

Ergebnispapier
- Übergreifende Ergebnisse -

„Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“
Analyse von Potentialen und Herausforderungen bei
Nachhaltigkeitsveranstaltungen unter Studierenden

Laborprojekt
Unterstützt durch den Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE)
Juni 2009 – Februar 2010

Ein Projekt der Nachhaltigkeitsinitiativen

Arbeitsgemeinschaft für Nachhaltigkeit Erfurt e.V. (AGN)

Initiative für Psychologie im Umweltschutz e.V. (IPU)

Initiative für Nachhaltigkeit der Universität Duisburg-Essen (IfN)

Projektkurzbezeichnung: **Geschäftsstelle RNE „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“**

Projektbearbeitungsnummer: **07.9040.2-001.00**

Projektlaufzeit: **01.06.2009 – 29.02.2010**

Inhaltliche Verantwortlichkeiten/Mitarbeit:

Gesamtkoordination: Stefanie Wölfle (IfN)

Experteninterviews (IPU): Jasmin Honold (Kordinatorin) Dirk Marx, Katja Kisters, Franziska Borries, Katharina Beyerl, Sofie Scholz, Holger Stengel

Online Fragebogen (IfN): Julia-Lena Reinermann (Kordinatorin), Stefanie Wölfle, Daniel Drewniak, Daniela Mathusiak

Evaluation Festival (AGN): Mandy Singer-Brodowski, Stefanie Kosmalski (Kordinatorin), Carla Gross

Bericht verfasst durch: **AG Nachhaltigkeit Erfurt (AGN)**
Mandy Singer-Brodowski, Stefanie Kosmalski,

**Initiative für Nachhaltigkeit der Universität
Duisburg Essen (IfN)**
Julia-Lena Reinermann, Stefanie Wölfle

**Initiative für Psychologie
im Umweltschutz (IPU)**
Jasmin Honold, Dirk Marx, Katja Kisters, Franziska Borries

Kontakt zu den AutorInnen über:

Stefanie Wölfle
C/O Initiative für Nachhaltigkeit, Universität Duisburg Essen (IfN)
E-Mail: stefanie.woelfle@uni-due.de / studiesfuernachhaltigkeit@web.de

Danksagung

Im Rückblick auf den Lauf der Projektzeit hat sich uns - trotz aller Hürden, die es zu nehmen galt – eines gezeigt: „Nachhaltigkeit ist zwar vielleicht nicht immer Rock' N' Roll, macht zusammen aber trotzdem total viel Spaß und auf jeden Fall Lust auf mehr!“

Denn trotz der Förderung dieses Projektes durch die Geschäftsstelle des RNE blieb eine der großen Herausforderungen in der Zusammenarbeit der große ehrenamtliche Aufwand, den alle Beteiligten neben Studium, Familie und Nebenjobs bewältigen mussten. Dies ist darauf zurückzuführen, dass der Umfang des Projekts sowie der Kommunikationsaufwand zu Beginn des Projektes schwer eingeschätzt werden konnte. Des Weiteren ist zu nennen, dass die Zusicherung von Arbeitsleistungen durch ehrenamtliche MitarbeiterInnen schwierig ist und daher ein klar definierbarer “Output“ der Teilprojekte nur bedingt voraus- bzw. durchgesetzt werden konnte. Dennoch konnte über den Lauf der Projektzeit eine Professionalisierung der Netzwerkarbeit der Initiativen beobachtet werden, die sich auch positiv auf andere, einzelne Netzwerke der Initiativen auswirkte.

Das Ergebnis – oder der “Output“ – dieser Projektarbeit macht uns nicht zuletzt unter den oben genannten Gesichtspunkten besonders stolz. Aufgrund eines internen Resumés führen wir dies unter Anderem auf die hohe Identifikation mit dem Thema Nachhaltigkeit sowie die gegenseitige Motivation zurück. Neben dem Interesse an der Zusammenarbeit mit anderen studentischen Nachhaltigkeitsinitiativen und deren spezifischen Arbeitsformen standen außerdem die Wissbegierde bezüglich des bisher kaum untersuchten Themas und die Möglichkeit, dieses im Rahmen eines Projekts zu konkretisieren im Vordergrund. Ein Mitglied unserer Projektgruppe resümierte in einer Mail: „Nachhaltigkeit ist zwar vielleicht nicht immer Rock' N' Roll, macht zusammen aber trotzdem total viel Spaß und auf jeden Fall Lust auf mehr!“

Öffentliche Institutionen, die es sich zum Ziel gesetzt haben, nachhaltige Entwicklung in die Gesellschaft zu tragen und sie zum Handeln zu motivieren, müssen Ideen und Vorstellungen verschiedenster TeilhaberInnen in das jeweils eigene Handeln mit einzubeziehen. Dabei erfordert die Zusammenarbeit mit und Unterstützung von studentischen Initiativen durch Unternehmen, Universitäten und sonstige Organisationen besonders viel Mut und Vertrauen in die Motivation und Kreativität von jungen Menschen.

Wir danken der Geschäftsstelle des RNE für diesen Mut, durch den in diesem Projekt nicht nur weiterführende Projektergebnisse erzielt werden konnten, sondern besonders auch die weiterführende Zusammenarbeit innerhalb der Initiativen gestärkt werden konnte, wie wir hoffen. Ein besonderer Dank geht an unsere Betreuerin Dorothee Braun.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	2
1 Einführung	3
2 Events und Nachhaltigkeit	4
3 Projektergebnisse	6
3.1 Der Lernraum der Initiativen	7
3.2 Übergreifende Erfolgsfaktoren aller Teilprojekte	12
4 Vorschläge für Events des RNE	17
4.1 Schatzsuche im Großstadtdschungel: Eine Eventrallye durch die City	17
4.2 Nachhaltige Jobmesse: Das klassische Messeformat für Nachhaltigkeit	18
5 Empfehlungen für die weitere Zusammenarbeit mit Nachhaltigkeitsinitiativen	19
6 Fazit und Ausblick	22

Abstract

In diesem Ergebnispapier werden die wesentlichen Ergebnisse des Verbundprojekts „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“ der studentischen Nachhaltigkeitsinitiativen Initiative für Nachhaltigkeit Duisburg-Essen (IfN), Initiative für Psychologie im Umweltschutz e.V. (IPU) und der AG Nachhaltigkeit Erfurt e.V. (AGN) skizziert. Über einen Zeitraum von fast einem Jahr haben die drei Initiativen das oben genannte Verbundprojekt durchgeführt, dessen Ergebnisse im Folgenden präsentiert werden.

Anhand eines integrierten Designs dreier Forschungszugänge (Experteninterviews, Onlinefragebogen, Evaluation eines Nachhaltigkeitsfestivals) wurde interdisziplinär der zentralen Frage nachgegangen, wie in Deutschland Veranstaltungen zum Themenfeld der nachhaltigen Entwicklung inhaltlich und formal konzipiert werden können, um anschlussfähig an die Lebenswelt von Studierenden zu sein. Als Ziel einer Nachhaltigkeitsveranstaltung wird angesehen, Studierende für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren und Studierende partizipativ in den Suchprozess einer nachhaltigen Entwicklung zu integrieren. Die beteiligten Initiativen kommen zu dem Ergebnis, dass ein Zusammenspiel der folgenden Faktoren besonders stark auf den Erfolg von Nachhaltigkeitsveranstaltungen unter Studierenden wirkt:

- Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement zur Steigerung der Authentizität
- Schaffung der Möglichkeit zur Partizipation der Teilnehmenden
- Zielgruppenspezifische Kommunikation, die an Erfahrungen der eigenen Lebenswelt anknüpft und konkrete Handlungsmöglichkeiten eröffnet

Nach der Darstellung der Erfahrungen und Ergebnisse des Projekts werden abschließend beispielhaft Ideen auf den RNE übertragen und weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit aufgezeigt.

1 Einführung

Studien über das Umweltbewusstsein der Deutschen (UBA 2002 – 2008)¹ belegen, dass die meisten Menschen zwar die Notwendigkeit zum Handeln im Sinne einer Nachhaltigen Entwicklung kennen, allerdings kaum eine Verbindung zu ihrer eigenen Alltagswelt herstellen können. Das bedeutet, die Idee einer Nachhaltigen Entwicklung ist den Deutschen zwar bekannt, sie schlägt sich aber nicht in entsprechenden Handlungen nieder.

Das Verbundprojekt „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“ knüpft an diesen Erkenntnissen an. Es wird davon ausgegangen, dass eine Verbindung zur Alltagswelt einer bestimmten Zielgruppe hergestellt werden muss, um diese zu erreichen. Im Projekt „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“ wurde von Seite studentischer Nachhaltigkeitsinitiativen untersucht, wie eine Verbindung zur Alltagswelt von Studierenden über Veranstaltungen oder „Events“² hergestellt werden kann. Veranstaltungen werden dabei als Räume betrachtet, in denen sich einerseits Bildungsprozesse abspielen können, und andererseits Nachhaltige Entwicklung direkt gelebt und greifbar gemacht werden kann.

