

Bildungskonzept für BNE-Angebote im Biosphärenreservat Bliesgau



Bildautor: Teresa Feld

November 2012

Dr. Dirk Scheffler & Dipl.-Psych. Sophie Scholz

unter Mitarbeit von

Jessica Arnet, Judith Bauer, Olga Hamma, Sebastian Hirsch,
Eva Neitzel, Bianca Simonsmeier und Lena Teschlade
sowie Bildungsakteuren aus dem Biosphärenreservat Bliesgau



e-fect dialog evaluation consulting eG,

Am Deimelberg 19, 54295 Trier

www.e-fect.de



Europäischer Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums: Hier investiert Europa in die ländlichen Gebiete. Dieses Projekt wird im Rahmen des LEADER-Programms der Region „Biosphärenreservat Bliesgau“ gefördert.

Lokale Aktionsgruppe
Biosphärenreservat Bliesgau



Inhaltsverzeichnis

1. Zweck und Vorgehen.....	4
1.1 Zweck.....	4
1.2 Vorgehen und Beteiligte.....	4
2. Ausgangslage.....	5
2.1 Das UNESCO-Biosphärenreservat als Modellregion für nachhaltige Entwicklung.....	5
2.2 Die LEADER-Region Bliesgau und das Tourismuskonzept Saarpfalz-Kreis.....	6
2.3 Akteure, Zielgruppen und Angebote in der Erlebnisregion Bliesgau	7
2.4 Bildungsauftrag: Bildung für nachhaltige Entwicklung.....	9
2.5 Informelles und spielerisches Lernen.....	10
2.6 Vom Denken zum Handeln - umweltpsychologische Prinzipien.....	11
2.7 Einsatz sozialer Medien und mobiler Technik.....	12
3. Leitbild für Bliesgau BNE-Angebote.....	13
3.1 Herausforderung.....	13
3.2 Orientierung an Bildung für nachhaltige Entwicklung.....	13
3.3 Vision und Prinzipien der BNE-Angebote	13
3.4 Kooperation der Bildungsakteure.....	14
4. Zielgruppen und Schlüsselthemen der BNE-Angebote.....	15
4.1 Schwerpunkt-Zielgruppen.....	15
4.2 Schlüsselthemen.....	16
5. Bliesgau BNE-Qualitätsstandards für Bildungsangebote.....	17
5.1 Gestaltungskompetenz fördern.....	17
5.2 Handlungsorientiertes Erfahrungslernen ermöglichen.....	18
5.3 Lebensweltbezug herstellen.....	18
5.4 Global-Lokal zusammen denken.....	19
5.5 Reflexion anregen.....	19
5.6 Freudvolles Lernen mit Sinn.....	19
5.7 Qualifizierte Durchführende.....	20
6. Themen innovativer BNE-Angebote und Beispiele.....	21
6.1 Natur erfahren und entdecken.....	22
6.2 Engagieren und helfen	23
6.3 Aktiv sein und fit bleiben	24
6.4 Genießen und Entspannen.....	25
7. Schritte zur Umsetzung des Bildungskonzepts.....	27
7.1 Weiterbildung und Vernetzung Bildungsakteure.....	27
7.2 BNE-Angebotsqualität weiter entwickeln und sichern.....	27
7.3 Erprobung innovativer BNE-Angebotsvorschläge.....	28
7.4 Gemeinsame Vermarktung der BNE-Angebote.....	29
Anhang.....	30
Steckbriefe der e-fect Vorschläge für zehn innovative BNE-Angebote.....	30
Inklusiver BNE-Klettergarten.....	43
Übersicht Themen und Zielgruppen der Bildungsangebote im Biosphärenreservat.....	53
Gestaltungskompetenz: Teilkompetenzen und methodische Zugänge.....	57
Leitfragen für informelles-spielerisches Lernen.....	59
Hinweise zum Einsatz neuer Medien.....	60

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Blume der BNE-Qualitätsstandards (Quelle: eigene Darstellung).....	17
Abbildung 2: Bliesgau BNE-Angebotshaus (Quelle: eigene Darstellung).....	21

Verzeichnis häufig verwendeter Abkürzungen

BNE	Bildung für nachhaltige Entwicklung
BR	Biosphärenreservat
BRB	Biosphärenreservat Bliesgau
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
CSR	Corporate Social Responsibility
e-fect	e-fect dialog evaluation consulting eG
LAG	Lokale Aktionsgruppe
LEADER	Liaison entre actions de developement de l'économie rurale
NABU	Naturschutzbund Deutschland
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

1. Zweck und Vorgehen

Biosphärenreservate sind Modellregionen für das nachhaltige Zusammenleben von Mensch und Natur. Dabei spielt Bildung eine zentrale Rolle. Gemäß UNESCO-Kriterienkatalog für Biosphärenreservate sind "Inhalte und Strukturen der Bildung für nachhaltige Entwicklung (...) im Bildungskonzept unter Berücksichtigung der spezifischen Gegebenheiten des Biosphärenreservats darzulegen" (Deutsches MAB-Nationalkomitee, 1996). Um diese Vorgabe umzusetzen, sollen bestehende Institutionen und Bildungsträger eng zusammenarbeiten.

Deshalb baut der Biosphärenzweckverband Bliesgau, die Verwaltungsstelle des Biosphärenreservates Bliesgau, mit dem LEADER-Projekt "Erlebnisregion Bliesgau" ein aktives Netzwerk für Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) auf. Was das heißt, erklärt das vorliegende Bildungskonzept mit Leitbild und Qualitätsstandards für die Bildungsarbeit in der Erlebnisregion Bliesgau.

1.1 Zweck

Mit dem Bildungskonzept werden folgende Zwecke verfolgt:

1. Orientierungsrahmen zur Qualitätsentwicklung:

Bestehende Bildungsangebote sollen BNE-Qualität haben. Um diese in den Angeboten neu anzulegen oder auszubauen, legt das Bildungskonzept die Grundlage und gibt den Bildungsakteuren einen Orientierungsrahmen an die Hand.

2. Standard zur Qualitätssicherung:

Das Bildungskonzept zeigt, was die BNE-Qualität in den Bildungsangeboten ausmacht und wie diese sich dauerhaft sichern lässt.

3. Zeichen für die Wirksamkeit und Erlebnisqualität der Angebote:

Die Zielgruppen (Bevölkerung, Touristen) sollen die hohe Erlebnisqualität der Bildungsangebote am BNE-Qualitätszeichen erkennen können.

4. Das Biosphärenreservat als Lernort für nachhaltige Entwicklung:

Wenn BNE-Qualitätskriterien konsequent bedacht und angewendet werden, tragen Bildungsangebote dazu bei, die Aufgaben des Biosphärenreservats dauerhaft zu erfüllen.

1.2 Vorgehen und Beteiligte

Um das Bildungskonzept zu entwickeln, beauftragte der Biosphärenzweckverband Bliesgau die e-fect dialog evaluation consulting eG (e-fect), einen moderierten Dialogprozess durchzuführen. Dazu arbeitete e-fect von Oktober 2011 bis September 2012 gemeinsam mit Bildungsakteuren aus dem Biosphärenreservat Bliesgau (BRB) und dem Biosphärenzweckverband Bliesgau in mehreren moderierten Kerngruppentreffen, vier größeren Netzwerkworkshops und drei Online-Dialogen. Ein Entwurf von zehn Vorschlägen für innovative Bildungsangebote entstand u.a. bei einem Netzwerkworkshop, an dem der Edutainment-Experte Sebastian Hirsch und Sophie Scholz von e-fect als Expertin für Soziale Medien mitwirkte. An zwei weiteren Netzwerkworkshops nahmen Marketingfachleute (Nicole Häusler und Matthias Beyer von mas I contour, Berlin) teil, die begleitend das Marketingkonzept für die Erlebnisregion Bliesgau erarbeiten.

Dieser Dialogprozess zum Bildungskonzept repräsentiert mit seinen Beteiligten die Vielfalt außerschulischer Bildungsakteure und relevanter Organisationen im Bliesgau (in alphabetischer Reihenfolge):

Hannes Ballhorn, Matthias Beidek, Patric Bies, Günther von Bünau, Horst Cürette, Torsten Czech, Walter Delarber, Marie-Christine Dussard, Frank Ehrmantraut, Brigitta Faralisch, Teresa Feld, Marika Flierl, Holger Frenzel, Sarah Guthor, Astrid Guzman, Peter Hartmann, Christin Hartwig, Christoph Heck, Siegfried Heß, Dominik Hochlenert, Katarzyna Holowacz-Wozniak, Jörg Huppert, Walter Kemkes, Michael Keßler, Jutta Klicker, Hans-Werner Krick, Stefanie Lagaly, Winfried Lappel, Martin Lillig, Melanie Malter-Gnanou, Petra Neumüller, Martin Orschekowski, Elmar Peiffer, Steffen Potel, Yasmin Rheingans, Johannes Ruck, Marie-Theres Sand, Kirsten Schwarz, Christian Stein, Franz Stolz, Monika Wack, Katja Weber, Heike Welker, Lukas Wilbert, Helmut Wolf und Holger Zeck.

Ihnen allen gebührt Dank und Anerkennung für ihr engagiertes Mitwirken, das von vielen in ihrer Freizeit geleistet wurde, sowie für ihre Offenheit und die konstruktiven Anregungen bei der gemeinsamen Entwicklung dieses Bildungskonzepts.

2. Ausgangslage

Das Biosphärenreservat Bliesgau bietet seit mehreren Jahren verschiedene Tourismusangebote und Bildungsprogramme. Deshalb ist es sinnvoll, zunächst den Status Quo zu betrachten, bevor Ideen für ein neues Leitbild, weitere Zielgruppen und innovative pädagogische Konzepte entwickelt werden. Dieses Kapitel gibt einen Überblick über den Bliesgau als Biosphärenreservat und LEADER-Region, das touristische Konzept des Saarpfalz-Kreises, die Bildungsakteure und den Auftrag einer „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“. Ergänzend führt das Kapitel in zentrale Konzepte für attraktive BNE-Angebote ein: informelles und spielerisches Lernen, umweltpsychologische Prinzipien für den Weg vom Fühlen und Denken zum Handeln und den Einsatz sozialer Medien und moderner Technik.

2.1 Das UNESCO-Biosphärenreservat als Modellregion für nachhaltige Entwicklung

Seit Mai 2009 ist der Bliesgau Teil des Weltnetzes der UNESCO-Biosphärenreservate. Derzeit gibt es 15 Biosphärenreservate in Deutschland und ca. 597 weltweit. Biosphärenreservate sind Modellregionen, in denen das Zusammenleben von Mensch und Natur beispielhaft entwickelt und erprobt wird. Sie schützen Kulturlandschaften vor zerstörenden Eingriffen und erhalten und entwickeln wertvolle Lebensräume für Mensch und Natur. Ein ausgewogenes Verhältnis von menschlicher Nutzung und natürlichen Kreisläufen soll zur regionalen Wertschöpfung beitragen und wissenschaftliche Erkenntnisse über die Wechselwirkungen von natürlichen und gesellschaftlichen Prozessen ermöglichen¹.

Das Biosphärenreservat Bliesgau liegt im Südosten des Saarlandes an der Grenze zu Frankreich und Rheinland-Pfalz. Seine Landschaft ist geprägt durch sanfte Hügel, ausgedehnte Streuobst- und artenreiche Magerwiesen, wertvolle Buchenwälder und einer von der namensgebenden Blies durchzogenen eindrucksvollen Auenlandschaft. Mit seiner besonders vielfältigen Landschaft beherbergt der

¹ Europarc Deutschland e.V. (2005). Leitbilder Deutscher Nationalparks, Biosphärenreservate und Naturparks. Verfügbar unter: http://www.europarc-deutschland.de/wp-content/uploads2012/10/Leitbilder_Deutsche_Nationalparks_Biosphaerenreservate_Naturparks.pdf [Zugriff: 30.11.2012]

Bliesgau viele selten gewordene Tier- und Pflanzenarten wie den Steinkauz oder den Goldenen Scherfalter. Auf den ausgedehnten Kalkhalbtrockenrasen lässt sich die Hälfte der in Deutschland vorkommenden Orchideenarten bewundern, und in der wildromantischen Bliesau findet der aufmerksame Besucher seit 1999 wieder Spuren heimisch gewordener Biber.

Der Bliesgau als Kulturlandschaft ist durch eine jahrtausendelange Nutzung von Menschen geprägt; die römische und keltische Besiedlung hält viele Möglichkeiten zur Spurensuche bereit. Im nördlichen Teil des Bliesgau liegt heute die Bevölkerungsdichte über dem Bundesdurchschnitt, dort ist er städtisch geprägt und integriert sogar die Mittelstadt St. Ingbert. Umso wichtiger ist es, ein Gleichgewicht zwischen der wirtschaftlichen Nutzung und dem Bewahren der natürlichen Ressourcen herzustellen, möglichst viele Menschen an einer nachhaltigen Entwicklung der Region zu beteiligen und ihre Gestaltungskompetenz durch Bildung für nachhaltige Entwicklung zu fördern.

2.2 Die LEADER-Region Bliesgau und das Tourismuskonzept Saarpfalz-Kreis

LEADER-Region Bliesgau

Das von 2007 bis 2013 laufende EU-Programm LEADER² fördert innovative Projekte zur Stärkung ländlicher Regionalentwicklung. Die Entwicklung der ländlichen Regionen im Rahmen von LEADER erfolgt nach dem sogenannten Bottom-Up-Prinzip - von unten nach oben. Das Projekt „Erlebnisregion Bliesgau“ und die damit verbundene Entwicklung dieses Bildungskonzepts ist eines von insgesamt neun Teilprojekten, die aus LEADER-Mitteln finanziert werden. Es ist dem Leitprojekt 3, „Entwickeln eines touristischen Profils“ zugeordnet. Die weiteren Leitprojekte der regionalen Entwicklung sind „Innovativer Umgang mit den Folgen des demografischen Wandels“, „Regionale Produkte erzeugen und vermarkten“ und „Erhaltung, Rekultivierung und Entwicklung des Landschaftsbilds“.

Unter dem Motto „WIR MACHEN MOBIL[E] – bewahren zukunftsfähig unseren Lebensraum“ hat die Lokale Aktionsgruppe (LAG) Biosphärenreservat Bliesgau zehn Handlungsfelder definiert, in denen Leitgedanken und Visionen für den LEADER-Prozess im Biosphärenreservat Bliesgau ausgearbeitet sind. Das Handlungsfeld Bildung für nachhaltige Entwicklung ist dabei folgendermaßen definiert: *„Wir lernen, unsere Zukunft nachhaltig zu gestalten. Vorhaben, Projekte, Produkte fördern die Fähigkeit, Gelerntes zu reflektieren und im Alltag in nachhaltiges Denken und Handeln umzusetzen.“* (Quelle: Die 10 Handlungsfelder und ihre Botschaften, Lokale Aktionsgruppe Biosphärenreservat Bliesgau).

Tourismuskonzept Saarpfalz-Kreis

Der Saarpfalz-Kreis und das Biosphärenreservat werden von der Saarpfalz-Touristik gemeinsam touristisch vermarktet. 2011 wurde das regionale Tourismuskonzept für den Saarpfalz-Kreis und das Biosphärenreservat Bliesgau erstellt. Es enthält einen Fahrplan für die touristische Entwicklung der Region in den kommenden Jahren, in dem die Segmente Kultur-, Natur- und Geschäftstourismus eine zentrale Rolle spielen. Die einzelnen Marktsegmente wurden in vier Arbeitskreisen intensiv behandelt. Als Ergebnis wurden 70 Projekte und Maßnahmen mit touristischem Zukunftspotenzial erarbeitet. Die Saarpfalz-Touristik und der Saarpfalz-Kreis, der die Konzeption initiiert hat, wollen in den nächsten

² Der Name LEADER steht für „Liaison entre actions de développement de l'économie rurale“, was soviel bedeutet wie die „Verbindung von Handlungen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft“.

Jahren gemeinsam mit den Städten, Gemeinden und dem Biosphärenzweckverband Bliesgau die Umsetzung begleiten und selbst tatkräftig mitwirken. Dabei sollen sich die Maßnahmen und Projekte am aktuellen Marktgeschehen orientieren.

Wie könnte nun das zukünftige Zusammenspiel des Biosphärenreservates Bliesgau und des Saarpfalz-Tourismus aussehen? Für das Biosphärenreservat kommt selbstredend nur ein landschafts-, natur- und sozialverträglicher Tourismus in Frage. Ein besonderes Potential bieten hierbei die Bildungsprojekte, die sich ebenfalls am Ansatz einer Bildung für eine nachhaltige Entwicklung orientieren. Aus touristischer Sicht empfehlen sich dabei scharf umrissene und qualitativ gute Bildungsangebote für Tagesgäste und Kurzurlauber aus einer Fahrtzeitentfernung von bis zu zwei Stunden.

2.3 Akteure, Zielgruppen und Angebote in der Erlebnisregion Bliesgau

Über 40 engagierte Bildungsakteure bringen bereits jetzt Ideen und Projekte für die Entwicklung der Bildungsangebote im Biosphärenreservat Bliesgau ein. Sie folgen dem modernen Bildungsbegriff: Menschen können und sollen ihr Leben lang persönliche und soziale Kompetenzen erlernen und entwickeln. Eine solche Denkweise ist auch für Bildungsangebote innerhalb von Biosphärenreservaten zentral.

Bildungsakteure und Kooperationen

Im Rahmen des Dialogprozesses zum Bildungskonzept wurden folgende Bildungsakteure sichtbar: das ökologische Schullandheim Spohns Haus, die Biosphären-VHS St. Ingbert, Natur- und Landschaftsführerinnen und -führer, der BUND-Saarland, der NABU-Saarland, die Stiftung Römermuseum, eine Bio-Landwirtin, ein Imker, eine Referentin für Globales Lernen, der Biosphärenzweckverband Bliesgau, die Lokale Aktionsgruppe Biosphärenreservat Bliesgau, das Forstamt des Stadtwald Blieskastel, der Europäische Kulturpark Bliesbruck-Reinheim, der Bliesgau-Ranger, die Saarpfalz-Touristik, Ämter für Regionalentwicklung und Tourismus sowie als übergeordnete Institution das Ministerium des Saarlandes für Umwelt und Verbraucherschutz.

Viele dieser Bildungsanbieter arbeiten bereits zusammen. Zentral ist der Biosphärenzweckverband Bliesgau als Verwaltungsstelle des Biosphärenreservats Bliesgau. Wichtige Kooperationspartner des Biosphärenreservats Bliesgau sind derzeit das Umwelt- und Wirtschaftsministerium auf Landesebene, die Naturwacht der Naturlandstiftung, der Saarforst-Landesbetrieb, der Biosphärenverein Bliesgau mit vielen ehrenamtlichen und freiberuflichen Natur- und Landschaftsführerinnen und -führern, die Umweltverbände NABU und BUND, der ÖPNV und die Bahn sowie die Saarpfalz-Touristik und die Tourismuszentrale Saarland. Darüber hinaus gibt es eine gute Zusammenarbeit mit den sieben Kommunen, die Mitglied des Biosphärenzweckverbands Bliesgau sind. Zudem befindet sich derzeit ein Netzwerk der Biosphären-Partner im Aufbau (z. B. Gastronomie, Hotels, Landwirtinnen und Landwirte, Natur- und Landschaftsführerinnen und -führer, Spohns Haus, Kulturpark Reinheim, Biosphären-VHS, Hotels, Produzenten von Bliesgau-Produkten).

Bevölkerung und Reisende als Zielgruppen

Der Bliesgau zeichnet sich im Jahr 2010 durch eine besondere Alters- und Haushaltsstruktur aus: Das Durchschnittsalter der Bevölkerung ist vergleichsweise hoch. Viele befragte Personen wohnen seit ihrer Geburt am Wohnort und bleiben dort überdurchschnittlich lange wohnen (37 Jahre). Es existieren zudem (besonders in den ländlichen Gebieten) überdurchschnittlich viele Haushalte, in denen mehr als drei Personen leben. Bei der Freizeitgestaltung stehen für die Bevölkerung im Bliesgau Selbstentfaltung und Genuss im Vordergrund, verbunden mit den Werten Selbstverwirklichung, sich etwas leisten zu können, Familie und soziales Engagement (für andere da sein, sich einsetzen).

Der Tourismus in Deutschland ist von den Zukunftstrends "Demographischer Wandel", "Digitale Medien und Vernetzung", "Globalisierung und Nachhaltigkeit" und "Gesundheit" geprägt. Das zeigt sich auch im Hinblick auf Touristinnen und Touristen im Bliesgau (vgl. Marketingkonzept "Erlebnisregion Bliesgau" von mas I contour und KON-TIKI). Für Geschäfts- und Urlaubsreisen werden zudem das Fahrrad, das Wandern und Öffentliche Verkehrsmittel immer wichtiger. Touristische Angebote durchlaufen derzeit einen entscheidenden Wandel: Reisende wollen lieber aktiv als passiv teilnehmen. Daher punkten bei diesen Zielgruppen Erlebnisinszenierungen wie Geschichten-Erzählen, Mitmach-Aktionen, Suchspiele, Rollentausch etc.

Bildungsangebote

Eine Erhebung³ von 24 erfolgreich umgesetzten Bildungsangeboten im Bliesgau zeigt eine Vielzahl an Zielgruppen: Touristische Angebote richteten sich zu ca. 70% an Familien, Erwachsene und/oder Jugendliche, zu 50-60% an Senioren, Reisegruppen und/oder junge Paare. Schulische Angebote waren meist auf Sekundarstufe I oder II gerichtet (ca. 50-60% schulischer Angebote). Zudem gibt es vom Biosphärenzweckverband Bliesgau in Kooperation mit dem saarländischen Umweltministerium Angebote für den Elementarbereich unter dem Motto "Hier spielt die Zukunft" sowie Langzeitfortbildungen für Erzieherinnen und Erzieher, die anschließend als BNE-Begleiterinnen und -Begleiter in Kindertagesstätten aktiv sind. Wenige Angebote richteten sich an Menschen mit Behinderung, geringen Deutschkenntnissen oder Migrationshintergrund. Bezüglich der eingesetzten Lernmethoden lässt sich insgesamt eine große Vielfalt feststellen, allerdings mit klarem Schwerpunkt auf Führungen. Über 90% der Angebote beinhalten Führungen oder Exkursionen, in der Hälfte wird Projekt-, Handlungs- oder Gruppenlernen genutzt. Hingegen wurde kein Angebot mit interaktiven oder neuen Medien in das Online-Formular eingetragen.

Im Anhang dokumentieren Tabellen die thematische Vielfalt und die Zielgruppen der Bildungsangebote im Bliesgau auf Basis der im Dialog zum Bildungskonzept erfassten Angebote und des Bliesgau-Veranstaltungskalenders 2012.

³ Online-Erhebung im Zeitraum 16.11. bis 05.12.2011, Verteiler: ca. 55 Bildungsakteure aus dem Biosphärenreservat Bliesgau.

2.4 Bildungsauftrag: Bildung für nachhaltige Entwicklung

Die weltweit anerkannte Definition der Brundtland-Kommission von 1987 erklärt den Begriff „nachhaltige Entwicklung“ als „eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“.

Damit sich die Weltgesellschaft diesem Leitbild folgend entwickelt, müssen ökonomische, ökologische und soziokulturelle Veränderungen zusammenwirken, an denen sich generationsübergreifend die Bevölkerung beteiligt. Damit Menschen ihr Leben nachhaltig gestalten bzw. nachhaltige Lebensstile entwickeln, müssen neben passenden Rahmenbedingungen entsprechende Einstellungen und Gestaltungskompetenzen gefördert werden. Dafür ist Bildungsarbeit unabdingbar.

„Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE)⁴ will die Menschen in die Lage versetzen, Entscheidungen für die Zukunft zu treffen und dabei abzuschätzen, wie sich das eigene lokale Handeln auf künftige Generationen oder global auf das Leben in anderen Weltregionen auswirkt. Sie thematisiert bspw. Ressourcennutzung, Klimaschutz und Klimawandel, sozialen Zusammenhalt, zukunftsfähiges Wirtschaften, fairen Konsum und Lebensstilfragen. Als übergeordnetes Ziel von BNE gilt der Erwerb von „Gestaltungskompetenz“: das Vermögen, die Zukunft der eigenen Gesellschaft aktiv im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung mit zu gestalten⁵.

Globales Denken soll ebenso wie lokales Handeln durch Projektlernen, selbstorganisiertes Lernen und fachübergreifende Bildungsangebote angeregt werden.

Betrachtet man diese Kriterien, stellt man fest: Viele der laufenden Bildungsangebote im Bliesgau weisen einen Bezug zu nachhaltiger Entwicklung auf. So beinhaltet die Mehrheit der Maßnahmen die Themen biologische Vielfalt oder nachhaltiges Wirtschaften, bei der Hälfte stehen Klimaschutzthemen oder Stadt-Land-Beziehungen auf dem Programm. Den Bliesgau als Kulturlandschaft sprechen eine große Mehrheit der Angebote an.

Die Angebotsanalysen und Netzwerkworkshops zeigten aber auch Entwicklungspotenzial auf:

- Noch weiter ausbauen lässt sich vorhandenes Potenzial bei den Themen (Grenzregion, demographischer Wandel, Verbindung global-lokal) und Zielgruppen (z. B. Seniorinnen und Senioren, Studierende);
- verschiedene Teilkompetenzen (s. Kap. 5.1) der Gestaltungskompetenz könnten systematischer abgedeckt werden;
- Der Methodenmix könnte stärker Ansätze informellen / spielerischen Lernens (s. Kap. 2.5), und umweltsychologische Erkenntnisse nutzen (s. Kap. 2.6) sowie gezielter soziale Medien und interaktive Technik einbeziehen (s. Kap. 2.7).

⁴ Die aktuelle UN-Dekade (2005 bis 2014) widmet sich der BNE, siehe <http://www.bne-portal.de/>. Ziel der Weltdekade ist, durch Bildungsmaßnahmen zur Umsetzung der 1992 in Rio beschlossenen Agenda 21 und ihren Millenniumszielen 2000 beizutragen und weltweit Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung in Bildungssystemen zu verankern.

⁵ Haan, G. de & Harenberg, D. (1999). *Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Gutachten zum Programm*. Materialien zur Bildungsplanung und Forschungsförderung, Heft 72. Hrsg. von der BLK für Bildungsplanung und Forschungsförderung.

2.5 Informelles und spielerisches Lernen

Informelles Lernen

Schätzungen zufolge finden 60-70 Prozent des menschlichen Lernens in informellen Lernsituationen statt, d. h. im Alltag, am Arbeitsplatz, in der Familie und in der Freizeit⁶. Nach Definition der Europäischen Kommission (2001)⁷ ist informelles Lernen in Bezug auf Lernziele, Lernzeit oder Lernförderung nicht strukturiert und führt üblicherweise nicht zur Zertifizierung. Informelles Lernen kann zielgerichtet sein, ist jedoch in den meisten Fällen nicht intentional (also eher beiläufig). Es ist per Definition nicht von außen steuerbar, sondern kann nur gezielt angeregt werden.

Wie kann informelles Lernen für die Bildung für nachhaltige Entwicklung im Bliesgau berücksichtigt werden? Ein Weg besteht darin, die Themen in den Alltag und die Freizeit der Menschen zu integrieren - mit offenen und attraktiven Angeboten den Bezug zwischen eigenem Alltagshandeln und nachhaltiger Entwicklung herzustellen. Zusätzlich können Massenmedien wie auch Soziale Medien (soziale Netzwerke, Online-Plattformen etc.) BNE-Informationen mit aktuellen Ereignissen und Trends verbinden. Damit lassen sich bisher gering interessierte Zielgruppen am Arbeitsplatz oder in der Freizeit erreichen.

