

Unterstützung der Umsetzung der *Sächsischen Landesstrategie Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)*

Arbeitspaket 13: LS-BNE 8.2 Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen

Kompetenzteam für Nachhaltigkeit:
Sylvia Uhlemann und Martin Gerner

25. November 2019

AUSSCHREIBUNG

Arbeitspaket 13

- Recherche nach bestehenden Newslettern und Formaten
- Zielgruppenanalyse
- Entwicklung von Kommunikationsformaten
- Initiierung, ggf. Übergabe/Installation der Ergebnisse

LS-BNE 8.2 Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen

8.2 Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen

Bislang ist BNE als Lehr- und Lernkonzept vorrangig in Akteurskreisen gut bekannt, die sich eigeninitiativ mit dem Thema beschäftigen. Um die BNE-Landesstrategie wirksam umsetzen zu können, sind die Prinzipien und Anwendungsbezüge von BNE einem deutlich breiteren Akteurskreis, insbesondere im Bildungssektor, zu vermitteln. Hierzu ist die Planung und Umsetzung von Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen erforderlich.

Maßnahmen 2019/20:

- Konkretisierung der im Dialogprozess erstellten Maßnahmen zur Sensibilisierung und Kommunikation von BNE für ausgewählte Zielgruppen in den Akteursbereichen
- Identifizierung und Entwicklung geeigneter, zielgruppenorientierter Formate und Kanäle (z. B. Wettbewerbe, Newsletter) (vgl. (Sächsisches Staatsministerium für Kultus (SMK) 2018, S. 30).

Hinweis zu geschlechtsspezifischen Formulierungen

Aus Gründen der Lesbarkeit wird darauf verzichtet, geschlechtsspezifische Formulierungen zu verwenden. Soweit personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf alle Geschlechter in gleicher Weise.

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis	II
1 Recherche nach bestehenden Formaten.....	3
1.1 Online	3
1.2 Soziale Medien	3
1.3 Video	4
1.4 Audio	4
1.5 Printmedien	4
1.6 Ausstellungen	4
1.7 Aktionen.....	5
1.8 Wettbewerbe	5
1.9 Kurse	5
1.10 Kunst	5
1.11 Podien	6
1.12 Lehre	6
1.13 Märkte.....	7
2 Zielgruppenanalyse	8
2.1 Einführung	8
2.2 Zielgruppen.....	9
2.2.1 Zielgruppen curricularen Lernens.....	9
2.2.2 Zielgruppen außer-curricularen Lernens	10
2.2.3 Zielgruppen informellen Lernens.....	10
2.3 Wesentlichkeitsanalyse	11
3 Entwicklung von Kommunikationsformaten	13
3.1 Kommunikationsgrundsätze	13
3.2 Vorschläge.....	14
4 Initiierung.....	17
Literaturverzeichnis	18
Anhang.....	22

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Nationale BNE-Multi-Stakeholder-Plattform	8
Abbildung 2:	BNE-Wesentlichkeitsmatrix: Einfluss von LOHAS auf die BNE-Umsetzung (fiktives Beispiel)	12

1 RECHERCHE NACH BESTEHENDEN FORMATEN

Unter Formaten sind im Kontext der BNE-Kommunikation alle Arten von Kanälen zu verstehen, die sich im Sinne der Zielgruppenansprache und inhaltlich-thematischen Fokussierung sinnvoll abgrenzen lassen (vgl. Michelsen und Godemann 2007). In der folgenden Auflistung ist exemplarisch zum jeweiligen Format (linke Spalte) ein ausgewähltes Beispiel (rechte Spalte) angefügt und mittels Hyperlink verknüpft.

Format	Beispiel
1.1 Online	
Internetseite / Portal	BMBF, BNE-Portal, Globales Lernen
Blog	SMK
Podcast	Podcast „Wortwechsel“ Deutschlandfunk Kultur
Diskussionsforen	BiWiNa - Initiative zur Förderung der Wirtschaftskompetenz im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) e.V.
Newsletter	Newsletter BNE-Portal
Online-Kurse / Webinare /MOOC	Deutsches-Klima-Konsortium
App	uRnature – your climate. your app.
Onlinespiele	wir ernten was wir säen, Energiespiel
Internetportale als Sammelstelle mit Informationen und Material	BNE Portal; Taten für morgen
Dialog-Plattformen	ELAN DIALOGPLATTFORM #RLP2030
Kontaktnetzwerke	Das UBi-2020-Kontaktnetzwerk
Aufbau von Mediatheken	Filme für die Erde ; Filmsammlung für Bildungsarbeit, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)
1.2 Soziale Medien	
Facebook	BNE Seite
Twitter	
Instagram	#bildungfuernachhaltigeentwicklung
Xing	Community / Gruppe für nachhaltige Entwicklung
Linkedin	#nachhaltig
Youtuber/Youtubkanäle	Youtubekanäle (maiLab); Videos mit Tipps und Tricks zum nachhaltigen Leben (Lisa Sophie Laurent)
TicTok	
Reddit	NachhaltigerLeben

Snapchat, Whatsapp, Messenger BMU Broadcast

1.3 Video

Videos und Dokumentationen	Hannes Jaenicke Terra X
Kurzfilme	Sukuma Award
Erklärvideos	explainity Erklärvideos
wissenschaftliche Filme	Harald Lesch
Veranstungsmitschnitte	Bündnis 90/Die Grünen
Satire	ZDF-heute show

1.4 Audio

Interviews	Cathrin Klenck erklärt die SDGs im Interview mit Radio Q
Radiobeiträge	Radio T
Podcasts	Nachhaltigkeit in Serie. Der HOCH-N-Podcast Podcast

1.5 Printmedien

Zeitschriften	VCD; Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt e.V.
Schriftenreihen	Jahresschrift der Carlowitz Gesellschaft
Dossiers	Agenda 2030 vor Ort
Rundbriefe	World University Service (WUS)
Berichte	Regenwaldreport
Newsletter	Landeszentrale Politische Bildung
Regelmäßige Artikel/Kolumnen	Willi Weitzel erklärt Zeitschrift Alverde
Veranstungsflyer	VHS Chemnitz
Zeitungsartikel	Die Zeit , GEO
Lehrmaterial	BNE Portal
Werbematerial, Postkarten, Plakate	
Bücher	Oekom-Verlag

1.6 Ausstellungen

Wanderausstellung	BNE Ausstellung Kultusministerium
Fotoausstellung	dasfotoportal.de
Modenschau	Faire Mode
Kunstaussstellungen	Künste Bilden Umwelten
Tier-/Pflanzenschau	Zoos, Tierparks, botanische Gärten

1.7 Aktionen

Pflanzaktionen	Plant for the Planet; Sachsenforst
Aktionstage Nachhaltigkeit	Geo-Tag der Artenvielfalt; Deutsche-Aktionstage-Nachhaltigkeit
Aktionswochen	Woche der Mobilität , Lange Woche der Nachhaltigkeit
Leuchtturmprojekte	Rat für nachhaltige Entwicklung
SDG-Speed-Dating	Rat für nachhaltige Entwicklung
Gemeinsames Müllsammeln	BUND
Projektstage von externen Anbietern	mobiles Bildungsteam, Lehrpfade
Projektstunden	
Planspiele	ANU-Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung e.V.
Unterricht außerhalb der Schule	Lernbauernhof www.baglob.de , Waldexkursion mit Forstamt Grüna
Camps, Studienfahrten	Kidscamp
Lernmobile	Umweltmobil LaNU
Reallabore	cradle to cradle C2C Lab, Schulgarten
Patenschaften	für Blühflächen, Bienen, Ziegen, Bäume, Naturhof Chemnitz, Bienenpatenschaften (biMOOC)
Demonstrationen	Fridays for Future

