

# Leitfaden für die Bewerbung um das Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“

## Inhaltsübersicht

A.	Das Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“.....	2
B.	Der Prozess „Marketing für die Umweltbildung“.....	5
C.	Der Leitfaden zur Antragstellung.....	7
	C1 Leitbild .....	8
	C2 Pädagogisches Konzept.....	9
	C3 Dimensionen der Nachhaltigkeit.....	10
	C4 Schlüsselkompetenzen .....	12
	C5 Partizipative Methoden.....	13
	C6 Sinus-Milieus .....	14
	C7 Voraussetzungen für die Verlängerung.....	15

## **A. Das Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“**

Wer das Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“ trägt, weist damit nach, dass er mit seinem Umweltbildungsangebot Kriterien der Bildung für nachhaltige Entwicklung in den Bereichen Personalausstattung, Bildungsangebot, Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung einhält.

### **Das Qualitätssiegel als Chance**

Die Gemeinschaft der ausgezeichneten Partner setzt sich im eigenen Interesse dafür ein, das Qualitätssiegel bekannter zu machen. Denn nur wenn das Qualitätssiegel einer großen Öffentlichkeit bekannt ist, dient es als Unterscheidungsmerkmal zu Anbietern, die das Siegel nicht tragen. Nur dann wird es zum Erkennungszeichen für qualitativ hochwertige Umweltbildung, die Menschen in die Lage versetzt, Entscheidungen für die Zukunft zu treffen und dabei abzuschätzen, wie sich das eigene Handeln auf künftige Generationen oder das Leben in anderen Weltregionen auswirkt.

Die Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel soll auch eine Entwicklungschance bieten. Daher sind die Kriterien für die Verlängerung der Auszeichnung schärfer als für die Erstauszeichnung. Drei Jahre haben die Partner Zeit, sich an den strengeren Kriterien der Verlängerung auszurichten. Die Vernetzung der ausgezeichneten Partner sowie die speziell für die Umweltbildungs-Akteure ausgearbeiteten Qualifizierungsangebote erleichtern die Antragstellung.

### **Die Qualitätskriterien**

#### **Personalausstattung:**

Kompetentes Personal ist die Grundlage für gute Bildungsarbeit. Daher verlangen die Kriterien für Einrichtungen und Selbständige nicht nur eine geeignete Ausbildung sondern auch regelmäßige Fortbildungen.

#### **Bildungsangebot:**

Das Bildungsangebot ist das A und O: Es ist die Kernkompetenz der Partner, die sie von konkurrierenden Angeboten abhebt. Zugleich ist es das Aushängeschild sowohl für Einrichtungen und Selbständige selbst als auch für das gesamte Netzwerk der ausgezeichneten Partner. Daher befasst sich ein Großteil der Kriterien mit dem Bildungsangebot. Ziel ist es, mehr Menschen für BNE und einen nachhaltigen Lebensstil zu gewinnen.

#### **Öffentlichkeitsarbeit:**

Zur Kommunikation der Bildungsangebote und des Qualitätssiegels „Umweltbildung.Bayern“ dient die Öffentlichkeitsarbeit. Der Schlüssel dazu ist die Information der Öffentlichkeit auf verschiedenen Wegen. Beim Verlängerungsantrag wird daher auf die-

sen Punkt sowie auf die Kommunikation des Qualitätssiegels ein weiterer Schwerpunkt gelegt.

## **Vernetzung**

Für wirksame Bildungsarbeit, die verschiedenste Themen aufgreift und viele Personen anspricht, ist es essentiell, mit kompetenten Partnern zusammen zu arbeiten. Die Vernetzung in der Region führt im optimalen Fall zu Bildungslandschaften, in denen verschiedenen Akteure auf das gleiche Ziel hinarbeiten: Menschen in die Lage zu versetzen, Entscheidungen für die Zukunft zu treffen und dabei abzuschätzen, wie sich das eigene Handeln auf künftige Generationen oder das Leben in anderen Weltregionen auswirkt.

