der Nachhaltigkeit ansetzen. Einerseits könnte es die Besucher*innen, mögliche Student*innen, darauf aufmerksam machen, dass das Studentenwerk einen digitalen Briefkasten anbietet, der für mögliche Einwände, Fragen oder Verbesserungsvorschläge im Bezug auf die Nachhaltigkeit der verwendeten Lebensmittel genutzt werden kann. Andererseits könnte es auf das dort genutzte pfandfreie Einwegsystem „VYTAL“ aufmerksam machen und gleichzeitig über die Vorteile der Nutzung von Mehrweg- und die Nachteile der Nutzung von Einweggeschirr aufklären.

„Nachhaltiges Gießen“

Ein sehr interessantes Unterfangen der Kommune Gießen ist außerdem die Aktion „Nachhaltiges Gießen“.

Sieht man sich auf der Website Gießens zum Thema „Nachhaltigkeit“ um, wird man schnell auf die Unterseite: „Nachhaltiges Gießen“ stoßen.

Auf dieser stellt Gießen die Projekte einiger Menschen, Frauen allen Alters, zum Thema Nachhaltigkeit, bzw. Vereine, die sich mit dem Thema beschäftigen, vor. Auf den jeweiligen Seiten zu finden ist außerdem gegebenenfalls ein Link, der zu der eigentlichen Website des Projektes oder des Vereins führt.

Die dort aufgeführten Projekte und Vereine beschäftigen sich mit den verschiedensten Themen, diese reichen von nachhaltiger Kleidung bis hin zum Schutz der Wälder. (vgl. Nachhaltiges Gießen. Einfach.Mitmachen.)

Ein Beispiel eines solchen Nachhaltigkeits-Projekts ist die Initiative „PooPick“, die sich gegen die Nutzung von Plastiktüten zum Aufsammeln von Hundekot ausspricht. (vgl. Kamm)

Einige der dort vorgestellten Projekte beschäftigen sich jedoch auch direkt mit der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln.

Ein gutes Beispiel dafür ist ein Unverpackt-Laden in Gießen namens „Unverpacktes Gießen“.

Auf der Seite werden unter anderem die Gründe für die Gründung des Ladens, bzw. die Vorteile, die ein Einkauf in diesem bietet, aufgeführt. (vgl. Willner)

Ein weiteres Beispiel, dass auf der Seite aufgezeigt wird, ist der Naturladenbetrieb „Hof Dreieck“, ein Bauernhofkindergarten der Lebenshilfe Gießen.

Dieser wird auf der Website einerseits mit einer ökologischen Landwirtschaft, andererseits mit einer artgerechten Tierhaltung beschrieben. Abgesehen von diesen Aspekten soll dort jedoch auch Kindern ermöglicht werden eigene Naturerfahrungen zu sammeln, bzw. zu lernen, wie man nachhaltig lebt. (vgl. Werthmann)

Ein Beispiel für einen Verein, der sich mit dem Thema der nachhaltigen Lebensmittel auseinandersetzt, gibt die Website mit dem „Imkerverein Gießen“, bei dem eine Aus- und Weiterbildung von Imkern möglich ist, bei der man unter anderem etwas über das insektenfreundliche Gärtnern erfährt.

Auch auf der Seite dieses Vereins werden die Vorteile des privaten Imkerns aufgezeigt, so wird beispielsweise verdeutlicht, dass das Imkern die eigene Wahrnehmung der Natur verbessern und verstärken kann. (vgl. Marzell)

Deutlich wird dabei, dass Gießen mit der Seite „Nachhaltiges Gießen“, die auf der eigenen Website implementiert wurde, interessierten Bürgern eine Chance bietet, sich selbst mit dem Thema der Nachhaltigkeit, bzw. auch speziell der nachhaltigen Ernährung vertraut zu machen.

Besonders interessant ist diese Aktion, da sie nicht einfach von beispielsweise Politikern repräsentiert wird, sondern von Menschen, die auf ihr Projekt oder ihren Verein aufmerksam machen wollen, da sie selbst in Gießen leben und sie dieses verbessern wollen, da es ihnen am Herzen liegt.

In diesem Bereich könnte also auch ein Haus der Nachhaltigkeit ansetzen. Einerseits kann es selbstverständlich einfach in Form von beispielsweise Plakaten auf die Projekte aufmerksam machen und versuchen die Besucher*innen dazu zu motivieren sich selbst zu engagieren, andererseits ist aber auch denkbar, dass die jeweiligen Leiterinnen der Projekte, bzw. Vereine von Zeit zu Zeit eingeladen werden, um den Besucher*innen ihre Arbeit vorzustellen und mögliche Fragen direkt zu beantworten

Der Kinder- und Jugendbauernhof in den Hardtgärten

Ein weiteres interessantes Projekt, welches Gießen im Bezug auf die Nachhaltigkeit zu bieten hat, ist der Kinder- und Jugendbauernhof in den Hardtgärten Gießens.

Der Kinder- und Jugendbauernhof in den Hardtgärten ist ein Projekt, bei dem Kindern und Jugendlichen der Umgang mit unter anderem dem Anbau von Pflanzen beigebracht werden soll. Die Kinder haben also die Möglichkeit selbst zu erleben, wie die Lebensmittel, die im Supermarkt zu kaufen sind, tatsächlich angepflanzt werden und welche Arbeit damit verbunden ist. Beispiele für die in den Hardtgärten zu findenden Pflanzen sind Mais, Salat und Maulbeeren.

Doch die dort angebauten Pflanzen sind nicht die einzige Attraktion, durch die die Kinder an einen bewussten Umgang mit der Natur herangeführt werden, denn abgesehen von diesen gibt es auch einige Tierarten, mit denen die Kindern den Umgang erlernen können. Beispiele für diese sind, Bienen, Schafe und Gänse.

Beim Betrachten dieser Aspekte wird sofort klar, dass dieser Bauernhof eine tolle Chance für Heranwachsende bietet, Erfahrungen im Umgang mit der Natur zu sammeln und viel darüber zu lernen. Nicht nur, dass sie erfahren, wie beispielsweise der Anbau von Lebensmitteln von statten geht, sie haben auch die Möglichkeit aktiv daran teil zu haben, eine Erfahrung, die vielen Kindern heutzutage nicht mehr zu Teil wird.

Doch die Kinder sind nicht die einzigen, die an diesem Ort etwas lernen können, denn auch die Menschen, die dort arbeiten, oft junge Menschen ohne handwerkliche Erfahrung, können aus ihrer Zeit am Bauernhof viel lernen.

Dass das Projekt aber generell viel Anklang findet, ist daran zu sehen, dass die Hardtgärten schon vor ihrer eigentlichen Eröffnung als ein offizielles Projekt der UN-Dekade Biologische Vielfalt ausgezeichnet wurden.

Darüber hinaus erhielt das Projekt bei seiner Eröffnung sogar Lob von der hessischen Umweltministerin Priska Hinz. (Schmidt 2021)

Auch hier könnte sich ein wichtiger Anlaufpunkt für ein Haus der Nachhaltigkeit ergeben. Laut dem Bericht „Monitor Nachhaltige Kommune“ der Bertelsmann Stiftung aus dem Jahr 2020 ist eine Klima-anangepasste Landwirtschaft, wie sie beispielsweise auf dem Kinder- und Jugendbauernhof in den Hardtgärten Gießens zu finden ist, aus verschiedenen Gründen wichtig für eine Kommune.

Neben der Tatsache, dass eine Kommune ihre Bewohner auf diese Weise besser mit regionalen Lebensmitteln versorgen kann, ist ein wichtiger Vorteil, dass das Klima-anangepasste Anbauen von Lebensmitteln außerdem auch Arbeitsplätze vor Ort sichert, was sich wiederum durch viele Aspekte positiv auf eine Kommune auswirken kann. (vgl. Handschuh, Alexander; Haubner, Oliver; Jossin, Dr. Jasmin; Peters, Oliver, et al. 2020)

Wird den Besuchern eines Hauses der Nachhaltigkeit also durch Beispielsweise Wandposter, Flyer oder Vorträge verdeutlicht, welche positiven Auswirkungen eine nachhaltige Ernährung, sowohl auf die Umwelt, als auch auf die Kommune selbst, mit sich bringt, könnte dies eventuell bei vielen als Auslöser für einen bewussteren Umgang mit Lebensmitteln dienen.

Interview mit einem Verantwortlichem des Kinder-und Jugendbauernhofs in den Hardtgärten

***Interview mit Rüdiger Harz-Bornwasser, dem Geschäftsführer des „IJB“, per Telefon,
14.03.2022, 14:00 Uhr bis 14:08 Uhr***

Das Interview mit Herrn Harz-Bornwasser ergab, dass es sich bei der „IJB“ um einen Ausbildungs-, Qualifizierungs- und Beschäftigungsträger handelt, der Menschen unter anderem im Garten- und Landschaftsbau ausbildet.

Nach dem Umzug auf das Gelände der Hardgärten, mit einer Fläche von 17.000 m², sei der Plan zunächst gewesen, Flächen für die Auszubildenden und die dort Beschäftigten hervorzu bringen.

Um den dort beschäftigten Menschen außerdem eine Arbeitsmöglichkeit zu bieten, kam schließlich die Idee zu einem Kinder- und Jugendbauernhof, bei dem die Auszubildenden die Möglichkeit haben, mitzugestalten.

Die Bewirtschaftung der Felder laufe seit dem sehr gut, so hätten sich bis jetzt noch keine Probleme, beispielsweise im Bezug auf die Bewässerung, bzw. Düngung der Pflanzen, ergeben

Der Organisator des Kinder- und Jugendbauernhofes sei dabei alleine die „IJB“, jedoch gebe es bereits einige Kooperationspartner, wie beispielsweise Schulen oder Kindergärten, die vor Ort Umweltpädagogische Projekte realisieren, sogar der „Ernährungsrat Gießen“ nutze Flächen auf den Hardtgärten.

Auch allgemein sollen sich jetzt schon viele Menschen auf den Bauernhof engagieren, für weiteres Engagement sei man jedoch immer offen.

Da der Kinder- und Jugendbauernhof jedoch ein ähnliches Ziel wie das Haus der Nachhaltigkeit verfolge, sei eine Zusammenarbeit nicht nötig. Stattdessen gäbe es vor Ort einen großen Garten der Nachhaltigkeit. Bei diesem ginge es beispielsweise darum etwas anzubauen, um Kindern und Jugendlichen so das nachhaltige Wirtschaften und das Verwerten der angebauten Lebensmittel zu veranschaulichen.

Im Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit verwies Herr Harz-Bornwasser auf die Kinder- und Jugendbauernhof eigene Homepage und Facebook-Seite und auf eine regelmäßige Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

In Zukunft werde sich der Kinder- und Jugendbauernhof nach und nach weiter entwickeln. Sollte es also einen neuen Ideengeber geben, dessen Konzept zum Bauernhof passt, bestünde

immer die Möglichkeit dieses mit aufzunehmen. (Interview mit Rüdiger Harz-Bornwasser 2022)

Auch wenn aus dem Interview mit Herrn Harz-Bornwasser schließlich hervorgeht, dass eine Zusammenarbeit zwischen dem Kinder- und Jugendbauernhof nicht notwendig sei, ist dieses Projekt trotzdem ein sehr gutes Beispiel dafür, welche Möglichkeiten es gibt, die Einwohner Gießens auf das Thema der nachhaltigen Ernährung aufmerksam zu machen.

Fazit

Sichtbar wird also, dass es in Gießen bereits zahlreiche Projekte, bzw. Pläne im Bezug auf einen nachhaltigeren Lebensstil der Bewohner gibt, die ein Haus der Nachhaltigkeit aufgreifen könnte.

Neben dem Aufklären über die derzeitigen Klima-Maßnahmen Gießens, bzw. dem „Klimasparbuch“, kann ein Haus der Nachhaltigkeit also auch auf lokale, dem Thema entsprechende, Projekte verweisen und diesen so zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen. Dies würde den Besucher*innen nicht nur einen Einblick in das Themengebiet ermöglichen, sondern auch eine Gelegenheit bieten, sich selbst zu engagieren.

Auch das Auslegen der „Wandelkarte Gießen“ könnte vielen Besuchern einen Anreiz bieten, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen. Durch das Verweisen auf beispielsweise nachhaltige Einkaufsläden, bzw. Restaurants und Menschen , könnte diesen außerdem ein möglicher Umstieg auf eine nachhaltige Ernährung erleichtert werden.

Interessierte Student*innen könnten dabei nochmal gezielt über die Nachhaltigkeit der Lebensmittel des „Studentenwerk Gießens“ aufgeklärt, bzw. auf deren digitalen Briefkasten aufmerksam gemacht werden.

Auch der Verweis auf Projekte, wie beispielsweise den Kinder- und Jugendbauernhof in den Hardtgärten, würde eine Möglichkeit auf Aufklärung der Besucher, die diesen vielleicht bislang nicht kannten, bieten,

Wie im Interview mit Herrn Harz-Bornwasser zu sehen, wird sich beim Kinder-und Jugendbauernhof über jedes Engagement gefreut.

Alles in Allem kann also gesagt werden, dass Gießen einem Haus der Nachhaltigkeit viele Möglichkeiten bietet, seinen Besuchern zu verinnerlichen, wie wichtig eine nachhaltige Ernährung ist. Durch Projekte, wie der „Wandelkarte Gießen“, wäre es diesem sogar möglich, die Besucher*innen bei einer möglichen Anpassung ihrer Ernährungsgewohnheiten zu unterstützen und ihnen den Umstieg somit zu erleichtern.

Quellen:

- Bönisch, A., Engler, S. und Leggewie, C. 2016. Fünf Minuten nach Zwölf?. Planetarische Grenzen und Ernährung. In Regional, innovativ und gesund. Nachhaltige Ernährung als Teil der Großen Transformation, Hrsg. Engler, S., Stengel, O. Und Bommert, W., S. 25-40. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Handschuh, Alexander; Haubner, Oliver; Jossin, Dr. Jasmin; Peters, Oliver, et al. (2020): Monitor Nachhaltige Kommune. Bericht 2020. Schwerpunktthema Klima und Energie, S. 49. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung
- Harz-Bornwasser, Rüdiger, Geschäftsführer des „IJB“. 2022. Interview
- Kamm, Annalena. Leben. Annalena Kamm. Verfügbar unter:
<https://www.giessen.de/Leben/Soziales-und-Gesellschaft/B%C3%BCrgerengagement/Nachhaltiges-Gie%C3%9Fen/Annalena-Kamm.php?object=tx,2874.5&ModID=7&FID=2874.4165.1&NavID=2874.459.1&La=1>
[Zugriff am 18.02.2021]
- Marzell, Barbara. Leben. Barbara Marzell. Verfügbar unter:
<https://www.giessen.de/Leben/Soziales-und-Gesellschaft/B%C3%BCrgerengagement/Nachhaltiges-Gie%C3%9Fen/Barbara-Marzell.php?object=tx,2874.5&ModID=7&FID=2874.4168.1&NavID=2874.459.1&La=1>
[Zugriff am: 21.02.2022]
- Mosel, Jasmin. Projekt „Stadtacker“ in der Wieseckaue Gießen: Jeder darf mitgärtnern.Verfügbar unter: https://www.giessener-anzeiger.de/lokales/stadt-giessen/nachrichten-giessen/projekt-stadtacker-in-der-wieseckaue-giessen-jeder-darf-mitgartnern_18535074 [Zugriff am: 01/03/2022]
- Müller, R., Dr. Rubik, F., Dr. Salecki, S., Dr. Riousset, P. et al. (2020): Zusammendenken, was zusammengehört: Kommunaler Klimaschutz und nachhaltiger Konsum. Ideen für

Kommunen und Landkreise, Hrsg. Umweltbundesamt, S. 16. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt

- Pufé, Iris. 2017. Nachhaltigkeit. 3. überarbeitete und erweiterte Aufl., S. 125. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH; München: UVK/Lucius
 - Schmidt, Sebastian. 2021. Wo Kinder die Natur kennenlernen. Verfügbar unter: <https://www.giessener-allgemeine.de/giessen/wo-kinder-die-natur-kennenlernen-90960624.html> [Zugriff am: 22.02.2022]
 - Werthmann, Franziska. Leben. Franziska Werthmann. Verfügbar unter: <https://www.giessen.de/Leben/Soziales-und-Gesellschaft/B%C3%BCrgerengagement/Nachhaltiges-Gie%C3%9Fen/Franziska-Werthmann.php?object=tx,2874.5&ModID=7&FID=2874.4171.1&NavID=2874.459.1&La=1> [Zugriff am: 21.02.2022]
 - Willner, Louisa. Leben. Louisa Willner. Verfügbar unter: <https://www.giessen.de/Leben/Soziales-und-Gesellschaft/B%C3%BCrgerengagement/Nachhaltiges-Gie%C3%9Fen/Louisa-Willner.php?object=tx,2874.5&ModID=7&FID=2874.4177.1&NavID=2874.459.1&La=1> [Zugriff am: 21.02.2022]
-
- o.A. Essen&Trinken. Die Hochschulgastronomie des Studentenwerks Gießen sorgt für leckere und beahlbare Stärkungen im Hochschulalltag. Verfügbar unter: <https://www.studentenwerk-giessen.de/essen-trinken/> [Zugriff am: 22.02.2022]
 - o.A. o.J.: Hardtgärten. Verfügbar unter: <https://www.undeckade-biologischevielfalt.de/projekte/aktuelle-projekte-beitraege/detail/projekt-details/show/Wettbewerb/3419/> [Zugriff am: 22.02.2022]
 - o.A. It's green o'clock – Nachhaltigkeit im Studentenwerk Gießen. Verfügbar unter: studentenwerk-giessen.de/green-o-clock/ [Zugriff am: 22.02.2022]
 - o.A. (2021): Klimaschutzbericht 2021. Gießen, September 2021, S24-41 , Gießen
 - o.A. o.J.: Mit neuer „Wandelkarte“ nachhaltig durch Gießen. Verfügbar unter: <https://www.giessen.de/Kurzmen%C3%BC/Startseite/Mit-neuer-Wandelkarte-nachhaltig-durch-Gie%C3%9Fen.php?object=tx,2874.5&ModID=7&FID=2874.12320.1> [Zugriff am: 18.02.2022]

- o.A. o.J.: Nachhaltiges Gießen. Einfach. Mitmachen. Verfügbar unter:
https://www.giessen.de/Nachhaltiges_Giessen [Zugriff am: 18.02.2022]
- o.A. (2021): Stadt bringt „Klimasparbuch“ raus. Verfügbar unter:
<https://www.giessen.de/Kurzmen%C3%BC/Startseite/Stadt-gibt-ein-sogenanntes-Klimasparbuch-heraus.php?object=tx,2874.5&ModID=7&FID=2874.13325.1> [Zuletzt aufgerufen: 28.02.2022]
- o.A. 2021. Studentenwerk Gießen plant Nachhaltigkeitszertifizierung. Verfügbar unter:
<https://www.studentenwerke.de/de/content/studentenwerk-gie%C3%9Fen-startet> [Zugriff am 22.02.2022]
- o.A. VYTAL – das pfandfreie Mehrwegsystem. Verfügbar unter:
<https://www.studentenwerk-giessen.de/essen-trinken/vytal.html> [Zugriff am: 22.02.2022]
- o.A. o.J: Wandelkarte Gießen. Rund um die Innenstadt. Verfügbar unter:
https://www.giessen.de/media/custom/2874_3927_1.PDF?1624538539direct
[Zugriff: 18.02.2022]

Suffizienz und nachhaltige Lebensstile

Eine Datenerhebung zur Vorbereitung einer zielgruppen-orientierten Umsetzung von Suffizienz in einem Haus der Nachhaltigkeit

Nina Pröpster

Kurze Einführung:

Im zweiten Teil des Lehrforschungsprojektes „Haus der Nachhaltigkeit“ durfte unsere Gruppe nach dem Zusammenschluss mit der Gruppe Citizen Sciences lernen, dass das Ziel der tatsächlichen Umsetzung eines Projektes viel Vorbereitung bedarf. Daraus resultierte, dass sich diese Arbeit im zweiten Teil des Semesters auf die Schaffung grundlegender Kenntnisse der Einstellungen Jugendlicher zum Thema Nachhaltigkeit, dessen Relevanz und deren Bereitschaft und Interesse daran konzentrierte.

Im folgenden Bericht wird dieser Prozess bis hin zur Datenerhebung und Erkenntnisauswertung beschrieben und reflektiert.

Prozess im Wintersemester 2021/22

Im Prozess der Konzeptualisierung des Themenbereichs „Suffizienz“ für die Kooperation mit den Studierenden der THM im WS21/22 kam unsere Gruppe zu dem Schluss, dass wir als Haus der Nachhaltigkeit den Fokus auf die Entwicklung von Basiskompetenzen, wie Selbstwirksamkeits-Erfahrung, Verantwortung und Gemeinschafts-Erleben, legen sollten, um eine erfolgreiche Etablierung der Suffizienz-Strategie in die alltäglichen Lebenswelten junger Menschen überhaupt zu ermöglichen. Durch die Erfahrung praktischen Wissens sollte die Entwicklung dieser Basiskompetenzen unterstützt werden. Angelehnt an die Akteur-Netzwerk-Theorie, entstand eine Konzeptidee, die zu gestaltenden Raum als Akteur zu sehen, wo durch gegebene Strukturen praktisches Wissen erlernt und suffizientes Verhalten, automatisch hervorgerufen und somit erfahrbar wird. Durch eine entsprechend gewählte Gestaltung der Kommunikation und Interaktion sollten Selbstwirksamkeit, Verantwortung und Gemeinschaft gefördert werden können.

Diese Ideen in ein Konzept zu packen, um es den Studierenden der THM vorzulegen gestaltete sich schwieriger als gedacht, da es uns selbst unklar war, wie sich die Umsetzung unserer großen Idee gestalten könnten. Eine genauere Vorstellung inhaltlicher Ausrichtung und Umsetzung wäre sicherlich hilfreich gewesen.

Es erschien uns sinnvoller, einen Raum zu haben, wofür im Sinne der Suffizienz, keine neuen Ressourcen verbraucht würden, weshalb wir uns im nächsten Schritt auf eine mögliche Kooperation mit bestehenden Initiativen, wie *flux-impulse* oder *raumstation3539* vorbereiteten.

Sinnvoll erschien dies aus mehreren Gründen: Nicht nur sind diese beiden Akteure in Gießen bereits bekannt und etabliert, sondern verfolgen sie z.T. auch ähnliche bis gleiche Ziele wie das Haus der Nachhaltigkeit. Geraume Zeit erforderte die grobe Ausarbeitung einer Kooperationsidee. Für diese Konkretisierung war der erste Schritt die Spezifizierung von Kommunikationsstrategien, mittels Göll & Thio (2011)¹, die für das Erreichen Jugendlicher aus den Milieus „Prekäre“, „Konsum-Materialisten“, „Experimentalisten“ (ehem. Hedonisten) und „Expeditive“ (ehem. Performer) hilfreich sind.

In der Zwischenzeit haben wir die Gruppen „Citizen Science“ und „Suffizienz“ zusammengeschlossen, da wir darin wegen vieler Überschneidungen eine sinnvolle Möglichkeit sahen effizienter zu arbeiten und der tatsächlichen Umsetzung im Semester durch vereinte Kräfte näher zu kommen. Im weiteren Verlauf der Zusammenarbeit gab sich dann zu erkennen, dass es vor der Möglichkeit etwas umzusetzen noch wichtige Punkte zu klären gibt. Dazu gehörten: die Frage der Rechtsform; Möglichkeiten der Finanzierung; genauere Vorstellung des Rahmens, indem eine Kooperation mit flux-impulse stattfinden könnte

Aus der Begrenzung durch die Semesterzeiten, ergab sich wegen oben genannter Unklarheiten eine Fahrplanänderung, die eine Welle der Demotivation in unserer Gruppe mit sich brachte, welche nicht ungeachtet bleiben sollte. Eine Umsetzung unseres Ziels war zunächst nicht absehbar, weshalb sich die Ausrichtung eines jeden Gruppenmitglieds erneut veränderte.

Bislang war uns nicht bekannt, welche Aspekte der Nachhaltigkeit für die Jugendlichen unserer Haupt-Zielgruppe in Gießen überhaupt von Interesse sein könnten und welche Art der atmosphärischen Raumgestaltung für diese als ansprechend wahrgenommen wird. Entsprechende Kenntnisse schienen allerdings eine notwendige Grundlage zur Schaffung von Anknüpfungspunkten in den Lebenswelten der Jugendlichen zu sein, also eine wichtige Vorarbeit und somit der neue erste Schritt. Deshalb entwickelte ich ein Forschungsdesign zur Beantwortung der folgenden Forschungsfragen: (I) „Welche atmosphärische Gestaltung öffentlicher Räumlichkeiten spricht das jugendliche Wohlbefinden an?“ und (II) „Wofür interessieren sich Jugendliche bzgl. Umwelt und in welchen Bereichen der Umwelt steckt Begeisterungspotenzial, das das umweltschutz-bezogene (Lern-/Handlungs-)Interesse Jugendlicher anspricht?“.

Methodenteil

Für die Datenerhebung wählte ich die Methode des narrativen, themenzentrierten Interviews, welches ich aufzeichnete und ergänzte es mit einer Skala zur Abfrage der Bereitschaft gewisse Maßnahmen im Sinne der Suffizienz selbst umzusetzen.

¹ Göll, Edgar, Thio, S. L. (2011). *Einblick in die Jugendkultur. Das Thema Nachhaltigkeit bei der jungen Generation anschlussfähig machen*. Dessau-Roßlau.

Den Grad an Standardisierung und Konstanthaltung weiterer Bedingungen hielt ich dabei bewusst gering, da die Gewinnung von Eindrücken im Vordergrund stehen sollte und der qualitative Charakter der Methode eine Quantifizierung nicht zugelassen hätte, was außerdem nicht gewünscht war.

Auch das Sampling erfolgte nicht-standardisiert, da es abzusehen war, dass die Auswahl der Fälle stark von der Bereitschaft der Jugendlichen abhängig sein würde. Wegen der Entscheidung die Befragungen der Jugendlichen nicht in Schulen durchzuführen, war damit zu rechnen, dass die Jugendlichen immer in ihrer Freizeit angetroffen würden, weshalb von einer geringeren Bereitschaft zur Teilnahme auszugehen war. Um dennoch eine gewisse Kontinuität der Fälle zu erhalten und auch weiterhin die bereits im ersten Teil des LFP fokussierte Zielgruppe - „Prekäre“, „Konsum-Materialisten“, „Experimentalisten“ (ehem. Hedonisten) und „Expeditive“ (ehem. Performer) - im Fokus zu halten, wählte ich als Befragungsort Jugend- und Gemeinwesenszentren in Gießen aus. Da diese häufig auf die Zusammenarbeit mit Jugendlichen aus schwierigen Verhältnissen ausgerichtet sind, schloss ich, dass jene auch vermehrt Träger*innen von den milieuspezifischen Eigenschaften sein würden. Um im Rahmen der Bearbeitungszeit zu bleiben, sollten sieben bis zehn Jugendliche im Alter von 14 bis 17 interviewt werden. Bei der Wahl der Altersspanne orientierte ich mich an der Sinus-Jugendstudie 2020², worauf ich mich bereits bei der Zielgruppenanalyse und Ausarbeitung der Kommunikationsstrategien bezog, weshalb es für zukünftige Weiterarbeit mit den Daten in Verbindung mit der Studie sinnvoll schien, diese auch bei der Befragung so festzulegen.

Interviews sollten in allen acht Jugendzentren und Gemeinwesenszentren in Gießen (Jokus, Holzpalast, JuTS4, Margaretenhütte, Eulenkopf, Jugendclub Gummiinsel, Holzwurm, Jugendhaus Wieseck) und als Straßenbefragungen durchgeführt werden. Da die Zentren gut auf die Stadtteile verteilt sind sollten so auch Menschen erreicht werden, die für den jeweiligen Stadtteil spezifische Hintergründe/Eigenschaften haben oder jene, die sich nicht in jeglichen Zentren aufhalten. So sollte die bestehende Varietät Beachtung finden, wenngleich eine repräsentative Befragung unter gegebenen Umständen nicht umzusetzen und somit nicht angestrebt war.

Um die Freizeit der Jugendlichen nicht zu sehr zu beanspruchen und somit die Motivation mitzumachen und die Aufmerksamkeit dabei zu erhöhen, unterteilte ich das Interview in vier Teilstbereiche mit jeweils drei bis fünf Fragen. Um die Befragung etwas abwechselnd zu gestalten, unterstützte ich einen Teilbereich mit Fotoaufnahmen von Naturbereichen, außerdem entschied ich mich eine Skala als zusätzliche Methode hinzuzunehmen (siehe Anhang). Diese sollte Aufschluss über die Bereitschaft der Jugendlichen zur Umsetzung ausgewählter Möglichkeiten, die einen Beitrag zum Umweltschutz leisten, bringen, um daran bei der Planung von, z.B. Workshops im Haus der Nachhaltigkeit anschließen zu können.

² Calmbach, Marc, Flraig, B., Edwards, J., Möller-Slawinski, Borchard, I., & Schleer, C. (2020). *Sinus Jugendstudie 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Altern von 14 - 17 Jahren in Deutschland*. Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main.

Die Methoden sollten vor allem niedrigschwellig sein und nur einen kurzen Zeitaufwand der Jugendlichen erfordern. Dabei war es mir wichtig eine Methode zu wählen, die den Jugendlichen ermöglicht, sich Gehör zu verschaffen, sich als wichtig zu erkennen, da sie nach ihrer Meinung gefragt wurden und die Gedanken zu dem Thema anzuregen. Durch die bestehenden positiven Beziehungen der Jugendlichen zu den Jugendarbeiter*innen, konnte außerdem die Bereitschaft zur Teilnahme erhöht werden.

Durchführung Datenerhebung

Da aktuell nur wenige Jugendliche in den Jugendzentren verkehren oder bestimmte Gruppenaktivitäten auf Grund von Corona entfallen müssen, beschränkte sich die Auswahl schließlich auf drei Orte, die Jugendtreffs Jokus und Holzpalast, sowie das Café Queer und mehrerer Straßenbefragungen Jugendlicher im Skatepark am Schwanenteich und hinter dem Kaufhaus Neustädter Tor.

Weil die besagte Zielgruppe im Café Queer eher weniger aufzufinden ist, entschied ich mich, die Spezifizierung der Zielgruppe für diese Datenerhebung zu lockern. Auch die Altersspanne weichte ich auf und dehnte sie auf die Spanne 13 bis 22 aus. Grund dafür war, dass die Auswahl durch die Verfügbarkeit bestimmt war. Diese Anpassungen sollten dem Erkenntnisgewinn allerdings keineswegs abträglich sein, da die Interviews weiterhin dem Gewinn genereller Eindrücke Jugendlicher und junger Menschen in Gießen zu oben genannten Fragestellungen dienten.

Schließlich führte ich insgesamt 13 Interviews mit Jugendlichen zwischen 13 und 22 Jahren. Vier der dreizehn Befragungen führte ich im Café Queer durch, eine im Jugendtreff Jokus, zwei im Jugendtreff Holzpalast, eine im Skatepark und fünf weitere hinter dem Neustädter Tor. Meiner persönlichen Einschätzung zufolge trugen die meisten Fälle dennoch Merkmale der anfangs gewählten Zielgruppe, also Jugendliche aus den Lebensstil-Gruppen Prekäre, Konsum-Materialisten, Experimentalisten, weniger allerdings Expeditive. Da ich mich allerdings zu Beginn der Datenerhebung gegen die Erhebung relevanter Informationen zur Milieu-Spezifizierung entschied, kann dies nicht belegt werden. Die ausführlichsten Antworten entspringen dennoch den Jugendlichen des Café Queer, also jenen, deren Bewusstsein für die Thematik bereits gut ausgeprägt zu sein schien.

Datenauswertung

Die transkribierten Interviews wurden in tabellarischer Form in Excel übertragen. Dazu wurde das Interview in die vier Teilbereiche „Raumgestaltung“, „Umweltbezug“, „Umweltschaden“ und „Umweltschutz-Aktivismus und Unterstützung dabei“ eingeteilt. Durch farbliche Markierungen konnten die Antworten übersichtlich verschiedenen Kategorien zugeordnet werden. Wegen der kleinen Fallzahl war diese Handhabung angemessen.

Die Ergebnisse aus der Befragung zur Bereitschaft der Umsetzung umweltschützender Maßnahmen mittels der Skala übertrug ich ebenfalls in eine einfache Excel-Tabelle, woraus sich ein übersichtliches Diagramm erstellen ließ.

Ergebnisse

Die Antworten des Teilbereichs „Raumgestaltung“ dienten dem Erkenntnisgewinn zur Beantwortung der Forschungsfrage (I) „Welche atmosphärische Gestaltung öffentlicher Räumlichkeiten spricht das jugendliche Wohlbefinden an?“. Da mein primäres Interesse der Forschungsfrage (II) gilt, befragte ich zum Thema der Forschungsfrage (I) nur vier Jugendliche, die bereit waren längere Interviews mit mir zu führen. Drei der Befragungen dazu fanden im Café Queer statt, wo das Bewusstsein für bedürfnisorientierte, achtsame Kommunikation schon gut etabliert ist, bzw. der Kontakt dazu und die Anwendung dessen gezielt thematisiert wird. In stichpunktartiger Form soll hier aufgeführt werden, was als der Wohlfühl-Atmosphäre eines Raumes zuträglich genannt wurde:

- selbst an Einrichtung mitwirken können
- flexible Raumgestaltung
- eine Wahl haben, die eigene Stimmung berücksichtigen zu können
- nicht zu viele Menschen und Einzelgespräche
- durch Struktur & Aufbau des Raumes und der Angebote nicht exponiert werden
- „gesehen“ und „gehört“ werden
- miteinander teilen

Ein solcher Aufenthaltsraum gewinnt laut der jungen Befragten auch an Attraktivität durch gute Musik und die Möglichkeit bei der Musikauswahl mitzubestimmen, sowie die Verfügbarkeit von W-LAN und der Verfügbarkeit von Beschäftigungsmöglichkeiten unterschiedlicher Art.