Die Notwendigkeit, Studierende verstärkt auf die komplexen Zusammenhänge von Nachhaltiger Entwicklung aufmerksam zu machen, ergibt sich einerseits aus den Zielen der in diesem Projekt zusammenarbeitenden Initiativen. Alle drei hier vertretenen Nachhaltigkeitsinitiativen gingen aus einem universitären Umfeld hervor und möchten auch hier weiterhin wirken, um beispielsweise die Sensibilisierung und die Schaffung von Motivation zu einem nachhaltigeren Alltagshandeln von Studierenden, aber auch anderen universitären Akteuren sowie der Organisation Universität selbst voran zu treiben. Bezüglich der Aktivitäten der „Organisation Universität“ ist es daher besonders zu begrüßen, dass sich auch Hochschulen als Institutionen in den letzten Jahren verstärkt darum bemüht haben, ihrem Auftrag als Bildungsstätten für Nachhaltige Entwicklung nachzukommen und dieses Ziel kürzlich auch verschriftlicht haben (siehe dazu die gemeinsame Erklärung der Deutschen UNESCO-Kommission und der Hochschulrektorenkonferenz „Hochschulen für Nachhaltige Entwicklung“ vom Januar 2010).

Vor diesem Hintergrund ist zu sagen, dass die in diesem Projekt vertretenden Nachhaltigkeitsinitiativen bereits über eine langjährige Erfahrung mit Nachhaltigkeitsveranstaltungen an Hochschulen verfügen und zudem selbst Teil des Zielpublikums sind. Dadurch besteht ein besonders guter Zugang zur studentischen Lebenswelt. Die Initiativen haben sich daher aufgemacht, neue Veranstaltungsformate zur Verbreitung und Diskussion von Nachhaltigkeitsthemen unter Studierenden selbstständig zu

¹ Diese und nachfolgende Literaturangaben in diesem Teil des Dokuments sind im Literaturverzeichnis des korrespondierenden Dokuments „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“ aufgeführt.

² In dieser Arbeit werden die Begriffe „Veranstaltung“ und „Event“ gleichgesetzt.

untersuchen und neue Konzepte - im Sinne eines Testlabors –auszuprobieren. Die übergreifenden Erkenntnisse aus der Zusammenarbeit werden in diesem Dokument vorgestellt; Detailergebnisse können im Dokument „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“ eingesehen werden.

Nach einer Einordnung dieses Projektes in die Nachhaltigkeitskommunikation via Events (Kap. 2) werden in Kapitel 3 die übergreifenden Ergebnisse der Arbeit dargestellt: zum einen wird mit ihnen der Lernraum der ProjektteilnehmerInnen in diesem Verbundprojekt (Kap. 3.1) beschrieben; zum anderen werden die übergreifenden Faktoren, die den Erfolg einer Nachhaltigkeitsveranstaltung beeinflussen, skizziert (Kap. 3.2). In Kapitel 4 und 5 werden einige der aus dem Projekt entstandenen Ergebnisse in Bezug zum Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) gesetzt. Hier werden konkrete Ideen für „Events“ zur Nachhaltigkeitskommunikation genannt (Kap. 4) sowie Möglichkeiten vorgeschlagen, wie der RNE weiter mit studentischen Nachhaltigkeitsinitiativen zusammenarbeiten könnte (Kap. 5). In Kapitel 6 wird ein Fazit aus der Projektarbeit gezogen sowie ein Ausblick für weitere Aktivitäten zu „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“ gegeben.

2 Events und Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitskommunikation

Der Begriff der Nachhaltigkeitskommunikation hat seit einigen Jahren den der Umweltkommunikation im wissenschaftlichen Diskurs abgelöst. Hintergrund ist die Erkenntnis, dass eine Kommunikation von Umweltfragen in das Leitbild einer Nachhaltigen Entwicklung integriert werden muss (vgl. Michelsen 2007, 25). Dies resultiert aus den Diskursen einzelner gesellschaftlicher Subsysteme (z.B. Politik, Wirtschaft, Bildung), die aufzeigen, dass Umweltprobleme auch ökonomischen oder soziokulturellen Wandlungsprozessen unterworfen sind (ebd.). Die Nachhaltigkeitskommunikation steht somit vor einer großen Herausforderung: es reicht nicht mehr, die Beziehungen zwischen natürlicher Umwelt und den Menschen zu thematisieren, sondern es müssen z.B. auch die daraus entstehenden sozialen Konflikte und wirtschaftlichen Abhängigkeiten kommunikativ integriert werden.

Eine Nachhaltige Entwicklung ist abhängig von der Teilnahme der Gesellschaftsmitglieder. Ohne Dialog und gemeinsame Bedeutungsgenerierung einer nachhaltigen Entwicklung wird kaum ein Wissen, Wollen und Handeln der Gesellschaftsmitglieder erzeugt (ebd.). Dabei steht die Nachhaltigkeitskommunikation vor der Aufgabe, den Bildungsprozess einer Nachhaltigen Entwicklung zu stützen, indem sie nicht nur Information und Handlungsangebote schafft,

sondern die Menschen mit ihren Ideen und Kräften auch bewusst in einen Schaffensprozess integriert. Das Schwierige dabei ist, dass die derzeitig vorherrschenden Denk- und Konsummuster junger Menschen einem nachhaltigen Lebensstil oft entgegengesetzt sind. „Cool“ ist nicht, wer sich um Reparaturen kümmert oder seiner alten Nachbarin hilft – „Coolness“ ist sehr oft mit unhinterfragten Vorbildern und einem hohen Ressourcenverbrauch verbunden. Aus unseren Erfahrungen durch Gespräche und Diskussionen wissen wir als Initiativen, dass das Wort „Nachhaltigkeit“ von vielen jungen Menschen mit Einschränkung oder Verzicht gleichgesetzt wird, weshalb sie mit Ablehnung auf das Thema reagieren. Ohne eine tiefer gehende Beschäftigung mit der Thematik ist jedoch kein Mit- und Umdenken im Sinne einer Nachhaltigen Entwicklung zu erwarten; eine Verhaltensänderung ist noch unwahrscheinlicher.

Events

Das Verbundprojekt „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“ geht von der Annahme aus, dass Veranstaltungen ein Werkzeug sind, um eine gelingende Nachhaltigkeitskommunikation unter Studierenden, vor allem aber ein „Mainstreaming“ des Themas Nachhaltige Entwicklung zu fördern.³

Auf der Grundlage der Erfahrungen der Initiativen im Veranstaltungsmanagement wurden die folgenden Fragen als besonders wichtig für das Vorgehen im Projekt angesehen:

- Welche Bedingungen unterschiedlicher Veranstaltungsformate machen *Lust auf Nachhaltigkeit*?
- Wie kann Nachhaltigkeit erfahr- und erlebbar gemacht werden?
- Wie können nachhaltige Lebensstile als ein *Mehr* an Lebensqualität kommuniziert werden?

Das *Event* als Veranstaltungsform ist per Definition⁴ etwas Begrenztes, Außergewöhnliches, oftmals Emotionalisierendes, von kurzer Dauer und häufig einmalig. Wenn Nachhaltigkeit in Form eines Events vermittelt werden soll, treffen auf den ersten Blick zwei Pole aufeinander. Die Eigenschaften eines Events scheinen in direktem Widerspruch zur Nachhaltigkeitsidee zu stehen, die ja gerade für etwas Vielschichtiges, Langfristiges und einen Prozess steht.

³ Die Wahl der Zielgruppe ist dabei, wie bereits angedeutet, gewählt worden, weil die Initiativen ein Bezug zur studentischen Lebenswelt haben. Es ist also nicht beabsichtigt, Nachhaltigkeit oder Nachhaltige Entwicklung (weiterhin) als ein „elitäres Thema“ unter jungen Menschen zu verstehen. Es wird hiermit vorgeschlagen, die Verknüpfung von Events und Nachhaltigkeit für den RNE exemplarisch in diesem Zielpublikum „auszuprobieren“ und weiter zu entwickeln.

⁴ Vgl. z.B. Gabler Wirtschaftslexikon: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/81537/event-v4.html>; abgerufen am 17.04.2010)

Durch das Verbundprojekt wird versucht, diesem Widerspruch zu begegnen. Dies ist dadurch begründet, dass Veranstaltungen die Möglichkeit bergen, Räume der Teilhabe zu schaffen. Gerade die Schaffung von Kommunikationsräumen für den Austausch und die Teilhabe am Thema Nachhaltige Entwicklung sind ja in einer (Aus-)Bildung für Nachhaltige Entwicklung entscheidend. Weiterhin geben Veranstaltungen die Möglichkeit, unterschiedlichste Akteure im Sinne einer Nachhaltigen Entwicklung zusammen zu bringen und die Interdisziplinarität des Themas deutlich werden zu lassen. Ebenfalls können im Gegensatz zu langfristigen Formaten, wie z.B. Projekten, Menschen erreicht werden, die dem Nachhaltigkeitsgedanken bisher kaum begegnet sind. Hierbei nehmen Fragen nach der Möglichkeit, durch kurzfristige Ereignisse („Events“ bzw. Veranstaltungen) langfristige Effekte (Wissenszuwachs und Handlungsmotivation) im Sinne einer Bildung für Nachhaltige Entwicklung zu erzielen, eine bedeutende Rolle ein. Hieraus ergibt sich auch die Frage, wie ein erfolgreiches Qualitätsmanagement bei der Organisation von Veranstaltungen für eine studentische Zielgruppe aussehen müsste, um Ideen und Handlungsvorschläge an die Zielgruppe zu kommunizieren und diese so zum Nachdenken und Handeln anzuregen.