## **Statistikbogen**

BNE und Umweltbildung finden fraktionsübergreifend im Landtag Unterstützung. In der Vergangenheit wurden die Mittel für diese Bildungsarbeit immer wieder aufgestockt und auch in Zeiten knapper Kassen nicht gekürzt. Die wirksamste Art, wie die Akteure nachweisen können, dass die Mittel sinnvoll und effektiv eingesetzt werden, ist Angabe der Anzahl von Personen, die an Umweltbildungsveranstaltungen und -projekten teilnehmen – unabhängig davon, ob die Aktionen gefördert wurden oder nicht. Daher benötigt das StMUG die statistischen Daten zu Beginn jeden Jahres für das vorangegangene Jahr. Die jährliche Abgabe eines Statistikbogens ist daher verpflichtend für alle Ausgezeichneten – unabhängig von einer Förderung. Diese Daten bilden die Grundlage für die weitere Unterstützung durch Landtag und Staatsregierung.

## **Folgende in der Umweltbildung tätige Gruppen können Anträge stellen:**

- Einrichtungen
- Netzwerke und
- selbständig Tätige.

## **Das Verfahren**

Nach Prüfung des Antrages durch das Steuerungsteam, das Kernteam Marketing, vergibt das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit die Auszeichnung.

Im Kernteam Marketing sind folgende Institutionen vertreten:

- Bayerisches Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit (Federführung)
- Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten / Bayerische Forstverwaltung
- Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung, Landesverband Bayern e.V.
- Bund Naturschutz in Bayern e.V.
- Landesbund für Vogelschutz in Bayern e.V.
- Plankstettener Kreis

Mit der Auszeichnung verpflichtet sich der/die Ausgezeichnete, zu den gemeinsamen Zielen des Marketingprozesses beizutragen. Das bayerische Umweltministerium vergibt die Auszeichnung für drei Jahre beim Erst- und Verlängerungsantrag.

## **B. Der Prozess „Marketing für die Umweltbildung“**

### **Ziele des Marketingprozesses**

Der Marketingprozess ist darauf ausgerichtet, die Bekanntheit und die Qualität der Umweltbildung in Bayern zu erhöhen. Dazu sollen alle ausgezeichneten Partner:

- die Bekanntheit der jeweiligen Einrichtung, des jeweiligen Netzwerks, des/der jeweiligen Selbständigen erhöhen und ihr Image auf der Grundlage der vereinbarten Mission kommunizieren
- die Qualität der Angebote verbessern und die Produkte weiterentwickeln
- gesellschafts-politisch präsent und verankert sein sowie
- finanziell abgesichert und am Markt fest positioniert sein.

### **Strategien**

Um die vereinbarten Ziele zu erreichen, werden

- die Angebote der Umweltbildung an Milieus ausgerichtet (Menschen begeistern)
- attraktive Geschäftsfelder entwickelt (Unternehmen und Kommunen gewinnen)
- Kooperationen und Vernetzungen aufgebaut (Potentiale nach Innen und Außen nutzen)
- lebensnahe Kommunikationswege gewählt (Emotion vor Ratio).

### **Beitrag der ausgezeichneten Partner**

Mit der Auszeichnung „Umweltbildung.Bayern“ dokumentieren die Partner, dass sie den Marketingprozess mittragen und aktiv mit gestalten. Sie leisten ihren individuellen Beitrag, um die gemeinsamen Ziele mit den vereinbarten Strategien zu erreichen.

### **Unsere Mission**

Unsere Arbeit ist von der Wertschätzung gegenüber Mensch und Natur getragen. In diesem Sinne verpflichten wir uns zu einer eindeutigen, transparent dargestellten Werthaltung.

Der zentrale gesellschaftliche Nutzen liegt in der Vermittlung und Stärkung von Kompetenzen im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Auf der Grundlage eines ganzheitlichen Ansatzes bietet jede Umweltbildungseinrichtung modulare Angebote. Deren Bandbreite reicht von kostengünstigen Standard- zu hochpreisigen Individualangeboten.

Wir stellen uns selbstbewusst mit hoher Professionalität und dokumentierter Qualität den Anforderungen des Marktes.

Alle Umweltbildungseinrichtungen in Bayern profitieren von der Spezialisierung jeder einzelnen Einrichtung.

Durch interne und externe Vernetzung nützen wir die Chancen für Innovation, neue Partnerschaften, Effizienz sowie Wissens- und Erfahrungszuwachs.

Wir begeistern Menschen mit Angeboten, die Freude und Genuss bieten und Lust und Mut machen zur Gestaltung unserer Zukunft.

Um unsere Ziele zu erreichen, nutzen wir die Instrumente des Marketing:

- Marktanalyse,
- Kundenorientierung,
- klare Zielsetzung und
- Positionierung.