Erkenntnisse zur Forschungsfrage (II) „Wofür interessieren sich Jugendliche bzgl. Umwelt und in welchen Bereichen der Umwelt steckt Begeisterungspotenzial, das das umweltschutz-bezogene (Lern-/Handlungs-)Interesse Jugendlicher anspricht?“ wurden durch die übrigen Teilbereiche generiert.

Zum Teilbereich „Umweltbezug“ befragte ich 10 der 13 Fälle, wobei ich nicht jeder*m jede Frage stellte. Auf die Frage, was die Jugendlichen besonders an Natur fasziniere, nannten v.a. jene jungen Menschen, die bereits eine gewisse Sensibilität für das Thema entwickelt hatten und sich häufiger draußen aufhielten, die **Vielfältigkeit** und das **symbiotische Zusammenleben** der Natur. Bei den Befragten handelte es sich um junge Erwachsene (zw. 18 und 21 J.) aus dem Café Queer und einen Jungen, 14 Jahre alt, aus der Weststadt mit einer sehr aufmerksamen wissbegierigen Art. Von drei jungen Schülerinnen (zw. 15 und 17 J.) wurde zudem der Aspekt der **Ruhe**, die man in der Natur erleben und empfinden kann, als faszinierend und wichtig genannt.

Zwei weitere Befragte (19 und 21 J.) verbinden Natur auf emotionaler Ebene mit **Reiseerfahrungen** und **familienbezogenen Erinnerungen**. Diese Antwort kam von einem Befragten aus schwierigen Verhältnissen der den eigenen Schilderungen zufolge kaum einen Bezug zur Natur hat.

Als wichtige Naturbereiche wurden genannt:

Essbare Pflanzen	(Meeres-)Tiere	Wälder	Gewässer
2x	3x	2x	3x

Aus den Befragungen zu Wissen und Einschätzungen von „Umweltschäden“, wozu elf junge Menschen interviewt wurden, ging hervor, dass das **Vermüllen der Natur** als das umweltschädlichste Problem und Verhalten im eigenen Umfeld wahrgenommen wird. Als Lösungen dafür wurden benannt:

- Aufstellen von mehr Mülltonnen (3x)
- Darüber-Sprechen und Darauf-Hinweisen (2x)
- Notwendigkeit systemischer und institutioneller Veränderungen (2x)
- persönliche Verhaltensänderungen (vegetarische Ernährung und aktive Partizipation an der Foodsharing Initiative, 3x)

Auf die Frage nach der Assoziation zu Umweltschutz, kristallisierte sich klar die **Bewegung „Fridays for Future“** heraus. Außerdem wurden **Enttäuschung und Trauer** genannt, was sich auf leere Versprechen von Seiten der Politik bezog.

Weiterhin interviewte ich neun Personen zum vierten Teilbereich, der sich mit dem Interesse an Umwelt-Aktivismus und Unterstützung dabei befasste. Fünf der neun Befragten hatten bereits einmal an einer Aktion zum Umweltschutz teilgenommen. Eine durch den Besuch von Infoständen, vier weitere an einer FFF-Demonstration, wovon drei bekundeten, dass sie Schule schwänzen wollten.

Besonders bei der weiteren Nachfrage nach Motivationen für die Teilnahme an jeglichen bzw. weiteren Veranstaltungen, wurde deutlich, welch große Rolle der **Faktor Zeit** dabei spielt. Sieben der neun jungen Menschen erklärten, dass die Motivation selbst aktiv zu werden höher wäre, wenn sie mehr Zeit hätten, ebenso jene, die starkes Interesse an persönlichem Aktivismus und der Unterstützung daran, durch z.B. ein Haus der Nachhaltigkeit hätten. Auch eine Gemeinschaft würde die Motivation erhöhen, einen Ort zu besuchen, der bei der Entwicklung persönlichen Aktivismus unterstützen könnte. Außerdem würde der eigene Aktivismus durch **„sichtbare Erfolge“** und eine gewisse **„Garantie auf Veränderung“** sowie durch **einfache Umsetzbarkeit** und **Niedrigschwelligkeit** bei der Informationsbeschaffung befördert werden.

Aus den Ergebnisse der Befragungen mittels Skala ging hervor, dass die höchste Bereitschaft persönlichen Engagements bei der Umstellung der Ernährung liegt, während die wenigsten sich vorstellen könnten, den eigenen Wohnraums mit anderen zu teilen.

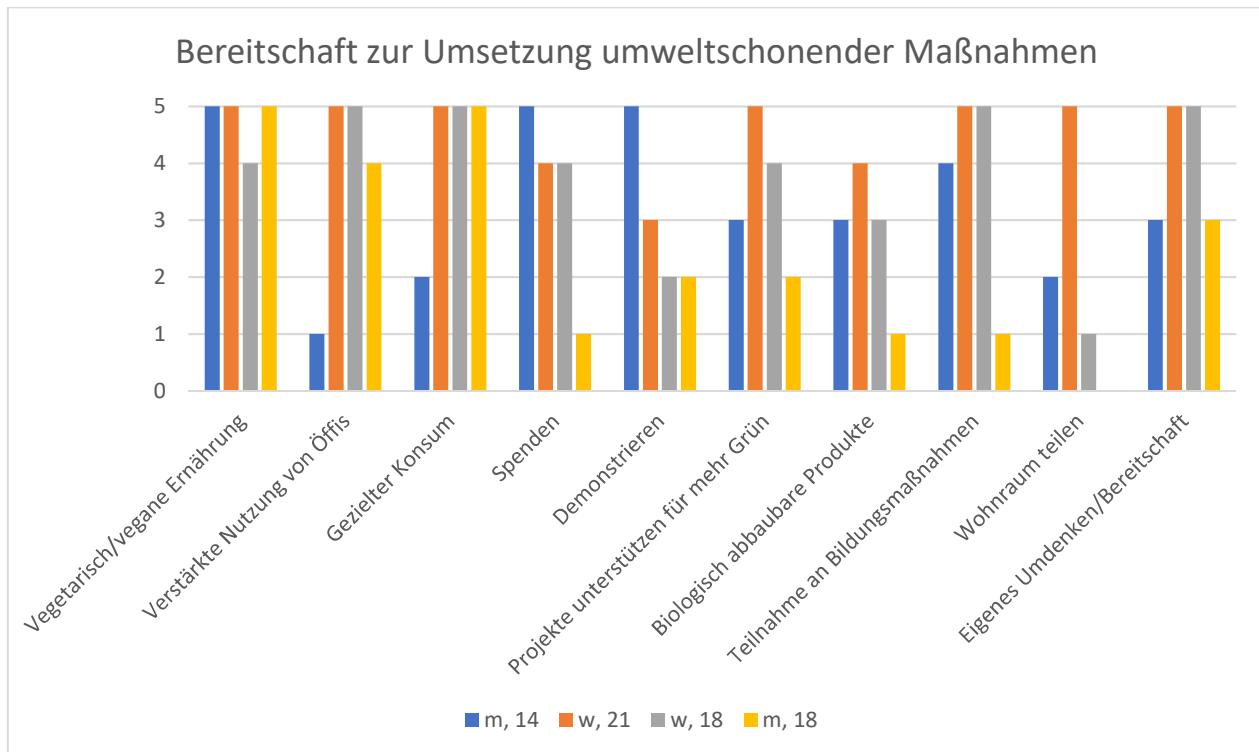


Abb.: eigene Darstellung anhand Befragung mittels Skala (s.Anhang)

Fazit/Ausblick:

Wenn sich im weiteren Verlauf des Lehrforschungsprojektes „Haus der Nachhaltigkeit“ mit der räumlichen Umsetzung der Suffizienz-Strategie, dabei Jugendliche im Fokus, beschäftigt wird, so sollten die Erkenntnisse aus der Beantwortung der Forschungsfrage (II) „Wofür interessieren sich Jugendliche bzgl. Umwelt und in welchen Bereichen der Umwelt steckt Begeisterungspotenzial, das das umweltschutz-bezogene (Lern-/Handlungs-)Interesse Jugendlicher anspricht?“ in die thematische Gestaltung und Umsetzung miteinbezogen werden. Sie liefern einen ersten Eindruck des Wissens- und Interessenspektrums Jugendlicher, woraus dann Anknüpfungspunkte an deren Lebenswelten herausgearbeitet und mögliche (De-)Motivationsfaktoren berücksichtigt werden können.

Aus den Ergebnissen ergeben sich Leitfragen zur weiteren Bearbeitung. Besonders wichtig ist eine Lösung des Zeitproblems, also die Entwicklung eines Angebots, das sich mit wenig organisatorischem Aufwand wahrnehmen lässt, dabei nicht zeitintensiv ist und mit niedrigschwelliger Informationsbeschaffung einhergeht.

Die hier ausgearbeiteten Interessensbereichen der Jugendlichen können eine gute Grundlage sein, um die Entwicklung möglicher Angebote darauf aufzubauen und Wissenslücken zu schließen. Besonders bezüglich der Vermittlung praktischen Wissens wird es notwendig sein, Angebote zu schaffen oder Wege zu finden, die die angesprochene Zeitproblematik berücksichtigen. Dafür könnte es sinnvoll sein, Ideen umzusetzen, die keinen zusätzlichen Aufwand in der Freizeit der Jugendlichen erfordern sondern sich auf jene Strukturen beziehen, in denen sich die

jungen Menschen bereits aufhalten. Dazu gehören Schulen, Freizeiteinrichtungen wie Jugendtreffs oder Vereine. Unter anderem könnte auch über Social Media Plattformen eine niedrigschwellige Informationsbeschaffung ermöglicht werden.

Wegen der benannten Problematik scheint es zielführend, die Strukturen und den Handlungsräum darin nachhaltig zu gestalten, so, dass die Akteure automatisch das eigene Verhalten anpassen. Dabei ist es wichtig, den Effekt dieser (Ver-)Änderungen sichtbar zu machen, um auch die Selbstwirksamkeit und Verantwortung der Jugendlichen aufzeigen zu können. Wie die Erfolge und Einflüsse eigenen Handelns sichtbar gemacht werden können, hängt von dem Thema ab, um das es gehen soll.

In Gießen gibt es bereits ein gutes Angebot an Räumen der Zusammenkunft für Jugendliche und junge Erwachsene, weshalb es mir sinnvoller erscheint, die Erkenntnisse aus der Forschungsfrage (I) „Welche atmosphärische Gestaltung öffentlicher Räumlichkeiten spricht das jugendliche Wohlbefinden an?“ an diesen Orten einfließen zu lassen, falls das gewünscht ist.

Literaturverzeichnis:

Calmbach, Marc, Flaig, B., Edwards, J., Möller-Slawinski, Borchard, I., & Schleer, C. (2020). *Sinus Jugendstudie 2020. Lebenswelten von Jugendlichen im Altern von 14 - 17 Jahren in Deutschland*. Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main

Göll, Edgar, Thio, S. L. (2011). *Einblick in die Jugendkultur. Das Thema Nachhaltigkeit bei der jungen Generation anschlussfähig machen*. Dessau-Roßlau.

Anhang:

Leitfragen:

Fragen zur Weiterarbeit, die sich durch die Ergebnisse beantworten lassen können:

- Wofür lassen sich Jugendliche begeistern?
- Für welche Naturbereiche kann man Jugendliche begeistern?
- Wo bestehen Wissenslücken, auch Lücken praktischen Wissens?
- An welche Bereitschaften kann man gut anknüpfen, um daraus das Entstehen von Taten zu unterstützen?
- Was ist wichtig, um die Motivation/Bereitschaft zu steigern und v.a. aufrecht zu erhalten? (Zeit, Niedrigschwelligkeit, einfache Organisation, Gemeinschaft)

Leitfragen, die sich aus Ergebnissen für Weiterarbeit ergeben:

- Welcher Aspekt der Umweltzerstörung macht die Jugendlichen betroffen? Wie kann man diese Betroffenheit positiv nutzen, indem man sich für dessen Schutz einsetzt? (z.B. sich einsetzen gegen Vielfältigkeits-Verlust, die Möglichkeit tolle Natur zu erleben erhalten, sich gegen Tierleid einsetzen)
- Können positive, emotionale Erinnerungen an Natur genutzt werden, um indirekt Bereitschaft für eigenen Aktivismus im Sinne des Umweltschutz zu stärken? (Methoden wie: Projekt „Bring dein schönes Familienfoto in der Natur, aus dem Urlaub“, Was verbindest du damit? Was löst das in dir aus?...)
- Wie kann vermittelt werden, dass Umweltschutz Überleben heißt? Sprich, den persönlichen Bezug dazu erzeugen, ohne dabei mit dem Medium Angst zu arbeiten
- Wie kann mit Zeitproblem umgegangen werden?
- Wie wird Informationsbeschaffung generell zu Themen, aber auch zu Veranstaltungen niedrigschwellig und möglichst unaufwändig gestaltet?
- Wie können Erfolge sichtbar gemacht werden?
- Wie können Gruppen oder Gruppenbesuche erreicht werden?

Verwendete Skala bei der Befragung:

Welche der folgenden Möglichkeiten Umweltschutz zu betreiben kannst du dir am besten vorstellen selbst umzusetzen? Bewerte anhand der Skala: 0 = kann ich mir gar nicht vorstellen, 5 = würde ich sofort umsetzen

Bitte gib auch an:

Alter:

Beruf der Eltern:

	0	1	2	3	4	5
Vegetarisch/vegane Ernährung						
Verstärkte Nutzung von öffentlichen Transportmitteln						
Gezieltes/überlegtes Konsumieren (Kleidung, Lebensmittel, Technik...)						
Geld an Organisationen spenden						
Demonstrieren gegen Energiekonzerne, Industrie, Anti-Klimapolitik						
Mehr Grün in den Städten schaffen, durch Unterstützung von Projekten						
Verwendung biologisch abbaubarer Produkte (z.B. bei Kosmetika oder Hygieneartikeln)						
Teilnahme an Maßnahmen für bessere Bildung zu Möglichkeiten Umwelt zu schützen						
Wohnraum auch in Zukunft mit anderen teilen						
Eigenes Umdenken/Bereitschaft entwickeln						

Forschungsdesign:

1. Alter
2. Job der Eltern

(I) Welche atmosphärische Gestaltung öffentlicher Räumlichkeiten spricht das jugendliche Wohlbefinden an?

Interview

Stell dir vor, du könntest deinen eigenen Raum/Treffpunkt in Gießen gestalten,

- Welche Musik würdest du dort gerne hören?

Interview

- Beschreibe einen Moment/ eine Situation, in dem/der du dich besonders wohl fühlst.
- Beschreibe einen Moment/ eine Situation, in dem/der du dich besonders unwohl fühlst.
- Was bereitet dir gute Stimmung?

(II) Wofür interessieren sich Jugendliche bzgl. Umwelt und in welchen Bereichen der Umwelt steckt Begeisterungspotenzial, das das umweltschutz-bezogene (Lern-/Handlungs-)Interesse Jugendlicher anspricht?

Interview:

- Zunächst einmal würde ich dich bitten, mir zu erzählen, was dich an der Natur fasziniert/was dir in den Sinn kommt, wenn du an Natur denkst. Kannst Du mir eine Situation beschreiben, um das zu verdeutlichen?
- Welche Bereiche der Natur sind aus deinem Leben/Alltag nicht wegzudenken? (Mit Fotoaufnahmen von Naturbereichen, diese dann auswählen lassen: Siehe ab Seite 7)

Gut als Gruppen-Interview möglich (gemeinsames Brainstorming)

- Hast du den Eindruck, dass Dein Verhalten /das Verhalten Deiner Eltern bzw. Mitmenschen der Umwelt schadet? Erzähl mir gern von einer Situation an der das deutlich wird.
- Welche Lösungen fallen dir dafür ein, die Du oder jemand anderes umsetzen kann, um diesem Schaden entgegenzuwirken?
- Welche der folgenden Möglichkeiten Umweltschutz zu betreiben kannst du dir am besten vorstellen selbst umzusetzen? Bewerte mit Skala: siehe Seite 6
 - o Welche Möglichkeiten fallen dir noch ein?:

Interview:

- Hast Du schon einmal eine Veranstaltung/Aktion zu Umweltschutz gesehen oder sogar , dabei mitgemacht, die dir gefallen hat? Wenn ja, warum hat dir das gefallen? Kannst du mir von dieser Situation erzählen?
 - Würdest Du einen Ort in Gießen aufsuchen, der dich dabei unterstützen könnte, dich umweltschützender zu verhalten?
- Wenn ja:
- o Zum Umweltbezug welcher Deiner Handlungen/Worüber möchtest Du mehr erfahren?
 - o In welchem Themenbereich könntest Du Dir am besten vorstellen, aktiv zu werden bzw. dich zu informieren?
 - o Was würde dich motivieren, an einer Aktion zum Umweltschutz teilzunehmen?
- Möchtest du noch etwas hinzufügen oder ergänzen?