1.8 Wettbewerbe

Fotowettbewerb
Ideenwettbewerb

1.9 Kurse

Reparaturkurse	Fahrradreparaturkurs ADFC
Nähkurse	
Upcycling Kurse	FabLap
Gemeinschaftsgärten	Interkultureller Garten „Bunte Erde“
Reparaturwerkstätten	Reparaturcafe-Stadthalten e.V. Chemnitz, Radwerkstatt

1.10 Kunst

Poetry slam	17 Ziele Poetry Slam vom Engagement global e.V.
Theaterstücke	Carlowitz Gesellschaft „Gericht der Götter“
Preisverleihungen für Vorbilder	Deutscher Nachhaltigkeitspreis, Hans Carl von Carlowitz Nachhaltigkeitspreis, B.A.U.M.-Umweltpreis
Konzerte	

Auszeichnungen	Bundespreis Ecodesign
Wettbewerbe	Wettbewerb "Projekt Nachhaltigkeit 2019" Germanwatch e.V.
Best-Practice-Verzeichnisse	Unternehmen Biologische Vielfalt 2020 (UBi 2020)

1.11 Podien

Diskussionen	
Podiumsdiskussion	
World-Café/Roundtable-Sessions	
Workshops	BNE im Sport
Vorträge	Carlowitz -Gesellschaft
Stammtische/Netzwerktreffen	Saena Nachhaltig Zusammen leben
Kongresse	Future Sustainability Congress 2019
Konferenzen	Sächsische Nachhaltigkeitskonferenz H. C. v. Carlowitz Gesellschaft
Seminar	TÜV Nord
Tagungen	BNE Portal
Exkursion	Geotag der Artenvielfalt deutschlandweit, z.B. Umweltzentrum Chemnitz
Wanderungen / Spaziergänge	Frühlingsspaziergänge
Radtouren	ADFC
Geocaching	Geoheimnisse
Klimafrühstück/Faires Frühstück	KATE - Kontaktstelle für Umwelt und Entwicklung e.V.,
Buchlesungen	Volkshochschule Chemnitz
Road-Show	
Messen	Maker fair, Stadthalle Chemnitz
Projektbörsen für Bildungsangebote	ZAK- Zukunftsakademie leipzig
Informationsstände/ Informationsaktionen	Umweltzentrum Chemnitz
Kinderstadt	Chemnitzer Kinderstadt, UNESCO

1.12 Lehre

Schulungsangebote	VHS, Umweltbibliothek Chemnitz, Ausbildung/Weiterbildung von Multiplikatoren (LaNU)
Studiengänge an Hochschulen	Sustainability 2020: Masterstudiengang Nachhaltigkeit in gesamtwirtschaftlichen Kreisläufen
Bildungsmärkte	Bildungsmarkt Chemnitz

Kinderuni

TU Chemnitz Kinderuni

Seniorenuni

TU Chemnitz Seniorenkolleg

1.13 Märkte

Weltläden, Bioläden, Hofläden,
Zero Waste,

Einfach Unverpackt Leipzig

Gastronomie

Spezialisiert Gastronomie, Vegan, Vegetarisch, Green Table

Aktionen des Handels

Sammelbilder REWE + WWF, Faire Mode

Umsonst-Läden

Tante Ula

Kreativmärkte

Tauschforen

Kleiderkreisel

Secondhandmärkte, Flohmärkte

2 ZIELGRUPPENANALYSE

Ausgangspunkt der Zielgruppenanalyse ist das SDG-Ziel 4.7: *Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) und nachhaltige Lebensweisen.* Adressiert werden folglich *Lernende* in unterschiedlichen Kontexten und/oder Prozessen mit Bildungsbezug. Anspruch ist, zielgruppenspezifisch:

- 1) Bildungsangebote für BNE (nach Bildungsbereichen, Themen etc.) zu gestalten;
- 2) politische, institutionelle und finanzielle Rahmenbedingungen für BNE (mittels Beschlüssen, Regelungen, Förderprogrammen etc.) zu schaffen; sowie
- 3) konkrete Maßnahmen zur strukturellen Verankerung von BNE (in Netzwerken, Austauschprogrammen, Zertifizierungsverfahren etc.) einzuleiten (vgl. Bertelsmann Stiftung 2014, S. 539–540).

2.1 Einführung

Herzstück der *Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie* ist eine *Multi-Stakeholder-Plattform* (vgl. Presse- und Informationsamt der Bundesregierung 2018, 15 ff.; Tomei und Böhnke 2018; Michelsen 2017, S. 77), die eine Einteilung von Anspruchsgruppen nachhaltiger Entwicklung in Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft vorsieht (vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung 2018a; Rat für Nachhaltige Entwicklung 2018b). Dieser Ansatz lässt sich in adaptierter Form auf Kontexte von Lernen anwenden:

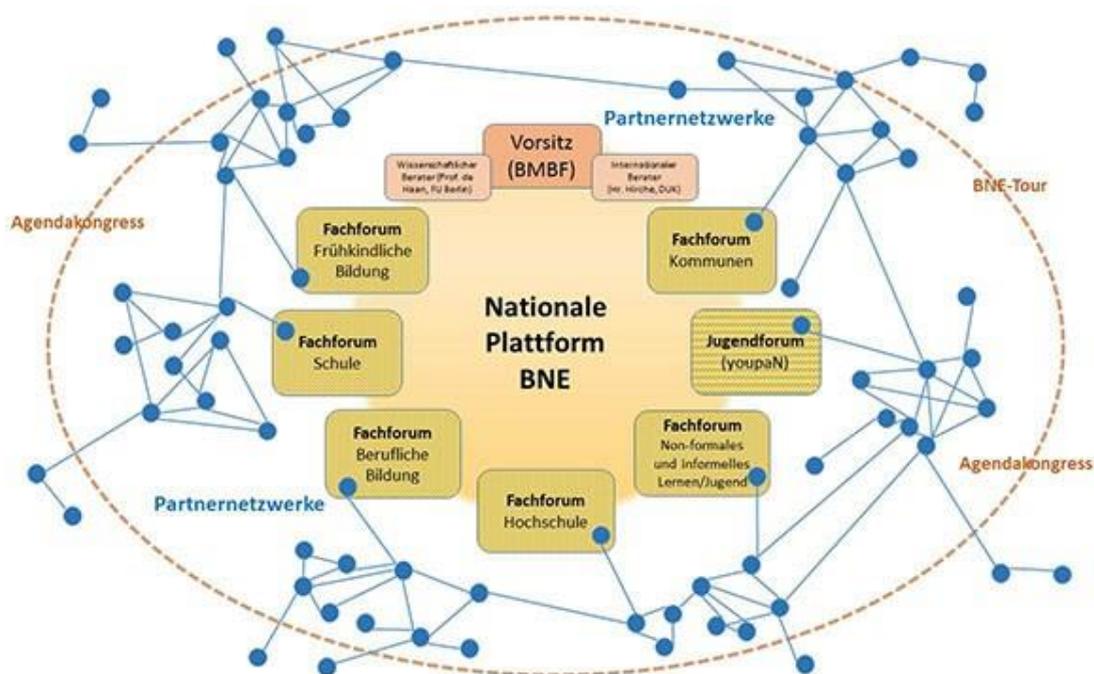


Abbildung 1: Nationale BNE-Multi-Stakeholder-Plattform (Deutsche UNESCO-Kommission und Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 2019b)

Die *Sächsische Landesstrategie BNE* verfolgt im *whole-institution approach* einen vergleichbaren Plattformansatz (vgl. Sächsisches Staatsministerium für Kultus (SMK) 2018, 25 ff.). Eine Zielgruppenanalyse ist notwendig, um sich angesichts begrenzter Ressourcen in Betroffenheit/Relevanz, Messbarkeit/Operationalität, Handlungsfähigkeit, Wirtschaftlichkeit und zeitlicher Stabilität zu fokussieren (vgl. Meffert et al. 2015, 181 ff.). In Bezug auf die landesweite BNE-Umsetzung ist eine Zielgruppensystematik besonders im Hinblick auf Ansprache (Kommunikation) und Ausstrahlung (Multiplikatoreffekte) wichtig. Dabei kommt die STP-Methodik der dreistufigen Zielgruppensegmentierung (Segmenting-Targeting-Positioning) zur Anwendung (vgl. Schröder 2019).