## **C. Der Leitfaden zur Antragstellung**

Der Leitfaden dient zur Orientierung und Hilfestellung bei der Bewerbung um das Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“. Die angesprochenen Inhalte sind im Antragsformular gekennzeichnet.

### **Gliederungspunkte:**

- C1 Leitbild
- C2 Pädagogisches Konzept
- C3 Dimensionen der Nachhaltigkeit
- C4 Schlüsselkompetenzen
- C5 Partizipative Methoden
- C6 Sinus-Milieus
- C7 Voraussetzungen für die Verlängerung der Auszeichnung

## 1 Leitbild

### (Antrag Punkt 3.1.1)

Ein Leitbild ist eine langfristige, nicht auf das Tagesgeschäft bezogene Zielvorgabe einer Organisation/Einrichtung. Sie sollte

- Ziele zur Orientierung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für Externe vorgeben,
- die grundlegende Ausrichtung und Orientierung („Kurs“) der Organisation/der Einrichtung darstellen,
- Werte enthalten, die für die Arbeit der Organisation/der Einrichtung wesentlich sind.

Das Leitbild sollte gemeinsam mit den Mitarbeiter(innen) unter Einbeziehen des Leitbildes für nachhaltige Entwicklung und ggf. unter Einbeziehen auf das Leitbild der Dachorganisation speziell für den Antragsteller (Einrichtung, Netzwerk, Selbständige) entwickelt werden. Das Leitbild dient der Umsetzung und der Kommunikation nach innen und außen.

1. Inhalt des Leitbildes	Leitfragen
Identität und Zweck der Einrichtung	Wer sind Sie? Was wollen Sie? Was ist Ihr Auftrag mit welchem gesellschaftlichen Nutzen?
Profil	Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?
Ziel der pädagogischen Arbeit mit BNE-Bezug	Was ist Ihnen in Ihrer pädagogischen Arbeit wichtig? Welche Bezüge zur BNE stellen Sie in Ihrer pädagogischen Arbeit her?
Werte im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung	Welche Werte sollen sich in Ihrer Arbeit widerspiegeln? Welche Werte bestimmen den Umgang mit anderen Bildungspartnern, Kooperationspartnern, den Kunden und im Kollegium?
Aussagen zur Zielgruppe bzw. Sinus-Milieus	Wer sind Ihre Zielgruppen? Welche Sinus-Milieus sprechen Sie an? Welche Erwartungen haben Sie an Ihr Angebot bzw. an Ihre Einrichtung/Ihr Tätigkeitsfeld?
Aussagen zur Zusammenarbeit mit Partnern	Welche Partner sind für Ihre Arbeit wichtig? Warum ist die Zusammenarbeit mit Partnern für Sie wichtig?

2. Erarbeitung und Umsetzung	Leitfragen
Erarbeitung des Leitbildes von Führungskräften und Mitarbeitern(innen)	Von wem wurde das Leitbild entwickelt und formuliert? Wie wurden die Mitarbeiter(innen) mit einbezogen?
Umsetzung des Leitbildes in die Arbeit der Einrichtung, des Netzwerkes, des Selbständigen	Wie wird das Leitbild umgesetzt? Welche Bedeutung hat das Leitbild für Ihr eigenes Handeln?
Kommunikation an alle Mitwirkenden (Mitarbeiter, Freiwilligendienstler, Honorarkräfte, Ehrenamtliche) in der Einrichtung, im Netzwerk oder von Selbständigen	Welche Kommunikationswege gibt es innerhalb des Teams in Bezug auf das Leitbild? Wie wird die Kommunikation sichergestellt?
Alle Mitwirkenden stehen hinter dem Leitbild.	Wie stellen Sie sicher, dass alle Mitwirkenden hinter Ihrem Leitbild stehen?

**Die grundsätzlichen Anforderungen an Leitbilder sind:**

- Allgemeingültigkeit: Das Leitbild gilt für die Gesamtorganisation/Gesamteinrichtung.
- Das Leitbild konzentriert sich auf das Wesentliche.
- Das Leitbild ist langfristig angelegt.
- Das Leitbild benennt offen die Ziele der Organisation/Einrichtung und formuliert diese klar und verständlich.
- Das Leitbild deckt die Handlungsfelder der Organisation/Einrichtung (Mitarbeiter/innen, Kunden, Angebote, etc.) ab.
- Das Leitbild soll realisierbar und in sich konsistent sein.