Reflexionen über Suffizienzstrategie in Giesens

Jiayu Fan

Einleitung

Angesichts des dramatischen Anstiegs des Energie- und Ressourcenverbrauchs seit der Industrialisierung hat der UN-Gipfel zur nachhaltige Entwicklung im Jahr 2002 festgehalten, dass „die Veränderung der Konsumgewohnheiten und Produktionsweisen [...] die übergeordneten Ziele und die wesentlichen Voraussetzungen einer nachhaltigen Entwicklung darstellen“ (Stengel 2011, S. 129, zitiert in www.un.org). In den letzten drei Jahrzehnten haben sich vier Strategien herausgebildet: Die Effizienzstrategie, die Konsistenzstrategie, die Suffizienzstrategie sowie regulatorische Strategien (vgl. Stengel 2011, S. 129). Die ersten beiden Strategien konzentrieren sich in erster Linie auf die technologische Innovation, während die beiden anderen Strategien hauptsächlich auf das Verhalten ausgerichtet sind (ebd.). Obwohl Effizienz- und Konsistenzstrategien theoretisch den Energie- und Ressourcenverbrauch senken können, haben diese beiden Strategien in der Realität einen „Bumerang-Effekt“, bei dem eine höhere Effizienz bei der Ressourcennutzung die Nachfrage und den Preis von Energie und Rohstoffen senkt und damit einen höheren Verbrauch fördert (ebd. S. 134). Die Suffizienzstrategie, die die schwächste Position einnimmt, wird daher immer stärker betont. Denn das Ziel der Strategie zielt auf „eine innengesteuerte, freiwillige Veränderung der umweltrelevanten Verhaltensmuster“ (Stengel 2011, S. 129). Konkrete

Suffizienzvorschläge beziehen sich speziell auf die energie- und ressourcenintensivsten Konsum- und Lebensbereiche: (1) Konsum- und Freizeitverhalten, (2) Bauen und Wohnen, (3) Mobilität (privater Transport), (4) Ernährung (vgl. ebd., S. 141 ff.).

Im Verlauf meiner Experteninterviews mit den verschiedenen Abteilungsleitern der Jugendwerkstatt wurden bei der Frage nach den vielversprechendsten Aktionsfeldern in Gießen vor allem die Lebensbereiche Konsum- und Freizeitverhalten sowie Mobilität genannt. Die beiden anderen Bereiche blieben aus folgenden Gründen weitgehend unerwähnt: Bauen und Wohnen werden vor allem durch das wirtschaftliche Niveau des Einzelnen und die Wohnungspolitik beeinflusst, wobei die Eigeninitiative eine geringe Rolle spielt; die Ernährung ist persönlicher als die anderen drei Bereiche und erreicht nicht so leicht die Ebene der Vergemeinschaftungsaktionen.

Theoretische Grundlagen

Wie in der Einleitung zur Suffizienzstrategie beschrieben, setzt Suffizienz voraus, dass die Menschen ihr Verhalten gegenüber der Umwelt freiwillig ändern. Hamann, Baumann und Löschinger haben ein Modell entwickelt, in dem viele Faktoren zusammenwirken und letztlich das Umweltschutzverhalten prägen. Sie definieren Umweltschützendes Verhalten als jegliches Verhalten, dass „die Umwelt so wenig wie möglich schädigt oder ihr sogar zugute kommt“ (Hamann, Baumann und Löschinger 2016, S. 21).

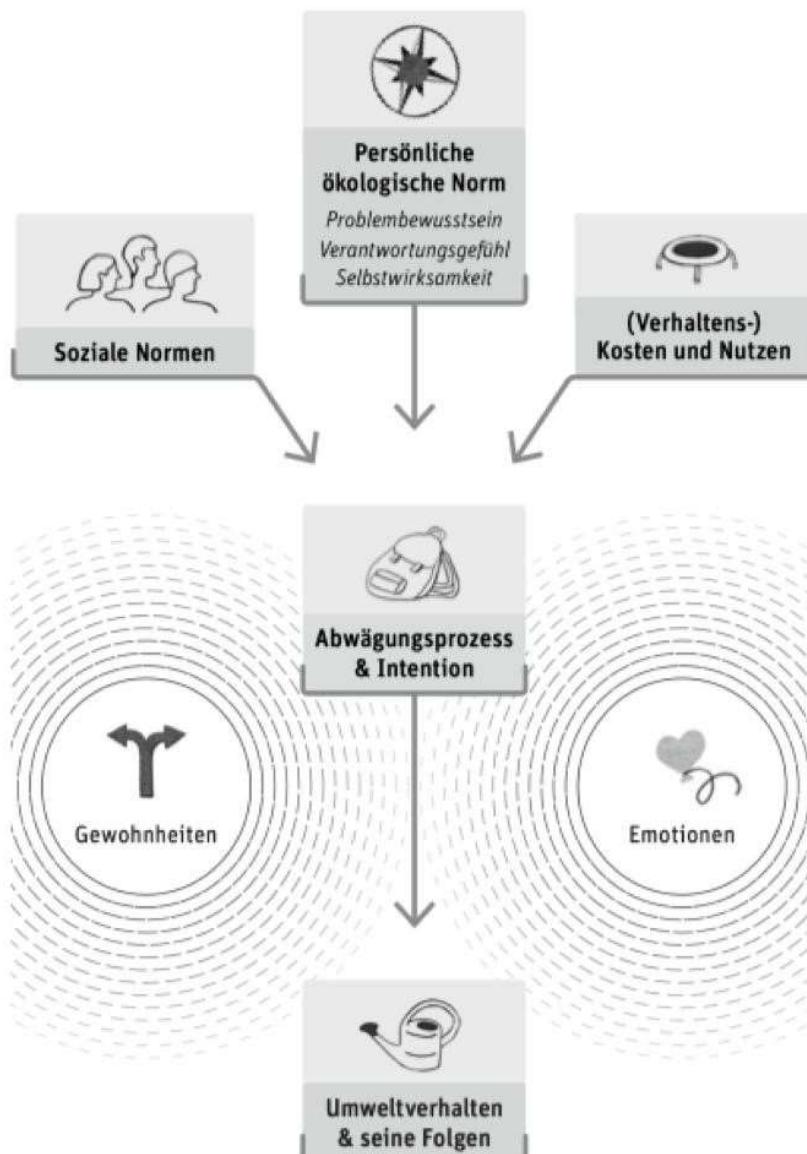


Abb.1: Psychologisches Modell zur Erklärung nachhaltigen Handelns. (Hamann, Baumann und Löschinger 2016, S. 20)

Im Allgemeinen besteht der zentrale Beitrag des Modells darin, dass das tatsächliche Umweltverhalten durch das Zusammenspiel vieler Faktoren entsteht und nicht phasenweise erfolgt. Daher müssen Strategien für die urbane Transformation auf der Grundlage einer Kombination

relevanter Faktoren entwickelt werden, die sowohl auf internen Triebkräften (wie den persönlichen ökologischen Normen der Bürger) als auch auf externen Bedingungen (wie den sozialen Normen der Stadt) basieren. Es sei darauf hingewiesen, dass weder Wissenstransfer, Verantwortung noch wahrgenommene soziale Normen oder Absichten Umweltprobleme lösen können (vgl. Hamann, Baumann und Löschinger 2016, S. 99). Der Wandel kann nur durch praktisches Verhalten erreicht werden.

Auch Brunner (2019) stellt in Bezug auf das Konsumverhalten die Überbetonung der Informations- und Wissensvermittlung in Frage, da der Konsum hochgradig routiniert, in Alltagshandlungen integriert und oft unbewusst ist. Er weist darauf hin, dass „Konsumhandlungen von vielen Faktoren abhängig (Geld, Wissen, Familie, Lebensgeschichte usw.) und kontextuell eingebunden (in soziale Beziehungen, in wirtschaftliche und politische Strukturen, in Versorgungssysteme usw.) [sind].“ (Brunner 2019, S. 26). Zusammenfassend wird der Konsum nicht nur als Kaufakt verstanden, sondern als Ergebnis zahlreicher sozialer Praktiken (vgl. ebd. S. 28). Um ein entsprechendes Verbraucherverhalten zu erreichen, müssen daher auch die entsprechenden kontextuellen Rahmenbedingungen (z.B. Angebote, Anreizsysteme, kommunikative Maßnahmen, Regulierungen, Abbau nicht nachhaltiger Strukturen, Internalisierung externer Kosten) vorhanden sein (ebd. S. 26). Die Umsetzung eines nachhaltigen Konsums erfordert daher einen „doppelt transformatorischen Anspruch“ (Hübner und Schmon 2019, S. 2, zitiert in Hübner 2017, S. 195): eine Änderung des individuellen Konsumverhaltens oder Lebensstils sowie eine gesellschaftliche und politische Transformation.

Hübner und Schmon (2019) sehen das Potenzial der Digitalisierung für eine nachhaltige Konsumtransformation: „Die Digitalisierung erlaubt es dabei, sich mit Gleichgesinnten in einem Ausmaß und einer Intensität zu vernetzen wie es nie zuvor möglich war“ (S. 7 ff.). Sie fassen das Potenzial der Digitalisierung in den folgenden vier Punkten zusammen: (1) Sie ermöglicht die Neugestaltung der sozialen und moralischen Ordnung und ermöglicht so eine Reorganisation des Konsumverhaltens, (2) sie hat eine treibende Wirkung auf die kollaborativen Wirtschaftsformen, (3) sie erhöht die Beteiligung an Nachhaltigkeitsdiskurs und (4) sie erleichtert auch Konsistenzstrategien (bspw. Circular Economy) und Subsistenzstrategien (Do-it-yourself, Teilen, Tauschen) (vgl. ebd. S. 8). Abb. 2 veranschaulicht ihre Klassifizierung von Konsumobjekten und Handlungsfelder:

Tab. 1 Transformatives Potenzial von Konsum – Chancen durch Digitalisierung. (Quelle: Eigene Darstellung)

Nachhaltiger Konsum	Transformatorischer Anspruch	Aktivierung der Konsument*innen	Chancen durch die Digitalisierung
Kauf-orientiert „Green & Fair Economy“	Transformation des marktvermittelten Angebots Ökologisierung bzw. „Fair-Besserung“ der Produkte bzw. Produktionsbedingungen	Entscheidungshilfen für marktvermittelten Angebote (Käuferrolle) Labels, Marken, PR, Werbung, „Bewusst Kaufen“	Information, Kommunikation, Orientierung Online-Bewertungen durch Konsumentinnen und Konsumenten
Nutzungsorientiert „Service-Economy“	Transformation der Nutzungs-muster Gebrauchsgüter-Bestand intelligent (länger oder gemeinsam) nutzen	Verbesserung/Verbreitung entsprechender Angebote (Nutzer-/Anbieterrolle) a) <i>Markvermittelte Angebote</i> (Reparatur-, Leihen, Sharing) b) <i>alternative Organisations-formen</i> (bspw. Repair Café, Couchsurfing)	a) Unternehmensperspektive – Ersatzteilmanagement – Second-Hand – Plattformen b) Konsumpoperspektive – Information, Kommunikation – Peer-Austausch & Vernetzung – Bewertungen
Bedarfsorientiert Alternative Wirtschaftsformen	Transformation der Bedarfe und ihrer Befriedigung Bedarfs- bzw. versorgungsorientiertes Wirtschaften	Selber (Prosum) bzw. gemeinsam machen (Peer) a) <i>individuelle Lösungen</i> (Do-it-yourself, immaterielle Lösungen, Suffizienz) b) <i>Kollaborative Ansätze</i> (solidarisch Wirtschaften, Gemeinschaftslösungen, anders Wirtschaften)	• Peer-Vernetzung, Gebraucht- und Ersatzteile, Anleitungen online (Open source) • Plattformökonomie (Netzwerkökonomie) • Beteiligung am Diskurs (zivilgesellschaftliches Engagement)

Abb. 2: Transformatives Potenzial von Konsum - Chancen durch Digitalisierung (Hübner und Schmon 2019, S. 10)

Die oben erläuterten Gedanken für eine nachhaltige Veränderung des Konsumverhaltens lassen sich auch auf den Bereich des Verkehrs übertragen. Zum Beispiel „Stadt der kurzen Wege“ (Hamann, Baumann und Löschinger 2016, S. 43), gute Fahrradwege, attraktive intermodale Angebote (Canzler 2014, S. 233), usw.

Beschreibung der Situation in Gießen

3.1 Konsum von Gebrauchtwaren

Über die Schwierigkeiten bei der Führung des Kaufhauses sagte die Geschäftsführerin:

„Wenn man Aufruf startet, wir brauchen Kleidung oder irgendwas anderes. Dann sind die Leute sofort und geben ihr Zeug hier ab, also ihre spenden. Das ist, es liegt nicht an der Spendenbereitschaft, die ist auf jeden fall da. Man muss halt unterscheiden zwischen guter Ware und schlechter Ware ... Das ist das Bewusstsein der Spendern erstmal zu geben, dass sie keinen Müll abgeben sollen, sondern wirklich gebrauchsfähig Ware. Das ist sehr schwierig. Und daran müsste man eigentlich ansetzen.“

Hier zeigt sich, dass die Bereitschaft der Stadt Gießen im Bereich des nachhaltigen Konsums positiv ist, es aber bis zu einem gewissen Grad an Wissen über die entsprechenden Praktiken mangelt.

In dem Gespräch mit dem Leiter der Fahrradwerkstatt erwähnte er das Problem der Regulierung, da einige Leute die Differenz zwischen dem Gebrauchtmarkt und dem Marktpreis ausnutzen würden, um Profit zu machen:

„Wir machen das eigentlich für die Menschen, die wenig Geld haben ... Aber es gibt genug Menschen, die es versuchen auszunutzen. Händler z. B. kommen hier, um den Fahrräder weiter zu verkaufen. Leute, die am Flohmarkt arbeiten, kaufen bei uns ein, und verkaufen mit mehr Geld am Flohmarkt.“

3.2 Verkehr und Mobilität

Bei der Frage nach der Zufriedenheit mit dem Radweg in Giesen äußerte der Leiter der Fahrradwerkstatt seine Unzufriedenheit:

„Ich bin nicht damit zufrieden, weil es auf Druck basiert ist. Also von oben EU Gesetze, Bundesregierung ... Es kommt dazu, dass man vieles sagt, und es passiert nichts, weil man das nicht auf eine vernünftige Basis vorgeht. Die Fahrradwege sind nicht organisiert, weil die einfach irgendwo auf schlimmen Stellen aufhören. Einfach hinten bei der Bahn.“

Man hat eine schöne Brücke aufgebaut und da gab es keine Geschwindigkeitsbegrenzung ... Die Wege da sind überhaupt nicht ausreichend für was da passiert ... Man setzt sich einfach hin, aber man überlegt nicht ob das sinnvoll ist was da passiert ... Nicht alle Fahrradwege sind vernünftig. Da sieht man Ecken, wo Fahrrad-, Bus- und Autowege nicht vernünftig zusammengebaut sind, wobei die Möglichkeit für eine Entspannung dadurch gibt, wenn man z. B. zwei Meter mehr für die Straße nimmt.“ Die Leiterin der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit sieht den Verkehr als das derzeit vielversprechendste Handlungsfeld für Gießen. Sie nimmt die Bereitschaften vieler Menschen wahr, umweltfreundlich zu fahren. Aber im Moment ist Gießen noch weit davon entfernt, eine „Stadt der kurzen Wege“ zu sein:

„Ich merke es bei Leuten, die ich in Kontakt bin. Die mir immer sagen: ‚Wenn ich ein günstiger Fahrrad hätte, wenn ich ein Job bald bekomme, dann fahre ich Fahrrad.‘ ... In Gießen haben wir das Problem damit, dass wir zu wenig Wohnräumen haben.“ Auf die Frage nach den erfolgreichereren suffizienten Veranstaltungen der Jugendwerkstatt nannte die Leiterin Veranstaltungen wie Kleidertausch-Partys und Food-Sharing. Gleichzeitig wies sie auf die derzeitigen Mobilitätsprobleme bei solchen Veranstaltungen hin: „Das geht nur in Städten. Aufs Land funktioniert es noch nicht. Es fehlt Infrastruktur und Mobilität. Also ländlich ist es schwierig.“

Beschreibung von Gestaltungsideen

4.1 Gestaltungsideen von Experten und ihre Erwartungen an HdN

Die Experten bewerten die Motivation und Bereitschaft der Gießener, sich in Bezug auf Konsum und Verkehr umweltfreundlich zu verhalten, überwiegend positiv. Die Leiterin von Öffentlichkeitsarbeit erwähnte auch, dass es in verschiedenen Gebieten Gießens aktive Umweltgrup-

pen oder -gemeinschaften gibt. Es mangelt jedoch an einer gemeinsamen und effektiven Kommunikation, sowohl auf individueller als auch auf kollektiver Ebene. So setzen sie einerseits auf die neu gebildete Regierung auf politischer Ebene, andererseits glauben sie, dass die ökologische Kommunikation in Gießen weiter gestärkt werden muss.