2.2 Zielgruppen

Erstes entscheidendes Kriterium für die BNE-Zielgruppenbetrachtung ist deren Bildungsbezug. Unterscheiden lässt sich gemäß internationaler Taxonomie zwischen:

- a) curricularem Lernen (*formal learning*), das hauptsächlich auf Bildungs- und Weiterbildungsinstitutionen rekurriert, die (staatlich) anerkannte Abschlüsse oder Qualifikationen verleihen;
- b) außer-curricularem Lernen (*non-formal learning*), das entweder außerhalb oder parallel zu einem staatlich etablierten Bildungssystem stattfindet, ohne formale Zertifizierung auskommt, und von nichtstaatlichen oder anderweitigen Anspruchsgruppen angeboten wird;
- c) informellem Lernen (*informal learning*), das durch Wissen und Erfahrungen aus dem Alltagserleben gespeist wird, und weder beabsichtigt noch bewusst als solches wahrgenommen wird (vgl. (Gerner 2013, S. 14); Deutsche UNESCO-Kommission und Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 2019c).

Zweites entscheidendes Kriterium ist der BNE-Fokus auf den Freistaat Sachsen (vgl. (Deutsche UNESCO-Kommission und Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 2019d); (Sächsisches Staatsministerium für Kultus (SMK) 2018, S. 7); (Deutsche UNESCO-Kommission und Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) 2019a); Staatsministerium für Kultus (SMK) und EngagementGlobal 2019).

Folgende Zielgruppen (m/w/d) lassen sich identifizieren und systematisieren:

2.2.1 Zielgruppen curricularen Lernens

- Institutionen: Kinderkrippe, Kindergarten, Hort/Kindertagespflege, allgemeinbildende Schule (Grundschule, Oberschule, Gymnasium), Spezial-/Förderschule, Internat, Freie Schule, Berufsschule (Berufsfachschule, Fachschule/Fachoberschule, Berufliches Gymnasium), Hochschule/Universität, Forschungseinrichtung
- Personen/Multiplikatoren: Schulleiter, Lehrer, Pädagogen, Erzieher/Pädagogische Fachkraft/GTA, Schulsozialarbeiter, Ausbilder, KiTA-Leiter, Erzieher/Pädagogische Fachkraft/GTA, Freie Anbieter, Dozenten im Mittelbau, Hochschulverwaltung, Studierendeninitiativen, Professorenschaft, Studentenrat, Initiativenvorstand

- Gremien: Landesbildungsrat, Landeselternrat, Landeschülerrat, Landesausschuss für Berufsbildung, Haupt-, Jugend- und Auszubildendenvertretung, Berufsbildungsausschüsse der Kammern
- Vorbilder: Klimaschulen Sachsen (Zielgröße 50), UNESCO-Projektschulen, aha - anders handeln e.V., Schule in der Karl-Heine-Straße Leipzig, Eine Welt e.V. Leipzig, Akademie der Sächsischen Landesstiftung Natur und Umwelt, Centre for International Postgraduate Studies of Environmental Management (CIPSEM) an der TU Dresden, oikos, Tuuwi Dresden, NATUC, Zentrum für Nachhaltigkeitsbewertung und -politik (PRISMA) an der TU Dresden
- Netzwerk: Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft e.V., Servicestelle Ganztagsangebote Sachsen, Landesarbeitsstelle Schule – Jugendhilfe Sachsen e.V., Lehreraus-, -fort- und -weiterbildung, Institute for Integrated Management of Material Fluxes and of Resources (UNU-FLORES), Hochschuldidaktisches Zentrum Sachsen (HDS), HOCH-N, Netzwerk n e.V.

2.2.2 Zielgruppen außer-curricularen Lernens

- Institutionen: Verband, Verein, Umweltinstitution (mit Affinität zu Umweltbildung Kleinhüchelkotten 2002), Kunst- und Kultureinrichtung (mit Affinität zu kultureller Bildung/Kulturpolitik), anerkannte/nichtanerkannte (Dach-) Weiterbildungseinrichtung, staatliche/kommunale/freie Kultureinrichtung, soziokulturelles Zentrum, Einrichtung/Projekt im Bereich der Berufsorientierung und Weiterbildung, Offene Einrichtung der Jugendhilfe und der Familienbildung, Volkshochschule, Freier Träger der Erwachsenenbildung, Seniorenhilfeeinrichtung, Unternehmung, Museen
- Personen/Multiplikatoren: Leiter, Vorstand, Mitarbeiter, Mitglieder/Freundeskreis, Zuwendungsgeber, Mäzene/Stifter, Mitarbeiter, Sozialarbeiter, Mitglieder, Ehrenamtliche, Dozenten/Trainer, Freiberufler, Kreative/Künstler, Gruppenleiter, Unternehmer/Manager/Geschäftsführer, Konsumenten
- Vorbilder: Lokale Agenda 21 für Dresden e.V. – der Förderverein für nachhaltige Entwicklung, Entwicklungspolitisches Netzwerk Sachsen e.V. (ENS), Internationales Begegnungszentrum St. Marienthal (IBZ), Sukuma arts e.V., Eine Welt e.V. Leipzig, , aha - anders handeln e.V., Sächsische Landesstiftung Natur und Umwelt (LaNU), Netzwerk Umweltbildung Sachsen (NUS), barfuß e.V., Förderverein Auwaldstation und Schlosspark Lützschena e.V., solaris Jugend- und Umweltwerkstätten, 180 Ideen für Sachsen der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden (SKD), ANNALINDE, AGJF Sachsen e. V. (Arbeitsgemeinschaft Jugendfreizeitstätten Sachsen e. V.)
- Netzwerke: HERO SOCIETY, Fachstelle Globales Lernen in Sachsen bei arche noVa e.V., Sächsischer Volkshochschulverband, Sächsische Energieagentur - SAENA GmbH, Renn.mitte

2.2.3 Zielgruppen informellen Lernens

- Institutionen: Ehrenamt qualifizierende Vernetzungs- und Servicestelle, Bundesfreiwilligendienst qualifizierende Vernetzungs- und Servicestelle, Umweltinstitution, Ver-

band, Verein, Kommune, Bibliothek, Kunst- und Kultureinrichtung, Medieneinrichtung, Unternehmung, Einrichtung politischer Bildung, Freiwillige Feuerwehr, Kirche, Sportvereine, Heimat-/Kulturvereine

- Personen/Multiplikatoren: Leiter, Mitarbeiter, Dozenten/Trainer, Vorstand/Stifter, Mitglieder, (Ober-)Bürgermeister, Verwaltungsangestellte, Vorsitzender/Geschäftsführer/Mitarbeiter (kommunaler Beteiligungsgesellschaften), Mitglieder/Freundeskreis, Zuwendungsgeber, Programmdirektor/-leiter, Programmassistent, Technischer Leiter, (Freier-)Mitarbeiter, Unternehmer/Manager/Geschäftsführer, Konsument, Abgeordnete, Parteivorstand, Parteimitglied, Büroleiter, Büromitarbeiter, Arbeitsgruppenleiter, Ideengeber/Ehrenamtlicher
- Vorbilder: Internationales Begegnungszentrum St. Marienthal (IBZ), Fachstelle Globales Lernen in Sachsen bei arche noVa e.V., Eine Welt e.V. Leipzig, Sukuma arts e.V., HERO SOCIETY, fundamentale - Die junge Akademie
- Netzwerke: Lokale Agenda 21 für Dresden e.V. – der Förderverein für nachhaltige Entwicklung, Akademie der Sächsischen Landesstiftung Natur und Umwelt, Landeszentrale für politische Bildung

