

Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND)

Landesverband Berlin e.V.

Türkische Gemeinde in Deutschland e.V. (TGD)

TEMA-Stiftung für den Naturschutz (TEMA-Stiftung)

Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz

Abschlussbericht über ein Umweltbildungsprojekt,
gefördert durch die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (Az.: 27493)

Projektlaufzeit: 1.10.2009 bis 31.12.2012

von

Tilmann Heuser

Gülcan Nitsch

Handan Anapa

Fuat Senguel

Berlin, September 2013

Der Abschlussbericht kann bezogen werden bei:

BUND Berlin e.V.

Crellestraße 35

10827 Berlin

Tel.: 030-787900-0

Fax: 030-787900-18

Mail: kontakt@bund-berlin.de

www.bund-berlin.de

Projektkennblatt
der
Deutschen Bundesstiftung Umwelt



Az	27493	Referat	43/0	Fördersumme	318.350
Antragstitel	Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz				
Stichworte	Integration, MigrantInnen, Klimaschutz, Energie, Abfall, Mobilität, Verbraucherverhalten, Umweltbildung				
Laufzeit	Projektbeginn	Projektende	Projektphase(n)		
39 Monate	1.10.2009	31.12.2012	2		
Zwischenberichte	29.11.2010	18.6.2011			
Bewilligungsempfänger	BUND Berlin e.V. Crellestraße 35 10827 Berlin			Tel	030-787900-0
				Fax	030-787900-18
				Projektleitung	
				Tilmann Heuser	
				Bearbeiter	
				Gülcan Nitsch	
Kooperationspartner	Türkische Gemeinde in Deutschland (TGD) e.V. Obentrautstraße 72, 10963 Berlin, www.tgd.de				
	TEMA-Stiftung für den Naturschutz Silcherstraße 13, 50827 Köln, www.temastiftung.de				

Zielsetzung und Anlaß des Vorhabens

Das Projekt „Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz“ wurde von den Projektpartnern Türkische Gemeinde in Deutschland (TGD), Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) und TEMA-Stiftung für den Naturschutz vor dem Hintergrund konzipiert, dass mit den klassischen Angeboten der Umweltberatung und –bildung bisher kaum Menschen mit Migrationshintergrund erreicht werden. Mit dem Projekt sollte daher eine intensive Zusammenarbeit zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen aufgebaut werden, um mit gemeinsamen Informationen und Veranstaltungen, Umweltberatungen für Haushalte, Mitmachaktionen, intensiver Medienarbeit etc. türkeistämmige MigrantInnen gezielt anzusprechen und sie aktiv in die Diskurse und Aktivitäten zu den Themen Umwelt, Klima, Naturschutz und Stadtentwicklung einzubinden.

Darstellung der Arbeitsschritte und der angewandten Methoden

Die Projektkonzeption sah zur Umsetzung der Ziele ein umfassendes Handlungskonzept vor, welches insbesondere aus drei Bausteinen bestand:

- Vernetzung der Umweltverbände und Migrantenselbstorganisationen (MSO) auf nationaler und regionaler Ebene, um gemeinsame Aktivitäten im Bereich Umwelt zu entwickeln,
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit über insbesondere türkischsprachige Medien, Erstellung geeigneter Infomaterialien sowie Durchführung von gemeinsamen Veranstaltungen und Aktionen,
- Schulung und Betreuung von mindestens 40 türkeistämmigen UmweltbotschafterInnen in acht Großstädten, die ihrerseits gemeinsam in Gruppen vor Ort aktiv werden und – mit Unterstützung durch die regionalen Netzwerke - eigene Veranstaltungen und Projekte durchführen sollten.

Ergebnisse und Diskussion

Insgesamt konnten – nach einer kostenneutralen Verlängerung um neun Monate – die zentralen Ziele des Projektes realisiert, teilweise sogar übererfüllt werden (vgl. auch Bericht der wissenschaftlichen Evaluation). Sowohl der Zeitplan als auch das Vorgehen mussten gegenüber der Projektkonzeption jedoch deutlich angepasst werden, da diese auf einigen zu optimistischen Annahmen hinsichtlich der Realisierbarkeit der einzelnen Maßnahmen beruhte.

Erfolgreichster Teil des Projektes war die Aktivierung, Schulung und Betreuung der insgesamt 85 UmweltbotschafterInnen in acht Großstädten. Über die Hälfte der TeilnehmerInnen organisierten sich nach Abschluss der Schulungen jeweils in meist beim BUND angebotenen türkischsprachigen Umweltgruppen (Yesil Cember – grüner Kreis). Die Gruppen konnten zudem weitere Mitglieder gewinnen. Weitere UmweltbotschafterInnen sind mit dem Netzwerk verbunden, jedoch insbesondere in MSOs und religiösen Organisationen aktiv und bringen dort ihre Erfahrungen ein. Zudem werden die UmweltbotschafterInnen zunehmend von anderen Umweltbildungseinrichtungen und –verbänden, Verbraucherzentralen, Moscheen, Bildungsträger etc. in deren Arbeit eingebunden.

Insgesamt organisierten die UmweltbotschafterInnen in Zusammenarbeit mit dem Projektteam acht türkische Umwelttage sowie mindestens 220 Infoveranstaltungen gemeinsam mit Kooperationspartnern (MSOs, Moscheen, Müttertreffs, Wirtschaftsverbände, Kommunen etc.) in den beteiligten Städten. Hinzu kamen Beratungen in den persönlichen Netzwerken, Infostände bei Veranstaltungen und Festen, einzelne Aktionen und kleinere, eigenständige Projekte.

Trotz hoher Motivation und Engagementbereitschaft der Aktiven war jedoch festzustellen, dass insbesondere der Betreuungsbedarf bei der Durchführung eigener Aktivitäten der UmweltbotschafterInnen, dem Aufbau der lokalen Gruppen sowie der Vernetzung mit regionalen MSO und Umweltverbänden deutlich höher als erwartet war. Durch die Fokussierung der Projektkapazitäten auf diesen Handlungsansatz gelang es jedoch auf regionaler Ebene arbeitsfähige Strukturen aufzubauen, die auch nach Projektende noch aktiv sind.

Dagegen konnte die im Projekt entwickelte, zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategie zu Umweltthemen nur teilweise realisiert werden. Ursprünglich geplante „Kampagnen“ zu einzelnen Themen können erst mit der erfolgten Etablierung der Arbeitsstrukturen auf regionaler Ebene und der Akquise zusätzlicher Finanzmittel durchgeführt werden. Unbenommen davon, zeichnete sich das Projekt durch eine hohe Resonanz insbesondere bei den türkischsprachigen Medien zu den einzelnen Projektaktivitäten aus.

Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation

Innerhalb des Projektes wurden mehrere Flyer und Publikationen zu umweltrelevanten Themen (Energie, Mobilität, Gesundheit, Abfall etc.) erstellt, die auch auf einem projektbezogenen Internet-Auftritt unter www.yesil-cember.de zur Verfügung gestellt wurden. Alle Projektaktivitäten wurden von einer intensiven Medienarbeit begleitet, die zu einer regelmäßigen Berichterstattung insbesondere in türkischsprachigen Zeitungen, Zeitschriften und Blogs führte. Zudem wurden das Projekt und seine Ergebnisse bei diversen Konferenzen, Veranstaltungen und Tagungen in Deutschland und der Türkei vorgestellt, u.a. bei der Woche der Umwelt 2012 des Bundespräsidenten und der DBU. In 6 Städten fanden ein oder mehrere Türkische Umwelttage unter Einbindung türkischer Migrantenselbstorganisationen, Umweltorganisationen, der Kommunen und der Länder statt. Die ProjektmitarbeiterInnen und UmweltbotschafterInnen führten mindestens 220 Infoveranstaltungen durch, zudem waren sie bei diversen Veranstaltungen und Festen mit Infoständen vertreten.

Fazit

Mit dem Aufbau von Netzwerken zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen auf regionaler und nationaler Ebene, der Ausbildung der UmweltbotschafterInnen sowie einer aktiven Ansprache insbesondere türkischsprachiger Medien konnten die zentralen Projektziele sowohl qualitativ als quantitativ zum größten Teil erreicht werden.

Kernproblem ist zukünftig, die regionalen Netzwerke weiter auszubauen, die ausgebildeten UmweltbotschafterInnen zu betreuen und neue MitmacherInnen in die türkischsprachigen Umweltgruppen zu integrieren. Mit der Gründung der Yesil Cember gGmbH durch die BUND-Projektleiterin und drei UmweltbotschafterInnen ist dafür eine organisatorische Voraussetzung geschaffen, die durch Akquise von Umweltberatungs- und Bildungsprojekten abgesichert werden muss. Für die Durchführung von Aktivitäten erhalten die UmweltbotschafterInnen z.T. Unterstützung durch kooperierende BUND-Landesverbände sowie MSO. Notwendig ist zudem die stärkere und aktive Einbindung von MigrantInnen in die Kommunikationsstrategien der Verbände zu Umweltthemen (einschl. Bereitstellung der dafür notwendigen Budgets). Für MSO sollten gezielte Förderprojekte entwickelt werden, um deren umfassende Netzwerke in der migrantischen Community gezielt und effizient zu nutzen.

Inhalt

0	Zusammenfassung	3
1	Einleitung: Ziele und Aufgabenstellung des Projektes.....	5
2	Projektablauf und -ergebnisse	9
2.1	Projektorganisation.....	9
2.1.1	Zusammenarbeit der Projektpartner	9
2.1.2	ProjektmitarbeiterInnen und Aufgabenschwerpunkte.....	9
2.1.3	Unterstützung des Projektes durch die beteiligten Verbände.....	11
2.1.4	Beirat	12
2.1.5	Evaluation und wissenschaftliche Begleitung des Projektes.....	13
2.2	Etablierung einer nachhaltigen Zusammenarbeit zwischen Umwelt- und türkeistämmigen Migrantenselbstorganisationen.....	15
2.3	Zusammenarbeit auf nationaler und regionaler Ebene	15
2.3.1	Weitere Kooperationspartner.....	18
2.3.2	Zusammenarbeit mit Verbänden in der Türkei.....	19
2.4	Ausbildung der UmweltbotschafterInnen und regionale Umsetzung des Projektes	19
2.4.1	Aufgabe der UmweltbotschafterInnen.....	19
2.4.2	Aktivierung der UmweltbotschafterInnen	20
2.4.3	Schulung der UmweltbotschafterInnen	21
2.4.4	Betreuung der UmweltbotschafterInnen.....	23
2.4.5	Umsetzung des Projektes auf regionaler Ebene	24
2.4.6	Ausbildung von LotsInnen und Stadtteilmüttern	29
2.5	Medien- und Öffentlichkeitsarbeit	30
2.5.1	Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Kommunikationskonzeptes	31
2.5.2	Umsetzung der Kommunikationsstrategie und erstellte Infomaterialien	33
2.5.3	Internetauftritt.....	36
2.5.4	Pressearbeit und Medienkooperationen.....	36
2.5.5	Präsentation des Projektes bei Veranstaltungen und Konferenzen	38
2.5.6	Artikel über das Projekt in Publikationen	39
2.6	Bewerbung als Projekt für die Dekade für Nachhaltige Bildung.....	40
2.7	Weiterführung des Projekts	40
3	Fazit.....	43

Anlage 1: Pressedokumentation

Anlage 2: Bericht der wissenschaftlichen Begleitung und Evaluation des Projektes (Evaluationsbericht):

Abkürzungsverzeichnis:

BMBF – Bundesministerium für Bildung und Forschung

BMVBS – Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung

BMU – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Reaktorssicherheit

BUND – Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland

BTU - Brandenburgische Technische Universität Cottbus

DBU – Deutsche Bundesstiftung Umwelt

DNR – Deutscher Naturschutzring

FH – Fachhochschule

FÖJ – Freiwilliges Ökologisches Jahr

IHK – Industrie- und Handelskammer

MSO – Migrantenselbstorganisation(en)

NABU – Naturschutzbund Deutschland

TGD – Türkische Gemeinde in Deutschland

UBA - Umweltbundesamt

WECF - Women in Europe for a Common Future

0 Zusammenfassung

Ziel des von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Projektes „Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz“ (Az.: 27493) war der Aufbau einer intensiven Zusammenarbeit zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen (MSO) durch die Projektpartner BUND Berlin, Türkische Gemeinde in Deutschland (TGD) sowie TEMA-Stiftung für den Naturschutz. Durch gemeinsame Veranstaltungen, Umweltberatungen, Mitmachaktionen, Medienarbeit, Infomaterialien etc. sollten türkeistämmige MigrantInnen gezielt angesprochen, um sie für ein aktives Engagement für Umwelt, Klima und Naturschutz zu gewinnen.

Mit dem Aufbau von Netzwerken auf regionaler und nationaler Ebene, der Ausbildung von 85 zweisprachigen, zum größten Teil weiterhin aktiven UmweltbotschafterInnen in insgesamt acht Städten, der Gründung von Yeşil Çember-Gruppen in diesen Städten und der Erstellung von ein- und zweisprachigen Infomaterialien zu diversen Umweltthemen konnten die zentralen Projektziele sowohl qualitativ als quantitativ zum größten Teil erreicht werden. So konnten durch acht Türkische Umwelttage, mindestens 220 Infoveranstaltungen sowie Einzelberatungen, Infostände, Aktionen viele Menschen direkt angesprochen werden. Das Projekt stieß zudem auf eine breite und regelmäßige Medienresonanz und eine hohe Kooperationsbereitschaft bei zahlreichen gesellschaftlichen Akteuren (MSO, Umweltverbände, Verbraucherberatungen, Ministerien, Kommunen etc.).

Aufgrund des unterschätzten Aufwandes bei der Aktivierung und Betreuung der UmweltbotschafterInnen sowie der regionalen Netzwerke verzögerte sich die Projektumsetzung jedoch erheblich, was zu einer Verlängerung der Projektlaufzeit um neun Monate führte. Nicht umgesetzt werden konnte die Durchführung von Kampagnen zu Einzelthemen, da dafür erst die regionalen Netzwerke etabliert und zusätzliche Finanzmittel erschlossen werden mussten.

Zentrale Herausforderung ist zukünftig, die regionalen Netzwerke weiter auszubauen, die ausgebildeten UmweltbotschafterInnen zu betreuen und neue MitmacherInnen zu integrieren. Mit der Gründung der Yeşil Çember gGmbH durch die BUND-Projektleiterin und drei UmweltbotschafterInnen ist dafür eine institutionelle Grundlage gelegt. Zur Durchführung von Aktivitäten werden die Yeşil Çember-Gruppen sowie die UmweltbotschafterInnen durch kooperierende BUND-Landesverbände sowie MSO unterstützt. Jedoch besteht auch hier noch erheblicher Handlungsbedarf zur Sicherung der Finanzierung sowie der besseren Einbindung in die jeweiligen Verbandsstrukturen.

1 Einleitung: Ziele und Aufgabenstellung des Projektes

Das Projekt „Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz“ wurde von den Projektpartnern Türkische Gemeinde in Deutschland (TGD), Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) und TEMA-Stiftung für den Naturschutz im Jahr 2009 vor dem Hintergrund konzipiert, dass mit den klassischen Angeboten der Umweltberatung und –bildung bisher kaum Menschen mit Migrationshintergrund erreicht werden. Obwohl türkeistämmige Bürgerinnen und Bürger in vielen Bereichen, wie z.B. Bildung oder Sport, bereits sehr engagiert sind, ist dies bis auf wenige Ausnahmen im Umweltbereich bisher kaum der Fall. Laut einer Studie der Stiftung Zentrum für Türkeistudien von 2002 ist diese Zielgruppe dem Thema gegenüber zwar sehr aufgeschlossen, zugleich sind jedoch sehr große Informationsdefizite vorhanden. Als Hauptbarrieren wurden zum einen die Sprache, zum anderen die fehlende Einbindung von Informationsangeboten in die relevanten Kommunikationsstrukturen der Zielgruppe identifiziert. Türkischsprachige und zweisprachige Informationsmaterialien waren, soweit überhaupt verfügbar, meistens nicht zielgruppengerecht konzipiert und erreichten deshalb die Mehrheit dieser Gruppe nicht. Zudem existierten kaum Veranstaltungsangebote für die türkische Community zum Thema Umwelt. Ebenso fehlte eine Anlaufstelle für ihre Fragen und Anliegen. Auch in den türkischsprachigen Medien waren Umweltthemen nur vereinzelt vertreten.

Von den deutschen Umweltverbänden und weiteren Institutionen im Bereich Umwelt wurde die größte Ausländergruppe in Deutschland nur selten als Zielgruppe für Informationskampagnen oder Projekte einbezogen. In den Umweltverbänden waren bisher kaum Menschen mit Migrationshintergrund engagiert – weder haupt- noch ehrenamtlich. Vielfach beschränkte sich die Kommunikation zu MigrantInnen auf die direkte Übersetzung und damit wenig zielgruppengerechte Aufbereitung von deutschen Informationsmaterialien.

Im Projekt „Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz“ sollten daher erstmals auf nationaler Ebene Umwelt- und Migrantenselbstorganisationen (MSO) gemeinsam an einer intensiveren Einbindung von MigrantInnen in konkrete Angebote und Kampagnen zum Thema Umwelt zusammenarbeiten. Auf Basis der etablierten Strukturen der Türkischen Gemeinde in Deutschland (TGD), des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), der TEMA-Stiftung für den Naturschutz sowie ihrer jeweiligen nationalen und regionalen Kooperationspartner sollten die Voraussetzungen für eine nachhaltige und langfristige Zusammenarbeit geschaffen werden. Mit dem gemeinsamen Projekt sollte insbesondere die türkeistämmige Bevölkerung sowohl über die migrantischen Medien als auch über Angebote vor Ort stärker als bisher zu den Themen Klima-, Umwelt-

und Naturschutz erreicht werden. Informationen in türkischer und deutscher Sprache, gemeinsame Veranstaltungen, Klima-, Energie- und Umweltberatungen für Haushalte, Mitmachaktionen etc. sollten dazu animieren, Verantwortung für Umwelt und Natur zu übernehmen, Ressourcen schonend zu nutzen und sich aktiv in die Diskurse und Aktivitäten zu den Themen Umwelt, Klima, Naturschutz und Stadtentwicklung einzubringen. Der inhaltliche Schwerpunkt des Projektes sollte dabei zunächst im Handlungsfeld Klima & Energie liegen.

Ziele des Projektes waren:

1. Aufbau eines handlungsfähigen Netzwerkes im Bereich Umwelt und Integration durch die Initiierung der Zusammenarbeit von Umwelt und Migrantenselbstorganisationen auf nationaler und regionaler Ebene sowie die Integration weiterer Kooperationspartner.
2. Förderung des ehrenamtlichen und hauptamtlichen Engagements von türkeistämmigen, zweisprachigen Aktiven im Umwelt- und Naturschutz durch Aktivierung und Schulung von Multiplikatoren (UmweltbotschafterInnen) als „Brückenköpfe“ zwischen Umwelt- und Migrantenselbstorganisationen.
3. Direkte Ansprache von türkeistämmigen MigrantInnen zu Klima und Energie sowie weiteren Umweltthemen (Mülltrennung und -vermeidung, nachhaltige Mobilität, Ressourcen schonendes Konsumieren und Produzieren, Naturschutz) und Etablierung eines nachhaltigen Umweltengagements in der Zielgruppe durch Beteiligung der MigrantInnen an gemeinsamen Umweltaktionen.
4. Entwicklung zielgruppengerechter und zweisprachiger Informationsmaterialien für türkeistämmige MigrantInnen.
5. Stärkung der Berichterstattung in türkischen Medien in Deutschland über Themen des Klima-, Umwelt- und Naturschutzes.
6. Aufbau einer Zusammenarbeit mit Umweltverbänden in der Türkei.
7. Ausweitung des Projektansatzes auf andere MigrantInnengruppen.
8. Sicherung einer nachhaltigen Finanzierung für die langfristige Fortführung des Projektes und der aufgebauten Netzwerk- und Kommunikationsstruktur, insbesondere durch Beratung und Unterstützung von Umweltinformationskampagnen auf nationaler und regionaler Ebene.

Die Ziele des Projektes sollten vor allem durch drei miteinander verbundene Handlungsansätze umgesetzt werden:

1. Mit dem Aufbau und der Etablierung einer nachhaltigen Zusammenarbeit zwischen Umwelt und türkeistämmigen Migrantenselbstorganisationen auf nationaler und insbesondere regionaler Ebene sollten die Voraussetzungen geschaffen werden, um

- MigrantInnen mittels zielgruppenspezifischer Anspracheformen und Aktionen in Projekte und Kampagnen im Umweltbereich einzubinden und ihr Engagement im Umweltbereich zu fördern,
- Ehren- und hauptamtliche Aktive aus Umweltverbänden in Bildungs-, Beratungs- und Integrationsprojekte der Migrantenselbstorganisationen einzubeziehen, damit die bestehenden Synergiepotenziale zu nutzen und zugleich die interkulturellen Kompetenzen der Umweltverbände zu erhöhen.

Dazu sollten auf Bundesebene und in mindestens acht Großstädten zwischen Umweltverbänden und MSOs Kooperationen vereinbart werden und in mindestens vier Großstädten auf regionaler Ebene eine arbeitsfähige Projektstruktur abgesichert werden kann.

2. Als Kern des Projektes sollte die direkte Ansprache und Einbindung der MigrantInnen und ihrer Verbände in umweltbezogene Aktivitäten durch die Aktivierung, Schulung und das Coaching von mindestens 40 türkischsprachigen MultiplikatorInnen (UmweltbotschafterInnen) erfolgen. Von diesen sollten vor Ort Veranstaltungen und Projekte für und gemeinsam mit der türkischsprachigen Community realisiert werden. Die UmweltbotschafterInnen wurden als zentrale Voraussetzung dafür angesehen, dass die Kooperationsabsichten zwischen Migrantenselbstorganisationen und Umweltverbänden konkret mit Aktivitäten gefüllt werden. Insgesamt sollten von ihnen im Projektverlauf insgesamt mindestens 100 Umweltberatungs- und informationsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit Migrantenvereinen, Quartiers- und Nachbarschaftszentren etc. durchgeführt. Zudem sollten von ihnen – z.T. mit externer Unterstützung - mindestens 300 KiezlotsInnen, Stadtteilmütter sowie Ehrenamtliche von Migrantenselbstorganisationen vor Ort zu Umweltthemen geschult, um eigenständig Erstberatungen für Haushalte anzubieten. Gemeinsam mit den UmweltbotschafterInnen sollten in mindestens vier Städten wird ein „Türkischer Umwelttag“ (50 bis 150 Teilnehmer) durchgeführt werden.

3. Mittels einer breiten Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und mittels konkreter Kooperationen mit türkischsprachigen Medien und Organisationen, sollte - flankiert durch ein zweisprachiges Internetangebot und zielgruppenspezifische Informationsmaterialien – eine umfassende Ansprache der türkischsprachigen Community zu Klima- und Umweltthemen gewährleistet werden. Dazu sollten mindestens für die Themen Klima&Energie, Abfall und nachhaltige Mobilität zielgruppengerechte, zweisprachige Informationsmaterialien (Infolyer

und -broschüren) entwickelt werden, die jeweils auf die Angebote vor Ort angepasst und teilweise in Verbindung mit Kooperationspartnern vor Ort realisiert werden können (Energieberatung, Abfallberatung, Verkehrsunternehmen etc.). Weiteres Ziel war die regelmäßige Berichterstattung insbesondere in den türkischen Medien über das Projekt und die von ihm generierten Informationen ebenso wie der Aufbau von vier bis fünf Medienpartnerschaften.

Ferner sollte das Modellprojekt auch auf andere MigrantInnengruppen übertragbar sein, indem die Kooperation zwischen einem großen deutschen Umweltverband (BUND) und der Türkischen Gemeinde in Deutschland (TGD), der größten Migrantenselbstorganisation der in Deutschland lebenden Türken, sowie der TEMA-Stiftung, des größten Naturschutzverbandes der Türkei, ausgewertet und aufbereitet wird. Dazu war neben der Beratung weiterer Initiativen während der Projektlaufzeit u.a. eine Zwischen- und Abschlusstagung des Projektes gemeinsam mit dem DNR geplant.

Zudem sollte das Projekt durch eine wissenschaftliche Evaluation begleitet werden.

2 Projektablauf und -ergebnisse

2.1 Projektorganisation

Nachdem bereits nach der Förderzusage durch die DBU ab Oktober 2009 erste Vorarbeiten zur Vorbereitung des Projektes durchgeführt wurden, startete das Projekt zum 1. Januar 2010 mit der Einstellung der Projektmitarbeiter für zwei Jahre. Aufgrund der Verzögerungen im Projektablauf wurde das Projekt bis zum 31.12.2012 kostenneutral verlängert, um insbesondere die Aktivierung und Betreuung der UmweltbotschafterInnen, die Umsetzung von Informationsveranstaltungen vor Ort und den Aufbau regionaler Netzwerke erfolgreich zu Ende zu bringen.

2.1.1 Zusammenarbeit der Projektpartner

Zur Umsetzung und Abwicklung des Projektes schloss der BUND Berlin mit der TEMA-Stiftung und der TGD jeweils Kooperationsvereinbarungen ab. Da das Projekt auf insgesamt drei Standorte verteilt war, erfolgte die Kooperation zwischen den Projektpartnern durch regelmäßige Projekttreffen und Telefonkonferenzen. Durch die Dreiteilung der Standorte konnten die Ressourcen der einzelnen Verbände durch direkte Einbindung in die jeweiligen Arbeits- und Kommunikationsstrukturen effizient genutzt werden, allerdings litt darunter zum Teil die effektive Zusammenarbeit der ProjektmitarbeiterInnen.

2.1.2 ProjektmitarbeiterInnen und Aufgabenschwerpunkte

Beim **BUND Berlin e.V.** war ab 1.1.2010 die Dipl. Biologin Gülcan Nitsch als Projektleiterin mit 22 Stunden/Woche beschäftigt, seit 1.4.2011 mit 30 Stunden/Woche. Zugleich war sie bis zum 31.12.2010 mit einer weiteren halben Stelle beim Kooperationspartner co2online als Projektmanagerin für die Durchführung der türkischsprachigen Heizspiegelkampagne im Zuge der BMU-Kampagne „Klima sucht Schutz“ beschäftigt. In ihrem Verantwortungsbereich lagen insbesondere die Aktivierung und Betreuung der UmweltbotschafterInnen und lokalen Kooperationspartner, die Koordination des Projektes innerhalb des BUND und der deutschen Umweltverbände, die Entwicklung und Umsetzung der Schulungsangebote und Informationsmaterialien. Organisatorisch unterstützt wurde sie seit 15.03.10 durch Frau Havagül Yaylı als Aushilfe auf Basis eines Minijobs. Vom 1. Oktober 2010 arbeitet Frau Dilan Oral bis Ende August 2011 als FÖJlerin im Projekt mit. Für die Vorbereitung und Durchführung der Schulungen der UmweltbotschafterInnen wurde Frau Nitsch von Frau Öykü Kaygusuz unterstützt, die bei Bedarf als Honorarkraft arbeitete. Zusätzlich wurde sie von den ehrenamtlichen Mitgliedern der türkischsprachigen

Umweltgruppen des BUND sowie den zwischenzeitlich ausgebildeten MultiplikatorInnen (UmweltbotschafterInnen) insbesondere bei der Vorbereitung der Türkischen Umwelttage und der Durchführung von Informationsveranstaltungen und Infoständen unterstützt (teilweise mit Aufwandsentschädigung bzw. Werkvertrag).

Bei der **Türkischen Gemeinde in Deutschland (TGD)** war ab 1.1.2010 bis Juni 2011 der Journalist Ulas Atay als Projektleiter mit 23 Stunden pro Woche angestellt. Nach seinem Ausscheiden wurde seine Funktion bis zum 31.12.2011 von Herrn Fuat Senguel übernommen. Verantwortungsbereich war insbesondere die Ansprache und Integration der Mitgliedsverbände der TGD und weiterer Migrantenselbstorganisationen, die Werbung von TeilnehmerInnen für die Schulung der MultiplikatorInnen, die Pressearbeit sowie die Entwicklung und Umsetzung der Kommunikationskonzepte (Medienkooperationen, Gestaltung Materialien).

Bei der **TEMA-Stiftung für den Naturschutz** in Köln wurde ab dem 01.01.2010 die Stelle der Diplom-Regionalwissenschaftlerin Südostasien Handan Anapa für die Durchführung des Projektes um 32 Wochenstunden bis Ende 2011 aufgestockt. Ihre Aufgabe war insbesondere die Durchführung und Koordination des Projektes in Nordrhein-Westfalen sowie die Mitarbeit bei der Aktivierung und Betreuung der UmweltbotschafterInnen und lokalen Kooperationspartner sowie die Entwicklung und Umsetzung der Schulungsangebote und Informationsmaterialien. Fachlich und inhaltlich, aber auch bei der Planung, Organisation und Umsetzung von Aktivitäten im Rahmen des Projektes wurde die TEMA-Stiftung von der freien Mitarbeiterin Rahükal Turgut unterstützt. Zudem wurden sie seit Februar 2011 von den in Köln ausgebildeten UmweltbotschafterInnen unterstützt, die den Kern von Yeşil Çember NRW, des türkischsprachigen Arbeitskreises des BUND Nordrhein-Westfalen bilden.

Nach Auslaufen der geplanten Personalmittel Ende 2011 wurden die bis zum Abschluss des bis 31.12.2012 verlängerten DBU-Projektes erfolgenden Aktivitäten insbesondere durch die Projektleiterin beim BUND Berlin, Frau Gülcan Nitsch, weitergeführt. Dies war insbesondere verbunden mit einem hohen ehrenamtlichen Engagement. Möglich wurde es aber auch dadurch, dass sie aufgrund ihrer hervorragenden Arbeit bei der Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen durch das Fellowship-Programm von Ashoka Deutschland – der weltweit führende Organisation zur Förderung von Social Entrepreneurship – seit 2012 (bis Mitte 2014) mit einem Stipendium gefördert wird¹. Bei der TEMA-Stiftung konnte die Stelle der Projektleiterin durch diverse Projekte auf Landesebene gesichert werden. Die TGD

¹ <http://germany.ashoka.org/fellow/gulcan-nitsch>

erhielt vom Bundesministerium für Verkehr, Bau und Wohnungswesen eine Finanzierung für die Durchführung eines Radverkehrsprojektes für türkeistämmige MigrantInnen. Im so gegebenen Rahmen konnten die Umsetzung der Aktivitäten für das DBU-Projekt im Jahre 2012 personell abgesichert werden, da die verbliebenen Mittel primär für die Finanzierung der Sach- und Reisekosten vorgesehen waren.

2.1.3 Unterstützung des Projektes durch die beteiligten Verbände

Beim BUND Berlin arbeitete im Projekt insbesondere der Landesgeschäftsführer Tilmann Heuser für die Koordination und Steuerung des Gesamtprojektes mit. Zudem war innerhalb des BUND Berlin das DBU-Projekt eng mit dem durch die Senatsverwaltung für Gesundheit, Verbraucherschutz und Umwelt bis zum 31.3.2011 geförderten Projekt „Berliner Energiecheck“ sowie mit einem durch die Stiftung Naturschutz Berlin ab Oktober 2010 geförderten Projekt zu Abfallberatung verknüpft. In diesen beiden Projekten wurden und werden insbesondere MitarbeiterInnen in Beschäftigungsprojekten zu Energiespar- und AbfallberaterInnen geschult, darunter zahlreiche Menschen mit Migrationshintergrund.

Ferner wurde das Projekt durch die Mitarbeiter in den Bereichen Buchhaltung und Projektorganisation, Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie durch den Fachreferenten für Klima & Energie und Mobilität unterstützt. Hinzu kam das ehrenamtliche Engagement zahlreicher Mitglieder, insbesondere der türkischsprachigen Gruppe des BUND Berlin Yeşil Çember.

Bei der TGD arbeiteten unmittelbar am Projekt der Bundesvorsitzende Kenan Kolat, und – nach dem Ausscheiden des vorherigen Bundesgeschäftsführers zum 30.6.2010 – seit 1. August 2010 Herr Martin Gerlach bei der Koordination und Steuerung des Gesamtprojektes sowie seiner Weiterentwicklung und Umsetzung innerhalb und außerhalb der Verbandsstrukturen mit. Hierbei wurden unter anderem Synergien mit bestehenden TGD-Projekten wie der Interkulturelle Freiwilligenagentur (IKFA) sowie den Projekten Motivieren, Qualifizieren, Aktivieren von Eltern türkischer Herkunft (MOQA) und LotsenInnen für Bildung und Integration (LBI) genutzt.

Aus dem aus KommunalKombiMitteln finanzierten Projekt „LotsInnen für Bildung und Integration“ (LBI) der TGD arbeiten mit Frau Hülya Selimoğlu, Herrn Ramazan Lapcin und Frau Dina Kajba drei LotsInnen am DBU-Projekt mit. Zur besseren Vernetzung waren diese bis März 2011 zwei Tage in der Woche beim BUND und wurden dort weiterqualifiziert. Entsprechend ihres Aufgabenschwerpunktes als LotsInnen standen sie insbesondere für die

Erstberatung von Haushalten in Umweltfragen zur Verfügung. Zudem unterstützen sie das DBU-Projekt organisatorisch.

Zudem erhielten die weiteren 22 LBI-LotsInnen im April 2010 eine Basis-Schulung (25 Stunden) zum Thema Umwelt und Klimaschutz für die von ihnen durchgeführten Haushaltsberatungen. Im Herbst 2011 wurde eine weitere Schulung von weiteren haupt- und ehrenamtlichen MitarbeiterInnen von Lotsenprojekten der TGD durchgeführt.

Bei der TEMA-Stiftung wurde das Projekt auch von Seiten des Vorstands unterstützt. Insbesondere der Vorstandsvorsitzende C. Hayati Önel und die stellvertretende Vorstandsvorsitzende Dr. Gülay Yasin unterstützten das Projekt inhaltlich und fachlich in seiner Weiterentwicklung und Umsetzung.

2.1.4 Beirat

Entsprechend der Auflagen der DBU für die Durchführung des Projektes fand eine Begleitung des Projektes durch einen Beirat statt. Als Beiratsmitglieder erklärten sich dankenswerterweise bereit:

- Dr. Alexander Bittner, Deutsche Bundesstiftung Umwelt,
- Prof. Dr. Angelika Zahrnt, Rat für Nachhaltige Entwicklung,
- Dr. Andreas Goldberg, Stiftung Zentrum für Türkeistudien und Integrationsforschung,
- Berrin Alpbek, Föderation der Türkischen Elternvereine – FÖTED,
- Ahmet Sener Özcan, Türkische Lehrerföderation – ATÖF,
- Dr. Michael Wehrspaun, Umweltbundesamt,
- Juliane Grüning, Deutscher Naturschutzring,
- Prof. Dr. Marcel Hunecke, FH Dortmund.

Themen der ersten Beiratssitzung am 8. Dezember 2010 waren neben der Vorstellung und Diskussion der Ziele und Handlungsansätze des Gesamtprojektes:

- die Präsentation und Diskussion der Kommunikationsstrategie,
- die Präsentation, Diskussion und Bestätigung der Schulungskonzepte und der Betreuung der UmweltbotschafterInnen,
- die Vorstellung der Eckpunkte und die Bestätigung des Evaluationskonzeptes.

Die zweite Beiratssitzung fand am 29. Juni 2011 in Berlin statt. Themen dieser Sitzung waren:

- Diskussion des Zwischenberichtes und der geplanten weiteren Projektaktivitäten,
- Zwischenbericht Evaluation durch BTU Cottbus,
- Konzeption eines Radfahrprojektes für die Beantragung aus Mitteln des Nationalen Radverkehrsplanes (BMVBS), welches auf den Erfahrungen des DBU-Projektes aufbaut.

Bei beiden Beiratssitzungen wurden insbesondere die Fragen Aktivierung und Bindung der MultiplikatorInnen (Rollen und Anreize klarer definieren), die Schulungskonzepte (mehr Praxisrelevanz, „Empowerment“ der TeilnehmerInnen, eigenständige Projektentwicklung fördern), die notwendigen Anpassungen des Kampagnenkonzeptes (Trennung vom „klassischen Kampagnenbewusstsein“, stattdessen mehr als Dienstleister für die Gesellschaft auftreten) sowie die Ziele und Vorgehensweise der wissenschaftlichen Evaluation diskutiert. Zahlreiche Anregungen konnten im weiteren Projektverlauf aufgegriffen werden und sind zum Teil in der folgenden Darstellung der Umsetzung der einzelnen Handlungsansätze dargestellt.

Da im Jahr 2012 aufgrund der ausgeschöpften Personalmittel keine festen Projektmitarbeiter mehr verfügbar waren, wurde keine weitere Beiratssitzung durchgeführt. Allerdings wurden die meisten Beiratsmitglieder im weiteren Verlauf auch individuell in die Umsetzung des Projektes eingebunden (u.a. Forschungsprojekt der FH Dortmund, bei der Yeşil Çember und der BUND Berlin Kooperationspartner sind).

2.1.5 Evaluation und wissenschaftliche Begleitung des Projektes

Auf Basis der Angebote der BTU Cottbus sowie der IPEK Köln, die im Rahmen der Antragsstellung vorgelegt wurden, entschieden sich TGD, TEMA-Stiftung und BUND für die Beauftragung der BTU Cottbus. Im Rahmen der Evaluation wurde insbesondere die Schulung und Arbeit der UmweltbotschafterInnen begleitet.

Gegenstand der Evaluierung waren die Aktivitäten des Projektes und die hierbei eingesetzten Mittel und Methoden. Aufgabe und Ziel der Begleitung war, zu untersuchen, inwieweit die definierten Ziele und Zielgruppen mit den eingesetzten Mitteln und Methoden erreicht werden, die Erkenntnisse und Erfahrungen an das Projekt während der Laufzeit rückzukoppeln und die Projektleitung entsprechend zu beraten.

Die Evaluierung erfolgte prozessbegleitend. Damit konnte eine fortwährende Rückkoppelung der Ergebnisse und eine Optimierung der Kommunikationsstrategie ermöglicht werden. Dazu führte die wissenschaftliche Begleitung ab Oktober 2010 Gespräche mit den

Projektbeteiligten an den Projektstandorten Berlin und Köln, um den jeweiligen Arbeitsbereich und dessen Binnenperspektive kennen zu lernen.

Mit den UmweltbotschafterInnen der Kurse in Berlin, Kölner und Stuttgart wurden mehrere Interviewrunden durchgeführt (z.T. auch Einzelinterviews). Die Gespräche mit den TeilnehmerInnen erfolgten als leitfadenorientierte Einzelinterviews und hatten in erster Linie den Zugang zur Schulung, die Erwartungen und Motive, die mit der Teilnahme am Kurs verknüpft werden, die ersten Lernerfahrungen, den persönlichen Umweltbezug sowie das soziale Umfeld der TeilnehmerInnen zum Thema.

Leitende Fragestellung war, inwieweit die gewählte(n) Kommunikationsstrategie(n) ihre Zielgruppe(n) und deren Motivierung für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz erreichen (können) und inwiefern nachhaltige, tragfähige Netzwerkstrukturen zwischen Migrantenselbstorganisationen und Umweltverbänden (Kooperationsbeziehungen) geschaffen werden konnten.

Folgenden konkreten Fragen ging die Evaluation nach:

1. auf der Verhaltensebene: Welche verhaltensbezogenen Wirkungen gab es für die UmweltbotschafterInnen persönlich? Welches sind für sie die ausschlaggebenden Beweggründe? Welche unterstützenden und hemmenden Faktoren sind auszumachen? Welche Anzeichen für längerfristige Wirkungen gibt es?
2. auf der Informationsebene: Welche Kenntnisse wurden erworben und welche erwiesen sich als verhaltensrelevant?
3. auf der Kommunikationsebene: Welche Subgruppen werden erreicht? Welche konkreten Erfahrungen werden mit welchen medialen Mitteln in welchem Kontext gemacht? Lassen sich besondere Anknüpfungspunkte in der Zielgruppenansprache ausmachen? Wo, in welchen Zusammenhängen werden UmweltbotschafterInnen aktiv? Auf welche Art und Weise betreiben sie Umweltkommunikation? Wie gestaltet sich die Ansprache konkret? Welche argumentativen Strategien sind erfolgreich, welche weniger?
4. auf der konzeptionellen Ebene: Welche Erfahrungen erbrachte die Durchführung und welche Änderungen am Konzept wurden im Laufe der Durchführungsrunden vorgenommen? Welche Schlussfolgerungen ergeben sich insgesamt für das Konzept? Welche Unterstützung brauchen die UmweltbotschafterInnen? Welche Sachkenntnisse sind für die Multiplikatoren notwendig? Wie kann die Schulung und Beratung der Multiplikatoren optimal konzeptionell umgesetzt werden? Welche Konsequenzen ergeben sich für die weitere Betreuung der Freiwilligenarbeit – UmweltbotschafterInnen? Was

kann zur Verstetigung getan werden? Welche strukturellen Schlussfolgerungen sind zu ziehen?

Die Ergebnisse der Evaluation sind im Evaluationsbericht der BTU Cottbus zusammengefasst (Anlage 2) und werden teilweise im Folgenden dargestellt.

Eine zusätzliche wissenschaftliche Begleitung in Teilaspekten erfolgte durch das vom BMBF für drei Jahre geförderten Projekt EMIGMA der FH Dortmund (Projektleitung Prof. Dr. Marcel Hunecke), bei dem Yeşil Çember/BUND und das DBU-Projektteam Praxispartner waren. Dieses Projekt hatte die Zielsetzung, das Umweltverhalten und die umweltbezogenen Einstellungen von türkisch- und russischsprachigen Migranten zu erforschen und deren Engagement für den Klimaschutz zu stärken. In der ersten Phase wurde eine repräsentative Erhebung in Form von standardisierten Interviews in den vier Regionen Dortmund, Berlin, München und Baden-Württemberg durchgeführt, die das Umweltverhalten, die umweltbezogenen Einstellungen sowie das Engagement in den drei alltagsbezogenen Handlungsfeldern Mobilität, Wohnen und Ernährung erfassten. In der zweiten Phase wurden umweltspsychologische Interventionsmaßnahmen (Information, Verhaltensrückmeldung, Verhaltensangebote und -anreize) zielgruppen- und problemspezifisch durchgeführt und deren Effektivität evaluiert. Dazu gehörte auch die intensive Begleitung der Schulung der UmweltbotschafterInnen in Hamburg, die in Folge des DBU-Projektes durch Gülcan Nitsch erfolgte. Die Ergebnisse des Projektes sollen im Herbst 2013 veröffentlicht werden.

Darüber hinaus fanden mehrere Interviews mit Forschungsprojekten verschiedener Fachrichtungen statt, die sich für Teilaspekte des Projektes interessierten (insb. studentische Abschlussarbeiten und Dissertationen).

2.2 Etablierung einer nachhaltigen Zusammenarbeit zwischen Umwelt- und türkeistämmigen Migrantenselbstorganisationen

2.3 Zusammenarbeit auf nationaler und regionaler Ebene

Eines der zentralen Ziele des Projektes war der Aufbau einer kontinuierlichen Zusammenarbeit zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen auf nationaler und regionaler Ebene, wobei der Fokus auf dem Aufbau regionaler Netzwerke liegen sollte.

Die Projektkonzeption wurde in der Anfangsphase und im weiteren Projektverlauf in den Gremien des BUND, der TGD und der TEMA-Stiftung vorgestellt und diskutiert. Zudem wurden über die internen Verteiler sowie die Mitgliederzeitschriften die jeweiligen Gruppen regelmäßig über das Projekt informiert.

Innerhalb des BUND fanden zunächst mehrere Einzelgespräche mit Vertretern von BUND-Landesverbänden sowie lokaler Umweltgruppen statt. Großes Interesse bestand insbesondere hinsichtlich der zweisprachigen Informationsmaterialien, der Vermittlung türkischsprachiger Verbände und der Durchführung eigener Projekte mit MigrantInnen. Wie vor Start des Projektes angenommen, bestanden zumeist nur rudimentäre Kontakte zu Migrantenselbstorganisationen. Ebenso waren bis auf wenige Ausnahmen (München, Freiburg, Hannover) nur wenige Menschen mit Migrationshintergrund in den Umweltgruppen aktiv. Entgegen der Annahmen zu Projektbeginn war jedoch trotz hoher Kooperationsbereitschaft die Eigeninitiative zur gemeinsamen Entwicklung von Projekten mit MSO relativ gering ausgeprägt („Neuland“) und bedurfte daher einer intensiven Betreuung durch die Projektleitung (dazu ausführlich 2.3).

Ebenso wurden Gespräche mit Fachreferenten der BUND-Bundesgeschäftsstelle geführt, um eine Verknüpfung der bundesweiten Aktivitäten und geplanter Kampagnen zu ermöglichen. Dies gelang insbesondere bei den Themen Energie, Landwirtschaft (Ernährung) und Chemikalienpolitik, mit denen Verbraucher direkt angesprochen werden. Gesichert werden konnte dadurch ein regelmäßiger Informationstransfer und eine Beteiligung der UmweltbotschafterInnen an bundesweiten Aktionen. Es gelang jedoch noch nicht – insbesondere bedingt durch knappe Ressourcen -, eine stärkere Öffnung der Projekte und Kampagnen hinsichtlich der Einbindung von Menschen mit Migrationshintergrund durchzusetzen und dafür Projektmittel bereitzustellen. Dafür stellte der BUND-Bundesverband für das Jahr 2013 erstmals ein Budget für die bundesweite Arbeit von Yeşil Çember zu Verfügung, ebenso unterstützen einige Landesverbände die Arbeit der regionalen Yeşil Çember-Gruppen. Kooperationsbereitschaft ist damit in hohem Maße vorhanden, allerdings wird die Initiative der türkeistämmigen Aktiven abgewartet. Um konkrete gemeinsame Projekte zu realisieren, bedarf es zudem eines längeren zeitlichen Vorlaufs für die Projektentwicklung einschließlich Finanzierung (vgl. 3).