Spielerisches Lernen

Wie kann die Begeisterung von Menschen für alle Arten von Spielen dafür eingesetzt werden, die großen Herausforderungen unserer Zeit (Klimawandel, Peak-Oil, Globalisierung etc.) gemeinsam anzugehen und zu lösen? Ähnlich wie bei informellen Lernprozessen können die Menschen beim spielerischen Lernen ihre Vorgehensweise selbst gestalten. Aber spielerisches Lernen verläuft nicht zufällig, sondern es folgt zuvor definierten Lernzielen. Erfolgreich ist Lernen u.a. dann, wenn die Lernenden motiviert sind, Interesse am Thema haben und Spaß am Lernprozess empfinden. Die Chancen auf einen solchen Erfolg kann man mit dem Einsatz spielerischer Methoden sowie neuer Medien und Techniken⁸ verbessern. Informelles Lernen und spielerisches Lernen sind sich auch darin ähnlich, dass sie Bildung und Unterhaltung nicht grundsätzlich trennen. Beide Ansätze folgen damit dem Trend in der deutschen Bildungslandschaft, die Attraktivität von Lernsituationen zu steigern und damit auch den Lernerfolg zu erhöhen (mit Freude gelernt = mit Freude erinnert). Dies gilt es auch in Lernsituationen im Biosphärenreservat Bliesgau umzusetzen.

Die Prinzipien, die besonders bei der Konzeption von digitalen Spielen zur Anwendung kommen und diese so faszinierend machen, lassen sich auch auf die zielgruppenspezifische Konzeption von BNE-Angeboten anwenden. Zwar lässt sich nicht jeder Lerninhalt über ein Spiel vermitteln. Doch mit etwas Augenmaß lassen sich spielerische Prinzipien auf eine Vielfalt von Lernkontexten übertragen und können so zu einem größeren Lernerfolg durch mehr Freude am Lernen beitragen.

Eine ausführliche und praktische Anleitung zur Integration spielerischer Prinzipien in Bildungsangebote findet sich als tabellarischer Überblick im Anhang.

⁶ Interview: Informelles Lernen besser erforschen und fördern BNE-Portal <http://bit.ly/PgFSV6> (entnommen 14.08.2012).

⁷ Europäische Kommission, Generaldirektion Bildung und Kultur, Generaldirektion Beschäftigung und Soziales: *Mitteilung der Kommission: Einen europäischen Raum des Lebenslangen Lernens schaffen*. November 2001, S. 33.

⁸ In dem Fall spricht man von „Edutainment“. Der Begriff Edutainment setzt sich aus den beiden englischen Begriffen Education (=Bildung) und Entertainment (=Unterhaltung) zusammen.

2.6 Vom Denken zum Handeln - umweltpsychologische Prinzipien

Ziel der Bildungsangebote im Biosphärenreservat ist es, die Menschen, die hier wohnen, und die Menschen, die als Touristinnen und Touristen zu Besuch sind, zu neuen, nachhaltigeren Handlungsweisen zu bewegen. Dafür ist es notwendig, nicht nur Reflexionsprozesse anzustoßen, sondern den Lernenden die Möglichkeit zu geben, alltägliche Handlungsweisen neu zu erleben – und zwar auf ganz praktische Weise. Dabei gilt es zu bedenken: Menschliches Alltagshandeln (Ernährung, Fortbewegung, Energieverbrauch etc.) ist stark durch Gewohnheiten und Routinen geprägt.

Die Umweltpsychologie zeigt, dass Routinen vor allem dann verändert werden können, wenn ein Mensch sich in einer Umbruchsituation befindet: Die Geburt eines Kindes, der Umzug in eine andere Stadt oder eine Veränderung des Alltags, etwa der Einstieg in die Rentenzeit, sind gute Gelegenheiten, um Impulse für eine Umstellung auf nachhaltigere Handlungsweisen zu geben.

Wenn Menschen in Umbruchsituationen auf Angebote treffen, z. B. Infomaterialien, persönliche Beratung, Probierscheine oder die Teilnahme an Aktivitäten, fallen diese bei ihnen auf fruchtbareren Boden als zu anderen Zeiten. Ist jemand zum Beispiel sein Leben lang mit dem Auto in das nahegelegene Blieskastel zur Arbeit und zum Einkaufen gefahren, kann er oder sie mit dem Einstieg ins Rentenalter dafür erwärmt werden, alternative Routen mit dem Fahrrad oder e-Velo zu erkunden. Dabei können die eigene Fitness und die Erfahrung neuer Langsamkeit im Leben als Motivatoren mitwirken. Noch größere Chancen hat eine Umstellung des Verhaltens, wenn ein Mensch es mit anderen Personen in der gleichen Situation (Peers) zusammen auszuprobieren kann.

Deshalb sollten Bildungsangebote im Biosphärenreservat Bliesgau auch gezielt Menschen in Umbruchsituationen ansprechen, um effektiv das Alltagshandeln der Bevölkerung im Biosphärenreservat einzubeziehen.

2.7 Einsatz sozialer Medien und mobiler Technik

Die Neuen Medien verändern unsere Bildungslandschaft. In allen Zusammenhängen formeller und informeller Lernsituationen bieten sie neue Möglichkeiten des kooperierenden und selbstbestimmten Lernens. Den Zugang zum Lerngegenstand können leicht transportierbare Geräte attraktiver machen: Smartphones, Digitalkameras, GPS-Geräte, Tablet-PCs, Videokameras, E-Book-Reader, Diktiergeräte, MP3-Player usw.

Nutzerinnen und Nutzer sozialer Medien orientieren sich stark an einem subjektiv wahrgenommenen Mehrwert. Für die Konzeption von Bildungsangeboten sollten daher folgende vier Qualitäten⁹ neuer Medien Beachtung finden:

- **Aktiv mitgestalten:** Teilnehmende können an der Gestaltung des Bildungsangebots im Prozess, zur Vor- und zur Nachbereitung mitwirken, z. B. indem sie online Abstimmungen, Feedback, zielorientierte Diskussionen oder freiwilliges Engagement organisieren.
- **Dialogisch & Sozial:** Mit dem Einsatz sozialer Medien im jeweiligen Bildungsangebot können die Teilnehmenden ihr bereits bestehendes Online-Netzwerk an ihren Erlebnissen teilhaben lassen.
- **Produzieren statt Konsumieren:** Die Teilnehmenden können sich mit Hilfe der neuen Medien als aktive Gestaltende des Bildungsangebotes einbringen. Sie können etwa Blog-Artikel zu ihren Erlebnissen schreiben, Naturbilder in einer Online-Plattform veröffentlichen und auswerten oder sogar einen Kurzfilm produzieren.
- **Offenheit:** Teilnehmende können auf im Bildungsangebot produzierte spannende Filme, Fotos, Texte usw. online zugreifen und diese z. B. unter einer Creative Commons Lizenz¹⁰ kostenlos anderen zur Weiterverwendung zur Verfügung stellen.

⁹ Eine ausführliche Beschreibung der Qualitäten Sozialer Medien, die bei der Konzeption von Bildungsangeboten zu beachten sind, findet sich im Anhang S.60

¹⁰ Creative Commons (CC; englisch für schöpferisches Gemeingut, Allmende) ist eine gemeinnützige Organisation, die verschiedene Standard-Lizenzverträge anbietet, mit denen ein Autor der Öffentlichkeit auf einfache Weise Nutzungsrechte an seinen Werken einräumen kann (Quelle: Wikipedia Zugriff [20.11.2012] <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/>).

3. Leitbild für Bliesgau BNE-Angebote

3.1 Herausforderung

Fortschreitender Klimawandel, die Bedrohung der biologischen Vielfalt, Finanzkrise, Armut oder unfairer Welthandel: Die aktuellen ökologischen, sozialen und ökonomischen Probleme erfordern eine nachhaltige Veränderung der Gesellschaft und der persönlichen Lebensstile in Deutschland und der ganzen Welt. Biosphärenreservate sollen als Modellregionen nachhaltiger Entwicklung Kulturlandschaften erhalten und vor zerstörenden Eingriffen schützen sowie wertvolle Lebensräume für Mensch und Natur entwickeln. Kurz gefasst bedeutet Nachhaltigkeit, nicht mehr Ressourcen zu verbrauchen als sich auf natürliche Weise erneuern können. Dabei sollen die Grundbedürfnisse heutiger Generationen möglichst gerecht so befriedigt werden, dass zukünftige Generationen ebenfalls noch ihre Grundbedürfnisse befriedigen können. Damit das funktioniert, muss man das Bewusstsein für Möglichkeiten und Grenzen der Nutzung natürlicher Ressourcen stärken und nachhaltiges Handeln u.a. durch Bildung fördern.

3.2 Orientierung an Bildung für nachhaltige Entwicklung

Angesichts dieser Herausforderungen orientieren sich Bildungsangebote in der Erlebnisregion Bliesgau am Ansatz Bildung für nachhaltige Entwicklung (dann BNE-Angebote) und dem Drei-Säulen-Modell der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales. BNE-Angebote vermitteln den Menschen Handlungskompetenzen, nachhaltigkeitsbezogene Kenntnisse, unmittelbare Naturerfahrung und Einblicke in die Wechselbeziehung zwischen Mensch und Umwelt. Damit ermöglichen sie den Menschen im Bliesgau, ihre Verantwortung für heutige und zukünftige Generationen zu übernehmen, indem sie fairer, sozialer und ökologischer handeln sowie ihre Zukunft aktiv mit anderen gestalten lernen. Dies geschieht, indem die Lernenden globale Zusammenhänge und Verantwortlichkeiten entdecken sowie beispielhaft lokale Gestaltungsmöglichkeiten für ein nachhaltiges Zusammenleben von Mensch und Natur entwickeln und erproben. Damit tragen BNE-Angebote dazu bei, die Ziele des Biosphärenreservats zu verwirklichen.

3.3 Vision und Prinzipien der BNE-Angebote

Als Vision für das Jahr 2030 zeichnet die BNE-Angebote der Erlebnisregion Bliesgau aus, dass sie globale Aspekte berücksichtigen, von professionellen Trägern umgesetzt werden, wertschätzend die Eigenverantwortung und aktive Beteiligung aller Bürgerinnen und Bürger im Bildungsprozess fördern sowie sich an BNE-Qualitätsstandards orientieren. Dies passt zur Vision für das LEADER-Handlungsfeld BNE und geht von den Kriterien für die Anerkennung und Überprüfung von Biosphärenreservaten der UNESCO in Deutschland aus. Konkret bedeutet dies u.a.:

- **über den Tellerrand zu schauen**, d. h. globale Aspekte zu berücksichtigen, indem regionale Besonderheiten anderer Weltregionen einbezogen und die persönliche weltweite Vernetzung jedes Menschen und die Anerkennung der globalen Vielfalt angesprochen werden;

- **sozial faire Rahmenbedingungen im Biosphärenreservat Bliesgau (BRB)**, d. h. sozial benachteiligte Menschen werden aktiv einbezogen, Bildung ist erschwinglich und auf die Lebenswelt der Teilnehmenden bezogen;
- **aktive Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger**, d. h. die Zusammenarbeit mit regionaler Wirtschaft schafft Vorteile für die Bevölkerung, die an Bildungsprozessen aktiv beteiligt und informiert ist sowie erworbenes Wissen weitervermittelt (Multiplikator-Rolle), und es gibt Angebote für Familien aus der Region;
- **professionell qualifizierte Bildungsakteure**, d. h. gut qualifizierte, polyglotte Referentinnen und Referenten, die BNE-Merkmale berücksichtigen und wertschätzend mit den Menschen arbeiten;
- **vielfältige Zielgruppen**, d. h. es gibt Mehrgenerationen- und multikulturelle Angebote, Kinder lernen bereits früh in der Schule / Kita die Bedeutung von Nachhaltigkeit und des BRB;
- **freiwilliges, erlebnisbasiertes Lernen mit Lebensweltbezug**, d. h. die Natur kann von den Menschen mit allen Sinnen selbst erfahren werden, ihre Aufmerksamkeit wird geschult, sie können Naturräume aktiv gestalten (Pflanzprojekte), das Lernen findet durch praktisches Tun mit Reflexion ohne erhobenen pädagogischen Zeigefinger statt, die Bildungsinhalte berücksichtigen Werte und Zielkonflikte und reagieren auf gesellschaftliche Veränderungen.

3.4 Kooperation der Bildungsakteure

Die Kooperation der Bildungsakteure ist von einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit ohne Konkurrenz- und "Kirchturm"-Denken geprägt. Eine übergeordnete Stelle koordiniert die Aktivitäten der verschiedenen touristischen Anbieter und Bildungsakteure im Bliesgau. Ein regelmäßiges Forum bietet Raum zum Austausch und zur Vernetzung. Es sollen gemeinsam saisonübergreifende Bildungsprogramme und Schwerpunkte entwickelt werden, einschließlich einer verbesserten Besucherlenkung.

Die Zusammenarbeit mit der Naturwacht und den Natur- und Landschaftsführerinnen und -führern soll weiterentwickelt und die Beteiligung weiterer Akteure angestrebt werden, z. B. könnten Kooperationen mit Schulen, der Hochschule für bildende Künste und dem Studiengang für „Nachhaltige Entwicklung“ in Saarbrücken ausgebaut werden.

4. Zielgruppen und Schlüsselthemen der BNE-Angebote

Die Ausgangsanalyse der Bildungsangebote im Bliesgau fand eine Vielzahl an Zielgruppen, die in der Erlebnisregion Bliesgau angesprochen werden kann:

Ältere Menschen 50+, Wanderer und Radwanderer, Natur- und Ruhesuchende, Kultur- und Geschichtsinteressierte, (Klein-) Kinder, Schülerinnen und Schüler (Vorschule bis Sek II), Bildungseinrichtungen, Auszubildende, Studierende, Erzieherinnen und Erzieher, Geschäftsreisende, Golftouristinnen und -touristen, Kur- und Reha-Gäste, Familien, Menschen mit Behinderung, Menschen mit Migrationshintergrund, Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, Reisegruppen, Unternehmen, junge und ältere Erwachsene und Paare.

Bei der anstehenden Umsetzungsphase des Bildungskonzepts helfen die folgenden Schwerpunkte dabei, den BNE-Angeboten in der Erlebnisregion Bliesgau ein klares Profil zu geben. Angebote für andere Zielgruppen oder Themen werden damit nicht in Frage gestellt. Auf lange Sicht können weitere Schwerpunkte hinzukommen bzw. weitere Themen und Zielgruppen bei bestehenden Schwerpunkten ergänzt werden.

4.1 Schwerpunkt-Zielgruppen

Im Wesentlichen bestehen die Zielgruppen der BNE-Angebote aus der Bevölkerung der Erlebnisregion sowie aus Tages- und Kurzurlaub-Touristinnen und -Touristen aus dem Umland mit bis zu zweistündiger Anreisezeit. Touristische attraktive BNE-Angebote knüpfen an die touristischen Mega-Trends an (siehe Ausgangslage): Sie berücksichtigen das Freizeitverhalten von älteren Menschen, den Einsatz spielerischer, auch technisch bzw. medial unterstützter Angebote (Edutainment) und die Ausrichtung an einem nachhaltigen Tourismus.

Wie jedes zeitgemäße Bildungskonzept folgt auch das BNE-Angebot im Bliesgau der Idee des lebenslangen Lernens: Sie eröffnet Menschen zu allen Lebensphasen Bildungsmöglichkeiten und erfordert vielfältige Angebote für unterschiedliche Zielgruppen. Um aber die BNE-Angebote besser zu vermarkten und ihre Qualität kontrolliert weiterzuentwickeln, sollen Schwerpunkte dem Bildungsprogramm ein markantes Profil geben. Die folgenden Schwerpunkt-Zielgruppen haben sich aus dem moderierten Dialog herauskristallisiert:

1. **Natur- und ruhesuchende (Rad-) Wanderer**
hauptsächlich ältere Touristinnen und Touristen (Best Ager 50+) der näheren Umgebung (Naherholende) sowie altersübergreifend aus der Bevölkerung der Biosphäre
2. **Kita- / Vorschul-Kinder plus Schülerinnen und Schüler Primar bis Sek I**
Kinder und Jugendliche aus Einrichtungen und Familien der Biosphäre und der Bevölkerung der angrenzenden Ballungsräume / Umland

Menschen mit Behinderung sollten durch behindertengerechte und integrative Angebote berücksichtigt werden. Die Angebote sollen möglichst zugänglich für Menschen mit geringerem Einkommen sein.

4.2 Schlüsselthemen

Neben den breiten BNE-Querschnittsthemen haben die Bildungsakteure zwei Schlüsselthemen für das vorliegende Konzept erarbeitet. Alle Themen sind sowohl explizit als auch implizit vermittelbar, also sowohl in eigens auf ein Thema zugeschnittenen Veranstaltungen als auch „nebenher“ bei anderen Themen. Wenn bestimmte Themen im Vordergrund stehen, sollten auch andere Aspekte berücksichtigt werden – beispielsweise Gerechtigkeitsfragen.

1. **BNE-Querschnittsthemen:**

Begegnung mit der Natur und der Kulturlandschaft, Reflexion Umweltsituation / -geschichte, nachhaltige Handlungsalternativen und Gestaltungskompetenz sowie Identifikation der Bevölkerung mit dem Leitbild der Biosphäre, Modellregion für nachhaltige Entwicklung zu sein.

2. **Schlüsselthema Natur und Artenvielfalt:**

Dieses Thema geht von der Natur aus: Die große Arten- und Landschaftsvielfalt der Biosphäre legt einen entsprechenden Schwerpunkt nahe. An das klassische Naturwissen und -erleben lassen sich Themen wie regionale (Umwelt-) Geschichte, Kulturlandschaft, Stadt-Land-Beziehung, regionales Handwerk und globale Gerechtigkeit anknüpfen.

3. **Schlüsselthema Ernährung und Konsum (UN-Dekade-Thema 2012):**

Dieses Thema geht von den Menschen aus: Es gibt den Angeboten einen Lebensweltbezug. Mit alltäglichen Fragen über Ernährung und Konsum lassen sich Themen wie nachhaltiges Handeln und Wirtschaften, regionales Handwerk, Naturschutz und Artenvielfalt sowie (Intra-/Intergenerationen-)Gerechtigkeit verbinden.

5. Bliesgau BNE-Qualitätsstandards für Bildungsangebote

Die sieben BNE-Qualitätsstandards unterstützen die Bildungsakteure dabei, wirksame und touristisch attraktive BNE-Angebote im Biosphärenreservat Bliesgau anzubieten. Nach außen signalisiert das Qualitätszeichen die besondere BNE-Güte derartiger Angebotskonzepte. Für ein solches Qualitätszeichen können Bildungsakteure sich bewerben, ihr Programm wird dann mit unten ausgeführten, festgelegten Kriterien auf seine BNE-Qualität überprüft.

Die Blume der sieben Bliesgau BNE-Qualitätsstandards (siehe Abb. 1) veranschaulicht die tragende Rolle qualifizierten Personals für die Angebotsdurchführung. Zudem steht die Förderung der Gestaltungskompetenz klar im Mittelpunkt bei den BNE-Angeboten. Fünf weitere Standards ergänzen das Bild: BNE-Angebote sollen stets zur Reflexion anregen, handlungsorientiert sein und Erfahrungslernen fördern, sie sollen einen Bezug zur Lebenswelt der jeweiligen Zielgruppe haben, Globales und Lokales zusammen denken sowie freudvolles Lernen mit Sinn ermöglichen.

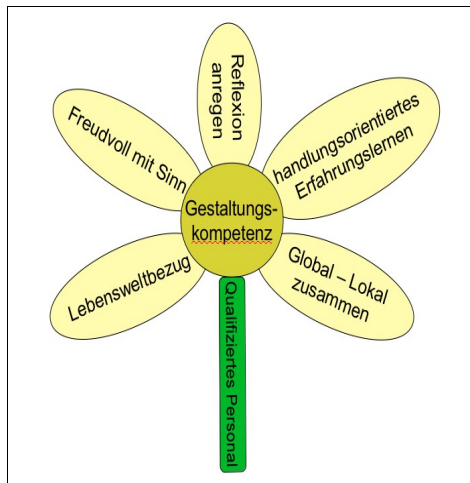


Abbildung 1: Blume der BNE-Qualitätsstandards
 (Quelle: eigene Darstellung)

5.1 Gestaltungskompetenz fördern

Bildung für nachhaltige Entwicklung zielt darauf ab, Offenheit für neues Wissen und verschiedene Perspektiven sowie Kompetenzen zu fördern. Auf dem Weg zu einer nachhaltigen Gesellschaft müssen die Menschen u.a. lernen, komplexe Zusammenhänge zu begreifen, Gerechtigkeitsfragen trotz Zielkonflikt zu berücksichtigen, langfristige Folgen des Handelns vorwegzunehmen, sich an Entscheidungsprozessen zu beteiligen und eigene Lebensstile zu reflektieren. Das Konzept der **Gestaltungskompetenz**¹¹ betont dabei die zentrale Rolle von fachübergreifenden Handlungskompetenzen und greift den Ansatz mit zwölf Teilkompetenzen auf.

¹¹De Haan, G. (2008) Gestaltungskompetenz als Kompetenzkonzept für Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: Bormann, Inka, de Haan, Gerhard (Hrsg.): Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften S. 23-44

Die **zwölf Teilkompetenzen** der Gestaltungskompetenz lassen sich in Methodenkompetenzen, Sozialkompetenzen und Selbstkompetenzen gliedern (siehe auch Materialien Transfer 21 unter: <http://www.transfer-21.de/index.php?p=222>):

- **Methodenkompetenzen** umfassen Vorgehensweisen. Wer sie erwirbt, ist weltoffen und neuen Perspektiven zugänglich, kann vorausschauend denken, fachübergreifend Erkenntnisse gewinnen sowie Risiken und Unsicherheiten erkennen und abwägen.
- **Sozialkompetenzen** beziehen sich auf das Miteinander: Mit ihrer Hilfe kann ein Mensch kooperieren, Zielkonflikte/Entscheidungsdilemmata bewältigen, an kollektiven Entscheidungen teilhaben sowie sich und andere motivieren, aktiv zu sein.
- **Selbstkompetenzen** betreffen persönliche Aspekte. Sie ermöglichen es einem Menschen, die eigenen Leitbilder zu reflektieren, moralisch (gerechtigkeitsbezogen) und eigenständig zu handeln sowie Empathie für andere zu zeigen.

Eine kurze Erläuterung der Teilkompetenzen mit Beispielen und methodischen Hinweisen befindet sich im Anhang.

1. Standard: Das Angebot fördert die Gestaltungskompetenz der Teilnehmenden aktiv.	
Indikatoren	a. Im Angebotskonzept ist die Förderung bestimmter Teilkompetenzen explizit als Ziel enthalten. b. Die eingesetzten Methoden sind geeignet, die angezielten Teilkompetenzen zu fördern. c. Die beabsichtigte Förderung der Teilkompetenzen hat einen zielgruppen- und themengerechten Schwerpunkt.
Kriterium	Alle Indikatoren sind erfüllt.

5.2 Handlungsorientiertes Erfahrungslernen ermöglichen

Die BNE-Angebote ermöglichen Erfahrungslernen als Zusammenspiel von Erleben (Herz), Verstehen (Kopf) und Handeln (Hand).

2. Standard: Das Angebot ermöglicht unmittelbare subjektive Erfahrungen zur aktiven und handelnden Auseinandersetzung mit einem Phänomen.	
Indikatoren	a. Das Angebot beinhaltet Situationen, in denen die Zielgruppe sich aktiv mit ihren Wahrnehmungen auseinandersetzen und selbst handeln kann. b. Die Zielgruppe kann zielorientiert Aktivitäten und Vorgehen wählen bzw. mitgestalten. c. Die Zielgruppe stellt im Rahmen des Angebots selber ein Produkt her. d. Das Angebot stellt einen konkreten Bezug zu lebensphasen- oder regionbezogenen Themen her.
Kriterium	Mindestens zwei Indikatoren sind erfüllt.

5.3 Lebensweltbezug herstellen

Die BNE-Angebote sind mit Bedeutung für die Lebenswelt der jeweiligen Zielgruppe zu gestalten.

3. Standard: Das Angebot setzt an Voraussetzungen der Zielgruppe an und bezieht themenübergreifend ihr alltägliches Umfeld mit ein.	
Indikatoren	a. Es werden Bezüge zu den Alltagsbereichen Arbeit, Schule, Familie, Freizeit und soziale Beziehungen hergestellt. b. Das Angebot berücksichtigt vorhandene Kenntnisse, Einstellungen, Bedürfnisse und/oder Erfahrungen der Zielgruppe. c. Das Angebot verbindet/integriert mehrere fachliche/disziplinäre Wissensbereiche.
Kriterium	Mindestens zwei Indikatoren sind erfüllt.

5.4 Global-Lokal zusammen denken

Die Probleme der Welt sind vielschichtig und komplex, die Interessen vielfältig. Deshalb zeigen die BNE-Angebote, wie lokale Phänomene sich global auswirken und umgekehrt. Zudem sprechen sie Gerechtigkeitsfragen an.

4. Standard: Das Angebot zeigt Zusammenhänge von globalen und lokalen Phänomenen auf und thematisiert Gerechtigkeitsfragen.	
Indikatoren	a. Die Zielgruppe kann <u>globale</u> Auswirkungen lokaler Phänomene/Handlungen erkennen.
	b. Die Zielgruppe kann <u>lokale</u> Auswirkungen globaler Phänomene erkennen.
	c. Die Zielgruppe setzt sich mit Fragen der inter-/intragenerationalen Gerechtigkeit im Zusammenhang mit lokalen Phänomenen/Handeln auseinander.
	d. Es werden mindestens zwei der drei Dimensionen (ökologisch, ökonomisch, soziokulturell) der Nachhaltigkeit berücksichtigt bzw. miteinander verknüpft.
Kriterium	Mindestens zwei Indikatoren sind erfüllt.

5.5 Reflexion anregen

Die BNE-Angebote schaffen sowohl einen Rahmen als auch Anlässe, um über Erfahrungen, Verhalten, Einstellungen und Werte nachzudenken.

5. Standard: Die Zielgruppe reflektiert eigene und andere Erfahrungen, Verhalten, Einstellungen, Ziele, Werte und/oder das Erleben.	
Indikatoren	a. Die Zielgruppe reflektiert ihre eigenen Erfahrungen und Verhaltensweisen.
	b. Die Zielgruppe reflektiert eigene und andere Gerechtigkeitsvorstellungen/Werte.
	c. Die Zielgruppe reflektiert über eigene und andere Einstellungen, Ziele und Interessen.
Kriterium	Mindestens ein Indikator ist erfüllt.

5.6 Freudvolles Lernen mit Sinn

Grundsätzlich gibt die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit den Bildungsangeboten einen Sinn. Doch die Sinnhaftigkeit eines Angebotes hängt auch von der subjektiven Bedeutung aus Sicht der Zielgruppe ab. Deshalb müssen Bildungsakteure ihre Themen und Lernprozesse für die Zielgruppe sinnvoll gestalten. Ein Faktor dabei ist der Spaß am Lernen.

Um Lernen sinn- und freudvoll zu gestalten, bieten sich Ansätze zum informellen und spielerischen Lernen an. Entsprechend sollten Bildungsanbieter in der Konzeptionsphase ihrer Programme folgende Fragen im Blick haben:

- Welche Freiräume kann ich den Lernenden geben, so dass sie selbst das Lerngeschehen beeinflussen und individuell gestalten können? (Interaktivität)
- Wie kann ich Lernziele so aufbauen, dass sie auf verschiedenen Wegen erreicht werden können und individuelle Lösungswege möglich sind? (Non-Linearität)
- Welche spielerischen/entdeckenden Elemente kann ich aufnehmen, so dass ich Wissen nicht frontal vermittele, sondern die Teilnehmenden es sich in einem freudvollen Prozess selbst erschließen? (Spiel)

6. Standard: Die Zielgruppe erlebt Freude und Sinnhaftigkeit beim Lernen.	
Indikatoren	a. Die Angebote haben für die Zielgruppe eine persönliche Bedeutung über die Situation hinaus.
	b. Die Methoden enthalten spielerische, ggf. technisch basierte (Edutainment-)Elemente.
	c. Die Zielgruppe kann den Prozess selbst beeinflussen oder die Lernziele auf unterschiedlichen Wegen erreichen.
	a. Der Zweck der Lernprozesse spricht klar benannte Interessen der Zielgruppe an.
Kriterium	Mindestens Indikator a) und ein anderer Indikator sind erfüllt.

Soll Edutainment in einem Angebot eine Rolle spielen, sind weitere Ressourcen und spezifisches technisches Wissen notwendig. Dabei ist auch die langfristige Perspektive einzuplanen, also die Pflege und ggf. Reparatur von eingesetzter Technik (GPS-Geräte, Computer...) und der personelle Aufwand für Anlegen und Pflege von multimedialen Anwendungen (Film, Spiel, interaktive Infografiken, Tondokumente, Texte und Bilder).