„Wir hätten ja bessere Chancen, wenn man die Seiten aussprechen lassen würde. Würde gucken, wo sind die Vorteile und wo sind die Nachteile, für alle. Dann könnte der Fahrradweg vernünftig gemacht werden. Aber darüber muss erstmal vernünftig geredet werden ... und das Rechtliche, aber es fehlt das, um das gemeinsame zu tun.“

„Es kommt darauf an, was politisch entschieden wird. Man könnte aber auch Alternative überlegen, z. B. günstigere Bahn- und Zugtickets.“

„Ich glaube, es gibt viele kleine Gruppen, die irgendwas machen. Aber irgendwie Problem gibt es, dass die einfach etwas zusammen machen. Es ist nicht ganz vereinigt, weil eine bräuchte extremer und anderen wollen weniger extrem. Wenn man nicht unter die gleiche Überschrift stellen will, sagt man: ‚wir machen lieber eigenes‘.“

Die Erwartungen der befragten Experten an das HdN beziehen sich auf die folgenden Punkte:

(1) Gute Vernetzung

„Gut vernetzt wäre gut. Mit anderen nachhaltige Anbieter oder Projekte weiter entwickelt.“

(2) Langfristige und kontinuierliche Unterstützung und Beratung

„Man muss daran bleiben, und nicht nach paar Tagen was anders ansprechen, sodass die Ziele am Ende erreicht werden.“

„Dass man Unterstützung und Beratung bekommt ... Das ist ganz wichtig, dass der Projekt nicht vergessen wird.“

(3) Berücksichtigung verschiedener individueller Meinungen

„Jeder hat individuell das Anspruch auf das Haus ... Also ich erwarte von dem HdN, dass jeder nach diesen persönlichen Sachen guckt, und dann das Konzept erstellen, was brauchst du, was willst du, was kannst du machen, um ein Ergebnis zu bekommen. Und dann hast du die Erwartung von dem HdN für mich erfüllt. Und Man muss die wünsche und Bedürfnisse von jedem betrachten.“

„Es sollte auch mitgedacht werden, in Gießen welche Gruppen gibt es. Wo leben die? Was sind für die interessant? Für die Leute, die 400 Euro zum Leben haben, frage ich nicht, ob sie in Bio-Markt einkaufen gehen kann.“

„Persönliche Anfrage von Leute ist gut. An unterschiedlichen Gruppen denken.“

(4) Eine vielseitige und rationale Betrachtung

„Es muss auch überlegt, was man schafft für alle Seiten.“

(5) Ort und Veranstaltung

„Zentral in Gießen, für jeden gut erreichbar. Containers finde ich auch nicht schlecht, weil es an unterschiedlichen Orte aufgetaucht ist. Ich habe immer Angst, wenn man einen Platz hat, dann kommt eine bestimmte Gruppe und nimmt diesen Platz ein. Und dann denken die andere wieder „ach ich gehöre nicht dazu“ ... Es braucht Aktionen, die Leute dahin locken.“

„Vielleicht auch etwas wie Wandel-Karte. Weil Wandel-Karte ist nur für Einkaufen. Vielleicht kann man Sachen zusammenfügen, wie Mitfahrgelegenheit. Oder kollektives, gemeinsames Gartnen.“

4.2 Eigene Gestaltungsideen

Um die Bedürfnisse möglichst vieler verschiedener Gruppen zu berücksichtigen, kann man die Ideen der bereits vorhandenen Gruppen einholen, indem man mit den Stakeholdern Kontakt aufnimmt. Gleichzeitig ist es bei der Gestaltung von kollektiven Aktivitäten in der Anfangsphase wichtig, auf Quantität zu verzichten, um Qualität zu gewährleisten, damit die bestmöglichen Ergebnisse und guter Ruf erzielt werden.

In Hamann, Baumann und Löschingers Kapitel über „Gewohnheiten“ wird erwähnt: Gewohnheiten [können] sich besonders in Lebensphasen mit großen Umbrüchen verändern, also in der Regel bei kritischen Lebensereignissen. In diesen Phasen werden alte Gewohnheitsmuster zwangsläufig aufgebrochen und es entsteht Platz für neue.“ (2016, S. 77). Heute hat die Corona-Pandemie bis zu einem gewissen Grad zur Digitalisierung und Internetanbindung im Alltag beigetragen. Und der Krieg in der Ukraine hat zu einem dramatischen Anstieg der Öl- und Warenpreise geführt. In dieser turbulenten Phase wird das Interesse der Bürger am Handel mit Gebrauchtwaren und an Reparaturwerkstätten steigen. Dies ist eine Gelegenheit, die von Hübner und Schmon (2019) vorgeschlagenen nachhaltigen Konsumformen zu entwickeln, indem die verschiedenen in Gießen bereits bestehenden

Secondhand-Märkte und -Werkstätten miteinander verbunden und eine Online-Tauschplattform geschaffen werden. Außerdem wird die Nachfrage nach öffentlichen Verkehrsmitteln für die Bürger aufgrund des Anstiegs der Ölpreise und Warenpreise weiter zunehmen. Daher können Nachhaltige Verkehrsmittel wie multimodale Angebote, Mitfahrgelegenheiten und gemeinsame Nutzung von Fahrrädern sowohl politisch als auch im Hinblick auf den Willen der Bürger besser umgesetzt werden als bisher.

Literatur

Canzler, W. (2014). Der Öffentliche Verkehr im Postfossilen Zeitalter. Sechs Thesen. In Öffentliche Mobilität (pp. 229-240). Springer VS, Wiesbaden.

Brunner, K. M. (2019). Nachhaltiger Konsum und die sozial-ökologische Transformation: Die sozialen Praktiken ändern, nicht die Individuen!. In Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung (pp. 23-35). Springer VS, Wiesbaden.

Hamann, K., Baumann, A., & Lösninger, D. (2016). Psychologie im Umweltschutz. Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns. München: oekom.

Hübner, R., & Schmon, B. (2019). Wie kann Konsum transformative Kraft entwickeln?—Eine Annäherung. In Das transformative Potenzial von Konsum zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung (pp. 1-21). Springer VS, Wiesbaden.

Stengel, O. (2011). Suffizienz: die Konsumgesellschaft in der ökologischen Krise.

Nachhaltig Planen, Bauen und Wohnen

Haben Tiny Houses in Deutschland eine Zukunft

Lea Frisch

Einleitung

Die folgende Hausarbeit, ist eine Ausarbeitung eines Lehrforschungsprojektes, welches im Rahmen einer Gruppenarbeit, in dem Seminar „Haus der Nachhaltigkeit“ entstanden ist. Die Ausarbeitung dieses Lehrforschungsprojekts beschäftigt sich insbesondere mit der Thematik, ob Tiny Houses in Deutschland eine große Zukunft haben.

Dafür werde ich zuerst die Begriffe „Nachhaltiges Wohnen“ und „Tiny Houses“ definieren. Anschließend daran, werde ich beschreiben, wie man den Bau und das Wohnen in einem Tiny House nachhaltig gestalten kann. Daraufhin werde ich erläutern, ob das Konzept eines Tiny House in Deutschland eine Zukunft hat und welche unterschiedlichen Faktoren eine Rolle spielen. Abschließend folgt ein Fazit, ob das Konzept eines Tiny House ein nachhaltiges Wohnen ermöglicht und in wie weit das Konzept eines Tiny House in Deutschland eine Zukunft hat.

Definition

Definition Nachhaltiges Wohnen

Unter dem Begriff „nachhaltiges Wohnen“ versteht man in der heutigen Zeit nach dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit, einen Lebensstil, in welchem der Konsum eines jeden Individuums auf die Kapazitäten der Natur abgestimmt ist und somit nicht mehr verbraucht wird, als die Umwelt zu bieten hat, wodurch die eigene und folgende Generationen nicht unter den Folgen des zu hohen Konsums leiden müssen. Dies bedeutet demnach ein bewusster Umgang im Alltag eines jeden Indiums mit Ressourcen (vgl. BMUV, 2022).

Definition Tiny House

Unter einem „Tiny House“ versteht man seit 2017 nach der Definition aus den USA eine Unterkunft, welche eine Größe von 37 Quadratmeter oder kleiner vorweist. Jedoch ist in Deutschland eine genaue Definition, in welcher die ungefähre Quadratmeterzahl für ein Tiny House angegeben wird, noch nicht festgelegt worden, wodurch sich die Größe der Tiny Houses in Deutschland vermehrt auf Schätzungen bezieht. Diese alternativen Wohnmöglichkeiten können mit und ohne Räder ausgestattet sein, wodurch es keinen Unterschied in der Definition macht, ob ein Tiny House mobil, oder mit einem festen Standplatz genutzt wird (vgl. tiny-houses). In der deutschen Definition wird jedoch durch die Abgrenzung von „Minihäusern“ unter dem Begriff

meist eine Unterkunft auf Rädern verstanden. Zusätzlich zu der Größe eines Tiny House, versteht man unter dem Begriff außerdem einen minimalistischen Lebensstil, welcher sich in Form von wenigen Möbeln und einer kleinen Ausstattung an. Das Interesse an Tiny Houses entstand hauptsächlich in den Jahren 2007 und 2008 in den USA durch die dort zu der Zeit bestehende Finanzkrise, da das Konzept eines Tiny House im Vergleich zu einem herkömmlichen Wohnsitz leichter zu finanzieren ist (vgl. Interhyp AG, 2021).

Nachhaltigkeit der Tiny Houses

Einer der Gründe, weswegen die Tiny House Bewegung auch in Deutschland immer erfolgreicher wird ist, dass diese mit einem nachhaltigen Wohnen und Lebensstandard verknüpft wird. Durch die bestehende Klimakrise und die jetzige Corona Pandemie, haben sich Menschen in Deutschland mit der Thematik vermehrt auseinandergesetzt. Da viele Menschen in Deutschland daran interessiert sind nachhaltiger zu leben, zu bauen und auch zu wohnen.

Das Konzept von Tiny Houses beruht darauf, mit wenig Quadratmetern Wohnfläche im Alltag auszukommen. Durch dieses Prinzip leben die jeweiligen Individuen auf einer kleinen Wohnfläche, wodurch Sie wenig Stauraum für viele Möbel, verschiedene Gegenstände, Kleidung etc. haben. Dadurch fällt der Kaufkonsum dieser Individuen nicht sehr groß aus, wodurch Sie im Alltag viele Ressourcen einsparen. Zu den eingesparten Ressourcen gehört zusätzlich zu den Möbeln, die Fassade und der Grundsätzliche Bau eines Tiny House. Bei dem Bau der meisten Tiny Houses werden für den Großteil des Tiny House nachwachsende Materialien, wie Holz, oder recycelte Materialien verwendet, um den Gedanken der Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Zusätzlich zu dem grundsätzlichen Bau der Wände, Böden und der Fassade, wird bei dem Bau von Tiny Houses verstärkt darauf geachtet Stoffe zur Dämmung des Wohnraums zu benutzen, welche einen ökologischen Vorteil mit sich bringen. Oftmals werden für die Dämmung der Räume Stoffe wie Mineralwolle, Steinwolle und Glaswolle genutzt, da diese im Winter die Wärme in den Räumen speichern und die Räume im Sommer kühl halten. Zudem isolieren diese Stoffe am besten Geräusche, ohne zu viel Raum einzunehmen (vgl. Town & Country Haus). Da ein großes Problem bei der Dämmung von Tiny Houses ist, dass die Stoffe oft viel Platz beanspruchen und der Wohnraum somit verkleinert wird. Um diesem Problem entgegenzuwirken, werden häufig Stoffe zur Dämmung benutzt, welche nicht nachhaltig sind und mit schädlichen Stoffen hergestellt werden, oder nicht nachwachsen können, wodurch der Wohnraum mit dieser Vorgehensweise größer wird, der Bau jedoch nicht mehr so nachhaltig ist (vgl. verbraucherzentrale, 2021). Des Weiteren ist ein großer Faktor in der Nachhaltigkeit eines Tiny House der Energieverbrauch, durch das heizen der Wohnfläche. Dieser Energieverbrauch, kann individuell in jeder Wohnsituation anders ausfallen. Wenn das Tiny House eine gute Abdämmung hat und mit wertvollen Materialien verbaut wurde, ist es leichter die Temperatur und den damit zusammenhängenden Energieverbrauch zu minimieren und zu kontrollieren. Jedoch kommt es oft vor, dass durch die eher geringe Abdämmung viel der gespeicherten Wärme durch die Wände nach draußen gerät und es somit erschwert die Wärme konstant in einem

Tiny House zu speichern (vgl. verbraucherzentrale, 2021). Es gibt jedoch unterschiedliche Alternativen, wie auf Wasser und Stromversorgung zu verzichten, oder Energie durch Solarzellen zu gewinnen. Des Weiteren gibt es die Möglichkeit den Wohnraum eines Tiny House mit einem Heizofen und Holz zu wärmen (vgl. Town & Country Haus). Diese Art der Energieversorgung, kann jedoch auch bei herkömmlichen Wohnhäusern angewendet werden, wodurch der nachhaltige Aspekt eines Tiny House, davon abhängt, ob sich die Individuen für eine nachhaltige Lebensweise interessieren (vgl. verbraucherzentrale, 2021).

Zukunft der Tiny Houses

Das Konzept eines Tiny House ist aus vielen verschiedenen Gründen zu einem populären Ersatz für ein Einfamilienhaus geworden. Zum einen unterscheiden sich die Preise eines Tiny House von dem eines Einfamilienhauses. Der Preis für den Bau eines Tiny House beginnt, abhängig von der Größe, bei 15 bis 30 Tausend Euro. Dieser Preis kann sich jedoch schnell erhöhen, indem man mehrere Wünsche und Anforderungen an den Bau eines Tiny House hat (vgl. Polak, 2021; Fertighaus). Während der Preis für ein herkömmliches Einfamilienhaus mit mehr Quadratmetern Wohnfläche bei mehreren hunderttausend Euro liegt (vgl. Klein). Durch dieses Konzept können Individuen viel Geld beim Bau eines Eigenheims einsparen und das gesparte Geld für andere Dinge nutzen. Zusätzlich ist diese Art des Lebens für Menschen von Vorteil, welche sich kein herkömmliches Einfamilienhaus, oder eine eigene Wohnung leisten können und somit eine Möglichkeit haben, eine Unterkunft für sich selbst zu finden, welche Sie finanzieren können. Außerdem werden Tiny Houses, nach einer Umfrage der Interhyp Gruppe aus dem Jahr 2021, immer beliebter, da viele Menschen den geringen Aufwand für Ordnung und Sauberkeit sehr positiv bewerten. Dieser Punkt ergibt sich daraus, dass durch die geringere Wohnfläche in welcher man sich befindet, weniger Platz für Unordnung und Dreck ermöglicht, wodurch die Zeit des Putzens stark minimiert wird. Weiterhin wird mit der Minimierung der Wohnfläche auch die minimalistische Lebensweise in Form von wenigen Möbeln und eigenen persönlichen Gegenständen als ein positiver Effekt eines Tiny House angesehen, da man auf diese Weise nicht die Möglichkeit hat viele Gegenstände zu verstauen und sich dadurch nur auf die nötigen Gegenstände beschränkt, welche man im Alltag benötigt. Durch dieses Vorgehen, ist man in den meisten Fällen gezwungen, Möbel, Gegenstände, Kleidung etc. abzugeben und auf ein Minimum zu reduzieren, wodurch man in den meisten Fällen nicht dazu kommt in einem übermäßigen Konsum zu leben. Der geringe Konsum und die damit verbundene nachhaltige Lebensweise in einem Tiny House ist für viele Individuen in Deutschland ein ausschlaggebender Grund, um in einem Tiny House zu leben, da Sie so aktiv gegen den Klimawandel helfen und zusätzlich Ressourcen einsparen (vgl. Interhyp, 2021). Diese Ressourcen werden sowohl während des Baus eingespart als auch im späteren Alltag.

Mittlerweile gibt es, durch das Vermehrte Interesse an Tiny Houses immer mehr Städte, welche darüber nachdenken, einzelne leerstehende Plätze für Tiny Houses zu benutzen. Auf diesen Plätzen sollen die Alternativen zu herkömmlichen Wohnhäusern, zum Teil in Form von

kleinen Dörfern entstehen, in welchen Menschen leben können, die sich keine herkömmliche Art des Wohnens leisten können.