2.3 Wesentlichkeitsanalyse

Eine Wesentlichkeitsanalyse hilft, den Prozessstatus von Anspruchsgruppen sowie deren Beteiligungsintensität zu klären. Nachdem in einem ersten Schritt die relevanten Zielgruppen identifiziert sind, folgt *qua* qualitativ-empirischer Erhebung – etwa durch Befragung, Fokusgruppeninterviews, Teilnehmende Beobachtung – das Beschreiben und Analysieren ihrer jeweiligen Stärken und Schwächen. Hernach werden entsprechende Beteiligungsintensitäten und -formen anhand der Handlungsfelder ausgewählt (Muro et al. 2006, 23 ff.; Sailer; Sailer 2017). Damit lassen sich Handlungsfelder adressatengerecht zuschreiben und mit zugehörigen Anspruchsgruppen priorisieren (*stakeholder mapping*) (vgl. Freeman et al. 2010; Bläse); (Raiffeisen Bank International AG 2017, S. 28)).

Grafisch veranschaulichen lassen sich wesentliche Akteure/Anspruchsgruppen gemäß ihrer Bedeutung für bzw. Wirkung auf den internen BNE-Umsetzungsprozess (*whole-institution approach* von Ministerium/Regierung) (x-Achse) in Abhängigkeit von ihrem Einfluss auf bzw. Relevanz für externe BNE-Anspruchsgruppen (Vereine, Verbände, Unternehmen etc.) (y-Achse) (vgl. Berens 18.97.2019; McElroy 2011).

Empfohlen wird eine Wesentlichkeitsanalyse, um Fokusthemen in Verbindung mit Zielgruppen zuordnen und priorisieren zu können, beispielsweise den spezifischen Einfluss der LOHAS-Zielgruppe (Lifestyles of Health and Sustainability) – mit ihren angenommenen Fokusthemen/Handlungsfeldern *Nachhaltige Ernährung* und *Naturnaher Tourismus* – auf die BNE-Umsetzung in Sachsen (vgl. (Glöckner et al. 2010); Umweltbundesamt (UBA) 2014; Gellrich 2017; Scholl und Hage 2004).

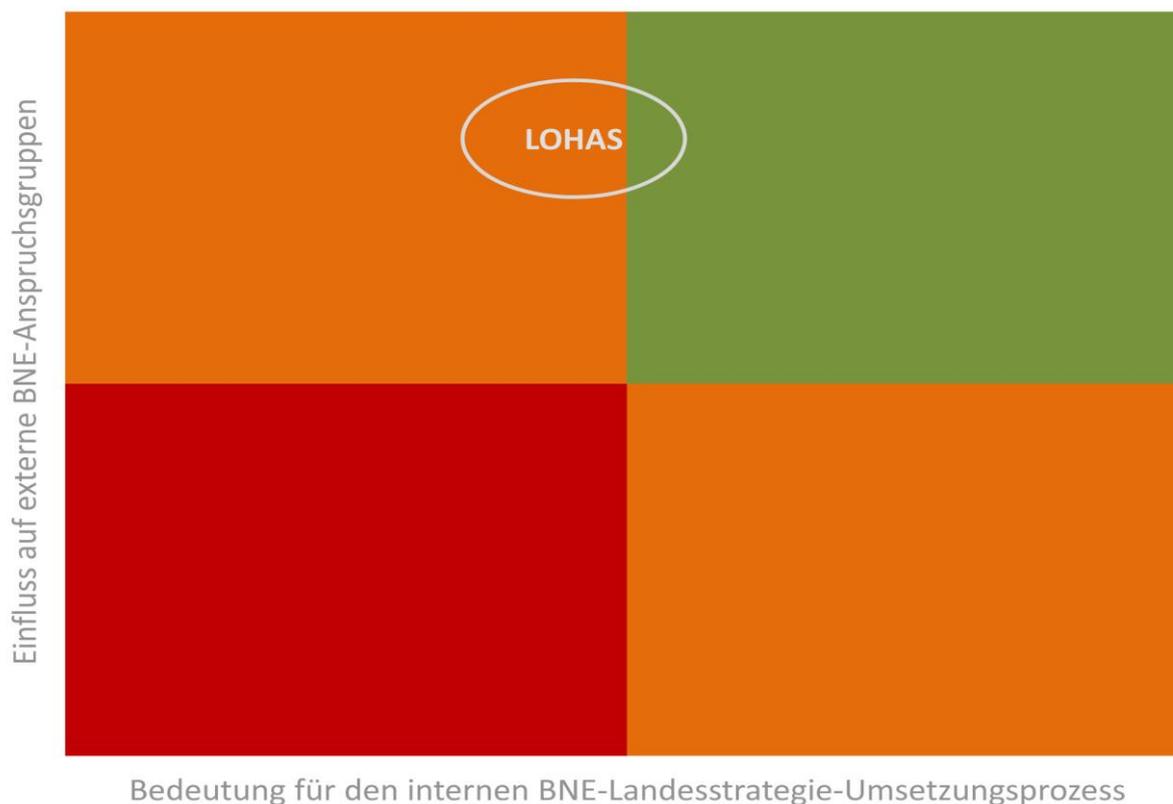


Abbildung 2: BNE-Wesentlichkeitsmatrix: Einfluss von LOHAS auf die BNE-Umsetzung (fiktives Beispiel)

Dadurch lassen sich sogenannte *Motivallianzen* (vgl. Kirchgeorg und Greven 2008) herausarbeiten und darstellen, und in einem nachfolgenden Schritt gezielt für strategische Kommunikations- und Planungsprozesse verfolgen.

Einer Wesentlichkeitsanalyse dienende Zielgruppensegmentierung lässt sich (beispielhaft in unterschiedlichen Ausprägungen) anhand folgender BNE-Landesstrategien nachvollziehen:

- Baden-Württemberg*: exemplarische Zuordnung anhand von Kategorien (Wirtschaft, Jugend, Kommune) (*segmenting*), förderpolitisch motivierte Zuschreibung für BNE-Prozess (*targeting*), exploratives Erarbeiten und Erproben von BNE-Bezügen (*positioning*) (vgl. Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg 2019; Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg 2014, S. 28–35);
- Nordrhein-Westfalen*: gesetzlich-mandatierte An-/Zueignung des Anspruchsgruppenstatus' (*segmenting*), Darstellung des globalen/hypothetischen Nutzens innerhalb der BNE-Struktur (*targeting*), kontextbezogen zu definierende und verantwortende Themenfelder mithilfe von Multiplikatoren/Promotoren (*positioning*) (vgl. Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen 2016, S. 65);
- Bayern*: klar definierte Selbstverortung als Anspruchsgruppe (*segmenting*), umrissene Geschäftsfelder mit BNE-bezogenem Mehrwert (*targeting*), konkret gefasste BNE-Handlungsfelder (*positioning*) (vgl. Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (StMUG) 2012, 31 ff.).

3 ENTWICKLUNG VON KOMMUNIKATIONSFORMATEN

Entwickelt und vorgestellt werden Kommunikationsformate bezogen auf identifizierte Zielgruppen. Dabei liegt das Augenmerk auf Personen/Multiplikatoren, also den Intermediären von BNE. Die Übersicht versteht sich als kreative, sorgfältig abgewogene Auswahl aus einem Katalog von prinzipiell denkbaren Kommunikationsformaten je Ziel-/Anspruchsgruppe. Die Frage der konkreten Mach- und Umsetzbarkeit ist nachrangig zu berücksichtigen, um ein entstehendes Portfolio möglichst offen und durchlässig zu halten.