5.7 Qualifizierte Durchführende

Um Bildungsangebote so umzusetzen, dass sie BNE-Qualitätsstandards gerecht werden, müssen diese nicht nur zur Zielgruppe passen und konzeptstark sein. Der Erfolg steht und fällt mit den Personen, die die Bildungsangebote durchführen. Sie brauchen die passenden fachlich-methodischen Kenntnisse und Grundhaltungen, dazu ein Interesse an Qualitätssicherung, Weiterbildung und Austausch mit Kolleginnen und Kollegen.

7. Standard: Die das Angebot durchführende Person ist methodisch und fachlich dafür qualifiziert sowie engagiert und zuverlässig bei der Durchführung.	
Indikatoren	a. Die Person hat fachlich-methodisch angemessene Kompetenzen (Aus-/Weiterbildung).
	b. Die Person beteiligt sich an/führt Qualitätssicherung Evaluation ihrer Angebotsumsetzung durch.
	c. Die Person gestaltet die BNE-Bildungsangebote im Bliesgau aktiv und zuverlässig mit.
	d. Die Person bildet sich jährlich zum Thema/Methode weiter.
	e. Die Person tauscht sich mit Kolleginnen und Kollegen regelmäßig aus.
Kriterium	Mindestens die Indikatoren a) bis c) sowie ein weitere Indikator sind erfüllt.

Ergänzend zu der Erfüllung des BNE-Qualitätsstandards "Qualifizierte Durchführende" können sich Anbietende von Bildungsprogrammen für das Siegel "Partner des Biosphärenreservates Bliesgau" bewerben. Für die Auszeichnung mit diesem Siegel sind weitere Kriterien zu erfüllen. Die Auszeichnung eines Bildungsangebots anhand dieser BNE-Qualitätsstandards als BNE-Qualitätsangebot ist davon unabhängig, da es sich auf das Konzept eines Angebots bezieht.

6. Themen innovativer BNE-Angebote und Beispiele

Das Konzept für BNE-Angebote in der Erlebnisregion Bliesgau veranschaulicht das „Bliesgau BNE-Angebotshaus“ (vgl. Abb. 2). Bestehende und zukünftige BNE-Angebote ordnet es entsprechend ihrer Schwerpunkte in vier „Themensäulen“ ein:

1. **Natur erfahren und entdecken**
2. **Engagieren und helfen**
3. **Aktiv sein und fit bleiben**
4. **Genießen und entspannen**

Diese Themensäulen stammen aus der Praxis: Bildungsakteure aus dem Bliesgau haben sie im gemeinsamen Dialogprozess (2011/2012) zusammen mit den BNE-Qualitätsstandards entwickelt und innovative Bildungsangebote gesammelt. Sie fußen auf dem Fundament des Hauses: das Biosphärenreservat (BR) selbst mit seiner Infrastruktur und seinen Bildungsakteuren. Darauf bauen die BNE-Qualitätsstandards und das Siegel für Bildungspartner des BR auf.

Die Angebotssäulen für die Zielgruppen aus der Bevölkerung und für Touristinnen und Touristen tragen als Dach die nachhaltige Erlebnisregion Bliesgau.

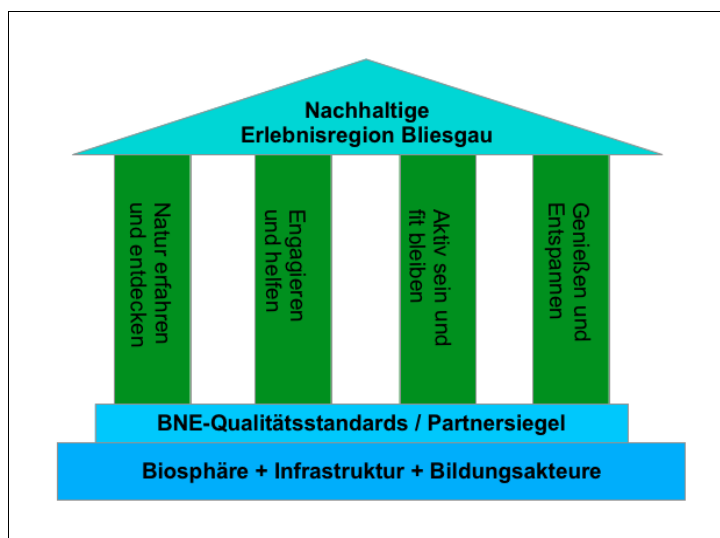


Abbildung 2: Bliesgau BNE-Angebotshaus (Quelle: eigene Darstellung)

Zum Teil lassen sich die einzelnen Säulen inhaltlich nicht scharf voneinander trennen bzw. Angebote adressieren mehrere Themen. In solchen Fällen können Bildungsanbieter ihr Angebot bei Bedarf bis zu zwei der vier Säulen zuordnen. Im Folgenden werden die einzelnen Säulen näher betrachtet und anhand von Beispielen erläutert. Die innovativen BNE-Angebote sind in ausführlicher Form im Anhang erläutert.

6.1 Natur erfahren und entdecken

Naturerfahrungen, regionaltypische Artenvielfalt und einzigartige Tier-/Pflanzenwelt, Naturgeschichte des Bliesgau

Diese Angebotssäule betont die Besonderheit der eigenen natürlichen Umgebung und deren Möglichkeiten: Hier können die Menschen Natur beobachten und intensiv wahrnehmen. Das Biosphärenreservat selbst, seine Geschichte und Auswirkungen für die Naturlandschaft spielen eine Rolle in der Wahrnehmung der Natur. Die Teilnehmenden gewinnen Einblick in die besondere Artenvielfalt im Biosphärenreservat Bliesgau und in seine Kulturlandschaft, die durch jahrtausendelange Nutzung durch den Menschen gewachsen ist.

Als wichtigen Bestandteil der regionalen Identität greifen Veranstaltungen auch die industriegeschichtliche Vergangenheit und die Industriedenkmäler auf. Ebenfalls dieser Säule zugeordnet sind Angebote, die auf eher landwirtschaftlich genutzte Flächen Bezug nehmen und z.B. den Zusammenhang mit regionalen Stoffkreisläufen thematisieren.

Tabelle 1 Beispiele für BNE-Angebote "Natur erfahren und entdecken"

BNE-Angebote (vorhanden)
BNE-Tandem
Ziel des Projektes ist es, für die teilnehmenden Kinder umfassende Sinneseindrücke zu schaffen, unter Bezugnahme auf Ressourcen im Ökosystem Wald. Kindergruppen werden bei Waldtagen durch entsprechend ausgebildetes Forstpersonal begleitet. Dabei wird über spielerisches Erforschen der Tier- und Pflanzenwelt (Spurensuche, "wer wohnt hier" ...) das Ökosystem Wald für die Kinder erlebbar und erfahrbar gemacht. Die Reflexion der gemachten Erfahrungen findet am Ende des Tages gemeinsam statt.
Kernzonen-Kennenlerntour
Bei der Kernzonen-Kennenlerntour handelt es sich um eine zwei- bis dreistündige Exkursion für Schülerinnen und Schüler an die Orte, wo sich in Zukunft die Natur weitgehend ohne menschliche Einflüsse entwickeln kann. In spielerischem und aktivem Herangehen werden die Zusammenhänge des Ökosystems Wald begreifbar gemacht. Die Kinder lernen, warum es wichtig ist, Lebens- und Naturräume auf lokaler und globaler Ebene zu bewahren und wie sich eigenes Handeln auf künftige Generationen, auf Mitmenschen in anderen Teilen der Erde oder das Leben anderer Lebewesen auswirkt.
Innovative BNE-Angebote (geplant)
GPS Touren zur Biodiversität
Bei den GPS Touren zur Biodiversität handelt es sich um eine moderne Schnitzeljagd zu ökologischen Themen. Sie bietet eine spielerische Kombination aus Geocaching und didaktisch aufbereiteter Wissensvermittlung. Im Zentrum stehen das Erfolgserlebnis beim Finden der Caches und der spielerische Umgang mit den gefundenen Informationen. Dahinter steht die Idee, einen Teil des Bildungsprozesses an den Ort des Lerngegenstandes zu verlagern. Das ähnelt zwar der Exkursion, ist jetzt aber ohne anleitendes Personal denkbar und wird damit zu einer selbstorganisierten Lernphase. Als besonderer spielerischer Anreiz werden den Teilnehmenden für die Tour alternative Identitäten, sog „Avatare“ mitgegeben, welche mit unterschiedlichen Informationen ausgestattet sind. Daher können sie die Cache-Route nur im Zusammenspiel mit anderen Teammitgliedern erfolgreich durchlaufen. Das Set an Avataren bezieht sich auf historische Personen oder Tiere der Region (Epochen - Mensch - Natur-Verhältnis und Artenvielfalt).
Lernspiel Ludwig
Ludwig behandelt das Thema „erneuerbare Energie“ auf spielerische Weise. Die Spielenden erschließen sich mit diesem PC-Spiel selbstgesteuert die physikalische Grundlagen erneuerbarer Energien: Verbrennung, Wasserkraft, Wind- und Solarenergie. Dabei wird der Lernerfolg mit einer entdeckenden und spielerischen Herangehensweise verbunden. Eine „Spielstation“ wird in einer Infostelle im BR installiert bzw. als mobiles Angebot (Laptop) in Gruppenangebote und Veranstaltungen integriert. Sinnvoll ist ein Ort, an dem Kinder und Jugendliche Zeit verbringen können, ohne dass sie gestört werden, aber auch andere Personen nicht stören. Durch die im Spiel angelegte experimentelle Art des Lernens

lässt sich innerhalb des Spieles gelerntes Wissen in die reale Welt übertragen und mit ihr verknüpfen. Auch ein Bezug zu bestehenden Bildungsangeboten zu Energiethemen im BR lässt sich gut herstellen.
Mobiler Lehrpfad mit Social Media
Der Lehrpfad bezieht sich inhaltlich auf die regionale Artenvielfalt, die Naturgeschichte des Bliesgau und wirft einen Blick in die Zukunft – mit Visionen für das Zusammenleben von Mensch und Natur im BR. Die Informationstafeln sind durch QR-Codes mit weiteren Online-Informationen verbunden. Sie bereiten Inhalte in einfacher Sprache und mit einer Vielzahl von Bildern auf. Der Lehrpfad ist als mobile Ausstellung konzipiert und kann zu relevanten Anlässen (z. B. Biosphärenfest, Biosphärenlauf) und im Rahmen von Projektwochen etc. zum Einsatz kommen. Ziel des Projektes ist es, die Menschen in der Region mit spielerischen Mitteln für die Frage zu sensibilisieren, wie sie in Zukunft leben wollen. Durch die aktive Online-Verknüpfung wird zudem das Ziel erfolgt, ein großes Netzwerk mit Menschen aufzubauen, welche sich für das BR interessieren. Die interaktive Website ermöglicht es ihnen, Kommentare, Bilder oder Audiodateien zu hinterlassen und sich über den begrenzten Zeitrahmen des Lehrpfads hinaus mit den Inhalten auseinanderzusetzen und die gewonnenen Informationen in ihre eigenen Online-Netzwerke zu streuen.

6.2 Engagieren und helfen

Engagement, Spaß, Abenteuer, Freiwilligenarbeit

Wer in seiner Freizeit Spaß und Engagement verbinden will, nimmt an diesen Angeboten teil. Hier sind die Menschen „nah dran“, sie haben ein Anliegen, und mit persönlichem Engagement intensivieren sie das Erlebnis. Aus dem freiwilligen Engagement erwächst ein Lernprozess an einem informellen Lernort, an dem sich die Teilnehmenden über kürzere oder längere Zeiträume einbringen.

Das Thema „Gerechtigkeit“ ist in diesem Segment besonders spürbar; schließlich steht die Bedeutung des eigenen Handelns für die Lebensrealität anderer Menschen im Zentrum. Mit Hilfe dieser Angebote wird zudem beiläufig ein Netzwerk von Menschen aufgebaut, die sich für die Zukunft des Biosphärenreservats interessieren und die bei Bedarf für dessen Belange aktiviert werden können.

Tabelle 2 Beispiele für BNE-Angebote " Engagieren und helfen"

BNE-Angebote (vorhanden)
Bliesgau Obst: Praxistag in der winterlichen Streuobstwiese
Engagierte Bürgerinnen und Bürger haben die Gelegenheit, die anstehenden Arbeiten in der Streuobstwiese kennenzulernen. Streuobstwiesen prägen die Landschaft des BRB und beherbergen viele vom Aussterben bedrohte Tier- und Pflanzenarten. Um diesen wertvollen Natur- und Kulturraum zu erhalten, sind jahreszeitbezogene Pflegearbeiten erforderlich. Zu eben jenen bekommen die Teilnehmenden alle fachlichen Informationen für die Winterzeit und zudem die Gelegenheit, bei wichtigen Winterarbeiten mit anzupacken - und sich so für das Biosphärenreservat zu engagieren.
Innovative BNE-Angebote (geplant)
Sozialer Abenteuerurlaub im Biosphärenreservat
Ein Pauschalangebot gibt Gruppen (z. B. Schulklassen) oder auch Individualreisenden die Chance, einen Abenteuerurlaubstag im BR zu verbringen. Die Teilnehmenden bekommen auf unterhaltsame Weise einen Einblick in die Welt von Initiativen, packen selbst mit an und lernen dabei interessante Menschen kennen. Initiativen des Biosphärenreservats formulieren dazu Herausforderungen und Unterstützungsbedarf (z. B. Bliesgau Obst „Streuobstwiesenpflege“), der dann von einer Gruppe Teilnehmender gemeinsam an einem Tag angegangen wird. Das Gesamtprogramm integriert weitere bereits bestehende Angebote im BR in den Tagesablauf, wie z. B. eine Floßfahrt, ein Ausflug mit E-Velos oder Koch- und Verkostungsaktionen. Das Konzept ist angelehnt an ein Vorbild aus Hamburg namens „Hometown Glory“ http://hometown-glory.com/
Bliesgau-Mob
Carrotmobs sind eine moderne Aktionsform, bei der sich Menschen an einem Tag und Ort, z.B. ein Geschäft zum gemeinsamen Konsum verabreden: Die Tageseinnahmen werden zum überwiegenden Teil in Umweltmaßnahmen des auf diese Weise positiv „gemobbt“ Unternehmens investiert. Carrotmobs finden weltweit statt und tragen auf lokaler und

regionaler Ebene dazu bei, den Menschen ihre Veränderungsmacht mit Hilfe von ethischem und lokalem Konsum bewusst zu machen. Das Mob-Konzept soll im Biosphärenreservat auf vielfältige alltägliche Konsum- und Lebensräume (im Sinne von Orten) übertragen und damit für die verschiedensten Zielgruppen attraktiv und umsetzbar werden.

Schulen verbinden das Konzept mit Bildung zum Umgang mit sozialen Medien, indem die Selbstorganisation der Jugendlichen für den Carrotmob von einem Expertenteam so unterstützt wird, dass sie sich der neuesten Online-Handwerkszeuge bedienen. Die Jugendlichen erlernen Praxis im Online-Projektmanagement und reflektieren Strukturen und Möglichkeiten der Zusammenarbeit. Der Do-it-yourself-Ansatz des Carrotmobs zeigt sich dabei als besondere Form der Selbstorganisation von Zivilgesellschaft, weil er global wirkt und mit dem Web 2.0 verbunden ist. Das Phänomen übertragen die Schulen zudem auf andere Beispiele (z.B. www.wikiwoods.de dezentrale Baumpflanzaktionen).

Wandern für eine bessere Welt (Quiz-Spendenlauf)

Die Wanderung entlang eines Lehrpfads wird kombiniert mit einem Quiz-Spendenlauf. Auf der Wanderung beantworten Teilnehmende Fragen rund um das Thema „Ökologischer Rucksack“. Ziel des Quizes ist es, die Einstellung und das Wissen der Menschen zum Thema „Ökologischer Rucksack“ und umweltfreundlicher Konsum zu beeinflussen. Richtig eingereichte Antworten bewirken eine Spende lokaler Unternehmen an förderungswürdige Projekte. Motivierend ist das Gefühl etwas Gutes zu tun und eine spielerische Wanderung zu erleben, die die Biosphäre mit anderen Augen wahrnehmen lässt, den persönlichen Bezug zum Thema herstellt und Handlungsmöglichkeiten und -konflikte aufzeigt.

6.3 Aktiv sein und fit bleiben

Gesundheit, Abenteuer, sportliche Herausforderungen, Mobilität und Ernährung

Angebote mit dem Titel „Aktiv im Bliesgau“ lassen die Teilnehmenden die abenteuerlichen und herausfordernden Seiten des Biosphärenreservats erleben. Die Angebote kombinieren sportliche und spielerische Herausforderungen mit Lernprozessen im Bereich Nachhaltigkeit. Das Profil der Bildungsangebote zeigt, dass das Biosphärenreservat seine Anwohner durch alle Lebensphasen begleitet und für jeden Fitnessgrad passende Angebote bereithält. In den Angeboten wird die Gesundheit der Menschen gefördert und thematisch in Beziehung gesetzt zu ihrem Alltagshandeln. Besonders in den Bereichen Mobilität und Ernährung ist es das Ziel, den jeweiligen Handlungsspielraum zu erweitern.

Die Veranstaltungen zielen auch auf Menschen, die sich in biographischen Lebensumbruchsituationen (Hochzeit, Renteneintritt, Umzug) befinden. Sie erfahren, dass ihr Alltagshandeln Konsequenzen für das Biosphärenreservat und globale Zusammenhänge besitzt, und lernen Handlungsalternativen für ihre neue Lebensphase kennen.

Tabelle 3 Beispiele für BNE-Angebote "Aktiv sein und fit bleiben"

Innovative BNE-Angebote (geplant)
Radtouren zum Rentenbeginn/für Neuzugezogene
Biographische Umbrüche - wie z.B. der Rentenbeginn, Wohnortwechsel oder die Geburt eines Kindes - bieten Anknüpfungspunkte für den Umstieg auf nachhaltige Konsumgewohnheiten u.a. in den Bereichen Ernährung, Energie und Mobilität. Das Biosphärenreservat kann mit entsprechenden Angeboten diese Zeitfenster für Verhaltensänderung nutzen. Beim Radtour-Angebot geht es um den Umstieg vom Auto auf das Fahrrad, die Teilnehmenden lernen auch, welche Möglichkeiten zum Fahrradfahren es im Biosphärenreservat überhaupt gibt. Entsprechende Radtouren werde ganz gezielt als Event jeweils für den Einstieg ins Rentenalter und für Neubürgerinnen und -bürger vermarktet und bieten neben Geselligkeit eine praktische Erkundung des Biosphärenreservats Bliesgau mit dem Rad und eine Einführung in die vorhandenen Radstrecken. Für die teilnehmenden Rentnerinnen und Rentner soll dabei einerseits die gemeinschaftliche Aktivität im Vordergrund stehen. Gleichzeitig soll die Aktion einen feierlichen Charakter haben: In der neuen Lebensphase ermöglicht schließlich ein anderer Zeithrhythmus neue Perspektiven auf die alt-gewohnte Umgebung, und die Umstellung der individuellen Mobilität trägt zu einer Entschleunigung und damit Steigerung der Lebensqualität bei.
Inklusiver BNE-Klettergarten/Parcours
Der inklusive BNE-Klettergarten/Parcours besteht aus Klettermöglichkeiten/Hindernissen, die behinderte und nicht-behinderte Kinder und Jugendliche miteinander in Kontakt bringen und ihnen gemeinsam Zugang zu attraktiven

Freizeitangeboten schaffen. Inklusive Angebote wie z.B. regelmäßige Klettergruppen schaffen Lernsituationen unter den Vorzeichen von Selbstverantwortung, Gemeinschaft und Dialog. Dort lernen die Teilnehmenden nicht nur spielerisch das Klettern und Überwinden von Hindernissen, sondern auch das gemeinsame Problemlösen. Dabei loten sie die eigenen Fähigkeiten und Grenzen aus und lernen, auf die eigenen Wahrnehmungen zu hören (Angst, Erschöpfung), sich zu vertrauen und für die Sicherheit aller Beteiligten zu sorgen. Der Klettergarten bietet nicht nur ein sportliches und soziales Lernfeld, sondern er greift thematische Schwerpunkte des Biosphärenreservats und der Bildung für nachhaltige Entwicklung auf, z. B. durch Aktionen wie „Schatzsuche in der Kletterwand“, „Quiz-Wettklettern“ und vergleichbare Aktionen. Verschiedene Schwierigkeitsgrade sorgen für eine Vielzahl von Erfolgserlebnissen und immer vorhandenes Steigerungspotential.

6.4 Genießen und Entspannen

Kulinarisches, Kunst, Ruhe und Entspannen, Regionaltypisches, „Grenzenlos“

Die Angebotssäule „Bliesgau mit Genuss“ spricht die Sinne der Menschen an, um sie für die Themen des Biosphärenreservats zu begeistern. Im Vordergrund steht dabei das kulinarische Erleben. Ebenso ist die musikalische oder künstlerische Verarbeitung von Themen in entsprechenden Angeboten (Konzerten, Lesungen, Ausstellungen etc.) hier angegliedert. Hinzu kommen Angebote, die der Ruhe und Entspannung dienen, etwa geführte Wanderungen, E-Velo-Angebote oder Radtouren. Die entsprechenden Bildungsangebote greifen Besonderheiten der Region und deren Möglichkeiten auf. Dazu gehören auch die geographische Nähe zu Frankreich und die dadurch erwachsende kulturelle Vielfalt. Regionalpakete für die Grenzregion Deutschland/Frankreich folgen dabei der Leitidee „keine Grenzen“.

Durch Ausprobieren und Austausch schaffen die Angebote ein Bewusstsein für das jeweilige Thema. Besonders mit diesen Angeboten verknüpft ist die Relevanz des ökologischen Fußabdrucks, und die Zielgruppe lernt „nebenher“ u. a. etwas über Lebensmittel, Energie und Wasser in der Produktion, globale Stoffströme und Hunger (Gerechtigkeit).

Tabelle 4 Beispiele für BNE-Angebote „Genießen und Entspannen“

BNE-Angebote (vorhanden)
Projekt Kulinarische Wanderung Eine 11 km lange Wanderung mit vier Verköstigungsstationen (Honigprobe, Biolandhof Erzeugnisse, Haus Lochfeld Bliesgauöle (Frühjahr) bzw. Apfel (Herbst), Abendessen mit Produkten aus der Region). Dauer: 12 Stunden. Bei den Stationen geht es nicht nur um die reine Verkostung, sondern auch um Details zur jeweiligen Station, wie der Bienenzucht/Imkerei oder der Bewirtschaftung eines Bioland-Hofes. Dabei werden Zusammenhänge klar wie z. B. der zwischen dem Konsum regionaler Honigsorten und den Streuobstwiesen des Biosphärenreservats.
Innovative BNE-Angebote (geplant)
Bliesgau mit Genuss Bei den angebotenen Kochkursen oder -Events lernen die Teilnehmenden „nebenher“ über Lebensmittelhandel, Energie und Wasser in der Produktion, globale Stoffströme und Hunger (Gerechtigkeit). Das erfolgreiche Vorbild aus England verfolgt diese Zielsetzung: <i>„Mit der „Love Food Hate Waste Campaign“ soll mithilfe einfacher Tipps, z. B. wie Lebensmittel länger lagerbar sind oder wie der Einkauf besser geplant werden kann, das Kauf- und Konsumverhalten verändert werden, um Lebensmittelverschwendung vorzubeugen. Dabei soll die Informationsvermittlung und Beratung in den Haushalten, d. h. konkret vor Ort am Bezugsobjekt, durchgeführt werden.“</i> (Quelle: http://www.klima-kampagnen-baukasten.de/root/erfolgreiche-kampagnen/ernaehrungskampagnen/love-food-hate-waste/love-food-hate-waste.html) Im Zentrum der Kochkurse und Koch-Events steht immer das Ausprobieren, Interagieren, Austausch und Sensibilisierung für das Thema. Dabei werden die Alternativen zum bisherigen Alltagshandeln in den Kontext ihrer Konsequenzen gesetzt (Lebensweltbezug, Lernhandeln). Dies soll bei den Teilnehmenden zu einem veränderten, umweltbewussteren Kauf- und Konsumverhalten führen.

Der ökologische Fußabdruck als Haus und Feld

Das Projekt hat sein Zentrum in einem Gebäude inkl. Außenanlage und wirft die Frage auf: "Was brauchen wir wirklich?" Dies wird erlebbar durch die Gestaltung einer Haushälfte mit sparsamem Fußabdruck und einer mit konventionellem Fußabdruck. Messgeräte und Infotafeln verdeutlichen, was wer wovon in welcher Menge verbraucht (Strom, Wasser etc.). Das Gebäude und die verbundenen Angebote machen einen lokalen Verwertungszyklus erlebbar, z.B. in Form einer Mitmach-Ausstellung. Als dezentrale Variante oder Erweiterung können interaktive Stationen an Orten mit Publikumsverkehr oder an touristischen Attraktionen dezentral im BRB verteilt gebaut werden. Diese Stationen können als Netzwerk die lokalen Besonderheiten des Fußabdrucks veranschaulichen (Stadt, Streuobstwiese, Sägewerk, Steinbruch, Biobauernhof, Blies, Bergwerk, etc.). Ziel ist es, dass Besucherinnen und Besucher durch die anschauliche Darstellung von Wohn- und Alltagssituationen direkten Zugang zu den thematisierten Inhalten haben. Hierdurch werden sie für Klima- und Umweltschutz sensibilisiert, was zu mehr Umweltbewusstsein und umweltfreundlichem Verhalten führen kann.

7. Schritte zur Umsetzung des Bildungskonzepts

Vier Aktivitäten werden die anstehende zweijährige Umsetzungsphase des Bildungskonzepts prägen: Die Bildungsakteure wollen sich erstens weiterbilden und vernetzen, die BNE-Qualität bestehender Bildungsangebote soll zweitens weiterentwickelt und ihr Niveau gesichert werden. Drittens sollen innovative BNE-Angebote erprobt werden, um der Erlebnisregion Bliesgau ein Profil zu geben. Als vierte Aktivität steht die gemeinsame Vermarktung der Angebote für die Schwerpunkt-Zielgruppen an.

7.1 Weiterbildung und Vernetzung Bildungsakteure

Um das Bildungskonzept umzusetzen, müssen sich die Bildungsakteure nicht nur weiterbilden im Hinblick auf die Bliesgau BNE-Qualitätsstandards und das Leitbild. Zusätzlich soll auch die bereits begonnene Vernetzung verstetigt werden, damit die Bildungsakteure sich austauschen und weitere Kooperationen entwickeln.

Idealerweise verbinden sich Vernetzung und Qualifikation, beispielsweise indem die Bildungsakteure die Treffen zur kollegialen Beratung nutzen, externe Fachleute zu einer bedarfsgerechte Weiterbildung einladen, die Durchführung und Vermarktung bestehender Angebote untereinander abstimmen und gemeinsam innovative Bildungsangebote entwickeln.

Als nützliches Instrument, um auch die Dauerhaftigkeit zu sichern, hat sich die Einrichtung einer koordinierenden Stelle bewährt. Sie strukturiert das Netzwerk und die Weiterbildungen, kombiniert größere moderierte und kleinere, informelle Netzwerktreffen sowie ggf. anbieterspezifische Austauschtreffen und kümmert sich zudem zunehmend um die Nutzung sozialer Medien bzw. einer gemeinsamen Website. Außerdem stellt eine solche Koordinationsstelle Transparenz her und gibt wichtige Informationen weiter.

7.2 BNE-Angebotsqualität weiter entwickeln und sichern

Die bestehenden Angebote können nur die Anbietenden selbst weiter entwickeln und sichern. Weiterbildungen und Vernetzung unterstützen sie dabei ebenso wie eine klare Orientierung am Bildungskonzept mit seinem Leitbild und den Bliesgau BNE-Qualitätsstandards. Für Bildungsanbieter besteht die Möglichkeit, sich als Partner des Biosphärenreservates Bliesgau zertifizieren zu lassen und mit einem Siegel zu werben (Partnersiegel). Hierfür wird es gesonderte Kriterien geben.