Dieses Bild spiegelte sich auch bei Gesprächen mit dem NABU und Greenpeace, die ebenfalls ein sehr hohes Interesse an konkreter Zusammenarbeit bei der Umsetzung von Projekten und Kampagnen signalisierten.

Eine sehr intensive Zusammenarbeit erfolgte im Rahmen des Projektes mit dem Deutschen Naturschutzring, insbesondere hinsichtlich seiner Projekte zur Stärkung des ehrenamtlichen Engagements im Naturschutz sowie zur interkulturellen Öffnung der Naturschutzverbände. So fand die geplante Zwischentagung für Umwelt- und Migrantenselbstorganisationen im Rahmen der DNR-Tagung „Freiwillige für den Naturschutz – Generationenübergreifend und

interkulturell unverzichtbar“ am 27./28. Juni 2011 in Potsdam statt (Arbeitsgruppe: „Ehrenamtlicher Natur- und Umweltschutz kennt keine Sprache – Interkulturelle Öffnung als Herausforderung der Naturschutzverbände“). Daran nahmen auch 20 UmweltbotschafterInnen des DBU-Projektes teil. Trotz der grundsätzlichen Offenheit der TeilnehmerInnen von Seiten der Umweltverbände zeigte sich jedoch erheblicher Handlungsbedarf hinsichtlich interkultureller Kompetenzen innerhalb der Umweltszene. Dies bestätigte sich auch bei der Vorstellung und Diskussion des Projektes beim Deutschen Naturschutztag 2012 in Erfurt. Offen für eine Zusammenarbeit zur Aktivierung und Information von Menschen mit Migrationshintergrund zeigten sich vor allem UmweltschützerInnen mit Erfahrung in der Umweltbildung und –beratung. Umweltschützer mit anderem inhaltlichen Fokus hatten tendenziell mehr das Interesse, die möglichen Aktiven in ihre bestehenden Aktionsfelder einzubinden.

Ebenso positiv wie bei den Umweltverbänden war die Resonanz innerhalb der Mitgliedsverbände der TGD, den Kooperationspartnern der TEMA-Stiftung sowie weiteren türkischsprachigen Vereinen auf regionaler Ebene - insbesondere hinsichtlich gemeinsamer Veranstaltungen zu Umweltbildung und Verbraucherinformation sowie der Integration von Umweltthemen in laufende Projekte (z.B. Lotsenprojekte). Sehr positiv wirkte sich die Unterstützung des Projektes durch die türkischen Generalkonsulate in den beteiligten Großstädten aus, indem diese zum einen die Migrantenselbstorganisationen zur Vorstellung des Projektes einluden, zum anderen die Durchführung der türkischen Umwelttage organisatorisch und ideell unterstützten. An den Türkischen Umwelttagen in Berlin, Köln, Düsseldorf, Hamburg, Stuttgart, München und Mannheim beteiligten sich jeweils mehr als 10 regionale Kooperationspartner. Entscheidend waren die regionalen Netzwerke für die Werbung der UmweltbotschafterInnen, zahlreiche der TeilnehmerInnen an den Schulungen waren und sind in den regionalen MSOs aktiv. Diese Netzwerkstrukturen der MSO einschließlich des Kontaktes zu religiösen Institutionen (Moscheen, Alevitische Gemeinde) konnten die UmweltbotschafterInnen für die Durchführung eigener Infoveranstaltung nutzen (zu regionalen Aktivitäten insgesamt 2.3). Da die MSO mit eigenen Projekten insbesondere im Bereich Integration, Bildung und Einzelberatung aktiv sind, bieten sich hier gute Möglichkeiten für die Integration von Umweltthemen in laufende Beratungs- und Bildungsprojekte.

Eine Zusammenarbeit zwischen den Umweltverbänden und den MSO findet sowohl auf nationaler wie auch auf regionaler Ebene – von einzelnen persönlichen Kontakten der Funktionäre – primär vermittelt durch die Yeşil Çember-Gruppen statt. Von deren

Weiterentwicklung hängen die weitere Zusammenarbeit und die Möglichkeit gemeinsamer Projekte und Aktionen ab. Zudem stellen die zweisprachigen Aktiven den zentralen Rekrutierungspool für ProjektmitarbeiterInnen für zukünftige Gemeinschaftsprojekte.

2.3.1 Weitere Kooperationspartner

Das DBU-Projekt war bis zum 31.12.2010 eng verknüpft mit der türkischsprachigen Heizspiegelkampagne der co2online GmbH. Im Rahmen der Kampagne wurden unter Beteiligung des BUND und der TGD sowie der türkischen Generalkonsulate und zahlreicher anderer Migrantenvereine über 50 Informationsveranstaltungen in Berlin und in anderen Städten durchgeführt, mit denen über tausend Menschen erreicht worden sind. Die Zahl der angeforderten türkischen Heizgutachten lag ca. bei 1250. Außerdem wurden mit Hürriyet und Metropol FM Medienpartnerschaften geschlossen, die diese Kampagne unterstützen.

Weiterer Kooperationspartner war die Alevitische Gemeinde in Köln, die im Oktober ein vom UBA gefördertes Projekt gestartet hat, bei dem im Rahmen einer Machbarkeitsstudie drei 15-20-minütige Filme über verschiedene Umweltthemen (u. a. Energiesparen, Wassersparen, Mülltrennung, Schadstoffe im Alltag) gedreht wurden. Der Film über „Schadstoffe im Alltag“ wurde maßgeblich von Gülcan Nitsch konzipiert und bis zum Schnitt begleitet. Diese Filme wurden im Alevitischen Fernsehsender YOL TV. Zudem informierte die Alevitische Gemeinde ihre bundesweit 130 Gemeinden zum Thema Umwelt.

Für den WECF (Women in Europe for a Common Future) wurden für dessen Projekt „Umweltgerechtigkeit – von Geburt an“ Informationsflyer über „Ökologisch Putzen“ sowie „Schimmelpilze“ u. a. auf Türkisch und Deutsch erstellt.

Am 14.09.10 fand gemeinsam mit dem Türkisch-Deutschen-Zentrum ein Pressegespräch zu der Anti-Atom-Demonstration in Berlin statt. Zu diesem Anlass wurde die Broschüre der Kampagne „Atomausstieg selber machen“ ins Türkische übersetzt und berlinweit verteilt.

In Kooperation mit dem Umweltbundesamt, dem Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) hat die TGD im Oktober 2011 vor den Gefahren eines gesundheitsgefährdenden, salpetersäurehaltigen Reinigungsmittels gewarnt, das vor allem in türkischen Supermärkten in Deutschland geführt wird (PorÇöz). Es wurden türkisch- und deutschsprachige Informationsblätter verteilt und per E-Mail über die Verteiler der TGD und des Projektes verschickt. Über die gemeinsame Pressekonferenz berichteten zahlreiche türkische Medien.

Ferner wurde mit dem Türkisch-Deutschen Unternehmerverband (TDU) eine Zusammenarbeit vereinbart. Seit Januar 2011 werden spezifisch auf die Zielgruppe abgestimmte Artikel zum Thema Umwelt in der Verbandzeitschrift veröffentlicht. Zudem

erhielten einige TDU-Mitglieder Erstberatungen zum Thema umweltfreundliche Unternehmensberatung. Zudem wurde mit der Türkisch-Deutschen IHK eine Kooperation vereinbart. Mit beiden Verbänden war geplant, gemeinsame regionale Projekte zum Thema „Umweltberatung für kleine und mittlere Unternehmen“ zu entwickeln. Aufgrund knapper Personalkapazitäten erfolgte eine erfolgreiche Antragsstellung durch die TEMA-Stiftung beim Umweltbundesamt erst für das Jahr 2013, durch den BUND Berlin e.V. und die Yeşil Çember gGmbH die Entwicklung eines Antrages für das Jahr 2014.

2.3.2 Zusammenarbeit mit Verbänden in der Türkei

Nachdem im Rahmen der Städtepartnerschaft Berlin – Istanbul im Oktober 2009 auf Einladung des BUND Berlin ein erstes Treffen mit türkischen Umweltorganisationen in Berlin stattfand, statteten Gülcan Nitsch und Öykü Kaygusuz gemeinsam mit der Berliner Umweltsenatorin Katrin Lompscher vom 30.10. bis 03.11.10 den Umweltverbänden in Istanbul einen Gegenbesuch ab. Zudem stellte Gülcan Nitsch das Projekt im März 2011 bei einer Türkeireise dem türkischen Umweltministerium sowie mehreren türkische Umweltverbände in Ankara und Istanbul vor. Ebenso erfolgten mehrere Präsentationen von Handan Anapa bei der TEMA-Stiftung in der Türkei sowie bei internationalen Umweltkonferenzen. Insgesamt konnte sowohl zum Türkischen Umweltministerium als auch zu den 15 relevantesten türkischen Umweltverbänden und –initiativen ein intensiver Kontakt aufgebaut werden. Dieser wurde nicht nur für den Austausch von Materialien genutzt, sondern auch für eine persönliche Einbindung türkischer Umweltschützer in die Arbeit in Deutschland. So war festzustellen, dass die Einladung von Referentinnen und Referenten aus der Türkei bei türkischen Umwelttagen in Deutschland sehr stark zur Attraktivität der Veranstaltungen, dem Interesse der Medien und der Motivation der TeilnehmerInnen beitrugen.

2.4 Ausbildung der UmweltbotschafterInnen und regionale Umsetzung des Projektes

2.4.1 Aufgabe der UmweltbotschafterInnen

Kern des Projektes war die Gewinnung, Schulung und individuelle Betreuung von mindestens 40 UmweltbotschafterInnen, um damit die Grundlage für Vor-Ort-Aktivitäten in mindestens acht Großstädten zu schaffen. Dazu sollten gezielt zweisprachige Umweltaktive und –interessierte Mitglieder von Umwelt- und Migrantenselbstorganisationen, StudentInnen und MitarbeiterInnen in Bildungseinrichtungen sowie ehren- und hauptamtliche MitarbeiterInnen der Migrantenselbstorganisationen aktiviert und geschult werden.

Die UmweltbotschafterInnen sollten vor Ort in Zusammenarbeit mit den regionalen Kooperationspartnern die im Folgenden dargestellten Aufgaben übernehmen:

- Gründung und Etablierung lokaler Netzwerke mit MigrantInnen- und Umweltverbänden.
- Durchführung zielgruppenspezifischer Umweltberatungsangebote und -aktionen für Vereine, Quartiers- und Nachbarschaftszentren, Elternvereine, Moscheen, „Müttertreffen“ etc. (insgesamt mindestens 100 Veranstaltungen).
- Schulung und fachliche Betreuung von MitarbeiterInnen in Beschäftigungs- und Qualifizierungsmaßnahmen, die insbesondere für die aufsuchende Beratung von Haushalten eingesetzt werden (Kiezlotsen, Stadtteilmütter, Bildungslotsen etc.). Zudem sollten im Rahmen derartiger Projekte auch Energiespar- und Umweltlotsen in Kooperation mit interessierten Projektträgern für die Erstberatung von Haushalten ausgebildet werden (insgesamt mindestens 300 LotsInnen mit teilweise nicht-türkischem Migrationshintergrund).

2.4.2 Aktivierung der UmweltbotschafterInnen

Die Aktivierung der UmweltbotschafterInnen erfolgte primär über die regionalen Kooperationspartner (insbesondere Migrantenselbstorganisationen wie die Mitgliedsverbände der TGD), die Werbung über die türkischen Generalkonsulate und Informationsveranstaltungen. Die InteressentInnen wiesen hinsichtlich Alter, Bildungsstand, berufliche Tätigkeit, Sprachkenntnisse, umweltbezogene Kenntnisse und Umweltaktivitäten eine relativ hohe Heterogenität auf. Insgesamt konnten statt der 40 geplanten MultiplikatorInnen bis Ende 2012 insgesamt 85 für die Teilnahme an den Schulungen aktiviert werden. Diese verteilten sich wie folgt auf die einzelnen Standorte: Berlin: 12, Köln: 18, Düsseldorf: 10, München: 8, Stuttgart: 12, Mannheim: 9, Hamburg: 12, Kiel: 4 (gemeinsam mit Hamburg).

Von den im Rahmen der wissenschaftlichen Evaluation begleiteten 60 TeilnehmerInnen waren 50 Frauen und 10 Männer, von letzteren gehören allein 5 zur Stuttgarter Gruppe. Die TeilnehmerInnen waren zwischen 21 und 57 Jahre alt, wobei das Mittelfeld zwischen 32 und 47 am stärksten vertreten war (etwa drei Viertel aller Teilnehmenden). Die meisten von ihnen verfügen über eine Berufsausbildung, Hochschulabsolventen und Studierende stellten etwa die Hälfte aller Teilnehmenden (vgl. Evaluationsbericht, S. 6 f.). Einige von ihnen hatten bei den regionalen Kooperationspartnern eine Multiplikatorenfunktionen inne und waren zum Zeitpunkt der Schulung als Kiezlotsen, Stadtteilmutter, Bildungsbotschafter oder Elternberater tätig oder ehrenamtlich in den Vereinen aktiv.

Ihre Hauptmotive für eine Teilnahme an den Schulungen waren (vgl. Evaluationsbericht, S. 7):

- Interesse an Umweltengagement,
- Interesse an Multiplikatorenarbeit,
- Interesse, Experte zu werden und das Zertifikat zu erwerben,
- Interesse, als Umweltbotschafter Geld zu verdienen.

2.4.3 Schulung der UmweltbotschafterInnen

Für die UmweltbotschafterInnen sollten im Rahmen des Projektes jeweils zwei zentrale Schulungen á vier Tage (mit jeweils 10-12 TeilnehmerInnen) durchgeführt werden. Dieser Ansatz ließ sich jedoch so nicht realisieren. Die UmweltbotschafterInnen präferierten Schulungen vor Ort, die Bereitschaft für eine Teilnahme an bundesweiten Schulungsterminen war dagegen äußerst gering. Da zudem die gemeinsame Schulung der Aktiven einer Region die für die Entwicklung gemeinsamer Aktivitäten notwendige Gruppendynamik sicherte und eine bessere Einbindung lokaler Kooperationspartner ermöglichte, erfolgte eine Umstellung der Schulungen auf Vor-Ort-Seminare. Dies erhöhte jedoch gleichermaßen den Arbeitsaufwand für die Projektleitung und führte zu einer erheblichen Verzögerung der geplanten Maßnahmen, da nach den Schulungen auch das Coaching der TeilnehmerInnen abgesichert werden mussten (s. dazu 3.3.4). Daher konnten die einzelnen Städte nur der Reihe nach abgearbeitet werden, was sich bis Anfang 2013 (Schulung in Hamburg) hinzog.

Zudem mussten die Dauer der Schulungen und ihre zeitliche Organisation im Lauf ihrer mehrmaligen Durchführung geändert und angepasst werden. Dies war auch bedingt durch die jeweils unterschiedlichen Bedingungen vor Ort sowie die Heterogenität der TeilnehmerInnen. Von 50 Stunden (erste Durchführung in Berlin) wurde die Dauer auf 30 Stunden komprimiert. Die zeitlichen Intervalle – in der Regel mussten die Kurse an den Wochenenden stattfinden – wurden schließlich so gewählt, dass nicht mehr als 4 Wochen und mindestens 2 Wochen zwischen den Schulungstagen lagen.

Ebenfalls aufgrund der Erfahrungen bei der Durchführung der Schulungen sowie der Empfehlungen des Projektbeirates wurde das inhaltliche Schulungskonzept deutlich überarbeitet. In der Ursprungskonzeption setzte es sehr stark auf die Vermittlung von Inhalten sowie die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen wie Präsentationstechniken, Projektentwicklung und Moderation von Gruppen. Aufgrund der individuellen Bedürfnisse der TeilnehmerInnen und der Stärkung ihrer Handlungsmotivation wurde im Verlauf der

Schulungen stärker Wert auf „Empowerment“ und praktische Handlungsrelevanz gelegt. Die Themen Nachhaltiger Konsum, Klimaschutz und Energie sparen, Giftige Schadstoffe im Alltag sowie Abfallvermeidung und Abfalltrennung wurden insbesondere auf persönliche Verhaltensänderungen zugeschnitten. Mit wiederholter Durchführung der Kurse wurden der Einsatz relativer abstrakter und frontaler Schulungselemente wie Powerpoint-Präsentationen oder Vorträge zu Gunsten von Rollenspielen, kreativer Arbeit und den Einsatz filmischer Mittel reduziert. Zu Gute kam dem angepassten Konzept, dass zwischen den einzelnen Schulungseinheiten mindestens zwei Wochen lagen, womit die TeilnehmerInnen im Selbststudium selbst Inhalte vertiefen und Handlungsansätze wie z.B. Beratung im Freundes- und Bekanntenkreis sowie kleine Infoveranstaltungen durchführen konnten. Ebenso konnten dadurch die ReferentInnen das Schulungskonzept konkreter auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden anpassen.

Das weiterentwickelte Schulungskonzept wies damit eine hohe Handlungsorientierung aus (vgl. Evaluationsbericht, S. 13). Praktische Möglichkeiten für umwelt- und klimaschonendes Verhalten in wichtigen Lebensbereichen wurden nicht nur diskutiert, sondern auch praktisch durchgespielt (z.B. Kauf biologisch angebaute Baumwolle, Wechsel des Stromanbieters, umwelt- und gesundheitsverträgliche Reinigungsmittel).

Abgeschlossen wurde die Schulung mit einer kurzen Prüfung und einer Zertifikatsverleihung an die UmweltbotschafterInnen. Diese erfolgte in den meisten Fällen im Rahmen der vor Ort organisierten Türkischen Umwelttage und damit in Anwesenheit und zum Teil unter Beteiligung anwesender politischer Funktionsträger (Minister und Bürgermeister) sowie der türkischen Generalkonsuln. Die öffentliche Verleihung stärkte nicht nur das Selbstvertrauen und die Selbstwahrnehmung der UmweltbotschafterInnen, sondern auch ihre Motivation für weiteres ehrenamtliches Engagement. Insofern ist die Möglichkeit des Zertifikatserwerbes ein zentrales Moment der Aktivierung von weiteren UmweltbotschafterInnen.

Nach Einschätzung der wissenschaftlichen Evaluation hatten die Schulungen im Vergleich zu anderen Bildungsangeboten mit persönlichkeitsbildendem Ansatz bei einem vergleichsweise geringen zeitlichen Umfang einen beachtlichen Wirkungsumfang (vgl. auch im Folgenden Evaluationsbericht, S. 52 f.).

Eine der wichtigsten Wirkungen der Schulungen bestand demnach in der Schaffung einer hohen Motivation und Handlungsbereitschaft bei den Teilnehmenden. Dafür waren vor allem folgende Faktoren konzeptionell verantwortlich:

- Kompetenzerfahrung, ermöglicht durch praktisches Wissen und umfassendes Handlungsangebot der Schulung,

- Anschluss an Werte durch Verknüpfung des Umwelt- und Klimaschutzes mit bedeutenden Wertvorstellungen der Zielgruppe,
- Soziale Wertschätzung durch Akzeptanz und Wertschätzung (persönlich, aber auch durch die Zertifikate),
- Selbstkonzept und Gruppenidentität durch das Entstehen eines Wir-Gefühls,
- Vorbildwirkung

2.4.4 Betreuung der UmweltbotschafterInnen

Die weitere Einbindung der UmweltbotschafterInnen erfolgte durch die Gründung von Yeşil Çember-Gruppen in den Projektstädten sowie ein intensives Coaching durch das Projektteam sowie insbesondere die Kursleiterinnen. Damit wurden die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass die UmweltbotschafterInnen alleine oder gemeinsam mit der Gruppe eigene Aktivitäten entwickeln und umsetzen konnten. Der zeitliche und organisatorische Aufwand für die Betreuung war jedoch sehr viel größer als vorgesehen, teilweise mussten zusätzliche individuelle Kommunikationstrainings durchgeführt oder Sekundärtechniken wie Umgang mit Internet, PC und Präsentationstechniken vermittelt werden.

Als Schwerpunkt der Arbeit der UmweltbotschafterInnen war ursprünglich vorgesehen, dass sie vorrangig Umweltberatungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit Migrantenvereinen, Quartiers- und Nachbarschaftszentren durchführen (s. 2.3.5). Insgesamt war das vorrangige Aktionsfeld der UmweltbotschafterInnen jedoch zunächst ihr persönliches soziales Umfeld: die Familie, der Freundes- und Bekanntenkreis, die Nachbarschaft, die Arbeitskollegen, die Schule der Kinder.

Knapp die Hälfte der UmweltbotschafterInnen engagieren sich weiterhin in den neu gegründeten Yeşil Çember-Gruppen, deren Aktivitäten sich entsprechend des knappen ehrenamtlichen Zeitbudgets unterschiedlich entwickeln. Die nicht in den Yeşil Çember-Gruppen aktiven UmweltbotschafterInnen sind zum größten Teil in den regionalen MSOs und religiösen Einrichtungen aktiv, in denen sie bereits vorher engagiert waren, und bringen in die Arbeit dieser Institutionen Umweltthemen ein.

Die regionalen Kooperationspartner sowohl von Seiten der Umweltverbände (insbesondere des BUND) und der MSO konnten nur teilweise eine aktive Begleitung der UmweltbotschafterInnen und der Yeşil Çember-Gruppen übernehmen, hier überschätzte die Projektkonzeption deren Möglichkeiten deutlich. Die stärkste Unterstützung erfolgte hinsichtlich organisatorischer Fragen (z.B. Räume, Kopierer), der Verteilung von

Informationen und der Mithilfe bei der Veranstaltung von Türkischen Umwelttagen. Durch die jeweiligen BUND-Gruppen wurden zudem teilweise ein kleines Budget für eigene Aktivitäten bereitgestellt oder die Erschließung zusätzlicher Finanzmittel unterstützt (insbesondere Berlin, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg). Hinsichtlich der persönlichen Betreuung waren und sind die UmweltbotschafterInnen jedoch insbesondere auf die zentralen Ansprechpartner orientiert (s. dazu 3).

2.4.5 Umsetzung des Projektes auf regionaler Ebene

Berlin

Die Schulung der UmweltbotschafterInnen und deren Aktivitäten in Berlin setzten auf der bereits laufenden Arbeit der Yeşil Çember-Gruppe in Berlin auf. Die Schulung fand von September bis November 2010 mit insgesamt 12 TeilnehmerInnen statt. Die geschulten UmweltbotschafterInnen sind weiterhin größtenteils aktiv, zusätzlich sind weitere 12 Ehrenamtlich in der Yeşil Çember-Gruppe engagiert. Mit Unterstützung des Projektes wurde von ihnen eine Vielzahl von Aktivitäten durchgeführt:

Der 4. Türkische Umwelttag fand am 12.6.2010 in Zusammenarbeit mit dem Türkischen Generalkonsulat in Berlin sowie zahlreichen türkischen Organisationen statt und erzielte mit ca. 200 TeilnehmerInnen und einer breiten Berichterstattung in den Medien eine außerordentlich gute Resonanz. Schwerpunkt war das Thema Abfall. Finanziert wurde diese Veranstaltung hauptsächlich von der Stiftung Naturschutz Berlin.

Ebenso erfolgreich und sehr medienwirksam war der 5. Türkische Umwelttag am 28.5.2011 mit dem Schwerpunkt Energie und Klima mit ebenfalls über 200 TeilnehmerInnen und über 20 Kooperationspartnern. Im zweiten Teil des Umwelttags wurden Workshops mit 7 Thementischen angeboten, deren Ergebnisse anschließend im Plenum vorgestellt wurden. Dieses Angebot wurde mit 70 Teilnehmenden sehr gut angenommen.

Der 6. Türkische Umwelttag fand am 28.9.2012 wieder unter der Schirmherrschaft des Generalkonsuls statt. Schwerpunkt der Veranstaltung lag auf „Nachhaltiger Konsum“ und der Information darüber, wie durch bewusstes Verhalten der persönliche CO₂-Fußabdruck reduziert werden kann.

Zudem wurden im Projektverlauf von den UmweltbotschafterInnen über 100 Informationsveranstaltungen in türkischen bzw. deutschen Organisationen und Treffpunkten durchgeführt. Hierzu zählen unter anderem Moscheen, Schulen, Kiezcafes und Stadtteilzentren. Eine Umweltbotschafterin, die als Lehrerin arbeitet, schulte z.B. 14 Mütter zu Umweltlotsen. Zudem waren die UmweltbotschafterInnen mit Infoständen bei diversen

Infoveranstaltungen vertreten, so z.B. beim Türkischen Kinderfest vom 23. bis 25.4.2011, beim Karneval der Kulturen vom 10. bis 13.6.2011, der Messe des Türkisch-Deutschen Unternehmerverbandes in Berlin sowie mehrfach bei lokalen Festen und dem Türkischen Markt am Maybachufer.

Von der Gruppe wurden zudem ein ökologisches Kochbuch, ein türkisch-deutsches Umwelt-Wörterbuches, verschiedene Postkarten und Infos zum Thema „Tipps für Eltern“, „Wenn mein Kind mit der Schule beginnt“, „Öko-Umzug“ entwickelt. Zudem startete die Gruppe eine kleine Kampagne zum Thema „umweltfreundlichen Heiraten“. Im Rahmen eines vom Quartiersmanagement am Wassertorplatz finanzierten Projektes wurden zudem verschiedene Umweltspiele entwickelt und ausprobiert.

Im Rahmen der Kooperationen zur Durchführung des Kinderfestes vom 23.-25.4.2011 konnte zudem erreicht werden, dass alle Materialien (Plakate, Broschüren) auf Recyclingpapier und mit umweltverträglichen Farben von einer türkischen Druckerei gedruckt wurden. Die türkische Druckerei wurde dazu umfassend zu den Themen Energie und Abfall beraten und erhielt für ihre Umstellung auf umweltverträglichere Produktionsmethoden eine Auszeichnung.

Nordrhein-Westfalen

Der BUND Nordrhein-Westfalen gründete im Februar gemeinsam mit der TEMA Stiftung mit über 20 Teilnehmern den türkischsprachigen Arbeitskreis des BUND NRW, Yeşil Çember NRW. Zudem wurde mit Vertretern von BUND NRW, TEMA-Stiftung, Zentrum für Türkeistudien, Wuppertal Institut, der Alevitischen Gemeinde, DITIB, AK Grüne Mosleme sowie von lokal verankerten MSOs am 7.10.2010 ein deutsch-türkischen Umweltnetzwerkes in NRW gegründet.

Die Ende November 2010 gestartete und im Februar 2011 abgeschlossene Schulung wurde von insgesamt 18 UmweltbotschafterInnen aus ganz Nordrhein-Westfalen absolviert. Davon sind aufgrund der Entfernungen nur einige weiterhin in der Yeşil Çember Gruppe aktiv, weitere in anderen MSO. Drei der UmweltbotschafterInnen führten mit Unterstützung des Projektteams Anfang 2012 eine weitere Schulung für 10 neue UmweltbotschafterInnen in Düsseldorf durch.

Der erste Türkische Umwelttag fand am 3.4.2011 in Köln mit über 100 TeilnehmerInnen unter Schirmherrschaft des türkischen Generalkonsuls und in Kooperation mit 15 Verbänden zum Thema Energie statt. Neben einer breiten Medienberichterstattung über den Umwelttag ist insbesondere erwähnenswert, dass das WDR Funkhaus Europa im türkischsprachigen

Radioprogramm "Café Alaturka" die Veranstaltung mit mehreren Liveübertragungen begleitet hat. Als Ko-Finanzier konnte die Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen gewonnen werden. Im Anschluss daran wurde ein Erfahrungsaustausch der Kölner und Berliner Umweltbotschaftern durchgeführt.

Der zweite Türkische Umwelttag wurde am 3.11.2012 ebenfalls mit über 100 TeilnehmerInnen durchgeführt und durch den Umweltminister von Nordrhein-Westfalen eröffnet.

Zusätzlich starteten die UmweltbotschafterInnen eigenständig über 50 Infoveranstaltungen in türkischen Vereinen und Moscheen zu den Themen Energiesparen sowie Gesundheit sowie Einzelberatungen von Familienmitgliedern, Nachbarn und Freunden und erreichten damit über 1.500 Menschen. Darüber hinaus waren sie mehrfach mit Infoständen bei Veranstaltungen vertreten. Eine der Umweltbotschafterinnen bietet als Stadtteilmutter in einer Außenstelle des Kölner Umweltamtes einmal pro Woche Beratungen in türkischer Sprache an. Zusätzlich fanden mehrere Vorträge durch die TEMA-Stiftung und eine Umweltbotschafterin in der VHS Köln statt.

Gemeinsam mit der Verbraucherzentrale NRW wurden zweisprachige Materialien zu Batterieentsorgung, Wasserverbrauch, Wasch- und Putzmittel erstellt und Beratungsangebote in türkischer Sprache angeboten (insbesondere Privathaushalte). In diesem Projekt fanden auch mehrere Beratungen für Privathaushalte zu umweltrelevanten Themen für den Alltag, wie Energie sparen, nachhaltiger Konsum, Klimaschutz durch richtige Lebensmittelwahl, Mobilität statt.

Zudem wurde das DBU-Projekt bei den Ministerien für Umwelt, Bildung sowie Integration, bei der Evangelischen Akademie Schwerte, der Natur- und Umweltschutz-Akademie NRW, der Heinrich-Böll-Stiftung, der Mercator-Stiftung, der Verbraucherzentrale NRW und bei weiteren Akteuren im Bildungs- und Umweltbereich vorgestellt. Die TEMA-Stiftung übernahm zudem die Leitung der Projektgruppe "Interkulturelle Kompetenz" des Forums Aktion Zukunft Lernen, welches von der Landesregierung Nordrhein-Westfalen gemeinsam mit dem Ministerium für Umwelt und Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, dem Ministerium für Schule und Weiterbildung und dem Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen und der Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen zur Unterstützung der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung (2005-2014) eingerichtet wurde.

Darüber hinaus entwickelte die TEMA-Stiftung gemeinsam mit der TD-IHK (Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer) und der TDU Köln (Türkisch-Deutsche

Unternehmervereinigung) ein Projekt zu Umweltberatungen für kleine und mittlere Unternehmen, welches seit 2013 vom Umweltbundesamt gefördert wird.

Baden-Württemberg

In Stuttgart fand – nach mehreren Vorgesprächen - die erste gemeinsame Infoveranstaltung mit türkischen Vereinen und Medien am 14.09.11 in der Türkischen Gemeinde statt. Die Schulung der UmweltbotschafterInnen erfolgte von Oktober 2011 bis Februar 2012 mit 12 TeilnehmerInnen. Von diesen sind die Hälfte in der im Februar 2012 gegründeten Yeşil Çember-Gruppe aktiv, zusätzlich konnten sie weitere 10 Ehrenamtliche für die Mitarbeit gewinnen. Die restlichen UmweltbotschafterInnen engagieren sich zum größten Teil in lokalen MSO.

Der erste türkische Umwelttag in Stuttgart fand am 11.11.2011 mit mehr als 100 TeilnehmerInnen statt. Die Zertifikatsverleihung an die UmweltbotschafterInnen erfolgte am 14.2.2012 gemeinsam dem Umwelt- und dem Integrationsministerium. Der zweite türkische Umwelttag am 10.11.2012 wurde vom Umweltministerium Baden-Württemberg finanziert und fand mit insgesamt 12 Kooperationspartnern und knapp 80 TeilnehmerInnen statt.

Die UmweltbotschafterInnen selbst führten mehr als 15 Veranstaltungen durch, mit denen ca. 300 Menschen erreicht wurden. Besonders erfolgreich verlief zudem im Februar 2012 eine Aktion gegen Plastiktüten, über die neben türkischen Medien auch der Südwestrundfunk berichtete. Zudem war die Gruppe mit mehreren Infoständen auf Festen und Veranstaltungen vertreten.

In Mannheim erfolgte die Gründung von Yeşil Çember im November 2012 nach Abschluss der Schulung von insgesamt neun UmweltbotschafterInnen. Diese sind weiterhin aktiv und führten seitdem acht Veranstaltungen mit ca. 100 Menschen durch. Hinzukommen Einzelberatungen im persönlichen Umfeld sowie – als erfolgreiches Aktionselement - mehrere private Teepartys. Der erste Türkische Umwelttag fand am 1.3.2013 mit Begrüßung durch den Bürgermeister und den Generalkonsul zum Thema Nachhaltiger Konsum statt. Dieser wurde gemeinsam mit der Stadt Mannheim und zwölf Kooperationspartner organisiert und erreichte ca. 150 TeilnehmerInnen.

Bayern

In Bayern wird das Projekt vom Bund Naturschutz in Bayern (Landesverband des BUND) getragen. Den türkischen Verbänden wurde das Projekt jeweils auf Einladung der türkischen Generalkonsulate in München und Nürnberg im Januar 2011 vorgestellt. In München konnten dabei insgesamt acht UmweltbotschafterInnen gewonnen werden, die an der im Juni 2011

gestarteten Schulung teilnahmen. Von diesen sind innerhalb der im Oktober 2011 gegründeten Yeşil Çember-Gruppe nur noch wenige aktiv, jedoch konnten ca. fünf weitere Ehrenamtliche gewonnen werden.

Nach einer Infoveranstaltung für Vereinsvertreter am 17.09.2011 mit breiter Medienresonanz fand der erste Türkische Umwelttag am 4.12.2011 unter der Schirmherrschaft des Türkischen Generalkonsuls mit ca. 10 Kooperationspartnern und über 100 TeilnehmerInnen statt.

Durch die UmweltbotschafterInnen wurden bis Ende 2012 zudem insgesamt über 30 Infoveranstaltungen in Mitgliedsverbänden der Türkischen Gemeinde, der Alvetischen Gemeinde und Moscheen durchgeführt, mit denen ca. 600-700 Menschen erreicht wurde. Zudem erfolgten durch sie zahlreiche Einzelberatungen.

In Nürnberg erfolgte am 4.5.2011 die Schulung des Personals des türkischen Konsulats zu Umweltthemen. Eine eigenständige Schulung für UmweltbotschafterInnen konnte jedoch aus terminlichen Gründen nicht durchgeführt werden.

Hamburg und Kiel

Mit der Türkischen Gemeinde in Hamburg fand im Oktober 2009 eine erste gemeinsame Informationsveranstaltung mit über 80 TeilnehmerInnen zum Thema Energie und Klima statt. Im Februar 2011 wurde in Kiel zudem eine Halbtagsveranstaltung in der Türkischen Gemeinde Schleswig-Holstein mit ca. 50 Mitgliedern durchgeführt.

Ferner nahm das Projektteam an weiteren Infoveranstaltungen teil, Hamburg wurde zudem 2012 Projektort für das Fahrradprojekt der TGD und des BUND Berlin (insgesamt ca. 30 Infoveranstaltungen durch FahrradbotschafterInnen). Die Schulungen der UmweltbotschafterInnen konnten jedoch erst Anfang 2013 mit finanzieller Unterstützung und wissenschaftlicher Begleitung des Forschungsprojektes EMIGMA der FH Dortmund durchgeführt werden. Daran nahmen zwölf TeilnehmerInnen aus Hamburg und vier aus Kiel teil. Die Zertifikatsverleihung erfolgte am 15.5.2013 gemeinsam mit dem Generalkonsul und einer Vertreterin der Umweltsenatorin. Von den UmweltbotschafterInnen arbeiten fast alle in den Yeşil Çember Gruppen in Hamburg und Kiel mit.

In Kooperation mit insgesamt ca. sechs Partnern führten sie bisher über 15 Veranstaltungen mit über 300 TeilnehmerInnen durch, zusätzlich fanden zahlreiche Einzelberatungen im sozialen Umfeld statt. Mit einem Stand auf dem türkischen Kinderfest am 28.4.2013 präsentierte sich die Hamburger Gruppe der breiten Öffentlichkeit.

Weitere Großstädte

Weitere Veranstaltungen zur Vorstellung des Projektes sowie Infoveranstaltungen zu Umweltthemen fanden in Hessen (Frankfurt und Darmstadt), Hannover und Bremen statt. Trotz hohen Interesses potenzieller TeilnehmerInnen für die Schulungen konnten diese aufgrund der begrenzten Kapazitäten nicht durchgeführt werden. Die Durchführung von separaten Projekten in Hessen und Bremen scheiterte ferner an der Erschließung von zusätzlichen Finanzmitteln.

Ebenso gab es zahlreiche Kooperationsanfragen von diversen Gruppen, Verbänden und Bildungseinrichtungen aus Städten wie Freiburg, Heidelberg, Reutlingen, Kassel, Marburg, oder Regensburg. Diese konnten jedoch aufgrund begrenzter Personalressourcen nicht aktiv weiterverfolgt werden, da sowohl der Schulungs- als auch der anschließende Betreuungsbedarf nicht abgesichert werden konnten. Den Gruppen wurden jedoch die Infomaterialien des Projektes zur Verfügung gestellt und von diesen bei eigenen Veranstaltungen verwendet.

2.4.6 Ausbildung von LotsInnen und Stadtteilmüttern

Ein Teilaspekt des geplanten Aufgabenspektrums der ProjektmitarbeiterInnen sowie der UmweltbotschafterInnen war die Schulung und fachliche Betreuung von MitarbeiterInnen in Beschäftigungs- und Qualifizierungsmaßnahmen zu Umweltthemen, die insbesondere für die aufsuchende Beratung von Haushalten eingesetzt werden (Kiezlotsen, Stadtteilmütter, Bildungslotsen etc.). Ziel für die Ausbildung für die Erstberatung waren insgesamt mindestens 300 LotsInnen mit teilweise nicht-türkischem Migrationshintergrund. Dabei ging die Projektkonzeption davon aus, dass die Finanzierung für diese Angebote vor Ort sichergestellt werden kann (u.a. über die Budgets der Beschäftigungs- und Qualifizierungsprojekte, Informationskampagnen etc.).

Im Zuge des Projektes wurden von der Projektleitung und UmweltbotschafterInnen verschiedene Schulungen von LotsInnen und Stadtteilmüttern durchgeführt:

- Dezember 2009: 8 Frauen für die Türkische Gesellschaft e. V.
- April 2010: 24 LotsInnen für Bildung und Integration der TGD
- Februar-Mai 2010: 14 Mütter von Schülern der Paul-Simmel-Grundschule
- Jan-Mai 2010: 8 Mütter und Väter von Schülern der Aziz-Nesin-Grundschule
- Jan-Mai 2010: 10 Mitglieder des Vereins Neue Perspektive.
- September 2012: 35 Stadtteilmütter zum Thema Umwelt in der VHS Köln

Zudem wurden im Rahmen des Projektes „Energiespar-Check“ des BUND Berlin im Jahr 2011 in Zusammenarbeit mit Trägern von Beschäftigungsprojekten insgesamt 30 Personen als Energiesparberater (5 Tage) geschult, von denen 14 einen Migrationshintergrund aufweisen. Für 34 TeilnehmerInnen wurden zudem drei jeweils zweitägige Kurzschulungen durchgeführt. Bei den Schulungen und den Aktivitäten der Energiesparberater, die insbesondere in Privathaushalten und an Infoständen eingesetzt werden, wurden die Materialien des DBU-Projektes mitverwendet (insb. zweisprachige Energiespar-Broschüre). Im Zuge des nachfolgenden Abfallberatungsprojektes erfolgten bis 29.2.2012 drei Schulungen mit insgesamt 43 Teilnehmenden aus Beschäftigungsprojekten.

Speziell für die Zielgruppe der Stadtteilmütter (aufsuchende Haushaltsberatung) wurde auf Basis der bisherigen Projekterfahrungen gemeinsam mit den beiden Projekten des BUND Berlin ein zwei- bis dreitägiges Schulungskonzept für Stadtteilmütter etc. entwickelt, für das zusätzliche Kooperationspartner gesucht wurden. Dies scheiterte jedoch daran, dass die meisten Stadtteilmütter-Projekte aufgrund von Kürzungen für die aktive Arbeitsmarktpolitik (ALGII-Maßnahmen, Öffentlicher Beschäftigungssektor) sowie der Städtebauförderung (Maßnahmen auf Stadtteilebene) um ihr Überleben kämpfen mussten. Insofern war eine Querfinanzierung aus diesen Projekten für die Durchführung der Schulungen nicht zu realisieren. Zudem zeigte sich, dass die notwendigen Absprachen für Konzeption und Durchführung aufgrund knapper zeitlicher Budgets nur bedingt durch die ProjektmitarbeiterInnen geleistet werden konnten. Insofern wurde dieser Projektbaustein – mit Ausnahme der o.g. Schulungen – zurückgestellt. Allerdings ist festzustellen, dass von diesen Projekten die im Rahmen des DBU-Projektes erstellten Informationsmaterialien stark nachgefragt werden.

Durch die verzögerte Aktivierung und Schulung der UmweltbotschafterInnen und deren teilweise Einbindung in regionale MSO ist ferner zu erwarten, dass die Umweltthemen in zukünftigen Beratungsprojekten der MSO stärker berücksichtigt werden. So werden UmweltbotschafterInnen zunehmend auch als ReferentInnen für Veranstaltungen, Infotreffen, Mieterberatung etc. angefragt.

2.5 Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

Um eine umfassende Ansprache der türkischsprachigen Community zu Klima- und Umweltthemen zu gewährleisten, sollte das Projekt durch eine breite Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und konkrete Kooperationen mit türkischsprachigen Medien und Organisationen begleitet werden.

Dazu sollte eine zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategie entwickelt werden, die neben den klassischen Informationsmedien insbesondere die direkte Ansprache durch Multiplikatoren vor Ort umfassen sollte. Als einzelne Maßnahmen waren in der ursprünglichen Projektkonzeption geplant:

- Erstellung von türkisch- bzw. zweisprachigen Informationsmaterialien (Flyer, Broschüren, ggf. Videos etc.), die für den Einsatz auf lokaler Ebene modifiziert werden können. Dazu sollten verbraucherorientierte Informationen ausgewertet, zielgruppengerecht aufbereitet und mit laufenden Kampagnen und Beratungsangeboten im Umweltbereich verknüpft werden (zunächst zu Klima&Energie, Abfall und Mobilität).
- Aufbau einer zweisprachigen Internetseite mit Informationen zu Klima-, Umwelt- und Naturschutz (Hintergrundinfos, Umwelttipps, Beratungsangebote), Aktionstipps für lokale Gruppen, ReferentInnenpool für Veranstaltungen etc.
- Eine gezielte Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sollte dazu beitragen, das Projekt breit bekannt zu machen, die türkeistämmige Bevölkerung gezielt über umweltrelevante Themen und Aktionen zu informieren und zweisprachige MultiplikatorInnen und Migrantenselbstorganisationen für die Beteiligung am Projekt zu gewinnen. Dazu war neben der regelmäßigen Pressearbeit zu einzelnen Projektschritten der Aufbau einer engen Kooperation mit den türkischsprachigen Medien in Deutschland vorgesehen (einschl. konkrete Medienpartnerschaften).

Ferner sollten anderer Akteure und Projekte im Umweltbereich bei der Entwicklung zielgruppenspezifischer Informations- sowie Bildungs- und Beratungsangebote einschließlich der Nutzung der internen und externen Kommunikationsnetzwerke der Migrantenselbstorganisationen unterstützt werden.

2.5.1 Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Kommunikationskonzeptes

Entsprechend der Projektplanung entwickelte das Projektteam in den ersten Monaten eine medienübergreifende Kommunikationsstrategie. Diese sollte als Grundlage für die Gestaltung der Infomaterialien, Poster, Schulungsmaterialien etc., den Aufbau des Internet-Auftrittes, die geplanten Medienkooperationen sowie die Durchführung von Teilkampagnen und lokalen Projekten dienen. Die Entwicklung dieser übergreifenden Kommunikationsstrategie war auch als Grundlage für die Entwicklung von Projekten mit weiteren Kooperationspartnern konzipiert, da die Umsetzung von einzelnen Themen-Kampagnen aus dem Budget des DBU-Projektes nur ansatzweise möglich war. Dazu wurden für die jeweiligen Bausteine konkrete Preiskalkulationen für die Vorbereitung von Projektanträgen und Kooperationen erstellt.

Bei der Erarbeitung und Weiterentwicklung der Strategie wurden folgende Erfolgsfaktoren für die zielgruppenspezifische Kommunikation identifiziert:

1. Aufklärung ohne Sprachbarrieren:

Die Angebote müssen barrierefrei sein und in der Muttersprache der Zielgruppe erfolgen. Seien es Informationsbroschüren, Veranstaltungen oder Beratungen, alles muss sprachlich verständlich sein. Zweisprachige Materialien sind insbesondere bei Broschüren sehr hilfreich und tragen zudem dazu bei, die Sprachkompetenz zu verbessern.