Implikationen für unsere Arbeit

Unter folgender Leitfrage wurden die drei Module ExpertInneninterviews, Online-Befragung und Evaluation des Praxisprojektes „Nachhaltigkeitsfestivals *lebenslust* entwickelt:

„Wie müssen Veranstaltungen zum Themenfeld der Nachhaltigen Entwicklung inhaltlich und formal konzipiert werden, um anschlussfähig an die Lebenswelt von Studierenden zu sein?“

3 Projektergebnisse

Im Folgenden werden Hauptergebnisse des Projekts überblicksartig dargestellt werden. Einzelergebnisse wurden zugunsten der Darstellung der gemeinsamen Erkenntnisse ausgenommen, sind jedoch im korrespondierenden Dokument zu diesem Papier („Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“) einzusehen. Die Ergebnisse (Kap. 3.1) sind unterteilt in

- a.) die Beschreibung des Lernraumes, der sich im Rahmen der Zusammenarbeit entwickelt hat und in die
- b.) Ergebnisse aus den Forschungsprojekten.

Im Abschnitt 3.2 werden die übergreifenden Erfolgsfaktoren für Nachhaltigkeitsveranstaltungen für Studierende aufgezeigt, die aus den

Forschungsergebnissen aller drei Teilprojekte resultieren. Es folgt eine abschließende Bewertung der Ergebnisse.

3.1 Der Lernraum der Initiativen

Neben den eigentlichen Ergebnissen des Themas unserer gemeinsamen Projektarbeit wollen wir zunächst einige Punkte herausgreifen, die uns als besonders wichtig als Resümée und Handlungsempfehlungen für ähnliche Projekte bzw. für die zukünftige Zusammenarbeit erscheinen. Die nun folgenden Dimensionen der gemeinschaftlichen Arbeit, den wir als gemeinsamen „Lernraum“ der Initiativen bezeichnen, bilden die wichtigsten Erfolgspotentiale einer solchen überregionalen Zusammenarbeit ab. Sie zeichnen aber auch die potentiellen Schwierigkeiten ab, die eine übergreifende Kooperation in dieser Form mit sich bringt. Diese Erfahrungswerte könnten anderen und zukünftigen Projekten dienen, die sich ebenfalls zu einem hohen Anteil durch ehrenamtliche Mitarbeit, durch Interdisziplinarität in Vorgehen und Projektgruppe und durch ihre überregionale Zusammenarbeit auszeichnen.

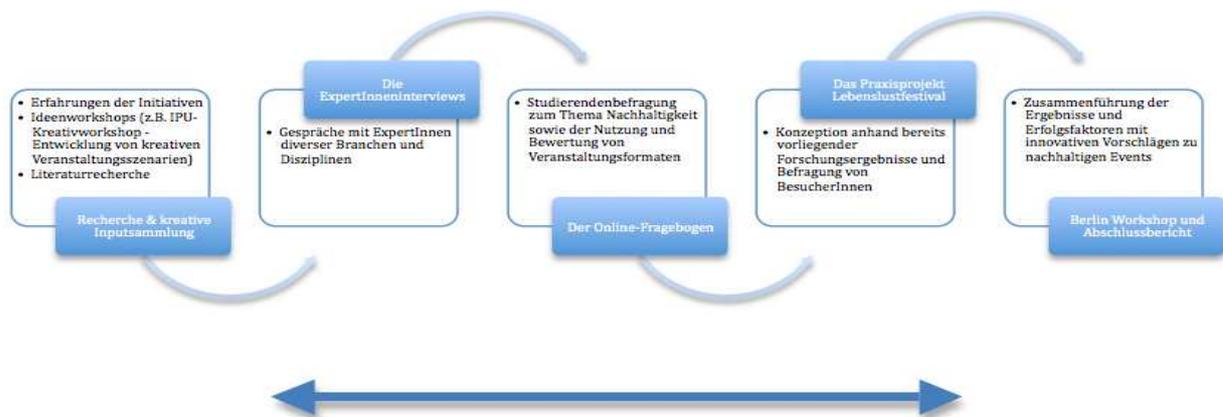
Netzwerkbildung und Netzwerkpflge

Obwohl die hier in diesem Projekt vertretenen Initiativen bereits durch andere Projekte miteinander in Kontakt getreten sind, ist die übergreifende Zusammenarbeit, die den Initiativen in dieser Form durch das Projekt ermöglicht wurde, bisher einmalig. Bis zum Zeitpunkt des Projektbeginns war es den Initiativen nicht gelungen, eine effektive Kommunikations- und Abstimmungsstruktur untereinander - über ihre lokalen Strukturen und die Grenzen der jeweiligen Initiative hinweg - aufzubauen. Als Hauptgrund ist dafür maßgeblich der Zeit-, Finanzierungs- und Personalmangel anzusehen.

Die Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit finanzieller Unterstützung hat diese Situation verändert. Einerseits wurde den Initiativen in diesem Projekt seitens des RNE die Möglichkeit gegeben, durch finanzielle Aufwandentschädigungen überhaupt eine so umfangreiche und lang andauernde Zusammenarbeit durchzuführen und dadurch auch Erfahrungen und Tipps untereinander - weit über die Projektinhalte hinaus - auszutauschen. Andererseits wirkte die Zusammenarbeit mit dem RNE auch als Stärkung, indem sie von politischer Seite her ein Signal der Unterstützung der Arbeit der Nachhaltigkeitsinitiativen setzte. Kurz gesagt ist die Förderung seitens gesellschaftlicher Institutionen wie dem RNE auf die Netzwerkarbeit der Initiativen als deutlicher Erfolgsfaktor zu bewerten: Die Zusammenarbeit durch finanziell geförderte Projekte und Veranstaltungen stärkt die *Netzwerkbildung* und *Netzwerkpflge* der Nachhaltigkeitsinitiativen.

Interdisziplinäres Vorgehen

Die unterschiedlichen Arbeitsbereiche, die in diesem Projekt angefallen sind, werden in der folgenden Abbildung dargestellt. Die Abbildung beschreibt die Inhalte der einzelnen Teilbereiche der Initiativen und stellt diese in einem zusammenhängenden Arbeitsprozess dar. Der Forschungsprozess war zirkulär organisiert; durch ständigen Austausch der Recherche- und Forschungsaktivitäten konnten gewonnene Erkenntnisse eines Teilprojektes in anderen Arbeitsfeldern genutzt werden. Zu Beginn galt es, durch Recherche und initiativeninterne Workshops Ideen zur Thematik zu sammeln und Forschungslücken aufzuspüren. Zu späteren Zeitpunkten wirkten sich empirisch gewonnene Erkenntnisse wiederum auf Recherche- und Kreativarbeit aus. Zudem sind Befunde aus den von der IPU durchgeführten ExpertInneninterviews in den Online-Fragebogen der IfN eingeflossen. Auch konnten Ergebnisse der Interviews und der Umfrage im Lebenslustfestival der AGN umgesetzt werden. Befunde der Evaluation dieses Festivals beeinflussten wiederum die Interpretationsräume der anderen Arbeitsfelder. Dieser offene Forschungsprozess ermöglichte es, neue Erkenntnisse und Ideen zuzulassen, Arbeitsstrategien anzupassen und zu korrigieren und damit prozessorientiert voneinander zu lernen.



Bestandteile des Arbeitsprozesses der Initiativen

Rückblickend kann festgestellt werden, dass die Nutzung verschiedener Wissenschaftssprachen, unterschiedlicher methodischer Ansätze und fachspezifischer Denksysteme Einfluss auf die erfolgreiche Zusammenarbeit der Initiativmitglieder gehabt hat. Obwohl es sich teilweise als schwierig gestaltete, die unterschiedlichen Sicht- und Herangehensweisen der TeilnehmerInnen unterschiedlicher Fachdisziplinen auf einen Nenner zu bringen, mündete die Zusammenarbeit jedoch aufgrund der

Kompromissbereitschaft und des hohen intrinsischen Interesses Aller in einem konstruktiven und vielschichtigen Arbeitsergebnis.

Es kann gesagt werden: Interdisziplinäre Zusammenarbeit in Projekten birgt Konfliktpotential und verlangsamt einerseits interne Abstimmungsprozesse, eröffnet andererseits aber auch neue, innovative Lösungs- und Lernansätze.

Organisation der Zusammenarbeit

Zur allgemeinen Arbeitsorganisation wurde ein Mitglied der Initiativen als Gesamtkoordinatorin bestimmt; für die Koordination der Teilprojekte wurde jeweils eine VertreterIn der Initiativen ernannt. Die Aufgabe der **Gesamtkoordinatorin** war es, als Schnittstelle zwischen dem RNE und den KoordinatorInnen/ dem Team zu fungieren. Sie war damit für alle Arbeitsbereiche und Anliegen zuständig, die den **gemeinsamen Arbeitsbereich der Initiativen** umfassten. Als Beispiel können hier die Abwicklung/Unterstützung von organisatorischen Dingen (z.B. vertraglich, finanziell, Moderation von internen Abstimmungen und das Überblicken von deadlines) oder die Einberufung, Moderation und Dokumentation von gemeinsamen Arbeitsbesprechungen aller Initiativen (per Telefonkonferenz) exemplarisch genannt werden. Bei einzelnen Arbeitsschritten und zeitlicher Überbelastung wurde die Moderation/Koordination von Arbeitspaketen durch andere engagierte Projektmitglieder unterstützt. Die **KoordinatorInnen der Teilprojekte** hatten die Aufgabe, die **individuellen Arbeitsbereiche der Initiativen** zu koordinieren. Dies umfasste unter anderem die Koordination und Durchführung des Teilprojekts mit den Teammitgliedern und die Absprache mit der Gesamtkoordinatorin und den Koordinatoren der anderen Teilprojekte.