Neben dem Partnersiegel ist für die BNE-Qualität der *Bildungsangebote* der Erlebnisregion Bliesgau ein BNE-Qualitätszeichen für die Veranstaltungen geplant (z. B. mit dem Titel "ausgezeichnete Erlebnisqualität/BNE-Qualitätsangebot"). Die konkrete Ausgestaltung ist in Abstimmung mit anderen Zertifikaten, Siegeln und Ansätzen des Marketings vorzunehmen.

Die Bewerbung mit einem Bildungskonzept soll für die Bildungsakteure konkrete Anregungen zur Weiterentwicklung der BNE-Qualität geben. Das Verfahren der Auszeichnung der Bildungsangebote ist daher als Qualitätsentwicklungsprozess angelegt:

- 1) Information: Im Vorfeld erhalten Interessierte einen Leitfaden zu den Bliesgau BNE-Qualitätsstandards und zum Verfahren der Auszeichnung.

- 2) Selbstbeschreibung: Anhand eines Steckbriefformulars beschreibt die Bewerberin oder der Bewerber das Angebot und ihre bzw. seine Qualifikation selbst und bewirbt sich damit um die Auszeichnung.
- 3) Bewertung und Rückmeldung: Anhand des Steckbriefs und der persönlichen Vorstellung des Angebotsdurchführenden bewertet eine Qualitätsgruppe mit unabhängigen Fachleuten die BNE-Qualität. Bewertungsgrundlagen sind das Leitbild und die BNE-Qualitätsstandards der Erlebnisregion Bliesgau. Die Qualitätsgruppe gibt den Bewerberinnen und Bewerbern konkrete Rückmeldung, inwieweit die BNE-Qualitätsstandards erfüllt sind und welche Möglichkeiten zur Verbesserung bestehen.
- 4) Auszeichnung: Von Bildungsangeboten mit ausgezeichneter BNE-Erlebnisqualität lässt sich dann sprechen, wenn bestimmte Mindest-Indikatoren der Qualitätsstandards in den Angebotskonzepten bzw. bei den Angebotsdurchführenden erfüllt sind und die Anbietenden sich selbst zur weiteren Einhaltung der BNE-Qualitätsstandards und Orientierung am Leitbild verpflichten.

7.3 Erprobung innovativer BNE-Angebotsvorschläge

Die in diesem Bildungskonzept vorgestellten innovativen BNE-Angebote sowie weitere auf die Schwerpunktzielgruppen und Schlüsselthemen ausgerichtete Angebote sollen nicht ohne Prüfung umgesetzt werden. Stattdessen bedürfen sie zunächst einer Erprobung, die Akzeptanz und Wirkung bei den Zielgruppen auslotet. Je nach Umsetzungsbedingungen (Ressourcen, lokale Möglichkeiten, Bildungsakteure, etc.) entstehen dafür zusätzliche Kosten (vgl. Anhang mit Steckbriefen der von e-fect vorgeschlagenen innovativen BNE-Angebote), die eine Förderung notwendig machen – etwa die Erprobung bzw. der Aufbau des Angebots, ggf. auch Expertisen und externe Dienstleistungen, z. B. zur Anschaffung und Programmierung von Geräten, oder spezifische Vermarktungsmaterialien.

Einige der innovativen BNE-Angebotsvorschläge sind hingegen einfach zu erproben und lassen sich relativ zeitnah umsetzen, teilweise durch die Weiterentwicklung bestehender Angebote. In jedem Fall müssen Bildungsakteure sich mit dem umzusetzenden Angebotsvorschlag identifizieren und offen für die Erprobung neuer Wege sein, ob in Form von neuen Methoden, Themen oder Zielgruppen.

Wichtige Grundlagen sind bereits geschaffen worden, um innovative BNE-Angebote im Biosphärenreservat Bliesgau zu erproben und anderen Aktivitäten zur Umsetzung des Bildungskonzepts voranzutreiben: Im Dialog haben die Beteiligten das Leitbild und die BNE-Qualitätsstandards formuliert, und die offene und konstruktive Vernetzung der Bildungsakteure hat bereits begonnen.

7.4 Gemeinsame Vermarktung der BNE-Angebote

Auch aus der Umsetzung des Marketingkonzepts können förderliche Impulse für die Erprobung neuer Angebote und die Weiterentwicklung der BNE-Qualität kommen. Schließlich müssen für die Qualifikation der anbietenden Personen und das Entwickeln und Umsetzen innovativer und professioneller BNE-Angebote zusätzliche Zeit, Weiterbildungskosten, Material-/Technikanschaffung und -unterhaltung mittelfristig finanziert werden. Das setzt angemessene Honorare für die Bildungsakteure und eine ausreichende Nachfrage nach ihren Angeboten voraus.

Professionelles Marketing kann die BNE-Angebote der Bildungsakteure besser sichtbar machen und die Nachfrage der erreichten (auch zahlungsbereiten) Zielgruppen steigern. Voraussetzung hierfür ist laut Marketingkonzept neben attraktiven BNE-Angeboten eine ansprechende Vermarktung der Angebote, die auf die Schwerpunktzielgruppen und -themen ebenso zugeschnitten ist wie auf die Motive der Zielgruppen.

Nähere Analysen und Beschreibungen der Zielgruppen, Methoden der Ansprache und Ansätze zur Umsetzung sind im gesonderten Marketingkonzept zu finden.

Anhang

Steckbriefe der e-fect Vorschläge für zehn innovative BNE-Angebote

I Wandern für eine bessere Welt (Quiz-Spendenlauf)

Angebotstitel	Wandern für eine bessere Welt (Quiz-Spendenlauf)
Thema	Wanderung entlang eines Lehrpfads in Kombination mit einem Quiz-Spendenlauf. Auf der Wanderstrecke werden bestimmte Fragen rund um das Thema „Ökologischer Rucksack“ beantwortet. Eingereichte richtige Antworten sorgen für eine Spende lokaler Unternehmen an lokale förderungswürdige Projekte.
Ziel	Ziel des Quizes ist es, Einfluss auf die Einstellung und das (Umwelt-)Bewusstsein der Menschen bezüglich des Themas „ökologischer Rucksack“ und umweltschützender Konsum zu nehmen. Das natürliche Umfeld, das durchwandert wird, soll nicht als Selbstverständlichkeit wahrgenommen werden und zur Reflexion hinsichtlich des Wertes des Erhalts der Natur und des Bezuges zum Thema „ökologischer Rucksack“ anregen. Anhand von dargestellten Handlungskonflikten und -möglichkeiten soll darüber hinaus ein umweltbewusstes Verhalten bei den Wandernden resultieren. Ziel des Spendenlaufs ist es, lokale Projekte in ihrer Arbeit durch Spenden zu unterstützen. Hierfür sollen „Neue Allianzen“ in der Kommunalentwicklung (Unternehmen, Touristen, lokale Projekte, Biosphärenreservatsverwaltung, ...) ein langfristiges Netzwerk bilden, in dem durch die gemeinsame Aktion "Unternehmen spenden für Projekte" die Identifikation mit dem Biosphärenreservat steigt.
Innovationspotenzial	Die besondere Idee des interaktiven Lehrpfads mit Quiz ist, dass die Wanderung mit einem „Spendenlauf“ verbunden wird, der nicht nur Geld, sondern auch Aufmerksamkeit für lokale Projekte einspielt. Durch die Vielfalt an Akteuren, die an dem Projekt beteiligt sind, werden sowohl das Thema des Lehrpfads als auch die Anliegen der lokalen Projekte in die Breite getragen. Der Vorteil dieses Spendenwanderns ist, dass es im Gegensatz zu einem einmaligen Spendenlauf das ganze Jahr über möglich ist und im Verhältnis weniger Aufwand bereitet, sowohl wegen der investierten Ressourcen, als auch, weil es die Arbeit auf eine Vielzahl von Schultern verteilt. Das zentrale Innovationspotenzial für die Region liegt damit vor allem auch in den „Neuen Allianzen“, die zwischen Tourismus, lokaler Wirtschaft und lokalen sozialen und ökologischen Projekten geschmiedet werden. Aus dem entstehenden Netzwerk können sich neue Projekte und Ideen entwickeln. Die Wandernden beschäftigen sich auf spielerische Weise mit ernsthaften Themen und stellen einen Bezug zu ihrem eigenen Alltagshandeln her, wobei ein moralischer Zeigefinger vermieden wird. Dabei wird eine bewährte interaktive Herangehensweise in Form eines Lehrpfades eingesetzt. Einen derartigen Lehrpfad mit der Zielgruppe Touristinnen und Touristen in Kombination mit Spenden durch Wandern und Vernetzung von lokalen Projekten mit Unternehmen einer Region gibt es im Bliesgau noch nicht; damit ist er bundesweit neuartig.
Zielgruppe	Ältere Menschen 50+, Wandernde und Radwandernde, Natur- und Ruhesuchende, Kultur- und Geschichtsinteressierte, Kinder, SchülerInnen (Vorschule bis Sek II), Bildungseinrichtungen.
Format (Ansatz und Methode)	Für das Wandern auf einer Strecke, die jeden Tag zugänglich ist, wird ein Lehrpfad mit passendem Quiz rund um das Thema „ökologischer Rucksack“ entwickelt und installiert. Passend wäre eine Strecke, die touristische/für BNE attraktive Orte in der Biosphäre verbindet und leicht zugängliche Startpunkte hätte, ggf. auch als Rundwanderung oder BNE-Schleife eines ohnehin genutzten Wanderwegs. Durch die Informationen, die im Quiz verarbeitet werden, setzen sich die Wandernden spielerisch mit dem gewählten Thema, dem ökologischen Rucksack, auseinander. Anreiz für die teilnehmenden Wandernden ist nicht nur das Gefühl etwas Gutes zu tun, sondern auch

die Möglichkeit, eine Wanderung mit einem unterhaltsamen, aber auch interessanten Spiel zu kombinieren, was sie die Umgebung mit anderen Augen wahrnehmen lässt. Ihr persönlicher Bezug zum Thema „ökologischer Rucksack“ wird deutlich gemacht und Handlungsmöglichkeiten werden ausgewiesen. Hierbei werden auch die vorhandenen Handlungskonflikte thematisiert. Eine moralische Verurteilung „schlechten Verhaltens“ wird vermieden. Für Schulklassen kann noch ein kleiner Wettbewerb in das Spiel integriert werden, welcher das Interesse der Kinder stärkt.

Mögliche Stationen

1. Steine schätzen

An der ersten Station findet sich eine Reihe verschiedener großer Steine, die mit ihrem Gewicht gekennzeichnet sind. Jeder Stein stellt die Schwere eines ökologischen Rucksacks eines bestimmten Produkts dar. Die Kennzeichnung des Gewichts ist am Stein befestigt und hoch klappbar. Auf der Unterseite steht die jeweilige richtige Lösung mit kurzer Erläuterung, aus welchen Bestandteilen das Ergebnis errechnet wurde.

Auf einer Holztafel wird in einfacher Sprache und anhand von Bildern mit einem einfachen Beispiel erläutert, wie der ökologische Rucksack berechnet wird.

Das Quiz fordert den Teilnehmenden nun auf, den verschiedenen Steingrößen jeweils ein Produkt, geschätzt aus einer ihm vorliegenden Liste, zuzuordnen. Produktliste: konventionell produzierte Jeans, Blumenstrauß aus dem Blumenladen, Fingerring aus purem Gold, Glas Honig aus Neuseeland, Apfel aus Israel, ... z. B. Stein von 32 Kilogramm: ökologischer Rucksack von 600 Gramm konventionell produzierte Jeans.

Die Teilnehmer sollen mit einem Stift die Schätzungen in das Quiz eintragen und erst dann die Lösung nachschauen. Die richtige Lösung wird dann in einer Zeile darunter eingetragen.

Weitere Stationen könnten folgende Themensetzung haben:

Papier aus Altpapier und Papier aus Holz – mit Wasser gemessen

Bei der Überquerung eines Gewässers, wie z. B. des Mandelbachs, ist eine Station angebracht, bei der mit Wasser der ökologische Rucksack von Produkten aus Altpapier und Papier aus Holz vermessen wird. Hier werden einfache Empfehlungen mit auf den Weg gegeben, wie im alltäglichen Handeln durch anderes Einkaufsverhalten der eigene ökologische Fußabdruck reduziert werden kann.

Fleischkonsum und Vegetarischer Konsum – wie viel Fläche brauchen wir?

In Bezug auf ein abgestecktes Feld (oder auch grob anhand von beschriebenen Landschaftsmarken beschrieben) wird gefragt: Wie viele Menschen kann man von dieser Fläche ernähren, wenn sie sich von Fleisch ernähren/sich vegetarisch ernähren?

An dieser Infotafel wird über kulturelle Essgewohnheiten informiert. Es geht nicht darum, den moralischen Zeigefinger zu heben und den Fleischkonsum zu verbieten. Statt dessen soll thematisiert werden, dass Entscheidungskonflikte (Esse ich heute Fleisch Ja/Nein) ein menschliches moralisches Dilemma darstellen (kurzfristige Bedürfnisbefriedigung/langfristige Folgen).

Einkaufen

In einem Dorf, wie z. B. Wittersheim, ist eine Station zum Thema Einkaufen angebracht. In einer Infostation „Kaufladen“ finden sich verschiedene Produkte (z. B. aus angemaltem Holz) im Vergleich – z. B. ein Apfel aus dem Biosphärenreservat und ein Apfel aus Neuseeland, ein Glas ökologischer Honig aus dem Biosphärenreservat und ein Glas ökologischer Honig aus Guatemala, etc. Hinter den Preisschildern verbergen sich Informationen zu CO₂ Ausstoß, Wasserverbrauch, etc.

Sollten die Teilnehmenden Kinder einer Schulklassen sein, kann zum Abschluss zusammengezählt werden, wer an den meisten Stationen die besten Schätzungen abgegeben hat.

Bei der Konstruktion der Stationen ist wichtig zu beachten, dass sie auch ohne einen vorhandenen Quiz-Zettel für Wandernde erkennbar und interessant sind.

Wenn der Fragebogen ausgefüllt eingereicht wird, z. B. zum Abschluss der Strecke in einen extra dafür angebrachten Postkasten geworfen wird, wird ein bestimmter Betrag von lokalen Unternehmen für die gewanderte Strecke gespendet. Die Wandernden können entscheiden, an welches lokales Projekt das Geld gehen soll.

Mögliche Projektpartner/Akteure

1. Kleine und Mittelständische Unternehmen aus der Region mit einem Interesse, sich im Sinne von Corporate Social Responsibility (CSR) im Biosphärenreservat einzubringen. Es müssen nicht notwendigerweise „grüne Unternehmen“ sein. Listen mit Unternehmen sind z. B. über <http://www.firmendb.de> unter dem Stichwort „Mandelbachtal“, „Blieskastel“ u. ä. zu finden. Diese sind zu kontaktieren und für das Projekt zu gewinnen. Um eine höhere Erfolgswahrscheinlichkeit

<p>zu garantieren, sollte die lokale Presse zuvor über das Projekt berichtet haben. Ein möglicher Multiplikator kann die WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Saarpfalz mbH sein (http://www.saarpfalz-kreis.de/wirtschaft/index.htm).</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Orte, an denen Einladungen zum Quiz/Spendenlauf ausliegen und aktiv an Urlauber herangetragen werden, sind z. B. die Bahnhöfe in Homburg und St. Ingbert, in der Biosphärenverwaltung, bei Unterkünften für Reisende, wie z. B. Jugendherbergen, Campingplätzen, Ferienwohnungen (http://www.saarpfalz-kreis.de/urlaub/unterkunft/1469.htm). Wenn möglich, sollten die Anbieter von Unterkünften dazu ermutigt werden, sich an dem Projekt zu beteiligen und das Angebot aktiv an Wandernde heranzutragen. 3. Projekte, die sich um die Spenden bewerben, könnten z. B. Bliesgau Obst, Bliesgau Hocker, Freiwillige in Parks, Bliesgau Genuss e. V., sein. 4. Für die Herstellung der Stationen, soweit schreinerische Tätigkeiten anfallen, wäre eine Kooperation mit den Jugendlichen des CJD Homburg/Saar gGmbH Jugenddorf-Berufsbildungswerk denkbar. 5. Für die Erarbeitung der Inhalte des Lehrpfads könnte z. B. eine Kooperation mit der Schule in Sankt Ingbert (Eine-Welt-Bewegung) stattfinden. 6. Hinsichtlich des Marketings für die Wanderung wäre eine Zusammenarbeit mit den Organisatoren des Biosphärenlaufs oder Wandervereine denkbar. Die E-Mailverteiler der Organisation könnten ggfs. genutzt werden, um die „Spenden-Wanderung“ an die gewünschte Zielgruppe heranzutragen. 7. CJD Homburg/Saar gGmbH Jugenddorf-Berufsbildungswerk 8. Kreis/Kommunen 9. WFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft Saarpfalz mbH 10. SaarForst
<p>Standort</p>
<p>Gemäß Stationsthemen, Erreichbarkeit, Wegattraktivität zu wählen, z. B. Rundwanderung Biosphäre mit Abschnitten auf bereits vorhandenen Wanderwegen.</p>
<p>Resultate (Output/Outcome)</p>
<p>Das Mikrofundraising sorgt für Ressourcen (Geld, Sachleistungen) und Aufmerksamkeit für Projekte, die sonst von den Touristinnen und Touristen nicht wahrgenommen werden würden.</p> <p>Mit der Zielgruppe 50+ hat man zudem eine spendenkräftige Zielgruppe im Blick. Gegebenenfalls sorgt die „erwanderte“ Spende auch für eine Anschlussspende durch die Wandernden, wenn das Marketing der Projekte ansprechend ist und auf einer Website wie z. B. betterplace einfache Online-Spenden möglich sind.</p> <p>Einstellungen und Wissen zu den Stationsthemen steigen bei den Beteiligten, indem die Wanderung zur Reflexion des Themas „ökologischer Rucksack“ anregt und für umweltschützenden Konsum sensibilisiert. Ein Netzwerk aus verschiedenen Akteuren (Unternehmen, Touristen, lokale Projekte, Biosphärenreservatsverwaltung, etc.) entsteht aufgrund der gemeinsamen Aktion.</p>
<p>Kostenrahmen¹²</p>
<p>Die Kosten sind besonders zu Beginn des Projektes zu erbringen, weil sowohl der Lehrpfad und die Materialien entwickelt als auch die lokalen Netzwerke aufgebaut werden müssen. Für den „Schwarzwaldbahn Erlebnispfad“ mit Wegen und 16 Stationen, wurde die Erarbeitung mit rund 600.000 Euro veranschlagt (http://www.schwarzwaldbahn-erlebnispfad.de/index.php?id=3).</p> <p>Je nach Anteil an Eigenleistung und bei Einbettung in vorhandenes Wegenetz ist für eine weniger aufwendige Variante mit mind. 5.000 Euro an Sach- und Herstellungskosten pro relativ einfach gehaltener, aus Naturmaterial bestehender Station zu rechnen sowie jeweils ca. 2.000 Euro für ein Stationskonzept. Es sollten zumindest 10 Stationen geplant werden, um eine abwechslungsreiche, kritische Masse zu erreichen. Möglicher Kostenrahmen für 10 Stationen: ab 70.000 Euro</p> <p>Design und Einrichtung interaktiver Website kosten mind. 10.000 Euro.</p> <p>Die Etablierung und Koordination des Netzwerkes sowie die begleitenden Marketingmaßnahmen sind gesondert zu kalkulieren.</p>

¹² Die Angaben zu den Kostenrahmen der zehn Vorschläge dienen zur Einschätzung der Größenordnung des Ressourcenbedarfs und erfolgen ohne Gewähr. Sie basieren auf Erfahrungswerten ähnlicher Vorhaben, unverbindlichen Preisauskünften und überschlägigen Schätzungen von Entwicklungskosten. Die Höhe der tatsächlichen Kosten sind u. a. von der auszuführenden Konzeptionsvariante und den konkreten Rahmenbedingungen abhängig.

II Sozialer Abenteuerurlaub im Biosphärenreservat

Angebotstitel	Sozialer Abenteuerurlaub im Biosphärenreservat
Thema	
<p>“Hometown Glory ist sozialer Abenteuerurlaub, bei dem Du nicht die Stadtgebäude, sondern die Menschen der Stadt kennlernst. Indem wir in verschiedenen sozialen Projekten arbeiten und auf Probleme & die Menschen, die sie lösen, treffen.” http://hometown-glory.com/touren/</p> <p>Angelehnt an dieses Projekt aus Hamburg lässt sich das Konzept auch im Biosphärenreservat entwickeln. Im Sinne eines Pauschalangebots können Gruppen (z. B. Schulklassen) oder auch Individualreisende einen Abenteuerurlaubstag oder -wochenende im Biosphärenreservat verbringen. Die Teilnehmenden bekommen auf unterhaltsame Weise einen Einblick in die Welt von Initiativen, können selber mit anpacken und lernen dabei interessante Menschen und die Natur kennen.</p>	
Ziel	
<p>Es werden verschiedene Formate angeboten, die ermöglichen, einen neuen Blick auf die Umgebung zu erhalten, neue Menschen kennenzulernen, sich zu engagieren und gemeinsam mit anderen Menschen Spaß zu haben. Bürgerschaftliches Engagement von anderen wird in der Praxis kennengelernt und soll zum Nachahmen anregen.</p> <p>Dabei werden ganz gezielt auch Neubürger in der Region mit dem Angebot angesprochen, um das Biosphärenreservat, seine Menschen und Initiativen kennenzulernen.</p>	
Innovationspotenzial	
<p>Das angebotene Format entspricht dem modernen Verständnis von Engagement, dass Menschen sich kurzfristig für ein Anliegen engagieren wollen, ohne sich längerfristig an eine Institution zu binden. Im Sinne von Edutainment verbindet es den Weg zum Bildungsziel mit Spaß und Aktion.</p> <p>Das Projekt nimmt auf spielerische Weise gezielt den Netzwerkaufbau für bürgerschaftliches Engagement in den Fokus. Durch den Beitrag einer Vielzahl von Akteuren wird vor Ort und online ein großes Netzwerk schwacher Beziehungen entwickelt, welches das Biosphärenreservat mit seinen Anliegen sichtbar macht und unterstützt. Dabei kommen die Teilnehmenden mit sozial oder für die Umwelt engagierten Menschen in der Region zusammen.</p> <p>Kennlernen anderer Menschen ist ein Anliegen von Personen, die neu in der Region sind oder deren Lebensumstände sich entsprechend geändert haben (Renteneintritt), so dass sie neue Interessen verfolgen. Die Umweltpsychologie zeigt, dass gerade in Lebensumbruchphasen Gewohnheiten geändert werden können und neue Handlungsmuster entstehen. Wenn an dieser Stelle Angebote geschaffen werden, die zu einem zivilgesellschaftlichen Engagement hinführen, können neue Zielgruppen gewonnen werden, z. B. durch eine automatische Einladung zu einem Abenteuerurlaub in der Region für alle Neubürger.</p> <p>Für den Tourismus folgt der Ansatz einem Trend, der in der Tourismusindustrie zu beobachten ist. Reisende wollen keine Pauschal-Standardangebote, sondern suchen nach der individuellen Erfahrung und persönlichen Kontakten (vgl. z. B. http://www.opendoorsberlin.de/). Mit entsprechenden Angeboten wird ein Trend professionalisiert, der zunächst in Angeboten wie „couchsurfing“ (http://www.opendoorsberlin.de/) oder „hospitality club“ (http://www.hospitalityclub.org/) zum Ausdruck gekommen ist.</p>	
Zielgruppe	
<p>Neubürger im Biosphärenreservat, Single-Reisende, Kontakt suchende 55+, Natur- und Ruhesuchende, SchülerInnen Primar bis Sek I.</p>	
Format (Ansatz und Methode)	
<p>Initiativen des Biosphärenreservats können Herausforderungen und Unterstützungsbedarf formulieren (z. B. Bliesgau Obst „Streuobstwiesenpflege“), der dann von einer Gruppe Teilnehmender gemeinsam an einem Tag oder Wochenende angegangen wird. Das Gesamtprogramm hat weitere Angebote in den Tagesablauf integriert, wie z. B. eine Floßfahrt, ein Ausflug mit E-Velos oder Koch- & Verkostungsaktionen.</p> <p>Nach dem Konzept von Hometown Glory werden drei Personen eingesetzt, welche das jeweilige Angebot begleiten: 1. Ein Koordinator, der das Programm organisiert und den Kontakt zu allen Akteuren hält; 2. Der Coach sorgt dafür, dass die Gruppe während der gemeinsamen Aktion</p>	

zusammenwächst und sich kennenlernt; 3. Der Kommunikator begleitet die Gruppe „online“, indem er über die Erlebnisse in Bild, Film, Text und Ton (live) berichtet.

Möglicher Programmplan eines Abenteuertages Version I

- Selbstzubereitetes Frühstück mit (ökologischen) Zutaten aus der Region, ggfs. mit Anbietern aus der Region, wie z. B. ökologischer Imker (<http://www.biohonig-wenzel.de/>)
- Anreise zur Initiative, persönliche Begrüßung & Einführung in deren Arbeit
- Umsetzung der angeforderten Unterstützungsleistung (z. B. Streuobstwiesenpflege) inklusive Mittagspause (ca. 4 h)
- Floßfahrt am Spätnachmittag/Abend in Habkirchen
- Ausklang am Lagerfeuer mit ökologisch-regionalem Fleisch als Grillangebot

Möglicher Programmplan eines Abenteuertages Version II

- Selbstzubereitetes Frühstück mit (ökologischen) Zutaten aus der Region, ggfs. mit erfahrenem Koch/Köchin, der zu saisonaler/regionaler Küche informiert.
- Anreise zur Initiative, persönliche Begrüßung & Einführung in deren Arbeit
- Umsetzung der angeforderten Unterstützungsleistung (z. B. Anpflanzung eines Kräutergartens, Müllsammelaktion o. ä.) inklusive Mittagspause (ca. 4 h)
- Besichtigung bei Olk's Vollkornbackhaus im Innovationspark am Beckerturm <http://www.innovationspark.com/>
- Ausklang am Lagerfeuer mit vegetarischem Grillangebot

Weitere anschlussfähige Projekte:

- Renaturierung der Blies bei Homburg
- Freiwillige in Parks
- Bliesgau Obst
- Projekte des Naturschutzbund NABU, des DRK und vergleichbaren Verbänden

Mögliche Projektpartner/Akteure

Beratung zur praktischen Umsetzung des Angebots durch [Hometown Glory Hamburg](#).

Zivilgesellschaftliche Institutionen, die Unterstützungsbedarf besitzen und diesen auch formulieren können, sind die zentralen Akteure des Angebots. Zudem werden Führer der Gruppen, z. B. Natur- und Landschaftsführer, gebraucht, welche den Abenteuerurlaub entwickeln und dann vor Ort begleiten. Es besteht Bedarf an einer zentralen Koordinationsperson. Die Angebote können je nach individuellen Interessen von wechselnden Betreuenden durchgeführt werden.

Die besuchten Akteure sind weitere Akteure, die beteiligt werden müssen, um ergänzenden Informationsbedarf und das „Abenteuer-Thema“ des Urlaubs abzudecken.

Es wäre auch möglich, eine Kooperationen mit der [Freiwilligenagentur](#) Saarland/Saarlouis aufzubauen, um interessierte Personen zu gewinnen.

Weitere mögliche Kooperationspartner sind: SaarPfalz-Touristik, SaarForst, NLF, Lokale Projekte/Einrichtungen, Freiwilligenetzwerk, Europark, SaarLandFrauen, Lebenshilfe, Umweltverbände.

Standort

Dezentral im Biosphärenreservat Bliesgau

Resultate (Output/Outcome)

Bei Hometown Glory wird an einem Wirkungsbericht gearbeitet, der aktuell noch nicht zur Verfügung steht. Online sind die Ergebnisse der einzelnen Projekten abrufbar, aber dementsprechend spezifisch beschrieben, z. B. 14 Leute haben gemeinsam Müll gesammelt am Elbufer und nach 1,5 Stunden hatte jeder einen vollen Sack. Bei anderen Projekten stehen keine genauen Teilnehmerzahlen – von Fotos kann aber auf die Zahlen geschlossen werden, die für diese Art von Veranstaltung angenommen werden kann. Die Touren sind unterteilt in vier Bereiche: Soziales, Energie, Umwelt und Kultur. Dabei ist eine Tour definiert als „einen Tag in einem Projekt mitarbeiten“. Im Projektprozess entstehen neue Kontakte und Kooperationen (z. B. zu wenig bekannten Organisationen).

