

Was bringt's?

Ein Projekt der Nachhaltigkeitskommunikation verspricht mehr Wirkung in der Umweltbildung



Urs Müller
Dozent Nachhaltigkeitskommunikation

Umweltbildner sehen sich vermehrt mit der Frage konfrontiert, was ihre Arbeit bringt. So verlangen beispielsweise Geldgeber, meist Stiftungen oder die öffentliche Hand, immer häufiger Nachweise zur Wirkung ihrer Investitionen. Die vier grossen Anbieter von Umweltweiterbildungen in der Schweiz – Pusch, Sanu, SILVIVA und der WWF – haben sich zusammen mit dem IUNR auf den Weg gemacht, Antworten zu erarbeiten.



Auch der WWF ist interessiert, Wirkung mit seinen Bildungsangeboten zu erzielen. Zum Beispiel bei den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Kurses Riverwatch.

Bild: WWF Schweiz / Tamara Diethelm

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des WWF-Kurses «Riverwatch» stehen an einem Abschnitt der Suhre. Der kleine Fluss bei Aarau wurde vor vier Jahren ökologisch aufgewertet, unter anderem, um die Laichplätze der stark bedrohten Fischart Nase zu fördern. Der WWF erhofft sich mit dem Kurs, Freiwillige zu motivieren und zu befähigen, auch an weiteren Orten für den Gewässerschutz aktiv zu werden. Konkret, so heisst es in den Kurszielen, arbeiten die Teilnehmenden nach dem Kurs selber ein Revitalisierungsprojekt aus. Ist dieses Ziel realistisch?

Der Kurs «Riverwatch» ist eines von fünf Fallbeispielen im Projekt «Mehr Wirkung in der Umwelterwachsenenbildung». Anhand solcher Kurse der Umweltbildungsanbieter PUSCH, sanu, SILVIVA und WWF erarbeitet die Forschungsgruppe Nachhaltigkeitskommunikation zusammen mit der Umweltbildungsexpertin Sandra Wilhelm ein Instrument, um die

Konzeption wirkungsvoller Umweltbildung zu unterstützen. Die Empfehlungen werden an einer Tagung im Frühjahr 2017 vorgestellt. Finanziert ist das Projekt vom Bundesamt für Umwelt, der Stiftung Mercator Schweiz sowie dem WWF.

Im Projekt geht es nur am Rande um die eigentliche Wirkungsevaluation. Im Zentrum steht der wirkungslogische Aufbau des Angebots: Was soll mit dem Kurs erreicht werden und welche Inhalte und Methoden ermöglichen dies? Dabei gilt es zunächst zu überdenken, was im Kontext der Rahmenbedingungen, insbesondere der zeitlichen und finanziellen Ressourcen, sowie der Möglichkeiten der Zielgruppe überhaupt an Wirkung erzielt werden kann: Ist es realistisch, dass die Teilnehmenden nach den wenigen Kurstagen selbständig ein Revitalisierungsprojekt ausarbeiten? Muss weitere Unterstützung geboten werden? Oder wäre es ehrlicher, das Ziel niedriger zu stecken?

Um effektiv auf die angestrebte Wirkung hinarbeiten zu können, müssen die Teilziele der Wirkungslogik präzise und eindeutig sein. Was genau heisst zum Beispiel, «die Teilnehmenden können verschiedene Akteure von den Vorteilen eines Revitalisierungsprojektes überzeugen?» Können sie Vorteile aufzählen? Verhandlungstechniken in einer Übung anwenden? Oder in ihrem eigenen Projekt Akteure für ihr Vorhaben gewinnen? Jede Interpretation verlangt nach anderen Kursinhalten und -methoden.

Selbstverständlich kommt die Wirkung nicht durch die Kursziele alleine zustande. In weiteren Arbeitsschritten werden die Kurse mit Methoden angereichert, welche die Umsetzung der Kursinhalte in die Praxis begünstigen. Dank dem Ansatz der Wirkungsorientierung verlagert sich der Fokus jedoch weg von der erdrückenden und lähmenden Debatte um die Frage «Was bringt's?» hin zur konstruktiven Auseinandersetzung mit dem, was der Kursanbieter mit seinem Kursangebot überhaupt erreichen will und kann. Die entwickelten Instrumente helfen den Anbietern, diesen Prozess der Wirkungsorientierung zu strukturieren und dadurch die Wirkung den Kursteilnehmenden oder Geldgebenden gegenüber genau zu benennen und sicherzustellen.