Aus organisatorischer Sicht war es wichtig, verschiedene KoordinatorInnen zu bestimmen. Dies hat einerseits die Komplexität der Kommunikation erhöht, andererseits konnten aber so auch die Verantwortlichkeiten „verteilt“ werden. Aufgrund der Komplexität der Kommunikationswege ist es daher wichtig, dass alle Teammitglieder unbedingt die vorab festgelegten Kommunikationswege einhalten, damit dies u.a. in Zeiten hoher Arbeitsbelastung nicht zu einem „Durcheinander“ und damit zu einer Verunsicherung des gesamten Teams führt.

Die wichtigsten persönlichen und fachlichen Kompetenzen, die für die Gesamtkoordination aber auch der Arbeit der KoordinatorInnen der Teilprojekte gelten, können unter anderem wie folgt umschrieben werden:

(a.) *Organisatorisch-kommunikative Kompetenz* (z.B. immer wieder Zwischenstände zusammenzufassen und per E-Mail alle auf dem Laufenden halten):

„Sehr arbeitserleichternd war eine gute E-Mail-Kommunikation. Dazu gehört nicht nur eine ausführliche und verständliche Beschreibung anstehender Aufgaben oder Fragen und ein klarer Betreff, sondern auch eine gut strukturierte Zusammenfassung und ggf. eine klare

Aufforderung inkl. zeitlicher Deadlines etc. Es ist notwendig, sehr viel Zeit in die Formulierung zu investieren und Mails insgesamt so kurz wie möglich zu halten, da sonst vieles überlesen wird. In Zeitphasen, in denen weniger passiert, sollte dennoch die Kommunikation nicht abbrechen, um die Motivation aller Beteiligten aufrecht zu erhalten.“⁵

- (b.) *Moderierende und integrierende Kompetenz* (z.B. Vorschläge zur konstruktiven Problemlösung, Integration von verschiedenen Meinungen, der „Blick von oben“, ohne sich in Details zu verlieren)
- (c.) *Strukturierte, analytischen Kompetenz* (z.B. was die Gesprächsführung und die Dokumentation von Diskussionsergebnissen oder die Erstellung von Arbeitsvorlagen, das Setzen von deadlines etc. für die gemeinsame Arbeit betrifft)

„Die Wichtigkeit guter Kommunikation zeigte sich insbesondere auch bei Telefonkonferenzen: Generell sind sie ein wichtiges und sehr nützliches Instrument, um sich mit allen Beteiligten abzustimmen, um die Partizipation im Prozess sicherzustellen und persönliche Kontakte aufrecht zu erhalten. Durch eine sehr gute Moderation, häufige namentliche Ansprache, einem bereits vorab vorliegenden Plan mit Tagesordnungspunkten sowie zeitlicher Vorgaben und einem im Nachhinein schnell verfügbaren und gut verständlichen Protokoll haben sie wesentlich dem Vorankommen im Projekt gedient. Lediglich als ein virtuelles Kick-off-Meeting des gesamten Projekts (also dem Erstkontakt der VertreterInnen aller drei Initiativen) ist die Telefonkonferenz weniger geeignet und sollte, wenn möglich, durch ein reales Treffen ersetzt werden. Die „realen“ Workshops wurden von uns IPU als sehr motivierend und wichtig erlebt.“⁶

Als die wohl größte Herausforderung im Gesamtprojekt ist zu nennen, dass zu Beginn des Projekts der Arbeitsaufwand nicht eingeschätzt werden konnte und dies letztendlich unter viel ehrenamtlicher Arbeit zu teils erheblicher personeller Überlastung geführt hat. Dies betraf nicht nur am Projekt Beteiligte, sondern z.B. auch „Externe (wie z.B. Mitglieder der Initiativen) weswegen das Projektdesign zwar als „Laborprojekt“ sehr spannend war, aber nicht in genau diesem „Design“ noch einmal durchgeführt werden sollte. Obwohl dies nicht auf einzelne Projektmitglieder zurückzuführen ist, gestaltete sich aus organisatorischer Sicht aus diesem Grund (viel ehrenamtliche Arbeit) der Umgang bzw. der reibungslose Ablauf der Teilprojekte aufgrund z.B. organisatorischer Abstimmungsschwierigkeiten oder nicht eingehaltener/einzuhaltender Deadlines teilweise als schwierig. Es wird vermutet, dass diese Schwierigkeiten hauptsächlich aufgrund des Projektdesigns auftraten, da die Teilprojekte aufeinander abgestimmt und damit abhängig von den Arbeitsergebnissen der jeweils anderen Initiativen und „organisatorischen Prozessketten“ waren.

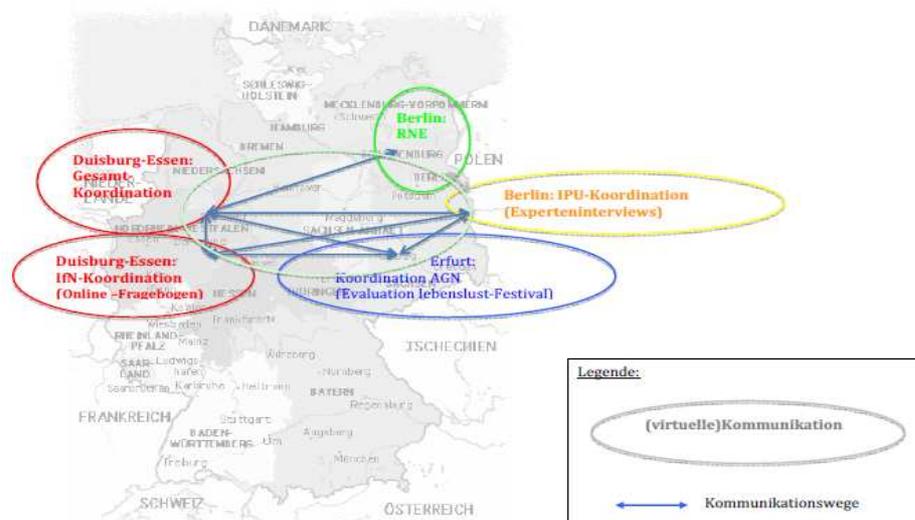
Hier kann festgestellt werden, dass sich das Gesamt-Team (zufälligerweise) sehr gut in den fachlichen und persönlichen Kompetenzen ergänzt hat, die zur Lösung vereinzelter Probleme beitragen. Für zukünftige, ähnliche Projekte wäre es hier hilfreich, vereinzelt (und vielleicht

⁵ Die oben genannten Zitate stammen aus einer Zusammenfassung eines Resumés der IPU (Februar 2010), das vorbereitend auf eine gemeinsame Feedback-Besprechung aller Initiativen vorbereitet wurde.

⁶ Ebd.

auch provisorisch) eine/n externe/n ModeratorIn einzuschalten, um einen „Blick von Außen“ wiederzuspiegeln und die Verantwortlichen zu entlasten. Diese mögliche Entlastung der Verantwortlichen bezieht sich hauptsächlich auf die schwierige Balance, die es zu halten gilt, wenn einerseits Arbeit (ehrenamtlich) geleistet oder verändert werden muss, andererseits aber die persönliche Kommunikation für die weitere Arbeit nicht belastet werden soll.

Die folgende Grafik zeigt noch einmal die deutschlandweite Vernetzung auf, welche die gemeinsame Zusammenarbeit gekennzeichnete.



Überregionale Zusammenarbeit der Initiativen

Virtuelle Kommunikationsräume

Aufgrund der räumlichen Entfernung erfolgte die Kommunikation der Projektmitglieder hauptsächlich über E-Mail, Telefon und webbasierte Internetdienste. Der Prozess eines überregionalen Projektmanagements konnte zunächst nur durch die Nutzung webbasierter Kommunikationsräume arrangiert werden. Einem intensiven E-Mailkontakt folgte die Einrichtung eines Wikis – einem Tool zur Online-Kollaboration –, welches vor allem das gemeinsame Erarbeiten von Texten erleichterte. Ein gemeinsamer Arbeits-Workshop im August 2009 konnte dann ein erstes persönliches Kennenlernen ermöglichen und wirkte auf alle Beteiligten besonders motivierend. Vor diesem Hintergrund ist festzuhalten, dass eine virtuelle Arbeitsorganisation face-to-face Treffen, in denen sich die Akteure live erleben und auch privat austauschen können, ergänzen aber nicht ersetzen kann.

Mischkonzepte aus einerseits realen Treffen und andererseits Arbeitsprozessen, die über Web 2.0, Telefon- oder Videokonferenzen organisiert sind, scheinen besonders sinnvoll. Potentielle Abstimmungs- und Kommunikationsprobleme werden damit am deutlichsten minimiert, und dies gilt insbesondere für kritische Momente im Projekt, wie z.B. einem kick-

off-meeting, der Zusammenführung einzelner Ergebnisse oder der Konzeption des „Endproduktes“, in unserem Fall dem gemeinsamen Papier.

3.2 Übergreifende Erfolgsfaktoren aller Teilprojekte

Was sind die Erfolgsfaktoren, die zum Thema „Events und Nachhaltigkeit“ generiert werden konnten? Die Ergebnisse aus den Projektbereichen ExpertInneninterviews, Online-Umfrage und Befragung der FestivalbesucherInnen sind überblicksartig in der folgenden Grafik dargestellt; sie werden unten näher ausgeführt.