Für das Biosphärenreservat werden folgende Resultate angestrebt:

Initiativen im Biosphärenreservat bekommen gezielte Unterstützung, werden bekannter, können ihr Netzwerk weiter ausbauen und gewinnen evtl. langfristig unterstützende HelferInnen dazu.

Ein attraktives touristisches „Pauschalangebot“ bietet Besuchenden der Region persönliche Einblicke und Kontakte, die bei einem „konventionellen“ Besuch nicht entstehen würden.

Bürgerinnen und Bürger werden zum kurzfristigen bürgerschaftlichen Engagement motiviert und setzen sich auf spielerische Weise mit dem Thema Umweltschutz auseinander.

Neu zugezogene Personen erhalten die Möglichkeit, andere Menschen über eine Einladung zu einem Abenteuerurlaub kennenzulernen.

Kostenrahmen

Teilnahmegebühren bei Hometown Glory liegen zwischen 5-10 Euro (eher zur Abdeckung der Materialien). Sachkosten bei 6 Tages-Gruppen mit je 12 Teilnehmenden: ca. 1.000 Euro

Personalaufwand für die Durchführung:

1. Ein Koordinator, der das Programm organisiert und den Kontakt zu allen Akteuren hält: ca. 4.800 Euro/Jahr.

2. Der Coach sorgt dafür, dass die Gruppe während der gemeinsamen Aktion zusammenwächst und sich kennenlernt: ca. 600 Euro pro Gruppe.

3. Der Kommunikator begleitet die Gruppe „online“, indem er über die Erlebnisse in Bild, Film, Text und Ton (live) berichtet: ca. 2.400 Euro im Jahr.

Mögliche Gesamtkosten im Jahr bei 6 Gruppen: 10.000 - 12.000 Euro

Design und Einrichtung interaktiver Website kosten mind. 10.000 Euro.

Die Etablierung des Netzwerkes sowie die begleitenden Marketingmaßnahmen sind gesondert zu kalkulieren.

III Bliesgau mit Genuss

Angebotstitel	Bliesgau mit Genuss
Thema	
<p>Bei den angebotenen Kochkursen oder Koch-Events lernen die Zielgruppen „nebenher“ über: globalen/lokalen Lebensmittelhandel, Energie & Wasser in der Produktion, globale Stoffströme & Hunger (Gerechtigkeit).</p> <p>Das erfolgreiche Vorbild aus England verfolgt diese Zielsetzung: <i>„Mit der „Love Food Hate Waste Campaign“ soll mithilfe einfacher Tipps, z. B. wie Lebensmittel länger lagerbar sind oder wie der Einkauf besser geplant werden kann, das Kauf- und Konsumverhalten verändert werden, um Lebensmittelverschwendung vorzubeugen. Dabei soll die Informationsvermittlung und Beratung in den Haushalten, d. h. konkret vor Ort am Bezugsobjekt, durchgeführt werden.“</i> <small>(Quelle: http://www.klima-kampagnen-baukasten.de/root/erfolgreiche-kampagnen/ernaehrungskampagnen/love-food-hate-waste/love-food-hate-waste.html)</small></p>	
Ziel	
<p>Im Zentrum der Kochkurse und Koch-Events steht immer das Ausprobieren, Interagieren, der Austausch und die Sensibilisierung für das Thema. Dabei werden die Alternativen zum bisherigen Alltagshandeln in den Kontext ihrer Konsequenzen gesetzt (Lebensweltbezug, Lernhandeln). Dies soll bei den Teilnehmenden zu einem veränderten, umweltbewussteren Kauf- und Konsumverhalten führen.</p>	
Innovationspotenzial	
<p>Innovativ an dem Ansatz ist, dass durch die Ausbildung von Multiplikatoren Akteure sowie Teilnehmende aus der gleichen Zielgruppe hervorgehen (peer-to-peer Verfahren). Die Zielgruppe wird dezentral und lokal innerhalb der eigenen Netzwerke auf Augenhöhe angesprochen. Dieser Ansatz macht das Projekt flexibel und auf andere Kontexte übertragbar. In diesem Sinne kann das in England erfolgreiche Projekt an die regionalen Bedingungen des Biosphärenreservats Bliesgau angepasst werden, indem der „Do-it-yourself“-Ansatz und die Information über globale Zusammenhänge des Kochens und Genießens gestärkt wird.</p>	

<p>Zielgruppe</p> <p>Die Angebote sind besonders auf Frauen ausgerichtet. Die Effekte wirken sich aber auf den gesamten Haushalt aus (gemeinsames Kochen, Erziehung). 55+ Natur- und Ruhesuchende, Kita-/Vorschul-Kinder, SchülerInnen Primar bis Sek I.</p>
<p>Format (Ansatz und Methode)</p> <p>In England wurden so genannte „Love Food Champions“ ausgebildet, die als Multiplikatoren des Ansatzes aktiv wurden. Ziel ist es, dass sie sich in ihrer eigenen Nachbarschaft und sozialem Umfeld (Sportgruppe, Vereine) Personen suchen, die an einem Kochevent teilnehmen wollen. Mit diesen veranstalten sie in wechselnden Haushalten „Love Food“-Events, bei denen Themen wie das richtige Lagern und Zubereiten von Lebensmitteln, ausgewogene Ernährung und der Einkauf besprochen werden. Im Ansatz des Biosphärenreservats sollte zudem anschaulich über den globalen/lokalen Lebensmittelhandel, Energie und Wasser in der Produktion, globale Stoffströme und Hunger (Gerechtigkeit) informiert werden, um so die eigenen Aktivitäten in globalen Zusammenhängen zu verorten. Die „Love Food Champions“ werden mit entsprechendem Informationsmaterial, Ablauf- und Evaluationsplänen ausgestattet.</p> <p>Zusätzlich zu den selbstorganisierten Kochkursen in Privathaushalten könnten folgende Kochkurse und Koch-Events unter dem Titel „Bliesgau mit Genuss“ angeboten werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Es können Kochkurse angeboten werden, mit denen gezielt gerade Seniorinnen und Senioren angesprochen werden, die eher Zeit fürs Kochen & weniger Geld im Ruhestand besitzen. Hier steht neben dem sozialen, geselligen Aspekt u. a. der finanzielle Anreiz im Zentrum, Lebensmittelverschwendung zu vermeiden. Sie lernen darüber, wie Lebensmittel länger lagerbar sind, wie der Einkauf besser geplant werden kann, das Kauf- und Konsumverhalten verändert werden kann, um Lebensmittelverschwendung vorzubeugen. Kombinierbar wäre dieses Angebot mit Radtouren für den Einstieg ins Rentenalter. ➤ Gemeinsames Kochen als Angebot für (alleinstehende) Wandernde. Das gemeinsame Kochen wird zum Kennlernort. Dies lässt sich z. B. kombinieren mit einer Führung von Natur- und Landschaftsführern zum Thema „Kräuterküche“, oder im Sinne saisonaler Küche mit einer Wanderung zum Thema „Das Biosphärenreservat in den Jahreszeiten“. ➤ Bei entsprechenden Festen oder Events können Kochaktionen stattfinden, die nach dem Motto „Esst die ganze Ernte“ (vgl. http://culinarymisfits.de/) mit den Bio-Lebensmitteln kochen, die sonst auf Grund ihres Aussehens, das nicht in den Standard passt, nie den Weg bis in die Läden antreten. Möglich wäre eine solche Aktion z. B. bei der Raststation der Kirkeler Tafeltour. Auf Grund der lustigen Formen des Gemüses, wäre auch ein Wettbewerb für Kinder denkbar, die sich mit Gemüse aus dem eigenen Garten um einen Preis bewerben und dabei nebenher lernen, warum diese Formen nie in einem Einkaufsladen zu finden sind und z. B. über den größeren politischen Kontext von Nahrungsmittel-Spekulationen informiert werden.
<p>Mögliche Projektpartner/Akteure</p> <p>Das Motto der SaarLandFrauen für das Bildungsjahr 2012-13 ist „Taste the Waste“ (http://www.saarlandfrauen.de/). Sie rufen dazu auf, Aktionen gegen Lebensmittelverschwendung zu initiieren und gemeinsam über diesen Link zu kommunizieren: http://www.landfrauen.info/home/machen-sie-mit.html Die lokalen Vertreterinnen der Landfrauen können im Sinne der „Love Food Champions“ (s. o.) das grundlegende Netzwerk sein, aus dem die Aktionen zunächst hervorgehen.</p> <p>Um die Aktion bekannter zu machen, könnten namhafte Köche und Köchinnen gewonnen werden, die bereit sind, entsprechende Angebote punktuell zu unterstützen.</p> <p>Für die Schulung der „Champions“ könnte ggfs. überlegt werden, eine Kooperation mit http://www.kochkultour.de/ aus Gersheim anzugehen und z. B. das vorhandene Angebot „mobile Kochschule“ in das Konzept zu integrieren. Dies wäre zu kombinieren mit entsprechenden ExpertInnen aus dem Themenfeld Ernährung/Konsum/BNE, die an der Erstellung einer Fortbildung mitwirken sollte.</p> <p>Sollte im Sinne des Ansatzes „Esst die ganze Ernte“ Aktionen geplant werden, wird der Kontakt zu Biohöfen benötigt, von denen die „Reste der Ernte“ erworben werden, damit sie für die Kochaktionen eingesetzt werden können.</p> <p>Weitere mögliche Kooperationspartner sind: SaarLandFrauen, Koch-und Patisserieschule Kochkultour, Bliesgau Genuss e.V., Netzwerk Entwicklungspolitik, Spohns Haus,</p>

Verbraucherzentrale.
Standort
Dezentral, z. B. Küche des ökologischen Schullandheimes Spohns Haus
Resultate (Output/ Outcome)
<p>Evaluationsergebnisse aus dem Projekt „Love Food Hate Waste“ (Quelle: http://www.klima-kampagnen-baukasten.de/root/erfolgreiche-kampagnen/ernaehrungskampagnen/love-food-hate-waste/love-food-hate-waste.html Entnommen am 12.11.2012)</p> <p>Die Teststudie mit 81 teilnehmenden Haushalten hat gezeigt, dass es schon in einer relativ kurzen Zeit (vier Monate) für Einzelne möglich war, die Verschwendung von Lebensmitteln um die Hälfte zu senken. Vor der Studie warf jeder Haushalt durchschnittlich 4,7 kg an Lebensmitteln weg, hinterher nur noch 2,2 kg. Darüber hinaus änderte sich die Einstellung der Teilnehmenden: Zum Ende der Studie sagten 96 % der Teilnehmenden, dass es sie sehr störe, noch Essbares wegzuerwerfen, ein Anstieg von 23 % im Vergleich zum Beginn. Ein weiterer signifikanter Anstieg zeigt sich in Bezug auf das Bemühen, die Verschwendung so niedrig wie möglich zu halten. Waren es vor Beginn des Projektes nur 57 %, die behaupteten, alles nötige dafür zu tun, so waren es am Ende 92 %.</p> <p>Besonders erfolgreich war die Umsetzung durch die Integration der Kampagne in bereits bestehende Gruppenangebote, wie z. B. Mutter-Kind- oder Fitness-Gruppen. Nach der Studie gab kein Proband mehr an, täglich Reste wegzuerwerfen.</p> <p>Die Studie zeigt, dass über einen kollektiven Prozess (gemeinsamer Austausch von Erfahrungen, Hilfestellung bei der Umsetzung) eine Bewusstseins- und Verhaltensänderung unterstützt werden kann.</p> <p>In Anlehnung an diese Evaluationsergebnisse soll sich auch bei den Teilnehmenden der angebotenen Kochkurse bzw. Koch-Events eine Einstellungs- und Verhaltensänderung einstellen. Diese führt zu einem bewussterem Koch- und Kaufverhalten und reduziert die Verschwendung von Lebensmitteln.</p>
Kostenrahmen
<p>Die Kosten sind abhängig vom Projektrahmen, Ausmaß ehrenamtlichen Engagements und den verwendeten Nahrungsmitteln.</p> <p>Vereine bieten Reste-Kochkurse für 15 Euro p. P. inkl. Lebensmittel an, andere für 20 Euro zzgl. Lebensmittelkosten. Bei Reste-Kochkursen mit z. B. „Star-Köchen“ als Referenten kann die Teilnahmegebühr auch bei 100 Euro pro Termin liegen.</p> <p>Design und Einrichtung interaktiver Website kosten mind. 10.000 Euro.</p> <p>Die Etablierung und Koordination des Angebots sowie die begleitenden Marketingmaßnahmen sind gesondert zu kalkulieren.</p>

IV GPS Touren zur Biodiversität

Angebotstitel	GPS Touren zur Biodiversität
Thema	
<p>Bei den GPS Touren zur Biodiversität, handelt es sich um eine moderne Schnitzeljagd zu ökologischen Themen. Sie bietet eine spielerische Kombination aus Geocaching und didaktisch aufbereiteter Wissensvermittlung. Im Zentrum stehen das Erfolgserlebnis beim Finden der Caches¹³ und der spielerische Umgang mit den Informationen, die aufgefunden werden.</p>	
Ziel	
<p>Die Teilnehmenden an den Geocaching Touren lernen durch die Inhalte, die sie sich an den Stationen entweder selbst erarbeiten oder die ihnen dort zur Verfügung gestellt werden. Auf diese Weise wird das Wissen der Teilnehmenden zum Thema „Biodiversität“ gestärkt. Zudem soll hierdurch die eigene Position in der Geschichte und Zukunft der Region greifbarer werden. Neue Perspektiven auf die eigene Verantwortung und Relevanz persönlicher Entscheidungen für die Region sollen erkennbar werden. Die neue Perspektivenübernahme wird u. a. durch die Annahme alternativer Identitäten (Avatare) ermöglicht.</p> <p>Zudem ist der gesamte Prozess der kooperativen Organisation einer Geocaching Tour als entdeckender Prozess eine Stärkung der Gestaltungskompetenz.</p>	
Innovationspotenzial	
<p>Bei diesem Konzept werden vier Aspekte innovativ miteinander verbunden: eine spielerische Schnitzeljagd, Perspektivübernahme durch Annahme einer fremden Identität („Gamification“), eine interaktive Aufbereitung von anspruchsvollen Inhalten und Zugriff auf eine erweiterte Wissensbasis online.</p> <p>Die Grundidee ist, einen Teil des Bildungsprozesses an den Ort des Lerngegenstandes zu verlagern. Das entspricht der Exkursion, diese ist jetzt aber ohne die Referentin oder den Referenten denkbar und wird damit zu einer selbstorganisierten Lernphase.</p> <p>Als besonderer spielerischer Anreiz werden den Teilnehmenden für die Tour alternative Identitäten „Avatare“ mitgegeben, welche mit unterschiedlichen Informationen ausgestattet werden. Nur im Zusammenspiel der Teammitglieder kann die Cache-Route erfolgreich durchlaufen werden. Das Set an Avataren bezieht sich auf historische Personen oder Tiere der Region (Epochen - Mensch - Natur-Verhältnis und Artenvielfalt).</p>	
Zielgruppe	
<p>Die Zielgruppen für GPS-Touren sind Schulklassen und Wandernde, die sich den Lehrpfad selbst erschließen können und eigene Wege außerhalb der Kernzone finden.</p> <p>55+ Natur- und Ruhesuchende, Kita-/Vorschul-Kinder, SchülerInnen Primar bis Sek I.</p>	
Format (Ansatz und Methode)	
<p>Den GPS-Touren liegen vier sich ergänzende Ansätze zu Grunde:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Caches, die BNE-Themen über Educaches oder Rätselcaches einbinden, als Quiz oder als Audiodokument per MP3. ➤ QR-Codes kommen zum Einsatz, um weiterführende Informationen aus dem Internet direkt anzurufen (ggfs. Website mit hierfür aufbereiteten Inhalten). ➤ Ein Set an alternativen Identitäten. Die Identitäten sind mit Informationen ausgestattet, die dazu beitragen, gemeinsam die Caches zu finden und die Aufgabenstellungen zu lösen. Die Identitäten sind als fiktive Charaktere aus der Region und global relevante Charaktere im Feld „Biodiversität“ konzipiert und bringen verschiedene Blickwinkel auf das Thema ein. ➤ Mitnahme eines vorbereiteten Rucksacks z. B. für Schulklassen, der Materialien für Experimente und Spiele an den verschiedenen Stationen beinhaltet und inhaltlich das Thema „Biodiversität“ aufbereitet. 	

¹³ Nach Wikipedia bezeichnet ein „Cache in der EDV einen schnellen Puffer-Speicher der (erneute) Zugriffe auf ein langsames Hintergrundmedium oder aufwändige Neuberechnungen zu vermeiden hilft. (...)Cache ist ein Lehnwort aus dem Englischen. Seinen Ursprung hat es im französischen *cache*, das eigentlich die Bedeutung ‚Versteckt‘ besitzt.“

Erweiterbares Set an Avataren

Historische Personen oder Tiere der Region (Epochen - Mensch - Natur-Verhältnis und Artenvielfalt)
Maximus (34 Jahre, im dritten Jahrhundert n. Chr.) arbeitet als Arzt in der gallo-römischen Siedlung Vicus (Bliesbruck) mit den lokal vorhandenen Heilpflanzen.

Nikolaus (19 Jahre, Ende 18. Jh.) arbeitet in der Beseitigung des Abraums einer Steinkohlegrube.

Susanne (45 Jahre, 2012) Biobäuerin in der Region und arbeitet mit dem [Permakulturansatz](#) im Gemüse- & Kräuteraanbau.

Lilli (17 Jahre, 2012) Schülerin und in ihrer Freizeit aktive Umweltschützerin. Gerade macht sie ein Praktikum in der Naturwacht Saarland.

Weitere historische Charaktere, die eingebunden werden könnten:

St. Pirminius (Namensgeber Pirmasens etc.) Wandermönch im 8. Jh. Klostergründer.

Marianne von der Leyen (Reichsgräfin im Blieskastel) förderte die wirtschaftliche Entwicklung ihres Herrschaftsgebiets und kümmerte sich um soziale Einrichtungen. Unter anderem hob sie 1786 die Leibeigenschaft auf.

Die Profile werden auf ca. einer Seite laminierten Papiers ausgearbeitet und auch mit Fotos von den Personen versehen. Sie erhalten zusätzlich ein kleines Set an Informationen, auf das sie beim relevanten Cache zurückgreifen können, um die Herausforderung zu lösen. Weiterführende Informationen zur Ausschmückung der Person des Avatars können online hinterlegt werden und über einen QR-Code auf dem Handout verlinkt werden. Die Personen können zusätzlich mit einem Kleidungsstück ausgestattet werden, welches die Identifikation mit dem Avatar erhöht.

Informationsstationen

Die Informationsstationen drehen sich inhaltlich um historische und aktuelle Situationen, Orte und Akteure, die Bezug zur Entwicklung der Biodiversität in der Region besitzen. Ein besonderer Fokus liegt darauf, die menschliche Verantwortung für Veränderungen in Ökosystemen lokal und global sichtbar zu machen.

Illustriert werden die Konsequenzen von menschlichem Einfluss durch anschauliche Geschichten (Audio), Rätsel (Papier), Puzzle (Bilder), Videos (online) und kurze Texte. Die erstellten Medien berichten ggfs. auch aus Perspektive von Tieren, die sich in der verändernden Kulturlandschaft zurechtfinden müssen und ggfs. mit dem Überleben kämpfen. Dabei geht es an passenden Stellen auch darum, gesellschaftliche und individuelle Handlungsalternativen aufzuweisen.

Mit Rätselcaches (einem Quiz über mehrere Stationen) können in der Umgebung der Infotafeln weitere „Informationsschätze“ entdeckt werden, z. B. mit Audiodokumenten oder kleinen Spielen.

Anschlussfähige Angebote

Kombinierbar wäre dieses Angebot auch mit dem „Wandern für eine bessere Welt“, d. h. ein erfolgreicher Abschluss des GPS-Pfads durch die Wandernden kann eine Spende durch lokale Unternehmen generieren.

Als anschlussfähiges Angebot könnte z. B. auch ein Geocaching zum Thema „Industriedenkmäler“ aufgebaut werden.

Ausrüstung

Eine ausführliche Liste für Gegenstände und Ausrüstung bei Geocaching findet sich unter diesem Link <http://www.cachewiki.de/wiki/Ausr%C3%BCstung>

Kosten für ein GPS Gerät mit Kartenfunktion liegen zwischen 80-450 Euro.

Mögliche Projektpartner/Akteure

Zentraler Akteur ist derjenige, der die Strecke inhaltlich und baulich konstruiert und die Caches regelmäßig pflegt. Für das Erstellen des inhaltlichen Konzeptes und der Materialien ist ebenfalls ein Akteur notwendig.

Die Website muss konzipiert, umgesetzt und regelmäßig gepflegt werden.

Für die Konstruktion von „Avatar“ Charakteren sollten Online-Spielentwickler hinzugezogen werden.

Weitere mögliche Kooperationspartner sind: SaarForst, VHS, Spohns Haus.

Standort

Eine Umsetzung bietet sich an auf einem Rundweg, der ggfs. auch nur partiell ablaufbar sein sollte (je nach vorhandenem Zeitbudget der Wandernden). Ausgangspunkt sollte z. B. ein Parkplatz sein, der einfach zu erreichen ist und sowohl für Busse als auch Autos Platz bietet. Bei den Standorten der einzelnen Caches ist zu beachten, dass sie nicht in besonderen Schutzzonen liegen bzw. dass der Weg per Luftlinie nicht durch Schutzzonen führt.

Resultate (Output/Outcome)
<p>Über die Identifikation mit verschiedenen Rollen wird die Auseinandersetzung mit dem Thema Biodiversität greifbarer gemacht. Durch das Online-Angebot wird zudem die Phase der Auseinandersetzung bis in einen Zeitraum im Anschluss an die Wanderung ermöglicht. Zudem werden die Informationen in den Sozialen Netzwerken der Teilnehmenden multiplizierbar.</p> <p>Durch die Informationen und das Erlebnis einer GPS Tour werden Teilnehmende an neue Perspektiven herangeführt und auf die eigene Verantwortung und Relevanz persönlicher Entscheidungen für die Region aufmerksam gemacht.</p>
Kostenrahmen
<p>„Dosen“ für die Caches gibt es zwischen 30 Cent und 20 Euro.</p> <p>Für die Generierung von QR Codes können z. B. kostenlose Websites, wie http://goqr.me/de/, benutzt werden.</p> <p>Für die Ausarbeitung des Gesamtkonzepts (Route, Rollenvarianten, Story, Design, Informationen auf Website, Aufgaben, Rätsel und für Lehrkräfte, Material) sollten ca. 20.000 Euro sowie zusätzlich je Cache-Punkt weitere 1.000 Euro eingeplant werden.</p> <p>Für die Pflege der Caches sind ca. 4.800 Euro im Jahr einzuplanen. Die begleitende Koordination des Angebots und Marketingmaßnahmen müssen gesondert kalkuliert werden.</p>

V Der ökologische Fußabdruck als Haus & Feld

Angebotstitel	Der ökologische Fußabdruck als Haus & Feld
Thema	
<p>Das Projekt hat sein Zentrum in einem Gebäude inkl. Außenanlage. Das Gebäude wirft thematisch die Fragen auf: "Wie groß ist der Fuß, auf dem wir leben?" und "Was brauchen wir wirklich?" Durch räumliche Gegenüberstellung einer Wohnvariante mit sparsamen Fußabdruck und einer Wohnvariante mit konventionellem Fußabdruck werden diese Fragen dargestellt. Im ganzen Haus wird durch Messgeräte/Infotafeln mit Visualisierungen deutlich gemacht, was, wie viel, wovon verbraucht (Strom, Wasser ...) wird.</p>	
Ziel	
<p>Besucherinnen und Besucher können sich und ihr Alltagsverhalten durch die anschauliche Darstellung von Wohnsituationen in direkte Beziehung zu den thematisierten Inhalten setzen. Hierdurch werden sie für Klima- und Umweltschutz sensibilisiert, was zu einem höheren Umweltbewusstsein und umweltfreundlichen Verhalten führen soll.</p>	
Innovationspotenzial	
<p>In dieser Ausstellung wird nicht abstrakt über Folgen des eigenen Handelns informiert, sondern das alltägliche Handeln und seine Konsequenzen werden interaktiv und anschaulich greifbar dargestellt. Zudem machen das Gebäude und die angebotenen Aktivitäten einen lokalen Verwertungszyklus erlebbar und erfahrbar. Und könnte auch im Sinne einer Mitmach-Ausstellung gedacht werden.</p> <p>Als dezentrale Variante/Erweiterung können verschiedene interaktive Stationen als Fußabdrucks-Netzwerk konzipiert und an Orten mit Publikumsverkehr/touristischen Attraktionen dezentral im Bliesgau verteilt gebaut werden, die lokale Besonderheiten (Stadt, Streuobstwiese, Sägewerk, Steinbruch, Biobauernhof, Blies, Bergwerk, etc.) und thematische Schwerpunkte der Fußabdruckthematik veranschaulichen und gleichzeitig einen Wiedererkennungseffekt besitzen. Auf diese Weise treffen Touristinnen und Touristen immer wieder auf Stationen, die für sich bereits aussagekräftig sind und neugierig auf weitere Stationen machen. Hiermit ließe sich ein Punktesammelsystem oder eine Stationen übergreifende Geschichte als verbindendes und motivierendes Element entwickeln.</p> <p>Durch eine Aufarbeitung der Inhalte auf Basis von spieltheoretischen Ansätzen wird ggfs. vorhandener Reaktanz der Besucherinnen und Besucher entgegengewirkt. Die Inhalte werden positiv besetzt, statt mit einem moralischen Zeigefinger versehen. Ganz konkret drückt sich das in folgenden psychologischen und spieltheoretischen Ansätzen aus:</p> <p>Die in der Ausstellung vorhandenen Aufgaben und Interaktionsangebote werden flexibel und vielfältig für verschiedene Zielgruppen (Kinder, Erwachsene), Wissensstände und Kompetenzen</p>	

konzipiert, so dass auch Besucherinnen und Besucher mit sehr verschiedenen Voraussetzungen einen Lernerfolg erreichen können.

Besucherinnen und Besucher können Teams bilden, um sich die Inhalte gemeinsam zu erarbeiten. Hier kann auch ein Wettbewerb mit anderen Teams inszeniert werden.

Gelöste Aufgaben werden z. B. mit Hilfe eines „Erfahrungspunktesystems“ belohnt. Gesammelte Punkte können z. B. gegen einen Öko-Einkaufsgutschein eingelöst werden. Hier bietet sich eine Preisstaffelung an, so dass auf jeden Fall jede/r etwas gewinnen kann.

Nach dem Leitsatz „Mit Freude gelernt – mit Freude erinnert“, wird als psychologischer Ansatz verfolgt, dass die Lernprozesse auch mit starken Emotionen wie Unsicherheit und Überraschungen gekoppelt werden. Dies kann z. B. durch Aktionskarten á la Gesellschaftsspiel, versteckte Schätze/ Aktionen (z. B. Knopfdruck) hervorgerufen werden.

Zielgruppe

Familien, Touristen, Reisegruppen, Schulklassen.

Format (Ansatz und Methode)

Es braucht ein Gebäude mit Umland, das die verschiedenen Produktionen im Gebäude und auf dem Gelände miteinander koppelt – z. B. wird der Bioabfall aus dem Café zur Stromherstellung verwendet. Die Abwärme des Hauses wird für die Beheizung eines Gewächshauses auf dem Dach genutzt, etc. Es wird ein Ausstellungskonzept erarbeitet, welches das alltägliche Handeln und Leben der Besucherinnen und Besucher thematisiert. Dabei dreht es sich um die Themen Wohnen, Energie, Ernährung und Konsum. Die Themen werden „greifbar“ bzw. im Sinne des Fußabdrucks „erlaufbar“.

An zentraler Stelle steht der räumliche Vergleich zwischen einer konventionellen Wohnvariante und einer möglichst nachhaltigen Wohnvariante.

Die Umweltpsychologie bietet verschiedene Ansätze und Modelle, die erläutern, wie Verhaltensänderungen zu bewirken sind. Das Modell des geplanten Verhaltens (Ajzen, 1991) wird hier auf die Konzeption einer Ausstellung übertragen, um die Besucherinnen und Besucher darin zu unterstützen, von einer Einstellung zum Verhalten zu kommen.