2. Richtige Ansprache:

Neben der Sprache spielt auch die Form der Ansprache eine sehr zentrale Rolle. Diese sollte niedrigschwellig, kulturspezifisch und nach Möglichkeit auf der persönlichen Ebene erfolgen. In der türkischsprachigen Community hat die emotionale Ansprache eine viel größere Bedeutung als in der deutschen Mehrheitsgesellschaft. Deshalb sind interaktiven Angebote erfolgreicher als frontale Vorträge, viele Bilder besser als lange Texte. Eine Begegnung auf gleicher Augenhöhe kann ein wichtiger Türöffner sein. Es gilt also, einen allgemeinverständlichen Überblick über das jeweilige Thema zu geben. Dazu zählen zum Beispiel eine einfache Wortwahl, Bildersprache sowie Storytelling.

3. Einbindung der Zielgruppe:

Die Lebenswirklichkeit der Menschen muss in der Aufklärungsarbeit berücksichtigt werden, um gezielt auf die Bedürfnisse eingehen zu können. Hier sollten Alltagsbeispiele einbracht werden, die besonders viel Neugierde erwecken. Beispielsweise können finanzielle Vorteile hervorgehoben werden sowie der Bezug zum Heimatland, und zur Religion hergestellt werden.

4. Mund-zu-Mund-Propaganda:

In der türkischen Kultur werden Informationen sehr schnell durch Weitererzählen verbreitet – genauso auch bei diesem Thema. Wenn eine Frau beginnt, statt eines gesundheitsgefährdenden Produktes eine umweltfreundliche Alternative zu benutzen, erzählt sie das Nachbarn und Bekannten. In kurzer Zeit sind viele Menschen darüber informiert. Dies funktioniert in der Regel besser als über schriftliche Informationsmaterialien.

5. Verantwortung – Empowerment – Verbrauchermacht:

Von großer Bedeutung ist das große Verantwortungsgefühl der Zielgruppe, die ihren Kindern eine lebenswerte Welt hinterlassen wollen. Wenn sie sich verantwortlich fühlen, dann ist auch das Bedürfnis, etwas zu verbessern, größer. Das daraus resultierende Engagement führt auch

bei vielen Menschen dazu, dass sie neue Fähigkeiten bei sich entdecken. Viele haben Freude daran, die Gesellschaft mit zu gestalten. Etwas Gutes getan zu haben, gibt vielen eine Zufriedenheit. Auch ihre eigene „Macht“ als Verbraucherinnen und Verbraucher wird vielen schnell bewusst.

Auf Grundlage dieser Eckpunkte, die hinsichtlich der mündlichen Kommunikationsstrategie auch in den Schulungen aufgegriffen wurden, sollte die Aufbereitung der Einzelthemen entsprechend der Mediennutzung der Zielgruppe jeweils medienübergreifend konzipiert werden:

- Infolyer mit hohem Bildanteil
- ein- und zweisprachige Infobooklets in verständlicher Sprache und konkreten Handlungshinweisen
- Hintergrundbroschüren, wobei diese jeweils in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern erstellt werden müssen
- Internet-Auftritt mit Mitmachaktionen, um so eine hohe Bindungswirkung zu erzielen.
- Videos zu den einzelnen Themen, die in das Internet-Angebot eingebunden, Medienpartnern zur Verfügung gestellt und bei Schulungen und Infoveranstaltungen eingesetzt werden.

Auf Grundlage der Kommunikationsstrategie des Projektes erfolgte eine Ansprache von möglichen Testimonials, damit diese mit ihrer „grünen Hand“ das Projekt medien- und öffentlichkeitswirksam unterstützen können.

2.5.2 Umsetzung der Kommunikationsstrategie und erstellte Infomaterialien

Die entwickelte Kommunikationsstrategie konnte insgesamt nur ansatzweise umgesetzt werden. Ursprünglich war geplant, für die Themen Klima&Energie, Abfall und Mobilität aufeinander abgestimmte Informationsmaterialien, Videos und interaktive Internet-Angebote zu erstellen, um damit gezielte Informationskampagnen durchzuführen. Dazu wäre allerdings – wie bereits im Projektantrag ausgeführt – die Erschließung zusätzlicher Finanzmittel erforderlich gewesen, da für eine Finanzierung aus Projektmitteln der Finanzrahmen zu eng war. Zudem setzt die Durchführung von Informationskampagnen in Verbindung mit zielgruppenspezifischen Angeboten vor Ort (hohe Bedeutung der persönlichen Kommunikation in der türkischsprachigen Community) das Vorhandensein der regionalen Strukturen und UmweltbotschafterInnen voraus. Der Aufbau der regionalen Strukturen verzögerte sich jedoch aus den bereits ausgeführten Gründen. Außerdem band die

Aktivierung und Schulung der UmweltbotschafterInnen sowie der Aufbau der regionalen Netzwerke deutlich mehr Personalkapazitäten als geplant. Diese fehlten damit für die Entwicklung der Kampagnen und die Akquise zusätzlicher Finanzmittel.

Intensiv wurde dieses Problem auf der Sitzung des Projektbeirates am 8.12.2010 diskutiert. Ergebnis war, dass sich das Projekt vom „klassischen Kampagnenbewusstsein“ trennen und sich stattdessen mehr auf den ebenfalls in der Projektkonzeption vorgesehenen Handlungsansatz „Dienstleister für Kooperationspartner“ konzentrieren sollte.

Die einzelnen Kommunikationsbausteine wurden innerhalb des Projektes primär zum Thema Klima&Energie umgesetzt:

- Infolyer zum Thema Energiesparen und „Atomausstieg selber machen“ (in Kooperation mit der Kampagne der Umweltverbände)
- Zweisprachige Broschüre „Energie clever nützen, Geld sparen, Umwelt schützen“ (36 Seiten, DIN A 6) mit hohem Bildanteil. Diese wurde im Rahmen des Projektes Energiesparcheck des BUND Berlin zudem auf russisch, polnisch und vietnamesisch übersetzt.

Ergänzt wurden diese Materialien durch die bereits vor Projektbeginn gemeinsam von TGD und BUND für das UBA auf Türkisch übersetzte und angepasste Broschüren zum Thema „Energiesparen“ sowie die im Rahmen der Heizspiegelkampagne von co2online erstellten Infolyer zum Thema Heizen. Mit Cem Özdemir, Murat Topal und Muhabbet wurden zudem gemeinsam mit der Berliner Yeşil Çember-Gruppe Interviews gefilmt, die im Internet-Auftritt veröffentlicht wurden.

Umgesetzt werden konnten Teile der Kommunikationsstrategie zudem in der von der TGD mit Unterstützung des BUND Berlin beim Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung beantragten Radkampagne für türkeistämmige MigrantInnen. Allerdings verzögerte sich der ursprünglich für Januar 2011 geplante Projektstart auf Januar 2012. Erstellt wurden im Rahmen dieses Projektes Infomaterialien zum Thema Radfahren, ein Videoclip für das türkische Fernsehen und ein Internet-Auftritt. Die Materialien unterstützten den Einsatz der im Rahmen des Projektes ausgebildeten als „Fahrrad-Botschafter“, die in Berlin, Hamburg und Stuttgart – zusätzlich zum DBU-Projekt - insgesamt über 100 Infoveranstaltungen zum Thema Radfahren durchführten.

Zusätzlich wurden zum Thema Nachhaltige Mobilität „Sprintspartipps“ auf türkisch erstellt, die im April 2011 in einer gemeinsamen Presseaktion in einer türkischen Fahrschule vorgestellt und durch ein gemeinsam mit dem Fahrlehrer erstelltes Video ergänzt wurden.

Zum Thema Nachhaltige Mobilität fanden außerdem Gespräche mit der Deutschen Bahn AG sowie dem Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV) mit dem Ziel der Entwicklung einer gemeinsamen Kampagne statt. Allerdings wurden die Planungen zurückgestellt, bis die kontinuierliche Arbeit der regionalen Netzwerke gesichert ist.

Das Thema Abfall wurde als Schwerpunktthema der im Rahmen des Projektes erstellten Zeitschrift „Yeşil Çember“ im Juni 2010 behandelt. Im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Projekt zur Abfallberatung des BUND Berlin wurde festgestellt, dass zu diesem Thema ausreichend gute und verständliche Informationen in türkischer Sprache vorliegen.

Da sowohl die UmweltbotschafterInnen als auch die türkische Community das Thema „Gesundheit und Umwelt“ sehr stark nachfragten, wurden im Rahmen des Projektes dazu diverse Informationsmaterialien gemeinsam mit Partnern erstellt:

- Infolyer über „Ökologisch Putzen“ sowie „Schimmelpilze“ auf Türkisch und Deutsch, die für den WECF für dessen Projekt „Umweltgerechtigkeit – von Geburt an“ erstellt wurden. Diese Flyer sind inzwischen auch in Arabisch, Russisch, Serbokroatisch und Vietnamesisch verfügbar. Zusätzlich konnte die von TGD und BUND für das UBA auf Türkisch bereits vor Projektbeginn übersetzte und angepasste Broschüren zum Thema „Schimmel“ als umfassende Hintergrundinfo angeboten werden.
- Informationsblatt auf deutsch und türkisch zur Warnung vor den Gefahren eines gesundheitsgefährdenden, salpetersäurehaltigen Reinigungsmittels, das vor allem in türkischen Supermärkten in Deutschland geführt wird (PorÇöz): Kooperation der TGD mit dem Umweltbundesamt und dem Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR).
- Informationen zum Thema Gesundheit und Umwelt, die die TGD in Kooperation mit der Charite erstellte.

Die UmweltbotschafterInnen erstellten 2012 folgende gedruckte Materialien:

- Türkisch-Deutsches Umweltwörterbuch (28 Seiten, DIN A6)
- Flyer „Wir heiraten grün“ (4 Seiten, DIN A6)

Zudem wurde die Broschüre „Weltbewusst“ (40 S., DIN A6) ebenso wie zahlreiche weitere, bisher nicht zentral dokumentierte Infomaterialien übersetzt.

Zur allgemeinen Darstellung des Projektes wurden zudem folgende Infomaterialien erstellt:

- ein Flyer mit Erstinformationen zum Projekt insbesondere für die Ansprache von MigrantInnenselbstorganisationen (Juni 2010).

- die Zeitschrift „Yeşil Çember “ im Mai 2011 mit der Vorstellung der bisherigen Projektergebnisse,
- Broschüre „Türkischsprachige UmweltbotschafterInnen - Çevre Elçileri“ mit Vorstellung der persönlichen Motivation und Aktivitäten von 22 UmweltbotschafterInnen (Dezember 2012).

2.5.3 Internetauftritt

Im Zuge der Entwicklung der Kommunikationsstrategie entwickelte das Projektteam ein Konzept für einen zweisprachigen Internetauftritt unter www.bizim-duenya.org bzw. www.unsere-umwelt.org. Beim Einholen von Angeboten bei Internetagenturen zeigte sich jedoch, dass dieses zweisprachige Konzept mit Erstellung zusätzlicher Informationen aufgrund des hohen technischen und redaktionellen Aufwandes nur realisiert werden kann, wenn zusätzliche Drittmittel erschlossen werden können.

Die Realisierung eines zweisprachigen Internetauftrittes wurde daher zurückgestellt. Stattdessen erfolgte die Internetkommunikation zum Projekt und seinen Zielen auf den Seiten der Projektpartner TGD, BUND Berlin und TEMA-Stiftung. Die Projektmaterialien und aktuelle Informationen zu Projektaktivitäten in überwiegend türkischer Sprache wurden auf der www.yesil-cember.de gebündelt. Besonders wirksam zur Vernetzung mit den UmweltbotschafterInnen und regionalen Kooperationspartnern zeigte sich der Aufbau der Facebook-Gruppe „Yeşil Çember“ mit inzwischen über 650 UnterstützerInnen. Zudem richteten die regionalen Gruppen zum Teil eigene Facebook-Gruppenseiten ein.

2.5.4 Pressearbeit und Medienkooperationen

Entsprechend der Planung wurde das Projekt von einer umfassenden Medienarbeit begleitet.

Der Projektstart wurde am 16.12.2009 durch die DBU mit einer Pressemitteilung „Doğa için hep beraber: Gemeinsam für die Natur - BUND, TGD und TEMA-Stiftung starten Umweltprogramm für türkischsprachige Migranten – DBU fördert“ angekündigt. Zudem wurde im Februar 2010 das Projekt der Presse beim 3. Jahrestag des Bestehens von Yeşil Çember, der türkischsprachigen Gruppe des BUND, vorgestellt.

Zudem fanden Einzelgespräche zur Vorstellung des Projektes sowie der Abklärung möglicher Medienkooperationen statt mit:

- türkische Zeitungen: Hürriyet, Milliyet, Merhaba, ha-ber.com, Sabah, Migazin
- türkische Fernsehsender: Kanal D, Show TV, Star TV und ATV

- türkische Redaktion des WDR und WDR Funkhaus Europa

Bereits seit Oktober 2009 wurde die türkischsprachige Heizspiegelkampagne der co2online GmbH gemeinsam mit BUND und TGD und teilweise den jeweiligen Generalkonsulaten sowie weiterer MSO mit Pressekonferenzen in Berlin, Hamburg, Frankfurt, Köln, München, Hannover und Darmstadt vorgestellt. Dabei wurde auch auf die Zusammenarbeit im Rahmen des DBU-Projektes verwiesen. Für die Heizspiegelkampagne konnten Hürriyet und Metropol FM als Medienpartner gewonnen werden.

Eine Pressekonferenz zur Vorstellung des Projektes fand am 12.6.2010 in Berlin statt, allerdings mit vergleichsweise mäßiger Beteiligung und Resonanz. Eine deutlich bessere Resonanz erreichten gezielte Presseevents zu einzelnen Themen:

- 13. April 2011: Informationen zum Thema Spritsparen und E 10 in Zusammenarbeit mit einer türkischen Fahrschule in Neukölln,
- 5. Juni 2011 und 3. Juni 2012: Presse- und Bild-Termin zur Beteiligung des Türkischen Bundes Berlin-Brandenburg an der Fahrradsternfahrt in Berlin (Imagewerbung Radfahren).
- 14. Oktober 2011: Präsentation eines Informationsflugblattes über gesundheitsgefährdende Reinigungsmittel (gemeinsam mit Umweltbundesamt und BfR).

Im gesamten Projektverlauf erfolgte eine regelmäßige Berichterstattung zu den einzelnen Projektaktivitäten (vgl. Pressedokumentation, Anlage 1). Besonders stark wurde von den türkischen Medien, teilweise aber auch regionalen deutschen Zeitungen, Fernseh- und Radiosendern von Veranstaltungen wie den Türkischen Umwelttagen, Zertifikatsverleihungen und Gesprächen/Bildterminen mit politischen Repräsentanten berichtet. Insbesondere gemeinsame Bilder mit dem deutschen Präsidenten (Woche der Umwelt 2012), dem türkischen Botschafter, Generalkonsuln, Landesminister und Bürgermeistern sorgten in der türkischen Gemeinde für große Aufmerksamkeit für das Projekt.

Zusätzlich zur Berichterstattung über laufende Projektaktivitäten erfolgten zunehmend Interviewanfragen türkischer Medien zu aktuellen Themen der Umweltpolitik (Klimagipfel Kopenhagen, Anti-AKW-Menschenkette etc.). CNN-Türkei erstellte im April 2010 ein zwanzigminütiges Feature über die Arbeit von Yeşil Çember.

In den deutschen Zeitungen erschienen insbesondere Artikel zum generellen Engagement der Projektleiterin Gülcan Nitsch sowie von UmweltbotschafterInnen (u.a. Die ZEIT, TAZ, RBB, WDR, Deutsche Welle, ZEO2, BILD). Dazu trug insbesondere bei, dass Frau Nitsch für ihr enormes Engagement mehrfach mit Preisen ausgezeichnet wurde, die eine weitere

Berichterstattung nach sich zogen. Dazu zählten insbesondere die Auswahl als Ashoka-Fellow, die Auszeichnung durch die Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ als „100 Frauen von morgen“ sowie die Verleihung des Umweltpreises „Trophée de Femmes“ der Umweltstiftung von Yves Rocher.

Insgesamt erschienen über das Projekt und seine Aktivitäten mehrere hundert Artikel, Blogeinträgen, Interviews etc. Da keine systematische Pressedokumentation durchgeführt werden konnte, liegt mit der in Anlage 1 beiliegenden Pressedokumentation nur ein Ausschnitt der tatsächlichen Verbreitung in türkischen und deutschen Medien sowie im Internet vor. Insbesondere in den türkischen Medien fand das Projekt eine breite und regelmäßige Resonanz. Durch den Aufbau intensiver Kontakte konnten auch die Voraussetzungen geschaffen werden, in Zukunft Themen und Aktivitäten leichter in den Medien unterzubringen.

Zusätzlich zur breiten Berichterstattung wurden mit einzelnen Medien einzelne Kooperationen abgeschlossen. So wurden für die türkischsprachige Online-Zeitung haber.com, in den Zeitschriften „cadde“ und „32. Gün“, der Mitgliederzeitung des Türkisch-Deutschen Unternehmerverbandes, mehrere Kolumnen zu verschiedenen Umweltthemen geschrieben.

Der ursprüngliche Plan, regelmäßige Umwelttipps in den Medien zu veröffentlichen, musste hingegen verworfen werden, da die türkischen Medien mehr an persönlichen Kolumnen sowie einer bildhaften Aufarbeitung der einzelnen Themen interessiert waren.

2.5.5 Präsentation des Projektes bei Veranstaltungen und Konferenzen

Entsprechend seines innovativen Charakters stieß das Projekt auf ein sehr starkes Interesse in Politik, Wissenschaft und Verbänden. Entsprechend hoch war die Nachfrage nach einer Vorstellung des Projektes und der gemachten Erfahrungen bei Veranstaltungen und Konferenzen, wobei nur ein Teil der Nachfrage bedient werden konnte. Im Folgenden sind die wichtigsten Veranstaltungen zusammengefasst. Nicht erfasst sind zahlreiche Projektvorstellungen in einzelnen Institutionen (z.B. BMU, UBA; Bundestag, Verbände etc.):

5.-7.10.10:	Vortrag und Podiumsdiskussion: Tagung „Wie „grün“ ist der Islam?“, Evangelische Akademie Loccum
08.12.10:	TU-Berlin: Veranstaltung Klimagerechter Konsum im Alltag
12.01.11:	Ufu-workshop Umweltengagement im Wandel
17.01.11:	Freiwilligentour, Berlin DNR,
05.02.11:	Frühstück mit dem türkischen Minister Arınç und ca. 150 türkischsprachigen Medienvertretern aus ganz Europa
16.02.11:	Podiumsdiskussion: Veranstaltung „Umwelt gemeinsam schützen“, Berlin,

	Bü'90/ Grüne
16-17.04.11:	Konferenz re:campaign, Berlin
27-28.06.11:	2-Tages-Workshop: Tagung "Freiwillige für den Naturschutz – Generationenübergreifend und interkulturell unverzichtbar", Potsdam, DNR
08.-10.08.11:	Tagung Green Summer, Frankfurt (Oder), Bü'90/Die Grünen
30.08.11:	Empfang des Türkisch-Deutschen Unternehmerverbandes, Berlin
20.9.11:	Präsentation des Projektes beim Besuch der Staatspräsidenten der Türkei und der Bundesrepublik Deutschland bei der Deutschen Bundesstiftung Umwelt
20.09.11:	Empfang des türkischen und deutschen Staatspräsidenten, Berlin
15.10.11:	Vortrag: Freiwilligentour, Berlin, DNR
03.11.11:	Experten-Workshop „Nachhaltig leben und konsumieren - Von der Projektidee zur strategischen Umsetzung“ ZUK Osnabrück, CSCP
10.01.12:	Vortrag: Experten-Workshop „Ökologische Gerechtigkeit“, Berlin, DNR
02.-04.03.12:	Vortrag: Konferenz „Die große Transformation“, Wittenberg, Ev. Akademie
27.-29.03.12:	Studien- und Lobbyfahrt nach Brüssel, DNR
20.-22.04.12:	McPlanet Kongress, Berlin
31.05.12:	Podiumsdiskussion und Workshop: Medien-Workshop „Nachhaltigkeit“, Köln, Engagement Global
05.-06.06.12:	Stand bei der Woche der Umwelt und Gespräch mit dem Bundespräsidenten, DBU
13.06.13:	Jahreskonferenz des Rates für Nachhaltige Entwicklung
29.06.12:	Vortrag: Konferenz „Social Business“, München, Münchner Forum Nachhaltigkeit
21.09.12:	Vortrag beim Deutscher Naturschutztag 2012
16.10.12:	Netzwerk 21 Kongress, Erfurt, Grüne Liga
22.10.12:	Podiumsdiskussion: Auftaktveranstaltung „Klimaschutz in unserer Hand“, Hannover, Ecolog und ZfTI
18.12.12:	Vortrag: Konferenz Migrantday, Hannover, Ethno-Medizinisches Zentrum
21.01.13:	Tagung „Ökologische Wende vs. Sozialpolitik“, Berlin, DNR
02.03.13:	Vortrag und Workshop: Tagung „Ökologisch handeln, in Gottes Namen“, Ev. Akademie Loccum

Zudem wurde das Projekt bei verschiedenen internationalen Konferenzen vorgestellt, so z.B. bei der Vision Summit-Konferenz vom 7.-9. April 2011 in Potsdam, der PERL-Konferenz (Partnership for Education und Research about Responsible Living) am 14./15.3.2011 in Istanbul sowie der UN-Konferenz anlässlich des internationalen Jahres des Waldes des UNFF (United Nations Forum on Forests) in New York vom 30.01. - 07.02.2011 (TEMA-Stiftung).

2.5.6 Artikel über das Projekt in Publikationen

Über die Medienarbeit hinaus wurden für mehrere Publikationen Informationen über das Projekt erstellt und veröffentlicht:

- Nitsch, Gülcan (2012): Türkischsprachige Umwelttage und Schulung von UmweltbotschafterInnen“. In: Deutscher Naturschutzring (2012): Ideen pflanzen - nachhaltige Projekte zum Mit- und Nachmachen. Bonn. S. 36-37. <http://www.dnr.de/downloads/broschuere-ideen-pflanzen.pdf>

- Deutscher Naturschutzring (2012): Tagungsdokumentation "Freiwillige für den Naturschutz – Generationenübergreifend und interkulturell unverzichtbar". Bonn. <http://www.dnr.de/downloads/dnr-doku-freiwillige-fuer-den-naturschutz-2011.pdf>
- Nitsch, Gülcan (2012): YEŞİL ÇEMBER – Türkischsprachiger Arbeitskreis im Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND). In: G. Bolte et al. (Hrsg.): Umweltgerechtigkeit – Chancengleichheit bei Umwelt und Gesundheit, Huber Verlag Bern.

Weitere Artikel sind noch in Vorbereitung.

2.6 Bewerbung als Projekt für die Dekade für Nachhaltige Bildung

Die Bewerbung als Projekt für die UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ erfolgte im Juni 2010. Der Antrag wurde jedoch zunächst abgelehnt, da die wesentlichen Bildungsmaterialien und der Internetauftritt vorwiegend auf Türkisch vorlagen. Da ein zweisprachiger Internet-Auftritt aufgrund des hohen Programmieraufwandes und begrenzter Personalressourcen nicht erstellt werden konnte, erfolgte im Juni 2011 keine erneute Bewerbung.

2.7 Weiterführung des Projekts

Zentrales Ziel des Projektes war der Aufbau einer langfristigen Zusammenarbeit zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen. Dies ist sowohl auf regionaler als auch nationaler Ebene im Grundsatz gelungen.

In den acht Großstädten, in denen UmweltbotschafterInnen ausgebildet wurden, gründete sich aus deren Kreisen jeweils eine Yeşil Çember-Gruppe, die in – von Region zu Region unterschiedlicher Intensität - mit dem BUND, weiteren Umweltverbänden, regionalen Migrantenselbstorganisationen, Kommunen, Verbraucherzentralen, Moscheen, Generalkonsulaten weiterarbeiten und z.T. zusätzliche Aktive hinzugewonnen haben. Ihr Schwerpunkt liegt insbesondere auf der Durchführung von Infoveranstaltungen, Infoständen und Beteiligung bei Aktionen zu verschiedenen Themen. Allerdings ist es mit Ausnahme von Nordrhein-Westfalen (Projekte der TEMA-Stiftung für den Naturschutz) bisher nicht gelungen, die Aktivitäten und deren Weiterentwicklung durch länger laufende Projekte mittelfristig abzusichern. Zahlreiche UmweltbotschafterInnen sind innerhalb von Migrantenselbstorganisationen aktiv und bringen in Integrations- und Bildungsprojekte dieser Verbände Umweltthemen ein.

Auf nationaler Ebene ist ein entscheidender Schritt zur mittelfristigen Verstetigung des Projektes dadurch erfolgt, dass die BUND Projektleiterin Gülcan Nitsch wegen ihres

persönlichen Engagements am 24.11.2010 in das Ashoka-Netzwerk für Sozialunternehmer aufgenommen wurde und mit Auslaufen Ihrer Projektstelle Ende 2011 ein Stipendium und externes Coaching bekam, damit sie türkischsprachige (und weitere) Menschen in Deutschland für den Umwelt- und Klimaschutz aktivieren kann. Dieses Stipendium sichert ihre Grundfinanzierung bis Mitte 2014. Die von ihr gemeinsam mit drei Umweltbotschafterinnen gegründete Yeşil Çember gGmbH hat ihren Schwerpunkt insbesondere in der Beratung und Unterstützung von Umweltverbänden, MSO, staatlichen Institutionen sowie weiteren Akteuren bei der zielgruppengerechten Kommunikation und Einbindung von MigrantInnen in Umweltprojekte und soll sich über eigene und Kooperationsprojekte sowie Beratungsaufträge finanzieren. Die Weiterentwicklung der Yesil Gruppen erfolgt in Zusammenarbeit mit dem BUND, der auf Bundesebene und teilweise auf regionaler Ebene Budgets für die Vernetzung und weitere Aktivitäten der Gruppen bereit gestellt hat.

Darüber hinaus konnte die Kontinuität des Projektes dadurch gesichert werden, dass die TEMA-Stiftung für den Naturschutz auf Basis der Erfahrungen und der aufgebauten Netzwerke des DBU-Projektes insbesondere in Nordrhein-Westfalen, ab 2013 aber auch beim Umweltbundesamt weitere Drittmittelprojekte akquirieren konnte. Die Türkische Gemeinde in Deutschland (TGD) führte gemeinsam mit dem BUND Berlin e.V. auf Basis des DBU-Projektes im Jahr 2012 erfolgreich ein durch das Bundesverkehrsministerium gefördertes Projekt zum Thema zum Radfahren durch. Zudem wurde im Juni 2012 ein Vorstandsposten mit dem Aufgabenschwerpunkt Gesundheit und Umwelt geschaffen.

Auf Basis der Auswertung des DBU-Projektes ist in den kommenden Monaten geplant, sowohl auf regionaler Ebene als auch bundesweit gemeinsam mit den UmweltbotschafterInnen weitere Projekte zu planen und zu finanzieren, um damit die begonnene Arbeit erfolgreich fortzusetzen.

3 Fazit

Mit dem Projekt „Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz“ betreten die beteiligten Organisationen BUND Berlin e.V., Türkische Gemeinde in Deutschland (TGD) und TEMA-Stiftung für den Naturschutz Neuland. Erstmals arbeiteten Umwelt- und Migrantenselbstorganisationen bundesweit mit dem Ziel zusammen, insbesondere die türkeistämmige Bevölkerung sowohl über migrantischen Medien als auch über Angebote vor Ort zu den Themen Klima-, Umwelt- und Naturschutz zu erreichen und zu aktivieren.

Die Projektkonzeption sah ein umfassendes Handlungskonzept vor, welches insbesondere aus drei Bausteinen bestand:

- Vernetzung der Umweltverbände und MSO auf nationaler und regionaler Ebene, um gemeinsame Aktivitäten im Bereich Umwelt zu entwickeln.
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit über insbesondere türkischsprachige Medien, Erstellung geeigneter Infomaterialien sowie Durchführung von Veranstaltungen.
- Schulung und Betreuung von türkeistämmigen UmweltbotschafterInnen, die ihrerseits gemeinsam in Gruppen vor Ort aktiv werden und – mit Unterstützung durch die regionalen Netzwerke - eigene Veranstaltungen und Projekte durchführen sollten.

Insgesamt konnten – nach einer kostenneutralen Verlängerung um neun Monate und die Erschließung zusätzlicher Drittmittel – die zentralen Ziele des Projektes realisiert, teilweise sogar übererfüllt werden (vgl. auch Evaluationsbericht, S 57 ff.). Sowohl der Zeitplan als auch das Vorgehen mussten gegenüber der Projektkonzeption jedoch deutlich angepasst werden, da diese auf einigen zu optimistischen Annahmen hinsichtlich der Realisierbarkeit der einzelnen Maßnahmen beruhte.

Erfolgreichster Teil des Projektes war die Aktivierung, Schulung und Betreuung der insgesamt 85 UmweltbotschafterInnen in acht Großstädten. Entgegen des ursprünglichen Ansatzes konnten zwar keine zentralen Schulungen durchgeführt werden. Ebenso wurde das Schulungskonzept auf Basis der Erfahrungen aus den Schulungen, der jeweils spezifischen Zusammensetzung der Gruppen sowie der Diskussionen im Beirat im Zuge des Projektverlaufes mehrfach angepasst. Die Durchführung vor Ort und die stärkere Handlungs- und Praxisorientierung waren jedoch zugleich Grundlage dafür, dass in den acht Städten eigene Yeşil Çember-Gruppen aufgebaut werden konnten. In diesen engagieren sich mehr als die Hälfte der ausgebildeten UmweltbotschafterInnen, zudem konnten die Gruppen weitere

Aktive in ihre Arbeit integrieren. Weitere UmweltbotschafterInnen sind weiterhin mit dem Netzwerk verbunden, jedoch insbesondere in MSO und religiösen Organisationen aktiv und bringen dort Umweltthemen ein. Zudem werden die UmweltbotschafterInnen zunehmend von anderen Umweltbildungseinrichtungen und –verbänden, Verbraucherzentralen, Moscheen, Bildungsträger etc. in deren Arbeit eingebunden.

Insgesamt organisierten die UmweltbotschafterInnen in Zusammenarbeit mit dem Projektteam insgesamt acht türkische Umwelttage sowie mindestens 220 Infoveranstaltungen gemeinsam mit Kooperationspartnern (MSO, Moscheen, Müttertreffs etc.) in den beteiligten Städten. Hinzu kamen Beratungen in den persönlichen Netzwerken, Infostände bei Veranstaltungen und Festen, einzelne Aktionen und kleinere, eigenständige Projekte.

Trotz hoher Motivation und Engagementbereitschaft ist jedoch festzustellen, dass nur ein Teil der UmweltbotschafterInnen unmittelbar in der Lage ist, über persönliche Netzwerke hinaus zu wirken. Der Aufwand bei der Betreuung von eigenen Projekten und Infoveranstaltungen der UmweltbotschafterInnen war daher deutlich höher als geplant und führte dazu, dass die Durchführung der Schulungen in den einzelnen Städten entzerrt werden musste. Eine hohe Hürde stellte zudem die Selbstorganisation der Yeşil Çember-Gruppen sowie ihre Anbindung an regionale Umweltverbände, MSO, türkische Generalkonsulate und weitere Institutionen dar. Sehr gut funktionierte die Einbindung der UmweltbotschafterInnen in laufende Projekte (z.B. Umweltberatungen, Infostände, Aktionen) oder die Einladung als ReferentInnen zu Infoveranstaltungen (z.B. von Moscheen, Mütterzentren, Nachbarschaftsheimen). Die Entwicklung eigener Projekte bedurfte jedoch eines hohen Betreuungsaufwandes, der vom Projektteam nur teilweise gewährleistet werden konnte. Diesbezüglich waren auch die Erwartungen an die regionalen Umweltverbände und MSO zu hoch: Diese stellten zwar ihre eigenen Netzwerke und Infrastruktur, teilweise auch kleine Budgets zur Verfügung. Ein regelmäßiges Coaching und eine stärkere Unterstützung bei der Projektentwicklung konnte jedoch nur in Einzelfällen gesichert werden.

Insofern kommt auch in Zukunft zentralen Ansprechpartnern bei der Stabilisierung und Weiterentwicklung der Yeşil Çember-Gruppen und der regionalen Netzwerke eine zentrale Bedeutung zu. Deren Aufbau wird von der Ashoka-Foundation durch intensive persönliche Beratung und ein Stipendium für Frau Nitsch bis Mitte 2014 unterstützt. Die Aussichten für eine mittelfristige Finanzierung der in diesem Zusammenhang gegründeten Yeşil Çember gGmbH durch Beratung und Unterstützung von Umweltverbänden, MSO, staatlichen Institutionen sowie weiteren Akteuren bei der zielgruppengerechten Kommunikation und

Einbindung von MigrantInnen in Umweltprojekte sind vorhanden, erste Drittmittelanträge gestellt. Der BUND finanziert teilweise die Aktivitäten der Gruppen vor Ort.

Ebenso bestehen weiterhin enge Verbindungen zwischen der TEMA-Stiftung für den Naturschutz, der Türkischen Gemeinde in Deutschland und dem BUND, die – wie bereits erfolgt – für weitere gemeinsame Projekte genutzt werden sollen.

Sehr erfolgreich lief die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, auch wenn das entwickelte Kommunikationskonzept nur teilweise umgesetzt werden konnte. Jede der Projektaktivitäten erzielte eine breite Resonanz insbesondere in den türkischsprachigen Medien. Ebenso stießen die zielgruppengerecht entwickelten Infomaterialien und der Internetauftritt auf eine breite Leserschaft. Durch die etablierten regionalen Netzwerke und intensiven Medienkontakte bestehen weiterhin gute Möglichkeiten, entsprechend aufbereitete Informationen und Materialien effektiv in der migrantischen Community zu kommunizieren. Diese Übersetzungs- und Verteilerfunktion kann in Zukunft von Umwelt- und Verbraucherverbänden sowie staatliche Institutionen genutzt werden – setzt aber auch die aktive Einbindung voraus.

Hinsichtlich Ausbau und Weiterführung der Projektaktivitäten muss kritisch angemerkt werden, dass diese deutlich hinter den Erwartungen zum Projektstart liegen. Dies hat mehrere Ursachen, die auch bei der Durchführung des Projektes zu Tage getreten sind:

- Kernproblem der Konzeption des DBU-Projektes war, dass es mit zu vielen Projektbausteinen überladen war. Der Aufbau der Netzwerke, die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, die Ausbildung der UmweltbotschafterInnen, die Etablierung der regionalen Yeşil Çember-Gruppen und deren Aktivitäten konnten zwar – wenn auch mit deutlicher Verzögerung – erfolgreich abgeschlossen werden. Die gleichzeitige Durchführung von inhaltlichen Info-„Kampagnen“ und die konsequente Umsetzung der im Projekt entwickelten Kommunikationsstrategie scheiterten jedoch bereits daran, dass zunächst die regionalen Netzwerke arbeitsfähig gemacht werden mussten. Erst am Ende des Projektes waren die organisatorischen Voraussetzungen dafür geschaffen, kleinere Infokampagnen wie z.B. das durch das BMVBS geförderte Radprojekt durchzuführen.
- Die inhaltliche Arbeit sollte nach der Projektkonzeption durch die zusätzliche Erschließung von Finanzmitteln sowohl auf regionaler Ebene als auch bundesweit ausgebaut werden – sowohl während als auch nach Abschluss des Projektes. Dies gelang bisher nur ansatzweise. Bei Stiftungen und staatlichen Drittmittelgebern ist zwar eine sehr hohe Förderbereitschaft für Umweltbildungsprojekte mit MigrantInnen festzustellen. Kernproblem ist jedoch, dass bei der Förderung von Projekten häufig deren Output

(Materialien, Infoveranstaltungen, Internet, Medienberichterstattung etc.) mehr Bedeutung zugemessen wird als der den Erfolg dieser Projekte bedingenden Netzwerkarbeit und den thematischen Interessen der ehrenamtlich Aktiven. Für diese besteht de facto – außer über das DBU-Projekt sowie Eigenmittel der Umweltverbände und MSO – kaum eine Finanzierungsmöglichkeit. Ebenso sind Projekte auf der lokalen und regionalen Ebene wie Türkische Umwelttage und Infoveranstaltungen meist zu klein, damit sich ein aufwendiger Förderantrag lohnt. Hinzu kommt, dass für größere Projekte nur relativ wenige zweisprachige ProjektmitarbeiterInnen mit entsprechenden Vorerfahrungen zur Verfügung stehen (die UmweltbotschafterInnen sind häufig bereits beruflich oder familiär gebunden). Die Entwicklung zukünftiger Projekte muss daher – wie bereits beim DBU-Projekt – auf die potenziellen MitarbeiterInnen zugeschnitten werden. Dies erfordert jedoch auch, dass die zeitliche Konzeption der Projekte von der Antragsstellung bis hin zum Förderbeginn teilweise die Lebensplanung der möglichen ProjektmitarbeiterInnen berücksichtigen muss. Insofern wurden einige Projektideen zunächst zurückgestellt

- Bei den Umweltverbänden auf nationaler und regionaler Ebene besteht zwar insgesamt eine hohe Bereitschaft zur Kooperation und zur verstärkten Einbindung von MigrantInnen in ihre Arbeit. Jedoch treten hier die Probleme verstärkt auf, die insgesamt hinsichtlich der Gewinnung neuer Ehrenamtlicher für die Verbandsarbeit diskutiert werden (Integration in bestehende Gruppendynamik, Ermöglichung eigener Aktions- und Handlungsspielräume, Einbindung in formelle und informelle Verbandsstrukturen etc.). Gute Andockmöglichkeiten bieten insbesondere Umweltbildungsprojekte, da hier hohe Synergieeffekte bestehen und tendenziell eine hohe soziale Kompetenz bei den Mitarbeitern vorhanden ist. Gute Voraussetzungen bestehen auch bei der Beteiligung an Aktionen und Kampagnen (z.B. Energiesparen, Massentierhaltung, Gesundheit), die von den türkischsprachigen Gruppen aufgegriffen und eigenständig umgesetzt werden können. Erforderlich ist jedoch, dass für diese Aktivitäten jeweils eigenständige Budgets bereitgestellt werden – dies ist bisher nicht der Fall. Notwendig ist daher weiterhin die Entwicklung und Umsetzung von gezielten Kommunikationsstrategien der Umweltverbände für migrantische Zielgruppen, die insbesondere aktiv das zweisprachige Engagement nutzt und dafür Ressourcen bereitstellt. Dabei ist festzustellen, dass von den Verbänden der Aufwand für den Aufbau dieser Netzwerke massiv unterschätzt wird. Ebenso verbesserungsbedürftig ist die interkulturelle Kompetenz innerhalb der Verbände, da es teilweise bemerkenswert ist, mit welchen Klischees türkeistämmige MigrantInnen bewusst oder unbewusst konfrontiert werden. So ist festzustellen, dass auch in

Umweltverbänden MigrantInnen nicht immer selbstverständlich als Teil der deutschen Gesellschaft betrachtet werden.

- Die Migrantenselbstorganisationen bieten sowohl auf nationaler wie auch regionaler Ebene aufgrund ihrer intensiven persönlichen Netzwerken in der migrantischen Community sowie den migrantischen Medien hervorragende Voraussetzungen für eine intensive, zielgruppengerechte Kommunikation von Umweltthemen. Insbesondere ihre Bildungs-, Beratungs- und Integrationsprojekte stellen einen guten Anknüpfungspunkt für das Engagement von zweisprachigen UmweltbotschafterInnen dar. Die entsprechenden Angebote treffen insgesamt auf ein höheres Interesse als in der Mehrheitsgesellschaft, was unter anderem die Beteiligung an Veranstaltungen und die Nachfrage nach Infomaterialien zeigt. Kernproblem ist jedoch die im Vergleich zu Umweltverbänden äußerst geringe Eigenfinanzierung der MSO bei gleichzeitig hoher Drittmittelabhängigkeit für die Durchführung von Projekten. Getragen werden sie vor allem durch ein sehr hohes ehrenamtliches Engagement. Zusätzliche Aufgaben und Themen setzen daher einen gezielten Ausbau ihrer Handlungskapazitäten voraus (Anmerkung: Umweltverbände profitierten bei ihrer Entwicklung in den 1980er Jahren sehr stark von institutionellen Förderungen). Entsprechend erfordert der Ausbau ihrer umweltbezogenen Aktivitäten die gezielte Förderung dieser Verbände, u.a. durch entsprechende Förderlinien, Beratungsangebote sowie ggf. durch den Entfall des Nachweises von Eigenanteilen bei Drittmittelprojekten bzw. der Anrechenbarkeit ehrenamtlichen Engagements. Im Rahmen von Projekten und Kampagnen von Umwelt-, Verbraucherschutz- oder Wohlfahrtsverbänden muss zudem darauf geachtet werden, dass für kooperierende MSO ausreichend Mittel zur Verfügung gestellt werden. Ansonsten können die bestehenden Potenziale für eine zielgruppengerechte Kommunikation nur unzureichend genutzt werden.

Die genannten Probleme können nur sukzessive aufgelöst werden. Abgesehen von der gezielten Förderung von Umweltprojekten für migrantische Communities bedarf deren aktive Einbindung einer intensiven Diskussion innerhalb der Umweltcommunity. Dafür wurden mit dem DBU-Projekt erste Grundlagen geschaffen, eine vertiefte Befassung damit steht jedoch noch aus.