Übergreifende Erfolgsfaktoren

- **Ansprache der Zielgruppe:** Die ExpertInnen heben hervor, dass beim **Kontaktieren der Zielgruppe** der **Kosten-Nutzen-Aspekt** abzuwägen sei („Wie viel Geld hat Al Gore in seine Kampagne gesteckt, bis er Erfolg hatte“, „Web 2.0 kann man smarter und sexier gestalten bei gleichzeitig geringem finanziellen Aufwand“). Aus den Ergebnissen der Onlinebefragung und beim Praxisprojekt lebenslust-Festival wurde deutlich, dass die **Ansprache durch Freunde** eine große Rolle spielt: Viele Menschen werden **in erster Linie über Mund-zu-Mund-Propaganda** auf eine Veranstaltung oder Fragestellung aufmerksam. (Als Beispiel lässt sich hier die Teilnahme an unserer Online-Befragung anführen: gerade an denjenigen Orten, an denen eine direkte, persönliche Ansprache aus den Initiativen bzw. deren Netzwerken stattgefunden hat, waren die TeilnehmerInnenzahlen ganz besonders hoch (siehe dazu „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“, Kapitel 3.2)

- Die Evaluation des Praxisprojektes bestätigt und erweitert diesen Befund noch. Bei dieser Veranstaltung haben gerade persönliche Kontakte und „Weitererzählen“ z.B. zum Mitmachen im Organisationsteam der Veranstaltung bewegt.
- **Partizipation:** Der Erfolg des Festivals war eindeutig durch die **Zusammenarbeit** der vielen Aktiven und dem daraus resultierenden **Zusammengehörigkeitsgefühl** für die **gemeinsame Sache** bestimmt (siehe dazu „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“, Kapitel 3.3.2).
- **Das Image** oder Ansehen des/der VeranstalterIn aus Sicht der Zielgruppe kann in vielen Fällen über die Teilnahme entscheiden. Wenn auf angesagte Stars als „Zugpferde“ zurück gegriffen wird, ist beim Thema Nachhaltigkeit ganz besonders auf deren Glaubwürdigkeit zu achten (z.B. für welche Produkte der/die Prominente einen Werbevertrag hat; was die Texte seiner/ihrer Lieder beinhalten ...)
- **Ein Nachhaltigkeitsevent muss selbst nachhaltig sein.** Das betrifft nicht nur den Umgang **mit materiellen Ressourcen**, wie z.B. die Energie- und Nahrungsmittelversorgung, die regional, fair und ökologisch sein sollte (**ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit**). Ebenso wichtig ist der Aspekt der **sozialen Nachhaltigkeit** - also der Umgang der Beteiligten untereinander, was z.B. auch die faire Bezahlung für Reinigungskräfte einschließt.
- **Inhalte** einer Veranstaltung zur Kommunikation von Nachhaltigkeit sollten die **Interessen der Zielgruppe** ansprechen bzw. einen Bezug zum eigenen Lebensalltag der Zielgruppe aufweisen. Während in der Online-Umfrage thematisch vielfältige Interessensgebiete der Studierenden ausgemacht werden konnten (siehe dazu „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“, Kapitel 3.2.2), wurde in den Interviews vorgeschlagen, auch mögliche Vorteile nachhaltigen Handelns oder Wissen über den Themenkomplex Nachhaltigkeit für den Einzelnen als Vorteil für den eigenen Lebensalltag bzw. den Berufsalltag zu betonen.
Hier erscheint es sinnvoll, Studierende in Zukunft gezielter anzusprechen, ihre Interessen zu erfragen und ihnen gezielt Möglichkeiten anzubieten, an Gestaltungsprozessen mitzuwirken. Dieser Wunsch nach Gestaltungsmöglichkeiten lässt sich einerseits aus eigenen Erfahrungswerten beim Festival *lebenslust*, andererseits aber auch aus der langjährigen eigenen Arbeit der Initiativen ableiten: Studierende sehen sich selbst als AkteurInnen; ihre *eigenen Gestaltungsmöglichkeiten, d.h. z.B. Erwerb oder Einsatz von persönlichen Kompetenzen, die Rahmenbedingungen zur Realisierung eines nachhaltigen Lebensstils oder die berufliche Karriere*, stehen im Fokus ihres Interesses.
- Bei der **Auswahl und Aufbereitung dieser Inhalte** sollte auf die **Erfahrbarkeit der Inhalte** bzw. deren **Übertragbarkeit auf den Alltag** der Zielgruppe geachtet werden.

Hierbei geht es um anwendbare Informationen, die VeranstaltungsteilnehmerInnen in ihren Alltag integrieren können, wie z. B. nachhaltige Konsuminformation zu Kleidung, Ernährung und der individuelle Umgang mit materiellen Ressourcen. „Do-it-yourself-Angebote, wie Fahrrad-Selbsthilfewerkstätten, Näh- und Reparierkurse oder Fitness-Geräte, die die Muskelkraft in Glühbirnen-Licht umwandeln, um deren Energieverbrauch „spürbar“ zu machen, sind nur einige ausgewählte Beispiele.

Ebenso wichtig ist es jedoch auch, umgekehrt den Fokus der Zielgruppe auf deren Umgebung zu lenken. Einzelne Wissens- oder Aktionsbestandteile sind immer wieder in größere **Zusammenhänge** einzubetten (bspw. gegenseitige Abhängigkeit im Ökosystem, persönliche Rolle im System Familie/Nachbarschaft/Stadt/Land, Wechselwirkung zwischen eigenem Verhalten und dem der Umgebung...), um persönliche Betroffenheit und ein umfassendes Verantwortungsgefühl heranzubilden.

- Ein weiterer Punkt ist die „**Nachhaltigkeit der Kommunikation**“, d.h. wie gut sich das auf der Veranstaltung Erlernbare in den Alltag der TeilnehmerInnen übertragen lässt. Nachhaltig ist hierbei vielleicht weniger die thematische Vorgabe als das zur Verfügung stellen von Informationen, der Austausch von AkteurInnen und die Möglichkeit der Vernetzung. Für das Thema kann sensibilisiert werden, wenn die Zielgruppe persönlich angesprochen wird. Es sollten aber auch weiterführende **Identifikationsmöglichkeiten** geschaffen werden, z.B. durch Interesse an den einzelnen Menschen und das Ermöglichen von Mitgestaltung. Die Botschaft eines Veranstalters kann dabei lauten: Jede(r) Einzelne ist wichtig, um die Veranstaltung zum Erfolg zu machen; jeder Einzelne ist wichtig, wenn es z.B. um die Entwicklung und Ausgestaltung nachhaltigen Lebensentwürfen geht.
- Enorm entscheidend ist es, den ganzen Menschen mit all seinen Sinnen anzusprechen. **Nachhaltigkeit muss erlebbar und erfahrbar sein, damit sie in die Alltagswelt der Menschen integriert werden kann.** Das bedeutet zum Beispiel, nicht ausschließlich rationale Aspekte oder sachliche Wissensinhalte zu betonen, sondern „das Gefühl anzusprechen – nicht nur den Kopf“. Mehrmals erwähnt wurde in den Experten-Interviews beispielsweise, wie wichtig es ist, einen passenden Ort zu wählen und eine gute Atmosphäre zu schaffen. Günstig ist es auch, **verschiedene Facetten** von Nachhaltigkeit darzustellen (- anstatt nur den ökologischen oder nur den finanziellen Aspekt -) und ein breites Spektrum an Themen und Aktivitäten anzubieten.
- **Gute Stimmung**, Spaß, ein **positives Gefühl** beim Kontakt mit Nachhaltigkeitsideen sind ein - oft völlig unterschätztes - Stilmittel von ganz entscheidender Wirkung. Emotionen bedeuten persönliche Wertung, sie entscheiden über Annäherung oder Ablehnung bzgl. eines Themas. Auf eine positive Atmosphäre lässt sich jedoch gezielt

hinarbeiten (via Beleuchtung, Raumtemperatur, Bodenbelag, Musik, Ruhezonen...). Es muss außerdem darauf geachtet werden, dass die erzeugte Stimmung zur intendierten Wirkung passt (z.B. keine zum Rückzug einladende Hängemattenzone, wenn es um Interaktion und Vernetzung geht).

- Die Veranstaltung sollte konkrete Ergebnisse erzielen. Die ExpertInnen heben heraus, dass **der konkrete Nutzen von Nachhaltigkeit für jeden Einzelnen** erkennbar werden sollte. Die Studierenden haben Interesse an Ergebnissen einer Veranstaltung und in allen Bereichen wird deutlich, dass **konkrete Aktionen, Handlungsmöglichkeiten** und das Einbringen eigener Handlungen (z.B. durch die Möglichkeit seine eigenen Ideen zu präsentieren oder in Mitmach-Angeboten) den Erfolg einer Veranstaltung zum Thema Nachhaltigkeit maßgeblich prägen.

Bewertung

Die Ergebnisse der drei Teilprojekte ergaben in einer anschließenden Analyse 39 Einflussfaktoren, die in einer **Matrix** zusammengefasst wurden (siehe dazu „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“, Kapitel 4.2). Veranstaltungen wurden in Vorbereitungs-, Durchführungs- und Nachbereitungsphase unterteilt. Bezogen auf die Umsetzung eines Events als innovatives Veranstaltungsformat finden sich laut unserer Matrix als einflussreichste Faktoren die Faktoren „Zielgruppe“ und „Partizipation“ in der Vorbereitungs-Phase, „Zielgruppenkommunikation“ und „emotionale Zugänge“ in der Durchführungs-Phase sowie „Nachhaltigkeitsmanagement der Veranstaltung“ und „Partizipation“ in der Abschluss-Phase.