Die Einstellung zu einem Verhalten kann durch **Wissensvermittlung** beeinflusst werden. Durch Informationstafeln und interaktive Stationen werden die Besucherinnen und Besucher über Klima- und Umweltkonsequenzen informiert. Wichtig bei der Wissensvermittlung ist aber, dass eine Spannungskurve aufrechterhalten bleibt. Dies kann durch verschiedene Arten der Wissensvermittlung, wie anschauliche Darstellung und **Erfahrbarkeit**, angestrebt werden. Eine Anbindung an lokale Besonderheiten und z. B. ein Punktesammelsystem regen zusätzlich zum Mitmachen und Dabeibleiben an. Konkrete Erfahrung ist ein Einflussfaktor für eine vertiefte Verarbeitung. Die Erfahrbarkeit könnte z. B. durch folgende Komponenten der Ausstellung aufgegriffen werden:

- Ein Quiz, in dem man raten soll, was die umweltfreundlichere Handlungsalternative ist.
- Eine (virtuelle) Waage: In die eine Waagschale soll ein Verhalten und in die andere Waagschale der vermutete CO₂-Ausstoß gelegt werden.
- Gruppenspiel/Ideensammlung: Die Erde in 50 Jahren. Wir haben kein Öl mehr und nur noch erneuerbare Energien. Wie wohnen wir dann? Wie bewegen wir uns fort?

Die **subjektive Norm** kann beeinflusst werden, wenn die Besucherinnen und Besucher der Ausstellung ein Verhalten als allgemein wünschenswert wahrnehmen. Das kann durch Gruppenaktionen oder Vorbilder geschehen, wie z. B. in folgender Umsetzungsidee: Ein Film mit Interviews von Bürgerinnen und Bürgern aus dem Biosphärenreservat, in dem sie kurz ihren Beitrag zum Umweltschutz erzählen: „Ich fahre bei schönem Wetter mit dem Rad statt mit dem Auto“, „Ich verzichte eine Woche pro Monat auf Fleisch“ etc.

Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle kann durch die Vermittlung von Handlungswissen und -strategien beeinflusst werden. Durch räumliche Gegenüberstellung einer Wohnvariante mit sparsamen Fußabdruck und einer Wohnvariante mit konventionellem Fußabdruck werden Handlungswissen und -strategien vermittelt.

Durch die drei genannten Komponenten entwickelt sich eine Verhaltensabsicht. Nun ist es wichtig, diese in umweltgerechtes Verhalten zu überführen. **Selbstverpflichtung** ist eine Möglichkeit dies zu erreichen:

- Eine Postkarte an sich selbst adressiert schreiben „In 6 Monaten ...“ (esse ich/wir in unserer Familie nur noch 1-2x pro Woche Fleisch, etc.). Diese Postkarte wird den Besucherinnen und Besuchern nach sechs Monaten zugeschickt.
- „Mache Dein eigenes Video“. Besuchergruppen können ihr eigenes Video drehen, in dem sie vermitteln sollen, warum Klima- und Umweltschutz wichtig ist und was sie selbst verändert haben. Die drei besten Videos bekommen einen Preis.
- Eine Videobox aufstellen, in der Besucherinnen und Besucher sagen können, was sie ändern wollen. Das wird dann auf der Ausstellung an einer Station abgespielt.

Zusätzlich können z. B. in einem **ungewöhnlichem Kaufladen** an den "Preisschildern" statt Euro, CO₂, Wasserverbrauch, Lohn, soziale Kosten in anderen Ländern, Landvergiftungen... verdeutlicht werden.

Im Außenbereich verdeutlicht ein **in realistischer Größe angelegter Garten/ein Feld**: Wie viel Hektar braucht der Mensch – als Versinnbildlichung des ökologischen Fußabdrucks (Industrieländer vs. Länder des Südens). Hier kann auch anschaulich gemacht werden, welche Produkte und Lebensbereiche wie viel des ökologischen Fußabdrucks ausmachen, z. B. indem entsprechend große Felder abgesteckt und gestaltet werden.

Um Anreize zum Verweilen zu setzen, könnte im Sinne des Themas „Bliesgau mit Genuss“ eine Solar-/Erdwärmeküche installiert werden. Ausgestattet mit Kochtöpfen und Geschirr, welches lokal aus recycelten Materialien hergestellt (und vertrieben) wird, ermöglicht sie den Touristen, sich selber auszuprobieren, z. B. wie backe ich ein Brot selber.

Erweiterbare temporäre Aktionen und Ausstellungen rund um das Thema Wertstoffe

Mitmachmuseum und Dauerausstellung zum Thema Wertstoffe/Müll, Design, Kunst, Umnutzung, Selbermachen. In diesem Rahmen könnte man das Thema Konsum/Fußabdruck aus einer noch weiteren Perspektive aufgreifen und die Besucherinnen und Besucher in kreative Gestaltungsprozesse einbeziehen, wie z. B.:

Nach Vorbild der Initiative „Kunst Stoffe“ aus Berlin, können die Besucherinnen und Besucher in einer Recyclingwerkstatt für Souvenirs selber etwas aus lokalem „Müll“ bauen, der auch mal aus einem lokalen Sägewerk aus Bliesgau stammen kann.

<http://www.kunst-stoffe-berlin.de/>

Ein weiteres Beispiel ist das australische Projekt um „The Pod“ bzw. „PlayforLife“. Es ist ein Projekt in Schulen, das den Umgang mit Müll als kreative Beschäftigung aufbaut. Hieraus könnte man ein Angebot für die Zielgruppe Schülerinnen und Schüler und Kinder schaffen.

http://www.playducation.org/blog-reader/items/Playforlife_Australia.html

<http://www.playforlife.org.au/>

Es wäre auch möglich, eine (Dauer-)Ausstellung mit tollen Designobjekten aus Müll aus aller Welt aufzubauen. Hier ein Beispiel aus Neuseeland: <http://marinedebrisart.blogspot.de/2012/02/andrew-mcnaughton-marine-debris-artist.html>

Ggfs. könnte man das auch mit dieser Ausstellung kooperieren, die das Thema Design/ Nachhaltigkeit und Kunst scheinbar sehr erfolgreich verknüpft. <http://www.arte-sostenibile.org/>

Mögliche Projektpartner/Akteure

Kommunen/Kreise in der Biosphäre, Umweltverbände, Wirtschaft, ein Architekt.

Akteure aus der Wirtschaft, die „nachhaltige“ Preise für die in der Ausstellung umgesetzten Spiele spenden.

Standort

Ein Standort, der durch bauliche Erweiterungen und inhaltliche Neuausrichtungen weiterentwickelt werden kann (möglichst kein Neubau) und im Umfeld Raum für ein Fußabdruckfeld hat sowie touristisch günstig gelegen ist. Durch seine Lage sollte er einen optimalen Einstieg in die Naturerfahrung im weiteren Umkreis ermöglichen.

Resultate (Output/Outcome)

Es existieren ein Gebäude mit verschiedenen dargestellten Wohnsituationen, Fußabdruckfeld und dezentrale, interaktive Stationen, welche Bürgerinnen und Bürger sowie Touristinnen und Touristen dazu einladen, sich mit den Themen Klimaschutz und umweltbewusster Konsum auseinander zu setzen.

Das Umweltbewusstsein sowie das Konsumverhalten der Besucherinnen und Besucher werden

durch die interaktive und greifbare Darstellung des alltäglichen Handelns und dessen Konsequenzen gestärkt.

Durch das ganzheitliche und integrierende Konzept können sich Kooperationen zwischen verschiedenen Akteuren ergeben (lokale Projekte, Biobauernhöfe, etc.).

Kostenrahmen

Für den Kauf von Haus und Grund sowie barrierefreien, nachhaltigen Umbau sind für ein derartiges Zentrum ca. 400-500.000 Euro zu veranschlagen.

Für die Ausstellung und Installationen sind laut Ausstellungsbauer zur Kostenplanung für eine anspruchsvolle Ausstellung die Daumenregel „mind. (!) 2.500 € pro Quadratmeter“ zu kalkulieren, für die Erstellung des Ausstellungskonzepts mind. 1.500 Euro pro Quadratmeter.

Der Personal-/Sachaufwand für die Instandhaltung und den Betrieb des Zentrums sowie für die Durchführung von zentrumsspezifischen Angeboten/Führungen sind gesondert zu kalkulieren.

VI Inklusiver BNE-Klettergarten

Angebotstitel	Inklusiver BNE-Klettergarten
Thema	<p>Der inklusive BNE-Klettergarten/Parcours bietet behinderten Kindern und Jugendlichen Zugang zu für ihre Altersklasse attraktiven Freizeitangeboten. Durch die inklusiven Kletterangebote, z. B. eine regelmäßige Klettergruppe, werden Lernsituationen geschaffen, die allen Beteiligten unter den Vorzeichen der Selbstverantwortung, der Gemeinschaft und des Dialogs spielerisch nicht nur das Erlernen des Klettern ermöglichen. Dabei geht es darum, die eigenen Fähigkeiten und Grenzen zu erkunden, zu lernen, auf die eigenen Wahrnehmungen zu hören (Angst, Erschöpfung) und gemeinsam mit der Gruppe und den Kletterpartnern für die Sicherheit aller Beteiligten zu sorgen.</p> <p>Der Klettergarten bietet neben dem sportlichen und sozialen Lernfeld auch die Möglichkeit, thematisch-inhaltliche Schwerpunkte des Biosphärenreservats und der Bildung für nachhaltige Entwicklung aufzugreifen. Dies wird mit Hilfe von Aktionen wie „Schatzsuche in der Kletterwand“, „Quiz-Wettklettern“ und vergleichbaren Aktionen umgesetzt. Diese spielerische Ansätze ergänzen den dem Klettern zu Grunde liegenden Ansatz, durch verschiedene Schwierigkeitsgrade eine Vielzahl von Erfolgserlebnissen und immer vorhandenes Steigerungspotential zu schaffen.</p>
Ziel	<p>Der Klettergarten ist sowohl für behinderte und nicht behinderte Kinder und Jugendliche als auch für erwachsene Kletterinnen und Kletterer zugänglich. Ziel ist es, nicht nur das Klettern zu erlernen (Klettern als technisches Wissen), sondern allen Beteiligten zu ermöglichen, durch das Erlebnis in der Gruppe sich selbst und andere besser kennenzulernen und Vertrauen aufzubauen. Dabei steht der spielerische Aspekt des Kletterns im Zentrum und entschärft den Druck, „etwas zu müssen“.</p> <p>Die Teilnehmenden lernen, selber den Kletterprozess zu planen, kooperativ abzustimmen, bestehende Risiken einzuschätzen und mit ihnen umzugehen. So wird die Entwicklung sozialer Kompetenzen und die der Dialog- und Kooperationsfähigkeit gestärkt (Bedürfnisse artikulieren, Bedürfnisse anderer kennenlernen, in Aushandlungsprozesse gehen).</p> <p>Unterschiedliche vorhandene Kompetenzen werden durch Aktionen verdeutlicht, wie z. B. „Blindes Klettern“, bei dem Sehende mit verbundenen Augen gemeinsam mit sehbehinderten Personen klettern. Hierdurch soll u. a. auch das defizitäre Bild von Behinderung verändert werden.</p> <p>Klettern in Teams ist per se dialogisch angelegt und fördert durch notwendige Aushandlungs- und Verständigungsprozesse die Fähigkeit zur Mitbestimmung.</p>
Innovationspotenzial	<p>Der Klettergarten bietet nicht nur sportliche und soziale Lernfelder durch den Ansatz des integrativen Kletterns. Somit ist das Kletterprojekt nicht allein eine sportliche Herausforderung, sondern bietet eine Chance und Möglichkeiten der sozialen Interaktion und Überprüfung der eigenen Sichtweisen.</p> <p>Mit Hilfe von Aktionen wie „Schatzsuche in der Kletterwand“, „Quiz-Wettklettern“ und vergleichbaren Aktionen werden auch thematisch-inhaltliche Schwerpunkte des Biosphärenreservats und der Bildung für nachhaltige Entwicklung aufgegriffen. Analog zu Prinzipien von Spielen ermöglichen verschiedenste Schwierigkeitsgrade eine Vielzahl von Erfolgserlebnissen und immer vorhandenes Steigerungspotential.</p>

<p>Die bisherige erfolgreiche Umsetzung in Berlin beschränkt sich auf eine Kletterwand in einer Turnhalle. Im Biosphärenreservat kann durch die natürliche Umgebung ein komplexeres und reichhaltigeres Umfeld in die Gestaltung des Klettergartens in Form eines Parcours mit einbezogen werden.</p>
<p>Zielgruppe</p>
<p>Behinderte und nicht-behinderte Kinder und Jugendliche.</p>
<p>Format (Ansatz und Methode)</p>
<p>In diesem Ansatz soll ein Konzept, welches sich an den Kriterien von „Online-Games“ anlehnt, erstellt werden. Ein Kennzeichen spielerischer Herangehensweisen in Online-Games ist, dass das Frustrationspotenzial gesenkt wird, da angemessene (individualisierte) Herausforderungen geschaffen werden, die sich jedoch immer im oberen Möglichkeitsraum der Leistung befinden. Hierdurch werden die gesetzten Ziele erreichbar, auch wenn sie herausfordernd sind. Gleichzeitig gibt es in einer spielerischen Herangehensweise kein Scheitern, weil der „Weg das Ziel“ ist und jede Erfahrung auf den nächsten Schritt (ins nächste Level) vorbereitet. Vgl. auch „Leitfragen für informelles-spielerisches Lernen“ (S.59).</p> <p>Jenseits einer offenen Nutzung des BNE Klettergartens werden wöchentliche Termine angeboten, zu denen integrative Kletterphasen stattfinden. Zudem werden gruppendynamische Aktionen angeboten, wie z. B. „blindes Klettern“.</p>
<p>Mögliche Projektpartner/Akteure</p>
<p>Personal mit Erfahrung in der integrativen Freizeitarbeit, kommunale Forstbetriebe, Behinderteneinrichtungen, Reiseveranstalter für Behinderte, Schulen, Klettergarten Jägersburg. Beratung durch erfahrene Akteure in dem Feld: Klimpansen, Integrative Klettergruppe Rosenheim, Integrationsprojekt e.V.</p>
<p>Standort</p>
<p>Biosphäre</p>
<p>Resultate (Output/Outcome)</p>
<p>Kinder und Jugendliche mit und ohne Behinderung erhalten die Möglichkeit, miteinander durch gemeinsames Klettern zu interagieren, zu kooperieren und sich anzunähern. Hierdurch kann die oftmals als „defizitär“ geprägte Wahrnehmung gegenüber behinderten Menschen zum Positiven verändert werden. Gestaltungskompetenzen der Kooperation und Motivation werden gefördert.</p> <p>Für alle Beteiligten bietet es die Möglichkeit, die eigenen Grenzen und Fähigkeiten (sozial und technisch/sportlich) zu erkunden und sich weiterzuentwickeln. Durch die Bewältigung der sportlichen Herausforderung des Kletterns werden die Teilnehmenden zudem in ihrem Selbstwertgefühl und -bewusstsein bestärkt.</p>
<p>Kostenrahmen</p>
<p>Für den Bau des Klettergartens bzw. des Parcours, für die Ausrüstung sowie für den TÜV sind ca. 300.000-400.000 Euro zu veranschlagen. Für die Entwicklung des inklusiven Bildungs-/Erlebniskonzepts ab 20.000 Euro. Die begleitende Koordination des Angebots und Marketingmaßnahmen müssen gesondert kalkuliert werden.</p>

VII Mobiler Lehrpfad mit Social Media

Angebotstitel	Mobiler Lehrpfad mit Social Media
Thema	<p>Der Lehrpfad bezieht sich inhaltlich auf die regionale Artenvielfalt und die Naturgeschichte des Bliesgau und wirft vor allem auch einen Blick in die Zukunft – mit Visionen für das Zusammenleben von Mensch und Natur im Biosphärenreservat. Die Informationstafeln sind durch QR-Codes mit weiteren Online-Informationen verbunden. Sie bereiten Inhalte in einfacher Sprache und mit einer Vielzahl von Bildern auf. Der Lehrpfad ist als mobile Ausstellung konzipiert und kann zu relevanten Anlässen (z. B. Biosphärenfest, Biosphärenlauf) und auch im Rahmen von Schulprojektwochen etc. zum Einsatz kommen.</p>
Ziel	<p>Ziel des Projektes ist es, die Menschen in der Region mit spielerischen Mitteln für die Frage zu sensibilisieren, wie sie in Zukunft leben wollen.</p> <p>Durch die Online-Verknüpfung wird zudem das Ziel verfolgt, online ein großes Netzwerk schwacher Beziehungen zu Menschen aufzubauen, welche sich für das Biosphärenreservat interessieren. Durch die interaktive Website sollen die Teilnehmenden Kommentare, Bilder oder Audiodateien hinterlassen und sich auf diese Weise auch über den begrenzten Zeitrahmen der Wanderung entlang des Lehrpfads hinaus mit den Inhalten auseinandersetzen und die gewonnenen Informationen in die eigenen Online-Netzwerke streuen. Ziel ist es, von den in einem ganzen Leben gesammelten Erfahrungen zu profitieren und im Sinne einer „Problemlösung“ (s. o.) für eine zukunftsfähige Region einzubringen.</p>
Innovationspotenzial	<p>Der Lehrpfad ist nicht fest installiert, sondern als Wanderausstellung geplant. Er kann nach Wunsch auf neuen Strecken installiert werden. Fest verankert ist der Lehrpfad nur auf einer Website online. Diese Konstruktion bietet die Möglichkeit, die im Lehrpfad aufbereiteten Informationen immer an aktuelle Geschehnisse anzubinden, indem die Inhalte der Website angepasst werden.</p> <p>Das Projekt sucht zudem Anschluss an die Erfolge der „Story-Telling“ Methode, um Visionen für die Biosphärenregion zu entwickeln.</p> <p><i>„Storytelling (deutsch: „Geschichten erzählen“) ist eine Erzählmethode, mit der explizites, aber vor allem implizites Wissen in Form einer Metapher weitergegeben und durch Zuhören aufgenommen wird. Die Zuhörer werden in die erzählte Geschichte eingebunden, damit sie den Gehalt der Geschichte leichter verstehen und eigenständig mitdenken. Das soll bewirken, dass das zu vermittelnde Wissen besser verstanden und angenommen wird. Heute wird Storytelling neben der Unterhaltung durch Erzähler unter anderem auch in der Bildung, im Wissensmanagement und als Methode zur Problemlösung eingesetzt.“</i> (Quelle: Wikipedia http://de.wikipedia.org/wiki/Storytelling_%28Methode%29 entnommen am 13.11.2012)</p> <p>Um auch ältere Zielgruppen in das Projekt einzubeziehen, wird der Story-Telling-Ansatz ganz praktisch in einem Wettbewerb umgesetzt, in dem junge Menschen alte Bewohnerinnen und Bewohner der Biosphärenregion interviewen, um über Visionen für die Zukunft aus einer anderen Generation zu sammeln.</p>
Zielgruppe	<p>Bewohnerinnen und Bewohner des Biosphärenreservats, Besucherinnen und Besucher regionaler Feste, Reisegruppen, Schülerinnen und Schüler.</p>
Format (Ansatz und Methode)	<p>Der Lehrpfad kombiniert auf ansprechende und spielerische Weise die Möglichkeiten, online und vor Ort auf Informationen und Aufgaben zuzugreifen. Die Teilnehmenden können nicht nur Informationen abrufen, sondern auch Kommentare, Bilder und Audiodateien auf der Website hinterlassen. Die gesammelten Audiofiles können online eingereicht werden und nach entsprechender Aufbereitung auch zur Anreicherung der inhaltlichen Stationen des Lehrpfads dienen.</p> <p>Beim Einsatz in Projektwochen ist die Wanderung entlang der Stationen optional die Ausgangsbasis für die Erstellung eines Kurzfilms durch die teilnehmenden Schülerinnen und Schüler. Die an den Stationen vermittelten Informationen dienen als Inspiration, so dass jede teilnehmende Gruppe ihre eigene daraus entwickelte Geschichte „Biosphärenreservat Bliesgau 2040“ erzählen kann. Die eingereichten Videos gehen automatisch in einen Wettbewerb um den besten Kurzfilm ein. Die Ergebnisse zeigen ein vielfältiges Bild der Visionen junger Menschen für und aus der</p>

Biosphärenregion.

Um den Lehrpfad in einen stärkeren inneren Zusammenhang zu bringen, können als erzählerische Komponente für die Teilnehmenden „Avatare“ vergeben werden - „alternative Identitäten“, die auf dem Lehrpfad eine epische Mission zu erfüllen haben. Hier bietet es sich an, Avatare zu entwickeln, die in Science-Fiction Erzählungen auftauchen könnten und mit der Mission beauftragt sind, die Welt im Jahr 2040 zu retten. Informationen zu den Avataren finden sich online. Abhängig von dem gewählten Avatar fallen an den Stationen unterschiedliche Aufgaben oder Informationen an.

Als spielerisches Element können Unsicherheit und Überraschungen in Form von „Aktionskarten“ eingesetzt werden, die an den jeweiligen Stationen im Wettkampf mit den anderen Teilnehmenden erworben werden können. Die Aktionskarten verweisen auf die Website, wo z. B. kleine Gewinne (1x Fairtrade-Kaffee) an die lokalen Gegebenheiten angepasst und eingepflegt werden können. Der Zugriff hierauf erfolgt über immer gleich bleibende QR-Codes auf den Aktionskarten, bei denen nur die Inhalte der verlinkten Seiten aktualisiert werden.

Mögliche Stationen

Station „Gesichter der Biosphäre“

An dieser Station ist ein großes Memory-Spiel installiert, das mit Gesichtern von sozial engagierten Bewohnern der Biosphäre bedruckt ist. Jede Karte ist mit einem aussagekräftigen Satz oder wenigen Schlagworten zum Thema „Vision Biosphärenreservat Bliesgau 2040“ versehen. Ziel ist es, Engagement für eine zukunftsfähige Region transparent zu machen, dem Anerkennung zu schenken und diese Ideen im Spiel zu transportieren. Die Karten verlinken zudem über einen QR-Code auf kurze Videos auf der Website, in dem die Abgebildeten über ihre Vision etwas ausführlicher (in max. 1 Minute) berichten.

Station „Selbstverpflichtung“

Die Teilnehmenden stoßen an dieser Station auf Herausforderungen wie „Was kannst du heute tun um unsere Zukunft zu gestalten?“ mit der Möglichkeit, verschiedene Selbstverpflichtungen einzugehen, wie z. B. „Eine Woche vegetarisch Essen – bist du dabei?“ Bei Aktionen an Schulen können sich die Schülerinnen und Schüler dafür entscheiden, über den Kurzfilm, den sie drehen, ein gemeinsames öffentliches Commitment zu dieser Übung abzugeben.

Station „Pictionary/Montagsmaler“

Die Teilnehmenden treten in Gruppen gegeneinander an. Analog zu den bekannten Spielen „Pictionary/Montagsmaler“ werden Begriffe von einer Person gezeichnet, die von den anderen Gruppenmitgliedern geraten werden müssen. Ziel ist es, sich mit Begriffen aus den Themenfeldern Klimawandel, ökologische Vielfalt, Globalisierung, Regionalität bildhaft und spielerisch auseinanderzusetzen und gemeinsame Bilder für komplexe Themen zu finden. Online könnte eine Bildergalerie mit Fotos aufbereitet werden, welche die Begriffe ebenfalls illustriert.

Mögliche Projektpartner/Akteure

Schulen, Umweltverbände

Standort

dezentral (Schule, öffentliche Einrichtungen, Arztpraxen)

Resultate (Output/Outcome)

Spielerische Aktivierung und Sensibilisierung der Bevölkerung für die Fragen einer zukunftsfähigen Region und das Leitbild des Biosphärenreservats. Gemeinsame Beiträge/Interaktionen auf der Website auch über die Wanderung hinaus. Hinweise zur Konzeption und Evaluation von Lehrpfäden: http://www.nna.niedersachsen.de/portal/live.php?navigation_id=7818&article_id=92958&psmand=27

Kostenrahmen

Die Kosten sind besonders zu Beginn des Projektes zu erbringen, weil sowohl die mobilen Stationen entwickelt und hergestellt als auch die Inhalte und Website konzipiert werden müssen.

Je mobile Station mit Verankerungsmöglichkeit, witterungsbeständiger Körper für Computer mit Tastbildschirm bzw. interaktives pad mit Internetzugang und Batterie sind ca. 10.000 Euro an Sach- und Herstellungskosten zu rechnen. Es sollten ein Gesamtkonzept mit zumindest 6 Stationen geplant und entsprechende Inhalte entwickelt werden: ca. 35.000 Euro. Möglicher Kostenrahmen für 6 mobile Stationen inkl. Konzeption: ab 95.000 Euro.

Design und Einrichtung interaktiver Website kosten mind. 10.000 Euro.

Für die Pflege des Angebots sind ca. 4.800 Euro im Jahr zu veranschlagen. Die begleitende

Koordination des Angebots und Marketingmaßnahmen müssen gesondert kalkuliert werden.

VIII Radtouren zum Rentenbeginn/für NeubürgerInnen

Angebotstitel	Radtouren zum Rentenbeginn/für NeubürgerInnen
Thema	
<p>Biographische Umbrüche - wie z. B. der Einstieg in die Rente, ein Wohnortwechsel oder die Geburt eines Kindes - stellen zeitlich begrenzte Anknüpfungspunkte für den Umstieg auf nachhaltige Konsumgewohnheiten, u. a. in den Bereichen Ernährung, Energie, Mobilität, dar. Das Biosphärenreservat kann mit entsprechenden Angeboten diese Zeitfenster für Verhaltensänderung nutzen. Bei diesem Beispiel geht es um den Umstieg vom Auto auf das Fahrrad.</p>	
Ziel	
<p>Die Zielgruppe erfährt in Zeiten des biographischen Umbruchs, dass ihr Alltagshandeln Konsequenzen im Speziellen für das Biosphärenreservat und im Generellen für das globale Klima besitzt und erwirbt durch Angebote in der Praxis Einblick in Handlungsalternativen in Bezug auf ihre Mobilität.</p>	
Innovationspotenzial	
<p>Nutzung biografisch veranlasster Umbrüche für Sensibilisierung und Verhaltensänderungen in Richtung nachhaltiger Mobilität und sozialer Zusammenhalt.</p> <p>Mobilitäts-Apps und Mobilitäts-Online-Plattformen verändern die Mobilität und den Autoverkehr nicht nur in Deutschland. Mit dem Konzept „Radtouren zum Rentenbeginn“ wird versucht, dieses Konzept auf einen stark lokal begrenzten Bereich und auf den Fahrradverkehr zu übertragen.</p> <p>Um das Alltagshandeln langfristig zu unterstützen, wird eine Onlinekomponente dazugeschaltet, die dadurch, dass sie von Personen zurückgelegte/geplante Radwege transparent macht, das Radfahren zu einem gemeinsamen Erlebnis macht. Gerade vor dem Hintergrund steigender Benzinpreise und mit der Zielgruppe Seniorinnen und Senioren im Blick kann hier ein neuer Weg erschlossen werden, zum gemeinsamen Radfahren zu mobilisieren und darüber persönliche Kontakte, Geselligkeit und Naturerleben zu ermöglichen. Es ist zu überprüfen, ob ggfs. Plattformen, wie https://flinc.org, an die eigenen Bedürfnisse angepasst und angewendet werden können. Alternativ ist es möglich, sich über eine Facebookgruppe o. ä. zu organisieren.</p>	
Zielgruppe	
<p>Rentnerinnen und Rentner, die mit Ende ihrer Erwerbstätigkeit ihr Mobilitätsverhalten umstellen wollen.</p> <p>Radfahrerinnen und Radfahrer, die sich einen neuen Überblick über die Radfahrmöglichkeiten des Biosphärenreservats verschaffen und dabei andere Menschen kennenlernen wollen.</p> <p>Neubürgerinnen und Neubürger, die nach Wegen für alltägliche Wege und Freizeitaktivitäten suchen.</p>	
Format (Ansatz und Methode)	
<p>Der Ansatz ist neu im Biosphärenreservat, aber in mehreren Städten für Neubürgerinnen und Neubürger erprobt. In diesem Fall werden entsprechende Radtouren ganz gezielt für den Einstieg ins Rentenalter vermarktet und idealerweise mit einer Radwegekarte ergänzt.</p> <p>Eine praktische Erkundung des Biosphärenreservats Bliesgau mit dem Rad und eine Einführung in die vorhandenen Radstrecken dient dazu, einen Überblick über neue Wege für das eigene Mobilitätsverhalten zu erfahren. Für die teilnehmenden Rentnerinnen und Rentner soll dabei einerseits auch die gemeinschaftliche Aktivität im Vordergrund stehen. Gleichzeitig soll die Aktion einen feierlichen Charakter haben, der ausdrückt, dass in der neuen Lebensphase ein anderer Zeithrhythmus neue Perspektiven auf die alt-gewohnte Umgebung ermöglicht und die Umstellung der individuellen Mobilität auf eine entschleunigte Form erfolgen kann und damit auch zur Steigerung der Lebensqualität beitragen kann.</p> <p>Die geplanten Radstrecken orientieren sich dabei an Strecken des Alltagshandelns, wie z. B. „die grünste Radstrecke zum Einkaufen“ o. ä., um die Relevanz für die Umstellung der alltäglichen Mobilität zu erhöhen. Gerade wenn es um Strecken geht, die alltäglich zurückzulegen sind, kann es sich anbieten, für die Radtouren E-Velos einzusetzen. Damit soll deutlich werden, dass es eine komfortable Variante gibt, mit der es möglich ist, auch weitere (alltägliche) Strecken leicht zurückzulegen.</p>	

Das Angebot kann durch inhaltliche Erweiterungen für verschiedenen Zielgruppen noch attraktiver gemacht werden (10 bis 30 km, zwischen einer bis drei Stunden mit entspannt-geselligen Ausklang, z. B. Café oder Biergarten).