Anlage 1: Pressedokumentation des Projektes 2010 bis 2012 (Auswahl)

Berlin und bundesweit:

18.12.12: Preisverleihung „Vorbild für die Integration“

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=20868&Itemid=78

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/1347216/kisiye-uyum-odulu/g%C3%BCClean%20nitsch>

<http://www.avrupa-postasi.com/almanya/2012-entegrasyon-toplumu-icin-ornek-kisiler-secildi-h85976.html>

<http://www.gazetehamburg.com/Haber/almanya-da-2012-yilinin-ornek-kisileri-odullendirildi-.html>

27.11.12: Artikel in der Mitglieder-Zeitschrift des Ökostromanbieters Naturstrom

<http://www.energiezukunft.eu/engagement/energieberatung-auf-tuerkisch/>

28.09.12: 6. Türk. Umwelttag

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=19832&Itemid=0

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

Radiobeitrag – TRT Ankara

21.06.12: futurzwei-Artikel „Umwelt- und Klimaschutz auf Türkisch“

<http://futurzwei.org/#306-Yesil Cember>

05./ 06.06.12: Woche der Umwelt

http://www.woche-der-umwelt.de/index.php?menuecms=1875&firma_id=28&menuecms_optik=2000

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=18391&Itemid=168

<http://www.sabah.de/etiket/Yesil Cember>

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/1217816/saray-bahcesinde-cevre-haftasi>

http://www.flickr.com/photos/d_b_u/7341645396/in/set-72157629967029640/

<http://berlinturk.com/index.php/berlin/item/21053-aa.html>

Live-Sendung - WDR Funkhaus Europa (Deutsch) und WDR Köln Radyosu (Türkisch)

26.04.12: Berliner Morgenpost-Artikel „Einsatz für eine bessere Welt“, Beilage Karriere, Titelseite → *nur Printversion!*

10.04.12: Artikel über Yesil Cember

<http://www.magazin-deutschland.de/de/artikel/artikelansicht/article/eine-frau-laesst-nicht-locker.html>

<http://www.ankara.diplo.de/Vertretung/ankara/tr/newsletter/2012/2012-07-01->

[Juli/Newsletter_Ausgabe_2012_07_01_Juli.html](http://www.ankara.diplo.de/Vertretung/ankara/tr/newsletter/2012/2012-07-01-)

24.03.12: WELT- Artikel „Wie aus Engagement Karriere wird“

http://www.welt.de/print/die_welt/finanzen/article13943283/Wie-aus-Engagement-Karriere-wird.html

13.03.12: Vorstellung auf einem Umweltportal in der Türkei

<http://www.yesilgundem.net/2012/03/almanyada-Yesil Cember.html>

16.02.12: Veranstaltung „Umwelt gemeinsam schützen“

<http://www.gruene-fraktion-berlin.de/artikel/umwelt-gemeinsam-sch-tzen>

<http://www.alem.de/nachrichten/dr-turgut-altug/2011/>

30.10.11: Land der Ideen-Auszeichnung

<http://www.land-der-ideen.de/100-frauen-von-morgen/100-frauen-von-morgen>

<http://www.bild.de/ratgeber/job-karriere/karrierefrau/100-frauen-an-die-wir-glauben-20723480.bild.html>

<http://www.aksam.com.tr/dunya/almanyayi-bu-uc-turk-kadin-degistirdi--76341h/haber-76341>

14.10.11: TAZ-Artikel „Warnung an die türkische Hausfrau“ über die Pressekonferenz

<http://www.taz.de/!79949/>

15.07.11: Eine Welt Netz NRW Besuchergruppe

[http://www.klein-schmeink.de/news-einzelansicht/browse/3/article/mitglieder-des-eine-welt-netz-nrw-besuchen-berlin.html?tx_ttnews\[backPid\]=38&cHash=b9d4a468b8183c535394bc6406fd22f8](http://www.klein-schmeink.de/news-einzelansicht/browse/3/article/mitglieder-des-eine-welt-netz-nrw-besuchen-berlin.html?tx_ttnews[backPid]=38&cHash=b9d4a468b8183c535394bc6406fd22f8)

11.07.11: Pressekonferenz mit dem Bildungswerk Berlin

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=13565&Itemid=78
http://www.bwk-berlin.de/ueber_das_bwk/presse/presse_informationen/4363624.html

24.06.11: ZEO2-Artikel

http://www.zeozwei.de/allgemein/gruene-offensive-fur-migranten_24-06-2011_659

10.06.11: Live-Radiobeitrag – Metropol FM Radiosender

29.05.11: 5. Türk. Umwelttag in Berlin

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/921616/cevre-bilincini-cocuklara-asilayin/yesil%20cember>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=8252&Itemid=78

<http://news-eu.com/haber/1730-turk-cevre-gununun-besincisi-berlin39de-gerceklest.html>

<http://www.arguvanhaber.com/turkiye/nukleer-enerji-santralleri-yapmayin-uyarisi.htm>

Beitrag im Metropol FM Radiosender

Beitrag – TRT Ankara Radiosender

Beitrag – Voice of America Radiosender

28.04.11: Aktion in einer türkischen Fahrschule - Sprit sparen

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=12604&Itemid=78

25.04.11: Artikel „Umweltschutz kennt keine Sprache“ in news.de

<http://www.news.de/politik/855161419/umweltschutz-kennt-keine-sprache/1/>

23.04.11: Baumpflanzaktion mit den Politikern aus der Türkei

<http://www.hurriyet.de/haberler/diger/563164/cevre-sevgisi-asiliyor/yesil%20cember>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=7556&Itemid=78

27.03.11: Anti-Atom-Demo

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/867935/atom-santralleri-kapatilsin/yesil%20cember>

10.02.11: Radiobeitrag – WDR Funkhaus Europa

02.11: Radiobeitrag – RBB

29.01.11: Zertifikatsverleihung der UmweltbotschafterInnen mit dem Berliner Generalkonsul

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/812211/ediz-hun-sevgi-olmadan-doga-korunamaz/yesil%20cember>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=11310&Itemid=78

<http://www.haberler.com/ediz-hun-Yesil-Cember-toplantisinde-2507401-haberi/>

<http://www.hamburgerhaber.de/haber-Misafir--1149-6571/>

<http://www.aktifhaber.com/ediz-hun-berlinde-Yesil-Cember-toplantisina-katildi-389346h.htm>

Artikel in der Zeitung Türkiye → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitung Sabah → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitschrift Merhaba → *nur Printversion!*

Beitrag im Metropol FM Radiosender

Beitrag im WDR Radiosender

Artikel von İlder Gözkaya – Holzhey

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=11745

28.01.11: Artikel von Vera Gaserow

<http://www.deutsch-tuerkische-nachrichten.de/thema/Yesil-Cember/>

27.01.11: ZEIT-Artikel “Öko a la Turka”

<http://www.zeit.de/2011/05/WOS-Tuerkisch-Deutsche-Umweltbewegung>

25.01.11: Artikel über Islam und Umweltschutz

<http://aktuell.evangelisch.de/artikel/227/oeko-islam-wie-gruen-sind-die-muslime?destination=node/227>

April 2011: Artikel in der Zeitschrift Businessladys

<http://www.businessladys.de/portraits/gulcan-nitsch-die-uberzeugungstaterin/>

17.12.10: Beratung eines türkischen Unternehmens in Berlin

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/771069/cevreye-karsi-duyarli-olalim/yesil%20cember>
Artikel in der Zeitschrift EKONOMI (Türk-Dt.-Unternehmerverband) → *nur Printversion!*

26.11.10: Ashoka-Verleihung

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/750581/gulcan-nitsche-cevre-odulu/yesil%20cember>
http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=10394&Itemid=78

15.11.10: Istanbulreise mit der Berliner Umweltsenatorin

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=10261&Itemid=78
<http://www.kartalgazetesi.com/9910-alman-senator-kartal-belediyesini-ziyaret-etti>

14.09.10: Pressekonferenz mit TDUZ über Atomkraftwerke

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=9403&Itemid=168
Radiobeitrag – Voice of America, türk. Sender

12.09.12: Aktion am Maybachufer

http://ag-schacht-konrad.de/index.php?option=com_content&task=view&id=618&Itemid=182

13.06.10: 4. Türk. Umwelttag in Berlin

<http://www.taz.de/1/archiv/digitaz/artikel/?ressort=ba&dig=2010%2F06%2F14%2Fa0070&cHash=2645f2a9560f2252bfebdcf58a131395>
<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/598711/dogaya-sahip-cikin/yesil%20cember>
Radiobeitrag – TRT Ankara

28.04.10: Vorstellung von Yeşil Çember

<http://www.treehugger.com/corporate-responsibility/eco-outreach-in-germany-with-a-turkish-accent.html>

23.04.10: Baumpflanzaktion mit dem Comedian Murat Topal und mit den Bürgermeistern aus der Türkei

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=7556&Itemid=78

22.04.10: Vortrag für die Bürgermeistern aus der Türkei, türk. Generalkonsulat

http://euro.zaman.com.tr/euro/newsDetail_getNewsById.action?newsId=53299

04.04.10: Film über Yeşil Çember von CNN Türk

<http://www.sabancivakfi.org/sayfa/gulcan-nitsch-2>
<http://www.hurriyetdailynews.com/default.aspx?pageid=438&n=turkeys-changemakers-gulcan-nitsch-raises-environmental-awareness-among-turks-in-germany-2010-04-12>

13.02.10: 3. Geburtstag von Yeşil Çember mit Cem Özdemir, Katrin Lompscher

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=6635&Itemid=78
<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/505419/Yesil-Cember-uc-yasinda>
Artikel in der Zeitung Sabah → *nur Printversion!*
Artikel in der Zeitschrift EKONOMI (Türk-Dt.-Unternehmerverband) → *nur Printversion!*

Nordrhein-Westfalen

03.11.12: 2. Türk. Umwelttag in NRW, Düsseldorf

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=20391&Itemid=75
Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

26.10.12: Artikel von Ali Gültekin

<http://www.magazinavrupa.com/article.php?id=83>
<http://aligultekinyaziyor.blogspot.de/2012/10/Yesil-Cembere-eklenen-halkalar.html>

12.03.12: Infoveranstaltung für türkische Vereine

<http://www.magazinavrupa.com/news.php?id=2296>
Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*
Artikel in der Zeitung Sabah → *nur Printversion!*

08.02.12: Zertifikatsverleihung der UmweltbotschafterInnen

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitung Sabah → *nur Printversion!*

23.06.11: Fernsehsendung über Schadstoffe im Alltag im YOL TV

03.04.11: 1. Türk. Umwelttag in Köln

<http://www.eurotuerk.de/events70>

<http://www.turkishnews.com/de/content/2011/03/31/einladung-1-tu%CC%88rkischsprachiger-umwelttag-%E2%80%9Ec%CC%A7evre-gu%CC%88nu%CC%88%E2%80%9C-3-4-in-koln-tema-stiftung/>

<http://www.haberler.com/almanya-tema-vakfi-nin-proje-sorusu-2634837-haberi/>

07.03.11: Beitrag zur Gründung in NRW

http://www.wdr5.de/fileadmin/user_upload/Sendungen/Leonardo/2011/03/Manuskripte/ms110307OekoalaTurca.pdf

08.02.11: Yeşil Çember Gründung

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/822135/nrwe-cevreci-dernek>

<http://www.hamburger.de/haber-Yesil-Cember-Vestfalya-eyaletine-acildi-6695/>

<http://der-dienstag.de/2011/02/07/turkischsprachige-umweltgruppe-Yesil-Cember-nrw-gestartet/>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=11439&Itemid=75

Radiobeitrag – WDR Funkhaus Europa

Allgemeine Infos:

<http://www.engagiert-in-nrw.de/buergereng/projekte/alphabetisch/Yesil-Cember-NRW/index.php>

Stuttgart

28.02.2013: Märkische Oderzeitung

<http://www.moz.de/artikel-ansicht/dg/0/1/1111364/>

27.02.13: Yves Rocher Preisverleihung

Film für die, 4 Min. <http://vimeo.com/60004845>

<http://www.natur.de/de/20/Frauen-fuer-den-Umweltschutz,7,0,1198.html?tid=2>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=21847&Itemid=75

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitung Sabah → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitung Türkiye → *nur Printversion!*

10.10.12: 2. Umwelttag in Stuttgart

<http://www.dradio.de/dlf/sendungen/umwelt/1919615/>

ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=20391&Itemid=75

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/1322281/genclere-cevre-bilinci-asilayin>

29.04.12: 4. Streuobstwiesen-Blütenwandertag

<http://www.bund-esslingen.de/index.php/veranstaltungen>

21.03.12: Workshop mit der türkischen Politikerin Muhterem Aras, MdL BW

http://euro.zaman.com.tr/euro/newsDetail_getNewsById.action?newsId=58078

<http://www.turkpress.de/manset/cevre-dostu-turkler-araniyor>

16.03.12 : Grüner Abend mit Muhterem Aras, MdL BW

http://euro.zaman.com.tr/euro/newsDetail_getNewsById.action?newsId=58078

17.02.12: Zertifikatsverleihung der UmweltbotschafterInnen mit dem BW Umweltminister und Integrationsministerin u. dem Stuttgarter Generalkonsul

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/1132160/cevre-elcileri>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=16834&Itemid=75

Artikel in der Zeitung Zaman → *nur Printversion!*

18.02.12: Artikel und Fernsehbeitrag über die UmweltbotschafterInnen

<http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.tipps-auf-tuerkisch-ausgebildete-umwelt-botschafter.33da7740-b5ee-46f4-8b49-c1384dce7bfa.html>

<http://www.swr.de/landesschau-aktuell-bw/-/id=98428/did=9288124/pv=video/nid=98428/ra2i45/index.html>

14.02.12: SWR Fernsehbeitrag mit den UmweltbotschafterInnen

<http://www.swr.de/landesschau-aktuell-bw/-/id=98428/did=9288124/pv=video/nid=98428/ra2i45/index.html>

11.11.11: 1. Türk. Umwelttag in Stuttgart

<http://www.schattenblick.de/infopool/umwelt/fakten/ufain466.html>

<http://www.turkpress.de/manset/ilk-turkce-cevre-gunu-kutlamasi>

Artikel in der Zeitung Zaman → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

Radiobeitrag – WDR Funkhaus Europa

17.09.11: Infoveranstaltung in der TGBW

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

06.02.11: Austausch mit Vereinsvertretern und Medien

<http://www.merhaba.info/article,18258,ye-il-ember.html>

Mannheim

01.03.13: 1. Türkischer Umwelttag

<http://www.morgenweb.de/mannheim/mannheim-stadt/statt-plastiktute-einen-stoffbeutel-nehmen-1.930205>

<https://www.mannheim.de/nachrichten/erster-tuerkischsprachiger-umwelttag>

<http://www.gerhardschick.net/index.php/mannheim/item/215-erster-deutsch-t%C3%BCrkischsprachiger-umwelttag-ein-voller-erfolg>

23.11.2011: Infoveranstaltung mit Memet Kilic, Bü'90/ Die grünen

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/1061207/alevi-kultur-merkezinde-dogayi-koruyalim>

München

01.07.12: Workshop mit Vereinvertretern und Medien

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=18755&Itemid=75

<http://www.merhaba.info/article,22990,t-rk-evreciler-m-nih-te-topland-.html>

<http://www.turkhaber.eu/Guncel/Hedef-bilincli-toplum-yetistirmek-2322.htm>

Artikel in der Zeitschrift ARI → *nur Printversion!*

08.05.12: Schulung des Personals beim Generalkonsulat

<http://www.hurriyet.de/haberler/gundem/1191551/baskonsolosluklar-cevreci-olacak>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=18006&Itemid=75

<http://www.haberbayern.de/-gulcan-nitschden-cevre-konusunda-bilgilendirme-197h.htm>

<http://www.abvizyonu.com/cevre/baskonsoloslukta-cevre-sagligi-bilgilendirmesi.html>

<http://www.turkhaber.eu/Guncel/Munih-Baskonsoloslugu-Cevreci-2184.htm>

19.12.11: Workshop mit den türkischen Journalisten und dem Münchner Generalkonsul

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=15888&Itemid=75

18.12.11: 1. Türkischer Umwelttag in München

<http://www.wochenanzeiger.de/article/116871.html>

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=15866&Itemid=75

<http://www.turkhaber.eu/Guncel/Munihte-ilk-Turk-cevre-gunu-1836.htm>

<http://www.hamburger.de/haber-Munihte-1-Cevre-Gunu-8782/>

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitschrift ARI → *nur Printversion!*

20.09.11: Schulung der UmweltbotschafterInnen

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=14523&Itemid=75

http://www.turkhaber.eu/Yasam/Yesil_Cember-Munih%E2%80%99te-1635.htm

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

27.01.11: Infoveranstaltung im Türkischen Generalkonsulat

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=11287&Itemid=75

Artikel in der Zeitschrift ARI → *nur Printversion!*

26.11.11: Besuch des Münchner Generalkonsuls

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=10410&Itemid=75

Nürnberg

04.05.11: Infoveranstaltung im Türkischen Generalkonsulat

Artikel in der Zeitschrift Posta → *nur Printversion!*

Hamburg

15.05.13: HH Zertifikatsverleihung

<http://postgazetesi.com/cevre-elcileri-odullendirildi/>

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

Artikel in der Zeitung Sabah → *nur Printversion!*

20.09.11: Infoveranstaltung in der TGH

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

19.05.11: Besuch des Hamburger Generalkonsuls

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=12926&Itemid=75

Kiel

26.02.12: Infoveranstaltung in der TGSH

Artikel in der Zeitung Hürriyet → *nur Printversion!*

<http://www.tgsh.de/index.php?page=newsArticle&lang=de&artid=0000000232>

Türkei:

07.12.12: EKOIQ (Umwelzeitschrift in der Türkei)

<http://ekoIQ.com/etiket/gulcan-nitsch/>

November 2010: Istanbulreise mit der Berliner Umweltsenatorin

http://ha-ber.net/index.php?option=com_content&task=view&id=10261&Itemid=78

4 x Radiobeiträge bei TRT Ankara, 1 x Açık Radyo Istanbul

Sonstiges

Yeşil Çember facebook-Seite: 654 Mitglieder (Stand Juni 2013)

Mehrere Kolumnen über Umweltthemen

- 1) in der Zeitschrift des Türkisch-Deutschen Unternehmerverbandes TDU
- 2) in der Zeitschrift „32. Gün“ und
- 3) in der Zeitung „cadde“

Yeşil Çember Vorstellungen

<http://www.nachhaltigkeits-check.de/tags/ye%C5%9Fil-%C3%A7ember>

<http://www.engagiert-in-deutschland.de/toro/resource/html?locale=de#!entity.2058>

http://www.tuerkische.com/3019-Yesil_Cember-tuerkische-umweltgruppe-berlin

<http://www.denkwerkzukunft.de/index.php/inspiration/index/Yesil>



BTU Cottbus
Humanökologisches Zentrum
Erich-Weinert-Straße 1
03046 Cottbus



Wissenschaftliche Begleitung und Evaluation des Projektes

Bizim Dünya:

Aktivierung von türkeistämmigen Migranten für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz
von BUND, TGD und TEMA-Stiftung

Ursula Elger
Prof. Dr. Wolf Schluchter
BTU Cottbus
Humanökologisches Zentrum

September 2012

Inhaltsverzeichnis

1 Konzept der wissenschaftlichen Begleitung und Evaluation.....	3
1.1 Ziele und Indikatoren.....	3
1.2 Ziele und Aufgaben der wissenschaftlichen Begleitung.....	4
1.3 Methodisches Vorgehen der wissenschaftlichen Begleitung.....	5
2 Die Akteure des Projektes.....	6
2.1 Die UmweltbotschafterInnen.....	6
2.1.1 Motive und Erwartungen der Teilnehmenden.....	7
2.1.2 Der Zugang zur Schulung.....	9
2.2 Die Schulungsleiterinnen.....	10
2.3 Die Organisationen und Institutionen.....	11
3 Schulung der UmweltbotschafterInnen.....	11
3.1 Pädagogischer Ansatz und methodisch-didaktisches Konzept.....	11
3.2 Methoden	15
3.3 Betreuung der UmweltbotschafterInnen.....	17
4 Wirkungen – Erste Transferebene.....	17
4.1 Kenntnisse und Fertigkeiten.....	18
4.2 Handeln.....	20
4.2.1 Handlungsspektrum.....	21
4.2.2 Handlungsanforderungen.....	23
4.2.3 Nichtinvestives Handeln.....	25
4.2.4 Kurzfristige und langfristige Wirkungen.....	26
5 Einflussnehmende Faktoren.....	28
5.1 Die Verbundenheit mit der Türkei.....	28
5.2 Die Gastfreundschaft	30
5.3 Ernährungsgebote und Ernährungsgewohnheiten.....	31
5.4 Die Hygienevorstellungen und der Hausfrauenstolz.....	32
5.5 Second Hand und soziale Stigmatisierung.....	34
5.6 Der Blick auf Deutschland	35
5.7 Finanzielle Restriktionen.....	36
5.8 Genderaspekte.....	36
6 Wirkungen - Zweite Transferebene.....	38
6.1 Kommunikationsfelder	38
6.1.1 Familie	38
6.1.2 Freundes- und Bekanntenkreis.....	40
6.1.3 Nachbarschaft.....	40
6.1.4 Andere Kommunikationsfelder.....	41
6.2 Kommunikationsstrategien.....	44
6.2.1 Kriterien der Kommunikationsstrategie.....	44
6.2.2 Kommunikationsstile	47
6.2.3 Kommunikationsanforderungen	48
6.2.4 Einsatz von Medien und Material.....	48
6.3 Kommunikationserfahrungen.....	49
7 Die Schulung in der Sicht der Teilnehmenden.....	50
8 Wirkungszusammenhänge	52
9 Wirkungen – Medienresonanz und Organisationen.....	54
9.1 Medienresonanz.....	54
9.2 Organisationen, Institutionen	55
10 Zielgruppenerreichung.....	55
11 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.....	57

Vorbemerkung

Grundlage dieses Berichts ist die Begleitung des Projektes über einen Zeitraum von 18 Monaten. Wir danken allen Projektbeteiligten, insbesondere den UmweltbotschafterInnen und den Projekt- und Schulungsleiterinnen für die vielen spannenden Gespräche und Diskussionen, die diesen Bericht ermöglicht haben. 28 Umweltbotschafterinnen und 2 Umweltbotschafter haben dazu beigetragen.

1 Konzept der wissenschaftlichen Begleitung und Evaluation

Das Projekt hatte sich zum Ziel gesetzt, türkeistämmige MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz zu aktivieren. Zur konzeptionellen Umsetzung verfolgt es drei verschiedene Handlungsansätze, die somit auch für die wissenschaftliche Begleitung von Bedeutung waren:

- a) **Handlungsansatz Organisationen:** Kooperationen zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen
- b) **Handlungsansatz Medien und Öffentlichkeit:** Öffentlichkeitsarbeit über insbesondere türkischsprachige Medien einschließlich einer eigenen Webseite
- c) **Handlungsansatz Multiplikatoren:** Schulung und Betreuung von türkeistämmigen Multiplikatoren, um ihrerseits in ihren jeweiligen Handlungszusammenhängen aktiv werden zu können.

Mit diesen Ansätzen berücksichtigt das Konzept wichtige Erkenntnisse der Forschung über Umweltkommunikation. (Kleinhüchelkotten 2008, Wippermann et al. 2009, Kizilocak/Sauer 2003)¹ und setzt so die Eckpunkte für die zu verfolgende Kommunikationsstrategie: Durch die Verbindung von Selbstorganisationen und Umweltorganisationen sollte die organisatorische und strukturelle Basis des angestrebten Netzwerks geschaffen werden, die Zielgruppe sollte über Multiplikatoren – UmweltbotschafterInnen unmittelbar im eigenen sozialen Umfeld angesprochen werden.

1.1 Ziele und Indikatoren

Das Projekt intendiert, Nachhaltigkeitsthemen in der türkeistämmigen Community zu verankern, indem es die Themen auf eine der Lebenswelt(en) der Zielgruppe angepasste Art und Weise kommuniziert. Es ist beabsichtigt, insbesondere die sogenannten bildungsfernen Schichten zu erreichen.

Das Projekt setzte strukturell auf Netzwerkbildung und die Schaffung aktiver „Kerne“ (UmweltbotschafterInnen). Es benannte entsprechende Ziele und (quantifizierte) Zielerreichungskriterien. Das Zielsystem umfasst komplexe **wirkungsbezogene** Ziele (Aktivierung und Förderung von Umwelt-

¹ Kizilocak, G. Sauer, M., 2003: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der türkischen Migranten in Deutschland. UBA, Berlin; Kleinhüchelkotten S. 2008: Ansätze für eine milieuorientierte Nachhaltigkeitskommunikation. In: Amelung N., Mayer-Scholl B., Schäfer M. & Weber J. (Hrsg.): Einstieg in Nachhaltige Entwicklung. Frankfurt a. M.; Wippermann, C., Flaig, B., Calmbach, M., Kleinhüchelkotten, S. 2009: Repräsentativumfrage zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2008. Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der sozialen Milieus in Deutschland.

engagement, Stärkung der Berichterstattung in türkischen Medien), **organisations-** und **kooperationsbezogene** Ziele (Netzwerkbildung, Zusammenarbeit mit Medien) sowie **operative** Handlungsziele (Entwicklung von Informationsmaterial, Durchführung von Schulungen).

Die für die jeweiligen Ziele definierten Zielerreichungskriterien sind überwiegend als organisations- und aktivitätsbezogene Indikatoren operationalisiert. Sie bieten damit den Vorteil, dass sie konkret und empirisch fassbar (z. B. als beobachtbare Aktivität, Dokument einer Planung oder Vereinbarung) und in der Lage sind, einen wichtigen Teil des Wirkungsspektrums des Projektes zu erfassen. Da die Realisierung des Ziels „Umweltengagement“ sich letztendlich nur im Alltagsverhalten erweist, verändertes Alltagsverhalten wiederum nur Ergebnis eines längerfristigen Prozesses ist und die empirische Überprüfung im Rahmen des Projektes auf Durchführungsschwierigkeiten trifft, war es ein angemessenes und praktikables Verfahren, sich zunächst auf die im Antrag genannten Indikatoren zu stützen.

Die Ziele und Indikatoren des Projektes erwiesen sich im wesentlichen als konsistent und realisierbar bzw. überprüfbar; sie boten somit die Grundlage für die wissenschaftliche Begleitung und Evaluierung. Teilweise konnten sie konkretisiert werden. Im Prozess der Begleitung ließen sich weitere, nicht ex-ante festlegbare Indikatoren finden (z.B. die Mitgliedschaft von UmweltbotschafterInnen im BUND).

1.2 Ziele und Aufgaben der wissenschaftlichen Begleitung

Gegenstand der Evaluierung waren die Aktivitäten des Projektes und die hierbei eingesetzten Mittel und Methoden. **Aufgabe** und **Ziel** der Begleitung war, zu untersuchen, inwieweit die definierten Ziele und Zielgruppen mit den eingesetzten Mitteln und Methoden erreicht werden, die Erkenntnisse und Erfahrungen an das Projekt während der Laufzeit rückzukoppeln und die Projektleitung entsprechend zu beraten.

Leitende **Fragestellung** war, inwieweit die gewählte(n) Kommunikationsstrategie(n) ihre Zielgruppe(n) und deren Motivierung für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz erreichen (können) und inwiefern nachhaltige, tragfähige Netzwerkstrukturen zwischen Migrantenselbstorganisationen und Umweltverbänden (Kooperationsbeziehungen) geschaffen werden konnten.

Folgenden konkreten Fragen ging die Evaluation nach:

a) auf der Verhaltensebene

Welche verhaltensbezogenen Wirkungen gab es für die UmweltbotschafterInnen persönlich? Welche sind für sie die ausschlaggebenden Beweggründe? Welche unterstützenden und hemmenden Faktoren sind auszumachen? Welche Anzeichen für längerfristige Wirkungen gibt es?

b) auf der Informationsebene

Welche Kenntnisse wurden erworben und welche erwiesen sich als verhaltensrelevant?

c) auf der Kommunikationsebene

Welche Subgruppen werden erreicht? Welche konkreten Erfahrungen werden mit welchen medialen Mitteln in welchem Kontext gemacht? Lassen sich besondere Anknüpfungspunkte in der Zielgruppenansprache ausmachen?

Wo, in welchen Zusammenhängen werden UmweltbotschafterInnen aktiv? Auf welche Art und Weise betreiben sie Umweltkommunikation? Wie gestaltet sich die Ansprache konkret? Welche argumentativen Strategien sind erfolgreich, welche weniger?

d) auf der konzeptionellen Ebene

Welche Erfahrungen erbrachte die Durchführung und welche Änderungen am Konzept wurden im Laufe der Durchführungsrunden vorgenommen? Welche Schlussfolgerungen ergeben sich insgesamt für das Konzept?

Welche Unterstützung brauchen die UmweltbotschafterInnen? Welche Sachkenntnisse sind für die Multiplikatoren notwendig? Wie kann die Schulung und Beratung der Multiplikatoren optimal konzeptionell umgesetzt werden?

Welche Konsequenzen ergeben sich für die weitere Betreuung der Freiwilligenarbeit – UmweltbotschafterInnen? Was kann zur Verstetigung getan werden? Welche strukturellen Schlussfolgerungen sind zu ziehen?

Leitende Fragestellung für die wissenschaftliche Begleitung war: Wie lässt sich die Kommunikationsstrategie optimieren?

Die Evaluierung erfolgte **prozessbegleitend**, um eine fortwährende Rückkoppelung der Ergebnisse und eine Optimierung der Kommunikationsstrategie zu ermöglichen. In der Realität der Begleitung allerdings konnte der Informationsaustausch nicht unmittelbar genug erfolgen und es brauchte geraume Zeit, um die Kommunikationsstrategie insbesondere der UmweltbotschafterInnen zu erkunden.

1.3 Methodisches Vorgehen der wissenschaftlichen Begleitung

Die wissenschaftliche Begleitung sollte sowohl die Organisations- als auch die Wirkungsebene im Auge haben. Es wurde ein pragmatisches Vorgehen gewählt, das sich vor allem auf den Kern des Projektes, die zu schulenden **UmweltbotschafterInnen**, stützte. Die UmweltbotschafterInnen als Interviewpartner der wissenschaftlichen Begleitung ermöglichen empirische Aussagen in doppelter Hinsicht: Sie wurden selbst als Multiplikatoren des Projektes gewonnen und können Auskunft über ihre **Motivationen** und Ziele, ihre Rezeption der konkreten Mittel und Methoden des Projektes geben als auch Einblick in den **Transfer** in die jeweilige Praxis als UmweltbotschafterInnen gewähren.

Über diesen Kern des Projektes hinaus interessierte die Wahrnehmung der Projektaktivitäten und ihrer Wirkungen aus der Perspektive von Verbänden und Institutionen, um Aussagen über die Netzwerkqualität und die organisatorische Basis machen zu können. Der Fokus lag allerdings deutlich auf den Multiplikatoren.

Methodisch stützte sich die wissenschaftliche Begleitung vorwiegend auf qualitative Verfahren:

- a) Befragungen in Form von leitfadengestützten Interviews
- b) Gruppendiskussion (Multiplikatoren)
- c) Dokumentenanalyse (Konzepte, Berichte, Schulungsmodule, Medienbeiträge)
- d) Beobachtungen (Schulung, Umwelttag, Zertifikatsverleihung)

Die Interviews erfolgten anhand eines Leitfadens. Soweit der zeitliche Rahmen es erlaubte, hatten die Interviews streckenweise auch narrativen Charakter. Sie wurden transkribiert und nach verschiedenen Fragestellungen ausgewertet. Die Ziele und Methoden der Evaluation wurde den Berliner TeilnehmerInnen an einem der Schulungstage mündlich vorgestellt, die TeilnehmerInnen der Kölner Schulung erhielten vorab ein Informationsblatt zu Ziel und Inhalt der Evaluation. Die Interviewkontakte konnten jeweils nach einem Tag Kursbegleitung mit den TeilnehmerInnen persönlich vereinbart werden. Die Interviews dauerten zwischen 30 und 90 Minuten.

Die Begleitung stützte sich im einzelnen auf folgende **Partner** bzw. **Datenquellen**:

- Persönliche Interviews mit UmweltbotschafterInnen, mit Vertretern von beteiligten Organisationen/ Institutionen (Face-to-Face und telefonisch)
- Dokumente der Schulungen (schriftliches Feedback der UmweltbotschafterInnen, Projektarbeiten)
- Dokumente des Projektes bzw. über das Projekt (Publikationen in diversen Medien, Konzepte, Berichte, Resonanz in anderen Medien, Sekundäranalyse)
- Mehrere Gespräche mit der Projektleitung, insbesondere den Schulungsleiterinnen

In insgesamt acht Großstädten gibt es im Rahmen des Projektes Kontakte zwischen Migranten-selbstorganisationen und Umweltverbänden, in fünf davon fanden bisher Schulungen für UmweltbotschafterInnen (Berlin, Köln, München, Stuttgart, Mannheim)² statt. Aus Gründen der Projektökonomie war zunächst die Fokussierung der wissenschaftlichen Begleitung auf die Projektstandorte Berlin und Köln vorgesehen. Schließlich wurde als dritter Projektstandort Stuttgart einbezogen, um Aussagen über den Einfluss unterschiedlich intensiver Inputs des Projektes machen zu können. In Berlin und Köln wurden die angehenden UmweltbotschafterInnen in unterschiedlichen Projektphasen interviewt (während der Ausbildungsphase sowie in einer späteren Projektphase). In Berlin fand zudem eine Gruppendiskussion von UmweltbotschafterInnen statt. In Stuttgart konnten im Rahmen der Zertifikatsverleihung drei weitere UmweltbotschafterInnen kurz interviewt werden.

2 Die Akteure des Projektes

2.1 Die UmweltbotschafterInnen

Von den im Rahmen des Projektes geschulten 60 UmweltbotschafterInnen³ konnten insgesamt 30 interviewt werden, davon 10 zwei bzw. drei Mal. Die Teilnehmerinnen der zweiten Kölner Schulung konnten aus organisatorischen Gründen nur in der Gruppe interviewt werden (7). In Berlin nahmen darüber hinaus 5 Umweltbotschafterinnen an einer Gruppendiskussion teil.

Von den 60 UmweltbotschafterInnen sind 50 Frauen und 10 Männer, von letzteren gehören allein 5 zur Stuttgarter Gruppe. Die Zusammensetzung der Schulungsgruppen war bisher recht heterogen. Dies gilt hinsichtlich Alter, Bildungsstand, berufliche Tätigkeit und für Sprachkenntnisse, umweltbezogene Kenntnisse und Umweltaktivitäten gleichermaßen. Die Teilnehmerinnen waren zwischen 21 und 57 Jahre alt, wobei das Mittelfeld zwischen 32 und 47 am stärksten vertreten war (etwa drei

² Weitere Schulungen sind in Kiel, Hamburg und Hannover konkret in Vorbereitung (2012).

³ Das anvisierte Ziel war die Schulung von 40 UmweltbotschafterInnen.

Viertel aller Teilnehmenden). Die meisten haben eine Berufsausbildung: Die Gesundheits- und Sozialberufe bzw. -tätigkeiten sind überdurchschnittlich vertreten (Krankenschwestern, Arzthelferin, medizinische Kosmetikerin, Lehrerin, Erzieherin) aber auch Bürokauffrau, Juristin, Projektmanagerin, Filialleiterin, Journalist, Bauingenieur, Techniker sowie mehrere Studentinnen. Hochschulabsolventen und Studierende stellten etwa die Hälfte aller Teilnehmenden. Der überwiegende Teil ist berufstätig, wobei unter den Frauen etliche in Teilzeit bzw. stundenweise arbeiten, und einige sind ausschließlich als Hausfrauen tätig. Die Teilnehmerinnen der zweiten Kölner Schulung waren vor allem Hausfrauen und teilzeitbeschäftigte Mütter.

Einige haben in anderen Zusammenhängen Multiplikatorenfunktionen inne und sind oder waren zum Zeitpunkt der Schulung als Kiezlotsen, Stadtteilmutter, Bildungsbotschafter, Elternberater und Dialogbeauftragte tätig. In Berlin waren zwei Teilnehmerinnen zum Zeitpunkt des Schulungsbeginns bereits bei *Yeşil Çember* aktiv, einzelne andere bei *Mütter ohne Grenzen*, *Food Watch*, *Greenpeace*, *DITIB* und in studentischen Organisationen.

Die UmweltbotschafterInnen kamen zu ganz unterschiedlichen Zeitpunkten nach Deutschland. Einige waren oder sind nur auf Zeit in Deutschland (z. B. zum Studium, als Lehrerin für muttersprachlichen Unterricht). Die meisten fühlen sich in ihrer Muttersprache sicherer, einige halten ihr Deutsch für besser als ihr Türkisch und sehr wenige sprechen wenig Deutsch.

Erwartungsgemäß zeichnen sich die UmweltbotschafterInnen im Vergleich zur gesamten türkeistämmigen Bevölkerung in Deutschland durch einen höheren Bildungsstand aus; dennoch sind soziodemografisch alle Subgruppen vertreten.

Die Teilnehmenden selbst beurteilten die Gruppe jeweils sehr positiv, sowohl in der altersmäßigen als auch in der sozialen Zusammensetzung.

Alle Zitate sind im Folgenden kursiv gesetzt und geben soweit sie nicht anderweitig gekennzeichnet sind, die Aussagen von UmweltbotschafterInnen wieder.

Das find' ich richtig gut, bunt gemischt, was ich so nie kennengelernt hätte.

Also ich bin von unserer Gruppe wirklich sehr fasziniert und jeder hat verschiedene Tätigkeiten und Fähigkeiten, diese Vielfalt ist mir persönlich sehr wichtig, weil ich als Studentin nicht direkt Hausfrauen erreichen kann, deshalb finde ich es gut, dass wir Hausfrauen in der Gruppe haben.

Ich finde, wir haben engagierte Menschen, die sind mit Fleisch und Blut, und wir wollen wirklich was machen...

2.1.1 Motive und Erwartungen der Teilnehmenden

Mit der Teilnahme an der UmweltbotschafterSchulung sind mehrere Motive verbunden.

Es sind im wesentlichen:

- Interesse an Umweltengagement
- Interesse an Multiplikatorenarbeit
- Interesse, Experte zu werden und das Zertifikat zu erwerben
- Interesse, als Umweltbotschafter Geld zu verdienen

Die beiden erstgenannten Motive sind auch als Teilnahme Kriterium in der Ausschreibung genannt. Diese ideellen Motive überwiegen. Die KursteilnehmerInnen wollen

... die Umwelt retten, der Umwelt nützen, der Umwelt helfen, der Umwelt eine Stimme geben, Umwelt und Natur bewahren, die Zukunft für spätere Generationen bewahren, weil ich mich verantwortlich fühle.

Die persönliche Betroffenheit von gesundheitlichen Problemen in der Familie ist ebenfalls ein Motiv. Manche haben mehr oder weniger gezielt nach einer Möglichkeit gesucht, sich zu engagieren, ohne jedoch den Umweltbereich avisiert zu haben. Mehrfach wurde der Wunsch geäußert, die türkischsprachigen Menschen zu unterstützen und zu aktivieren. Die prioritäre Motivation ist erkennbar altruistisch.

Zu Beginn der Schulungen durch die Kursleiterinnen erfragte Visionen bzw. Vorstellungen der Teilnehmenden über eine umweltfreundliche und lebenswerte Welt ermöglichen einerseits den Teilnehmenden, sich gegenseitig zu verorten und kennenzulernen, andererseits auch der Kursleitung, sich einen Überblick über den Kenntnisstand und etwaige ökologisch orientierte Visionen zu verschaffen.

Der Konkretionsgrad der Äußerungen und ihr etwaiger Adressat sind sehr unterschiedlich. Neben individuellen Verhaltensoptionen werden auch globale Aspekte und politische Kräfte angesprochen.

⁴ Es handelt sich im einzelnen um Vorstellungen zu

Mobilität: *Umweltfreundliche Mobilität. Kleinvolumige und CO₂-arme Motoren. Elektromobilität. Mehr Tram fahren, mehr Zug und Autobus benutzen.*

Konsum: *Keine Putzmittel mit Schadstoffen. Dafür sorgen dass Bioprodukte nicht teurer sind als die anderen. Umweltfreundliche Spielzeuge verbreiten und keine chinesischen kaufen, weil sie gesundheitsschädlich sind. Alles nutzen, keine nicht ganz leeren Flaschen zurücklassen, nichts verschwenden. Die Samen von Obst und Gemüse nicht wegschmeißen, sondern aussäen.*

Verhaltensappelle: *Lärm vermeiden. Kein Altöl wegschmeißen. Im Einklang mit der Natur leben.*

Medien und Kommunikation: *Unabhängige Medien, die die Zivilgesellschaft unterstützen, In jeder Weltsprache müssen die wichtigsten Informationen über die Umweltthemen vorhanden sein, Gegen Umweltsünder die Stimme erheben, Die Umweltverbände stärken.*

Ressourcen und Landnutzung: *Die Weltmeere schützen, Nutzung der Tropftechnik in der Landwirtschaft, Gärten in die Stadt, Bäume pflanzen.*

Die **Lernabsichten** sind mit gleichgewichtiger Nennung Wissen bzw. Fachwissen zu erwerben und Kommunikationstechniken zu erlernen: ⁵

Wie man Umweltthemen kommuniziert. Kommunikation und Didaktik lernen. Wie man Leute animieren kann. Wie man Leute überzeugen kann. Andere aufklären. Wie man Projekte macht. Freies Reden. Türkische Vokabeln lernen.

Also ich würde gerne noch mehr Methoden lernen, wie ich Menschen überzeugen kann (...) das fehlt mir noch, manchmal habe ich Schwierigkeiten, auch nur meine Mutter zu überzeugen, wenn ich von der Mülltrennung erzähle oder von den Flaschen, die man extra sammelt.

Es kommt auch vor, dass zunächst kein konkretes Motiv in Bezug auf den Kurs genannt wird:

⁴ Empirische Basis sind die schriftlichen Statements der Stuttgarter Schulung (N = 12). Den Berichten der Schulungsleiterin zufolge war bei den vorhergehenden Schulungen eine globale und politische Perspektive weniger auszumachen.

⁵ Empirische Basis sind schriftliche Statements der Berliner Schulung (N = 14) sowie Interviewmaterial.

Alles ist neu. Ich weiß noch nicht. Ich bin neugierig.

2.1.2 Der Zugang zur Schulung

Die **Berliner** TeilnehmerInnen kamen in der Regel über den persönlichen Kontakt mit der Kursleiterin oder mit anderen Yeşil Çember⁶-Mitgliedern zur Schulung. Die Kursleiterin hatte in diversen Zusammenhängen (informelle Frauengruppe, studentische Veranstaltung, Energieberatungsschulung für Kiezlotsen) in Form von Kurzvorträgen oder auch im persönlichen Gespräch das Schulungsprojekt vorgestellt; zudem war der potenzielle Kreis von Teilnehmenden zuvor angeschrieben worden; ca. 100 Einladungen wurden verschickt. Einige der Teilnehmenden nahmen selbst Kontakt auf: beispielsweise beim Türkischen Umwelttag oder nach einer Anzeige in der Hürriyet.

Die **Kölner** TeilnehmerInnen wurden über aus ihrem Freundes- und Bekanntenkreis weitergereichte Einladungen der Temastiftung gefunden, die diese dann auch telefonisch kontaktierten. Eine zweite Schulung in Köln wurde durch eine Absolventin des ersten Kölner Kurses organisiert, die die Teilnehmerinnen aus ihrem Freundes- und Bekanntenkreis gewann.

In den weiteren Projektstandorten nahm die Kursleiterin zunächst einen Erstkontakt mit den Türkischen Generalkonsulaten auf. Die **Stuttgarter** TeilnehmerInnen fanden sodann nach dem Kontakt der Schulungsleiterin mit der Türkischen Gemeinde (TGBW) und der Kultur- und Sozialinitiative (KSI), die sodann zu einem ersten Treffen einluden, zusammen.

Die Gewinnung der Teilnehmergruppen für die Schulungen in **München** und in **Mannheim** geschah ebenfalls nach der Kontaktaufnahme mit dem Generalkonsulat und den Verbänden.

Da alle TeilnehmerInnen aufgrund von beruflicher Tätigkeit, Ausbildung oder Familienarbeit zeitlich voll beschäftigt waren, konkurrierte der Kurs mit seiner zeitlichen Organisation an den Wochenenden mit Freizeit- bzw. Familienaktivitäten:

Samstags Kurs ist schon eine Herausforderung, das muss man dann schon wollen.

Ein wesentlicher Grund für die Teilnahme liegt darin, dass das Schulungsangebot sich speziell an türkischsprachige Menschen richtet. Dies weniger, weil die Deutschkenntnisse nicht ausreichen würden (in einigen wenigen Fällen traf das zu, umgekehrt wäre einigen die Schulung in Deutsch leichter gefallen). Von größerem Gewicht ist vielmehr, dass die Teilnehmenden sich von dem Angebot direkt angesprochen fühlen:

Das ist jetzt außer ProDialog das einzige Projekt, das sich speziell an türkischsprachige Menschen wendet.

Insbesondere bei den Teilnehmergruppen in Berlin und Köln spielte die persönliche Ansprache über Freunde, Bekannte und Verwandte, eine wichtige Rolle beim Zugang zur Schulung. Im folgenden Beispiel erfolgte die Entscheidung aufgrund eines konkreten Erfahrungsberichts der Tochter über einen Schulungstag:

Sie (die Tochter) studiert jetzt Umweltingenieurwissenschaften, (...), sie hat es über ihre Freundin erfahren, die mit ihr zusammen studiert. Ich wusste nicht, dass es um solche Themen geht, ich dachte, es kommt viel Theorie und so wollte ich das nicht, aber sie kam nach Hause und hat so begeistert erzählt, und sie sagte, ich kann auch mit kommen, weil da andere Frauen auch sind.

⁶ Yeşil Çember ist die türkischsprachige Umweltgruppe im BUND. Yeşil Çember heißt „Grüner Kreis“.

2.2 Die Schulungsleiterinnen

Die Schulungsleiterin Frau Gülcan Nitsch hatte auf Seiten des BUND das Projekt maßgeblich initiiert und bereits Jahre zuvor die türkischsprachige Umweltgruppe im BUND *Yeşil Çember* gegründet. Alle Schulungen für UmweltbotschafterInnen wurden von ihr konzipiert und durchgeführt (mit Ausnahme der zweiten Kölner Schulung). Ebenso wurden die Praxisbetreuung und das Coaching der UmweltbotschafterInnen sowie die Kontaktierung der kooperierenden Verbände durch sie wahrgenommen. Konzeptionell und praktisch wurde sie unterstützt von einer zweiten Kursleiterin, Frau Öykü Kaygusuz, für Didaktik und Kommunikation zuständig.

In Köln wurde die Organisation der Schulung und die Teilnehmerwerbung durch die Projektleiterin der Temastiftung, Frau Handan Anapa wahrgenommen.

Die Schulungs- und Projektleiterin Frau Nitsch ist gelernte Biologin, Umweltaktivistin, seit mehreren Jahren im BUND aktiv und in Sachen Kommunikation und Pädagogik Autodidaktin; 2008 wurde sie für ihr Engagement mit der Berliner Tulpe ausgezeichnet, 2010 wurde sie von ASHOKA⁷ als Sozialunternehmerin ausgezeichnet, seit 2012 ist damit ein Stipendium verbunden. Ihr Werdegang und ihre Tätigkeit als gewissermaßen Erste Umweltbotschafterin in der türkischsprachigen Gemeinde ist mittlerweile in einer Vielzahl von Publikationen aller Medienarten nachzulesen oder -zusehen.⁸ Sie versteht sich selbst als Motor innerhalb der türkischsprachigen Gemeinde, um gegen Umwelt- und Naturzerstörung anzugehen.

Ich glaube, dass ich einfach die richtige Person war, die das Ganze vorantreiben konnte und wollte. (...) T. (BUND, Landesverband Berlin) hat mich bestärkt und unterstützt, (...) er fand mein Vorhaben gut, und stellte mir die Struktur zur Verfügung.

Zwei Grundhaltungen sind für sie von großer Wichtigkeit: a) die Überzeugung, dass jeder verändern kann und die Macht dazu hat. b) der Glaube und das Vertrauen in die eigene Fähigkeit, überzeugen und andere in Bewegung zu setzen zu können. Diese hohen Selbstwirksamkeitserwartung ist empirisch gestützt durch entsprechende persönliche Erfahrungen. Ihre Vorbilder sind Persönlichkeiten wie VANDANA SHIVA. Sie setzt auf die Wirkung des gemeinsamen *Spirits*:

Wir akzeptieren nicht, dass die Natur von Menschen zerstört wird, (...) diese gemeinsame Vision, dieser Spirit macht es aus und deshalb kann ich auch meine Mitmenschen so mitreißen und überzeugen.

Die zweite Schulungsleiterin Frau Kaygusuz ist gelernte Landschaftsplanerin, Umweltaktivistin, Erwachsenenbildnerin, und war beruflich u.a. bei Umweltverbänden aktiv. Auch in ihrer Biografie spielt der Rückbezug auf die eigene Fähigkeit eine wichtige Rolle.