Der Bau eines Tiny House ist in Deutschland jedoch bis heute noch schwer umsetzbar, da man für den Bau dieser Häuser in Deutschland eine Baugenehmigung benötigt. Ein Tiny House kann man nur dann, ohne Baugenehmigung bauen, wenn man es nicht als Dauerwohnort gebrauchen möchte (vgl. verbraucherzentrale, 2021). Grundsätzlich benötigt ein Tiny House jedoch mehrere Genehmigungen, unabhängig davon, ob es einen festen Standort hat, oder mobil gebaut werden soll. Um den Tiny Houses einen einfachen Weg zu einem festen Standort zu ermöglichen gibt es in Deutschland immer mehr Campingplätze und Tiny House Dörfer, in welchen man in seinem Tiny House leben kann (vgl. Polak, 2021).

Zahlen und Fakten

Das Konzept des Tiny House hat sich seit den Jahren 2007 und 2008 immer weiter verbreitet und ist auch außerhalb der USA immer beliebter geworden. Nachdem Sie erst nur in Kanada und Australien vermehrt gebaut wurden, ist das Interesse auch hier in Deutschland an Tiny Houses in den letzten Jahren gestiegen. Eine Umfrage aus dem Jahre 2021 in Deutschland, welche von Interhyp an 2100 Teilnehmern durchgeführt wurde, hat sich gezeigt, dass sich immer mehr Menschen in Deutschland für das Konzept eines Tiny House interessieren. 23% dieser Befragten gaben an, dass Sie sich aus unterschiedlichen Gründen für das Leben in einem Tiny House interessieren würden. Im Vergleich zu einer früheren Umfrage von Intehyp zum Thema „Tiny House“ haben sich im Jahre 2021 10% mehr der Befragten für diese Thematik interessiert.

Eine weitere Umfrage, welche im Rahmen des Lehrforschungsprojektes entstanden ist, in welchem diese Hausarbeit geschrieben wird, hat gezeigt, dass sich von den 25 Befragten im Jahre 2022 76% vorstellen könnten, in einem Tiny House zu leben, oder dort Urlaub zu machen. Des Weiteren sind 64% der Befragten der Meinung, dass das Konzept eines Tiny House in Deutschland eine Zukunft hat und vermehrt in Deutschland vorzufinden sein wird.

Diese Umfragen zeigen, dass sich immer mehr Menschen in Deutschland in den letzten Jahren mit der Thematik eines Tiny House auseinandergesetzt haben und das Interesse immer weiter wächst.

Fazit

Abschließend kann man sagen, dass das Konzept eines Tiny House auf immer mehr Interesse in Deutschland trifft. Was die unterschiedlichen Umfragen, aus den letzten Jahren gezeigt haben, da man anhand dieser einen Anstieg des Interesses im Laufe der Jahre beobachten kann. Durch die neuen Möglichkeiten und Konzepte, einzelne Bereiche in Städten für Tiny Houses zu nutzen, wird es immer einfacher sich für die Alternative zu einem herkömmlichen Wohnhaus

zu entscheiden. Jedoch gibt es in Deutschland durch vorgegebene Gesetze bis heute einige Probleme, welche das Bauen und Leben in Tiny Houses erschweren. Des Weiteren zeigen die unterschiedlichen Projekte jedoch, dass immer mehr daran gesetzt wird, Konzepte wie Tiny House Dörfer, oder ähnliche Ideen umzusetzen, um günstigere Wohnmöglichkeiten zu schaffen. Zusätzlich dazu ist ein Tiny House eine nachhaltige Alternative zu herkömmlichen Einfamilienhäusern, wenn man den Bau dieser Tiny Houses auf Nachhaltigkeit auslegt und zusätzlich dazu, den eigenen individuellen Konsum im Alltag in allen Lebensbereichen einschränkt.

Literaturverzeichnis

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz: Nachhaltiger Konsum (25.02.2022) URL: <https://www.bmuv.de/themen/nachhaltigkeit-digitalisierung/konsum-und-produkte/nachhaltiger-konsum> (Stand: 15.04.2022).

Dynahaus: Nachhaltig Wohnen: Was bedeutet Nachhaltigkeit (16.01.2020) URL: <https://www.dynahaus.de/energieplushaus-blog/nachhaltig-wohnen-was bedeutet-nachhaltigkeit/#:~:text=Ziel%20ist%20es%2C%20die%20Konsummuster,der%20Natur%20nicht%20gef%C3%A4rdet%20wird>. (Stand: 15.04.2022).

Fertighaus: Der einfachste Weg, ihr Traumhaus zu bauen. Tiny House bauen. (2022) URL: <https://www.fertighaus.de/typen/tinyhouse/#:~:text=Je%20nachdem%20f%C3%BCr%20welche%20Wohnfl%C3%A4che,die%20150.000%20Euro%20zu%20rechnen>. (Stand: 15.04.2022).

Friedrichsen, Stefanie: Nachhaltiges Planen, Bauen und Wohnen. Kriterien für Neubau und Bauen im Bestand. 2 Aufl. Münster: Springer Verlag 2018.

General-Anzeiger: Wohnen auf wenigen Quadratmetern. Warum Tiny Houses die Zukunft sein könnten. (13.03.2021) URL: https://ga.de/news/panorama/warum-tiny-houses-die-zukunftsein-koennten_aid-56743377 (Stand: 15.04.2022).

Interhyp AG: Interesse an Tiny Houses nimmt zu. Fast ein Viertel der Deutschen kann sich Wohnen auf kleinstem Raum vorstellen. (10.11.2021) URL: <https://www.presseportal.de/pm/12620/5069087> (Stand: 15.04.2022).

Polak, Markus: Trend aus den USA immer beliebter. Was Sie über Tiny Houses wissen müssen (15.11.2021) URL: <https://www.swr.de/home/was-man ueber-tiny-houses-wissen-muss100.html> (Stand: 15.04.2022).

Tiny and small houses: Was ist ein Tiny House (on Wheels)? (2021) URL: <https://tiny-houses.de/was-sind-tiny-houses/> (Stand: 15.04.2022).

Town & Country Haus: Ökologie und Nachhaltigkeit von Tiny Houses. (2022) URL: <https://www.tc.de/hausbau/hausbau-ratgeber/tiny-house/tiny-house-oekologie-nachhaltigkeit.html> (Stand: 15.04.2022).

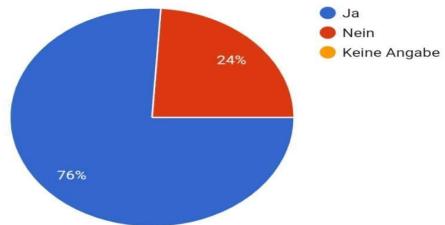
Verbraucherzentrale: Tiny Houses: Kleiner wohnen heißt nicht nachhaltiger leben. (07.12.2021) URL: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/energie/strom-sparen/tinyhouses-kleiner-wohnen-heisst-nicht-nachhaltiger-leben-67322> (Stand: 15.04.2022).

Anhang

2. Könnten Sie sich
vorstellen in einem Tiny
House zu leben, oder dort
Urlaub zu machen?

25 Antworten

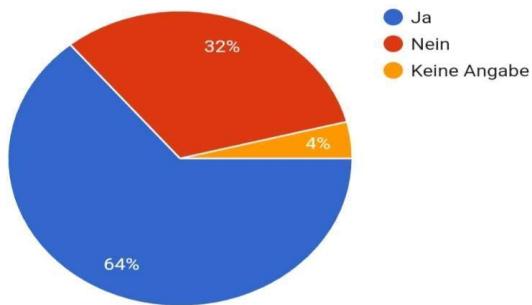
Kopieren



8. Denken Sie, dass das
Konzept eines Tiny House
in Deutschland eine
Zukunft hat?

25 Antworten

Kopieren



Kleidung und Nachhaltigkeit

Nachhaltige Textilien und Kleidung

Andrea Wagner, Gina Hack

Einleitung

Im Sommersemester 2021 starteten wir mit unserem Lehrforschungsprojekt „Haus der Nachhaltigkeit“, dessen Mittelpunkt ein nachhaltigeres Handeln in Bereichen wie Ernährung, Kleidung, Wohnen oder Mobilität unterstützen soll. Ziel des Projekts ist es Ideen für einen Ort in Gießen zu entwickeln, der als Plattform für nachhaltige Entwicklung zwischen Universität, Bürgerschaft und Kommune fungieren kann. Dabei geht es vor allem um die Frage, wie das Haus der Nachhaltigkeit auszusehen und organisiert werden kann. Zudem haben wir uns in dem Seminar mit möglichen Kooperationspartnern, Standorten und Angeboten, die in dem Haus bereitgehalten werden, befasst. Außerdem beschäftigten wir uns mit der Steigerung der Erfolgswahrscheinlichkeit des Projektes, dabei stand die Finanzierung im Fokus. Unmittelbar nach Einstieg in das Lehrforschungsprojekt entstanden erste Gruppenbildungen und Überlegungen nach passenden Interessenbereichen, sowie eine grobe Skizzierung des Hauses der Nachhaltigkeit. Von Beginn an war es keine Überlegung, dass der Themenbereich „Textilien und Kleidung“ durch uns abgedeckt und erforscht, sowie weiterentwickelt wird. Daraufhin folgten Zusammenarbeiten mit den Studierenden der THM, wobei durch den regelmäßigen Austausch und den Treffen schnell ein nachvollziehbares Haus erkennbar war. Anschließend informierten wir uns über mögliche Kooperationspartner, sowie erste Angebote, die bei unserem Projekt mitwirken und bereitgestellt werden können. Rasant begonnen wir mit unserer Umfrage, um die Interessen der Gesellschaft ermitteln zu können, die uns bereits nach kurzer Zeit eindeutige Ergebnisse überlieferte und somit die Gestaltung unseres Hauses der Nachhaltigkeit auf eine neue Ebene brachte, in der ein möglichst vielfältiges Spektrum vorhanden war. In unserer Ausarbeitung möchten wir die bereits angesprochenen Prozesse und Entwicklungen sowie unsere finalen verschriftlichten Ideen des Lehrforschungsprojektes aufzeigen und erklären. Dies soll zur Verbildlichung und möglichen Umsetzung des Hauses der Nachhaltigkeit im Themengebiet Kleidung dienen.

Hauptteil

Soziologische Gesellschaftsprobleme mit nachhaltiger Kleidung

Der nachhaltige, reduzierte Konsum an Kleidung ist leider von der Mehrheit der Deutschen noch weit entfernt. Einer der wichtigsten Gründe dafür ist das Wechseln der Kleider in Billigkettenläden, nämlich ca. 1-2 Mal im Monat und die damit einhergehende Nachfrage, welche laut der Studie „Pulse of the fashion industry“ von 2019 um ca. 2% gestiegen ist. Trotz der steigenden Nachfrage geben jedoch die Deutschen immer weniger für Mode aus, da die

Kleidung immer günstiger wird. „Fast Fashion hat den Vorteil, dass sich auch der kleine Geldbeutel Mode leisten kann. Und leider den Nachteil, dass wir unsere Umwelt kaputt machen.“ (Ina Franzmann in hessenschau 2019). Allerdings sei ein steigendes Interesse vor allem bei Jüngeren zu beobachten bezüglich nachhaltiger Kleidung, sogar ganze 43% der Deutschen seien inzwischen bereit mehr Geld für nachhaltig produzierte Mode auszugeben (ZEIT ONLINE 2016). Nur ist diese vollständig nachhaltige Mode nicht komplett umzusetzen, da sonst jeder in lokal hergestellten „Leinensäcken“ rumlaufen würde. Dies würde allerdings niemand wollen. Mode ist etwas, womit sich viele Menschen individuell ausdrücken möchten (hessenschau 2019). Auch ist den meisten Menschen das Bewusstsein verloren gegangen, was Kleidung in Wirklichkeit wert ist und kostet. Dieses Bewusstsein muss in unserer Gesellschaft wieder hergestellt werden, um wirklich nachhaltig erfolgreich zu werden (ZEIT ONLINE 2016). Zudem wird Mode eine große Bedeutung zugeschrieben, denn in der Vergangenheit war sie nur oberen Gesellschaftsschichten zugänglich und erst seit dem 20. Jahrhundert wurde sie über Massenproduktion zu einem alle Schichten und Milieus einschließenden Phänomen. Aus diesem Grund bietet Kleidung auch verschiedene Möglichkeiten, auf die man eventuell nicht verzichten möchte, nämlich sich verschiedenen sozialen und gesellschaftlichen Gruppen zuzuordnen und wie bereits oben erwähnt eine bestimmte Identität darzustellen. Durch das morgendliche Ankleiden und die Auseinandersetzung mit Kleidung erhält sie die Bedeutung eines identitätsformenden Mediums. Zudem spielt die Akzeptanz der Masse (insbesondere der jeweiligen Bezugsgruppen) eine große Rolle. Hinzu kommt die Angst, etwas zu verpassen bzw. jeweilige Trends und Moden im Unterschied zu anderen nicht mitzumachen. Dementsprechend fühlt man sich wohler, wenn man mehr Kleidung besitzt, um den Erwartungen der Umwelt in unterschiedlichen Rollen gerecht werden zu können. Erst wenn sich die Denkweise in unserer Gesellschaft ändert und vor allem das Bewusstsein über den Wert der Kleidung wieder hergestellt wird, ist es möglich wirklich nachhaltige Kleidung in jedem deutschen Haushalt einzuführen (Frankfurter Rundschau 2016). Mit unserem Haus der Nachhaltigkeit steuern wird dem Massenphänomen entgegen und unterstützen sowohl das Weiterleben von Kleidung als auch weiterhin identitätsformende Möglichkeiten durch die Kleidertauschpartys etc., um somit zu einem nachhaltigeren Umgang mit Kleidung zu motivieren.

Erste Schritte zum Haus der Nachhaltigkeit

Zu Beginn entwickelte jedes Gruppenmitglied eine Einzeltabelle zum jeweiligen Thema – in unserem Fall Textilien und Kleidung. Ziel der Tabelle war es einen ersten Leitfaden zu finden. Durch die Tabellen wurde uns ein erster Einblick in das Thema ermöglicht. Durch die Bearbeitung der Tabellen begannen wir uns mit der Thematik auseinanderzusetzen und erste Ideen zu sammeln. Ein grobes Bild unseres Hauses der Nachhaltigkeit begann zu entstehen. Erste Fragen unsererseits tauchten auf, die wir versuchten mit frühzeitigen Recherchen und anfänglichen Skizzierungen zu lösen. Uns war ab der Bearbeitung der Tabelle klar „Jetzt beginnt ein Projekt, das uns wirklich interessiert, hinter dem wir stehen und das jetzt in unseren Händen liegt!“. Die Motivation war groß.

Anbei die Tabellen der Gruppenmitglieder:

Name: Gina Hack
In der Gruppe mit: Andrea Wagner
Gruppenthema (Arbeitstitel): Kleidung und Nachhaltigkeit
Mein Einzelthema innerhalb der Gruppe / meine Fragestellung, das/der/die von mir behandelte Problem/Gegenstand/Fragestellung als Ausgangspunkt der Entwicklung von Ideen für ein Haus der Nachhaltigkeit: Skizze für unser Haus der Nachhaltigkeit
Literatur (3 Titel hier angeben, 5 für den Bericht verwenden): ich verwende dieselbe Literatur wie meine Gruppenmitglieder, da meine Skizze auf ihren Teilen aufbaut.
Materialien/Daten/Bilder
Methoden / Vorgehensweise (Begriffliche Reflexion, Empirische Analyse, Design Thinking): Ich bespreche einiges mit meinen Gruppenmitgliedern, um aus den gesammelten Ergebnissen der Gruppe ein ideales Haus der Nachhaltigkeit, das auf unser Thema abgestimmt ist zu skizzieren. Mögliche Zusammenarbeit mit anderen Gruppen

Name: Andrea Wagner
In der Gruppe mit: Gina Hack
Gruppenthema (Arbeitstitel): Kleidung und Nachhaltigkeit
Mein Einzelthema innerhalb der Gruppe / meine Fragestellung, das/der/die von mir behandelte Problem/Gegenstand/Fragestellung als Ausgangspunkt der Entwicklung von Ideen für ein Haus der Nachhaltigkeit: Recherche zu Initiativen/Projekten in Deutschland (eventuell auch international), die dem Problem begegnen Eventuell Kooperationen mit anderen Häusern der Nachhaltigkeit
Literatur (3 Titel hier angeben, 5 für den Bericht verwenden): - Piper A., Weber J. (2017) „Vergissmeinnicht“ – Ein Projekt der youngcaritas zur Aufwertung und Wiederverwendung von Kleidung. In: Jaeger-Erben M., Rückert-John J., Schäfer M. (eds) Soziale Innovationen für nachhaltigen Konsum. Innovation und Gesellschaft. Springer VS, Wiesbaden. Unsere Literaturrecherche hat bereits begonnen, jedoch haben wir uns erst auf die Einzelthemen festgelegt und sind uns damit noch nicht sicher welche Literatur wir final nehmen werden.