3.1 Kommunikationsgrundsätze

Folgende Grundsätze sollten gelingenden BNE-Kommunikationsprozessen zugrunde liegen:

- 1) Die Ansprache erfolgt konkret, authentisch und adressatengerecht, das heißt, sie ist auf die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt;
- 2) Die Beziehungen zwischen allen beteiligten Anspruchsgruppen sind offen, transparent und symmetrisch, das heißt, sie gestalten sich auf Augenhöhe ohne institutionell oder kompetenzbedingte Statusgefälle;
- 3) Der Austausch ist glaubwürdig und vertrauensvoll, das heißt, er ist nachvollziehbar und frei von Widersprüchen;
- 4) Die Botschaften sind einladend, werbend und inspirierend, sind dabei aber nicht belehrend oder missionierend;
- 5) Die Interaktion ist dialogisch geprägt, das heißt, sie ist immer auf reziproken, zwei oder mehrseitigen Austausch angelegt;
- 6) Das Engagement ist nachhaltig, das heißt, es ist auf längere Dauer (bis 2030) angelegt.

3.2 Vorschläge

	Online	Soziale Medien	Audio	Video	Printmedien	Ausstellungen	Aktionen	Wettbewerbe	Kurse	Kunst	Podien	Lehre	Märkte	
Zielgruppen curricularen Lernens	Schulleiter	Best-Practice-Portal	geschlossene Chatgruppe			Vierteljahres-Readers-Digest/Infomappe	Wanderausstellung	Aktionstag		Workshopreihe		Schulleiterkonferenz, Führungskräftemeeting		
	Lehrer	Recherchedatenbank für Lehrplan, Qualifizierungs-Modul	Twitter für Schulen	Podcasts für Schulradio		Schülerzeitung			Modellschule	Bildungsmarkt		Ideenworkshop	Kollegiales Beratungsangebot	Markt der Möglichkeiten
	Pädagogen	Vernetzungsplattform, Qualifizierungs-Modul				Begleitbroschüre		Barcamp	Auszeichnung			Themenkonferenz/Weiterbildung	Curriculumsbeispiel	
	Erzieher/Pädagogische Fachkraft/GTA	Qualifizierungs-Modul				Leitfaden		Thementag, Projekte		Fortbildung	Kreativwerkstatt			
	Schulsozialarbeiter					Abreißimpulse		Barcamp				Brainstorming		
	Ausbilder	Ideenpool/Best-Practice-Portal				Begleitbroschüre				Train-the-Trainer-Workshops				
	KiTA-Leiter	Bausteine für Homepage-Gestaltung				Handbuch		Projekte	Modell-KiTA				World Café	
	Erzieher/Pädagogische Fachkraft/GTA	Qualifizierungs-Modul				Handbuch				Bildungsmärkte				
	Freie Anbieter	Newsletter				Leitfaden zur Konzeptentwicklung				Train-the-Trainer-Workshops				Messe für Angebote und Portfolio
	Dozenten	überfachliche Vernetzungsplattformen	Messenger für wissenschaftliche Aktivitäten		TED-Talk							Präsentationsplattform von/für Engagementprojekt	Toolkit zur Integration in unterschiedliche Lehrformate	
	Hochschulverwaltung	Strategieentwicklungsplattform							Hochschulwettbewerb					
	Studierendeninitiativen	Domains/Plattform			Clips		Präsentationsfläche			Planspiel	Plakat	Reallabor	Studienleistung/Checkheft	
	Professorenschaft	Qualifizierungs-Modul				Hochschulschrift				Kolleg		Konferenzpau-senthementisch	Service-Learning-Angebote	
Studentenrat	Strategie- und Vernetzungsplattform								Planspiel	Plakat				
Initiativenvorstand	Strategieentwicklungsplattform								Train-the-Trainer-Workshop				Pitch	

	Online	Soziale Medien	Audio	Video	Printmedien	Ausstellungen	Aktionen	Wettbewerbe	Kurse	Kunst	Podien	Lehre	Märkte	
Zielgruppen außer-curricularen Lernens	Leiter	Newsletter			Kalender						Runder Tisch/Forum		Pitch	
	Vorstand				Jahresschrift						Initiativreihe		Leuchtturmprojekt	
	Mitarbeiter						Thementag				Mund-zu-Mund-Propaganda		Eventmesse	
	Mitglieder/Freundeskreis	Newsletter			Flyer/Einleger	Wanderausstellung	Exkursion				Mitgliederversammlung			
	Zuwendungsgeber	Vorbilderbericht												
	Mäzene/Stifter	Datenbank		Imageclips								Mund-zu-Mund-Propaganda		moderierter Markt der Möglichkeiten
	Mitarbeiter								Training					
	Sozialarbeiter	Best-Practice- und Vernetzungsplattform							Barcamp	Training				
	Mitglieder							Aktionstag						
	Ehrenamtliche	Wiki								Training				
	Dozenten/Trainer	Wiki								Training				
	Freiberufler	Vernetzungsplattform	Toolkit, Facebookgruppe											Markt der Möglichkeiten
	Kreative/Künstler	Portal		Feature/Podcast	Sendeformat				Kreativwettbewerb		Fotowettbewerb	Non-Konferenzen		nicht-moderierte Austauschplattform/Hub
	Gruppenleiter	Strategieentwicklungsplattform				Begleitbroschüre							Themenreihe	Pitch
	Unternehmer/Manager/Geschäftsführer	Datenbank						Exkursion				Business Lunch, Führungskräftemeeting		Verbandstreffen
Konsument	branchenspezifisches Informationsportal			Teaser			Kampagne	Ideenwettbewerb						

	Online	Soziale Medien	Audio	Video	Printmedien	Ausstellungen	Aktionen	Wettbewerbe	Kurse	Kunst	Podien	Lehre	Märkte	
Zielgruppen informellen Lernens	Leiter	Newsletter	Collaboration-Tools		Handreichung						Runder Tisch/Forum		Pitch	
	Mitarbeiter	Qualifizierungs-Modul												
	Dozenten/Trainer	Vernetzungs-plattform												
	Vorstand/Stifter	Datenbank			Jahresschrift						Verbandstreffen Stifertreffen			
	Mitglieder	Newsletter	Twitter		Jahresschrift									
	(Ober-)Bürgermeister	Strategieent-wicklungsplatt-form			Clips/Botschaft		Thementag				Städte-/Gemeindetag		Leuchtturmpro- jekt	
	Verwaltungsangestellte					Begleitbroschü- re	Aktionstag				Versammlung			
	Vorsitzen- der/Geschäftsführer/Mitar- beiter	Vernetzungs- portal	Collaboration- Tools					Exkursion			Konferenz		Verbandstreffen	
	Mitglieder/Freundeskreis	Newsletter				Flyer/Einleger	Wanderausstel- lung	Exkursion				Mitgliederver- sammlung		
	Zuwendungsgeber	Datenbank				Tätigkeitsbericht		Aktionstag			Dankesveran- staltung			
	Programmdirektor/-leiter	Newsticker		Feature	TED-Talk					Train-the- Trainer- Workshop		Dienstberatung		
	Programmassistent	Newsticker	Twitter					Aktionstag		Training		Dienstberatung		
	Technischer Leiter	Best-Practice- Portal				Handbuch				Fortbildung		Fachforum		
	(Freier-)Mitarbeiter	Newsletter												
	Unterneh- mer/Manager/Geschäfts- führer	Datenbank				Fachjournal		Aktionstag				Beratungsstelle		
	Konsument	branchenspezi- fisches Informa- tionsportal			Teaser			Kampagne	Ideenwettbe- werb					
	Abgeordnete	Readers- Digest/Info- mappe	Twitter			Parlamentsde- pesche						Kamingespräch		Wählergespräch
	Parteivorstand									Coaching		Gremiensitzung		
	Parteimitglied	Newsletter	Twitter					Aktionstag	Ideenwettbe- werb von Vor- feldorganisatio- nen			Vorbildgeschich- schich- ten/Testimonials		
	Büroleiter	Newslet- ter/Kalender	Twitter											
Büromitarbeiter	Mund-zu-Mund- Propaganda						Aktionstag				Dienstberatung			
Arbeitsgruppenleiter	Arbeitsjournal				Begleitbroschü- re								Pitch	
Ideengeber/Ehrenamt- liche	Vernetzungs- plattform													