Da kam (...) dann die Ernüchterung, nämlich zu sehen, dass die Akteure auch nur in Projektanträgen denken, und die kritische Stimmen nach der ich mich so geseht hatte, blieb oft eher verhalten. (...) Ich bin dann mehr bei der Frage gelandet (...), was kann ich eigentlich gut und kam so zur Didaktik der Erwachsenenbildung, auch über die zwischenmenschlichen Schwierigkeiten bei der zwischenmenschlichen Arbeit selber, indem ich selber Motor bin, als Didaktikerin, als Sprachlehrerin, als Dozentin, als Umweltbildnerin, als jemand der anleitet, Menschen Freiräume zu geben, sich zu entfalten, sich darzustellen, und diesen Prozess zu moderieren und zu unterstützen (...) also weg von der politischen Schiene zur Didaktik, also im kleinen, im zwischenmenschlichen Bereich arbeite ich lieber, im Kontakt, im Dialog

⁷ Internationale Organisation, die mit Hilfe von prominenten Unterstützern vornehmlich aus der Wirtschaft soziales Unternehmertum (Changemaker) fördert. Die Organisation ist gemeinnützig.

⁸<http://germany.ashoka.org/fellow/g%C3%BCclean-nitsch>; <http://www.youtube.com/watch?v=dYFAF63Vh7c>;

mit Menschen, man sagt auf Türkisch glaub' ich: „So weit mein Arm reicht“. Ich bin dann auf ein Plakat gestoßen von Yeşil Çember, das war der erste Türkische Umwelttag in Kreuzberg (2007, U.E.), das hat mich sofort angesprochen, das war für mich eine Plattform, im kleinen Maßstab etwas zu versuchen, wo die großen politischen Mühlen erst mal nicht so die Rolle spielen, sondern im Kleinen zu versuchen, Menschen zu beleben, Menschen mitzunehmen, zu überzeugen.

2.3 Die Organisationen und Institutionen

Abgesehen von den direkt am Projekt beteiligten Verbände kooperierten die türkischen Generalkonsulate, die Kultur- und Sozialinitiative für Jugendliche und Kinder e.V. (KSI) Stuttgart, Mitgliedsorganisationen der TGD sowie die Alevitischen Gemeinden in Köln und Mannheim.

Die Verbände übernahmen in den Projektstädten die Teilnehmerwerbung für die Schulungen, abgesehen von Berlin, wo die Rekrutierung der TeilnehmerInnen unmittelbar durch die Schulungsleiterin (BUND) wahrgenommen wurde.

3 Schulung der UmweltbotschafterInnen

Wichtigster Input des Projektes sind zweifellos die Schulungen. Die **Themenauswahl** für die Schulung betraf verhaltensrelevante Umweltfragen und umfasste die Module Nachhaltiger Konsum; Klimawandel und Klimaschutz; Ressourcen und Energie; Giftige Schadstoffe im Alltag; Abfallvermeidung und Abfalltrennung; Didaktik und Kommunikation; Die Rolle der NGOs, der Wirtschaft und der Politik.

Die **Dauer** der Schulung und die **zeitliche Organisation** erfuhren im Lauf ihrer mehrmaligen Durchführung einige Änderungen. Von 50 Stunden (erste Durchführung in Berlin) wurde die Dauer auf 30 Stunden komprimiert. Die zeitlichen Intervalle – in der Regel mussten die Kurse an den Wochenenden stattfinden – wurden schließlich so gewählt, dass nicht mehr als 3 Wochen und mindestens 2 Wochen zwischen den Schulungstagen lagen. Allerdings waren nicht optimale Abstände auch terminlichen Schwierigkeiten geschuldet.

3.1 Pädagogischer Ansatz und methodisch-didaktisches Konzept

Die schriftlich vorliegende Konzeption nennt als **Ziele** die **Vermittlung von Grundkenntnissen** in den Bereichen Konsum, Klimawandel, Energie, Wasser, Abfall, Schadstoffe im Alltag, die **Befähigung**, als Privatpersonen den eigenen ökologischen Fußabdruck zu verringern und die nötigen **Fertigkeiten**, die eigenen Kenntnisse an andere innerhalb der türkischsprachigen Gemeinde **weiterzuvermitteln**.

Das Schulungskonzept ist in seiner methodisch-didaktischen Umsetzung schriftlich fixiert; der zu Grunde liegende pädagogische Ansatz ist einerseits aus dieser methodischen Umsetzung abzulesen, andererseits konnte er aus dem Kursgeschehen selbst (einige Kurstage wurden begleitet) und aus den Ergebnissen in Form der Teilnehmerinterviews rekonstruiert werden.

Das Konzept ist kein Qualifizierungskonzept, es zielt auf Persönlichkeitsbildung. Die subjektbezogene Seite nimmt eine Schlüsselrolle ein.

Die pädagogischen und didaktischen Kriterien sind

- Emotionale Ansprache
- Leitbildorientierung
- Gruppenzusammenhang und Gruppennorm
- Betreuung
- Handlungsorientierung, Praktikabilität der Verhaltensalternativen
- Eigenbeteiligung
- Zweisprachigkeit
- Zertifikatsverleihung
- Methodische Vielfalt

Diese Kriterien spiegeln die pädagogischen Intentionen wieder und bieten den Rahmen für die Gestaltung des Lernprozesses. Einige sind in der ursprünglichen Konzeptionsbeschreibung festgehalten, einige andere aber haben sich in ihrer Bedeutung erst im Laufe der Schulungen herauskristallisiert.

Die **emotionale Ansprache** spielt sowohl im Kurs selbst als auch im Transfer in die Aktionsfelder der UmweltbotschafterInnen eine zentrale Rolle. Den KursleiterInnen gilt die emotionale Ansprache als wesentliche Voraussetzung, damit Fakten und Wissen jeder Art überhaupt aufgenommen werden können. Dies entspricht auch ihrer langjährigen pädagogischen Erfahrung in unterschiedlichen Zusammenhängen.

Die ethischen und pädagogischen **Leitgedanken** sind explizit und implizit: Wir haben Verantwortung für die Erde, Wir haben Verantwortung für künftige Generationen, Wir lassen nicht zu, dass die Natur zerstört wird, Wir Konsumenten können unsere Macht nutzen, Du darfst *groß denken*.

Die Frage der Verantwortung und die Einforderung der Vorbildfunktion findet sich im Schulungsablauf immer wieder aufgenommen und verbunden mit dem Aufzeigen von Verhaltensalternativen: *Was kann ich tun, um meinen ökologischen Fußabdruck zu verringern?* und *Was kann ich tun, um andere zu überzeugen?* Die KursleiterInnen wurden als sehr authentisch und glaubwürdig wahrgenommen, was einen wesentlichen Anteil an der Motivation der Teilnehmenden hat.

Anliegen der Kursleitung ist, zunächst, eine Lernsituation, eine Atmosphäre, *ein herzliches Umfeld (Öykü K.)* zu bieten, in dem die Teilnehmenden gerne interagieren. Die Schaffung eines **Gruppenzusammenhangs** unter den Schulungsteilnehmern durch gemeinsame Lernerfahrungen und gemeinsame Visionen wirkt motivierend und setzt soziale Prozesse in Gang. Dieser Gruppenzusammenhang bleibt idealerweise über den Zeitraum der Schulungen hinaus erhalten, u.a. durch gemeinsame Aktionen wie die Vorbereitung und Durchführung der Türkischen Umwelttage. Allerdings trägt zu dieser Erhaltung der stetige Kontakt der Schulungsleitung zu den Gruppenmitgliedern in beträchtlichem Maße bei. Nicht nur durch gemeinsame Ziele, sondern auch vermittelt durch eine gewisse Fürsorge und Betreuung wird zumindest im Ansatz eine **Corporate Identity** geschaffen. Die Bedeutung der Gruppenatmosphäre und der Gruppenidentität sehen die KursleiterInnen immer wieder bestätigt. Der Gruppenzusammenhang wird zudem genutzt, um eine **soziale Norm** in der Gruppe zu etablieren (*Wer gegen Atomkraftwerke ist, muss zu Ökostrom wechseln*).

Die aktive Einbeziehung der Schulungsteilnehmer hat neben didaktischen Gründen auch motivationale, persönlichkeitsstärkende Effekte: Die Teilnehmenden finden sich so weniger in der Rolle der Rezipienten einer Botschaft, sondern als aktiv Mitgestaltende, deren Wissen, Erkenntnisse, Fähigkeiten und Erfahrungen gefragt sind.

Eigenbeteiligung im Kursgeschehen heißt didaktisch wenig Frontalmethoden und der Versuch, Lernsituationen herzustellen, in denen es den Teilnehmenden möglich ist, selbst Antworten zu finden.

Also was ist logisch: Wenn ich das Fenster öffne und die Heizung ist nicht ausgeschaltet, und ich habe der Heizung gesagt, hier drin soll es 20 Grad warm sein und draußen haben wir minus 10. Tja, das sind 30 Grad Unterschied, die Heizung muss dann fürchterlich arbeiten, also die kommen dann selbst darauf. (Gülcan N.)

Auch konzeptionelle Eigenarbeit war gefordert:

Wir haben in Zweiergruppen selber ein Konzept erstellt und uns gegenseitig präsentiert. Das war sogar anstrengend, und es war auch richtig produktiv, weil man so auch auf die Schwierigkeiten gestoßen wird. (Umweltbotschafterin, Studentin)

Didaktisch sind die Module so aufgebaut, dass ein Transfer vieler Elemente in die eigene Praxis der UmweltbotschafterInnen unmittelbar möglich ist. Hilfsmittel wie z.B. Strommessgeräte können bei den Geschäftsstellen ausgeliehen werden.

Das Kursmodul „Kommunikation und Didaktik“ nahm im ersten Durchlauf beinahe zwei volle Schulungstage in Anspruch. Es stieß bei Teilnehmenden auf großes Interesse und war auch in den Schlussstatement sehr beliebt. Allerdings war es sehr anspruchsvoll und umfassend (einschließlich Fragen wie: *Welcher Lerntyp bin ich?*) und wurde im Laufe der Schulungen vom mehr Grundsätzlichen zurückgefahren auf umweltbezogene Kommunikationsübungen.

Die durch die Schulung vermittelten Kenntnisse stellen **praktisches Wissen** dar, alltagstauglich, anschaulich, unmittelbar anwendbar. Anschaulichkeit (z.B. Visualisierung des Stromdurchflusses) und praktische Unterweisung (Wie funktioniert ein Heizkörperthermostat?) sind wesentliche Elemente des didaktischen Konzepts. Die Visualisierung des Stromflusses bei Anschluss an verschiedenen energieintensive Geräte vermittelt einen sinnlicher Eindruck des Verbrauchs. Der Standby-Test war einer der Renner in den Schulungen, die nahezu alle TeilnehmerInnen dazu brachte, ausschaltbare Steckerleisten anzuschaffen bzw. sie zu benutzen.

Das Konzept zeichnet sich durch hohe **Handlungsorientierung** aus. Praktische Möglichkeiten für umwelt- und klimaschonendes Verhalten in wichtigen Lebensbereichen werden diskutiert und durchexerziert. Die Teilnehmenden lernen Kennzeichnungssymbole von Produkten, Energieeffizienzklassen, Informationsstellen und Rechercheadressen im Internet kennen. Es wird nicht nur vermittelt, warum biologisch angebaute Baumwolle zu bevorzugen sei, sondern auch, wo es sie zu kaufen gibt. Oder: Nicht nur, warum man Ökostrom beziehen sollte, sondern auch: Wie wechselt man konkret und wie wickelt man die Prozedur ab. Tipps wie regelmäßiges Zählerablesen erleichtern den Überblick über den eigenen Verbrauch.

Als ein Merkmal der Konzeption entwickelte sich die **Zweisprachigkeit**. In Haushalten von Zuwandererfamilien überall auf der Welt wird in der Muttersprache kommuniziert, während in der Kommunikation in und mit Institutionen die Sprache des Aufnahmelandes dominiert. Da umweltgerechtes Verhalten in die Alltagskultur Eingang finden soll, liegt im Kurs der UmweltbotschafterInnen der Fokus zwingend auf dem Türkischen und das entsprechende Vokabular muss in Türkisch beherrscht werden. Die Fachsprache des Umwelt- und Klimathemas allerdings ist zunächst eher in Deutsch geläufig, mitunter auch in Englisch. Somit waren die medialen Schulungsunterlagen bis auf einige publizierte Broschüren nur auf Deutsch vorhanden, auch die meisten Web-Adressen zu den behandelten Themen waren bzw. sind deutschsprachig, einige waren türkischsprachige von Verbänden aus der Türkei. Daraus ergibt sich zunächst, dass das Deutsche eher rezeptiv und das Türkische

kommunikativ eingesetzt wird, aber auch mit deutschen oder englischen Einsprengseln wie „Stromanbieter“, „Mindesthaltbarkeitsdatum“ oder „Fair Trade“. Zweisprachigkeit wird von Kursteilnehmern durchaus als Konzept wahrgenommen:

Die Unterlagen sind in Deutsch, und Gülcan erzählt dazu in Türkisch, aber sie verwendet auch die deutsche Definition und englische Definitionen, damit die Kursteilnehmer auch wissen, wie das heißt in anderen Sprachen, das ist auch sehr wichtig. Wir wollen ja eine integrierte Bevölkerung, das heißt es darf auch nie in einer Sprache bleiben.

Da es sich herausstellte, dass in allen Kursen ein bis drei Teilnehmende waren, deren Deutschkenntnisse nicht ausreichten, wurde auch ein Teil der Schulungsunterlagen ins Türkische übertragen. Die Ansprache der Zielgruppe durch die UmweltbotschafterInnen erfolgt in der Regel ebenfalls in der Muttersprache.

Ich habe Wörter und Begriffe kennen gelernt, die ich im Türkischen gar nicht kannte, und wenn ich das jetzt auf Deutsch gelernt hätte, wüsste ich gar nicht, wie ich das auf Türkisch erzählen sollte, deshalb war das für mich eine Riesenhilfe. Vom Türkischen ins Deutsche kann ich das sehr gut übersetzen, weil mein Deutsch besser ist als mein Türkisch, aber umgekehrt hätte ich große Probleme gehabt...

Es sollte aber auch in Deutsch beherrscht werden, da sich zeigte, dass UmweltbotschafterInnen durchaus auch in deutschsprachigen oder bilingualen Kontexten aktiv sind, es werden auch deutsche Kollegen und deutsche Nachbarn angesprochen. Ohnehin ist auch in der Alltagskommunikation der türkisch-deutschen Bevölkerung ein häufiges Umschalten zwischen den Sprachen üblich.

Man müsste schon so ein zweisprachiges Konzept haben. Wenn ich jetzt auf Türkisch mich vorbereite, sagen die Leute dann vielleicht, kannst du das nicht auf Deutsch machen, dann stehe ich auch blöd da.

Ich habe zu Kursbeginn gesagt, ich will das in türkischer Sprache weitergeben, nicht in Deutsch, aber morgen werde ich das in Deutsch tun müssen, weil die Mädels einfach mehr Deutsch verstehen. Also ansonsten werden meine Beratungen selten aber rein in Deutsch sein.

Umweltthemen kommunizieren beinhaltet auch die Kunst der Ansprache. Während man im Deutschen gerade in der umweltbezogenen Kommunikation an eher technische Ausdrucksweise gewöhnt ist, kann sich das Türkische farbiger ausdrücken. So nennt man beispielsweise im Deutschen die Freiwillig Engagierten preußisch *Ehrenamtliche* während sie im Türkischen etwa *Herzensarbeiter*⁹ heißen. Für etliche UmweltbotschafterInnen hatte die Schulung auch den Effekt, dass sowohl ihre türkischen als auch ihre deutschen Sprachkenntnisse sich erweitert haben. Die Zweisprachigkeit der Materialien bietet auch die Möglichkeit, die Lese- und Sprachkompetenzen in der Zielgruppe sowohl in Türkisch als auch in Deutsch zu stärken. Aus den Erfahrungen und Anforderungen der Schulung heraus entstand das Projekt einer Umweltbotschafterin, ein Türkisch-Deutsches Umweltwörterbuch zu erarbeiten.

Die **Zertifikatsverleihung** an die UmweltbotschafterInnen ist mehr als die Aushändigung eines Dokuments über eine erfolgreiche Teilnahme. Häufig sind bei der Verleihung der Türkische Generalkonsul, manchmal auch Minister anwesend. Es handelt sich nicht nur um das Dokument einer bestandenen Prüfung; es ist vielmehr ein Dokument des ehrenamtlichen Engagements (was unter Umständen auch beruflich nutzen kann). Es ist somit auch Dokument der sozialen Wertschätzung, was für die Zielgruppe, der Ausgrenzungserfahrungen nicht fremd sind, um so mehr Bedeutung hat. Die Verleihung des Zertifikats ist insofern als ein konzeptionelles Moment zu betrachten.

⁹ Gönüllü

3.2 Methoden

Kennzeichen des methodischen Konzepts sind viele Aktivitäts- und weniger Rezeptionsphasen, der Einsatz von Elementen der Szenarientechnik, Methoden der Zukunftswerkstatt, Kommunikationsübungen mittels Kurzpräsentation von Themen, teilweise videogestützt, Rollenspiele, Einsatz von Filmmaterial.

Mit wiederholter Durchführung der Kurse werden relativ abstrakte und frontale Schulungselemente wie Powerpoint-Präsentationen oder Vorträge, die rezeptives Lernen fordern, weiter reduziert zugunsten spielerischer, kreativer Formen und dem Einsatz filmischer Mittel. Beratungsgespräche werden im Rollenspiel simuliert und *Wie überzeuge ich meine Freundin oder Nachbarin, zu Ökostrom zu wechseln* kommunikativ erprobt.

Im Grunde kam der ganze Methodenkoffer der Umweltpädagogik zum Einsatz. Es soll hier auf einige wenige Methoden oder Arbeitsweisen näher eingegangen werden, die die Konzeption der Umweltbotschafter-Schulung besonders charakterisieren: Der Einsatz von **Filmen**, das **Storytelling** und die **Projektarbeit**.

Kurzfilme

Kurzfilme wurden im Laufe der Schulungen immer häufiger eingesetzt, vor allem um die soziale Dimension von Nachhaltigkeit zu thematisieren, insbesondere was das Verhältnis zwischen den Industrieländern und den Ländern der Dritten Welt betrifft. Filme erweisen sich als gut geeignet, die emotionale und moralische Ansprache zu pflegen. Filme entlasten die Kursleiterinnen auch von dem Zwang, ständig in der Rolle des Hauptvermittlers zu stehen. Besonders eindruckliche Erlebnisse während der Schulung werden häufig in Zusammenhang mit Filmen genannt.

Storytelling

Storytelling meint eine Methode, die in politischer Bildung, in Umweltbildung, zunehmend auch in schulischer Bildung und in Unternehmenszusammenhängen sowie im Marketing eingesetzt wird. Es handelt sich um eine aufgelockerte Form der Vermittlung, da im erzählerischen und personalisierten Kontext der Inhalt leichter und unangestregter rezipiert und mit Alltagserfahrungen verknüpft werden kann. Storytelling verwebt die Themengeschichten mit der persönlichen Geschichte der Erzählperson, es ist häufig biografisches Erzählen. Storytelling kann auch als gemeinsames Erzählen einer Wir-Geschichte angewendet werden. Über die Geschichte werden Emotionen mobilisiert und soll Interesse geweckt werden.

Projektarbeit

In Ansätzen gibt es Projektarbeit. Projektarbeit ist bereits vom zeitlichen Aufwand her für einen 30-Stunden-Kurs, der verschiedene Themen behandeln muss, sehr anspruchsvoll. Das Konzept sieht deshalb vor, die erste Phase der Ideenentwicklung in die Schulung zu integrieren und in der folgenden Praxisphase durch Einzelne oder Kleingruppen von Teilnehmern mit Hilfe der Betreuung der Kursleiterinnen umzusetzen. Nicht alle Projektideen konnten umgesetzt werden, aus hauptsächlich zwei Gründen: Zum einen sind nur wenige Kursteilnehmer mit Projektarbeit vertraut, insofern war bzw. ist der Betreuungsaufwand erheblich. Zum anderen sind die Projektideen auf ganz unterschiedlichem Niveau angesiedelt, was Zeithorizont, Know How, Management und Gestaltungsmöglichkeiten angeht.

Projektbeispiel **Umweltspielekoffer**: Dieses Projekt erfordert didaktische und gestalterische Überlegungen in Konzept und Umsetzung, sodass eine fachliche Anleitung erforderlich ist. Der zwei-

sprachige Umweltspielekoffer wurde hauptsächlich von zwei Umweltbotschafterinnen erarbeitet, unter Anleitung der Schulungsleiterin Öykü K. Ein Exemplar des Spiekekoffers steht dem Quartiersmanagement Wassertorplatz in Kreuzberg zur Verfügung. Er wurde im Rahmen eines Stadtteilstestes öffentlich vorgestellt.

Projektbeispiel: Das **Türkisch-Deutsche Umweltwörterbuch**, initiiert durch eine Berliner Umweltbotschafterin, konnte in Teamarbeit der Multiplikatoren fertiggestellt werden. Stuttgarter Umweltbotschafter haben weitere Stichwörter beigetragen. Das Umweltwörterbuch umfasst auf dem derzeitigen Stand etwa 340 Stichwörter, was gleichzeitig bedeutet, dass es weiter ausgebaut werden kann. Etwa ein Sechstel der Stichwörter im Türkisch-Deutschen Teil ist zudem mit Erläuterungen versehen. Ein solches Projekt eignet sich auch als gemeinschaftlich betriebenes Online-Projekt. Es könnte auch mehrsprachig betrieben werden.

Projektbeispiel: Herstellung von **Gebrauchsgegenständen aus Recycling-Materialien**. Eine Umweltbotschafterin stellt kleine Gebrauchs- und Schmuckgegenstände wie z. B. Stiftehalter oder Bilderrahmen aus Altpapier und Pappe her. Die Idee hierzu entstand durch ihre Beschäftigung mit dem Thema Müll und Recycling.

Projektbeispiel: **Zweisprachige ökologische Kochrezeptesammlung**. Zweifellos gibt es viele ökologische Rezeptesammlungen, allerdings hätte ein zweisprachiges einen anderen Verbreitungsweg. Das Projekt konnte bisher nicht ausreichend realisiert werden. Allerdings gibt es Kontakte zu einem deutschen Ökovertrieb¹⁰ mit vielen Projekten in der Türkei (Anbau von Früchten und Nüssen), der sich dem Vernehmen nach bereit erklärt hat, Übersetzung und Vertrieb von Rezepten zu übernehmen.

Projektbeispiel: **Die umweltfreundliche Bank**, Wunschvorhaben einer Umweltbotschafterin, die Bankangestellte ist. Nach einem ersten Gespräch in der Filiale vor Ort sandte die Mitarbeiterin einen schriftlichen Vorschlag an die Hauptverwaltung der Bank. Nach ihrer Information und telefonischer Rückfrage wurde ihr Vorschlag zwar „sympathisch“ gefunden, hatte jedoch die richtigen Ansprechpartner noch nicht erreicht. Ein solches Vorhaben – es handelt sich nicht um ein einzelnes kleines Bankhaus - erfordert letzten Endes ein Umweltmanagementsystem, verursacht somit auch Kosten und würde nicht nur die Betriebsökologie betreffen. Dennoch kann der erste Schritt in diese Richtung – beispielsweise die Verwendung von Recyclingpapier – auf Anstoß durch eine Umweltbotschafterin erfolgen (die beispielsweise eine Zertifizierung nach ISO oder EMAS vorschlagen kann). Ein Gespräch in der Hauptverwaltung der Bank ist geplant.

Praxisprojekt **Mentorin** für Schülerinnen. Eine Umweltbotschafterin arbeitet im Rahmen eines universitären Mentoring-Projektes für MINT-Fächer¹¹ als Mentorin für Schülerinnen. Als Mentorin besucht sie Schulen und bietet Workshops an, um Mädchen und junge Frauen anhand ihrer persönlichen Biografie für naturwissenschaftliche und umweltbezogene Fächer zu begeistern. Ein Schwerpunkt-Projekt mit 24 Mentees richtet sich dabei speziell an Mädchen mit Migrationshintergrund. Obschon es sich hierbei nicht um ein Projekt handelt, das aus der Schulung heraus entstanden wäre, ist es dennoch ein Projekt, bei dem die Umweltbotschafterkenntnisse zum Einsatz kommen.

Insgesamt vereint die Konzeption sehr praktische und konkrete Ziele wie den Erwerb praktischer Kenntnisse und Fertigkeiten mit sehr ambitionierten sozialen und persönlichkeitsbezogenen Zielen

¹⁰ Es handelt sich um die Firma Rapunzel.

¹¹ MINT = Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Es handelt sich um ein Projekt an der Universität Koblenz (Ada-Lovelace-Projekt).

wie die Änderung des individuellen Konsumverhaltens und die Motivierung einer ganzen Zielgruppe auf kommunikativem Wege, um auch hier solche Änderungen zu bewirken.

Bleibt für die Evaluation die spannende Frage, inwiefern und wodurch es einer 30stündigen Schulung gelingen kann, die genannten Ziele zu erreichen. Das Konzept und die Durchführungsqualität der Schulungen in Gänze zu beurteilen, hätte eine komplette Begleitung erfordert. Die Evaluation kann allerdings von der Wirkungsseite her Aussagen treffen: Es werden also zunächst die Wirkungen der Kurse in den Blick genommen, um sodann die Frage an das Konzept wieder aufzugreifen. (Kapitel 8) .

3.3 Betreuung der UmweltbotschafterInnen

Die Umweltbotschafterinnen wurden über die Schulungstage hinaus durch die Kursleiterinnen betreut und bei Aktionen und Beratungen teilweise persönlich begleitet. Einige Praxisprojekte waren wie oben beschrieben zudem zu anspruchsvoll, um von den UmweltbotschafterInnen alleine bewältigt zu werden. Insofern war der zeitliche und organisatorische Aufwand für die Betreuung sehr viel größer als vorgesehen. Beispielsweise wurde in Berlin mit zwei Teilnehmerinnen, die Beratungen bei Eltern und Frauengruppen planten und sich unsicher fühlten, ein Präsentations- und Kommunikationstraining durchgeführt. Teilweise fand systematisches Coaching statt. Obwohl das Internet in nahezu allen Haushalten der UmweltbotschafterInnen verfügbar ist, wurden Sekundärtechniken wie Umgang mit Internet, PC und Präsentationstechniken nur von den Jüngeren mit der entsprechenden Schulbildung beherrscht. Folglich bezog sich die Unterstützung nach Berichten der Schulungsleiterinnen häufig auf Fertigkeiten und Techniken, die als solche nicht Gegenstand des Kurses sind.

Das Coaching wurde von den UmweltbotschafterInnen insbesondere in Berlin auch aktiv nachgefragt, sowohl was inhaltliche Fragen als auch was Techniken anging. Dies hat einerseits mit der Zusammensetzung der Teilnehmerrunden zu tun, andererseits auch damit, dass der persönliche Kontakt zwischen den Schulungsleiterinnen und den Teilnehmenden in der Berliner Runde ausgeprägter und auch einfacher zu realisieren war. Mit dem Anwachsen der Zahl der UmweltbotschafterInnen und der Projektstädte reichen die Kapazitäten für eine solche Betreuung nicht mehr aus.

Dem Aufwand der Betreuung ist es auch hauptsächlich geschuldet, dass das Initiieren von Praxisprojekten in den Schulungen selbst vorwiegend am Standort Berlin realisiert wurde. Was im Umkehrschluss nicht heißt, dass in anderen Projektstädten keine Projekte ins Laufen kamen, jedoch ist ihre Entstehungsgeschichte jeweils eine andere.

4 Wirkungen – Erste Transferebene

Die Wirkungen des Projektes wurden in erster Linie kommunikativ erfasst: Sie stützen sich auf Aussagen in Einzelinterviews, Gruppengesprächen mit den UmweltbotschafterInnen und den Schulungsleiterinnen sowie auf schriftliche Teilnehmer-Rückmeldungen und dokumentierte Praxisprojekte. Auf die Verlässlichkeit der Aussagen konnte in der Regel aus den Gesprächsverläufen geschlossen werden. Die Kriterien hierfür waren Konsistenz, Authentizität und Problematisierung durch die Gesprächspartner. Zudem wurden hinsichtlich des Transfers in die Praxis keine thematischen Vorgaben in den Gesprächen gemacht, sodass mögliche Effekte sozialer Erwünschtheit gering gehalten werden konnten.

Die zu betrachtenden Dimensionen für die Wirkungsanalyse sind einerseits die erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten (**Befähigungsebene**), die Veränderungen im persönlichen Alltag der UmweltbotschafterInnen (**Verhaltens- und Handlungsebene** oder **erste Transferebene**) und andererseits die Kommunikation der Umweltbotschaft in diversen Aktionsfeldern und mittels diverser Kommunikationsstrategien (**Zweite Transferebene**).

Der Bericht stellt zunächst das **Spektrum** an Wirkungen vor. Sodann werden die **Wirkungen im Zeitverlauf** betrachtet. Das Projekt hatte im Falle der UmweltbotschafterInnen seine input-intensivsten Phasen jeweils während der Schulungen. Mit einigem zeitlichen Abstand zur Schulung, an den einzelnen Projektstandorten zwischen etwa einem Jahr (Berlin) und vier Monaten (Köln I) lassen sich verlässlichere Aussagen bezüglich längerfristiger Wirkungen und Wirkungen des Transfers treffen.

Die diversen umweltbezogenen Handlungs- und Verhaltensoptionen stellen unterschiedliche **Anforderungen** an die Akteure. Sie ermöglichen so Hinweise auf sich entwickelnde Kompetenzen, aber auch auf die Nachhaltigkeit der Optionen.

Weiters wird nach möglichen **Einflussfaktoren** gefragt: Welche hemmenden und welche fördernden Faktoren lassen sich ausmachen?

Hinsichtlich des Transfers werden zunächst die **Aktions- resp. Kommunikationsfelder** der UmweltbotschafterInnen vorgestellt. Die kommunikativen **Strategien**, die UmweltbotschafterInnen individuell verfolgen, werden als nächstes analysiert: Wie erfolgt die Zielgruppenansprache konkret? Welche Erfahrungen machen die UmweltbotschafterInnen in ihren Aktionsfeldern?

4.1 Kenntnisse und Fertigkeiten

Die UmweltbotschafterInnen-Schulung traf bei den Teilnehmenden auf unterschiedliche Voraussetzungen, was ihre umweltbezogenen Kenntnisse und ihre bisherigen umweltbezogenen praktischen Erfahrungen angeht. Vom Stoff her verfügten die Jüngeren und gut Ausgebildeten unter ihnen bereits vor der Schulung über einiges Umweltwissen (*Da war jetzt so viel Neues nicht dabei*), einige auch über eine umweltfreundliche Alltagspraxis, während vor allem für Ältere mit weniger Schulbildung der Zuwachs an Sachkenntnis deutlich größer war.

Die Teilnehmenden nannten am Ende der Schulung Lernergebnisse, die sowohl das **Wissen** als auch das **Können** betreffen. Hierzu konnten schriftliche Rückmeldungen aus der Schulung (*Was habe ich gelernt?*) ausgewertet werden. Die schriftlichen Nennungen haben einerseits häufig einen Bezug zum **praktischen Tun**, andererseits greifen sie ökologische oder gesellschaftliche Zusammenhänge auf, die in der Schulung Thema sind und betreffen somit auch das **Erkennen**.

Orientierungswissen

Umweltfreundliche Kennzeichnungen. Blauer Engel. Beim Einkauf darauf zu achten, dass es den Blauen Engel auch bei Elektrosachen gibt. FSC-Siegel. Energieeffizienzklassen. Energiesparlampen mit Kalt- und Warmstarter. Klimakampagne 350 ppm.

Handlungswissen, Verhaltensdesiderate

Bewusst lüften: wenn Fenster auf, dann Heizung zu. Wie ich Wasser sparen kann. Mehr Bioerzeugnisse verwenden. Schädliche Putzmittel vermeiden. Müll richtig trennen, weniger

Müll machen. Fair Trade. Recyclingpapier wegen Regenwald. Den ökologischen Rucksack verkleinern.

Grundlagenwissen, Zusammenhangswissen

Wo unser Wasser herkommt, Bedeutung des Wassers für das Leben. 1 T-Shirt = 7000 Liter Wasser. Ursachen und Auswirkungen der Luftverschmutzung. Treibhausgase und Klimawandel. Recyclingpapier und Regenwald. Kakaoplantagen. Einkaufswahnsinn! Affluenza!

Einsichten und Erkenntnisse

Bewusstsein für die extreme Lage der Ressourcen. Wir hinterlassen Spuren auf der Erde, wir müssen unseren großen Fußabdruck verkleinern. Nachhaltigkeit. Ich habe angefangen, die Natur mehr zu lieben. Ich habe gelernt, wie kostbar unsere Erde ist.

Kommunikative Kenntnisse und Fähigkeiten

Ich habe gelernt, wie ich meine Freunde überzeugen kann. Ich teile mein Wissen mit meinen Freunden. Didaktik und Kommunikation kennengelernt.

Verbandsarbeit

Organisation kennengelernt von unten Wirkung zeigen gegen schlechten Lobbyismus.

Die Formulierungen sind überwiegend **handlungsbezogen** und **wertend**. Wenn Fenster auf, dann Heizung zu. Einige Formulierungen machen auf die Eindruckstiefe des Erfahrenen aufmerksam und zeigen die affektive Beteiligung an: *Einkaufswahnsinn; 1 T-Shirt = 7000 Liter Wasser;* andere bringen eine persönliche Erkenntnis zum Ausdruck: *Ich habe gelernt, wie kostbar unsere Erde ist.* Einige nennen neu erlernte **kommunikative Fähigkeiten**: *Ich habe gelernt, wie ich meine Freunde überzeugen kann.* Manche Formulierungen lassen offen, wer der Adressat der Aufforderungen ist: *Mehr Recyclingprodukte verwenden.* Andere wiederum lassen keinen Zweifel darüber aufkommen, dass insbesondere die eigene Person gefragt ist. Die Äußerungen sagen nichts darüber aus, wie weitreichend oder wie tiefgründig diese Lernergebnisse sind. Sie zeigen jedoch deutlich an, dass eine Auseinandersetzung mit der Thematik stattfindet und neue Kenntnisse insbesondere im Hinblick auf ihre Handlungsrelevanz rezipiert werden.

Das Trennen von Müll ist eine Kulturtechnik, die nach Angaben des Umweltbundesamtes rund 50 Prozent der Bevölkerung in Deutschland nicht beherrschen. Mülltrennung muss gelernt werden.

Also zum Beispiel Mülltrennung. Hört sich leicht an, halt Flaschen trennen, Papier und so. Aber wenn man das genau nimmt, ist es dann doch nicht so leicht. Zum Beispiel Fotopapier kommt nicht zum Papier, oder wenn Kaffee ausgelaufen ist und man hat das mit der Papierrolle entfernt, da würde ich ja denken, das kommt in die Papiertonne, weil es ja Papier ist, aber nein, es soll nicht in die Papiertonne, das wusste ich vorher nicht. (Umweltbotschafter, männlich)

Die eigenen Voraussetzungen, um als Umweltbotschafter tätig zu sein, werden im folgenden Beispiel kritisch beurteilt, weil die Wissensausstattung als unzureichend empfunden wird:

Ich finde auch die Sachen, was Energiesparen und so, das sind für mich irgendwie kurz... also das lernt man schon, aber das Thema selber, da haben wir alle noch ein wenig wenig Bildung, da wissen wir noch zu wenig, denk ich mir. Weil man will den Leuten ja was erklären und da kommen ja dann Fragen, ja okay, was dann? (Umweltbotschafter, männlich)

Die Frauen sehen das deutlich optimistischer. Sie stehen offensichtlich weit weniger unter Kompetenzzwang. Auch sie gehen davon aus, dass sie nicht genug wissen, aber genug, um das was sie wis-

sen und können, anderen mitzuteilen. Eine Umweltbotschafterin brachte es auf die Frage, ob man genug weiß, um als Umweltbotschafter aktiv zu werden, auf die kurze Formel:

Nein, unbedingt nicht genug, Zeit ist genug (vergangen), Material ist nicht genug, aber Gefühl ist genug.

Für die Teilnehmenden mit mehr Vorkenntnissen lag der Kenntnisgewinn mehr auf der Ebene des Methodenwissens und der Kommunikation.

Klar, ich lerne natürlich in meinem Studium mehr als in der Schulung und viel detaillierter, aber trotzdem, sie bringt uns bei, wie man das in der Öffentlichkeit erklärt, wie man besser das den Menschen beibringt und wir lernen das in der Uni mehr theoretisch und mehr wie man das einem Akademiker erzählt, aber nicht wie man das einer Hausfrau beibringt, wie man praktisch damit umgeht und deshalb ist es für mich eine sehr gute Erfahrung. (...) Aber ich lerne trotzdem einige Sachen dazu. (Studentin)

Unabhängig von den Vorkenntnissen war bei mehr oder minder allen Teilnehmenden eine erhöhte **Handlungsbereitschaft** festzustellen.

Manche Sachen waren mir am Anfang nicht tiefgründig genug (...), aber es ist halt praktisches Lernen, was im Nachhinein viel mehr bringt. Also zum Beispiel die ganze Heizungsgeschichte, das bringt mir hier so viel mehr, als wenn ich alles Theoretische in der Schule lerne und man setzt es dann nicht um. (Abiturientin)

Pointierter ausgedrückt: Wer vorher über Umweltwissen verfügte, ist motiviert, seine Kluft zwischen Wissen und Verhalten zu schließen und das Wissen zu kommunizieren, wer neues Umweltwissen erwirbt, ist motiviert, keine Kluft entstehen zu lassen.

4.2 Handeln

Für die Evaluation ist die Frage nach der Umsetzung der Kenntnisse, also nach den konkreten verhaltens- bzw. handlungsbezogenen Wirkungen für die jeweils eigene Lebenspraxis die entscheidende. Begrifflich wird im folgenden nicht zwischen Handeln und Verhalten unterschieden. Die Unterscheidung wird zwischen reflektiertem und weniger reflektiertem Handeln getroffen.

Das ordentliche Entsorgen und das Trennen von Müll war in der Regel die erste Maßnahme, die die SchulungsteilnehmerInnen mit umweltgerechtem Verhalten assoziierten und die sie mehr (*Mülltrennung ist bei uns Schwaben sowieso schon lange Pflicht*) oder weniger (*..aber ich bin nicht immer konsequent; ...wenn man das genau nimmt, ist es dann doch nicht so leicht*) bereits im eigenen Verhaltensrepertoire hatten. Das Stromsparen (*Ausschalten!*) wurde an zweiter Stelle genannt sowie der sparsamen Verbrauch von Wasser. Zu **Beginn** der Schulung (am Ende des ersten Schulungstages) wurden persönliche Vorsätze gefasst:

*Ab heute kaufe ich Fleisch von Neuland
Ab heute werde ich frisch kochen. Nicht mehr von Büchsen aufwärmen*

*Mehr laufen und Fahrrad fahren an Stelle des Autos
Ich werde weniger Auto fahren
Kein Auto fahren*

*Mehr Strom sparen und den Stromanbieter wechseln
Ich schalte meine Geräte ab = No Standby*

*Bewusster einkaufen
Mehr darauf achten, was ich kaufe! Zum Beispiel MSC Siegel bei Fisch*

Diese Absichten berühren einerseits unmittelbar die Ebene des Handelns (*ab heute werde ich...*) und andererseits die Ebene der Handlungskompetenz (*mehr darauf achten...*). Die Realisierung der genannten Vorhaben bedeutet teils erhebliche Veränderungen des Alltags: Während das Geräteaus-schalten sich noch relativ problemlos in die Alltagsroutine einbauen lässt, bedeutet das Vorhaben *Frisch Kochen, nicht mehr von Büchsen aufwärmen* eine mittlere Umwälzung des Alltags.

Die meisten Umsetzungen spielen sich in den beiden zuletztgenannten Konsumbereichen ab: Energie (und andere Ressourcen) sparen und Einkaufen.

4.2.1 Handlungsspektrum

Bei **Schulungsende** (das bedeutet in der Regel drei Monate später) wurde von zahlreichen Veränderungen berichtet, die den alltäglichen Konsum und alltägliches Handeln betreffen. Das Spektrum der Veränderungen ist breit und betrifft nahezu alle Bereiche individuellen Konsums.

Es betrifft die Verwendung von **Putz-, Reinigungs- und Kosmetikmittel:**

*Kein Weichspüler
Ökologischer Weichspüler
Weniger Waschmittel
Weniger Putzmittel
Kein chlorhaltiges Putzmittel
Essigreiniger, Zitrone
Wenig Make up, ökologisches Make up*

Es betrifft **Verpackungen** und den **Umgang mit Müll:**

*Milch und Wasser nur noch in Flaschen, nicht in Plastik, nicht in Tetrapak
Nur noch diese Stoffbeutel, keine Plastiktüten
Keine Alufolie
Es gibt mehr Recyclingprodukte in meinem Leben
Den Müll richtig trennen
Keine Verpackungen mitnehmen
Das Altöl nicht wegschmeißen*

Es betrifft **Lebensmittel und Genussmittel:**

*Ich esse weniger Fleisch
Weniger Cola, keine Cola
Keine zuckerhaltigen Fruchtsäfte, keine Fruchtsäfte
Kein Palmöl, weil dafür die Regenwälder abgeholzt werden
Fair Trade Schokolade, weniger Schokolade
Wir essen weniger Schokolade, weil Fair Trade sehr teuer ist
Milch und Eier nur noch als Biolebensmittel
Manche Lebensmittel nur im Bioladen kaufen
Mehr Bio und mehr Fair Trade
Nicht mehr von Nestlé kaufen
Mehr auf saisonalen Einkauf achten, keine Erdbeeren im Winter*

Es betrifft die Nutzung von **Wasser, Energie, Material:**

*Ich benutze den Strom viel sparsamer
No Standby
Licht aus, wenn es nicht gebraucht wird*

*Nicht Fenster auflassen wenn die Heizung an ist
Ich hänge keine Wäsche mehr zum Trocknen auf die Heizung
Ich koche die Wäsche nicht mehr, mit niedrigeren Temperaturen waschen
Wenn ich in der Küche arbeite, schalte ich den Fernseher aus
Wenn ich Geschirr spüle nutze ich das Wasser für den Balkon putzen
Beim Zähneputzen, bei der Vorwaschung des Gebets nicht unentwegt Wasser laufen lassen
Mehrfachverwendung von Gemüsewaschwasser
Weniger baden und mehr duschen
Weniger ausdrucken, doppelseitig drucken
Alles nutzen, keine nicht ganz leeren Flaschen zurücklassen, nichts verschwenden*

Es betrifft die **Mobilität**:

*Weniger Auto fahren, kein Auto fahren,
Kurze Wege zu Fuß gehen
Mehr laufen
Wenn ich ein neues Auto kaufe, werde ich darauf achten, dass es umweltfreundlich ist
Ich nutze das Jobticket
Ich nehme das Auto nur zum Großeinkauf*

Es betrifft die Beschaffung von **Kleidung, Spielzeug und Gebrauchsgegenständen**:

*Kein Spielzeug mehr von chinesischen Herstellern, weil Weichmacher darin ist
Weniger Anziehsachen kaufen
Second Hand kaufen, tauschen
Bei Freecycling Stuttgart mitmachen*

Es betrifft die Beschaffung von **Energie**:

*Bin jetzt bei Naturstrom
Meine Stromgesellschaft ist jetzt Lichtblick*

Kaum ein Alltagsbereich bleibt verschont. Es gibt bei Schulungsende sehr viel Veränderung und neue Zielvorgaben. Neuanschaffungen kommen eher selten vor. In einem Fall wurde ein neuer Kühlschrank der Energieeffizienzklasse A++ gekauft; die Initiatorin sorgte gleichzeitig dafür, dass in einem weiteren Haushalt der Familie ein eben solcher Kühlschrank gekauft wird.

Dass Investitionen in Gebäude wie Wärmedämmung oder Erneuerung von Fenster keine Rolle spielen, hat mit dem Mieterstatus der meisten UmweltbotschafterInnen zu tun, der die Handlungsmöglichkeiten hier einschränkt. In einem Fall wird diese Einschränkung erwähnt:

Zum Beispiel müssten sie (die Hauseigentümer) unsere Fenster erneuern, damit wir Heizenergie überhaupt sparen können, aber leider machen sie das nicht.

Es werden mehr **Recyclingprodukte** verwendet (Papiertaschentücher, Toilettenpapier, Küchenrollen), es werden in ganz unterschiedlichem Umfang **Bioprodukte** gekauft. Es wird nicht mehr mit chlorhaltigen Mitteln geputzt (oder nur noch ganz, ganz selten); es wird kein Weichspüler mehr verwendet. Es wird weniger Waschmittel verwendet. Bestimmte **Produkte** oder Hersteller werden geächtet.

Palmöl kommt nicht mehr vor, weil dafür die Regenwälder abgeholzt werden.

Bei KIK wird nicht mehr gekauft.

Wir haben unseren Schokoladenkonsum so verringert, weil auf Dauer ist uns Fair Trade zu teuer. Wir kaufen halt von Nestlé nicht mehr, weil wir den Film gesehen haben über die Kinderausbeutung in den Kakaoplantagen.