Konkret: In der Planungsphase ist das Ausmachen einer Zielgruppe entscheidend; dazu kommt dann das Aktivieren und Einbinden (Partizipation) der Betroffenen (z.B. über die Wahl der Kommunikationswege und -art). Für die Durchführungsphase müssen kognitive Zugänge zum Thema erschlossen (Zielgruppenkommunikation) sowie – ganz wichtig – emotionale Zugänge geschaffen werden! Auch sollten die Nachhaltigkeitsaspekte des Veranstaltungskonzepts an die Teilnehmenden kommuniziert werden. In der Nachbereitungsphase spielt dann das „nachhaltige Veranstaltungsmanagement“ eine Rolle: es geht auf Seiten des Veranstalters um den Transfer zentraler Ergebnisse und aus Seiten des Teilnehmenden um den Erhalt der gemachten Erfahrungen, um den Transfer und das Halten der erreichten Inhalte oder Erfahrungen. Dies könnte durch ein Sichtbarmachen der Ergebnisse geleistet werden (z.B. Veröffentlichung auf der eigenen Webseite) oder im Erstellen von Vernetzungsstrukturen bestehen (z.B. Einrichtung eines E-Mail-Verteilers mit den Adressen aller TeilnehmerInnen).

Anfänglich gingen wir davon aus, dass gerade das **Internet** - und speziell das Web 2.0 - genutzt werden kann, um Beteiligung zu schaffen. Durch die Online-Befragung wurde deutlich, dass die Zielgruppe Studierende sehr internetaffin ist und das Internet als Kommunikations- und Informationsplattform fast rund um die Uhr genutzt wird.

Trotzdem gilt es für eine erfolgreiche Kommunikation zu beachten, dass **der erste Kontakt ein persönlicher, erfahrbarer und erlebter** Kontakt sein muss, der Vertrauen und Wertschätzung sowie Wohlbefinden beinhaltet.

Für die Vorbereitung, das Bewerben, die Durchführung und Nachbereitung einer Veranstaltung eignet sich das Internet sehr gut. Beispielsweise können genaue Informationen verbreitet oder (z.B. über Formate wie *twitter*) der Verlauf der Veranstaltung mitverfolgt werden. Für die Integration von Web 2.0 Formaten in das Veranstaltungsmanagement ist es zu empfehlen, die Zusammenarbeit mit bereits vorhandenen Angeboten und Multiplikatoren auszubauen und deren Arbeit inhaltlich und/oder materiell zu unterstützen.

Während Ergebnisse diesbezüglich im Teil „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“ ausführlicher dargestellt sind, lässt sich hier als Quintessenz zusammen fassen, dass eine erfolgreiche (*nachhaltig wirkende*) Nachhaltigkeitsveranstaltung sehr stark vom Grad der **Partizipation** der TeilnehmerInnen an der Veranstaltung abhängt. Bezüglich dieses Erfolgsfaktors ist festzuhalten, dass es eine Vielzahl von Beteiligungs-Methoden gibt, die permanent angepasst und weiterentwickelt worden sind und sich auch im Nachhaltigkeitskontext einsetzen lassen.⁷ Nach unseren aktuellen gemeinsamen Erfahrungen sind es jedoch weniger mangelnde Methoden, an denen Partizipation scheitert; vielmehr liegt es an deren Umsetzung!

Es gilt also, die bereits vorhandenen Erkenntnisse zu vertiefen und weiter neue Möglichkeiten der Partizipation „auszuprobieren“. Denn nur durch kontinuierliches Ausprobieren und die Integration verschiedener Zielgruppen können Nachhaltigkeitsveranstaltungen langfristig zum Nachdenken und Handeln anregen. Ein Patentrezept kann nicht geliefert werden, dafür aber konkrete Beispiele, wie Nachhaltigkeitsveranstaltungen aussehen können (siehe dazu „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“, Kapitel 3.3) bzw. könnten.

⁷ Vgl. Jonuschat, H. et al. (2007): Partizipation und Nachhaltigkeit - Vom Leitbild zur Umsetzung -, München: Oekom.

4 Vorschläge für Events des RNE

Im Folgenden werden exemplarisch zwei - aus der Vielzahl gesammelter Möglichkeiten (siehe dazu „Ergebnispapier: Ergebnisse aus den Teilprojekten“, Anhang A) ausgewählte - Ideen für Nachhaltigkeits-Events vorgestellt. Sie sollen Ideen aufzeigen, wie Veranstaltungen für Studierende aussehen können, die der RNE initiieren oder unterstützen könnte.

4.1 Schatzsuche im Großstadtdschungel: Eine Eventrallye durch die City

Der Event ist eine Rallye, bei der mehrere kleine Teams in einer Großstadt zusammenkommen und reale, miteinander verbundene Aufgaben sukzessive bearbeiten, um letztendlich einen Preis zu erlangen. Die Schatzkarte wird anteilig zur Erfüllung der Aufgaben enthüllt, d.h. je besser ein Team die Aufgaben erfüllt, desto mehr oder präzisere Hinweise auf das Versteck des Schatzes bekommt es (z.B. GPS-Koordinaten oder Landkarten-Puzzleteile). Kamerateams begleiten die Teilnehmenden in dieser Hauptphase (z.B. ein Wochenende lang). Per Fernsehsendung kann dann ein breites Publikum in das Erlebnis der Schatzsuche einbezogen und – quasi nebenbei – über die Ideen der Nachhaltigkeit informiert werden. Die Ausstrahlung der Sendung kann in mehreren Etappen erfolgen, um einerseits die Spannung zu halten oder zu erhöhen und dadurch die ZuschauerInnen zu binden. Andererseits kann damit das komplexe Thema „Nachhaltigkeit“ anhand verschiedener Facetten beleuchtet werden.

Ziel dieses Format ist es, einer breiten Öffentlichkeit zukunftsweisendes Wissen und Verhaltensvorschläge zu vermitteln, ohne zu moralisieren oder alternativ („öko“) zu wirken: Es sollen Spannung und Spaß im Vordergrund stehen, während die eigentlichen Inhalte ganz selbstverständlich präsent sind.

Erfolgsfaktor Partizipation: Frühe Einbindung der Zuschauer

Vorab kann das Casting, die Zusammenstellung der Teams und das Kennenlernen „online“ stattfinden. Netzwerke können genutzt werden, um den Bewerbungsprozess um die Teilnahme („wer darf dabei sein?!) medienwirksam zu gestalten. Das Publikum sollte mitbestimmen, wer teilnimmt, und auch, wie die Teams zusammengestellt werden.

Erfolgsfaktor: Bildung für Nachhaltige Entwicklung

In den Aufgabenstellungen selbst lässt sich Nachhaltigkeit durch einen Wissenszuwachs und durch Lernen am Modell vermitteln. Man kann Zusammenhänge erklären und dabei Bezüge zu Wertekreisläufen schaffen (z.B. indem man etwas reparieren lässt). Wichtig ist auch der Spaß- und Erlebnisfaktor, für den sich Geschicklichkeitsspiele und Kooperationsspiele sehr gut eignen. Soziale Nachhaltigkeitsaspekte wie Interkulturalität, Regionalität, Kontakte mit

realen Menschen und der Nachbarschaft sollten besondere Berücksichtigung finden! Dies ließe sich bspw. durch Mitschnitte von „Coaching-Sitzungen“ für die Teams verwirklichen, in denen explizit Kooperations- und Kommunikationsaspekte trainiert werden. Im Verlauf der Aufgabenstellungen können lokale Akteure oder auch soziale Randgruppen vorgestellt werden oder Aufgaben mit Bezug zu lokalen Problemen bearbeitet werden (z.B. Unterschriften für die Einrichtung einer KiTa sammeln). Leute auf der Straße können involviert werden – z.B. um den Nachhaltigkeitshelden der Woche aufzuspüren oder indem die Teams PassantInnen ansprechen; die besten Argumente bestimmen dabei, wer am erfolgreichsten ist. (Auch lassen sich Aussagen der PassantInnen für die Nachhaltigkeitsbildung einsetzen.)

Die Preisverleihung sollte ein finales „Spektakel“ sein, gleichzeitig aber auch Herausforderungen kommunizieren. Sie könnte z.B. auf einem biologisch zertifizierten Bauernhof stattfinden; die Schatztruhe könnte etwa ein Interrail-Ticket enthalten oder Urlaub in Deutschland bzw. in der Region, auf einem Ökobauernhof oder auf einem „grünen“ Campingplatz. Auch ein Ausbildungsplatz zum/zur Zukunftspiloten/-in wäre denkbar.

4.2 Nachhaltige Jobmesse: Das klassische Messeformat für Nachhaltigkeit

Wir empfehlen, das stark standardisierte und sehr bekannte Format „Messe“ zu nutzen, um Berufsfelder, Akteure und Karrieremöglichkeiten im weiten Feld der Nachhaltigkeit vorzustellen. Das Format Messe sollte in einzelnen Bestandteilen so umgebaut werden, dass beispielsweise die Präsentationssysteme oder Messezeitverläufe an die Zielgruppe angepasst werden, um die Vermittlung nachhaltiger Prozesse erfolgreicher zu gestalten. Zielgruppen wären in diesem Fall SchülerInnen, die sich für ihr Studium orientieren wollen, oder Studierende, die am Ende des Studiums stehen. Die MessebesucherInnen werden also aufgrund der aktuellen Fragestellung in der Lebens-/Karriereplanungsphase angesprochen. Hoch aufgelöste Informationen, gekoppelt mit Erfahrungsberichten, helfen Arbeitsfelder kenntlich zu machen: Wie viel Zeit verbringe ich vor dem Computer? Wie viel Zeit bin ich draußen? Welchen kommunikativen Austausch habe ich? Unter Berücksichtigung dieser Voraussetzungen entsteht eine qualitative Auseinandersetzung mit den Berufsbildern im Bereich von Nachhaltigkeit. Maßgebend für den Erfolg ist die Quantität der Beteiligung an der Messe – bei den AusstellerInnen wie bei den BesucherInnen.