4 INITIIERUNG

Das Eintreten in BNE-Kommunikationsprozesse (Initiierung) mit relevant eingestuften Anspruchsgruppen sollte einem strukturiert-strategischen Ansatz entsprechen:

- 1) *Anspruchsgruppen-Kartierung*: Der Zielgruppenanalyse sollte eine Wesentlichkeitsanalyse auf Basis von Fokusgruppendialogen folgen, die es ermöglicht, Themen mit Anspruchsgruppen zusammenzuführen und zu priorisieren (*stakeholder mapping*);
- 2) *Anspruchsgruppen-Konsultationen*: Relevante Anspruchsgruppen sollten gezielt über vorgeschlagene Kommunikationsformate zur Beteiligung eingeladen/animiert werden; der Austausch kann über moderierte/prozessbegleitende Plattformen (online/offline) erfolgen (vgl. Rat für Nachhaltige Entwicklung 2018b, 31 ff.; Michelsen 2017, S. 49).

Vorbehaltlich der weiterführend zu identifizierenden Motive und Bedürfnisse dargestellter Ziel-/Anspruchsgruppen im BNE-Beteiligungsprozess (Wesentlichkeitsanalyse) folgen vorgeschlagene BNE-Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen im Wesentlichen dem Prinzip *partizipativ-aktivierend, statt passiv-rezipierend*. Das heißt, alle Formate sollten direkt oder indirekt zur (pro-)aktiven Teilhabe befähigen. Reine Informationsweiterleitungsformate sind nach Möglichkeit zu vermeiden, da notwendige Rückschlüsse zur (Selbst-)Wirksamkeit nicht oder allenfalls approximativ möglich sind. Ebensolche sind jedoch zwecks Monitoring von Zielerreichungs- zu Mitteleinsatz angezeigt (vgl. (Sächsisches Staatsministerium für Kultus (SMK) 2018, S. 20).

LITERATURVERZEICHNIS

- Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (StMUG) (Hg.) (2012): Bildung für nachhaltige Entwicklung in Bayern. Aktionsplan im Rahmen der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ 2005 – 2014 Fortschreibung 2012. Akteure, Wege, Perspektiven. München. Online verfügbar unter [https://www.bestellen.bayern.de/application/eshop_app000008?SID=753061922&ACTIONxSESSxSHOWPIC\(BILDxKEY:%27stmug_all_00007%27,BILDxCLASS:%27Artikel%27,BILDxTYPE:%27PDF%27\)](https://www.bestellen.bayern.de/application/eshop_app000008?SID=753061922&ACTIONxSESSxSHOWPIC(BILDxKEY:%27stmug_all_00007%27,BILDxCLASS:%27Artikel%27,BILDxTYPE:%27PDF%27)), zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Berens, Christian (18.09.2019): Die Wesentlichkeitsanalyse: Was sie beinhaltet und wie sie die CSR-Kommunikation unterstützt | NetFed Blog. NetFederation GmbH. Online verfügbar unter <https://www.net-federation.de/blog/blog-posts/idx/110/>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Bertelsmann Stiftung (Hg.) (2014): Nachhaltigkeitsstrategien erfolgreich entwickeln. Strategien für eine nachhaltige Zukunft in Deutschland, Europa und der Welt. Gütersloh. Online verfügbar unter https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Studie_Nachhaltigkeitsstrategien_erfolgreich_entwickeln-de_NW.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Birkelbach, Laura; Preglau, Daniel; Rammel, Christian (2019): BNE im Zeitalter der Digitalisierung. White Paper. Hg. v. Regional Centre of Expertise on Education for Sustainable Development (RCE Vienna). Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF). Wien.
- Bläse, Melchior: Stakeholderanalyse. Hg. v. Projektmanagement Manufaktur. Online verfügbar unter <http://projektmanagement-manufaktur.de/stakeholderanalyse>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Deutsche UNESCO-Kommission; Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2019a): Akteursübersicht | BNE - Bildung für nachhaltige Entwicklung. Sachsen. UNESCO-Weltaktionsprogramm: Bildung für nachhaltige Entwicklung. Bonn, Berlin. Online verfügbar unter https://www.bne-portal.de/de/akteure/karte/liste?search=&field_province_select_value=SN&ctype=&clevel=, zuletzt geprüft am 23.09.2019.
- Deutsche UNESCO-Kommission; Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hg.) (2019b): Gremien der deutschen Umsetzung | BNE - Bildung für nachhaltige Entwicklung. UNESCO-Weltaktionsprogramm: Bildung für nachhaltige Entwicklung. Online verfügbar unter <https://www.bne-portal.de/de/bundesweit/gremien#np>, zuletzt geprüft am 17.09.2019.
- Deutsche UNESCO-Kommission; Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hg.) (2019c): Partnernetzwerke | BNE - Bildung für nachhaltige Entwicklung. UNESCO-Weltaktionsprogramm: Bildung für nachhaltige Entwicklung. Online verfügbar

- unter <https://www.bne-portal.de/de/bundesweit/partnernetzwerke>, zuletzt geprüft am 12.09.2019.
- Deutsche UNESCO-Kommission; Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (Hg.) (2019d): Sachsen | BNE - Bildung für nachhaltige Entwicklung. UNESCO-Weltaktionsprogramm: Bildung für nachhaltige Entwicklung. Online verfügbar unter <https://www.bne-portal.de/de/bundesweit/bundesl%C3%A4nder/sachsen>, zuletzt geprüft am 12.09.2019.
- Freeman, R. Edward; Wicks, Andrew C.; Harrison, Jeffrey S. (2010): Stakeholder Theory: The State of the Art: Cambridge University Press.
- Gellrich, Angelika (2017): Soziale Milieus als Zielgruppen, milieuspezifische Erkenntnisse zu Klimawandel und Klimaschutz. Hg. v. Umweltbundesamt (UBA). Dessau. Online verfügbar unter http://k3-klimakongress.org/wp-content/uploads/2017/10/Gellrich_milieuspezifische-Ergebnisse_Klima_20170925.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Gerner, Martin (2013): Lead Agency. UNESCO's global leadership and co-ordination role for the United Nations Decade of Education for Sustainable Development: Peter Lang Publishing Group (Band 17).
- Glöckner, Alexandra; Balderjahn, Ingo; Peyer, Mathias (2010): Die LOHAS im Kontext der Sinus-Milieus. In: *Marketing Review St. Gallen* 27 (5), S. 36–41. DOI: 10.1007/s11621-010-0076-8.
- Kirchgeorg, Manfred; Greven, Gunther (2008): Motivallianzen als Treiber des nachhaltigen Konsums. In: *Marketing Review St. Gallen* 25 (4), S. 50–55. DOI: 10.1007/s11621-008-0064-4.
- Kleinhüchelkotten, Silke (2002): Zielgruppen für die Umweltbildung, 17.12.2002. Online verfügbar unter https://www.umweltbildung.de/uploads/tx_anubfne/zielgruppen_01.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- McElroy, Mark (2011): Are Materiality Matrices Really Material? Online verfügbar unter <https://sustainablebrands.com/read/new-metrics/are-materiality-matrices-really-material>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred (2015): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele. 12., überarb. u. aktualisierte Aufl. 2014. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Michelsen, Gerd (Hg.) (2017): Die deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Wegweiser für eine Politik der Nachhaltigkeit. Wiesbaden: Hessische Landeszentrale für politische Bildung (Forum hlz). Online verfügbar unter http://www.hlz.hessen.de/fileadmin/pdf/forum_hlz/Forum_04_Nachhaltigkeitsstrategie.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Michelsen, Gerd; Godemann, Jasmin (2007): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. 2. aktualisierte und überarb. Aufl. München: oekom verlag.

- Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.) (2016): Landesstrategie Bildung für nachhaltige Entwicklung – Zukunft Lernen NRW (2016–2020). Düsseldorf. Online verfügbar unter https://www.umwelt.nrw.de/fileadmin/redaktion/Broschueren/bne_landesstrategie_2016.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg (Hg.) (2014): Nachhaltigkeitsstrategie Baden-Württemberg. Stuttgart. Online verfügbar unter https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/fileadmin/Downloads/N-Service/publikationen/N-Strategie_Broschuere_web.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg (Hg.) (2019): Zielgruppen. Zielgruppe NI! Gemeinsam aktiv. Online verfügbar unter <https://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/informieren/zielgruppen.html>, zuletzt aktualisiert am 13.07.2016, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Muro, Melanie; Ober, Iris; Scheumann, Waltina (2006): Zielgruppenermittlung und Zielgruppenanalyse für die Öffentlichkeitsbeteiligung im Flussgebietsmanagement. Ein Leitfaden für die Praxis. TEXTE 28/2006. Hg. v. Umweltbundesamt (UBA). Dessau (28). Online verfügbar unter https://www.die-gdi.de/uploads/media/UBA_Texte_28-06.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.) (2018): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Aktualisierung 2018. Berlin. Online verfügbar unter <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975292/1559082/a9795692a667605f652981aa9b6cab51/deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-aktualisierung-2018-download-bpa-data.pdf?download=1>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Raiffeisen Bank International AG (Hg.) (2017): Nachhaltigkeitsbericht der RZB-Gruppe 2016. Unter Mitarbeit von Andrea Sihn-Weber, Ulrike Capelare, Tanja Daumann, Anita Lang und Ursula Mirth. Wien. Online verfügbar unter http://www.rbinternational.com/eBusiness/services/resources/media/826124957350877869-826099894069199559_873234752285199303-1247968136019235880-1-1-NA-5.pdf, zuletzt geprüft am 20.01.2018.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hg.) (2018a): Results of the Stakeholder Survey on German sustainable development strategy. The Survey has been conducted between October 17th and December 1st, 2017 for the international peer review 2018 by the RNE office. Berlin, Eschborn bei Frankfurt am Main. Online verfügbar unter https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/2017/12/20171218_Stakeholder_Survey_EN.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.
- Rat für Nachhaltige Entwicklung (Hg.) (2018b): Change – Opportunity – Urgency: The Benefit of Acting Sustainably. The 2018 Peer Review on the German Sustainability Strategy. Berlin, Eschborn bei Frankfurt am Main. Online verfügbar unter <https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-con->

tent/uploads/2018/05/2018_Peer_Review_of_German_Sustainability_Strategy_BITV.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Sächsisches Staatsministerium für Kultus (SMK) (Hg.) (2018): Sächsische Landesstrategie Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE). Dresden. Online verfügbar unter <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/32399/documents/49680>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Sailer, Ulrich: SAP Wesentlichkeitsanalyse 2015. Online verfügbar unter <http://go.sap.com/integrated-reports/2015/de/about/reporting/materiality.html>, zuletzt geprüft am 23.12.2016.

Sailer, Ulrich (2017): Nachhaltigkeitscontrolling. Was Controller und Manager über die Steuerung der Nachhaltigkeit wissen sollten. 2. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Scholl, Gerd; Hage, Maria (2004): Lebensstile, Lebensführung und Nachhaltigkeit. Berlin: IÖW (Schriftenreihe des IÖW, 176). Online verfügbar unter https://www.ioew.de/uploads/tx_ukioewdb/IOEW_SR_176_Lebensstile_Lebensfuehrung_und_Nachhaltigkeit.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Schröder, Axel (2019): Zielgruppenanalyse - Wer sind meine Kunden? Konkurrenzanalyse & Wettbewerbsanalyse. Online verfügbar unter <https://konkurrenzanalyse.net/zielgruppenanalyse-wer-sind-meine-kunden/>, zuletzt aktualisiert am 10.05.2019, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Staatsministerium für Kultus (SMK); EngagementGlobal (Hg.) (2019): Anbieter | Bildung für nachhaltige Entwicklung - Sachsen. Online verfügbar unter <https://bne-sachsen.de/anbietersuche>, zuletzt geprüft am 24.09.2019.

Tomei, Verónica; Böhnke, Robert (2018): Nachhaltigkeitsalmanach 2018: THESEN UND TATEN. TRANSFORMATION! Hg. v. Rat für Nachhaltige Entwicklung. Berlin, Eschborn bei Frankfurt am Main. Online verfügbar unter https://www.nachhaltigkeitsrat.de/wp-content/uploads/2018/10/Nachhaltigkeitsalmanach_2018.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Umweltbundesamt (UBA) (Hg.) (2014): Nachhaltiger Konsum im Netz – Zielgruppen und ihre Erwartungen an ein Orientierungsportal zum nachhaltigen Konsum. TEXTE 69/2014. Dessau (69). Online verfügbar unter https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_69_2014_nachhaltiger_konsum_im_netz_0.pdf, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

ANHANG

Online

Internetseite / Portale	https://www.bmbf.de/de/bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung-535.html , https://www.bne-portal.de/de/infothek/meldungen/bne-tagung-zur-aus-und-weiterbildung-von-lehrenden , https://www.globaleslernen.de/de
Blog	https://www.bildung.sachsen.de/blog/
Podcast	https://www.deutschlandfunkkultur.de/wortwechsel.1082.de.html
Diskussionsforen	http://www.biwina.de/
Newsletter	https://www.bne-portal.de/de/infothek/newsletter
Online-Kurse / Webinare	https://www.deutsches-klima-konsortium.de/de/bildung/klima-vorlesung-auf-deutsch/mooc-zum-klimawandel.html
App	https://urnature.de/
Onlinespiele	http://www.wir-ernten-was-wir-saeen.de/energiespiel
Internetportale als Sammelstelle mit Informationen und Material	https://bne-sachsen.de/ ; Taten für morgen
Dialog-Plattformen	https://www.rlp2030.de/
Kontaktnetzwerke	https://www.dihk.de/biologischesvielfalt/netzwerk
Aufbau von Mediatheken	https://filmsfortheearth.org/de ;

Soziale Medien

Facebook	https://www.facebook.com/bneseite/
Twitter	
Instagram	https://www.instagram.com/explore/tags/bildung%C3%BCrnachhaltigeentwicklung/
Xing,	https://www.xing.com/communities/groups/bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung-in-muenchen-c262-1091605/posts
LinkedIn	https://www.linkedin.com/feed/hashtag/nachhaltig/
Youtuber/Youtubkanäle	https://www.youtube.com/channel/UCyHDQ5C6z1NDmJ4g6SerW8g
TicTok	
Reddit	https://www.reddit.com/r/NachhaltigerLeben/
Snapchat, Whatsapp, Messenger	https://www.bmu.de/service/benutzerhinweise/broadcast/