Materialien/Daten/Bilder: (folgen)

Methoden / Vorgehensweise (Begriffliche Reflexion, Empirische Analyse, Design Thinking) :

Literaturrecherche und Gespräche mit Akteuren.

Auswertung der Recherche-Ergebnisse und damit Ideensammlung für unser Haus der Nachhaltigkeit
Weiteres Vorgehen folgt.

Daraufhin folgte nach weiteren Recherchen eine nächste Tabelle, diesmal eine ausführlichere Version, die wir als Gruppe gestaltet haben. Bei der Bearbeitung der Tabelle waren wir bereits mehr in der Thematik, hatten bereits einige Gruppentreffen, in denen wir uns reichlich ausgetauscht und weitere Ideen sammeln konnten. In der Tabelle fällt im Vergleich zu den anderen deutlich auf, dass wir mehr in das Detail gegangen sind, uns Gedanken über weitere Vorgehensweisen und eine mögliche detailliertere Gestaltung des Hauses der Nachhaltigkeit gemacht haben.

Gruppen-Thema: Kleidung und Nachhaltigkeit

Soziale Probleme / Hindernisse auf dem Weg hin zu mehr Nachhaltigkeit im Bereich des Thema-HdN und ggf. soziologische Diagnosen/Begriffe/Befunde hierzu

Billigkleidungsindustrie, ständig wechselnde Trends, fehlendes Bewusstsein gegenüber dem Wert und der Beschaffenheit der Kleidung, Individueller Ausdruck weiterhin bestenfalls durch neue Kleidung ermöglicht, Zuordnung zu sozialen- und gesellschaftlichen Gruppen
, Akzeptanz der Masse- Angst Trends im Unterschied zu anderen Menschen nicht mitzuerleben

Schlussfolgerungen aus Spalte 1: Was ergibt sich aus den Diagnosen für die Gestaltung des Themen-Hauses der Nachhaltigkeit?

Gebrauchte Kleidung aufpeppen und mit dem Aspekt der Nachhaltigkeit werben

Näherbringung Privatveranstaltungen des Kleidertausches, da die Individualität dennoch bestehen bleibt und weiterhin eine Zuordnung der sozialen- und gesellschaftlichen Gruppen möglich ist. Zudem kann beispielsweise neue Kleidung der aktuellen Kollektion bei verpasster Rückgabe dennoch unter die Menschen gebracht werden

Erneutes Verweisen auf den ökologischen Fußabdruck

Durch Werben auf Social Media Plattformen in den Trend bringen

Standort: Welche Eigenschaften kennzeichnen einen guten Standort für das Themen-HdN? (Erreichbarkeit, Milieus, ...)

Erreichbarkeit durch Öffentliche Verkehrsmittel beispielsweise die Stadtmitte, in der Nähe von Bahnhöfen oder Universitäten/Hochschulen

Mögliche Grünanlage um das HdN gestalten, um eine Wohlfühlloase zu errichten bzw. ein Ort, der gerne regelmäßig durch die Besucher aufgesucht wird

Nutzer:innen: Wer nutzt das Themen-HdN? Altersklassen, Milieus, Berufsgruppen, Interessengruppen

Beliebtheit aus finanzieller Sicht bei Studenten

Erhöhte Nachfrage nach Nachhaltigkeit bei Studenten

Erwachsene Besucher, denen das Konzept der Nachhaltigkeit vermittelt werden sollen

Bei stetig wachsenden Kindern durchaus sinnvoll Secondhand zu kaufen, Zielgruppe Erwachsene Menschen, insbesondere Eltern

Nutzungsformen: Was findet in dem Haus statt – was tun die Nutzer:innen? (Informieren, Workshops, praktisch arbeiten, Kommunizieren, etwas ausstellen u.a.)

Viele Informationen durch bspw. Aushänge oder Tische mit ausgelegten Handouts bezüglich der Aufklärung bezüglich Umwelt und Nachhaltigkeit

Regelmäßige Veranstaltungen mit Infoabend und Austauschmöglichkeiten, infolgedessen eine mögliche Community entsteht

Veranstaltungen: Kleidertauschpartys, Aushänge der zu verkauften Kleidung und all das unter Mitgestaltungsrecht der Besucher

Nutzungszeiten: Gibt es im Tagesverlauf Schwerpunkte der Nutzung? Wie verhält es sich mit der Nutzungsdauer?

Nachmittag bis frühen Abend, sowie Wochenendveranstaltungen oder offene Sonntage

Atmosphäre: Was sollte das (Themen-Haus atmosphärisch vermitteln? (Sachorientierung, Experimentierfreude, Transparenz, Avantgarde, Emotionalität ...)

Transparenz und Aufklärung gegenüber der „Wegwerf-Gesellschaft“

Ein Ort des Austauschs und Ankommens und Verständnis

Sowie ein Ort an dem neugefundene Freunde Kleidung untereinander tauschen können und eigene Ideen bezüglich neuer Projekte einbringen können

Die Besucher sind ein Teil des HdN, keine einfachen Besucher

Ausstattung (Innen/Außen): Was sollte das (Themen-)Haus können? (Ausstellungsfläche,

Wände, Mobiliar, Licht, (Computer-)Arbeitsplätze, Sitzgelegenheiten...); evtl. abschätzende Mengenangaben zu einzelnen Dingen (z.B. Sitzgelegenheiten)

Gemütliche Atmosphäre, große Lichtdurchflutete Räume, sowie Lagerräume, mögliche Rückzugsorte mit Sitzgelegenheiten, sowie ein einladender Außenbereich, ein großer Raum, gefüllt mit 4 Sofas, die zum Verweilen und Austauschen von Informationen einladen

In den großen Räumen sind viele mindestens 30 weiße, breite Tische, auf denen Kleidung ausgelegt werden kann. Zudem wird es einen Konferenzsaal geben, indem die Informationsabende gehalten werden. Das Gegenstück dazu, die Austausch Abende finden auf den bequemen Sitzmöglichkeiten, dem Sofa- Raum oder auf der Terrasse, die mit Gartenmöbeln bestückt ist, statt.

Unsere Projektentwicklungen

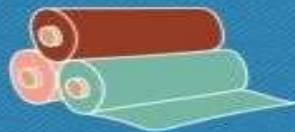
Zum Abschluss des ersten Semesters des Lehrforschungsprojekts wurden von jedem einzelnen Gruppenmitglied eigene Materialsammlungen sowie ein eigener Text zur Projektentwicklung bzw. Projekt-skizze erstellt. Es ging darum sowohl die Arbeitsteilung innerhalb der Gruppe zu vereinfachen bzw. zu verbessern, sowie die Themen besser zu dimensionieren damit jedes Mitglied weiß für welchen Bereich man zuständig ist. Somit teilten wir wie folgt auf:

- 1.) Andrea übernahm die allgemeine Recherche, in der es um die Umweltschäden durch Kleidung und Textilverbrauch geht, sowie bereits bekannte Initiativen, die das Thema nachhaltige Kleidung umsetzen und somit Ideen für die Umsetzung unseres Hauses der Nachhaltigkeit beitragen können. Des Weiteren wird in der Projektentwicklung die Problematik thematisiert, wieso sich solche nachhaltigen Änderungen für unsere Gesellschaft als schwierig erweisen können, die aber bereits oben aufgegriffen wurden und wir aus diesem Grund hier nicht weiter darauf eingehen werden.
- 2.) Gina übernahm die etwas spezifischere Recherche, in der der Fokus auf großen Kleidungskonzernen lag, die bereits mit recycelten Kleidungsstücken arbeiten und dies an die Konsumenten bringen. Wichtig hierbei war es vor allem unsere sozialwissenschaftlichen Kenntnisse zu erweitern und sichtbar zu machen, dass und inwiefern die Sozialwissenschaften für die Transformation der Gesellschaft einen Beitrag leisten können.

In der Projektentwicklung von Andrea wird vor allem die Konsumgesellschaft deutlich. In Deutschland besitzt durchschnittlich jede erwachsene Person (18-69 Jahre) 95 Kleidungsstücke (ohne Unterwäsche). Das sind etwa 5,2 Milliarden Kleidungsstücke in Deutschland. Jedes fünfte Kleidungsstück (19 %) wird dabei so gut wie nie getragen. Das bedeutet in der Summe, dass 1 Milliarde Kleidungsstücke ungenutzt im Schrank liegen (Greenpeace 2015). Dabei kommen von den in Deutschland verkauften Kleidern, nur ca. 10% auch aus Deutschland selbst. 90% werden importiert aus beispielsweise China, Bangladesch oder Indien (Inka Reichert in Quarks 2019). Durch den Import legt die Kleidung somit ca. 20.000 Kilometer zurück, bis sie bei uns im Laden landet, somit muss den starken Umweltschäden nichts mehr hinzugefügt werden, da es durch die oben erwähnten Fakten sehr stark ersichtlich ist, ganz zu schweigen von den Chemikalien (pro einem Kilogramm Kleidung ein Kilogramm Chemikalien benötigt). „Für das Färben von einem Kilo Garn werden zudem rund 60 Liter Wasser benötigt: Wasser, das am Ende mit den chemischen Zusätzen verunreinigt ist. Die Folge: 17 bis 20 Prozent des industriellen Abwassers weltweit entsteht laut Angaben der Weltbank alleine bei der Textilveredelung.“ (Inka Reichert in Quarks 2019). Zur Veranschaulichung einiger Fakten der Umweltverschmutzung:

UMWELTBELASTUNG DURCH TEXTILIEN

79
Milliarden
Kubikmeter
Wasser



verbrauchte
die Textil- und
Bekleidungsbranche
im Jahr 2015

2 700
Liter Wasser



=



braucht man für
die Herstellung eines T-Shirts

Trinkwasser, das einer
Person zweieinhalb Jahre
lang reichen würde

Quellen: EPRS (2019, 2020)



Eine Lösung wird in der Projektentwicklung jedoch deutlich: Eine Alternative für Baumwolle und Kunststofffasern ist Bio-Baumwolle, da hierbei sowohl gentechnisch-veränderte Sorten als auch synthetische Pestizide verboten sind. Auch bezüglich des hohen Wasserverbrauchs ist die Bio-Baumwolle eine nachhaltige Alternative. Zudem beschäftigte sich die Projektentwicklung mit bereits bestehenden Unternehmen und Initiativen, die nachhaltige Kleidung umsetzen und fördern. Anhand dessen konnten wir uns einige umsetzbare Ideen einholen, da es uns leider nicht möglich ist Anbauprojekte von Bio-Baumwolle zu entwickeln. Durch das Unternehmen Vinterd kamen wir auf die Möglichkeit Kleider-tauschpartys in unserem Haus der Nachhaltigkeit anzubieten sowie eine Community damit zu erschaffen. Aber auch die Initiative Jugendwerkstatt Gießen GmbH brachte uns auf die Idee die hohe Bereitschaft an Spenden in Gießen wahrzunehmen und die gespendete Kleidung in unserem Haus der Nachhaltigkeit zu fairen Preisen zu verkaufen.

In der Projektentwicklung von Gina wurde deutlich, dass sie sich intensiv mit einem führenden Textilhandelsunternehmen auseinandergesetzt hat. Aus dem Grund, da H&M sich bereits für Nachhaltige Kleidung in Form von Kleidung, bestehend aus recycelten PET-Flaschen eingesetzt hat, getragene Kleidung von Kunden annimmt, überarbeitet und wieder unter die Konsumenten bringt. Damit wollte sie uns den soziologischen Affekt aufzeigen, dass sogar weltweit führende Modehäuser sich für nachhaltige Kleidung einsetzen und es somit alltäglich werden kann, insofern die Konsumenten mitwirken, gebrauchte oder recycelte Kleidung zu tragen.

Die Skizze des Hauses

Unser Haus der Nachhaltigkeit im Bereich Kleidung ist ein zentraler, informativer und gemütlicher Ort, der jedermann einlädt.

Bei der Gestaltung unseres Hauses war es uns besonders wichtig, einen Ort zu wählen, der für Schüler, Studenten, Arbeitnehmer und -geber, Hausfrauen, etc. zugänglich ist. Das erste Augenmerk liegt dabei auf dem passenden Standort, der ist gar nicht so leicht zu finden, denn viele Faktoren sind dabei zu beachten. Zu denen zählt beispielsweise, dass es uns besonders wichtig ist, dass Jedermann das Haus der Nachhaltigkeit erreichen kann, daher wäre die Stadtmitte die beste Platzierung. Eine gute Erreichbarkeit durch öffentliche Verkehrsmittel ist somit garantiert! Weitere Möglichkeiten wären das Haus in der Nähe von Bahnhöfen,

Universitäten oder Schulen zu errichten, somit ist es den Besuchern möglich regelmäßig auch für kurze Besuche in das Haus einzutreten. Gewiss steigt durch eine passende Platzierung des Hauses die Attraktivität für eine Vielzahl an Besuchern. Zudem wäre es schön, wenn Grünflächen ebenfalls mit der Standortwahl vereinbar sind. Wir gehen davon aus, dass die

Besucher sich in einer Art „Wohlfühlzone“ befinden können, sobald sie das Haus betreten und somit dieses gerne regelmäßig aufsuchen. Wir möchten mit dem schön angelegten Garten und dem anregenden Außenbereich mit Gartenmöbeln die Gäste dazu einladen, sich dort bei sonnigem Wetter dem einen, oder anderen Workshop anzuschließen.

Bezüglich der Innengestaltung war es uns sehr schnell klar, dass wir ein Haus mit vielen Räumen und zwei Etagen errichten möchten, damit genügend Platz zur Ausübung verschiedenster Aktivitäten sichergestellt sind. Zudem benötigen wir genügend Lagerfläche, anhand von Lagerräumen, indem wir saisonale Dekorationen, Klapptische und Stühle unterbringen können. Lichtdurchflutete Räume mit einer gemütlichen Atmosphäre, die zu stundenlangen Austauschen unter den Mitgliedern einladen sind ebenfalls ein Must-have! Auch die Bereitstellung von möglichen Rückzugsorten mit angenehmen Sitzmöglichkeiten, ist für uns unumgehbar. Zudem möchten wir einige Räume mit Tischen und Stühlen, in denen Workshops und Kleidertauschpartys, sowie Informationsabende stattfinden, zur Verfügung stellen. In der Eingangshalle befinden sich auf breiten Tischen Ausstellungsstücke von unseren Kooperationspartnern, sowie Informations- und Aufklärungsmaterial, das zur Mitnahme bereit liegt. Jedoch soll unser Haus nicht nur die Informationsvermittlung darstellen, sondern auch vor allem zum gegenseitigen Austausch einladen. Aus diesem Grund sind bequeme Sitzmöglichkeiten wie Sofas etc. von Relevanz, um eine Atmosphäre zu schaffen, die zum Verweilen und Kommunizieren untereinander einlädt.

Die Umfrage

Unser Augenmerk bei der durchgeführten Umfrage lag darin, möglichst viele Meinungsbilder aus den unterschiedlichsten Personenkreisen einzuholen. Uns ist es wichtig, möglichst vielfältige Antworten zu erhalten, um das Angebot in unserem Haus der Nachhaltigkeit jedem Anspruch anzupassen. Mit dem Thema „Nachhaltige Kleidung“ haben wir ein aktuelles Thema aufgegriffen, dass uns täglich durch Apps, Flohmärkte, Recycling-Aktionen, Secondhand Läden, etc. über den Weg läuft. Geprägt durch diese Einflüsse sind wir motiviert in unsere Umfrage gestartet - mit Erfolg! Wir haben mit 76 Teilnehmern, unterschiedlicher denn je, die Umfrage erfolgreich abgeschlossen. Bei der Wahl unserer Fragen war schnell klar, wir möchten ein möglichst weites Spektrum an Fragen und möglichen Antworten bereitstellen, dass dennoch mit dem Wissen gewählt wurde es wortwörtlich „Kurz und knackig“ zu halten. So sind wir davon ausgegangen die Umfrage attraktiv für den Befragten zu gestalten und die Spannung von Frage zu Frage aufrecht zu erhalten. Erste Auseinandersetzungen mit dem Thema Nachhaltigkeit in der Kleidungsindustrie bei den Befragten zu bewirken war uns ebenfalls wichtig, die Zielsetzung

wäre, dass ein Wissensdurst bei den Befragten entsteht und diese sich somit in unser Haus der Nachhaltigkeit begeben, um diesen zu stillen. Die Umfrage begann mit personenbezogenen Fragen, damit wir die Auswertung konkretisieren können und möglichst gut an die verschiedenen Altersklassen, etc. in unserem Angebot anpassen können. Fortführend kamen konkrete Fragen zu dem bisherigen Kaufverhalten der Befragten. Daraufhin folgten Fragen, die das Interesse an nachhaltiger Kleidung ermitteln sollten, sowie Fragen nach möglichen Hindernissen und bereits eingeschweißten Problemen mit getragener Kleidung. Den Fragebogen erstellten wir mit der Internetplattform „my.survio.com“, da es dort sehr unkompliziert, praktisch und vor allem problemlos möglich war eine Umfrage zu organisieren. Diesen Link teilten wir auf verschiedenen sozialen Netzwerken wie „Instagram“ oder „WhatsApp“, um so viele verschiedene Teilnehmer wie möglich zu erreichen. Wir haben uns explizit dagegen entschieden die Umfrage über den Universitäts-Emailverteiler zu verschicken, da uns nicht „nur“ die Studierendenmeinungen interessieren, da unser Haus der Nachhaltigkeit alle möglichen Personengruppen ansprechen und zugänglich sein soll.