Die Kuscheltiere der Kinder werden überprüft:

Alles ‚Made in China‘ kommt jetzt erst mal weg

4.2.2 Handlungsanforderungen

Die beschriebenen Verhaltensweisen und Handlungen weisen unterschiedliche Charakteristika auf und implizieren jeweils unterschiedliche **Anforderungen** an die Kompetenzen der Ausführenden. Einige haben finanzielle Auswirkungen. Einige erfordern Organisation und einmalige Entscheidungen im Haushalt, sind also auf jeden Fall als reflektierte Handlung zu betrachten. Andere wiederum sind üblicherweise den alltäglichen Routinehandlungen zuzuordnen und somit nicht reflektiert. Allerdings erfordert ihre Änderung beinahe täglich neues Nachdenken und Entscheiden. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist für ein Änderungsmanagement neben der Dimension Bewusstheit (wie reflektiert ist die Handlung?) auch die der Bedeutung (welche Bedeutung hat die Handlung über den funktionalen Nutzen hinaus?) interessant.¹²

Investitionsentscheidungen

Anschaffungen von Gütern aller Art bedeuten zunächst mehr oder weniger Investition: ein neuer Kühlschrank, Energiesparlampen, Steckerleisten. Investitionsentscheidungen sind somit grundsätzlich *bewusste, reflektierte* Handlungen: Je nach Höhe der Anschaffungskosten ist es ein Eingriff in das Haushaltsbudget. Ein neuer Kühlschrank wird in der Regel nur gekauft, wenn der alte ausgedient hat. Die Entscheidung für ein bestimmtes Modell ist allemal umweltrelevant und erfordert haushalterisches Denken: Billigangebote implizieren höheren Energieverbrauch, ein kurzfristiger Vorteil bedeutet somit häufig langfristigen Nachteil. Es können neben ökonomischen Erwägungen auch ökologische herangezogen werden, z.B. was die Energieeffizienzklasse und was die Art des Kühlmittels betrifft. Darüber hinaus ist der Kühlschrank kein Bedeutungsträger wie beispielsweise das Auto. Bei Gebrauchsgegenständen mit relativ niedrigen Kosten wie ausschaltbare Steckerleisten ist die Kosten-Nutzen-Erwägung einfacher. Die Anschaffung von ausschaltbaren Steckerleisten wurde von den interviewten UmweltbotschafterInnen eher genannt, auch von Energiesparlampen (einige hatten bereits Energiesparlampen) und Duschsparköpfen; die Anschaffung eines Kühlschranks wurde hingegen nur einmal genannt.

Vertragsabschlussentscheidung

Der Wechsel zu einem Ökostromanbieter erfordert die Kenntnis diverser Anbieter und damit eine entsprechende Recherche. Das Anbieter Recherchieren und Vergleichen ist ein Thema der Schulung, entsprechende Internetseiten stehen zur Verfügung. Der Wechsel erfordert darüber hinaus die Inkaufnahme eventuell höherer Preise und damit möglicherweise auch die Inanspruchnahme finanzieller Ressourcen. Er erfordert zudem die Entscheidungsmacht im Haushalt, zu besiegeln in einem Vertragsabschluss, resp. das Einverständnis der Familienmitglieder und entsprechend Kommunikation. Es gibt keinen Handlungszwang, das Leben funktioniert auch ohne Anbieterwechsel. Es handelt sich um eine relativ weitreichende Anforderung auf der Organisations- und auf der Entscheidungsebene, also unbedingt um eine *reflektierte* Handlung. Ansonsten jedoch handelt es sich um einen einmaligen Akt. Bezüglich des alltäglichen Verhaltens gibt es zunächst einmal keine Anforderungen. Wer den Wechsel gemacht hat, den kostet es im täglichen Leben keinerlei Anstrengung mehr. Ökostrom zu nutzen ist nicht mehr und nicht weniger komfortabel als Atomstrom. Er funktioniert auch genau gleich wie Atomstrom und ist physikalisch gleich.

¹² Vgl. Kaufmann-Hayoz R., Bamberg, S., Defila R. u.a. (2011): Theoretische Perspektiven auf Konsumhandeln. Versuch einer Theorieordnung. In: Defila R., Di Giulio A., Kaufmann-Hayoz R. (Hrg): Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. München.

Alltägliche Kauf- und Konsumententscheidungen

Alltägliche Kauf- und Konsumhandlungen sind zu einem guten Teil routinisierte, nicht reflektierte Handlungen. Der Griff ins Supermarktregal erfolgt oft automatisch. Es wird zum Beispiel markenorientiert eingekauft, je nach Haushaltsbudget limitiert der Preis. Der Umstieg auf umweltfreundlichere Güter des täglichen Bedarfs – oder was man dafür hält – erfordert ein gewisses Veränderungsmanagement: Statt Routinehandeln ist bewusstseinspflichtiges, reflektiertes Handeln gefordert. Einkaufen und ständiges Achten auf Mitteleinsatz und -verbrauch erfordern so ständig neue Entscheidungen, aktiviert ständig entsprechendes Wissen, erfordert Preis- und Verbrauchskalkulation und zudem die Kommunikation im sozialen Umfeld, in der Regel die Familie. Die alltäglichen Konsumententscheidungen werden gewissermaßen und zumindest für eine gewisse Zeit anstrengend und fordern das Umweltbewusstsein und das Umweltwissen unter Umständen tagtäglich heraus.

Alltagshandeln und Alltagsverhalten

Der Alltag ist durch eine Reihe von Routineabläufen geprägt, die fast allesamt umweltrelevant sind. Routine ist per definitionem *nichtreflektiertes* Handeln. Klima- und umweltschädigendes Verhalten ist in der Regel nicht absichtsvolles Handeln sondern nichtintendierte Folge von Handlungen mit anders gerichteter Intention. Triviale alltägliche Routinehandlungen wie Zähneputzen, Lüften, Wäschewaschen, Müllentsorgen offenbaren im Lichte des Ressourcenverbrauchs ihre zweite, meist nicht zur Kenntnis genommene Wirkungsseite. Es erfordert erhöhte Aufmerksamkeit, um die eigenen Routinen als solche zu erkennen, zu reflektieren und allmählich zu ersetzen. Allein die Technik des Mülltrennens hält das „Trennwissen“ täglich auf Trab.

Einige Handlungsoptionen aus der Schulung scheinen regelrecht sportiv umgesetzt und kommuniziert zu werden:

Wir haben uns erst neulich am Frühstückstisch (mit den Eltern) unterhalten und dann erzählen wir uns gegenseitig, was wir gemacht haben, erzählen das auch unter den Arbeitskollegen, und wir haben das mit großem Stolz erzählt, was wir so geschafft haben. Wir haben unsere Geräte immer auf Standby gelassen und wir wussten, okay, das kostet ein paar Euro mehr, aber wir waren zu faul, immer auf den Knopf zu drücken, dafür haben wir die Fernbedienung ja, das war unser Standpunkt. Und nachdem ich das bei Gülcan in Yeşil Çember gelernt habe und das zuhause auch vermittelt habe, drücken wir jetzt immer die Steckerleiste, das ist ja keine Anstrengung, das tut uns ja nicht weh, und wenn wir das vergessen, weisen wir uns gegenseitig darauf hin, das ist dann auch keine schlechte Kritik, wir sind da eher gegenseitig froh, weil es gibt ja die Macht der Gewohnheit. Auch meine Oma hat mich letztes angerufen, und sagt, du hast doch letztes was von der Mülltrennung erzählt, wo schmeiß ich denn jetzt das Butterpapier hin, und das freut mich total, dass sie extra nachfragt.

Um trotz methodischer Einschränkungen einen Anhaltspunkt über die quantitative Verteilung der genannten Verhaltensänderungen zu erhalten, wurden aus den Interviews die verhaltensbezogenen Äußerungen thematisch gruppiert. Beispielsweise umfasst das Merkmal 'Wasser sparen' sowohl die allgemeine Formulierung *Wasser sparen* als auch konkrete Nennungen wie *Beim Zähneputzen... bei der Vorwaschung des Gebets...*

Selbstberichtetes Verhalten der UmweltbotschafterInnen (N = 17)

Handlungsmerkmal	Bereits vor der Schulung	Seit der Schulung	Keine Angabe
	Anzahl	Anzahl	Anzahl
Müll trennen	9	6	2
Weniger Müll machen	2	6	9
Wasser sparen	4	12	1
Energiesparlampen	4	6	7
Kein Standby	4	10	3
Richtig heizen und lüften	2	8	7
Ökostrombezieher	0	11	6
Kein Chlor	7	7	3
Umweltfreundliche Putzmittel	3	10	4
Fair-Trade-Produkte	1	6	10
Wenig(er) Waschmittel	0	6	11
Wenig(er) Fleisch	1	4	13
Kein Fleisch	1	1	15

Bei der Interpretation dieser quantitativen Verteilung ist zu beachten, dass die Merkmale nicht abgefragt wurden, sondern aus den Erzählungen über den persönlichen Alltag herausgefiltert wurden. Somit liegen die tatsächlichen Häufigkeiten für die genannten Merkmale möglicherweise höher. „Keine Angabe“ beim Merkmal „Kein Fleisch“ (Häufigkeit 15) kann also theoretisch bedeuten: 15 Umweltbotschafter essen nach wie vor Fleisch, aber auch: 15 Umweltbotschafter sind Vegetarier, halten dies aber nicht weiter für erwähnenswert. Zu beachten ist ferner, dass bei den Einsparmaßnahmen aus den Angaben nicht geschlossen werden kann, wie hoch der Einspareffekt ist. Eine Umweltbotschafterin und Hausfrau konnte anhand ihrer Rechnungsdaten zeigen, dass der Jahresverbrauch ihres fünfköpfigen Haushalts um 600 Kilowattstunden gesunken war.¹³

An diesen Handlungsoptionen fällt auf, dass zwei grundverschiedene Arten von Handlungen dominieren: Einerseits **nichtinvestives Handeln**, nämlich die sparsame Nutzung von Material, Gütern und Dienstleistungen, und andererseits **organisationsbezogenes Handeln**, wie es der Wechsel des Energielieferanten darstellt.

4.2.3 Nichtinvestives Handeln

Alltagshandlungen, die keine finanziellen Kosten verursachen, sondern schlicht Material und Ressourcen einsparen, und dadurch meist auch Kosten sparen, bilden den Hauptteil der Nennungen. Der Aufwand liegt in der geforderten Aufmerksamkeit und Achtsamkeit.

¹³ Von 5.000 kWh auf 4.399 kWh

*Ich hänge keine Wäsche mehr zum Trocknen auf die Heizung.
Wenn ich in der Küche arbeite, mache ich den Fernseher aus.
Kein Standby
Nichts verschwenden*

Ein Fokus liegt vor allem auf einem deutlichen **Weniger**: Weniger Waschmittel, weniger Putzmittel, niedrigere Waschtemperatur, weniger baden, Wasser mehrfach nutzen, weniger ausdrücken, doppelseitig drucken, weniger Fruchtsäfte, weniger Schokolade, weniger Fleisch.

*Alles nutzen, keine nicht ganz leeren Flaschen zurücklassen.
Weniger Anziehsachen kaufen.*

Nichts verschwenden ist eine **Leitorientierung**. Sparsamer Verbrauch ist auch religiös begründet: Nichts zu verschwenden fordert auch der Koran. Religiöse Motive für das eigene Verhalten nannte allerdings nur ein kleiner Teil der UmweltbotschafterInnen. Teilweise wird anhand des Vergleichs mit den ländlichen Regionen der Türkei der eigenen Lebensstil reflektiert:

Wenn ich fünf Wochen in der Türkei bin, auf dem Dorf, da sieht man dann, wie anders dort alles läuft, da gibt es im Essen auch nicht so viel Abwechslung, da wird man dann doch wieder bescheiden.

Es bleibt festzuhalten: der Hauptteil der handlungsbezogenen Wirkungen sind solche, die keinen finanziellen Restriktionen unterliegen und gleichzeitig in hohem Maße das Nachhaltigkeitskriterium erfüllen. Es sind Handlungsmöglichkeiten für Haushalte mit geringem Budget, die gleichzeitig für Haushalte mit großzügigem Budget wenig Anreiz bieten.. Es handelt sich in der Tat um eine **Suffizienzstrategie**, die ja in weiten Teilen der Gesellschaft als nicht anschlussfähig gilt. Einschränkungen in der Erlebnisqualität durch sparsames Verhalten werden anscheinend akzeptiert und kompensiert:

Zum Beispiel Weichspüler, darauf können wir jetzt auch verzichten, das muss man nicht haben. Ich bade eigentlich auch viel lieber anstatt zu duschen....

I: ¹⁴ Das empfindet man dann als Einschränkung?

Aber das ist in Ordnung, ich bade dann hin und wieder, aber halt nicht mehr so oft. Und wir haben uns auch gesagt, wenn wir eine Rückzahlung bekommen, weil wir jetzt so sparsam sind, dann gönnen wir uns was Schönes, eine Art Belohnung.

4.2.4 Kurzfristige und langfristige Wirkungen

Verhaltensänderungen in Richtung Nachhaltigkeit sind längerfristige Prozesse. Je alltagstauglicher und praktikabler die Alternativen sind und je weniger andere Ziele oder Hindernisse entgegenstehen, desto größer ist die Chance auf langfristige Änderung und Verstetigung.

Auch Recyclingtoilettenpapier(...), auch Küchenrolle haben wir jetzt aus Recyclingpapier, Wattestäbchen, die Preise sind auch niedrig im dm-Markt, die sind nicht so schlecht.

Manche Dinge lassen sich nicht durchhalten oder werden wieder verworfen.

Also zum Beispiel die Waschnüsse, die finde ich halt schon unpraktisch. Wenn ich die jetzt aufgebraucht habe, versuche ich es eher mit einem flüssigen Mittel.

¹⁴ I: steht im folgenden immer für Interviewerin.

Zumindest kurzfristig haben die Haushalte und Familien der UmweltbotschafterInnen einige Änderungen zu verkraften. Während zur Zeit der Schulungen die Motivation und Handlungsbereitschaft sehr hoch ist, ist anzunehmen, dass diese Aktivitäts- und Bereitschaftskurve, wenn der Input nachlässt, eher abnimmt. Es finden sich dennoch etliche empirische Hinweise für längerfristige Wirkungen.

... alles auf Öko umgestellt, habe ich natürlich nicht, es ist eher so, dass ich mehr auf ökologische Produkte achte, und ich kaufe schon mehr Bio als vorher, die Milch zum Beispiel, und ich achte darauf, wo die Sachen herkommen, dass das Obst nicht zum Beispiel aus Chile importiert ist, oder von sonst weit her. Ja so manche Sachen halt.

Längerfristigen Bestand hat der Wechsel zum Ökostromanbieter. Die Berliner UmweltbotschafterInnen hatten fast alle einen solchen Wechsel als persönliches Vorhaben genannt, was bei Schulungsende jedoch in keinem Fall realisiert war. Ein ganzes Jahr später hatten nach eigenen Angaben 11 von 17 Umweltbotschafterinnen (Berlin und Köln) ihren Stromanbieter gewechselt (65 Prozent). Eine davon hatte zudem in der Filiale ihres Unternehmens den Wechsel erfolgreich betrieben. Die Aktivität steigt also in Bezug auf dieses Merkmal eher an.¹⁵

Weitere nachweisbare Wirkungen mit längerfristigem Zeithorizont sind:

- Zwei Drittel aller UmweltbotschafterInnen wurden Mitglied im **BUND** (Yeşil Çember). Yeşil Çember und der BUND hat damit einen Zugewinn von etwa 40 neuen Mitgliedern. Von den Yeşil-Çember-Mitgliedern wurden mehrere Aktionen unternommen und – in Zusammenarbeit mit anderen – die Türkischen Umwelttage in den Projektstädten vorbereitet und durchgeführt.
- Die Facebook-Gemeinde von Yeşil-Çember umfasst mittlerweile in geschlossenen Gruppen über 300 Mitglieder.

Längerfristige Wirkungen liegen auf der Subjektebene: Die Auseinandersetzung und Kommunikation des Umweltthemas stärken die **persönlichen Kompetenzen** der UmweltbotschafterInnen. Informiertheit und Interessiertheit, Aufmerksamkeit, Orientierungsfähigkeit und Kritikfähigkeit sind gestiegen. Beispielsweise wissen Umweltbotschafterinnen über das aktuelle Angebot an Bio-Lebensmittel in Supermärkten oder Discountermärkten Bescheid. Neue Informationsquellen im Internet werden genutzt (z. B. die Seite mit dem Blauen Engel, das Umweltbundesamt, die Seite 350.org); der Einkauf erfolgt aufmerksamer (*Was ist drin an Inhaltsstoffen, wo kommt es her?*). Es werden Fernsehsendungen mit Umweltbezug geschaut: *Neulich haben sie wieder was zur Energiesparlampe gebracht, in Plus und Contra*. Umweltbotschafter nehmen an politischen Aktionen teil:

In der Türkei gibt es ja auch Proteste gegen Nuklearenergie und da habe ich mich auch als Teilnehmerin mit meinem Namen im Internet angegeben.

Auch die kommunikativen Fähigkeiten entwickeln sich weiter. Mit dem Einsatz kreativer Methoden und Spielen sind didaktischer Ideenreichtum und pädagogische Fantasie gewachsen.

Umweltthemen werden als *Unser Thema* wahrgenommen und auch in den Medien aufmerksamer verfolgt.

Ich glaube, es ist eher so, dass das Bewusstsein jetzt wacher ist für diese Themen. Wenn irgendwo ein Bericht kommt, ein Zeitungsartikel, dann macht's bei mir plinpling, oha Umweltthema, das lese ich dann, und vorher war es eben ein Thema unter anderen, und jetzt sage ich mir, das ist doch unser Thema, also da identifiziert man sich jetzt eher mit und ist eher wacher. Ansonsten persönlich, also mein Lebensstil hat sich jetzt so groß nicht geändert. Ich meine, ich habe auch vorher nicht sehr umweltbelastend gelebt. (Angestellte)

¹⁵ Möglicherweise spielte Fukushima hierbei eine Rolle.

Es ist auch so, dass ich in jedem Laden jetzt nach Müll schaue, ich kucke zu aller erst, wie machen die das mit dem Müll, das ist wie ansteckend. (Regionalleiterin eines Unternehmens)

Also vorher war ich da gar nicht aufmerksam, aber jetzt fällt es mir sofort auf, ach da geht es um Umwelt, das möchte ich dann lesen, das zeige ich dann auch meinem Mann und meinen Kindern. (Hausfrau)

Es gibt so viele Umweltthemen, man will immer mehr wissen. Jetzt recherchiere ich immer, wenn mir etwas unklar ist. (Hausfrau)

Freilich ist das Ausgangsniveau recht unterschiedlich. Einige hatten bereits vor Schulungsbeginn eine relativ günstige CO₂-Bilanz aufzuweisen, für andere wiederum ist der Verzicht auf chlorhaltige Reinigungsmittel ein erster und ein bedeutender Schritt.

Im Längsschnitt gesehen haben alle interviewten UmweltbotschafterInnen persönliche Entwicklungen zu verzeichnen. Einige haben sich aufgrund der Schulung durch persönlich und beruflich neu orientiert: Eine Umweltbotschafterin, Initiatorin der zweiten Kölner Schulung, und Mutter von fünf Kindern, hat mittlerweile eine pädagogische Ausbildung begonnen. Eine andere Umweltbotschafterin in Berlin hat ein islamisches Umweltnetzwerk (*Hima*) mitbegründet. Ein Stuttgarter Umweltbotschafter traf eine sehr weitreichende Entscheidung und hat seinen Job aufgegeben:

Nachdem ich Umweltbotschafter geworden bin, ist mir bewusst geworden, dass das Billigfliegen und die Tourismusbranche meinen Ansichten widerspricht deshalb habe ich meine Reiseagentur aufgegeben.

5 Einflussnehmende Faktoren

Es gibt einige insbesondere soziokulturelle Faktoren, die entweder direkt auf die Umweltbilanz der befragten UmweltbotschafterInnen und ihrer Zielgruppen sich auswirken oder aber in irgend einer Form die Lebenswelten und damit die Handlungs- und Kommunikationszusammenhänge prägen. In welche Richtung sie Einfluss nehmen, ob hemmend oder fördernd, ist nicht immer von vornherein ausgemacht. Wir stellen hier diejenigen vor, die auch empirisch eine Rolle spielten.

- Die Verbundenheit mit der Türkei
- Die Gastfreundschaft
- Ernährungsgebote und Ernährungsgewohnheiten
- Die Hygienevorstellungen und der Hausfrauenstolz
- Second Hand und soziale Stigmatisierung
- Der Blick auf Deutschland

5.1 Die Verbundenheit mit der Türkei

Die Verbindung mit der Heimat und den Familienmitgliedern in der Türkei sind ein wesentlicher Punkt, der den ökologischen Fußabdruck der türkeistämmigen Bevölkerung beeinflusst. Reisen in die Türkei sind Flugreisen. Nach einer repräsentativen Befragung der Fachhochschule Dortmund 2011 unternehmen 64 % der türkeistämmigen Bevölkerung private Flugreisen, während es unter den russischen Migranten 54 % und im deutschen Anteil der Stichprobe nur 29 % sind. Allerdings fliegen die Deutschen häufiger und längere Strecken pro Jahr, während 94 % der Flugziele der in Deutschland lebenden Türkeistämmigen in der Türkei liegen, also mehr oder weniger Heimatflüge

sind.¹⁶ Türkeiflüge sind also für die türkeistämmige Bevölkerung in Deutschland essenziell. Auf sie zu verzichten, würde bedeuten, einen hohen sozialen Preis dafür zu bezahlen.

Diese Problematik wird häufig erwähnt. Die UmweltbotschafterInnen schnüren dementsprechend ihren ökologischen Rucksack. Zum Beispiel:

Ich kann jetzt nicht sagen, dass ich hundertprozentig alles richtig tue, das kann nicht sein, ich glaube da hat jeder sein Paket, das ist bei mir zum Beispiel, in die Türkei fliege ich einmal im Jahr. Na gut, ich esse kein Fleisch, fahre kein Auto, es gibt schon viel Punkte, wo ich wenig CO₂ produziere, und dann kann ich diesen Flug dazu nehmen, weil ich ansonsten wenig produziere.

Die Möglichkeit, die CO₂-Emissionen finanziell zu kompensieren¹⁷, wurde, soweit dies den Kursleiterinnen bekannt geworden war, bisher in zwei Fällen von UmweltbotschafterInnen wahrgenommen.

Die Verbundenheit mit der Türkei hat auch ganz andere Facetten als den ökologischen Fußabdruck: Die UmweltbotschafterInnen beobachten, was sich in Sachen Umwelt- und Klimaschutz in der Türkei tut und verfolgen beispielsweise mit Sorge die Atomenergiepläne der türkischen Regierung.

Ja in Juni ist Wahl, da wird jetzt immer darüber gesprochen und natürlich, wir möchten das nicht, dass Atomkraftwerke gebaut werden, nach Fukushima hat es den Leuten die Augen geöffnet. Zwar haben sie das gesehen mit Tschernobyl 1986, aber so richtig wahrgenommen hatten die das nicht. Am Schwarzmeer hat man das wahrgenommen, also ich, also meine Eltern kommen aus Schwarzmeer, die wissen das besser, da sind sehr viele Leute gestorben auch an Krebs, weil bei uns sehr viel niederging. Haselnüsse, Teeblätter, alles verseucht. Ich vergesse nicht, dieser Minister damals, ich war damals noch ein Kind, der sagte, alles sauber, nimmt das türkische Teeglas und trinkt es aus, aber eigentlich waren alle Sachen verseucht, natürlich, man stirbt nicht gleich daran, aber nach zwanzig Jahren sind sehr viel gestorben an Krebs. (...) Aber nach Fukushima, die wissen ja auch dass in Sinop und Mersin AKWs gebaut werden, also wir wussten nicht, sagen sie, dass es so schlimm ist.

Es werden auch positive Veränderungen wahrgenommen:

Ich habe diesmal in der Türkei auch sehr viel Veränderungen gesehen. Also (...) auf dem Bazar, du kaufst eine Zitrone und möchtest keine Tüte, aber die schmeißen dir sie doppelt und dreifach hinterher und finden sich gütig, aber diesmal habe ich recyclebare Tüten gesehen. Da stand auch drauf, aus diesem und jenem Material und wenn Sie keine brauchen, dann bitte liegen lassen. Da war ich dann doch überrascht. Auch Mülltrennung haben sie angefangen in Anatolien, ich komme aus K., selbst da hat sich viel getan. Da gibt es jetzt drei verschiedene öffentliche Mülleimer.

UmweltbotschafterInnen sehen in der Verbundenheit mit der Türkei vor allem bei den Älteren, auch einen Anknüpfungspunkt für die Umweltkommunikation.

Ich habe bei den Türken allgemein das Gefühl, dass das Bewusstsein für Natur Bewahren und Sparen und so, alles schon immer sehr ausgeprägt war, vor allem weil viele ihre Wurzeln im Dorf haben, da musste man auf seine Ressourcen achten, man hatte zum Teil keinen Strom. Meine Eltern zum Beispiel, die wissen was schnell als Kompost verarbeitet werden kann und was da nicht 'reingehört, das wissen die einfach.

¹⁶ Hunecke, M. u.a., Hochschule Dortmund, EMIGMA, zitiert nach Pressegespräche in Berlin und Dortmund am 26.06.2012.

¹⁷ Klimaschutzaktionen wie „atmosfair“ bieten Kompensationsmöglichkeiten durch Förderung Erneuerbarer Energie an. Die berechnete CO₂-Menge liegt zwischen 900 und 1460 kg. Der Ausgleichsbeitrag für eine Flugreise in die Türkei (Hin- und Rückflug) beträgt derzeit zwischen 22 und 35 Euro.

Andrerseits hat die Migration für die Älteren das Erfahrungswissen tendenziell entwertet, da im Stadtleben in Deutschland im Vergleich zur Türkei der ländlichen Regionen die Orientierung am Rhythmus der Natur und der Jahreszeiten erschwert, weil intransparent, ist und die Notwendigkeit dieser Orientierung entfällt: ¹⁸

Was man in der Türkei damals hatte, das kam von den Dörfern, aber hier in Berlin kann man zu jederzeit alles haben, das ist schon verrückt.. Unsere Essgewohnheit war in der Türkei ganz anders gewesen, wir haben im Winter eben nur Winterfrüchte gehabt (...) Heute in Berlin ist das alles durcheinander.

5.2 Die Gastfreundschaft

Die Gastfreundschaft hat in der türkischen Alltagskultur, sowohl in der Türkei als auch in Deutschland, sehr große Bedeutung. Das Anbieten von Speisen und Getränken ist dabei unerlässlich.

Zum Beispiel wenn wir Gäste haben, dann möchte man ja auch Vieles anbieten, aber auf den Saft und die Cola wird jetzt immer verzichtet, das ist ein großer Schritt. (Hausfrau)

Es ist tendenziell so, dass die Wertschätzung der Gäste am Angebot der Speisen und Getränke abgelesen wird. Es existiert somit ein gewisser sozialer Druck, diese Erwartungen zu erfüllen. Diesen Druck verspüren hauptsächlich die Hausfrauen, und zwar unabhängig von ihrem Bildungsstand. Insofern ist in der Tat als *ein großer Schritt* zu werten, dieser Erwartung nicht oder nicht voll zu entsprechen. Gleichzeitig zeigt sich, dass gerade die ausgeprägte türkische Gastfreundschaft auch als Gelegenheit genutzt werden kann und auch genutzt wird, um Alternativen vorzustellen.

Da gibt es ja auch gute Alternativen, guten Tee, ich mache immer verschiedene Sorten. Ich finde, man kann auch gut Gastgeber sein mit ökologischen Dingen. Ich hatte neulich Geburtstag und da habe ich Snacks zubereitet und serviert, man muss einfach nur kreativ sein. (Studentin)

Freilich hat es die Studentin im Gegensatz zur Hausfrau leichter, ihre Gäste sind oft beweglicher und Gepflogenheiten sind in ihrem sozialen Kontext weniger gewichtig. Einige der UmweltbotschafterInnen bieten ihren Gästen hin und wieder alternative Speisen und Getränke an, allerdings wird auch angemerkt, dass es hierbei finanzielle Grenzen gibt.

Bio ist eben auch teuer, Bio ist umständlich, weil wir gehen viel auf Besuch und bekommen viel Besuch, und wenn ich immer Bio kaufe... (Hausfrau)

Die **Türkische Hochzeit** ist die Feier par excellence. Die Türkische Hochzeit hat sowohl sozial und kulturell als auch ökonomisch und ökologisch ganz andere Dimensionen als eine deutsche oder westeuropäische. Das heißt gleichzeitig, dass eine ökologisch gestaltete Hochzeitsfeier auf Türkisch einen ungleich größeren Werbe-Effekt erzielen kann. Eine Türkische Hochzeit, die ökologisch gestaltet wird, ist im Berichtszeitraum nicht bekannt geworden. Yeşil Çember hat einen Leitfadens zur Gestaltung von Feiern entwickelt und bietet Beratungen an. Allerdings ist es wahrscheinlicher, dass eine Hochzeit im unmittelbaren Umfeld einer Umweltbotschafterin oder Umweltbotschafters ökologisch beeinflusst werden kann als auf dem Wege einer externen Beratung.

¹⁸ Die Türkei kommt in den Erzählungen ausschließlich als Türkei der ländlichen Regionen vor, während das Stadtleben der modernen Türkei keine Rolle spielt, obwohl keineswegs alle UmweltbotschafterInnen bzw. deren Elterngeneration aus den ländlichen Regionen stammen.

5.3 Ernährungsgebote und Ernährungsgewohnheiten

Lebensmittel werden häufig im türkischen Laden oder im türkischen Supermarkt eingekauft. Biolebensmittel sieht man noch sehr selten in türkischen Läden, auch Lebensmittel mit regionaler Herkunft eher wenig. Manche Lebensmittel können jedoch schon alleine aufgrund des Halal-Faktors nur von dort bezogen werden.

Also manche Sachen kaufen wir eher beim Türken, zum Beispiel Käse und Wurst, das kann ich im neuen Türkischen Supermarkt kaufen, und das geht nur da, weil man da darauf achten muss, wie es geschlachtet ist.

Die Alternative wird eher in dem Versuch gesehen, den Fleischkonsum zu verringern. Unter den UmweltbotschafterInnen sind einige, die kein Fleisch oder wenig Fleisch essen, in den meisten Familien allerdings ist Fleisch üblich. Eine Verringerung des Fleischkonsums durchzusetzen, ist somit ein schwieriges Vorhaben.

A: Wir müssen darüber erzählen, auch warum man weniger Fleisch essen sollte, (...) und bei uns ist Fleisch eigentlich aus dem Kochtopf gar nicht wegzudenken..

B: Das ist schwieriger als den Stromanbieter zu wechseln... (Lachen)...

Auch andere Ernährungsgewohnheiten wie der Zuckerkonsum werden problematisiert:

Meine Tochter trinkt furchtbar gerne Cola Zero, das ist mit Süßstoff, das ist noch schlechter als mit Zucker. Und ich, ich habe früher Tee getrunken, da hatte ich mindestens soviel Zucker drin (zeigt mit Daumen und Zeigefinger), da hat mir letzthin mal einer gesagt, versuch es doch mal ohne Zucker, und seit zwei Monaten trinke ich Tee ganz ohne Zucker und jetzt schmeckt er mir auch.

Was im Umkehrschluss auch bedeutet, um von einer Geschmacksgewohnheit loszukommen, heißt es zwei Monate durchzuhalten. Auch das wirft ein Licht auf die Schwierigkeiten einer Ernährungsumstellung. Kompromisse sind zugelassen.

Wo ich einen Kompromiss mache ist zum Beispiel, inzwischen kaufen wir keine Säfte mehr, nur Wasser, also einige Sachen einfach auch weglassen.

Zum Beispiel keine Cola mehr, so zuckerhaltiges Zeug, sondern halt Wasser, also Cola kommt mir gar nicht mehr ins Haus, und das waren vorher meine Lieblingsgetränke, auch im Restaurant.

Wir haben letzthin Biohamburger gemacht, aber dann war die Frage, was trinken wir dazu. Also zum Hamburger gehört schon Cola, also haben wir es halt doch gekauft, so eng sehen wir das dann auch nicht, aber halt selten.

Eine Änderung der Ernährungsweise braucht verträgliche Alternativen. Eines der Praxisprojekte hatte zum Ziel, ein zweisprachiges ökologisches Kochbuch zu erstellen. Ein ambitioniertes Projekt, das, bisher nicht fertiggestellt, auch helfen könnte, kleine Speisen für die Gäste vorzuschlagen.

Der **Ramadan** ist eine Zeit, in der das Ernährungsthema generell gute Chancen hat, aufgenommen zu werden, da erhöhte Aufmerksamkeit besteht. Eine Umweltbotschafterin, in einem islamischen Umweltnetzwerk aktiv:

Wir haben dann einen Newsletter herausgebracht im Ramadan, wo Fasten und damit auch Essen eine ganz besondere Rolle spielt, und wo wir Vorschläge gemacht haben, was wir für die Ernährung tun können, auch reflektierend für die Umwelt, denn das ist ein besonderer Monat, wo viele, auch solche, die nicht so religiös sind, eben auch mehr reflektieren.

5.4 Die Hygienevorstellungen und der Hausfrauenstolz

Putz- und Reinigungsmittel sind *ein großes Thema*. Die Hygiene wird in türkischen Haushalten großgeschrieben. Damit einher geht eine verbreitete Vorliebe für aggressive Mittel (*Wir nehmen gerne aggressivere Mittel, dann wird alles blitzblank.*). Es kommt auch immer wieder zu gesundheitlichen Problemen und Unfällen im Umgang mit solchen Mitteln.¹⁹ Auch im Kreis der Umweltbotschafterinnen kam es zu gesundheitlichen Beschwerden. Den Umstieg auf umwelt- und gesundheitsschonende Mittel haben die Umweltbotschafterinnen selbst nahezu alle vollzogen, allerdings machen sie erhebliche Widerstände aus.

Also nachdem ich gelesen habe, dass es auch gesundheitsschädlich ist, bin ich davon weg, da nehme ich Essigreiniger, hat den gleichen Effekt, was die Sauberkeit betrifft. Es muss ja nicht glänzen, Hauptsache sauber. Ich habe auch ein Buch bekommen über Chemikalien, Putzmittel usw. (Hausfrau)

Also dieses Chlor, das wusste ich nicht, normalerweise benutze ich diese Chlorsachen, aber jetzt benutze ich es fast nicht, oder eben nur manchmal, weil wir sind viele Leute, bei Lidl hol ich das. Also das ist schwer für mich, aber wenn es gefährlich ist für die Welt und meine Gesundheit, dann muss ich das lassen. (Hausfrau)

Die Hygienevorstellung – es ist häufig auch vom Bakterien Abtöten die Rede – besagt, dass nur sehr weiß und sehr glänzend akzeptabel sei. Sie ist zudem mit der Wertschätzung der Hausfrau verknüpft. Ähnliches ist von deutschen Hausfrauen bekannt, zumindest in der älteren Generation (*Die Toilette ist die Visitenkarte der Hausfrau* o.ä.).

A: Die türkischen Frauen bestehen darauf, dass alles schön glänzend weiß ist.

B: Ja weil wenn das nicht glänzt, dann denkt ja dein Mann oder deine Gäste, du bist ja hhm..

Es geht um erkennbar mehr als um Putzmittel. Aus dem folgenden Beispiel wird ersichtlich, dass noch weitere psychologische Verknüpfungen bestehen können.

Eine Mutter, die hat Neurodermitis, ihre Tochter auch und ich nannte ihr Alternativen für die Wäsche, zum Putzen, und Cremes, und sie hat erzählt, sie sprüht, Raumduftspray. Da hab ich erklärt, Gülcan hat das mal analysieren lassen, da sind viele Giftstoffe festgestellt worden, und sie sind im Blut nachzuweisen wie Quecksilber. Da habe ich das Gefühl, dass mein Haus nicht sauber sei, sagt sie.

Die Koppelung des Sauberkeitsbegriffs an einen bestimmten Geruch resp. Duftstoff – das Phänomen ist auch von Waschmitteln bekannt - ist nicht allein mittels Information aufzulösen. Eine solche Koppelung scheint auch zwischen Sauberkeit und Chlorgeruch zu bestehen. Zum Beispiel wird in Spanien und in Frankreich auch heute gerne mit chlorhaltigen Reinigern geputzt.

Unter den Berliner Umweltbotschafterinnen entspann sich eine Diskussion um alternative Mittel und die Schwierigkeiten eines Umstiegs:²⁰

A: Ich habe auch im Fernsehen gesehen, die haben den Kühlschrank mit Backpulver und

¹⁹ Ein in türkischen Supermärkten angebotenes und gerne gekauftes Putzmittel (Por Çöz) wurde durch Intervention des Umweltbundesamtes zunächst vom Markt genommen, mittlerweile jedoch ist es wieder zu haben; die darin enthaltene Salpetersäure ist durch Salzsäure ersetzt.

²⁰ Gruppendiskussion im November 2011 in Berlin, ein Jahr nach der Schulung (5 Teilnehmerinnen)

Apfelessig und Wasser gereinigt, das macht auch Schimmel sauber, das ist auch gesund im Gegensatz zu Chemie.

I: Haben Sie vorher auch Chlormittel genommen?

B: Ja klar..

C: Ich kann mich auch gut erinnern, dass ich meine Badewanne immer mit Chlorix oder ACE saubergemacht habe..

B: Ja ja zum Weisswerden,

I: Ist es so, dass man meint, es muss immer alles blitzblank sein?

B: Genau, wir bekommen ja oft Besuch.

C: Aber wenn man so überlegt, wenn man putzt, Laminat oder sonst was, ohne ein Reinigungsmittel hat das mehr Glanz für mich ..

B: Echt? Aber dann muss man öfter putzen oder?

C: Also sonst hat man Querstreifen oder sonst noch was, also ich kann nur empfehlen: Klares Wasser.

D: Mit ein wenig Zitrone vielleicht..

I: Ist es schwierig, auf andere Mittel umzusteigen? Vielleicht ist es dann ja nicht mehr blitzblank?

D: Das geht mit Essig doch auch blitzschnell sauber.

I: Es gibt auch so etwas wie den Hausfrauenstolz?

A: Oha, das ist das größte Problem.. (Hausfrau)

I: Dass man immer will, dass es blitzblank ist und immer denkt, je mehr man nimmt, und je kräftiger das Mittel ist, desto besser...?

A: Das ist das größte Problem..

B: Ich sach ja es fehlt einfach am Wissen, wir müssen unseren Mitbürgern und Frauen einfach mehr Wissen vermitteln, und wenn sie's wissen, dann machen sie es auch nicht mehr.

A: Man muss Alternativen aufzeigen, weil da scheitert es oft, und was machen wir jetzt? Da muss man entweder andere Mittel vorschlagen oder man muss sagen, ihr müsst die Einstellung ändern (lacht), denn da muss ja nicht alles glänzen und weiß sein, sauber ist nicht glänzend, da muss man bestimmte Sachen einfach trennen, ob man es sauber haben möchte oder ob es wie in der Werbung glänzen soll, und das ist sehr schwer, denn das sitzt tief.

B: Aber mit viel Mühe und viel Engagement kann man das auch ändern, das fängt auch bei uns, den Hausfrauen an, erst muss die Hausfrau überzeugt sein, so dass sie das der Familie auch beibringen kann, weil sie ist diejenige, die zu Hause ist und die das auch steuert.

A: Denn da sagt eine Frau zum Beispiel, ja gut, das seh' ich ja alles ein, aber mein Mann will alles blitzblank.. Also wir brauchen wirklich sehr gute Alternativen...

Auch in Bezug auf die Putz- und Reinigungsmittel ist nicht verwunderlich, dass gerade die Hausfrauen unter den Umweltbotschafterinnen den Umstieg problematisieren. Die Diskussion zeigt auch, dass die Bedeutung der Einstellung erkannt und thematisiert wird.

5.5 Second Hand und soziale Stigmatisierung

In Bezug auf Kleidung sehen die UmweltbotschafterInnen die größten Einschränkungen in der Beschaffung ökologisch akzeptabler Alternativen. Bio-Anziehsachen sind teuer, nicht unbedingt *voll chic* und das Angebot ist nicht besonders groß. Während die Reinigungsmittel weitgehend auf umweltfreundliche umgestellt sind, und der Anteil biologisch erzeugter Lebensmittel bei allen zugenommen hat (manche glauben, dass sie 10% ihrer Lebensmittel ausmachen, andere 30%, eine einzelne Umweltbotschafterin schätzt den Anteil auf mittlerweile 80%), spielen biologisch produzierte oder fair gehandelte Textilien so gut wie keine Rolle.

Es gibt zwar bei H&M auch Organic Cotton, aber da frag ich mich trotzdem, wie wird es produziert, also H&M versuch ich zu meiden..

Es gibt das Naturkaufhaus in Steglitz (...), aber die sind sehr teuer; das kann sich ein normaler Haushalt für die ganze Familie komplett nicht leisten. Manchmal ist da Ausverkauf, da geh ich dann manchmal hin. Also Bioläden für Lebensmittel gibt's immer mehr; das Textilangebot ist allerdings sehr mager.

Mögliche Alternativen werden gesehen in Erstens: Sowieso **weniger** kaufen, nur noch was unbedingt notwendig ist. Zweitens: Second Hand kaufen. Bei der Alternative zwei wird eine Hemmschwelle in der gefühlten Nähe zur sozialen Stigmatisierung gesehen.

Darin liegt vielleicht der ökologische Faktor, dass ich weniger Kleidung kaufe, und wenn dann auch mal Second Hand... Ich (habe) jetzt ein paar mal auf dem Flohmarkt eingekauft (...), da muss wenigstens nichts Neues produziert werden.

Eine Passage aus der Gruppendiskussion in Berlin zu diesem Thema:

A: Was wir dann vielleicht machen können, ist dass man nicht so viel einkauft, dass man Second Hand einkauft, dass man untereinander tauscht, auch Sachen für Kinder. Das ist in der türkischen Gesellschaft auch schwer, habe ich gesehen, das Tauschen.

I: Warum?

B: Weil man kommt sich dabei ein bisschen minderwertig vor...

C: Es muss neu sein, für Kinder vor allem..

A: Meine Nachbarn, beide Doktoranden, wir haben mit ihnen die Sachen getauscht, aber mit Türken..., aber egal, man muss sich an die Sachen rantasten. (Hausfrau)

D: Aber Second Hand ist nur problematisch, wenn man's erzählt. Wenn es keiner weiß, dann heißt es, oh hast du aber schön gekauft und woher denn...(...) Ich bin da ziemlich selbstbewusst was das angeht und sag' das auch. Wir waren neulich zu dritt auf dem Schöneberger Flohmarkt, und da gibt es qualitativ gute Kleidung, ein Oberteil zum Beispiel von Cross, was normalerweise mindestens 50 Euro kostet, ich habe 3 gezahlt, dann ein Kleid von Comma. Und wenn man das wirklich cool und selbstbewusst trägt, dann kann das bei den Türken auch Trend werden. (Studentin)

Dass mit dieser Hemmschwelle eine eher soziale Problemlage angesprochen wird, wird auch klar gesehen:

Ich hab' vielleicht auch leicht reden, weil ich in meinem Umfeld viele alternative Menschen habe. (Studentin)

Die Second Hand Beschaffung offen thematisieren und zu versuchen, einen neuen Trend zu setzen ist eine sehr selbstbewusste Strategie, die sicher zunächst nur die beweglichsten und innovationsfreudigsten Teile der Community adaptieren können, dennoch ist eine allmähliche Diffusion auch in

andere Subgruppen und Milieus durchaus möglich, wenn dieser Gedanke in den sozialen Netzwerken kommuniziert wird.

5.6 Der Blick auf Deutschland

Der vergleichende Blick führt ab und an zu einer Überschätzung von Deutschlands Umwelt- und Sicherheitsstandards. UmweltbotschafterInnen attestieren sich selbst eine gewisse Naivität in der Beurteilung deutscher oder auch europäischer Standards. Mangelndes Wissen z.B. über Chemikalien und das Bild eines ordentlichen und geregelten Deutschlands verbinden sich manchmal zu verharmlosenden Vorstellungen: Dass in Deutschland verkaufte Haushaltsmittel Umwelt und Gesundheit schädigende Giftstoffe enthalten können oder mit inakzeptablen Produktions- und Umweltbedingungen anderswo erkaufte sind, wird erstaunt zur Kenntnis genommen.

Ja wir sind zu gutmütig, habe ich am Freitag in der Schulung erfahren. Es ging um Chemikalien. S. hatte alles, was sie zu Hause finden konnte, mitgebracht. S. ist für die Umwelt, sie ist gebildet, aber trotzdem dachte sie auch, wenn das hier verkauft wird, dann kann das ja nicht schädlich sein. Es war mitnichten so. (Hausfrau)

Diese Problematik wird mittlerweile auch in der deutschsprachigen Presse thematisiert.²¹ Andererseits wird in den Zugangsmöglichkeiten zu Umweltinformation ein großer Vorteil gesehen:

Ja wir haben ja auch das Glück, dass wir hier ein Umweltbundesamt haben, auch so etwas wie den BUND, die einem Information kostenlos zusenden, die einen beraten, das ist ja auch nicht in jedem Land so. (Studentin)

Gleichzeitig wird einiges auch mit einem kulturkritischen Blick gesehen:

Also das mit der Mülltrennung, dass man Müll trennt, ist so typisch deutsch, ist Ordnung und auch ein bisschen kleinkariert, ein bisschen übertrieben, und da müsste man schon gut argumentieren können, warum sollte ich denn Müll trennen.