Erfolgsfaktor: Die Hürden der Kontaktaufnahme heruntersetzen

Die Einbettung des/der Einzelnen in Kooperations- und Netzwerkstrukturen verändert die Beanspruchung durch hohes Einzelengagement. Auch könnten sogenannte Netzwerkscouts Verbindungen zwischen SchülerInnen, Studierenden und ExpertInnen herstellen und so die Kommunikation zwischen den Teilnehmenden herstellen oder erhöhen. TeilnehmerInnen,

die normalerweise eher wenige Möglichkeiten haben, sich zu präsentieren, oder sich schwer tun, mit ExpertInnen in Kontakt zu kommen, können so integriert werden. So können z.B. junge BerufseinsteigerInnen angesprochen werden, sich auf der Messe zu präsentieren und mit anderen „Ausstellern“, aber auch BesucherInnen zu vernetzen.

Erfolgsfaktor: Konkrete Ausgestaltungsmöglichkeiten

Ein Nachhaltigkeitsmobil bzw. Infostand des RNE zum Thema „Was ist ein nachhaltiger Beruf?“ wäre ein konkreter „frontaler kommunikativer Ansatz“. Dazu benötigt man Fachpersonal, welches die Fachfragen der Messebesucher „nachhaltig“ beantworten kann. Ein Solarinfomobil, das beispielhaft die „Marke RNE“ transportiert, von Messe zu Messe fährt und via TV Öffentlichkeitsaufmerksamkeit erfährt, wäre auch außerhalb dieser Jobmesse attraktiv. Denkbar ist ein „Job TV“ des RNE auf Youtube, in dem man Interviews auf Messen zeigt – z.B. zur Frage: „Was hat Dein Job mit Nachhaltigkeit zu tun?“ Aktionen, die mit relativ geringem Aufwand eine große Wirkung im „Getummel“ der Messengesellschaft haben - z.B. ein Improvisationstheater zum Stichwort „Berufseinstieg“ - sind Eyecatcher und dienen - mit Informationsmöglichkeiten ausgestattet - evtl. auch zum Vermitteln von Inhalten.

5 Empfehlungen für die weitere Zusammenarbeit mit Nachhaltigkeitsinitiativen

Wie unsere Online-Umfrage gezeigt hat, ist der Bekanntheitsgrad des RNE auch unter nachhaltigkeitsaffinen Studierenden gering. Die befragten Studierenden sind jedoch Informationen sowohl über Nachhaltigkeit als auch über die Arbeit des RNE durchaus aufgeschlossen. Wie kann diese Lücke nun geschlossen werden, wenn angenommen wird, dass:

- Studierende von heute als „EntscheiderInnen von morgen“ eine wichtige Rolle in der Umsetzung von Nachhaltigkeitspraktiken in Unternehmen, anderen Organisationen und dem universitären System selbst spielen werden,
- studentische Organisationen eine wichtige Rolle in universitären Aushandlungsprozessen spielen und die tatsächliche Umsetzung von nachhaltigen Verhaltensweisen anstoßen können,
- der RNE die gesellschaftliche und politische Diskussion und den Austausch mit und unter jungen Menschen unterstützen möchte?

Wie könnte der RNE an Hochschulen und ihre Angehörigen herantreten und so im Bezug zum weiten Thema Nachhaltigkeit eine institutionelle Brücke zwischen Politik und Wissenschaft schaffen, die sowohl Lehrende und den Verwaltungsapparat als auch Studierende gleichermaßen erreicht?

Aus den Desktop-Recherchen, den Ergebnissen der Teilprojekte und aus der eigenen Erfahrungspraxis der im Projekt vertretenen Initiativen und Netzwerke ergibt sich, dass eine Kommunikation des RNE mit jungen Menschen bzw. einem studentischen Publikum in drei Punkten besonders fruchtbar erscheint:

(1) Konkrete Veranstaltungen und Projekte

Die Ergebnisse der Projekts legen nahe, dass bei Nachhaltigkeitsveranstaltungen unbedingt zielgruppengerecht konzipiert werden sollten, also besonders auf die Bedürfnisse der Zielgruppe(n), die speziellen Rahmenbedingungen der studentischen Alltagswelt, geachtet werden sollte. Ein RNE-Projekt wie der Nachhaltige Warenkorb könnte z.B. insbesondere dann erfolgreich an die Zielgruppe kommuniziert werden, wenn die finanzielle Realisierbarkeit mit einem studentischen Budget verdeutlicht würde. Außerdem können die direkte und kurzfristige Beschäftigung von Studierenden (z.B. über Honorarverträge) sowie die Einbindung von Ehrenamtlichen Möglichkeiten eröffnen, die Veranstaltung aus Sichtweise der Zielgruppe zu konzipieren, und zielgruppenspezifische Veranstaltungsaspekte mit einfließen lassen.

(2) Partizipation Studierender bei der Veranstaltungsorganisation

Als konkrete Empfehlung können wir die Beauftragung von bestehenden studentischen Nachhaltigkeitsinitiativen mit der Konzeption, Organisation und Umsetzung von lokalen und überregionalen Kommunikationsprojekten des RNE nennen. Dies könnte die ehrenamtlichen Initiativen auf mehreren Ebenen stärken (z.B. Know-How im erfolgreichen Projektmanagement, Unterstützung durch finanzielle Absicherung) und dem RNE eine gute Positionierung der Projekte in den lokalen Netzwerken der Studierenden ermöglichen. Durch diese Nutzung lokaler Strukturen kann dem RNE ein breiter Zugang zur Zielgruppe erleichtert und damit einhergehend hohe Teilnehmerzahlen bei den Veranstaltungen realisiert werden. Wir sehen insbesondere in dieser Form der Beteiligung von Studierenden an der Arbeit des RNE eine erfolgreiche Steigerung des Bekanntheitsgrades an den Hochschulen.

(3) Stärkung der bundesweiten Nachhaltigkeitsinitiativen als Multiplikatoren

Durch eine verstärkte Zusammenarbeit und die inhaltliche und/oder materielle Unterstützung mit Nachhaltigkeitsinitiativen kann der RNE sowohl MultiplikatorInnen halten und damit seine eigene Position stärken, als auch die Nachhaltigkeitsinitiativen in ihrem Bemühen um ein *Mehr an Nachhaltigkeit im lokalen Umfeld* unterstützen. Dabei würde ein erneutes – vom RNE gefördertes - Projekt die vorhandene Vernetzung der Initiativen stärken

und die Einbindung bisher nicht vernetzter Initiativen ermöglichen. Im Gegensatz zu etablierten parteipolitischen Hochschulgruppen oder studentischen Strukturen in intermediären Organisationen (Kirche, Gewerkschaften, Vereine) zeichnen sich Nachhaltigkeitsinitiativen (wie die hier vertretenen) häufig durch relative politische Unabhängigkeit aus, sowie durch einen hohen Grad an Selbstorganisation. Die Ansatzpunkte für die Arbeit der Initiativen sind dort, wo sie an ihrer jeweiligen Hochschule die größte Wirksamkeit vermuten - ob in der Unterstützung von Fairtrade-Produkten, Organisation von Ringvorlesungen, Veranstaltungen oder sonstigen Projekten und Aktionen. Die Tätigkeiten der Initiativen sind also immer mit einem Wissen um das jeweils eigene geographische Umfeld und dem inhaltlichen Handlungsfeld verknüpft.

Wenn allerdings die Zusammenarbeit mit den studentischen Initiativen erfolgreich (und damit auch im Sinne der Nachhaltigkeit) umgesetzt werden soll, gilt es, insbesondere die jeweiligen Organisationsstrukturen und Erfahrungswerte der Initiativen zu berücksichtigen. Alle drei hier vertretenen Initiativen haben in der Vergangenheit die Erfahrung gemacht, dass auch ein Umdenken von Organisationen - seien es Universitäten, Unternehmen oder sonstige Organisationen - wichtig ist: Die jeweiligen Strukturen der zusammenarbeitenden Partner müssen mitgedacht werden, um eine Zusammenarbeit für beide Seiten befriedigend und damit erfolgreich zu gestalten. Hier sind seitens der Initiativen z.B. generell sehr bürokratische Antragsverfahren zu nennen, die einen Verschleiß von organisatorischer Energie darstellen, welchen studentische Initiativen besser direkt in die jeweiligen Projekte einbringen könnten. Bei einer Zusammenarbeit mit ehrenamtlichen HelferInnen wird oft nicht bedacht, dass diese motiviert werden müssen und nicht - wie z.B. in einem Unternehmen - zu einer bestimmten Aufgabe „gezwungen“ werden können. Hier würde es also gelten, Offenheit für gemeinsame Ideen und Vorstellungen herzustellen und die Akteure (z.B. in der inhaltlichen Konzeption oder im methodischen Vorgehen bei der Veranstaltungs- bzw. Projektplanung) zu unterstützen. Durch ihre strukturellen Bedingungen benötigen Initiativen daher einen flexibleren Entscheidungs- und Finanzierungsrahmen, der ihnen die Anpassung ihrer Projekte auf die jeweiligen Gegebenheiten vor Ort ermöglicht. Fördermittelgeber wie auch Initiativen können, so unsere Einschätzung, durch ein organisatorisches (Selbst-)Bewusstsein im Bezug zu den oben genannten Punkten die Qualität der geförderten Projekte in erheblichem Ausmaß steigern.⁸