(Online-)Vernetzung mit anderen

Die angebotene Radtour sollte einen Schwerpunkt darauf legen, dass sich die Teilnehmenden gegenseitig kennenlernen. Als Impuls an die Gruppe wird vorgeschlagen, dass sie sich auch im Anschluss Personen verabreden können, um gemeinsam Strecken zurückzulegen, die sie regelmäßig zurücklegen müssen, z. B. um einzukaufen. Es wäre sogar möglich, einen festen Termin festzulegen, wie z. B. Freitags 15 Uhr wird per Rad die Strecke von Rohrbach nach St. Ingbert Innenstadt gemeinsam zurückgelegt. Um gemeinsame Touren zu koordinieren und auch für andere anschlussfähig zu machen, werden die vorgeschlagenen Touren online transparent gemacht, z. B. in einer Facebookgruppe. Die Teilnehmenden werden zu dieser Gruppe eingeladen (E-Mail-Abfrage) bzw. per kleinem Flyer darauf hingewiesen, dass sie hierüber selbstorganisiert Touren ankündigen und Mitradelnde finden können.

Persönliche Mobilitätsberatung (Infomaterial, Telefonat)

Langfristige Verhaltensänderungen sind noch wahrscheinlicher, wenn die Teilnehmenden zudem eine persönliche Mobilitätsberatung erhalten. Ob daran Interesse besteht, kann auf der Radtour abgefragt werden. Wenn dafür kein professionelles Personal zur Verfügung steht, können ggfs. Peer-to-Peer Coaching Strukturen aufgebaut werden. Das heißt, dass interessierte Personen, die sich mit Radfahrmöglichkeiten und ggfs. auch ÖPNV in der Biosphärenregion auskennen, gewonnen werden, um entsprechende Mobilitätsberatungen telefonisch oder auch persönlich durchzuführen.

Weitere anschlussfähige Angebote

Touristisch lassen sich die „Radtouren zum Rentenbeginn“ in Kombination mit weiteren Angeboten vermarkten. Vorstellbar wäre ein „Wochenende zum Renteneinstieg“, das Touren mit dem E-Velo, regionale Verkostungen und ähnliches in einem Komplettpaket anbietet.

Das Angebot kann für die Bewohnerinnen und Bewohner des Biosphärenreservats, z. B. auch mit einer geführten Tour durch die Bürgermeisterin oder den Bürgermeister einer Stadt, kombiniert werden, was dem Angebot zusätzlichen Event-Charakter verleiht.

Mögliche Projektpartner/Akteure

Guides, welche die Radtouren organisieren.

Personen, die sich um die Umsetzung der Online-Vernetzung kümmern.

Akteur, der ansprechende Infomaterialien erstellt und die Touren vermarktet.

eVelo Saarland <http://www.tourismus.saarland.de/de/elektroaeder>

Allgemeiner Deutscher Fahrrad Club (ADFC) www.adfc-saar.de/

<https://flinc.org>

Mobilitätszentrale

Standort

Dezentral

Resultate (Output/Outcome)

Der ADFC hat im Jahr 2011 in einer Vielzahl von Städten „Neubürgerradtouren“ angeboten, die vom Ansatz „Lebensereignis“ ein ähnliches Ziel wie die Radtouren zum Renteneinstieg verfolgen.

<http://www.adfc.de/neubuerkertouren/adfc-neubuerkertouren/wo-es--neubuerkertouren-gibt>

Die Vielzahl der Veranstaltungen lässt darauf schließen, dass der ADFC an dieser Stelle ein Potenzial vorhanden sieht.

Ergebnisse zum „Neubürgerbegrüßungspaket Rad“ der Fahrradstadt Offenburg zeigten, dass "Neubürger sich bei der Stadt meldeten und um ein Neubürgerbegrüßungspaket baten (was sie selbstverständlich erhielten), nachdem sie von anderen Bürgern darauf angesprochen wurden. Dies zeigt, dass das Neubürgerbegrüßungspaket in der Bevölkerung bekannt und beliebt ist, so dass es Gesprächsthema ist und empfohlen wird." (siehe <http://www.nationaler-radverkehrsplan.de/praxis-beispiele/anzeige.iframe.phtml?id=2155> [Zugriff: 21.11.2012])

Inwieweit die Verbreitung von lokalen Radstrecken und die gemeinsame Organisation von Radtouren über das Internet mit Hilfe einer interaktiven Plattform bzw. einer App erfolgreich sein können, ist noch nicht erforscht.

Ergebnisse der Evaluation einer Dialogmarketingkampagne für das Münchner Neubürgerpaket zeigen: die Mobilitätsumfeld/-infrastruktur verändert sich durch den Umzug für Neubürgerinnen und Neubürger, so dass die Verkehrsmittelwahl angepasst wird in Richtung häufigere Nutzung (bei 7-9 %) des (in München gut ausgebauten) ÖPNV. Insbesondere ein Miniplan wurden aus dem Neubürgerpaket genutzt (Quelle: <http://www.adfc-bayern.de/veranstaltungen/fachtagungen-iv-bayern/fachtagung-archiv/fachtagung-2007.html> [Zugriff: 21.11.2012])

Kostenrahmen

Je nach Umfang des ehrenamtlichen Engagements und des Angebots (Radkarten, Informationspaket, Touren, Website, Marketing, E-Velos) schwankt der Kostenrahmen deutlich: eine minimale Variante mit interaktiver Website (10.000 Euro), vier Touren für St.-Ingbert, Homburg, Blieskastel und einer Entdeckungstour für das Biosphärenreservat (Konzeption: je 3.000 Euro, Durchführung: jeweils 300 Euro) kommen auf eine Gesamtsumme von mind. 22.000 Euro.

Die Einrichtung des Angebots (u. a. Abstimmung der Tourenentwicklung, Koordination mit Meldeämtern, Entwicklung Website-Konzept, etc.) und die begleitenden Marketingmaßnahmen sind gesondert zu kalkulieren.

IX PC-Lernspiel Ludwig

Angebotstitel	Lernspiel Ludwig
Thema	
<p>Das PC-Physikspiel Ludwig behandelt das Thema erneuerbare Energie auf spielerische Weise. Dabei werden die physikalische Grundlagen erneuerbarer Energien praktisch erfahrbar gemacht (Verbrennung, Wasserkraft, Wind- und Solarenergie). Als Online-Game ist es dem selbstgesteuerten, konstruktivistischen Lernen verpflichtet. Das Spiel gewann u. a. 2011 den Deutschen Computerspielpreis in der Kategorie "Bestes Serious Game" und 2012 den futurezone Award und gilt als Vorzeigebispiel zu Game-Based Learning im deutschsprachigen Raum. Gründe hierfür sind u. a. die aufwendige 3D-Grafik und der (für serious games) hohe Spielspaß. Zudem sind das Spielziel und das Lernziel eng miteinander verknüpft.</p>	
Ziel	
<p>Die Spielenden erschließen sich selbstgesteuert die physikalische Grundlagen erneuerbarer Energien: Verbrennung, Wasserkraft, Wind- und Solarenergie. Dabei verbindet sich der Lernerfolg mit spielerischem Herangehen.</p>	
Innovationspotenzial	
<p>Ein entsprechendes Angebot gibt es im Biosphärenreservat bislang nicht. Als innovativ kann das Spiel schon vor dem Hintergrund der Auszeichnung als „Best Serious Game“ (Deutscher Computerspielpreis 2011) gelten. Zudem folgt es in seinem Lernkonzept einem heutigen innovativen Verständnis von „Lernen“ als eine Tätigkeit, die vom Lernenden ausgeht und von einem „Lehrenden“ nur begleitet und unterstützt wird. Gleichzeitig geht es davon aus, dass es sich mit Spaß und Begeisterung einfach besser lernt. Derartiges spielerisches Lernen kann eingebettet werden in formale Lernumgebungen bzw. andere BNE-Angebote.</p> <p>In dem Spiel werden folgende Prinzipien des spielerischen Lernens umgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ „Story-Telling“, um Wissen anschaulich zu transportieren (vgl. Mobiler Lehrpfad S.45); ➤ Selbstgesteuerter Lernprozess, d. h. explorative Erkundung des Spiels und nicht-linearer, individueller Lernprozess; ➤ Wissen wird aus innerer Motivation erarbeitet, nicht als „Muss“ von außen vermittelt; ➤ Spaß für den Spielenden steht im Zentrum des Konzeptes; ➤ Die Herausforderungen sind an verschiedene Kompetenzlevel anpassbar und Scheitern wird nicht bestraft, wodurch ein experimenteller und angstfreier Lernprozess möglich wird. <p>Vgl. auch „Leitfragen für informelles-spielerisches Lernen“ (S.59).</p>	

Zielgruppe
Besucherinnen und Besucher einer Infostelle im Biosphärenreservat; Kita-/Vorschul-Kinder, Schülerinnen und Schüler Primar bis Sek I; Computerspielbegeisterte Kinder und Jugendliche (eher Jungen), die durch herkömmliche Bildungsangebote oder den klassischen Schulunterricht nur schwer erreicht werden. Kernzielgruppe sind 10- bis 14-jährige Gamer und Nicht-Gamer.
Format (Ansatz und Methode)
<p>Eine „Spielstation“ könnte in einer Infostelle im Biosphärenreservat installiert werden oder als mobiles Angebot (Laptop) in Gruppenangeboten und Veranstaltungen integriert werden.</p> <p>Sinnvoll ist ein Ort, an dem Kinder und Jugendliche Zeit verbringen können, ohne dass sie gestört werden, aber auch ohne andere Personen zu stören.</p> <p>Durch die im Spiel angelegte experimentelle Art des Lernens lässt sich im Spiel gelerntes Wissen gut mit der realen Welt und bestehenden Bildungsangebote zu Energiethemen verknüpfen.</p> <p>Ludwig wurde nach den Prinzipien des konstruktivistischen Lernens entwickelt. In einer grafisch ansprechenden virtuellen Welt steuern die Spielenden einen Roboter namens Ludwig, dessen Raumschiff abgestürzt ist und zur Reparatur neue Energiequellen erschließen muss. Das selbstgesteuerte und experimentelle Erobern von Wissen steht im Vordergrund und bildet so einen Kontrast zu klassischeren Formen der Wissensvermittlung wie dem fragend-entwickelnden Unterricht.</p>
Mögliche Projektpartner/Akteure
<p>Infostelle im Biosphärenreservat</p> <p>Fachkraft für technische Installation und Pflege</p> <p>Ggfs. Schulen & Lehrkräfte als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren</p> <p>Spohns Haus</p> <p>Biosphären VHS St. Ingbert</p>
Standort
Dezentral; Infostelle im Biosphärenreservat
Resultate (Output/Outcome)
<p>Es wird eine attraktive Beschäftigung für Kinder und Jugendliche geschaffen, wo sie sich in ihrer Freizeit oder in Projekten selbstbestimmt mit relevanten Themen der erneuerbaren Energien auseinandersetzen können. Im Idealfall finden sich dort mehrere Kinder ein, die gemeinsam das Spiel durchlaufen, gemeinsam lernen und im Prozess miteinander diskutieren. Die Einbettung in formale Lernprozesse oder außerschulische BNE-Angebote kann diese Ergebnisse und Erfahrungen aufgreifen.</p> <p>Die bisherigen Forschungsergebnisse zum Thema „Lernspiel Ludwig“ sind unter diesem Link zusammengefasst: http://www.playludwig.com/forschung/forschung/</p> <p>"Es zeigt sich, dass drei Faktoren einen unmittelbaren Einfluss auf den subjektiv wahrgenommenen Spielspaß ausüben. „Ludwig“ bereitet Schülerinnen und Schülern mehr Freude, wenn sie sich beim Spielen anstrengen, sie sich in das Spiel hineingezogen fühlen (dieses Phänomen wird als Immersion oder auch „Mittendrin-Gefühl“ bezeichnet) und zu Hause regelmäßig am Computer oder an der Konsole spielen. (...) Schüler glauben eher, dass „Ludwig“ für sie einen Nutzen haben könnte und bemühen sich auch mehr als Schülerinnen. Dieser Geschlechtsunterschied deckt sich mit Erkenntnissen der Medienpsychologie: komplexere Spielumgebungen werden von Vielspielenden, die zumeist männlich sind, bevorzugt." (siehe [Zugriff: 22.11.2012]: http://www.playludwig.com/forschung/ergebnisse/)</p>
Kostenrahmen
<p>Einzellizenz: Downloadversion, gültig für eine Benutzerin oder einen Benutzer 19.90 € (ggfs. für Institutionen andere Lizenzierung notwendig). Kauf eines leistungsfähigen und grafikstarken mobilen oder stationären Computers mit Bildschirm. Regelmäßige Wartung durch eine IT-Fachkraft. Bau einer ansprechenden, ggf. mobilen Station z. B. aus Holz. Sitzmobiliar.</p> <p>Mögliche Gesamtkosten: 10.000 Euro Herstellung sowie 2.400 Euro Wartungskosten im Jahr.</p> <p>Für die Einrichtung des Angebots sind ca. 2.400 Euro einzuplanen. Die begleitende Koordination und Marketingmaßnahmen sind gesondert zu kalkulieren.</p>

X Bliesgau-MOB (MOB den Bliesgau)

Angebotstitel	Bliesgau-MOB (MOB den Bliesgau)
Thema	<p>Carrotmobs sind eine moderne Protest- und Aktionsform, bei denen sich eine Gruppe von Menschen an einem bestimmten Ort und zu bestimmter Zeit zum gemeinsamen Konsum verabredet, dessen Erträge vollständig oder zum überwiegenden Teil in Energiesparmaßnahmen des so positiv „gemobbten“ Unternehmens investiert werden. Carrotmobs finden weltweit statt und haben auf lokaler und regionaler Ebene zu Mobilisierung von Menschen und Bewusstwerden ihrer Veränderungsmacht im Sinne von ethischem und lokalem Konsum beigetragen.</p>
Ziel	<p>Mobilisierung von Jugendlichen als Organisatoren des Mobs und Erwerb des Bewusstseins von Selbstwirksamkeit, d. h. sie selber nehmen sich wahr als Akteure, deren Handlungen effektiv Konsequenzen und „Wirksamkeit“ zeigen. Auch bei teilnehmenden Erwachsenen kann ein Bewusstwerden ihrer Veränderungsmacht im Sinne von ethischem und lokalem Konsum gestärkt werden.</p>
Innovationspotenzial	<p>Im Bliesgau sollte es darum gehen, das MOB Konzept auf verschiedene alltägliche Konsum- und Lebensräume (im Sinne von Orten) zu übertragen und damit vielfältig nutzbar zu machen und für die verschiedensten Zielgruppen zu erschließen. Symbolisch für das Biosphärenreservat kann zudem der Apfel stehen – in dem Sinne wird der Carrot-MOB zu einem Apple-MOB, der z. B. in Kooperation mit Bliesgau Obst umgesetzt werden kann.</p> <p>Gleichzeitig wird das Konzept an Schulen aktiv mit Bildung über den Umgang mit den neuen Sozialen Medien verbunden. Die Einbindung in fächerübergreifendes, vernetztes Lernen der Jahrgangsstufen 8 bis 12 mit Lehrplanbezug ist möglich (siehe: http://www.carrotmob-akademie.de/schule/#lehrplanbezug/ [Zugriff: 22.11.2012] Als Vorbild kann greencity e.V. in München dienen, die Carrotmobs mit Ansätzen von Umweltbildung erweitert haben. Dabei organisierten ganz konkret drei unterschiedliche Münchner Schulen parallel ihren eigenen Carrotmob in drei Eisdielen. Zur Motivation wurde ein Wettbewerb zwischen den Schulen ausgelobt.</p> <p>Mit den sozialen Medien ist nicht nur eine Vielzahl von hilfreichen Werkzeugen entstanden, die gerade von Jugendlichen genutzt werden. Hinter dem Web 2.0 steht zudem ein kultureller gesellschaftlicher Wandel, der Werten wie Partizipation, Transparenz, Selbstorganisation, Dialog und neuen Ansätzen des Tauschens und Teilens verpflichtet ist. Für diese Werte gilt es bei den Jugendlichen ein Bewusstsein zu schaffen, im Sinne einer Metaperspektive auf ihr alltägliches Handeln und die Potentiale, die sich darin für eine aktive Zivilgesellschaft verbergen.</p> <p>Für Apple-MOBs im Bliesgau bedeutet dies konkret, dass die Selbstorganisation von Jugendlichen/ Schülerinnen und Schülern ganz gezielt von einem Team an Expertinnen und Experten der neuen Medien dabei unterstützt wird, sich in ihrer Projektarbeit den neuesten Online-Handwerkszeugen zu bedienen. Dabei wird einerseits Praxis im Online-Projektmanagement mit anderen Freiwilligen erworben, aber sich auch in einem Reflexionsprozess mit den Strukturen und Möglichkeiten der Zusammenarbeit befasst. Der „Do-it-yourself“-Ansatz des Carrot-Mobs wird dabei als eine mit dem Web 2.0 verbundene globale Erscheinungsform der Selbstorganisation von Zivilgesellschaft thematisiert und auf andere Beispiele übertragen (z. B. www.wikiwoods.de dezentrale Baumpflanzaktionen).</p>
Zielgruppe	<p>Jugendliche/Schülerinnen und Schüler, Bewohnerinnen und Bewohner der Biosphärenregion, Touristinnen in der Biosphärenregion.</p>
Format (Ansatz und Methode)	<p>Anders als bei einem Boykott geht es nicht darum, Unternehmen oder Einzelhändler durch Kaufverzicht zu einer ökologischen Handelsweise zu bewegen, sondern in Absprache mit ihnen auf gemeinsame Ziele hinzuwirken.</p> <p>An zentraler Stelle steht das Erlernen der (online) Selbstorganisation im Rahmen des Projektes für die Schülerinnen und Schüler. Für die Planung der Durchführung der notwendigen Schritte kann die</p>

gut dokumentierte Plattform <http://www.carrotmob-akademie.de> zur Hilfe hinzugezogen werden.

Hier wird die Durchführung des Carrotmobs in fünf Schritte unterteilt

1. Gut vorbereitet
2. Werbetrommel rühren
3. Projektmanagement
4. Eventmanagement
5. Nach dem Carrotmob

Für Aktionen im Biosphärenreservat bieten sich verschiedene Themensetzungen und anvisierte Orte an. Dabei stehen die Orte auch immer für die Thematisierung verschiedener Konsumbereiche und deren Zusammenhang mit regional/ökologischer Produktion.

Mögliche Themensetzungen

Honig-MOB: Bioland-Imkerei „Honig Wenzel“

Apple-MOB: Hier geht es z. B. darum, in einem Laden einzukaufen, der Bliesgau Obst Produkte verkauft. Der Gewinn wird in energetische Sanierung des Gebäudes investiert.

Backwerk-MOB: dieses Beispiel bietet sich an für einen Wettbewerb zwischen Schulklassen oder Schulen, da ausreichend (Bio-)Bäckereien in der Biosphärenregion vorhanden sind. Hier ist auch zu überlegen, eine Kooperation mit Olk's Vollkornbackhaus einzugehen.

Movie-MOB (Kino-MOB): Dies war einer der Vorschläge, die u. a. auf einem Netzwerkworkshop entwickelt wurden. Die Idee dahinter ist, dass der MOB evtl. kombiniert mit einer Filmnacht mit Filmen zum Thema Essen/Genuss („Filmnacht mit Genuss“) z. B. im Haus Lochfeld stattfindet. Der Gewinn wird dann dort in die energetische Sanierung investiert. Als Vorbild kann der Berliner MovieMob von [co2online](http://co2online.de) gelten.

Das Konzept kann natürlich auch auf normale Einkaufsläden angewendet werden. Grundsätzlich wäre es zu überlegen, die verschiedenen thematischen MOBs unter einem übergeordneten Logo dem „Bliesgau-MOB“ durchzuführen.

Mögliche Projektpartner/Akteure

Das „MOB-Prinzip“ wird umgesetzt durch aktive Gruppen von Menschen, von Schulklassen, von zivilgesellschaftlichen Organisationen. Beteiligt sind des weiteren wirtschaftliche Unternehmen im Biosphärenreservat, die ihre Institution als Ort für den MOB zur Verfügung stellen.

Als begleitendes Projektteam sollten Expertinnen und Experten im Einsatz der neuen Medien einbezogen werden.

Standort

dezentral

Resultate (Output/Outcome)

Jugendliche im Biosphärenreservat werden für Anliegen der Region aktiviert und führen eigene Projekte durch. Dabei setzen sie sich mit der neuen Kultur des Web 2.0 auseinander und erkennen Konsequenzen für ihre eigene Rolle in einer aktiven Zivilgesellschaft.

Die Relevanz des Klimawandels im Zusammenhang mit dem eigenen Konsum wird thematisiert.

Teilnehmende Unternehmen setzen sich mit der eigenen Energieeffizienz auseinander und idealerweise investiert nicht nur der Gewinner des MOBs in die zukünftige Energieeffizienz.

Bisher gibt es über 200 (offizielle!) CarrotMobs in 20 verschiedenen Ländern, teilweise mit mehreren hundert Teilnehmenden in großen Städten, wie San Francisco (Quelle: <http://www.carrotmob-akademie.de> [Zugriff: 22.11.2012]) Beispielsweise haben vier Carrotmobs (VitaminBazar, Bioladen, Café, Grill) in Freiburg mehr als 7.000 Euro gemobbt und für jährliche CO₂-Vermeidung von 12 Tonnen gesorgt. In Köln erzielte ein Mob in einem Fahrradladen 9.000 Euro (50 % des Tagesumsatzes), die für energieeffiziente Beleuchtung eingesetzt werden.

Kostenrahmen

Die Vorbereitung benötigt ca. zehn bis zwölf Wochen und mindestens drei bis vier sehr aktive ehrenamtliche Personen, die passende Betriebe finden, eine Energieberatung organisieren sowie weitere Helferinnen und Helfer für das Marketing und spätere Durchführung des Events vor Ort.

Möglicher Kostenrahmen bei vollständig ehrenamtlicher/schulbasierter Durchführung: mind. 500 - 1.000 Euro für Werbematerial. Bei Etablierung eines Angebots "Bliesgau-Mob" zusätzlich: Design und Einrichtung interaktiver Website kosten mind. 10.000 Euro. Initiierung, Koordination und Vermittlung Mob-Aktive mit Unternehmen und umgekehrt, Pflege der Website: mind. 10.000 Euro im Jahr.