In der Umweltkommunikation tat sich ein weiteres Thema auf, das vermutlich überwiegend mit kultureller Verschiedenheit zu tun hat: Das Verständnis des **öffentlichen Raums**. Freilich sind soziale Aspekte aus der Stadtsoziologie und den Planungswissenschaften bekannt, wonach der öffentlichen Raum und insbesondere die Wohnumgebung nicht als Identifikationsraum begriffen und dementsprechend wenig pfleglich behandelt werden. Das scheint jedoch nicht die ganze Differenz zu erklären:

Zum Beispiel man achtet ja voll auf Sauberkeit, aber meistens ist es ja so, dass damit nur die eigene Wohnung gemeint ist, und was davor ist, wird nicht beachtet, (...) keine Ahnung warum. Also ich sehe es zum Beispiel als meine religiöse Pflicht an, dass man keinen Müll auf die Straße wirft, aber vielleicht ist es eine Fehlinterpretation, die eigene Wohnung ist sauber, man kann darin beten...

Umweltbotschafter versuchen beispielsweise, das Thema pragmatisch zu behandeln:

Auch in der Türkei ist es zum Beispiel das Problem, dass ich sehe, dass all das, was nach der Haustür passiert, allen egal ist. Hauptsache, die Wohnung ist sauber. Man muss den Menschen erklären, dass es so ist, wenn's draußen sauber ist, dann ist auch drinnen sauber, weil den Dreck von draußen bringen wir mit nach Hause.

²¹ TAZ vom 14.10.2011: Warnung an die türkische Hausfrau. Gefahr durch ätzende Reiniger

Informationsbedarf scheint insbesondere bei der kommunalen Abfallregelung als gesellschaftliche Regel zu bestehen. Beim Müll einsammeln im benachbarten Park begegnete einer Umweltbotschafterin das Argument: *Ich zahl doch meine Steuern, wieso soll mich dann der Müll kümmern.*

Dass wir Steuern zahlen und davon auch die öffentliche Reinigung bezahlt wird, das wissen die ja. Aber man muss den Leuten erklären wie sich der Kreis dann schließt. Dass wir Steuern bezahlen, ist ja auch richtig, aber wenn wir noch mehr Müll machen, dann müssen wir noch mehr Steuern bezahlen, wenn wir öffentliche Einrichtungen kaputt machen, dann wird das wieder aus unseren Steuergeldern bezahlt und dann muss man sich nicht wundern, wenn die Fahrkarten noch mehr kosten, das muss man den Leuten dann erklären.

Ein weiteres Beispiel:

Das hat heute ein Arbeitskollege auch gebracht als Beispiel. Ich sagte ihm, Du als Vater hast ja noch mehr Verantwortung als ich, ja er hat letztens seiner Tochter beigebracht, die Fensterscheibe runterzudrehen und die Bananenschale rauszuwerfen, weil die BSR-Leute brauchen ja auch Arbeitsplätze, ja toll haste das gemacht...

5.7 Finanzielle Restriktionen

Finanzielle Einschränkungen bestehen insbesondere in Bezug auf die Beschaffung von biologisch erzeugten Lebensmitteln und von Bekleidung. In den Interviews werden sie von den UmweltbotschafterInnen selbst jedoch eher wenig oder in Bezug auf die gesamte Zielgruppe zum Thema gemacht:

Also ich zahle gerne paar Euro mehr und es ist dafür umweltfreundlich, es denkt nicht jeder so, manche sind auch auf jeden Euro angewiesen, die können das nicht, auch wenn sie möchten, darin liegt das größte Problem.

Ansonsten findet es vor allem im konkreten Begründungszusammenhang Erwähnung:

Und ich kaufe auch Biosachen. Aber nicht im Bioladen, das kann ich mir im Moment nicht leisten (...), aber in den Supermärkten schau ich nach Bio, bei Rewe oder Kaisers, manchmal auch Aldi..

Zwei Drittel der UmweltbotschafterInnen stiegen trotz höherer Preise²² auf Ökostrom um.

5.8 Genderaspekte

Genderaspekte wurden von den UmweltbotschafterInnen in den Interviews selten direkt angesprochen, sie waren in den Schulungen selber kaum Thema. Die Beteiligung von Männern an den Kursen war mit 5 gegenüber 55 Frauen äußerst gering. In Berlin brach der einzige männliche Teilnehmer die Schulung ab und erst mit der Stuttgarter Schulung kamen mehrere Männer unter die Umweltbotschafter.

In der folgenden Interviewpassage wird das Genderthema unter mehreren Aspekten angesprochen:

I: Vielleicht wäre die Schulung auch 'ne Möglichkeit, die Fragen oder Zweifel, die man hat, da auch unterzubringen?

Mhm.

²² 2012 berichteten Stuttgarter UmweltbotschafterInnen, dass die konventionellen Stromanbieter keinen Preisvorteil mehr böten.

I: Spielt es eine Rolle, dass Sie der einzige Mann sind? (in der Schulung)

Ja das ist auch so ein Problem, daran merkt man, da gibt es kein Interesse von der Männerseite, ich will ja nicht irgendwie, wenn ich die Leute über Umwelt aufkläre, will ich nicht alleine da antanzen. Ist doch viel besser zu zweit oder zu dritt, dann habe ich auch viel bessere Überzeugungskraft.

I: Sie sind doch bestimmt nicht der einzige Lotse (...)?

Drei sind es, aber zwei sind Frauen. Frauen haben immer irgendwie leichter den Draht.

I: Warum?

Frauen können besser kommunizieren, besser reden, Frauen hören sich auch gegenseitig besser zu, sind ja auch Mutter und wenn man über so ein Thema redet, sind sie auch emotionaler, interessierter auch. Wenn man jetzt über Haushaltsreinigungsmittel redet, das spricht eher die Frauen an, wenn ich zu einem Mann gehe und sage zum Beispiel, hey kuck mal, das und das sollst du nicht benutzen, sagt der doch, ich benutz es sowieso nicht, was weiß ich, was meine Frau benutzt.

Mit diesem Statement sind zwei verschiedene Umstände bzw. Beobachtungen recht treffsicher bezeichnet: a) Der Haushalt ist die Domäne der Frau, in Migrantenhaushalten erst recht, insofern wird in den Schulungen vor allem ihr Zuständigkeitsbereich verhandelt. Dies erklärt die geringe Beteiligung der Männer sicher nur zum Teil. Das Thema Mobilität beispielsweise, eher ein Männerthema, wird in den Schulungen eher am Rande behandelt. Freilich sind entsprechende Verhaltensoptionen hier vergleichsweise unbeliebt und konfligierende Einstellungen und Ziele stärker; b) Frauen kommunizieren ungezwungener und haben es in der emotionalen Ansprache leichter als Männer. Hinzukommt, dass die Kommunikation innerhalb der Geschlechter stärker ausgeprägt ist als zwischen den Geschlechtern:

Aber wie gesagt, wenn da kein anderer Mann ist, kann ich halt nicht irgendwie zusammenarbeiten.

Das Thema Energie ist ebenfalls eines, das Männer eher ansprechen kann. Dabei kann an die Technikbegeisterung angeknüpft werden²³:

Einen Kumpel zum Beispiel konnte ich überreden (eine ausschaltbare Steckerleiste anzuschaffen). Ich habe mit ihm zusammen zum Beispiel alles gemessen, was unnötig Strom abzieht und was er gar nicht braucht, ja, und das fand der voll gut und so.

Die Umweltbotschafterinnen sind sich ihrer Macht im Hause auch bewusst, wie die folgende Passage²⁴ zeigt:

A: Bei uns in der Kultur hat die Frau viel zu sagen, nach außen erscheint es zwar nicht so, aber wir erreichen ja das alles, auch finanziell, wir achten ja auf alles, auch beim Einkaufen und so.

B: Das finde ich auch ganz toll, dass wir alles Frauen sind (Lachen). Von außen her wirken die zwar immer (...), aber man hat doch mehr Einfluss als Familienmitglied.

I: Wenn Sie jetzt zum Beispiel, wie Sie vorher sagten, einen neuen Kühlschrank haben wollen, wie machen Sie das? Bespricht man das dann in der Familie?

A: Ja klar, das muss man schon verabreden, wie das finanziert ist. Und wenn ich das begründen kann, dass wir damit Energie sparen und gesünder leben und sonst noch was, da wird er wahrscheinlich nicht nein sagen, sondern er wird sagen, ja Frau, da hast du recht.

²³ Die Frauen fanden die Visualisierung des überflüssigen Stromverbrauchs genauso beeindruckend.

²⁴ Diskussion der Umweltbotschafterinnen Köln II, Februar 2012

(Lachen) .

Kamen die männliche Teilnehmer bei den Schulungen kaum vor, so waren bei Gründung von Yeşil Çember z.B. in Köln etliche Männer mit dabei.

Und plötzlich waren auch vielmehr männliche Leute da, generell sind das ja eher die Frauen die sich für so was interessieren und nicht die Männer, und das hat uns sehr gefreut.

Die verheirateten Frauen in den Kursen haben alle die Unterstützung ihrer Ehemänner. Es kommt vor, dass Ehemänner ihren Frauen zur Teilnahme, auch um ihnen eine Gegenerfahrung zum üblichen Alltag zu ermöglichen:

...denn seit meine Kinder auf der Welt sind, bin ich zu Hause (...), er ist dann an Wochenenden da, dann kannst du auf Schulung gehen und hast ein bisschen anderes Leben.

Einer der Ehemänner kam während des Interviews mit dazu, nahm mit am Gespräch teil und wurde ebenfalls Mitglied bei Yeşil Çember.

6 Wirkungen - Zweite Transferebene

6.1 Kommunikationsfelder

Prinzipiell lassen sich drei verschiedene Kommunikationsfelder oder Kommunikationspfade der UmweltbotschafterInnen unterscheiden: Zum einen die Kommunikation in informellen Zusammenhängen, d.h. vor allem in den persönlichen sozialen Netzwerken, zum anderen die Kommunikation mit bzw. vermittelt durch Institutionen oder Organisationen. Ein dritter Pfad stellt die Kommunikation im politischen Raum dar. Dieser letztgenannte Pfad erfordert größere Vorstrukturierung und Organisation und wird meist nicht von einzelnen Multiplikatoren sondern in Kooperationen von Organisationen erreicht wie zum Beispiel Pressekonferenzen oder die Türkischen Umwelttage.

Ursprünglich war vorgesehen, dass die UmweltbotschafterInnen vorrangig Umweltkommunikation über den zweitgenannten Pfad betreiben, indem sie (verpflichtend) Umweltberatungsveranstaltungen in Zusammenarbeit mit Migrantenvereinen, Quartiers- und Nachbarschaftszentren durchführen. Solche Veranstaltungen fanden etliche Male statt; es stellte sich jedoch rasch heraus, dass das vorrangige Aktionsfeld der UmweltbotschafterInnen ihr persönliches **soziales Umfeld, ihre persönlichen sozialen Netzwerke** sind und somit dem erstgenannten Kommunikationspfad entsprechen: die Familie, der Freundes- und Bekanntenkreis, die Nachbarschaft, die Arbeitskollegen, die Schule der Kinder.

Die Kommunikationswege unterscheiden sich hinsichtlich Organisation, Zielgruppennähe und Kommunikationsform. Umweltkommunikation in informellen Kontexten ist sowohl Alltagskommunikation und insofern häufig Spontankommunikation als auch in geringerem Maße vorstrukturierte Kommunikation (z. B. man trifft sich im kleineren Kreis zum angekündigten Thema) und sie liegt im Kompetenzbereich einer einzelnen Umweltbotschafterin oder Umweltbotschafters.

Die einzelnen Kommunikationsbereiche werden im folgenden vorgestellt, soweit sie empirisch identifiziert werden konnten.

6.1.1 Familie

Die eigene Familie und der eigene Haushalt sind die erste Domäne, die sich mit etwaigen ökologisch motivierten Änderungen auseinandersetzen muss. Die Familienmitglieder im Haushalt der

UmweltbotschafterInnen sind unmittelbar betroffen von Neuerungen wie *Licht aus, wenn es nicht gebraucht wird, Weniger Fleisch essen usw.*

Während die Frau im Haus einige Dinge qua Zuständigkeit einführen kann, ohne dass es weiter bemerkt würde, müssen andere kommuniziert werden. Beispielsweise kann ein umweltfreundliches Putzmittel unentdeckt verwendet werden. Wird für die Wäsche ein anderes Waschmittel verwendet oder kein Weichspüler mehr benutzt, fällt das in der Familie auf: Die Wäsche riecht anders, fühlt sich anders an. Noch deutlicher ist die Kommunikationsabhängigkeit in Ernährungsfragen.

Die Resonanz der Familie ist unterschiedlich, wobei Interesse und Unterstützung gegenüber Reserviertheit oder Ablehnung überwiegen. Im folgenden Beispiel ist fast die ganze Familie involviert:

Viel sagt mein Mann erst mal nicht. Aber er kriegt das mit, wenn ich mit den Kindern das bespreche oder Kurzfilme kucke, er macht große Fortschritte, das hätte ich gar nicht erwartet von ihm. Zum Beispiel er war gegen Recyclingtoilettenpapier. Er hat immer gesagt Schuften Schuften Schuften und dann auch noch Recyclingpapier! Als ich das letzte Mal mit den Kindern darüber gesprochen habe, so Kinder ab jetzt gibt es kein Weißblatt bei uns, mein Mann hat das mitgehört, dann habe ich gekuckt und er hat zwei Packungen Recyclingpapier geholt. Dann dachte ich oh. Oder zum Beispiel Fleisch essen wir einmal die Woche, mehr reduzieren geht nicht, dann müsste man Vegetarier sein, aber zum Beispiel, wenn wir Filme kucken über Kik, wie in Drittweltländer Kinder ausgebeutet werden in den Kakao-plantagen, mein Mann nimmt das alles und stellt das in Facebook ein. Doch, der macht auch große Fortschritte, er sagt nicht wie die anderen, ach ist mir doch egal, soll ich jetzt die Welt retten. Er ist dafür, dass wir zum Ökostrom wechseln und dass wir zuhause sparen und ich lauf mit dem Stromfressermessgerät rum. Nur meine große Tochter ist nicht sehr begeistert, sie ist 14, in der Pubertät, die will nicht mitmachen, aber ich denke, da klappt es auch irgendwann.

Ehemänner stellen die Kostenfrage oder fordern Gewohnheiten ein:

Hauptsache, es ist nicht teurer.

Warum kochst Du eigentlich meine Wäsche nicht mehr?

Reserviertheit wird zum Beispiel von erwachsenen Söhnen berichtet:

Nur mein Sohn ist da ein bisschen locker, er kauft ab und zu mal in Plastikflaschen und ab und zu kauft er auch Cola.

Kleine Kinder sind gut zu interessieren. Größere tragen vieles mit, manchmal gibt es Widerstand:

A: Ab und zu geben wir schon nach, wenn sie meutern, dann heißt es, gibt es heute wieder was Gesundes, Mama? Na ja dann darfst du heute mal deinen Hamburger haben oder sonst was...

I: Also man muss Kompromisse machen?

A: Ja also einmal im Monat muss man das schon, also ich mach das jedenfalls schon so, ich muss das Schritt für Schritt machen, wenn wir das alles auf einmal angehen, dann würden mein Mann und mein Sohn mir auf dem Kopf rumtanzen, das heißt, man muss auch 'ne kluge Strategie fahren, nicht alles auf einmal, sondern langsam einführen und dran gewöhnen..

B: Ohne dass sie's merken, schleichend... (Lachen)

Auch der nicht im Haushalt lebende Teil der Familie wird einbezogen. Es kommt vor, dass sich Großmütter, Mütter oder Schwiegermütter die Mülltrennung und die Heizungstipps erklären lassen und beginnen, die türkischsprachigen Broschüren zu studieren. Eine Umweltbotschafterin geht zum

Tupperabend der Oma, wo wiederum einige neue Leute sich einfinden, die wiederum andere kennen und anbieten, das Thema auch in diesem Kreis vorzustellen.

Ein Vergleich nach der Familiensituation zeigt, dass Alleinlebende, in der Regel Frauen, weitreichendere, radikalere Änderungen einführen, als mit Familie Lebende. Dies wird von einem Umweltbotschafter und Familienvater auch thematisiert:

Wenn man eine einzelne Person ist, ist es vielleicht ein bisschen leichter, als wenn man 'ne Familie ist, sag ich mal. Also ich würd's leichter hinkriegen, wenn ich alleine wäre, aber als Familie..

I: Warum?

So hab' ich ja nur mir selber zu sagen, schalte mal den Fernseher ab, und wenn ich das lerne, mach ich's ja auch, aber so muss man immer kucken, ob das die anderen auch machen, ob das jetzt meine Tochter macht oder nicht. Meistens lassen sie ja auch an. Und ich mach's dann aus. Ich sag ihr das aber..

6.1.2 Freundes- und Bekanntenkreis

Anlässe wie gemeinsames Essen oder Gespräche unter Freundinnen eignen sich hervorragend, um Umwelt- und Ernährungsfragen anzusprechen. Dabei hat die spontane Kommunikation den Vorrang.

Man hat Bekannte, Freunde, und die fragen dann zum Beispiel, wo warst du denn letzten Sonntag, ich hab dich angerufen, dann fängt man an zu erzählen, ja ich habe ein Seminar gehabt über Bioprodukte und es heißt Yeşil Çember; dann fängt man an darüber zu reden. (...)

Und dann neulich, wenn es eine türkische Freundin ist, dann haben die schon mal einen Aha-Effekt. Und wenn sie zum Beispiel fragen, was kochst du denn heute, dann sag ich Bioprodukte, dann fragt sie, ja was denn und so, wie kommst du denn da drauf. Wir vermitteln das auch schon ganz unbewusst, weil unter den Frauen ist es schon ein Thema, was kochst du denn heute.

Ja sie (die Freunde) bemühen sich jetzt, aber sie können auch nicht Bio kaufen, sie machen so was wie das Standby ausschalten, auch diese Energiesparlampen haben sie gekauft, wie wir auch, und ganz wenig Waschmittel, die Maschine voll, darauf wird jetzt geachtet, also Sachen, die kein Geld kosten ..

Meine Freunde finden es cool, dass ich an diesem Kurs teilnehme und sie stellen Fragen. (Studentin)

Freundeskreise überschneiden sich, die Freunde der Freunde lassen sich die Umweltbotschaft ebenfalls erzählen.

6.1.3 Nachbarschaft

In Gespräche mit Nachbarn, mit türkischen, aber auch mit deutschen, finden Umweltthemen Eingang.

Ich habe zum Beispiel auch mit meiner Nachbarin darüber gesprochen, welche Waschmaschine wir benutzen, sie hat gesehen, dass ich eine Sparwaschmaschine habe (...), dann hat sie mich letzte Woche gefragt, welche Stromgesellschaft ich benutze und 'Lichtblick' hab' ich gesagt. Ist das billiger, hat sie gefragt. Sag ich, es gibt nicht so große Unterschiede zwischen

Rhein-Energie und Ökostrom, dann sagt sie, ich werde mich auch da melden. Das sind Deutsche. (...) Ich freue mich sehr, wir sind jetzt alle drei Parteien auf der Etage bei Lichtblick.

Ich habe gute Nachbarn, die sind auch umweltbewusst, sie kaufen im Bioladen. (...) Die sind sehr interessiert und erwarten, dass ich sie korrigiere (lacht).

Es wird großer Bedarf gesehen, in Nachbarschaften und unmittelbarer Wohnumgebung das Müllproblem zu reduzieren und die Mülltrennung korrekt durchzuführen. Vor allem in größeren Wohnanlagen wird Bedarf festgestellt:

Wir sollten zum Beispiel unserer Hausverwaltung sagen, dass das nicht ordentlich gemacht wird. Wo die Pappe reinkommt, schmeißen sie auch das Plastik rein, das ist nicht in Ordnung. Unser Hauswart ist auf Rente gegangen und irgendwie passt keiner auf, das sind ja keine sehr bewusst lebenden Menschen, die schmeißen da alles rein, also solche Aktionen halt.

6.1.4 Andere Kommunikationsfelder

In einem Kreuzberger **Mehrgenerationenhaus** findet wöchentlich mit Bewohnern aus der Nachbarschaft ein „Info-Frühstück“ statt, wobei jedes Mal ein bestimmtes Thema besprochen wird. Das Info-Frühstück wird mit Bio- und Fair-Trade-Produkten durchgeführt und die einzelnen Produkte werden vorgestellt. Das Info-Frühstück hat bis Ende 2011 etwa dreimal stattgefunden. Seit 2012 ist das Kiezlotsen-Projekt beendet, in dessen Rahmen die dort beschäftigte Umweltbotschafterin das Info-Frühstück organisierte. Es sollte geprüft werden, ob das Angebot mit Umweltthemen aufrechterhalten werden kann.

In der **Moschee** halten Umweltbotschafterinnen Vorträge mit praktischen Beispielen über den sparsamen Umgang mit Energie und Ressourcen mit den entsprechenden religiösen Hinweisen aus dem Koran. In zwei Projektstädten gab es bisher Veranstaltungen in Moscheen (Berlin und München), zuletzt in der Kreuzberger Moschee mit einem Info-Frühstück und Bio- bzw. Fair-Trade-Produkten mit mindestens 30 Teilnehmerinnen.

Eine der Umweltbotschafterinnen bietet wöchentlich über einen Zeitraum von sechs Wochen Beratungen für türkischsprachige Eltern aus der **Schule** ihrer Kinder an. Sie spricht dabei die Themen an, die für sie persönlich am wichtigsten sind: Putzmittel, Kinderspielzeug, Energiesparen. Sie hat die Unterstützung der Schulleiterin. Über die eigenen Kinder werden auch andere Kinder (Mitschüler, Nachbarkinder) über Erzählungen und Kurzfilme (z. B. über Kakaoplantagen und Kinderarbeit) angesprochen.

Kinder sind super. Sie hören gerne zu und erzählen auch gerne weiter, was sie erfahren haben.

Eine andere Umweltbotschafterin und Lehrerin für muttersprachlichen Unterricht Eine Umweltbotschafterin und Lehrerin verwendet Beispiele aus der Schulung in ihrem Unterricht und gibt ihre Erkenntnisse an die Mütter ihrer Schüler weiter.

Mit anderen Eltern zusammen auf den Unterrichtsschluss der Kinder wartend:

Wir haben die Gelegenheit, so zwei, drei Mal die Woche, zusammen im Auto zu sitzen, weil die Kinder noch Unterricht haben, da sprechen wir schon mal über das Thema. Ich frage dann immer, schon mal wieder mit so etwas gereinigt?

Eine Umweltbotschafterin hat im Rahmen des Programms „Starke SchülerInnen für Neukölln“ ein Wahlpflichtprojekt (6 Monate) zum Thema Nachhaltigkeit angeboten, das männliche Jugendliche

mit Migrationshintergrund wahrnahmen. Die UmweltbotschafterIn, selbst etwa nur einige Jahre älter, wurde schließlich von Einzelnen um Beratung in Bezug auf den eigenen Lebensweg nachgefragt.

Sohbet

Sohbet bedeutet im Türkischen Gespräch. Zum Beispiel treffen sich Frauen in regelmäßigen Abständen, um sich zu unterhalten und Fragen der Lebensführung oder religiöse Fragen, zu besprechen.

...und es gibt Frauen, also Hausfrauen, die sich zu zehnt oder so zusammenschließen und dann kommt manchmal eine gelehrte Frau, die eine Hoca ist, dann machen wir Sohbet, Sohbet ist ja Unterhaltung.

Es gibt einen Vortrag oder eine Rede, aber im gemütlichen Rahmen, in den Häusern trifft man sich.

In diesen informellen Rahmen bringen Umweltbotschafterinnen ihre Themen ein und demonstrieren praktische Beispiele. Umweltbotschafterinnen werden auch zu *Sohbet* anderer Frauengruppen eingeladen, um Umweltthemen vorzustellen. Die Umweltbotschaft in diesem Rahmen vorzustellen, erfordert inhaltliche und organisatorische Vorbereitung.

Im Laden

Was die Menschen in Deutschland immer noch für Fehler machen, ist das Plastiktüten Benutzen in den türkischen Supermärkten, sie kosten nichts. Sie nehmen keine deutschen Taschen, also Stofftaschen, zum Einkaufen mit, das machen sie nicht.

Beim Einkauf werden sowohl andere Kunden als auch die Händler angesprochen. Eine Gruppe von Stuttgarter UmweltbotschafterInnen hat vor einem Supermarkt Stofftüten und Flyer verteilt. Die Aktion wurde vom Regionalen Fernsehen (SWR3) begleitet. Einige UmweltbotschafterInnen sprechen auch spontan andere Kunden an.

Zum Beispiel heute, eine türkische Frau bei Netto, sie hatte was geholt, und dann wollte sie noch ein Tütchen holen, da habe ich zu ihr gemeint, es wäre doch gut, wenn sie einen Baumwollbeutel bei sich hätte. Ja eigentlich hamse Recht, hab ich normalerweise auch. Also solche Kleinigkeiten halt. Früher habe ich nie jemanden angesprochen.

Verpackungen werden gleich im Laden gelassen:

Es lässt sich leider nicht immer vermeiden, dass wir die Sachen, zum Beispiel Äpfel, abgepackt im Sechserpack mit Karton und Plastik, das tut mir wirklich weh, kaufen müssen, manchmal bin ich richtig sauer, ich lass' dann die Verpackung da, damit ich dem Unternehmen eins auswischen kann, damit sie selber den Müll dort haben, um auch ein Zeichen zu setzen, dass ich das Ding nicht haben will.

Man muss eben auch die Händler erziehen, wenn man ständig nachfragt, dann reagieren die irgendwann.

Ich habe in einem Laden extra gefragt, warum sie nicht wenigstens Papiertüten da haben, da sagte er, wissen Sie, die Türken wollen das so, er ist selber Türke, dann sage ich, nein, wenn Sie es nicht haben, dann müssen sie sich das andere holen (...).

Mittlerweile meinen Umweltbotschafter eine Zunahme von „deutschen Taschen“ bzw. Stofftaschen zu beobachten, die türkeistämmigen Menschen in den Märkten mit sich tragen.

Im Umweltamt

Das Kölner Umweltamt hat in Mühlheim in seiner Außenstelle für einmal pro Woche ein Büro als Anlaufstelle zur Verfügung gestellt, wo Bürger sich in türkischer Sprache in Umweltfragen beraten lassen können. Eine der Umweltbotschafterinnen ist als Stadtteilmutter und Außendienstmitarbeiterin des Umweltamtes tätig und bietet diese Beratungen an.

In der Kindertagesstätte

Wir bekommen da auch sone Blätter mit irgendwas drauf, und wir nehmen die andere Seite zum Malen. Da sagen wir auch, für so Blätter werden viele Bäume abgeschnitten, wir können ein bisschen sparsam damit umgehen. Oder die Kinder gehen nach dem Essen ihre Zähne putzen, dann sage ich, dann könnt ihr eure Becher voll machen, und da achten sie jetzt drauf. Oder wenn wir rausgehn, dass das Licht ausgemacht wird, wenn keiner da ist. (Erzieherin)

Es gibt welche (Kolleginnen), die nehmen das ernst, auch eine Küchenkraft, die machen da mit, und andere, für die ist das ganz egal, und manche schmeißen die Kippen einfach auf den Boden, das als Erzieherin, das ist ja auch ohne Ökogedanke, doch daneben .. Aber trotzdem, man muss halt als Vorbild öfter mal vorangehen ..

Im Betrieb, im Büro

...und da ich die Regionalleiterin bin, hören die auch auf mich. Als unser Papier zu Ende war, haben wir nur noch Umweltpapier gekauft, wir nehmen auch unser Verpackungsmaterial, also die Kartons, wenn wir geliefert haben, wieder mit, die geben wir gefaltet zur BSR, auch dass man da nicht anderen Müll dazu schmeißt wie Plastik.

Da (im Büro) gibt es ja auch jede Menge Umweltgesichtspunkte, vor allem was die Papierfluten angeht. Aber da hatte mein Chef auch schon vorher drauf geachtet, es kostet ja auch Geld. Und in den Pausen unterhalten wir uns darüber, das ist immer ganz interessant, und viele hören interessiert zu.

Im Integrationskurs

Auch temporäre Tätigkeitsfelder werden genutzt wie beispielsweise ein Integrationskurs, in dem eine Umweltbotschafterin und Teilnehmerin die Mülltrennung vorstellte und Broschüren verteilte.

Bei Aktionen

Ich war auch bei einer Demo, das fand ich auch klasse, wir waren alle zusammen. Und ich habe Flyer verteilt, an ganz fremde Leute, zum Türkischen Umwelttag. Das war eine Herausforderung für mich. Das war gut, keiner hat Nein gesagt bis auf eine Frau, die sagte, ich wohne nicht hier. Und einer hat gesagt: Wer seid Ihr, wer steckt hinter euch? Aber das ist auch in Ordnung, das sollen die Leute auch wissen, wer wir sind.

Virtuell

Yeşil Çember hat auf Facebook mittlerweile über 300 Mitglieder in geschlossenen Gruppen. Yeşil-Çember-Mitglieder posten Termine und Presseartikel über Facebook. Eine UmweltbotschafterIn hat ihren gesamten Bekanntenkreis in die Yeşil-Çember-Gruppe aufgenommen. Die Neuen Medien sind hauptsächlich für junge Leute in der türkischen Gemeinde Kommunikationsmittel (manchmal stündlich!).

6.2 Kommunikationsstrategien

Die UmweltbotschafterInnen identifizieren viele Informationsdefizite in der Zielgruppe, viele davon zunächst bei sich selbst. Es wird davon ausgegangen, dass es eine große Wertschätzung gegenüber Natur und Umwelt gibt,

...aber sie wissen nicht, was sie der Umwelt antun mit dem ganzen Müll und dem Plastik..

und ein dieser Wertschätzung entsprechendes Verhalten kann sich so nicht entwickeln. Diese Wissenslücken abbauen, über schädliche Auswirkungen aufklären und praktische Alternativen aufzeigen, ist der sachliche Gehalt der Umweltbotschaft.

6.2.1 Kriterien der Kommunikationsstrategie

In der persönlichen Ansprache der Zielgruppe verfolgen die UmweltbotschafterInnen diverse argumentative Zugänge und kommunikative Strategien. Dabei wird sowohl an Bedürfnislagen als auch an Wertorientierungen angeknüpft. Welcher Zugang oder welche Strategie gewählt wird, hängt einerseits davon ab, welche Subgruppe angesprochen bzw. in welchem Kontext die Ansprache erfolgt, andererseits auch von den Erfahrungen und dem jeweiligen Kommunikationsstil, wobei die „Wahl“ eher intuitiv erfolgt. Die wichtigsten Kriterien, die die Umweltbotschafter in ihrer Zielgruppenansprache berücksichtigen, sind Emotionalität, Religiosität, materielle Bedürfnisse, soziale Bedürfnisse. Die reklamierten Werte beziehen sich auf Familie, Kinder und Zukunft, soziale Gerechtigkeit, Umweltgerechtigkeit und Solidarität.

Emotionalität

Bildung, Werbung, Politik, Kunst, Religion – alle Kommunikationszusammenhänge pflegen die emotionale Ansprache, um ihre Adressaten zu erreichen. Ein Thema, ein Problem, ein Anliegen muss anregen und ergreifen, um anzukommen. **Betroffenheit** – ein zentrales Kriterium der Umweltpädagogik der achtziger Jahre - ist nach wie vor gültig.

Denn nur, wenn eigene Interessen berührt sind, eigene Probleme angesprochen werden oder die eigene Umwelt durch andere Sichtweisen in neuer Weise erfahrbar wird, (ist) Interesse für ökologische Fragestellungen und Engagement (...) zu erwarten. (Lohmann: 1982)²⁵

Unter den UmweltbotschafterInnen herrscht zudem weitgehend Konsens darüber, dass die türkeistämmige Bevölkerung vergleichsweise gefühlsbetonter, leidenschaftlicher und begeisterungsfähiger als die *biodeutsche* ist. Jedenfalls genießt Emotionalität eine höhere soziale Akzeptanz. Das heißt auch, dass die emotionale Ansprechbarkeit ausgeprägter ist.

In der Türkei macht man Werbung immer mit Emotionen und die bleiben im Kopf, aber in Deutschland müssen mehr Fakten dabei sein oder es muss lustig sein. Zum Beispiel schaut man hier Krimis, aber in der Türkei schaut man kaum Krimis, wir kucken traurige Serien, wo Menschen leiden, solche Sachen werden mehr angeschaut als lustige Sachen oder Krimis, deshalb stimmt es wirklich, die Türken kann man sehr gut mit Emotionen erreichen....

Emotionen aktivieren Wertorientierungen, insbesondere die **Verbundenheit mit Familie** und die Sorge um die **Zukunft der Kinder**. Dies entspricht der eigenen Motivlage der UmweltbotschafterInnen und stößt in der Zielgruppe auf Resonanz:

²⁵ Lohmann, M., Zwischen sozialer Bewegung und pädagogischer Arbeit : In ökopäd 1, Jg. 1982, S. 47

Ja deshalb bin ich selbst drauf angesprungen, man denkt immer gleich an die Kinder und spart schon mal, damit die 'ne gute Zukunft haben. (junge Angestellte)

Ich erzähle, dass wir den Kindern so eine schlechte Welt hinterlassen, und die meisten sind ja Mütter, und das nimmt sie richtig mit, das macht Sorgen, da kommen die hoch, da werden sie sensibilisiert. (berufstätige Mutter)

Und wenn ich sage, ja wir tun das nicht nur für uns, sondern auch für die Kinder und die Enkelkinder, und diesen Gesichtsausdruck dann, den habe ich schon so oft gesehen. Das Sparen von ein paar Euro kommt schon auch gut an, aber die Familie ist immer noch am wichtigsten, deshalb kommt das super gut an. (junge Angestellte)

Emotionen werden auch mobilisiert, indem dem Klimawandel sein abstrakter Charakter genommen und ein direkter Zusammenhang zum eigenen Handeln und zur **Heimat** hergestellt wird.

...deshalb stimmt es wirklich, die Türken kann man sehr gut mit Emotionen erreichen, wenn wir sagen, hör zu, Dein Dorf verschwindet von der Erde, wenn du weiterhin soviel fliegst oder so.(...) Wichtig ist, (...), nicht so sehr verallgemeinern, nicht so viel von der ganzen Welt erzählen, lieber von ihren Dörfern, von ihren Flüssen. Zum Beispiel wir haben jetzt in der Türkei diesen See und der wurde jetzt um so und soviel Quadratkilometer kleiner, also nicht so abstrakt, möglichst konkret. (...) Gülcan hat ja jetzt vier Jahre Erfahrung damit und wir bekommen es von ihr mit. (Studentin)

Hohes Motivationspotenzial birgt auch die Frage nach **sozialer Gerechtigkeit** und **Umweltgerechtigkeit**, insbesondere der Zusammenhang von Lebensstil hier und den Lebens- und Produktionsbedingungen in den Ländern der Dritten Welt.

Jedes Mal wenn sie was kaufen wollen, fragt meine kleine Tochter, Mama, mussten Kinder dafür arbeiten? Da bin ich froh, dass es doch so leicht geht.

Aber als sie (Gülcan) das letzte Mal bei uns war und sagte, so Kinder, wenn ihr die Toilette spült, mit gerade soviel Wasser muss ein Kind in Afrika einen Tag lang auskommen. Das war für mich der Punkt, wo ich sagte, nee, das kann nicht wahr sein, und dann hat Gülcan mir angeboten, an einem Kurs teilzunehmen, und dann wollte ich sofort. (Hausfrau)

Emotionalität bietet eine Ausdrucksform für die **Verbundenheit mit Umwelt und Natur**. Das eigene emotionale Erleben kann Teil der Botschaft sein:

Ein sinnlos fließender Wasserhahn oder eine sinnlos brennende Glühbirne haben mich wie ein weinendes Kind traurig gemacht. ²⁶

Warum ich Umweltbotschafter geworden bin: Wir alle können unsere Gedanken und Probleme auf irgend eine Art und Weise mitteilen, selbst Babys können dies tun, aber es gibt Lebewesen, die das nicht tun können. Ich bin Yeşil Çember beigetreten, um die Sprache und Gefühle von Bäumen, Insekten, Vögeln und allen Naturgeschöpfen zu verstehen. Ich will diese Sprache anderen Menschen weitergeben, um die Schönheiten der Natur zu erhalten. ²⁷

Religiosität

Die türkeistämmige Bevölkerung ist insgesamt religiöser als die herkunftsdeutsche. Nach einer Befragung des Zentrums für Türkeistudien für Nordrhein-Westfalen schätzen sich 63% als eher religiös.

²⁶ Umweltbotschafterin und Lehrerin. In: Yeşil Çember, BUND (2012): Türkischsprachige Umweltbotschafter. Booklet.

²⁷ Umweltbotschafter, a.a.O.

öse und 13% als sehr religiös ein.²⁸ Unter den Herkunftsdeutschen sind es bezogen auf ganz Deutschland 46%.²⁹ Das unterstreicht die Bedeutung des religiösen Motivs.

Wenig ausgeben ist auch religiös begründet. Es gibt einen Vers im Koran, dass man nichts verschwenden soll, beim Essen oder auch bei anderen Dingen. Deshalb hängt es auch oft in Küchen als Spruch und da versucht man schon drauf zu achten.

Religiöse Begründungen für einen sorgsamen Umgang mit Natur und Umwelt finden sich im Islam wie in den christlichen Religionen. Eine der Umweltbotschafterinnen arbeitet in einem neugegründeten Netzwerk „Umwelt und Naturschutz aus Islamischer Perspektive“ mit und befasst sich mit diesen Gemeinsamkeiten.

Es sind sehr viele Parallelen, es sind häufig dieselben Geschichten, die in der Bibel und auch im Koran vorkommen, die Arche zum Beispiel (...) und es geht immer um Rechenschaft ablegen, die Zuständigkeit und Verantwortung für die Erde und dass wir sie für unsere Nachkommen erhalten können, und da waren auch alle Teilnehmer (einer ökumenischen Tagung) überrascht, dass es soviel Parallelen gibt..

Für religiöse Muslime bietet der Koran einen wichtigen Zugang zu Umweltfragen. Bereits einige Male wurden Themen wie Energiesparen und Ökologisch Putzen in der Moschee behandelt und ein ökologisches Frühstück mit Bio- und fair gehandelten Produkten organisiert.

Materielle Bedürfnisse

Der materielle Ansatz sucht den ökologischen Vorteil mit dem ökonomischen zu verbinden. Viele ökologisch sinnvolle Maßnahmen bringen auch finanzielle Einsparungen. Die UmweltbotschafterInnen halten diesen Ansatz aufgrund der wirtschaftlichen Lage in vielen Migrantenhaushalten für wirkungsvoll.

... die meisten haben eben doch noch andere Sorgen wie: wie bezahl' ich meine Miete, wo geh' ich arbeiten und kann ich noch Geld nach Hause schicken und interessieren sich nicht primär für Umweltangelegenheiten.

Und wenn wieder gejammert wird über die hohen Energiepreise, dann zeige ich, was man tun kann.

Ich habe einige Beratungen gegeben und da habe ich die Erfahrung gemacht, wenn ich anfange mit Umwelt schützen oder Klimawandel, dann ist das den Leuten egal, wenn ich aber sage, das tut auch eurem Geldbeutel gut, wenn ihr das so macht, dann haben die gleich lange Ohren.

Die UmweltbotschafterInnen lernen viele Handlungsoptionen kennen, die das Nachhaltigkeitskriterium erfüllen und einen Anreiz für Haushalte mit schmalen Budget bieten.

Moral und Verantwortung

Argumentativ wird Verantwortung als moralische Verpflichtung eingefordert. Verantwortung gegenüber den Kindern, den kommenden Generationen, den Ländern und insbesondere den Kindern in

²⁸ Sauer, M., Partizipation und Engagement türkeistämmiger Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der elften Mehrthemenbefragung 2010. Eine Analyse im Auftrag des Ministeriums für Arbeit, Integration und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen.

²⁹ Diese Erhebung bezieht sich auf ganz Deutschland und differenziert nicht nach „sehr“ und „eher“. Die Erhebungen sind somit nicht unmittelbar vergleichbar. Nach einer Befragung von IfD Allensbach 2008; zitiert in: <http://statista.com>.

der Dritten Welt ist den UmweltbotschafterInnen wichtiges eigenes Motiv und dem entsprechend auch Argument in der Zielgruppenansprache.

Ich sage ihnen, dass wir ja etwas nehmen was uns nicht gehört, was wir unseren Kindern wegnehmen.

Ich sage, ja ich weiß, Geld ist wichtig, aber wenn ich zwei, drei Euro mehr ausbebe, tue ich vielleicht für die nächste oder übernächste Generation was Gutes.

Ich finde, man kann den Leuten ins Gewissen reden, das hat doch sehr viel mit Gewissen zu tun.

Ich versuche moralisch radikal mit Bildern zu erklären, dann klappt's auch.

Gesellschaftliche Mission

Das Umweltbotschafter-Sein selbst kann Einstieg in die Umweltkommunikation sein. Es wird die Tätigkeit der Umweltbotschafter und die Geschichte von Yeşil Çember, manchmal auch der Biografie der jeweiligen Umweltbotschafterin erzählt.

Ich sage auch, (...) außerdem bin ich eine Umweltbotschafterin. Da sagen sie dann, was ist denn das. Auch wenn ich das türkisch sage, sie verstehen schon, was das bedeutet, aber inwiefern, und was ist der Inhalt, dann erzähle ich, und das finden sie dann interessant, die Leute.

Dieser Zugang kommt dem Interesse an lebensgeschichtlicher Erzählung in der Zielgruppe entgegen. Die gesellschaftliche Mission der Umweltbotschafter kann zudem an das Bedürfnis nach sozialem Ansehen anknüpfen.

Der Aspekt der gesellschaftlichen Mission spielt auch in der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit eine wichtige Rolle. Die türkischsprachigen Medien bevorzugen diesen Kommunikationsansatz. Die jüngste Ausgabe der Yeşil-Çember-Hefte bedient sich ebenfalls dieses Ansatzes und stellt 20 UmweltbotschafterInnen in Kurzportraits vor.

6.2.2 Kommunikationsstile

Die UmweltbotschafterInnen pflegen in ihrer Zielgruppenansprache unterschiedliche Kommunikationsstile. Im großen und ganzen lassen sich zwei Ansätze unterscheiden: einerseits den eher spontanen und direkten Stil, der appelliert und reklamiert, andererseits einen eher situativ angepassten, der durch modellhaftes Zeigen versucht, zu Reaktionen und Fragen anzuregen. Manchmal wird unmittelbar auf als nicht umweltgerecht wahrgenommene Zustände reagiert:

Zum Beispiel, ich war zu Gast bei einem Ingenieur, der hatte Heizung an, Fenster auf, und da habe ich gesagt, hey, du hast doch Ingenieurwissenschaften studiert, und du als gebildeter Mensch, grade du solltest das nicht tun, und das war vielleicht nicht so gut, diese Art und Weise, aber er hat trotzdem dann das Fenster zu gemacht. Also, ich habe das schon nett gesagt.

Alltagssituationen werden genutzt, um Themen anzusprechen:

Also ich nerv' schon 'rum bei meinen Freunden, die beklagen sich schon. Also wenn wir essen, ich kann jetzt zum Beispiel keine Eier mehr essen, die nicht Bio sind, weil ich jetzt den Unterschied merke, und da kann man dann schon sagen, wisst ihr eigentlich wie diese Eier zustande kommen und unter welchen Bedingungen.

Die Gelegenheit muss sich ergeben:

Also eher wenn es sich anbietet. Es ergibt sich aber nicht in jeder Runde, denn sonst wird man ja doch schon leicht abgestempelt als Ökotante, als eine, die immer nur mit diesem Thema kommt.

Ein Beispiel für einen situativen Ansatz, der Umweltthemen zunächst nicht verbal kommuniziert, sondern durch ein sinnliches Erfahrungsangebot versucht anzustoßen:

Wir haben regelmäßige Treffen im Freundeskreis, wo wir immer bestimmte Themen uns vornehmen. Dabei bringt jeder was zu essen mit. Und ich bringe halt immer Ökosachen mit. Das ist den anderen irgendwann mal aufgefallen und sie fingen an zu fragen, ja warum denn und so, und jetzt fragen sie mich auch, ob sie überhaupt Cola und so ungesunde Sachen mitbringen dürfen zu mir; und bringen jetzt schon auch mal ganz andere Sachen mit, was vorher nicht der Fall war... Also die Message ist angekommen und jetzt ergeben sich daraus auch Gesprächsthemen. (Studentin)

6.2.3 Kommunikationsanforderungen

Umweltkommunikation der UmweltbotschafterInnen wird vor allem als Alltagskommunikation in den eigenen sozialen Netzwerken betrieben. Die Kommunikation außerhalb dieser Netzwerke stellt erweiterte Anforderungen: Während erstere ein neues Thema in bekannte Netze einführt, bedeutet letzteres ein neues Thema einem unbekanntem Adressaten nahezubringen. Wenn wenig Neigung und Erfahrung in der Kommunikation mit unbekanntem Menschen besteht, kann Unsicherheit und Überforderung aufkommen:

Sagen wir mal, im Café, das sind ja Leute, die ich kenne, und dann fällt s mir schon leichter. Aber fremde Menschen einfach anzuquatschen, das habe ich nicht so drauf. (...) Also von meiner Seite aus, ich bin auch eher spontan, aber wenn man zu mir sagt, verteil doch mal den Flyer, dann ist es so, dass man, jetzt nicht direkt, dass ich mich schäm', aber so die Leute ansprechen, das ist eben auch Charaktersache, manche Leute können das, aber bei mir ist es, ich brauch so meine Zeit.