⁸ Um für ein bürgerschaftliches Engagement ein Mehr an Dienstleistungen der Verwaltungen zu fördern, hat z.B. der Verein zur Modernisierung und Entbürokratisierung des Zuwendungsrechts im Dezember 2009 eigene Empfehlungen herausgegeben: http://www.dekadethueringen.de/media/public/pdfs/Entb_rokrtisierung_Zuwendungsrecht.pdf / letzter Zugriff: 12.02.2010

6 Fazit und Ausblick

In der aktuellen Diskussion um die Vermittlung und Umsetzung von Themen der Nachhaltigen Entwicklung an deutschen Hochschulen befinden sich studentische Nachhaltigkeitsinitiativen an einem Punkt, an dem die Rolle der Initiativen als Schnittstelle zu den Studierenden von den Hochschulen als immer wichtiger anerkannt wird. Hierbei sind die Initiativen einerseits weiter selbst *gefordert*, für eine verstärkte Kommunikation und Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen an ihrer jeweiligen Hochschule einzutreten. Andererseits bedeutet dies aber auch, dass sie in ihrem Handeln *gefördert* werden müssen, um dies leisten zu können. Das impliziert, dass Kommunikationskonzepte entworfen und ausprobiert werden müssen, wie eine solche Bildung für nachhaltige Entwicklung an Hochschulen aussehen kann und wie interne und externe Akteure die Initiativen und Hochschulen in diesem Prozess unterstützen können.

Das vorliegende Projektmodell hat versucht, an genau diesem Punkt anzusetzen. Die drei Nachhaltigkeitsinitiativen sind durch die Unterstützung des RNE miteinander in Kontakt getreten und haben Kommunikationsansätze und Veranstaltungsmodelle gefunden, mit denen die „Suche“ nach Beteiligungsprozessen für eine studentischen Zielgruppe ermöglicht werden kann. Dies wurde theoretisch und praktisch über Veranstaltungen („Events“) als Orte der Vermittlung und Teilhabe an Nachhaltiger Entwicklung untersucht.

In der Projektdurchführung selbst konnten Erkenntnisse darüber gewonnen werden, welche Potentiale und Hürden im gemeinsamen, interdisziplinären Arbeitsprozess, dem „Lernraum“, zu beobachten sind. Auf inhaltlicher Ebene hat sich ein in der sozial-ökologischen Forschung bekanntes, aber trotzdem selten beachtetes Element als eines der Kernergebnisse heraus kristallisiert: die Möglichkeit der Partizipation als eine der Schlüsselfaktoren für eine *nachhaltige* Nachhaltigkeitsveranstaltung⁹ (Integration durch Partizipation). Hier ist festzustellen, dass es nicht unbedingt an Beteiligungsmethoden mangelt, sondern oftmals am Willen und den Möglichkeiten zu deren Umsetzung: Um eine nachhaltige, integrative Veranstaltung zu erreichen, müssen alle Prozessbeteiligten miteinander in Austausch treten; Beteiligungsprozesse brauchen somit nicht in erster Linie neue Methoden, sondern sie brauchen auch Fürsprecher und Kommunikationskonzepte. Sowohl Bottom-Up als auch Top-Down Verfahren sollten die nötigen Freiräume für die sozialen Dynamiken innerhalb von Beteiligungsprozessen bieten, damit Veranstaltungen längerfristig auf Menschen wirken und zum Nachdenken und Handeln anregen. Diese Integration sollte in der Vorbereitungs-, Durchführungs- und Nachbereitungsphase einer Veranstaltung gleichermaßen beachtet werden. Die Evaluation des Nachhaltigkeitsfestivals hat gezeigt: Nur wer persönlich integriert wird – und sich damit auch ein Stück weit verantwortlich fühlt – nimmt wirklich auch länger-

⁹ Unter einer „nachhaltigen Nachhaltigkeitsveranstaltung“ ist eine Veranstaltung zu verstehen, die nicht nur nachhaltig ist, sondern überdies auch noch Nachhaltigkeit thematisiert.

fristig von einer Veranstaltung etwas für sich persönlich mit. Konkret bedeutet dies, dass Nachhaltigkeitsveranstaltungen einerseits Nachhaltige Entwicklung thematisieren sollten, andererseits aber auch durch Möglichkeiten zur Partizipation (und damit einem gemeinsamen Lernen) erlebbar umsetzen sollten. Wie kann mit dem Hintergrund der bereits vorhandenen Ergebnissen thematisch weiter gedacht und gehandelt werden?

Zukünftiger Projektrahmen

Die Projektergebnisse, denen Desktop-Recherchen und der Austausch mit weiteren Nachhaltigkeitsakteuren und -Netzwerken vorangingen, legen nahe, dass das Thema „Events und Nachhaltigkeit“ in zunehmendem Maße als wichtiges Thema erkannt wird. Hier scheint vor allem eine verstärkte Auseinandersetzung mit der Messbarkeit von Nachhaltigkeit bzw. genauer der Evaluation von Veranstaltungen hinsichtlich ihrer Integration von Nachhaltigkeitselementen eine Rolle zu spielen. Weiterhin wäre im Bezug zu öffentlichen Trägern interessant zu vergleichen, inwieweit Ausschreibungen für eine Veranstaltungsorganisation überhaupt umfassende *Nachhaltigkeitskriterien* (also nicht nur Umweltkriterien) berücksichtigen und diese schon explizit in den Ausschreibungen fordern. Nach unserer Kenntnis ist dies ein Feld, in dem bisher weder ein hohes Maß an praktischer Umsetzung, noch große Forschungsanstrengungen stattgefunden haben.

Um die von den Nachhaltigkeitsinitiativen verfolgten Ansätze für die Initiativen sowie den RNE zu nutzen und weiter zu entwickeln, erscheint nun Wissensweitergabe und -austausch mit ExpertInnen und weiteren Nachhaltigkeitsakteuren sinnvoll. Im Verlauf des Projektes wurde zu WissenschaftlerInnen und PraktikerInnen Kontakt aufgenommen und eine erste Netzwerkstruktur geschaffen, die von Seiten der Initiativen und auch dem RNE genutzt werden kann. Die Personen zeigten sich an dem Verbundprojekt „Veranstaltungen und Nachhaltigkeit“ und seinen Ergebnissen sehr interessiert. Von den ExpertInnen selbst wurde der Wunsch geäußert, verstärkt einen Austausch mit anderen Akteuren und der Planung konkreter Projektideen und Vernetzungsstrategien anzuregen. Ziel könnte es sein, konkrete Handlungstipps für weitere Akteure zusammen zu tragen, auszutauschen und darauf aufbauend weiter zu entwickeln. Auch könnten weitere Zielgruppen ins Blickfeld genommen werden.

Zum Zeitpunkt der Entstehung dieses Ergebnis-papiers plädieren die Initiativen für einen gemeinsamen Workshop mit dem RNE, denn

1. wir haben wichtige "unsichtbare Ergebnisse", die wir noch nicht transparent machen können. Dazu fehlt uns ein Forschungs-Coaching von außen, das die wichtigen Schnittmengen unserer Teilprojekte konturiert.

2. wir haben großes Potential, andere Nachhaltigkeits-Initiativen anzustecken (Multiplikator) und für den RNE zu begeistern, da wir in den einzelnen Regionen und auch deutschlandweit gut vernetzt sind, vor allem aber auch einen ersten Grad von Professionalität in übergionaler/ web-basierter Netzwerkarbeit erlangt haben.
3. wir haben durch unsere jeweils eigenen Veranstaltungsformate einen unglaublich reichen Erfahrungsschatz bezüglich der Thematik, der in den Projektergebnissen nur am Rande zur Sprache kommt, dem RNE aber sicherlich wertvolle Informationen und eine Sensibilität in der Ansprache der Zielgruppe vermitteln kann. Die Suche nach einer Integration von partizipativen Methoden in Veranstaltungen erfordert eine partizipative (und aktions-orientierte) Vorgehensweise, da „nur Studierende die richtigen Fragen an das Interesse von Studierenden“ stellen können.

Der Rat könnte alle studentischen Nachhaltigkeitsinitiativen zu einem Workshop einladen. Hier würden die Ergebnisse des Projektes vorgestellt, diskutiert und ergebnisorientiert zusammen mit weiteren ExpertInnen und Interessierten aus der Praxis weiterentwickelt. Auch VertreterInnen des RNE selbst sollten an diesem Workshop als Akteure teilnehmen, um einen Austausch aller Beteiligten und WissensträgerInnen zu ermöglichen. So wäre eine Weiterführung der durch unser Projekt begonnenen „Suche“ nach erfolgreichen Kommunikations- und Beteiligungsprozessen für eine innovative Vermittlung von Nachhaltigkeit durch Veranstaltungen überhaupt erst möglich.

Wir freuen uns darauf, unsere Ergebnisse zusammen mit der Geschäftsstelle des RNE zu diskutieren und weiter zu entwickeln!