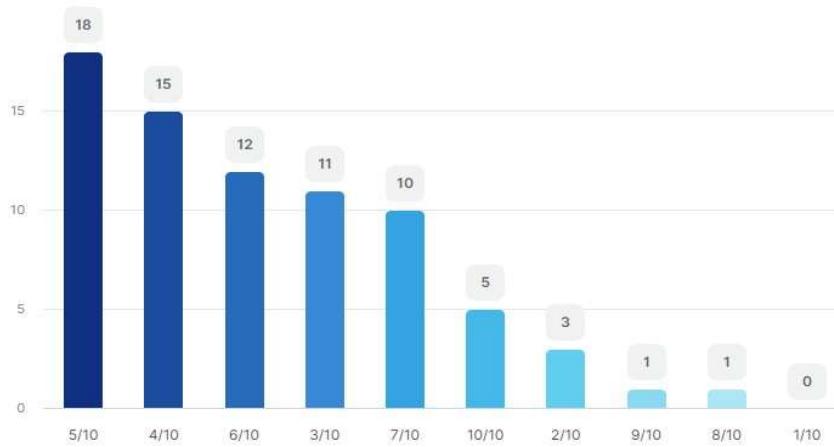
Die Umfrage ist über den folgenden Link aufrufbar:

<https://www.survio.com/survey/d/Y3D8C6F5G3B6W7B4A>

Auswertung der Umfrage

Unsere Umfrage wurde von 76 Proband*innen beantwortet, daraus resultiert wie folgt: Die meistvertretene Altersgruppe lag bei den 19-24 Jahre alten Personen mit 57,9% in der eindeutigen Mehrheit. Darauf folgten schwächer vertretene Altersgruppen, mit weniger als einem Viertel der zu erreichenden Prozentzahl. Die Geschlechter der Befragten waren nahezu gleich vertreten. Zudem bestand der überwiegende Teil der Personen aus Menschen, die sich in einem angestellten Verhältnis befinden. Bezuglich der bereits vorhandenen Berührungs punkte in Bezug auf nachhaltiger Kleidung erfragten wir nach bereits erfolgten Teilnahmen an sogenannten Kleiderauschpartys, daraus resultierte zu 98,7% die Antwort „Nein“. Nur eine befragte Person hat bereits an einer solchen Veranstaltung teilgenommen. Daraus zeigt sich uns auf, dass wir in unserem Haus der Nachhaltigkeit auf jeden Fall regelmäßige Kleiderauschpartys anbieten und den Besuchern näherbringen sollten. Nach der Frage, ob es für die Personen interessant und vorstellbar klingt die eigene Kleidung zu verkaufen, tauschen oder spenden zu wollen (Mehrfachnennungen möglich) bestand in jedem Aspekt ein hoher Anteil an positiven Resumee, nur eine einzige Person konnte sich leider keine von den drei Möglichkeiten vorstellen. Anschließend versuchten wir mit unseren Fragen das allgemeine Konsumverhalten der Befragten zu ermitteln. Wir erkundigten uns wie oft die Teilnehmenden im Jahr einkauften, wobei die zwei Antwortmöglichkeiten „4-6“ und „>10“ mit jeweils 32,9% in Führung gingen. Bei der Einschätzung des bisherigen Angebots an nachhaltiger Kleidung, die wir mittels eines Balkendiagramms beurteilten, stand die Antwort „5/10“ an der Spitze, womit ein mittelmäßiges Angebot gemeint ist. Siehe Abbildung:

8. Wie schätzen Sie das bisherige Angebot an nachhaltiger Kleidung ein?

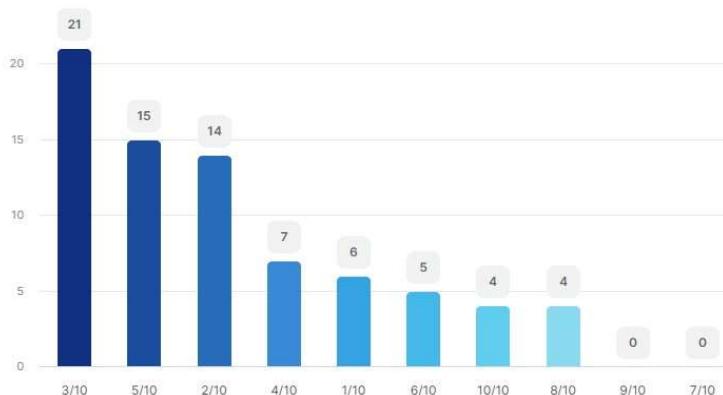


Als Nächstes erfragten wir, ob unsere Befragten denn überhaupt recycelte Kleidung tragen würden, wobei das eindeutige Ergebnis „Ja“ mit 84,2% ausfiel. Die Minderheit, 12 Personen (15,8%) hat mit „Nein“ abgestimmt - gut für uns. Zu unseren Gunsten, hat auch bei der nächsten

Frage die absolute Mehrheit dafür gestimmt, dass sie an einer Kleidertauschparty teilnehmen würden. Mit knapp 60%, die „Ja“ angegeben haben, war dem nichts mehr hinzuzufügen. Wir sind uns sicher, dass wir mit unserem breitgefächerten Angebot, das in dem Haus der Nachhaltigkeit angeboten wird, auch die restlichen 40% umstimmen können. Auch bei der Nachfrage angesichts des Tragens gebrauchter Kleidung stimmte ebenfalls hier die Mehrheit mit 80,3% für „Ja“ ab, dies zeigt für uns ebenfalls eine gute Resonanz auf und befürwortet unser Vorhaben im Haus der Nachhaltigkeit. Als Nächstes werten wir wieder mit einem Balkendiagramm aus, denn es war eine Skala als Antwortmöglichkeit gegeben, um die Frage, wie informiert man sich bezüglich nachhaltiger Kleidung fühlt, zu beantworten. Leider liegt die

Antwort „3/10“ an vorderster Front mit 27,6% und wird auch nur von niedrigen Antwortmöglichkeiten gefolgt. Siehe Abbildung:

13. Wie informiert fühlen Sie sich bezüglich nachhaltiger Kleidung?



Dies spricht vor allem für unser Vorhaben mit den Informationsabenden, die scheinbar sehr relevant sind, da unsere Gesellschaft noch zu unaufgeklärt ist. Befürwortet wird unser Vorhaben auch durch die nächste Frage, denn dort wird deutlich, dass eine Vielzahl unserer Befragten bereits auf diversen Plattformen aktiv ist, auf denen secondhand Kleidung erworben oder verkauft werden kann und somit bereits vorhandenes Interesse deutlich wird. Zudem stellten wir die Frage bezüglich der persönlichen Probleme mit dem Tragen gebrauchter Kleidung und auch hier war die eindeutige Mehrheit (80,3%) der Meinung, dass dies unproblematisch sei.

Bei der darauffolgenden Frage stimmte ebenfalls die eindeutige Mehrheit dafür ab, dass gebrauchte Kleidung für sie denselben Wert hat, wie neue Kleidung. Zuletzt fragten wir nach den möglichen Hindernissen beim Tragen gebrauchter Kleidung, dort war ein freies Feld für ausführliche Antworten vorgegeben. Die Antworten ähnelten sich allerdings. Unsere Top- Antwort lag dabei, dass viele Personen sich in dem Themenbereich unaufgeklärt fühlen und gerne mehr Informationen zu nachhaltiger Kleidung erhalten möchten. Von Vorteil für uns, denn genau für solche Probleme möchten wir die passenden Lösungen anbieten und dies ist auch der tatsächliche Grund der Durchführung der Umfrage! Somit war die Umfrage ein voller Erfolg und wir haben nun die Meinungen und verschiedenen Antworten unterschiedlichster Personen sammeln können und arbeiten damit nun weiter, bzw. wissen, wie wir unser Haus der Nachhaltigkeit final perfektionieren können!

Interview mit möglichem Kooperationspartner

Abschließend zu unserem Projekt suchten wir nach bereits bestehenden Unternehmen, die sich eine Kooperation mit unserem Haus der Nachhaltigkeit in dem Bereich „Textilien und Kleidung“ vorstellen können. Wir schickten mehrfach Emails an Secondhand-Läden raus, was sich mit am schwierigsten in unserem Projekt erwies, da viele leider gar nicht erst antworteten oder uns „hinhielten“. Also machten wir uns auf die „altmodische“ Art und Weise, nämlich persönlich, auf den Weg und erzielten damit ein positives Interview mit dem möglichen

Kooperationspartner „SECONDA“, ein Secondhand-Laden in der Stadtmitte Gießens. Nachfolgend zitieren wir (nachfolgend abgekürzt „I“ für Interviewer) das Interview mit der Geschäftsführerin Anita Richter (Abgekürzt „AR“):

Frage 1 - I:

„Wie läuft Ihr Geschäftsmodell genau ab, vor allem die Finanzierung? Kaufen Sie die Klamotten ab und verkaufen diese teurer oder werden diese an Sie gespendet oder sonstiges?“ Antwort 1 – AR:

„Mein Geschäft wird am 15.04.2022 ganze 31 Jahre alt und somit bewährt sich mein Geschäftsmodell. Die Kleidung abzukaufen, würde sich nicht lohnen, aber die Menschen können ihre gut erhaltenen Klamotten vorbeibringen. Diese sortiere ich passend zu meinem Laden, indem sie dann 8 Wochen den Kunden zum Verkauf zur Verfügung stehen. Der Erlös wird dann prozentual aufgeteilt, nämlich 50% geht an die Spendenden und 50% an meinen Laden. Nach der 8 Wochen Frist können die Spendenden ihre Kleidung entweder wieder abholen und behalten oder wenn sie diese nicht mehr möchten, spende ich die Kleidung weiter an verschiedene Organisationen wie zum Beispiel die Tafel oder auch an private Personen, wo ich weiß, dass diese gebraucht werden und in guten Händen liegen.“

Frage 2 – I:

„Wären Sie an einer Kooperation mit unserem Haus der Nachhaltigkeit interessiert?“ Antwort 2 – AR:
„Das müsste man dann schauen je nachdem wie sich Ihr Projekt entwickelt und wie die Kooperation genau ausschaut, aber ansonsten bin ich natürlich nicht abgeneigt und höre mir gerne alles dazu an!“

Frage 3 – I:

„Könnten Sie sich vorstellen Kleidung im Haus der Nachhaltigkeit auszuhängen/ zu verkaufen?“

Antwort 3 – AR:

„Es gilt eigentlich die gleiche Antwort wie oben bereits erwähnt – ich bin auf jeden Fall offen für alles und würde natürlich auch gerne meine Kleidung dort aushängen und verkaufen, aber man muss abwarten, wie sich alles entwickelt und wenn dieses Haus der Nachhaltigkeit steht, inwiefern da eine Kooperation möglich ist.“

Frage 4 – I:

„Hätten Sie Interesse daran, dass der Ertrag der Kleidung gespendet wird? Wenn ja, in welcher

Höhe und an welche Organisation?“ Antwort 4 – AR:

„In welcher Höhe kann ich so leider nicht beantworten. Ich kann es mir natürlich vorstellen, dass ein gewisser Ertrag gespendet wird, aber das müsste ich im Voraus mit meiner Kundschaft, die spendet, absprechen ob und inwiefern sie bereit wären etwas vom Ertrag zu spenden. Was ich mir aber sehr gut vorstellen kann ist Kleidung zu spenden, die nach der 8 Wochen Frist nicht von der Kundschaft zurückgenommen wird. Ansonsten spende ich wie oben erwähnt bereits an gewisse Organisationen, an die ich mir auch weiterhin vorstellen könnte, meine Spenden abzugeben ansonsten bin ich natürlich auch in dieser Hinsicht offen – Hauptsache die Spenden landen in vertrauliche und gute Hände!“

Frage 5 – I:

„Können Sie sich eine langfristige Zusammenarbeit mit uns vorstellen oder nur eine saisonbedingte? Haben Sie bestimmte Vorstellungen bezüglich der Dauer?“ Antwort 5 – AR:

„Wenn die Zusammenarbeit gut funktioniert, dann natürlich dauerhaft. Mein Laden ist auch nicht nur saisonal geöffnet, sondern wir haben eine Sommer- und eine Wintersaison, dementsprechend wäre es sehr gut möglich auf unbestimmte Zeit zusammen zu arbeiten.“

Frage 6 – I:

„Haben Sie Interesse an unseren Workshops mitzuwirken, um eine Aufklärung bezüglich nachhaltiger Kleidung zu schaffen? Grund dafür ist, dass durch unsere Umfrage deutlich wurde, dass sich viele der Teilnehmenden noch zu wenig darüber informiert fühlen.“ Antwort 6 – AR:

„Ich stehe komplett hinter dem Thema nachhaltige Kleidung und befürworte eine Aufklärung, die meines Erachtens sehr wichtig ist und dafür würde ich auch was tun. Somit könnte ich es mir sehr gut vorstellen Workshops in Ihrem Haus der Nachhaltigkeit zu geben oder mitzuwirken.“

Frage 7 – I:

„Können Sie sich andere Projekte mit uns in Zusammenarbeit vorstellen? Wenn ja, welche?“ Antwort 7 – AR:

„So auf Anhieb fallen mir jetzt natürlich keine konkreten Projekte ein. Wie bereits erwähnt bin ich neuen Sachen gegenüber sehr aufgeschlossen und würde mir gerne die verschiedenen Entwicklungen sowie Projekte anhören.“

Schluss

Zusammenfassend haben wir, Gina und Andrea, versucht bestmöglich unsere Fortschritte bei der Erarbeitung des Hauses der Nachhaltigkeit in dieser Arbeit aufzuzeigen und erkenntlich zu machen. Uns hat dieses Projekt sehr viel Spaß bereitet, gerne haben wir Treffen vereinbart, um an unserem gemeinsamen Haus weiterzuarbeiten. Die Vielfältigkeit dieses

Lehrforschungsprojektes hat uns neue Seiten eines Seminars aufgezeigt. Mit viel Motivation und Wissensbegierde war uns schnell klar, dass wir mit unserem Thema “Textilien und Kleidung” genau das Richtige für uns gefunden haben, direkt haben wir uns in die Thematik eingearbeitet und einige Fortschritte erzielt. Letztendlich ist ein für uns auf die verschiedenen Ansprüche der Menschen, die unter anderem an unserer, auf das Projekt abgestimmten Umfrage teilgenommen haben, passendes Haus entstanden. Wir haben unser Ziel erreicht! Durch Interviews, Recherchen und weitere Treffen haben wir Kooperationspartner für das Projekt gefunden, mögliche Standorte gewählt, die Art der Einrichtung getroffen, etc. Durch jeden Schritt, der uns ein Stück näher an unser Ziel gebracht hat, an dem wir jetzt angekommen sind, haben wir ein Gefühl übermittelt bekommen, dass uns aufgezeigt hat, dass wir unser allererstes Projekt mit viel Hingabe, Zuversicht und Motivation gemeistert haben. Diese Arbeit werden wir uns sicherlich mit Freude in der Zukunft ansehen und rückblickend sagen, dass es ein schönes, kreatives und Freude bereitendes erstes Projekt für uns beide war!

Quellen

hessenschau, 2019: Klimasünder Kleidung: Kann nachhaltige Mode funktionieren? <https://www.hessenschau.de/wirtschaft/klimasuender-kleidung-kann-nachhaltige-modefunktionieren,klimawandel-hessen-nachhaltige-mode-100.html> (Stand 13.04.2022)

ZEIT ONLINE, 2012: Grüne Mode

https://www.zeit.de/lebensart/mode/2012-10/gruene-mode?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F (Stand 13.04.2022)

Frankfurter Rundschau, 2016: Kleidung formt unsere Identität

<https://www.fr.de/panorama/kleidung-formt-unsere-identitaet-11041439.html> (Stand 13.04.2022)

Quarks, 2019: Kleidung: So macht sie unsere Umwelt kaputt

<https://www.quarks.de/umwelt/kleidung-so-macht-sie-unsere-umwelt-kaputt/> (Stand 13.04.2022)

Greenpeace, 2015: Wegwerfware Kleidung

https://www.greenpeace.de//sites/default/files/publications/20151123_greenpeace_mode_konsum_flyer.pdf (Stand 13.04.2022)