Ist der Adressat eine ganze **Gruppe**, erhöht dies die Anforderungen um ein weiteres: Soziale Wahrnehmungsfähigkeit und kommunikatives Gespür sind gefragt. Gülcan Nitsch nennt das ihre *Antennen*. Diese *Antennen* entwickeln sich durch pädagogische Erfahrung.

Bevor ich etwas erzähle, muss ich etwas über ihren Kenntnisstand wissen. Ansprache ist eine Mischung von intellektuellen und emotionalen Fähigkeiten. Ich frage zum Beispiel, was macht ihr, um zu Hause Energie zu sparen. Das ist eine intellektuelle Frage, eine Wissensabfrage, aber gleichzeitig signalisiere ich, es ist mir wichtig, was die wissen, und jeder fühlt sich angesprochen, und jeder sagt, oh ich kann mit meinen Erfahrungen und meinem Wissen etwas dazu beitragen. Und wenn ich von vornherein weiß, die Leute wissen nix, dann hat's keinen Sinn, nach der ersten Frage noch eine zweite zu stellen. (...) Ich muss also stark auf meine Teilnehmer reagieren, sonst funktioniert nichts. (Gülcan Nitsch)

Umweltkommunikation mit Gruppen heißt, flexibel reagieren zu können und ist demnach auch anstrengend. Für Gülcan Nitsch ist die Flexibilität in der Durchführung Konzept-Merkmal.

6.2.4 Einsatz von Medien und Material

Das wichtigste Element der Kommunikationsstrategie ist die persönliche Ansprache. Material wird unterstützend eingesetzt. Kurzfilme (betreffend die Produktionsbedingungen z.B. von Coca Cola, Schokolade, Palmöl, Baumwolle) werden auch in den Schulungen gezeigt und auch noch längere

Zeit nach Schulungsende als emotional einschneidend beschrieben. Einige Umweltbotschafter setzen sie in Kindergruppen ein.

Unterstützend einsetzen heißt in Bezug auf die schriftlichen Materialien, insbesondere die Broschüren, wenn ein erster persönlicher Kontakt bereits geknüpft ist. Das Material alleine motiviert nicht nur Beschäftigung mit demselben.

Meine Schwester sagte, die Materialien, die du mir gegeben hast, hat neulich meine Schwiegermutter gelesen und sie saß da stundenlang und hat da gelesen, nur ein paar Jahre zur Schule gegangen, das ist für sie wie Frauenzeitschriften kucken, also wenn die Ansprache funktioniert, sind die Leute auch bereit, das in die Hand zu nehmen, die in ihrem Alltag nicht so viel lesen, das ist unsere Strategie, weil wir da viele Erfahrungen mit gemacht haben.

Sichtbare Symbole des Umweltengagements wie BUND-Stoffbeutel werden öfter gesehen.

Die Umweltkommunikation findet in der Zielgruppe viele Anknüpfungspunkte, die ein Umweltengagement stützen, sowohl was die Gelegenheiten zur Kommunikation als auch was materielle und immaterielle Bedürfnisse und Wertorientierungen angeht. Verkürzt gesagt lautet die Botschaft etwa: *Wenn Ihr etwas für Euren Geldbeutel und für die Zukunft Eurer Kinder und Enkel tun wollt, dann schaltet den Standby aus und wechselt zu Ökostrom. Und zwar sofort.*

6.3 Kommunikationserfahrungen

Die Umweltbotschaft und die Argumente scheinen in der türkischsprachigen Community noch keiner Abnutzung erlegen zu sein und überwiegend auf Interesse zu stoßen.

Also bisher hat keiner, den ich angesprochen habe, gesagt, ach das interessiert mich jetzt nicht. Schon allein die ganzen Umweltkatastrophen, das ist ja jetzt auch im Bewusstsein der Leute und die wissen schon, das ist alles auch ein wenig hausgemacht und wir haben dazu sicher auch was beigetragen, also warum sollte sich die türkische Gemeinschaft davon ausnehmen.

Es war da auch nicht einer der gesagt hat, was für ein Quatsch oder Schwachsinn, alle haben das mit Begeisterung aufgenommen.

Distanziertere oder auch ablehnende Reaktionen kommen zwar eher selten, aber sie kommen vor. Hier interessiert vor allem der Umgang damit.

Also sie (die Familie) haben jetzt nichts dagegen (Umweltbotschafter zu sein), aber es ist auch nichts besonderes, aber auch nicht verwerflich, aber es ist auch nicht so, dass es was Tolles wäre. Auch im Freundeskreis nicht, da gibt es eben solche, die begeistert sind, und solche die sagen, das ist jetzt nicht unser Thema, es gibt so viele Sachen auf der Welt, auf die man sich konzentrieren müsste und da gehört Umwelt jetzt nicht unbedingt dazu.

I: Ist das frustrierend, wenn man auf solche Reaktionen stößt?

Nee, ich finde das normal, weil früher habe ich auch so gedacht, deshalb kann ich mich da hineinversetzen.

Also in einer bestimmten Szene hat Öko ein blödes Image: „Voll die Öko ey“ kann schon mal ein Schimpfwort sein.

I: Wie geht man damit um?

Also mir macht es im allgemeinen nichts aus, also es trifft mich nicht, ich fühle mich nicht beleidigt, sondern ich denke mir; ach Gott wie unwissend, und das ist bei jedem so, der das bewusst macht, der denkt, ach der Arme, der weiß halt noch nicht worum's geht, weil es ist ja auch seine Erde.

Verhaltensbezogene Wirkungen auf der zweiten Transferebene sind auch für die UmweltbotschafterInnen selbst nicht einfach zu identifizieren. Einige können über Rückmeldungen berichten:

Mindestens 10 Damen verzichten auch auf Chlormittel (Ergebnis von Elternberatungen einer Umweltbotschafterin).

Die eine Kollegin ist dann tatsächlich auch auf Ökostrom umgestiegen.

Ich freue mich sehr; wir sind jetzt alle drei Parteien auf der Etage bei Lichtblick.

In der Verwandtschaft gibt es Umstieg auf Ökostrom (der Vater, der Bruder).

Ich habe über 100 Menschen über Energiesparen und Ökostrom informiert.

Durch mein Wissen leben über 50 Menschen auch umweltfreundlicher als vorher

- Der Regionalzweig eines Unternehmens ist auf Ökostrom und Umweltpapier umgestiegen.
- 10 neue Umweltbotschafterinnen wurden durch Umweltbotschafterinnen der „ersten Generation“ unterrichtet.
- Eine Umweltbotschafterin wird von der Wohnungsverwaltung für eine Mieterschulung angefragt.
- Einige UmweltbotschafterInnen werden als Referenten angefragt.
- Ein Gespräch mit der Geschäftsführung einer türkischen Bank (Umweltfreundliche Bank) ist geplant.

Die UmweltbotschafterInnen erreichen mit ihren Kommunikationsansätzen ihre Zielgruppe in vielen unterschiedlichen Zusammenhängen. Über die Reichweite der erzielten Wirkungen kann zwar noch wenig ausgesagt werden, jedoch ist das Thema präsent und sickert ein.

7 Die Schulung in der Sicht der Teilnehmenden

Die TeilnehmerInnen bedauern regelmäßig das Ende der Schulung. Positiv beurteilen sie jeweils die Gruppe, die Person der Schulungsleiterinnen, die Lernatmosphäre und die praktisch verwertbaren Lernergebnisse. Langeweile oder Desinteresse kamen nicht vor. Negativ beurteilt wurde die Informationsfülle und die Zeitknappheit.

Die **Gruppe** wurde atmosphärisch sehr positiv bewertet. Die altersmäßig und die sozial heterogene Zusammensetzung wird keineswegs als hinderlich, sondern eher als bereichernd wahrgenommen. Es wurde als sehr angenehm empfunden, in der Gruppe auch in der Muttersprache kommunizieren zu können. Die genuinen Effekte von Fortbildung, wie neue Leute, neue Gesprächspartner kennenlernen, viel Spaß, eine Gegenerfahrung zum üblichen Alltag zu erleben, sind gleichfalls gegeben. Es entsteht Gruppengefühl. Man trifft sich auch außerhalb der Schulung. Die Begeisterung gilt einer Gruppe von unterschiedlichen Menschen, die vor allem das Engagement eint.

Dass man nicht nur Leute um sich hat, die schon schlau genug sind in diesen Themen, sondern Menschen aus verschiedenen Bereichen, die aber mit Leidenschaft dagegen halten, und

sich sehr betroffen fühlen von den Umständen, das hat mich halt auch begeistert.

Es gelang den Schulungsleiterinnen, das Interesse der Teilnehmenden zu wecken bzw. zu fördern (*Aufregendes Projekt*) und sie identifizieren sich damit (*Unser Thema*). Sie sind lernbegierig und motiviert, sich zu engagieren.

Die Person der **Schulungsleiterinnen** wird von allen hervorgehoben:

Gülcan ist sehr mitreißend und ansteckend von ihrer Art her.

Öykü ist sehr freundlich und warmherzig. Ich würde sehr gerne wieder mit ihr arbeiten.

Die Authentizität der Personen ist wichtiger Motivator.

...die Aufregung, die wir mit dem Projekt verbinden, auch bei der Dozentin (Öykü K.) zu erleben.

Gülcan ist ja so eins (ein Vorbild), also man merkt, dass sie so mit Leib und Seele dabei ist, und dass sie das nicht als Pflicht sieht, sondern das gerne tut, und das steckt einen ja dann auch an.

Sie hängt sich also schon sehr rein (...), das hat mich auch beeindruckt, muss ich sagen. Und auch so außergewöhnlich, weil die ist ja überhaupt nicht typisch Türkisch. (I: Was heißt das jetzt?) (Lachen) Ich meine, sie lebt ja quasi für die Umwelt, das ist schon krass.

Für diejenigen mit weniger Vorkenntnissen und größerem zeitlichem Abstand zu formalen Bildungsgängen war die Schulung durchaus anstrengend. Kritisch gesehen wird insbesondere das Verhältnis von zeitlichem Rahmen und Inhaltsfülle: Zu wenig Zeit, um die Information adäquat zu verarbeiten, zu wenig Zeit für Nachfragen und Diskussionen.

Schulungsabbrüche gab es wenig. In Berlin 2, davon 1 wegen Krankheit, in Köln 2 (die Gründe konnten nicht eruiert werden.³⁰ In einem Fall ist vermutlich Überforderung, Kommunikation zu betreiben, insbesondere Informationsveranstaltungen durchzuführen, zumindest mit ein Grund für den Abbruch der Schulung.

Man kann ja auch sich einfach unterhalten, ohne Vortrag, auf der Alltagsebene. Ja so geht's ja auch. Hier ist es eher so, dass man eine kleine Veranstaltung macht.(...) Sagen wir mal im Café, das sind ja Leute die ich kenne, und dann fällt s mir schon leichter. Aber fremde Menschen einfach anzuquatschen, das habe ich nicht so drauf.

I: Es muss vielleicht auch jeder für sich seine Methode rausfinden.

Ja, aber sie hat ja auch ihre Anforderungen, sie muss ja auch was vorweisen können und da entsteht ja dann auch 'ne Lücke. Also das schaffe ich nicht, dann habe ich da 'ne Lücke und das ist auch blöd.

Die UmweltbotschafterInnen bewerten die Schulung bzw. die Gruppe mehr oder weniger als ein **Erlebnis**, eine Art Meilenstein und Initialzündung.

Seit der Schulung gibt es jetzt ein Vorher und ein Nachher.

Ich hatte schon immer den Müll getrennt, seit zig Jahren, wusste jedoch immer, dass das nicht genug ist, allerdings haben wir uns auch nicht aktiv erkundigt, was alles möglich wäre, sondern wenn man mal was gehört hat, dann hat man das auch gemacht, aber mehr war bei mir persönlich nicht. Und durch Yeşil Çember wurde ich dahin geleitet, wo ich immer hin wollte.

³⁰ Ein Kontaktaufnahmeversuch blieb ohne Erfolg.

8 Wirkungszusammenhänge

Im Vergleich zu anderen Bildungsangeboten mit persönlichkeitsbildendem Ansatz hat die Schulung zur Umweltbotschafterin bei einem vergleichsweise geringen zeitlichen Umfang einen beachtlichen Wirkungsumfang.

Eine der wichtigsten Wirkungen der Schulungen besteht offensichtlich in der Schaffung einer hohen Motivation und Handlungsbereitschaft bei den Teilnehmenden.

Konzeptionell verantwortlich dafür sind vor allem folgende Faktoren:

- Kompetenzerfahrung
- Anschluss an Werte
- Soziale Wertschätzung
- Selbstkonzept und Gruppenidentität
- Vorbild

Das praktische Wissens- und umfassende Handlungsangebot der Schulung ermöglicht **Kompetenzerfahrung** sowohl in der eigenen Praxis als auch in der Weltwahrnehmung und in der Kommunikation.

Verknüpfung mit Wertorientierungen. Das Konzept verknüpft den Umwelt- und Klimaschutz mit bedeutenden Wertvorstellungen der Zielgruppe wie Familienorientierung, Verantwortung für Kinder und es betont die soziale Dimension der Nachhaltigkeit.

Soziale Wertschätzung. Soziale Basis der individuellen Lern- und Handlungsbereitschaft ist zunächst die Akzeptanz und Wertschätzung, die den Teilnehmenden von den Schulungsleiterinnen und dem Projekt insgesamt entgegengebracht wird. Soziale Wertschätzung wird auch erfahren mit der Zertifikatsverleihung durch wichtige Persönlichkeiten und mit der Würdigung der Aktivitäten der UmweltbotschafterInnen durch die türkischsprachige und die deutschsprachige Presse. UmweltbotschafterInnen erfüllen eine gesellschaftliche Aufgabe und erfahren eine Stärkung des sozialen Ansehens sowohl in der türkischen Gemeinde als auch in der Mehrheitsgesellschaft.

Gruppenidentität. Die Schulung schafft einen Gruppenzusammenhang, der über die Herstellung einer angenehmen Lernatmosphäre deutlich hinausgeht und ein Wir-Gefühl, eine Gruppenidentität entstehen lässt, die hilft, eine ökologisch orientierte soziale Norm zu etablieren und ihr Potenzial als Gruppe zu nutzen. Die Gruppe leistet soziale und emotionale Unterstützung. Mittels dieser Unterstützung gelang der Umstieg auf Ökostrom. Zwar hatte sich zwischenzeitlich die Havarie der Atomanlagen in Fukushima ereignet. Dennoch ist der Wechsel eher als Ergebnis der Kommunikation der Gruppe zu interpretieren. Diese Interpretation stützt auch eine Befragung von Ökostrombezieher, nach der keine Unterschiede in der Motivlage von Wechslern zu Ökostrom vor und nach Fukushima festzustellen waren. Der Wechsel hängt eher davon ab, ob im unmittelbaren sozialen Umfeld sich ebenfalls Wechsler befinden.³¹

Die Besonderheit der Gruppe resultiert daraus, dass sie mehrere Identitätsmerkmale in sich vereint, was anderen Gruppen so nicht für sich beanspruchen können: 1. Die Gruppe macht den Umwelt- und Klimaschutz zu ihrer Aufgabe. 2. Sie hat mit der Zweisprachigkeit eine besondere Kompetenz. 3. Sie ist in zwei Kulturen zuhause und kommuniziert die Umweltbotschaft in beiden. Aufgrund

³¹Klewes, J. u.a. Umsteiger-Report Energiewende. Die Entscheidung für Ökostrom: Motive und Kontext. Meerbusch 2012. www.change-center.org

der politischen Bedeutung sowohl des Nachhaltigkeitsthemas als auch des Integrationsthemas trifft sie auf erhöhte Aufmerksamkeit in der Gesellschaft. Dem Bedürfnis nach sozialer Wertschätzung unter der Bedingung des Migrationshintergrundes kommt sie so entgegen und kann es produktiv für die Umweltkommunikation nutzen. Anders ausgedrückt: Das Merkmal „Migrationshintergrund“, das viele eher mit Ausgrenzung in Verbindung bringen, wandelt sich zum Stärke-Merkmal.

Die Gruppenidentität ermöglicht tendenziell auch einen anderen Umgang mit Wissen und Lernen. Dieses durch die Schulung und durch die Gruppe kommuniziertes Wissen wird als bedeutend für das eigene Leben und für die eigenen Werte angesehen. Es entwickelt sich eine Wiss- und Lernbegeisterung. Das Wissen wird mit Empathie kommuniziert.

Selbstkonzept. Für das Selbstkonzept gilt ähnliches wie für die Gruppe. Die Schulung versucht die personalen Stärken der Teilnehmenden einzubeziehen und zu mobilisieren. Sie ermöglicht persönliche Erfolge in der Umsetzung der Ziele. Umweltbotschafterinnen berichten selbstbewusst und stolz von ihren persönlichen Erfolgen.

Aber was wir in den letzten Wochen, meine Eltern und ich, geleistet haben, da bin ich richtig stolz drauf.

Dies ermöglicht, Genügsamkeitsstrategien selbstbewusst und optimistisch zu kommunizieren. Für diese selbstbewusste und optimistische Kommunikation finden sich viele Belege, für eine defätistische nur vereinzelte. Es gibt, wie der Name Umweltbotschafter nahelegt, durchaus Sendungsbewusstsein. Dieser Begriff ist in der Mehrheitsgesellschaft eher negativ konnotiert, wird im Kontext der Umweltbotschafter jedoch positiv gewendet in die Aufforderung:

Teilt Euer Wissen mit den anderen, behaltet es nicht für Euch.

Zu einem positiven Selbstkonzept gehört auch, sich der eigenen Kompetenzen bewusst zu sein. Dies wird im folgenden Beispiel anhand der Zweisprachigkeit thematisiert:

Ich würde auch selber darauf achten, dass in der Familie mehr Türkisch ist, weil ich finde diese Zweisprachigkeit auf keinen Fall ein Hindernis, auch nicht für die Integration, was man da immer so rumposaunt, sondern ich finde das sehr wichtig, ich finde das eher ein Vorteil. Könnte ich kein Türkisch, würden mir jetzt so viel Sachen fehlen, das würde meinen Lebensstil und mein Lebensgefühl einengen. Wir verbringen auch soviel Zeit, um Fremdsprachen zu lernen, warum soll man seine Muttersprache nicht auch beherrschen?

Wesentliche Komponenten von Handlungskonzepten bzw. Empowermentkonzepten (GELLER, ROBERTS, SCOTT: 1993, KEUPP: 1997)³² finden in diesem Schulungskonzept ihren Niederschlag: Selbstwirksamkeit, Selbstwert, Personale Kontrolle, Gruppenzugehörigkeit und Optimismus.

Vorbildfunktion. Eine weitere Komponente fügt das Yeşil-Çember-Konzept mit der starken Personalisierung des Umweltthemas bzw. der Orientierung am Vorbild hinzu.

Die Verknüpfung von Themen mit Personen kommt der türkischen Kultur sehr entgegen. Prominente Persönlichkeiten aus türkischer Kultur und Politik pflegen solche Verknüpfungen in deutlich stärkerem Maße als z. B. Persönlichkeiten westeuropäischer Provenienz. Gülcan Nitsch ist nicht nur für die Schulung, sondern für den ganzen Kontext Umweltengagement türkischsprachiger Menschen die Schlüsselperson. Die UmweltbotschafterInnen beziehen die Lernergebnisse und Lernimpulse der Schulung meist direkt auf ihre Person.

³² Geller, E.S., Roberts, D.S., Gilmore, M.R. (1993): Achieving a total safety culture through employee involvement: Second edition. Newport, VA: Make-A-Difference. Zur Verfügung gestellt von Hunecke, M. Ziesnitz, A., FH Dortmund. Keupp, H. (1997): Empowerment. In: Kreft, D., Mielenz, I. (Hrsg) Wörterbuch Soziale Arbeit.

Gülcan hat super Arbeit geleistet, ich bin froh, sie kennengelernt zu haben, wir würden heute immer noch am Standby hängen, wir achten auf vieles jetzt...

In allen Erzählungen der Berliner und Kölner³³ UmweltbotschafterInnen kommt *Gülcan* namentlich wiederholt vor. Der eigene Lernerfolg wird direkt der Person zugeschrieben:

Seit ich Gülcan kenne hole ich nur noch Biomilch, seit 3 Jahren, und Bioeier.

Diese starke Fokussierung auf die Person zeigt: Es handelt sich um **Lernen am Modell** par excellence.

9 Wirkungen – Medienresonanz und Organisationen

9.1 Medienresonanz

Von Januar 2010 bis Juni 2012 erschienen etwa 100 Berichte, davon 77 in türkischsprachigen Medien, über das Projekt, über die UmweltbotschafterInnen, über Yeşil Çember oder dessen Gründerin. Es handelt sich hauptsächlich um Printmedien, allen voran *Hürriyet*. Die meisten der Presseartikel sind auch online verfügbar³⁴. Hinzu kommen Online-Medien wie *ha-ber.com*. Einige Radiosender (Funkhaus Europa des WDR, Radio Metropol) berichteten ebenfalls. Der Südwestrundfunk berichtete über eine Aktion der Stuttgarter UmweltbotschafterInnen.

Es dominieren Berichte über Aktionen und politisch bedeutsame Begegnungen: Berichte über die Woche der Umwelt in Berlin, Berichte über die Türkischen Umwelttage und über die Zertifikatsverleihungen an die UmweltbotschafterInnen. Alle Medien veröffentlichten Bilder zu ihren Berichten. Fast alle diese Veranstaltungen fanden im Beisein politischer Persönlichkeiten statt: Die türkischen Generalkonsule, Minister, der Präsident. Das sichert unzweifelhaft in der türkischen Gemeinde große Aufmerksamkeit. Yeşil Çember präsentiert beispielsweise auf Einladung des Bundespräsidenten einen Informationsstand auf der Woche der Umwelt 2012 in Schloss Bellevue; Yeşil Çember überreicht dem Bundespräsidenten ein Yeşil-Çember-Shirt als Geschenk. Insbesondere kurz nach dem Amtswechsel des Präsidenten ist davon auszugehen, dass dessen Auftreten und Äußerungen große Beachtung finden.

Über eine gemeinsame Istanbul-Reise von Gülcan Nitsch mit der Umweltsenatorin wurde in türkischsprachigen Onlinemedien berichtet, in deutschsprachigen Medien erschien hierzu allerdings keine Meldung.

Über die Berichterstattung dieser Ereignisse hinaus finden sich in den Medien **Portraits** von UmweltbotschafterInnen, insbesondere von Frau Nitsch. Einige deutschsprachige Artikel (z. B. *Die Zeit*, *Die Tageszeitung*, *Stuttgarter Zeitung*) beschäftigen sich tendenziell mehr mit der Botschaft der Botschafter, die türkischsprachigen und weitere deutschsprachige tendenziell mehr mit der Präsentation der Personen. Es wird getitelt: *Eine Frau lässt nicht locker; Die Überzeugungstätlerin; Wenn aus Engagement Karriere wird*. Die Zeitschriften „*Capital*“ (als Ashoka-geförderte Sozialunternehmerin) und „*Bild am Sonntag*“ („100 Frauen von morgen: 100 Frauen an die wir glauben“) veröffentlichten ebenfalls Porträts. Sie signalisieren eine wichtige Mission und ein starkes Standing.

³³ Erste Kölner Schulung.

³⁴ Siehe die Dokumentation der Medienlinks im Abschlussbericht

9.2 Organisationen, Institutionen

Auf die Organisationsseite hatte die wissenschaftliche Begleitung des Projektes nur begrenzt Einblick. In den am Projekt maßgeblich beteiligten Verbände gibt es mittlerweile personelle Verflechtungen: Ein Vorstandsmitglied der Türkischen Gemeinde in Baden-Württemberg (TGBW) ist Umweltbotschafterin und Mitglied bei Yeşil Çember; im 2012 neugewählten Bundesvorstand der Türkischen Gemeinde in Deutschland (TGD) gibt es eine Sprecherin für Gesundheit und Umwelt, die gleichzeitig die Umweltbeauftragte des Verbandes und Mitglied der Temastiftung ist. Die TEMA-Stiftung ist Mitgliedsorganisation der TGD geworden. Solche Verbindungen sind in der Lage, eine dauerhafte Kooperation zu stützen. Sie sind als Indikator für eine Netzwerkbildung anzusehen.

In der TGD sieht man in der Nutzung der eigenen Kommunikationswege über die Mitgliedsverbände eine gute Möglichkeit, Information – Termine, Materialien - von Yeşil Çember und TEMA-Stiftung zu verbreiten.

Auf Seiten der zahlreichen Migrantenselbstorganisationen ist ein wachsendes Interesse an einer Zusammenarbeit zu verzeichnen (siehe Abschlussbericht des Projektes). Es gibt offenkundig mehr Nachfrage – Anfragen für Vorträge, nach Material - als befriedigt werden kann. Auch dies ist als Hinweis für Netzwerkbildung zu werten. Weiterer Indikator ist die Durchführung gemeinsamer Projekte wie z.B. das Fahrrad-Botschafter-Projekt.³⁵

Als wichtiges Bindeglied erwiesen sich auch die Kontakte mit den Türkischen Generalkonsulaten. Diese genießen Ansehen in der Zielgruppe und unterstützen das Image der Umweltbotschafterkurse in der Zielgruppe.

10 Zielgruppenerreichung

Die UmweltbotschafterInnen sind in vielfältigen sozialen Netzwerken aktiv. Sie erreichen dadurch unterschiedliche Milieus und unterschiedliche Subgruppen. Quantitativ betrachtet, lässt sich mit Sicherheit sagen, dass, wie üblich beim Thema nachhaltiger privater Konsum, in erster Linie **Frauen mittleren Alters** erreicht werden.

Umgekehrt gesehen: Junge Menschen unter 30 Jahren und Männer sind quantitativ gesehen die am wenigsten erreichten Subgruppen, was allerdings auch mit der Zusammensetzung der UmweltbotschafterInnen zu tun hat. Aber auch Themen und Gestaltung sprechen vor allem Frauen an. Die Anschlussfähigkeit der Lebensziele und teilweise auch die Erinnerung an die Tradition eines sparsamen Umgangs mit Ressourcen in der türkischen Heimat ist bei den Frauen mittleren Alters stärker gegeben. Für junge Leute könnten eventuelle Angebote der BUND-Jugend (z.B. die Globalisierungskritische Stadtführung in Berlin) interessant sein.

Angehörige sind über den Familienzusammenhang stärker involviert als bei anderen Zielgruppen. In einigen Fällen konnten Teilnehmende über ihren Familienzusammenhang gewonnen werden: Die Mutter kommt durch die Tochter zur Schulung, die Schwester nimmt an der Schulung teil, die Mutter oder der Ehemann kommen zum Interview hinzu, der Ehemann wird Mitglied bei Yeşil Çember.

³⁵ Das Fahr-Rad-Projekt wirbt in der türkischsprachigen Community in Berlin, Hamburg und Stuttgart für das Radfahren.

Erklärtes Ziel war unter anderem sogenannte „bildungsferne Schichten“ zu erreichen. „Bildungsferne“ ist ein Negativ-Merkmal, während Kommunikationsansätze auf Positiv-Merkmale zielen. Angehörige der türkeistämmigen Community werden durch die UmweltbotschafterInnen erreicht in ihren sozialen Rollen als Mütter oder Eltern, als Haus- und Familienfrauen. Sie werden angesprochen aufgrund der genannten Wertorientierungen, es werden religiöse Gruppen angesprochen, es wird in privaten Zusammenhängen und auch in beruflichen Zusammenhängen Umweltkommunikation betrieben.

In zwei verschiedenen konkreten Anwendungsfällen lässt sich zeigen, dass Angehörige „bildungsferner Schichten“ in der Tat erreicht werden: Im Falle der zweiten Kölner Schulung gewann die Initiatorin, selbst Haus- und Familienfrau, wiederum Frauen aus ihrem Kommunikationszusammenhang mit vergleichbarem sozialen Hintergrund für eine mehrtägige Schulung. Drei Teilnehmerinnen von zehn wurden ebenfalls Yeşil-Çember-Mitglied. Angehörige „bildungsferner Schichten“ werden auch erreicht durch die Info-Frühstücksveranstaltungen in Nachbarschaftshaus, Mehrgenerationenhaus oder Moschee. Während im erstgenannten Beispiel jedoch durch den persönlichen Kontakt mit der Umweltbotschafterin bereits ein Kommunikationszusammenhang bestand, kommt im zweitgenannten Fall ein solcher Erstkontakt erst durch die Vermittlung einer Institution oder Organisation zustande. Der erstgenannte Kommunikationspfad – über primäre soziale Netzwerke – hat vermutlich mehr Wirkung hinsichtlich Intensität und Dauerhaftigkeit, während der zweitgenannte – über sekundäre Netzwerke auch Menschen außerhalb der Netzwerke der UmweltbotschafterInnen erreichen kann. Insofern ist die Kombination beider Wege als eine wirksame Strategie zu betrachten.

Die von SOCIOVISION definierten Milieus³⁶ spielen in Bezug auf die Zielgruppenansprache insofern keine wesentliche Rolle, als die Wertorientierungen, an die die Umweltkommunikation des Projektes positiv anknüpft, weniger milieuspezifisch sind, sondern für den größten Teil der türkeistämmigen Bevölkerung von Bedeutung sind.

Milieu-abhängig sind allerdings zumindest zum Teil die gewählten Nachhaltigkeitsstrategien. Second Hand als Strategie beispielsweise im Bereich Bekleidung und Einrichtung wäre gerade aus finanziellen Gründen eine passende, aus sozialen Gründen gibt es Widerstände. Dennoch kann die Umweltbotschaftergruppe als Pioniergruppe wirken und die Popularisierung solcher Strategien vorantreiben.

Suffizienzstrategien wie die sparsame Verwendung von Ressourcen und Material scheinen in den Familien gut adaptierbar zu sein und stoßen auf Interesse, vor allem mit Unterstützung der Werte Familie und Zukunft der Kinder.

Die Zielgruppe hat hohes Potenzial mit gut mobilisierbaren Anschlussmöglichkeiten, die die UmweltbotschafterInnen auch wahrzunehmen gelernt haben. Die Fokussierung auf Konsum in Haushalt und Familie eine wirkungsvolle Strategie. Bei den Frauen liegt die Alltagsregie für viele nachhaltige Handlungsoptionen. Sie stärkt das Wissen und das Standing der Frauen und ist somit auch unter dem Genderaspekt wirkungsvoll.

³⁶ Flaig B. und Wippermann C. (2009): Lebenswelten von Migrantinnen und Migranten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 5/2009. Seite 3-11.

11 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Das Projekt hat seine selbstgesteckten Ziele erreicht, teilweise übererfüllt. Es wurden mehr Umweltbotschafter geschult als vorgesehen. Die Kommunikationsstrategie – persönliche Ansprache, umfassendes praktikables Handlungsangebot, Einsickern der Umweltkommunikation in die Alltagskommunikation der primären sozialen Netzwerke, Nutzung der Gruppeneffekte, Stärkung der Berichterstattung in den türkischsprachigen Medien hat sich als effektiv erwiesen. Das Projekt weckt und deckt ein Informationsbedürfnis nach umweltgerechten Verhaltensmöglichkeiten in der Zielgruppe. Es praktiziert gesellschaftliche Teilhabe mit Verve und Gruppenpower.

Das Multiplikatorenkonzept ist in der Lage, einen **Gruppenzusammenhang** herzustellen und Initialwirkung für kollektive und individuelle Aktivitäten zu entfalten. Das nachhaltige Handlungsrepertoire wird recht gut beherrscht. Es gibt Engagement und es wird sehr ernsthaft und lebendig diskutiert. Motivation und Begeisterung sind reichlich vorhanden, während nach Erfahrung der Schulungsleiterinnen Durchhaltevermögen und Verbindlichkeit noch Unterstützung gebrauchen können.

Die Fokussierung auf **Frauen**, ob intendiert oder nichtintendierte Folge der Werbung oder des Konzepts, hat sich jedenfalls nicht als Hindernis erwiesen. Die Frauen bzw. die Mütter sind der Kommunikationsmittelpunkt in der Familie und zumindest die fachliche Autorität im Haushalt. Es geht vorwiegend um ihre **Kompetenzen**. Unter den wenigen, die die Schulung nicht zu Ende brachten, waren deutlich mehr **Männer** als ihrem Anteil entsprechen würde. Zu überlegen wäre, ob die Entwicklung eines Angebots für männliche Umweltbotschafter unter maßgeblicher Mitwirkung der bisher real existierenden männlichen Umweltbotschafter machbar und aussichtsreich wäre.

Das Schulungskonzept hat sich mit seinem hohen Änderungspotenzial als recht **effektiv** erwiesen, auch wenn der konkrete Nachweis einer verminderten CO₂-Produktion und eines geringeren Ressourcenverbrauchs nur in Einzelfällen gelang. Das Konzept ist verglichen mit dem Änderungspotenzial, dem Zeithorizont und den Kosten anderer subjektbezogener Weiterbildungen auch äußerst effizient.

Thematisch werden wichtige Bereiche des individuellen Konsums behandelt, allerdings bleibt der Bereich **Mobilität** weitgehend ausgeklammert. Für eine erste Schulung der UmweltbotschafterInnen ist dies jedoch gut begründet, da beim Thema Mobilität aufgrund seiner Vielschichtigkeit und der aufgeladenen Bedeutung des Automobils der Handlungsspielraum begrenzter ist. Diskussions-thema für ausgebildete UmweltbotschafterInnen ist es allemal.

Das erworbene **Wissen** ist in hohem Maße **handlungsorientiert**; Daten und Fakten wurden im Verlauf der Schulungen weitgehend reduziert. Für die Alltagskommunikation ist das Sachwissen hinreichend. Das Verhältnis von Wissensinhalten und Wissensumsetzung ist beachtlich.

Die Teilnahmekriterien mindestens Mittlerer Bildungsabschluss und Beherrschung beider Sprachen in Wort und Schrift waren bei einem kleineren Teil nicht gegeben.³⁷ Die ursprüngliche **Zielvorgabe**, Umweltinformationsveranstaltungen durchzuführen, war infolgedessen auch zu hoch angesetzt. Dies gilt keineswegs für alle UmweltbotschafterInnen, dennoch war es als verpflichtende Vorgabe nicht haltbar. Aufgrund der pädagogischen Erfahrung von Frau Nitsch konnte dies rasch erkannt und korrigiert werden.

³⁷ Wobei die Kriterien nicht zwangsläufig zusammenfielen.

Über Kompetenzen in Sekundärtugenden wie **Projektarbeit** verfügten eher wenige Multiplikatoren³⁸, wobei gerade diese Arbeitsmethode für das Lernen durch Engagement zentral ist. Es empfiehlt sich, beim Learning by Doing zu bleiben, allerdings sollte für eine Anleitung gesorgt werden. Eine Möglichkeit (und Vorschlag der Schulungsleiterinnen), dies zu realisieren, ist die Tandem-Konstellation, sofern genügend erfahrenere UmweltbotschafterInnen teilnehmen.

Die **Messbarkeit** des Erfolgs (z. B. die CO₂-Minderung) sollte verbessert werden. Zwar sind alle UmweltbotschafterInnen der Auffassung, dass sie Wasser und Energie einsparen, jedoch konnte dies nur in einem Fall anhand der Rechnungsdaten dokumentiert werden. Um auf dauerhafte belastbare Indikatoren für Änderungen des Alltagsverhaltens sich stützen zu können, könnte beispielsweise das regelmäßige Ablesen der Zählerstände unmittelbar in die Schulung integriert werden, und zwar in Form eines spielerischen Wettbewerbs, der wiederum auch motivationssteigernde Wirkung haben kann.

Zwar bleibt in der Schulung selbst wenig Raum für eine kritische Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsstrategien und wenig Raum für Fragen und Diskussion, die Fortführung des Prozesses in den Yeşil-Çember-Gruppen jedoch ermöglicht eine Vertiefung der Thematik und die Etablierung eines Nachhaltigkeitsdiskurses innerhalb der Community, der mit Unterstützung der Verbände und der Migrantenselbstorganisationen auch öffentlich geführt werden kann. Vertiefende Auseinandersetzung kann zudem über entsprechende Weiterbildungsangebote für die UmweltbotschafterInnen realisiert werden.

Starker Motivator sind die **Gruppe** und das **Vorbild**. Um den Gruppenzusammenhang dauerhaft aufrechterhalten zu können, braucht dieser eine strukturelle Basis, die in der Lage ist, die Umweltkommunikation auch innerhalb der Gruppe weiter zu entwickeln. Eine solche Strukturhilfe sind zum Beispiel die öffentlichen *Grünen Abende*: Thematisch konzentrierte Treffen, die in der Regel mit externen Referenten stattfinden. Eine solche Strukturhilfe sind auch gemeinsame Aktionen und Veranstaltungen wie die Türkischen Umwelttage mit thematischen Angeboten. Weitere Strukturhilfen können regelmäßige jährliche **Weiterbildungsangebote** sein, die einen thematischen Schwerpunkt und organisierten Erfahrungsaustausch anbieten.

Organisatorische Basis für diese Struktur ist derzeit Yeşil Çember, die türkischsprachige Umweltgruppe im BUND. Die einzelnen Gruppen haben jeweils eine Sprecherin oder einen Sprecher und mehr oder weniger regelmäßige Treffen. Eine solche Funktion ist für Freiwillige ohne viel praktische oder professionelle Erfahrung eine durchaus anstrengende Aufgabe.

Die **Freiwilligenarbeit** braucht professionelle **Anleitung**. Mittlerweile 60 ehrenamtliche UmweltbotschafterInnen an 5 verschiedenen Orten können nicht mehr durch die Schulungsleiterin(nen) betreut werden. Auch die Durchführung von Schulungen mittels einer halben Stelle durch Frau Nitsch war schon kräftemäßig schwierig zu bewältigen und führte in der Vergangenheit zur Überbeanspruchung. Es braucht sozusagen mehrere *Gülcans*, d.h. ein kleiner Kreis von mehreren Schulungsleiterinnen, die regional Schulungen und Betreuung anbieten können. Diese können aus dem Kreis der UmweltbotschafterInnen gewonnen werden; die Erstausbildung zur Umweltbotschafterin und die ehrenamtliche Basis ist dafür allerdings nicht ausreichend.

Bisher wurden bis auf eine Ausnahme alle Schulungen von Frau Nitsch konzipiert und durchgeführt. Diese Ausnahme ist deswegen besonders interessant, weil ihr Zustandekommen selbst schon Ergebnis des Projektes bzw. einer Schulung ist. Sie wurde initiiert von einer Umweltbotschafterin, organisatorisch unterstützt und vorbereitet von Frau Anapa, TEMA-Stiftung, inhaltlich unterstützt

³⁸ Jedenfalls in den Schulungen in Berlin und Köln.

und durchgeführt von insgesamt drei Umweltbotschafterinnen und Frau Nitsch (Handy-Kontakt). Sie erreichte vor allem Hausfrauen mit wenig formaler Bildung. Auch diese Schulung (etwa 15 Stunden Umfang) hatte auf der Verhaltensebene etliches bewirkt; Projektarbeit konnte in dieser Gruppe jedoch nicht realisiert werden. Bei Yeşil Çember wurden deutlich weniger Mitglieder als bei den anderen Schulungen. Die Mitgliedschaft bei Yeşil Çember ist aber bisher das strukturelle Element, über das eine Verstärkung erreicht werden kann. Aufgrund ihrer großen Zielgruppennähe ist möglicherweise auch hier eine Tandem-Konstruktion aus Umweltbotschafterin und ausgebildeter Schulungsleiterin vorteilhaft.

Unterschiede zwischen den Teilnehmergruppen der verschiedenen **Projektstädte** sind schwierig festzumachen. In Stuttgart, München und Mannheim gab es über die Schulung hinaus notgedrungen kaum Betreuung, allerdings lagen die Schulungstermine teilweise schon nach dem eigentlichen Projektzeitraum. Die Stuttgarter Gruppe startete sofort selbständig mit Aktionen, ihr Kenntnisstand war nach Einschätzung der Kursleiterin deutlich höher als bei den vorausgegangenen. Ein Treffen zwischen den UmweltbotschafterInnen und Frau Nitsch, um Aktivitäten zu planen, gab es auch hier.

Die im Projekt eingesetzten **Flyer** liefern in der Regel Kurzinformation, Informationsquellen und Handlungsanweisungen. Die **Broschüren** dienen einerseits zur Vertiefung; sie werden nach Veranstaltungen oder bei Aktionen (Flyer) verteilt und auf Anfrage zugeschickt. Sie dienen auch als Denkmittel, als Spur, als Erinnerung an den Kontakt mit Umweltbotschaftern. Es wäre zu überlegen, ob in die mediale Zielgruppenansprache die in der persönlichen Ansprache erfolgreichen Komponenten aufgenommen werden sollten. Die betrifft vor allem den motivationalen Aspekt. Ein Beispiel stellen die Kurzportraits der UmweltbotschafterInnen dar. Ein weiterer Vorschlag wäre, in Dialog- bzw. Polilogform Umweltkommunikation mit Live-Charakter (aber nach Drehbuch), beispielsweise einer Familie, analog den Gruppengesprächen, in eine Bildgeschichte oder einen Videoclip aufzunehmen. Denkbar wäre auch, an viel beachteten Filmen oder Serien anzuknüpfen (z. B. über den neuen Film von Fatih Akin *Der Müll im Garten Eden*) und öffentlich, eventuell auch virtuell, zu diskutieren oder an eine TV-Serie anzuknüpfen. Werbemittel mit Symbolcharakter wie die Stofftaschen könnten mit mehrsprachigen Aufschriften bedruckt werden, um dem interkulturellen Aspekt mehr Ausdruck zu verleihen.

Leitziel für die Umweltverbände ist die **interkulturelle Öffnung**, Projektziel ist die Bildung eines Netzwerks zwischen Umweltverbänden und Migrantenselbstorganisationen. Im Falle des Projektes ist es eine Öffnung gegenüber der türkischsprachigen Gemeinde. Ein Indikator für die Netzwerkbildung ist die Beteiligung von Migrantengruppen an gemeinsamen Aktionen wie die Berliner Straßenbaum-Kampagne, in der Yeşil-Çember-Mitglieder aktiv sind.

Umweltkommunikation muss, um wirksam zu sein, in den **Alltag** vordringen, da nachhaltiges Handeln vor allem da stattfindet. Das tragende Element dabei ist die Sprache. Insofern wird in vielen Migrantengruppen ein erheblicher Teil der Umweltkommunikation in der jeweiligen Sprache stattfinden. Angebote an andere migrantische Gruppen sollten also folgen. Übertragbar auf andere Herkunftsgruppen ist vermutlich der Gruppeneffekt, sofern die jeweilige Migrantengruppe als solche genügend Identifikationsraum bietet. Die Yeşil-Çember-Gruppen könnten ihrerseits über gemeinsame Aktionen eine Annäherung an andere Herkunftsgruppen versuchen.

Für den Prozess der **Begleitung** und **Evaluation** wäre ebenfalls ein Tandem-Konstrukt von Vorteil, so dass ein ständiger Austausch über kulturelle Aspekte und kulturelle Sichtweisen ermöglicht wird.

Literatur

Flaig B. und Wippermann C. (2009): Lebenswelten von Migrantinnen und Migranten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. 5/2009. Seite 3-11.

Geller, E.S., Roberts, D.S., Gilmore, M.R. (1993): Achieving a total safety culture through employee involvement: Second edition. Newport, VA: Make-A-Difference. Zur Verfügung gestellt von Hunneke, M. Ziesnitz, A., FH Dortmund.

Kaufmann-Hayoz R., Bamberg, S., Defila R. u.a. (2011): Theoretische Perspektiven auf Konsumhandeln. Versuch einer Theorieordnung. In: Defila R., Di Giulio A., Kaufmann-Hayoz R. (Hrg): Wesen und Wege nachhaltigen Konsums. München.

Keupp, H. (1997): Empowerment. In: Kreft, D., Mielenz, I. (Hrsg) Wörterbuch Soziale Arbeit.

Kizilocak, G. Sauer, M. (2003): Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der türkischen Migranten in Deutschland. UBA, Berlin

Kleinhüchelkotten S. (2008): Ansätze für eine milieuorientierte Nachhaltigkeitskommunikation. In: Amelung N., Mayer-Scholl B., Schäfer M. & Weber J. (Hrsg.): Einstieg in Nachhaltige Entwicklung. Frankfurt a. M.

Klewes, J. u.a. (2012): Umsteiger-Report Energiewende. Die Entscheidung für Ökostrom: Motive und Kontext. Meerbusch. www.change-center.org

Lohmann, M. (1982): Zwischen sozialer Bewegung und pädagogischer Arbeit : In ökopäd 1, Jg. 1982, S. 48 – 59

Sauer, M., (2011): Partizipation und Engagement türkeistämmiger Migrantinnen und Migranten in Nordrhein-Westfalen. Ergebnisse der elften Mehrthemenbefragung 2010. Eine Analyse im Auftrag des Ministeriums für Arbeit, Integration und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen.

Wippermann, C., Flaig, B., Calmbach, M., Kleinhüchelkotten, S. (2009): Repräsentativumfrage zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2008. Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der sozialen Milieus in Deutschland.