**2 Pädagogisches Konzept**

**(Antrag Punkt 3.1.2)**

Das pädagogische Konzept stellt die pädagogische Grundorientierung einer Organisation/Einrichtung dar, mit der sie dem Bildungsauftrag nachkommen möchte. Es beantwortet die Frage was, wem, wie, womit, warum und in welcher Zeit vermittelt werden soll:

Bereich	Inhalt
Was	Inhalte und Kompetenzen aus den Bereichen Wissen, Können, Verstehen, Beurteilen, Werteerziehung, Handlungsmöglichkeiten erkennen
Wem	Zielgruppe: präzise Angabe der Zielgruppe/n, Größe und Art der Gruppe/n, ggf. Besonderheiten
Wie	Methodenwahl: Vortrag, Spiel, Philosophieren, Erkundung
Womit	Lehr- und Lernmaterialien: Arbeitsblätter, Medien, Exkursionen, Modelle, Anschauungsobjekte
In welcher Zeit	Angabe des Zeitraumes, der Zeitintervalle der Durchführung
warum	Lernziele

Ein gutes Konzept begründet auch das jeweilige Vorgehen. Es verdeutlicht nachvollziehbar, warum welche Inhalte mit welchen Methoden bestimmte Kompetenzen fördert. Ein pädagogisches Konzept zeigt auf, dass die eigene Bildungsarbeit reflektiert wird.

Für die Auszeichnung muss das pädagogische Konzept die hier aufgeführten Elemente sowie erkennbare Bezüge zu BNE enthalten.

### 3 Dimensionen der Nachhaltigkeit

#### (Antrag Punkt 3.2)

Nachhaltigkeit hat sich zu einem Leitbild für das 21. Jahrhundert entwickelt. Der Kerngedanke der Nachhaltigkeit ist, dass zukünftige Generationen dieselben Chancen auf ein erfülltes Leben haben sollen wie wir. Gleichzeitig müssen Chancen für alle Menschen auf der Erde fairer verteilt werden. Nachhaltige Entwicklung verbindet wirtschaftlichen Fortschritt mit sozialer Gerechtigkeit und dem Schutz der natürlichen Umwelt (nach DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION E.V.).

Es werden vier Dimensionen der Nachhaltigkeit betrachtet:

- Ökologie
- Ökonomie
- Soziales
- Kultur

Die Dimensionen sind oft nicht scharf voneinander trennbar, d.h. sie können je nach Kontext dem einen oder anderen Bereich zugeordnet werden (z.B. Fairer Handel oder Lebensstile).

Nach STOLTENBERG und MICHELSEN (1999) werden den Dimensionen u.a. nachfolgende Unterpunkte und Themen zugeordnet:

Ökologisch	Ökonomisch
<ul style="list-style-type: none"> <li>• sparsamer Umgang mit Ressourcen</li> <li>• Zeitmaße der Natur (Regenerationsfähigkeit; Eigenzeit)</li> <li>• Biodiversität</li> <li>• Naturschutz</li> <li>• ökologische Kreislauf-Systeme</li> <li>• regenerative Energie</li> <li>• Vorsorgeprinzip</li> <li>• Vermeidung der Belastung des Ökosystems (Reduzierung von Schadstoffeinträgen)</li> <li>• Emissionen, Abfall</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• vorsorgendes Wirtschaften</li> <li>• Kreislaufwirtschaft</li> <li>• Stoffstrom-Management</li> <li>• Umweltmanagementsystem</li> <li>• umweltverträgliche, innovative Technologien</li> <li>• Eco-Design</li> <li>• ökologische und soziale Wahrheit der Preise</li> <li>• Verursacherprinzip</li> <li>• regionale und lokale Vermarktungsnetze</li> <li>• Fairer Handel</li> <li>• Schuldenfrage</li> </ul>
Sozial	Kultur (global)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förderung der menschlichen Gesundheit</li> <li>• gleiche Ansprüche auf die Nutzung natürlicher Ressourcen</li> <li>• gleiche Rechte auf Entwicklung</li> <li>• innergesellschaftliche Gerechtigkeit, Menschenrechte</li> <li>• Berücksichtigung der Lebensinteressen zukünftiger Generationen</li> <li>• Demokratisierung</li> <li>• Partizipation aller Bevölkerungsgruppen in allen Lebensbereichen, Netzwerke</li> <li>• Lebensunterhalt durch Arbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ethische Vergewisserung</li> <li>• umweltgerechte Lebensstile</li> <li>• ganzheitliche Naturwahrnehmung</li> <li>• lokale und kulturelle Vielfalt der Wege zu einer nachhaltigen Entwicklung</li> <li>• traditionelles Wissen</li> <li>• Umgang mit Zeit</li> <li>• Kultur des Umgangs mit den Dingen</li> <li>• Konsumentenbewusstsein</li> <li>• lokale Öffentlichkeit</li> <li>• internationaler Austausch</li> </ul>