Übersicht Themen und Zielgruppen der Bildungsangebote im Biosphärenreservat

Themenschwerpunkte der Bildungsangebote	Hauptzielgruppen
NATUR	
Ökosysteme entdecken und kennenlernen	
Unsere einzigartigen Buchenwälder	offen für alle
Wir entdecken den Erlebniswald Schellental	offen für alle
Holzflößerei im Biosphärenreservat (BR) Bliesgau	Schülerinnen und Schüler (Primar – Sek I), Vereine, Betriebe, Gruppen
Erlebnis-Floß-Tour auf der Blies	Junge Menschen, Familien
BNE Tandem Projekt der SDW mit KITA HOM - Schwarzenacker	Kita-/ Vorschul-Kinder
Unterwegs mit dem Revierförster	offen für alle
Was hör ich denn da? Wie riecht das denn hier und wo finde ich eine Feder?	Kinder (6-10 Jahre)
Über Biosphären, biologische Vielfalt und Nachhaltigkeit informieren	
Ferienprogramm VHS (Themen: Fairer Handel, Biosphäre)	9-14-Jährige Kinder aus der Stadt
Biosphäre? Alles klar! Bildung für nachhaltige Entwicklung für Grundschülerinnen und Grundschüler am Beispiel einer Exkursion ins Laichweihertal bei Oberwürzbach	Grundschülerinnen und Grundschüler, freiwillige Ganztagschule, Familien
Kernzonen Kennenlerntour	Vorschule, Kindergarten/-tagesstätten, Schüler Sek I
Baumpflanzung (Elsbeere) mit Schulen und Kindergärten	Vorschule, Kindergarten/-tagesstätten, Schülerinnen und Schüler Sek I
Wasser-Marathon 2015	Kita-/ Vorschul-Kinder, Schüler bis Sek I
Gersheimer NaturErleben	Kleinkinder, Junge Menschen, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Familien
Esel – Jahreszeitenwanderung durch den südlichen Bliesgau	Vorschule, Schülerinnen und Schüler Sek I, Junge Paare, Erwachsene, Familien
Bliesgau-Hocker	Schülerinnen und Schüler
Floß der Nachhaltigkeit	Schülerinnen und Schüler (Primar bis Sek I)
KunterBUNDmobil	Kinder
Ferienspaß auf Hof Sonnenbogen in Wolfersheim – Naturerlebnis, Entspannung und kreatives Tun	Kinder (6-12 Jahre)
Weltverbesserer gesucht!	Kinder (9-14 Jahre)
Die Zukunftsmacher	Jugendliche (13-18 Jahre)
Oma Ellis kleines Küchen-Einmaleins – Tipps für ein nachhaltiges Leben	Junge Familien
Heuschrecken und Kalk-Halbtrockenrasen	offen für alle
Über den Kalk und seinen Abbau im Bliesgau	offen für alle
Sommerliches Wiesenkonzert – Heuschrecken am Zwiebelberg	offen für alle
Einsteigertour BR Bliesgau	offen für alle
Das Erbe der Rohrbachtaler: Sauerstoff tanken in der Kernzone	offen für alle
Schluchtwälder des Bliesgaus	offen für alle
Wintringen – Das Tor zum BR Bliesgau	offen für alle
Auf den Spuren und Fährten von Dachs und Schwarzwild	offen für alle
Den Spechten auf der Spur im Ruhbachtal	offen für alle
Biosphären-Themenreihe	offen für alle
Heilmittel aus der Schatzkiste der Honigbienen	offen für alle
Gut Freund mit Bienen, Hummeln und Hornissen	offen für alle
„Wasser ist Leben“ - Wasserversorgung in Oberwürzbach	offen für alle
Zu den Quellen des Lebens - „Wasser für Sankt Ingbert“	offen für alle
Naturschutz durch Beweidung am Rande der Stadt (Büffel, Auerochsen und Wildpferde)	offen für alle
Orchideen im Bliesgau – Das Naturschutzgebiet Badstube	offen für alle
Geschichte der Nachhaltigkeit	offen für alle
Die lokale Waldgeschichte des BRs Bliesgau	offen für alle
Solarenergie – Heizen mit der Sonne	offen für alle
Umweltfreundlich Heizen mit Holz	offen für alle

Themenschwerpunkte der Bildungsangebote	Hauptzielgruppen
Faszination Artenvielfalt – Biodiversität in tropischen und heimischen Lebensräumen	offen für alle
Handwerkliche Nutzung heimischer Hölzer	offen für alle
Kreislauf der forstlichen Nachhaltigkeit	55+, Schülerinnen und Schüler, Vereine, Betriebe, Gruppen
Landpartie für Senioren - Schwerpunktthema: Artenvielfalt	Seniorinnen und Seniorinnen
Landpartie für Senioren – Schwerpunktthema: Landwirtschaft	Seniorinnen und Seniorinnen
Landpartie für Senioren – Schwerpunktthema: Bevölkerungsentwicklung und Klimawandel	Seniorinnen und Seniorinnen
Landpartie für Senioren - Der Bliesgau und seine globale Vorbildfunktion	Seniorinnen und Seniorinnen
Naturkundliche Wanderungen und Führungen	
Wildkräuterwanderung	offen für alle
Kräuterwanderung	offen für alle
Einheimische Wildsträucher und ihre Nutzung	offen für alle
Rund um Medelsheim in der Parr – Kulturhistorische und naturkundliche Wanderung im südlichen Bliesgau	offen für alle
Naherholungsgebiet Wombacher Weiher, Rohrbachtal und Gebrannter Wald	offen für alle
Spaziergang durch die Wälder um Sankt Ingbert	offen für alle
Familien-Workshop: Märchen und heimische Pflanzen	offen für alle
Amphibienwanderung am Rohrbacher Weiher	offen für alle
Das Tor zum BR Bliesgau	offen für alle
Von den Schlangenhöhlen zur Bliesgau Öl- und Senfmühle	offen für alle
Was fliegt denn da?	offen für alle
Rund um das Naturschutzgebiet „Rohrbachtal“	offen für alle
Biosphären-Blicke	offen für alle
Vogelstimmenwanderung	offen für alle
Biosphärenwanderung – Was Wälder in sich bergen	offen für alle
Tagesfahrt in das BR Pfälzerwald/Nordvogesen mit Besuch des Biosphärenhauses in Fischbach bei Dahn und der Burg Lemberg	offen für alle
ESSEN UND GENUß	
Einblicke in die Produkte aus dem Bliesgau	
Die schmackhafte Wanderung	Junge Paare, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Familien, Reisegruppen
Auf dem Ölschleifenweg zur Bliesgau-Ölmühle in Bliesransbach	Junge Paare, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Familien, Reisegruppen
Kräuterwerkstatt im Sommer	offen für alle
Entdecken und Schmecken	offen für alle
Käse selbst hergestellt	offen für alle
Kraut und Römer – Kräuterseminar mit römischen Kochen	offen für alle
Pilzexkursion rund um Haus Lochfeld	offen für alle
Der Wald des BRs Bliesgau als nachhaltige Nahrungsquelle – Bucheckernöl und Eichelkaffee	offen für alle
Der Wald des BRs Bliesgau als nachhaltige Nahrungsquelle – Holunderblüten- und Fichtennadelsirup	offen für alle
Oberwürzbach – Die Höfelandschaft der Biosphärenstadt Sankt Ingbert	offen für alle
Der Bienenvater lüftet seinen Schleier – Bienen hautnah erleben (mit Honigverkostung)	offen für alle
Honig schleudern mit dem Bienenvater	offen für alle
Die Ölfelder der Biosphäre Bliesgau (inklusive Verkostung)	offen für alle
Speiseöle aus der Bliesgau-Senf- und Ölmühle	offen für alle
Themenschwerpunkte der Bildungsangebote	Hauptzielgruppen
ENGAGEMENT UND AKTIVITÄT	
Engagements für Natur- und Umweltschutz fördern	
Freiwillige in Parks	Schülerinnen und Schüler Sek II, Auszubildende, Studierende, Jugendliche, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Familien

Themenschwerpunkte der Bildungsangebote	Hauptzielgruppen
Workshop LandART – der Wald ist unser Atelier	Einzelpersonen, Familien
Workshop: Wir bauen ein Insektenhotel	offen für alle
Workshop: Gehölze selbst veredeln	offen für alle
Workshop: Baumschnittkurs – Warum ein Obstbaumschnitt	offen für alle
Workshop: Seife aus heimischen Zutaten selbst gemacht	offen für alle
Workshop: Holzschnitzen für Anfänger und Fortgeschrittene	offen für alle
Nachhaltige Brennholznutzung im BR Bliesgau – Erwerb des Motorsägenführerscheins	Erwachsene
Bienenwachskerzen selber herstellen	offen für alle
„Blickfang Bliesgau“ - Zeichen- und Foto-Workshop	offen für alle
Fahrradtouren	
Saar-Radtour	offen für alle
Saisonabschluss-Radtour	offen für alle
Entdeckungsfahrt per Rad	offen für alle
Saar-Höhen und Saar-Tal mit eVelos	offen für alle
Bauernhof-Tour mit dem Fahrrad bzw. eVelo	offen für alle
Radwanderung entlang der 7-Weiher-Route	offen für alle
Magische Orte, Tagesexkursion mit dem Fahrrad bzw. eVelo	offen für alle
Frühjahrscheck für Jugendliche ab 12 Jahren	Jugendliche (> 12 Jahre)
Fahrradtechnik-Workshop für Jugendliche ab 12 Jahren	Jugendliche (> 12 Jahre)
Erlebnispfandwanderung ...	
... über den Hölchsberg	Schülerinnen und Schüler (Sek I und II), Junge Menschen, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Unternehmen, Familien, Reisegruppen
... durch die Kernzone der Biosphäre	Kinder, Schülerinnen und Schüler, Auszubildende, Junge Menschen, Erwachsene, Unternehmen, Familien, Reisegruppen
Ranger-Erlebnistour – Gestern Wirtschaftswald - morgen Urwald	offen für alle
Entspannen in der Natur	
Gesundheitswanderungen	offen für alle
Ruhe finden und Kraft schöpfen im Hasseler Wald	offen für alle
Ganzheitliche Naturerfahrung	offen für alle
Lehren des Pfarrer Sebastian Kneipp	offen für alle
Für Öffentliche Verkehrsmittel sensibilisieren	
ÖPNV-Fortbildung	Dozentinnen und Dozenten, Exkursionsleitende
Landpartie für Senioren – Mit Bus und Bahn mobil in Sankt Ingbert	Seniorinnen und Senioren
KULTUR	
Geführte Wanderung durch die Kulturlandschaft Bliesgaus	
Begegnungen UnterWEGs – Pilgern auf dem Jakobsweg	Junge Menschen, Erwachsene, Seniorinnen und Senioren, Familien
Oberwürzbach, ein Arbeiter- und Bauerndorf mit 830-jähriger Geschichte	offen für alle
Die Höfelandschaft in der Biosphärenmitelstadt St. Ingbert	offen für alle
Verwilderte Parks, eine tiefe Bachklamm und des Teufels Kanzel – Premiumwanderung auf dem Blies-Grenz-Weg	offen für alle
Grenzsteine, Jakobsmuscheln und Weinreben – Wanderung von Eschringen nach Gräfinthal und zurück	offen für alle
Fackelwanderung auf den Spuren der frühen Kelten im Bliesgau	offen für alle
Kelten, Klöster, Dorfschönheiten, Storch Adebar und Gräfin Marianne – Eine Rundreise zu Lieblingsorten im BR Bliesgau	offen für alle
Die andere Schlossberg-Tour	offen für alle
Unter weitem Himmel – Meditative Wanderung rund um Kloster Wörschweiler und Schloss Gutenbrunnen	offen für alle
Wanderung auf Jakobsweg (Hornbach bis Kloster Gräfinthal)	offen für alle
Grüne Poesie	offen für alle
Lyrischer Spaziergang zum Thema „Frühling“/„Sommer“/„Herbst“	offen für alle
Kutschfahrten	
Kutschfahrt im BR Bliesgau – Kirchen des Jakobsweges im östlichen	offen für alle

Themenschwerpunkte der Bildungsangebote	Hauptzielgruppen
Bereich des BRs Bliesgau (Große Bickenalbrundfahrt)	
Kutschfahrt im BR Bliesgau - „Von Steinen und den Geschichten, die sie erzählen“	offen für alle
Die Kulturlandschaft Bliesgau kennenlernen	
Böckweiler – ein Dorf im BR Bliesgau	Kinder, Kindergarten/-tagesstätten, Schülerinnen und Schüler Sek I und II, Junge Menschen, Familien
Die lokale Waldgeschichte des BRs Bliesgau	Schülerinnen und Schüler (Sek I und II), Auszubildende, Studierende, Touristische Gruppen, Junge Menschen, Seniorinnen und Senioren, Unternehmen, Familien, Reisegruppen
Erlebnis im Keltendorf	Schülerinnen und Schüler (Sek I und II), Auszubildende, Studierende, Touristische Gruppen, Junge Menschen, Unternehmen, Familien, Reisegruppen
Das Erbe der Rohrbachtaler: vom Homo rohrbachthalensis zum Homo europaeicus. BR für Aus- und Inländer	offen für alle
Das Erbe der Rohrbachtaler: europäische Bauernhöfe im BR Bliesgau	offen für alle
„Hasel oder Hassel“? Ein Kuckuck erzählt	offen für alle
Geschichten und Episoden aus Hassel, von einem „Kuckuck“ erzählt	offen für alle
Der „Große Stiefel“, ein keltischer Berg mit Geschichte und Geschichten	offen für alle
Der Stiefel in Sankt Ingbert	offen für alle
Von der Brauerei zum Innovationspark	offen für alle
Von Nepomuk zu Homerich	offen für alle
Stephanuskirche in Böckweiler	offen für alle
Vom Gesundheitsort Rilchingen zu den Höhen des Bliesgaus	offen für alle
Auf den Spuren der ersten Siedler im Bliesgau	offen für alle
Spaziergang durch die ehemalige Industriestadt Sankt Ingbert	offen für alle
Der Blieskasteler Schlossberg – ein historischer Spaziergang	offen für alle
Wolfersheim – ein geographisch-landeskundlicher Spaziergang	offen für alle
Die Alte Schmelz im Spannungsfeld zwischen Umweltschutz und Profitinteresse	offen für alle
Wohnen und Leben auf der Alten Schmelz – Ein Spaziergang durch 250 Jahre Siedlungsgeschichte	offen für alle
Mühlrad, Dampfmaschine, Elektromotor – Die Alte Schmelz in Sankt Ingbert im Spiegel des technischen Fortschritts	offen für alle
Ein Sommertraum – Die Wiederentdeckung des ehemaligen Englischen Gartens der Gebrüder Krämer beim Eisenwerk Sankt Ingbert	offen für alle
Herbst-Zeitlose – Der ehemalige Englische Garten der Gebrüder Krämer beim Eisenwerk Sankt Ingbert im Herbst	offen für alle
Historische Stadtbesichtigung Blieskastel	offen für alle
Um den Würzbacher Weiher – ein historischer Spaziergang	offen für alle
Vergessene Stätten im Bliestal	offen für alle
Eisen für die Philippsburg – die Alte Schmelz Sankt Ingbert und Gräfin Marianne von der Leyen	offen für alle
BR Bliesgau aus kirchlicher Sicht	offen für alle
Der Johannistag, frühere Johannisbräuche, Johanniswisch, Johannisöl	offen für alle
Adventsbräuche	offen für alle
Nikolaus – Ein Adventsbrauch aus volkskundlicher Sicht	offen für alle
Landpartie für Senioren – Schwerpunktthema: Kulturelle Nachhaltigkeit	SeniorInnen
Römische Lebens- und Arbeitsweisen kennenlernen	
Römisches Leben im Vicus Schwarzenacker	(Klein-)Kinder, Kindergarten/-tagesstätten, Schülerinnen und Schüler (Sek I und II), Junge Menschen, Erwachsene, Familien
Wissenschaftliche Grabungen kennenlernen	
Grabungsspiel	Schülerinnen und Schüler (Primar bis Sek I)
Ausstellungen	
Am Wegesrand: Wegekreuze und idyllische Landschaften im Biosphärenbereich von Blies- und Mandelbachtal	offen für alle
Rhodo 2011 – auf Gut Lindenfels	offen für alle

Gestaltungskompetenz: Teilkompetenzen und methodische Zugänge

Methoden-Teilkompetenzen	Beispiele für Umsetzung und mögliche Methoden
1. Weltoffene Perspektiven übernehmen können	Erkennen und Würdigen verschiedener Perspektiven und wichtiger Aspekte anderer Kulturen. Kulturelle und ökologische Vielfalt und Verschiedenheit anerkennen, beschreiben und beurteilen können. <i>situiertes Lernen, Rollenspiele, Interviews</i>
2. Entwicklungen antizipieren können	Methoden kennen, um Entwicklungen vorauszusagen; Szenarien nachhaltiger Entwicklungen entwerfen und in Bezug auf ökologische Systeme, soziale Gerechtigkeit, ökonomische Entwicklung und politisches Handeln nutzen und bewerten können. Rückschau auf die Gegenwart von der Zukunft aus, Zukunftsvisionen entwickeln. <i>Zukunftswerkstatt, Fantasiereisen, Szenariotechnik, Planspiele</i>
3. Fachübergreifend Erkenntnisse gewinnen und handeln können	Lösungen mit Wissen aus unterschiedlichen Bereichen selbst entwickeln, von Phänomenen ausgehend Probleme erkennen und Fragen formulieren; Wissen über die gegenseitige Abhängigkeit von Ökologie, Ökonomie, Politik, Konflikten, Armut und Gewalt; Kriterien der Nachhaltigkeit und Prüfkriterien nachhaltiger Entwicklung erklären können. <i>Projektarbeit, entdeckendes Lernen, Werkstattarbeit</i>
4. Risiken und Unsicherheiten erkennen und abwägen können	Heuristiken und Ergebnisse der Stochastik nutzen, um angemessene Aussagen zu Nachhaltigkeit und (Verteilungs-)Gerechtigkeit zu treffen; Risiken und Gefahren nicht-nachhaltigen Handelns analysieren und beurteilen können; Kritisches Beurteilen alternativer Gesellschaftsentwicklungen; Widersprüchliche Informationen über Handlungsfolgen abwägen. <i>SWOT-Analyse, Szenariotechnik, Planspiele, Risikoanalyse</i>

Sozial-Teilkompetenzen	Beispiele für Umsetzung und mögliche Methoden
5. Kooperieren können	Gemeinsam Aktionen planen und zusammen (arbeitsteilig) umzusetzen/handeln. Unterschiedliche Standpunkte und Kontroversen demokratisch austragen können. <i>Projektgruppenarbeit, Planspiele, Selbstorganisiertes Lernen</i>
6. Zielkonflikte/Entscheidungs-dilemmata bewältigen können	Mit sozialen/ökologischen Problemlagen umgehen, in denen Verbesserungen in einem Handlungsfeld mit Verschlechterungen in einem anderen Handlungsfeld einhergehen; Friedliches Austragen von Konflikten; Interessen von Bedürfnissen unterscheiden. Folgereichweite heutigen Handelns abschätzen und Zukunftsvorsorge planen und rechtfertigen können, deren Nutznießer zukünftige Generationen sind. <i>gewaltfreie Kommunikation, Mediation, Gruppenarbeit</i>
7. An kollektiven Entscheidungen teilhaben können	Kooperative Handlungsstrategien und Verfahren zur Verständigung benennen und entwickeln sowie konstruktiv (Meinungs-)Konflikte bewältigen; Rhetorik und kommunikative Kompetenzen zur Meinungsbildung einsetzen; Beteiligungs- und Entscheidungswege kennen. <i>Gesprächskreis, Mediation, gewaltfreie Kommunikation, Gesprächsmethoden</i>
8. Motivieren können, aktiv zu werden	Erfahren, dass Engagement Spaß macht; Anerkennung erfahren; attraktive Ziele setzen; Verfahren zur Selbstmotivation anwenden können; Motive und Formen des Engagements für solidarische Aktivitäten und der Teilhabe an demokratischen Prozessen beschreiben und beurteilen können; Lernpfade beschreiben und für weiteres Lernen nutzbar machen. <i>Wettbewerbe, Ausstellungen, Hilfsaktionen, Pressearbeit</i>

Selbst-Teilkompetenzen	Beispiele für Umsetzung und mögliche Methoden
9. Leitbilder reflektieren können	<p>Voraussetzungen und Formen der eigenen Lebensweise (Konsum, Mobilität, Ernährung...) und des Lebensstils anderer Personen reflektieren können; Zentrale kulturelle Verhaltensweisen und Werte reflektieren und sich selber wahrnehmen.</p> <p><i>Wahrnehmungsspiele, Philosophieren, Theaterarbeit, Reisen</i></p>
10. Moralisch Handeln (Gerechtigkeit als Grundlage) können	<p>Gerechtigkeitsfragen (Nord-Süd, Reich-Arm, Gegenwart-Zukunft, Generationen, „Anspruchsrechte“) und das Nachhaltigkeitsdreieck beim Handeln beachten; (Neben-)Wirkungen des eigenen Handelns für andere abschätzen und beschreiben können. Grenzen moralischer Konfliktbewältigung angeben können.</p> <p><i>Realsituationen, Planspiele</i></p>
11. Eigenständig Handeln können	<p>Selbstständig planen und aktiv sein; Verantwortung übernehmen. Eigene Lebensentwürfe, Rechte, Bedürfnisse und Interessen sowie die anderer kennen.</p> <p><i>Projektarbeit, selbstorganisiertes Lernen, Forschungsaktionen, Schülerfirma</i></p>
12. Empathie für andere zeigen können	<p>Einfühlen in die Lebenssituation anderer Menschen und die Natur sowie Gerechtigkeit, Solidarität, Gemeinschaftsgefühl kennen.</p> <p>Formen der Verantwortungsübernahme für (nicht-)nachhaltige Prozesse beschreiben und beurteilen; Möglichkeiten aufzeigen, um Empathie und Solidarität lokal und global einzuüben.</p> <p><i>Partnerschaften, Fair-Trade, Theaterarbeit</i></p>

Leitfragen für informelles-spielerisches Lernen

Das Geschichten-Erzählen (vgl. auch „Storytelling“)	Einem guten Spiel liegt eine Geschichte zu Grunde, die den Spieler auf eine epische Mission schickt.
Frage: Welche erzählerischen Aspekte können in die Konzeption des Bildungsangebots mit aufgenommen werden? Werden Lernende auf eine Mission geschickt, die sie begeistert, ihre Fantasie anregt, ihnen einen größeren epischen Zusammenhang vermittelt und ihre Fähigkeiten herausfordert?	
Spaß	Grundsatz eines jeden Spiels: es macht Spaß.
Frage: Wird in der Konzeption des Bildungsangebotes die Perspektive des Lernenden und sein Wunsch nach Unterhaltung übernommen? Wird Abstand von dem Konzept genommen, Inhalte „vermitteln zu müssen“? Können die Lernenden in Freiräumen den eigenen Lernprozess bestimmen und hat dabei Spaß und Spiel eine zentrale Rolle?	
Vielfältige und angemessene Aufgaben	Ein gutes Spiel ermöglicht, dass die Spielenden in einer Vielfalt von kurzfristigen Aktivitäten und Herausforderungen langfristige Ziele erreichen können. So wird auch bei großen Herausforderungen die Motivation aufrecht erhalten.
Frage: Haben die Lernenden eine Auswahl zwischen kleineren Aufgaben, die auf größere wahrgenommene Ziele hinführen? Werden Leerlaufzeiten ohne Aufgaben und Ziele verhindert? Sind die Aufgaben auf unterschiedliche Fähigkeiten zugeschnitten, so dass unterschiedliche Lernende das gleiche Ziel erreichen können? Wird den Lernenden vermittelt, dass sie die Hoheit über den Lernprozess haben und die ganze Zeit dabei sind, Fortschritte in Richtung Ziel zu machen? Können die Lernenden ihr Tempo und die Reihenfolge der Schritte auf dem Weg zum Ziel selber bestimmen?	
Anerkennung für Bemühungen & Raum für kreative Experimente	Positive Rückmeldungen für fehlgeschlagene Bemühungen zeigen, dass der Spielende nicht „versagen“ kann. Sie transformieren angenommene Fehlschläge in den Grundsatz, dass der Spielende es nur <u>bisher</u> noch nicht geschafft hat.
Frage: Plant der Lernprozess „Scheitern“ als wichtigen Teil des Lernens ein, oder wird es bestraft bzw. nicht motivierend aufgefangen? Ist kreatives, experimentelles Ausprobieren, inklusive Scheitern, als Weg zur Annäherung an eine Aufgabe vorgesehen? Wird den Lernenden eine positive Rückmeldung gegeben, sobald sie versucht haben ein Ziel zu erreichen, auch wenn sie daran gescheitert sind?	
Direkte, klare und regelmäßige Rückmeldungen	Spielende erhalten konstante Rückmeldungen zu ihren Aktivitäten. Kausale Zusammenhänge (Aktion – Reaktion) werden direkt erlebbar und ermöglichen es, spielerisch die eigenen Strategien zu verbessern.
Frage: Werden die Lernenden im Prozess moderierend begleitet, d. h. gibt es eine Meta-Kommentierung, die sie darüber aufklärt, an welcher Stelle im Gesamtprozess sie stehen und welche Schritte noch zu gehen sind? Werden angemessene unterstützende Hinweise geliefert, wie der Lernende seine Herangehensweise verbessern bzw. vermeiden kann, den gleichen Fehler mehrmals zu machen?	
Kooperierende UnterstützerInnen	Kollaborative Computerspiele gewinnen einen Großteil ihres Reizes dadurch, dass hier eine Vielfalt von Charakteren bereit steht, den Spielenden auf seiner Mission zu unterstützen. Die Erfahrung der gemeinsamen Aktivitäten und Erfolge in Richtung eines gemeinsamen Ziels, aber auch der Wettbewerb mit den anderen Spielern sind zentrale Motoren eines Spiels.
Frage: Ist das Konzept des Bildungsangebots darauf ausgelegt, dass auch gemeinsam in Teams auf Ziele hingearbeitet werden kann? Wird regelmäßig transparent gemacht, wo die einzelnen Teams in Bezug auf das Ziel stehen?	
Unsicherheit & Überraschungen	Was in Spielen für großes Engagement und Motivationsschübe sorgt, ist ein überraschender Erfolg, eine vorher nicht absehbare Wendung, ein gewisses Maß an herausfordernder Unsicherheit.
Frage: Stellt das Konzept des Bildungsangebots sicher, dass Fragestellungen nicht zu für die Lernenden vorhersehbaren Ergebnissen führen? Sind im Sinne eines „Jokers“ überraschende Wendungen und Möglichkeiten in den Lernprozess eingebaut? Kann der Lernende im Sinne einer herausfordernden Unsicherheit Lernsituationen experimentell angehen?	
Einsatz von Erfahrungspunktsystemen	In Spielen werden detaillierte und komplexe Punktsammelsysteme eingesetzt, die ermöglichen, dass jede noch so kleine Aktivität in Richtung Ziel zum Gesamterfolg beiträgt.
Frage: Gibt es in dem Konzept des Bildungsangebotes ein Punktesystem, auf dem die Lernenden mit Hilfe jeder gesammelten Erfahrung verschiedene Stufen/Level erreichen können? Gehen mit jeder gesammelten Erfahrung tatsächliche Gewinne einher (z. B. Informationen oder Gegenstände, die zu einem späteren Zeitpunkt hilfreich sind)?	

Quellen: Die Kategorien spielerischen Lernens sind zwei Vorträgen entnommen bzw. wurden daraus übersetzt und entwickelt. Tom Chatfield: 7 ways games reward the brain <http://bit.ly/ijQYJC> (entnommen am 14.08.2012) und Jane McGonigal: Gaming can make a better world <http://bit.ly/aDmAYR> (entnommen am 14.08.2012)

Hinweise zum Einsatz neuer Medien

Offenheit (Open Data, Creative Commons): Soziale Medien ermöglichen es, dass Daten und Informationen aller Art anderen problemlos zur Verfügung gestellt werden. Wenn ein Bildungsangebot spannende Filme, Fotos, Texte usw. produziert, können diese online unter einer Creative Commons Lizenz¹⁴ kostenlos anderen zur Weiterverwendung zur Verfügung zu stellen. Dadurch wird ein Mehrwert für die Allgemeinheit geschaffen (vgl. Wikipedia) und die Wahrscheinlichkeit der aktiven Auseinandersetzung mit Themen des Biosphärenreservats erhöht.

Dialogisch & Sozial: Soziale Medien ermöglichen es, online ein großes Netzwerk schwacher Beziehungen aufzubauen und zu pflegen. "Schwache Beziehungen" stellen Brücken zu anderen Netzwerken her. Als "flüchtige Bekanntschaft" tragen Besuchende des Biosphärenreservats Informationen in ihre eigenen Netzwerke, z. B. indem sie bei Facebook über ihren Besuch schreiben. Für Bildungsangebote, die darauf angewiesen sind, eine Vielfalt an Unterstützern zu gewinnen (z. B. Pflege von Streuobstwiesen), bindet dieses Netzwerk Menschen an das Biosphärenreservat und kann als Quelle für Ressourcen-Raising¹⁵ und gemeinsame Aktivitäten vor Ort genutzt werden.

Partizipativ: Mit Hilfe der sozialen Medien können Beteiligungsprozesse (Abstimmungen, Feedback, zielorientierte Diskussionen, Freiwilliges Engagement etc.) weniger aufwändig und kostengünstig online organisiert werden. Diese Möglichkeit erhöht die Bindung von Menschen an Initiativen und Projekte. Für Bildungsanbieter kann es interessant sein, die eigene Zielgruppe an der Ausgestaltung der eigenen Angebote zu beteiligen und individuelle Gestaltungsräume zu eröffnen. Die Do-It-Yourself (DIY) Kultur¹⁶ treibt dies auf die Spitze, indem nur Rahmenbedingungen und Beratungsangebote zur Verfügung gestellt werden. Die Interessierten können damit in einem Themenbereich selber aktiv ihre individuellen Vorstellungen und Ziele realisieren (z. B. Organisation eines Carrotmob¹⁷/Moviemob).

Produzenten statt Konsumenten: In den Sozialen Medien wird von nutzergenerierten Inhalten gesprochen, d. h. im Gegensatz zum Web1.0 oder dem Fernsehen, können nun Internetnutzer selber Inhalte mitgestalten. Dieses Prinzip entspricht dem Anspruch der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung, dass die Lernenden sich selber Inhalte und Zusammenhänge erarbeiten, statt sie nur zu rezipieren. Zudem wird in der praktischen Anwendung die Nutzung der Neuen Medien am besten erlernt. Die Möglichkeit an Aktivitäten ist unbegrenzt und liegt zwischen dem Verfassen eines Blogartikels zu den gemachten Erlebnissen, dem Auswerten von Naturbildern in einer Online-Plattform bis hin zum aufwändigen Erstellen eines Kurzfilms. Diese Angebote schaffen auch die Möglichkeit, im Anschluss an die Teilnahme an einem Bildungsangebot selber weiter aktiv zu sein und unterstützt nicht nur dadurch die empfundene Selbstwirksamkeit der Teilnehmenden.

¹⁴ Creative Commons (CC; englisch für schöpferisches Gemeingut, Allmende) ist eine gemeinnützige Organisation, die verschiedene Standard-Lizenzverträge anbietet, mit denen ein Autor der Öffentlichkeit auf einfache Weise Nutzungsrechte an seinen Werken einräumen kann. (Quelle: Wikipedia <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/> [Zugriff: 30.11.12]).

¹⁵ Ressourcen-raising bezeichnet das Einwerben nicht-monetärer Unterstützung (vgl. <http://blog.nonprofits-ernetzt.de/index.php/vom-fundraising-zum-resource-raising/> (Link vom 27.07.2102).

¹⁶ Do-it-yourself (engl.) bedeutet "Mach es selbst" und kann allgemein als Kultur des Amateurs bezeichnet werden. Quelle: Wikipedia http://de.wikipedia.org/wiki/Do_it_yourself (Link vom 27.07.2102).

¹⁷ Carrotmob ist eine Einkaufsaktion, über die Konsumenten selbstorganisiert versuchen, Einfluss auf die klimarelevanten Handlungen der Läden (oder Kinos, vgl. Moviemob) ihrer Umgebung zu nehmen. Quelle: Wikipedia http://de.wikipedia.org/wiki/Carrot_Mob (Link vom 27.07.2012).