Video

Videos und Dokumentationen	Hannes Jaenicke Terra X
Kurzfilme	https://sukuma-award.de/
Erklärvideos	https://www.youtube.com/channel/UCYUZr-O3UdDdm_mF4XA_TbA
wissenschaftliche Filme	https://www.youtube.com/watch?v=Az-Fr8DkhMQ&list=PLDp3cx9YDnIz0sMVUI2DQdv8l_CedGnc&index=18&t=0s
Veranstaltungsmitschnitte	https://www.youtube.com/watch?v=0r39TopOe4I&t=21s
Satire	https://www.youtube.com/watch?v=uxlk09Z3usg

Audio

Interviews	https://www.forumue.de/post-2015-news-cathrin-kenck-erklaert-die-sdgs-im-interview-mit-radiog/
Radiobeiträge	http://www.2016.radiot-chemnitz.de/
Podcasts	https://www.podcast.de/podcast/647933/

Printmedien

Zeitschriften	VCD; Aktionsgemeinschaft Solidarische Welt e.V.
Schriftenreihen	Jahresschrift der Carlowitz Gesellschaft
Dossiers	https://skew.engagement-global.de/kooperationen/agenda-2030-vor-ort.html
Rundbriefe	World University Service (WUS)
Berichte	Regenwaldreport
Newsletter	https://www.slpb.de/
Regelmäßige Artikel/Kolumnen	https://www.dm.de/alverde
Veranstaltungsflyer	VHS Chemnitz
Zeitungsartikel	Die Zeit , GEO
Lehrmaterial	https://www.bne-portal.de/de/lehmaterialien
Werbematerial, Postkarten, Plakate	
Bücher	https://www.oekom.de/

Ausstellungen

Wanderausstellung	https://www.lanu.de/de/Bilden/BNE/landesausstellung-bne.html
Fotoausstellung	https://www.dasfotoportal.de/index.php?page=fotoausstellungen
Modenschau	https://www.fairtragen.de/news_detail.php?products_id=67866
Kunstaussstellungen	https://www.kuenste-bilden-umwelten.de/nachlesen/kuenste-und-nachhaltige-entwicklung.html
Tier-/Pflanzenschau	Zoos, Tierparks, botanische Gärten

Aktionen

Pflanzaktionen	https://www.plant-for-the-planet.org/de/startseite ; Sachsenforst
Aktionstage Nachhaltigkeit	Geo-Tag der Artenvielfalt ; https://www.nachhaltigkeitsrat.de/projekte/deutsche-aktionstage-nachhaltigkeit/
Aktionswochen	Woche der Mobilität , https://www.kosa21.de/aktionswochen/lange-woche-nachhaltigkeit/lwn-meldungen-hm
Leuchtturmprojekte	Rat für nachhaltige Entwicklung
SDG-Speed-Dating	Rat für nachhaltige Entwicklung
Gemeinsames Müllsammeln	BUND
Projektstage von externen Anbietern	mobiles Bildungsteam, Lehrpfade
Projektstunden	
Planspiele	https://www.umweltbildung.de/182.html
Unterricht außerhalb der Schule	Lernbauernhof www.baglob.de , Waldexkursion mit Forstamt Gröna
Camps, Studienfahrten	https://kidscamp.jimdo.com/auszeichnungen/un-dekadeprojekt/
Lernmobile	http://www.aktion-klima-mobil.de/
Reallabore	cradle to cradle C2C Lab, Schulgarten
Patenschaften	für Blühflächen, Bienen, Ziegen, Bäume, Naturhof Chemnitz, Bienenpatenschaften https://bienen.open-academy.com/
Demonstrationen	Fridays for Future

Wettbewerbe

Fotowettbewerb
Ideenwettbewerb

Kurse

Reparaturkurse	https://www.general-anzeiger-bonn.de/bonn/beuel/adfc-eroeffnet-neue-werkstatt-in-beuel_aid-43794525
Nähkurse	
Upcycling Kurse	https://fablabchemnitz.de/
Gemeinschaftsgärten	http://www.bunteerde.de/
Reparaturwerkstätten	https://repaircafe.org/de/Reparaturcafe-Stadthalten e.V. Chemnitz, Radwerkstatt

Kunst

Poetry slam	https://17ziele.de/artikel/detail/17-ziele-poetry-slam.html
Theaterstücke	Carlowitz Gesellschaft „Gericht der Götter“
Preisverleihungen für Vorbilder	https://www.nachhaltigkeitspreis.de/ , Hans Carl von Carlowitz Nachhaltigkeitspreis, B.A.U.M.-Umweltpreis
Konzerte	
Auszeichnungen	https://www.bundespreis-ecodesign.de/
Wettbewerbe	https://www.renn-netzwerk.de/news/detail/news/zukunft-hat-viele-gesichter-40-projekte-aus-ganz-deutschland-mit-projekt-nachhaltigkeit-2019-ausg/
Best-Practice-Verzeichnisse	Unternehmen Biologische Vielfalt 2020 (UBi 2020)

Podien

Diskussionen	
Podiumsdiskussion	
World-Café/Roundtable-Sessions	
Workshops	https://www.dsj.de/news/artikel/workshop-bildung-fuer-nachhaltige-entwicklung-bne-im-sport/
Vorträge	Carlowitz -Gesellschaft
Stammtische/Netzwerktreffen	http://www.saena.de/ https://www.nachhaltig-zusammen-leben.jetzt/erster-nachhaltiger-stammtisch/
Kongresse	https://veranstaltungen.tagesspiegel.de/events/future-sustainability-congress/event-summary-015b53b3953049b28c9c501cfdad35af.aspx?5S,M3,015b53b3-9530-49b2-8c9c-501cfdad35af=&gclid=EA1aIQobChMI9ZbMvLS35QIVe4uyCh3a_QNTEAAYASAAEglbzPD_BwE
Konferenzen	http://carlowitz-gesellschaft.de/
Seminar	https://www.tuev-nord.de/de/weiterbildung/seminare/nachhaltigkeitsmanagement-und-corporate-social-responsibility-csr-a/
Tagungen	https://www.bne-portal.de/de/infotehk/meldungen/bne-tagung-zur-aus-und-weiterbildung-von-lehrenden
Exkursion	Geotag der Artenvielfalt deutschlandweit, z.B. Umweltzentrum Chemnitz
Wanderungen / Spaziergänge	https://www.fruehlingsspaziergang.sachsen.de/
Radtouren	ADFC
Geocaching	https://www.geocaching.com/geocache/GC70YQ6_nachhaltige-geoheimnisse-nachhaltiger-konsum
Klimafrühstück/Faires Frühstück	https://www.kate-berlin.de/klimafruehstueck-de.html
Buchlesungen	Volkshochschule Chemnitz
Road-Show	
Messen	https://www.maker-faire-sachsen.de/
Projektbörsen für Bildungsangebote	ZAK- https://www.zukunftsakademie-leipzig.de/
Informationsstände/ Informationsaktionen	Umweltzentrum Chemnitz
Kinderstadt	http://www.kinderstadt-chemnitz.de/ , UNESCO

Lehre

Schulungsangebote	VHS, Umwelbibliothek Chemnitz, Ausbildung/Weiterbildung von Multiplikatoren (LaNU)
Studiengänge an Hochschulen	https://www.institute.hs-mittweida.de/webs/sustainability-2020.html
Bildungsmärkte	Bildungsmarkt Chemnitz
Kinderuni	https://www.tu-chemnitz.de/tu/kinderuni/willkommen.php
Seniorenuni	https://www.tu-chemnitz.de/seniorenkolleg/

Märkte

Weltläden, Bioläden, Hofläden, Zero Waste,	https://www.einfach-unverpackt.de/
Gastronomie	https://www.greentable.de/das-nachhaltige-restaurant/
Aktionen des Handels	Sammelbilder REWE + WWF, Faire Mode
Umsonst-Läden	Tante Ula Chemnitz
Kreativmärkte	
Tauschforen	Kleiderkreisel
Secondhandmärkte, Flohmärkte	