

Auswertung Arbeitsgruppe 1

1. Welche Informations- oder Veranstaltungsformate sind notwendig, damit die Ergebnisse der Naturbewusstseinsstudie noch besser Eingang in die Praxis finden?

- Es sollte eine kurze, allgemeinverständliche Zusammenfassung geben, die breit gestreut wird. Darüber hinaus sollte eine themenspezifische Zusammenfassung für EntscheidungsträgerInnen angefertigt werden.
- Erstellung und Veröffentlichung einer kurzen Zusammenfassung der wichtigsten Unterschiede und Entwicklungen von 2009 zu 2011.
- Darüber hinaus können weitere Beiträge in populären Magazinen, Hörbeiträge, kommentierte PDF-Versionen oder Videos auf Youtube und Informationen in sozialen Netzwerken helfen, die Studienergebnisse für eine breitere Öffentlichkeit verfügbar zu machen.
- Allgemein sollte rund um die Studie eine intensivere Öffentlichkeitsarbeit und ein Marketing (über die üblichen Fachkreise hinaus) betrieben werden, um die politische Bedeutung zu erhöhen (Nutzung von E-Mailverteilern, Newslettern etc.).
- Professionelle, journalistische Aufbereitung der Ergebnisse mit anschließend breiter Kommunikation über verschiedene Kanäle/Medien.
- Hilfreich wären auch ein- oder mehrtägige Workshops mit Anwendungsbeispielen, die aufzeigen und erläutern, wie die Ergebnisse in die eigene Umweltbildungsarbeit eingebaut werden können.
- Ergänzend sollten Fortbildungen und, Seminare (mit unterschiedlicher zeitlicher Länge) zu Informationen der Studie bzw. Nutzung für eigene Arbeit angeboten werden.
- Vorstellbar wäre für einige Teilnehmenden auch eine Telefonhotline, über die kurzfristig Informationen zur Studie abgerufen werden können (am besten eine 0,5 Personalstelle, die sich auch um die „Vermarktung“ der Studie kümmert, s. o.).
- Für die Popularisierung ist eine Comic-Serie zur Verdeutlichung der wichtigsten Inhalte oder eine Fernsehserie mit dem „nachhaltigen Fuchs“ vorstellbar.
- 45 minütiger Film über die Naturbewusstseinsstudie bei öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen.
- Auf der Grundlage der Studienergebnisse könnte ein Kommunikations-Coaching für NGO bzgl. Öffentlichkeitsarbeit, Webseitengestaltung, neue Medien, soziale Netzwerke angeboten werden.
- Umweltbehörden der Länder und Landkreise sollten besser in die Kommunikationsarbeit rund um die Naturbewusstseinsstudie eingebunden werden.
- Naturbewusstseinsstudie muss bei allen Zuwendungsstellen (Haushaltsreferaten) und nicht behördlichen Zuwendungsgebern bekannt sein.
- Es sollte eine Werbetour für die Studie geben, mit der Behörden, Kommunen, NGOs auf die Studie aufmerksam gemacht und für ihre Anliegen sensibilisiert werden.

- Universitäten und Fachhochschulen sollten konkret mit Informationen versorgt werden, damit sie spezifische Veranstaltungen zu dem Thema anbieten können (evtl. auch spontane Informationsveranstaltungen, Podiumsdiskussionen mit studentischer Beteiligung).

2. Wie sollte die Naturschutzkommunikation vor dem Hintergrund der Studienergebnisse weiter gestaltet werden?

- Konkrete Sammlung von guten Beispielen für die Kommunikation bzw. die zielgruppengerechte Ansprache zusammenstellen und an die NGOs verteilen.
- Für den Bereich Umweltbildung könnten auf der Basis der Umfrageergebnisse spezifische Handlungsmanuale für einzelne Themen erstellt werden, wie z. B. Förderung des ehrenamtlichen Engagements in der Umweltbildung.
- Sorgen um den Zustand der Umwelt sind „verlorene Liebesmüh“ - besser ist es, Naturschutzbemühungen und Handlungsalternativen im „Huckepacksystem“ zu kommunizieren (Nutzen für die Zielgruppen mitdenken bzw. offen ansprechen).
- Ankündigung und Umsetzung einer Veranstaltung/Kampagne „Natur macht reich“.
-