Für die erfolgreiche Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern ist es wichtig, dass **mindestens zwei (bei Erstantrag) bzw. drei (bei Verlängerungsantrag) Dimensionen in die Arbeit verbindend** einfließen und klar erkennbar sind. Es reicht nicht aus, dass bspw. Gruppenarbeit als soziale Dimension verstanden wird (siehe Stichworte in o.g. Tabelle).

#### 4 Schlüsselkompetenzen

Der Begriff „Kompetenzen“ umfasst Wissen, Fertigkeiten, Einstellungen und Wertvorstellungen (nach OECD 2003).

Schlüsselkompetenzen zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

1. Menschen können Medien, Hilfsmittel oder Werkzeuge wie z.B. Informationstechnologien oder die Sprache wirksam einsetzen. Sie können diese Hilfsmittel oder Werkzeuge („Tools“) für ihre eigenen Zwecke anpassen.
2. Menschen können mit Menschen aus verschiedenen Kulturen umgehen und innerhalb sozial heterogener Gruppen interagieren.
3. Menschen können Verantwortung für ihre Lebensgestaltung übernehmen, ihr Leben im größeren Kontext sehen und entsprechend handeln.

Diese drei Kategorien, jede mit einer spezifischen Blickrichtung, greifen ineinander. Sie bilden zusammen eine Grundlage für die Bestimmung und die Verortung von Schlüsselkompetenzen. Die Notwendigkeit des reflexiven Denkens und Handelns stellt ein zentrales Element dieses konzeptuellen Referenzrahmens dar. Reflexivität beinhaltet nicht nur die Fähigkeit, im Umgang mit einer bestimmten Situation routinemäßig nach einer Formel oder Methode zu verfahren, sondern auch mit Veränderungen umzugehen, aus Erfahrungen zu lernen und kritisch zu denken und zu handeln.

Folgende Teilkompetenzen der Gestaltungskompetenz sind definiert (DE HAAN / HARENBERG 1999):

<b>Kompetenz</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Weltoffen und neuen Perspektiven integrierend Wissen aufbauen</li> <li>2. Vorausschauend denken und handeln</li> <li>3. Interdisziplinär Erkenntnisse gewinnen und handeln</li> <li>4. Gemeinsam mit anderen planen und handeln können</li> <li>5. An Entscheidungsprozessen partizipieren können</li> <li>6. Andere motivieren können, aktiv zu werden</li> <li>7. Die eigenen Leitbilder und die der anderen reflektieren können</li> <li>8. Selbständig planen und handeln können</li> </ol>

- |   |
|---|
| <p>9. Empathie und Solidarität für Benachteiligte, Arme, Schwache und Unterdrückte zeigen können</p> <p>10. Sich motivieren können, aktiv zu werden</p> |
|---|

Für die erfolgreiche Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“ sollen **mindestens drei Schlüsselkompetenzen** im Rahmen der Arbeit/des Projektes dargestellt werden.

## 5 Partizipative Methoden

### (Antrag Punkt 3.6)

Partizipative Methoden sind konkrete Umsetzungswege, wie Inhalte vermittelt werden. „Partizipation“ bedeutet die Beteiligung der Lernenden/Teilnehmenden an den sie betreffenden Angelegenheiten (Ereignissen, Entscheidungsprozesse).

Im Bereich der Partizipation von Kindern und Jugendlichen sowie Erwachsenen sind in den letzten Jahren viele unterschiedliche Ansätze/Methoden entwickelt und umgesetzt worden. Allen Ansätzen bzw. Methoden ist gemein, dass sich die beteiligten Menschen

- gemeinsam verständigen,
- zusammen nachdenken,
- gemeinsam Ziele entwickeln und diskutieren,
- zusammen Handlungsstrategien entwickeln.

Es werden Sozialkompetenzen im Umgang miteinander, Teamfähigkeit und eigenes Lernengagement gefordert. Eine Überprüfung des Gelernten findet in der Regel durch die Veröffentlichung der Ergebnisse von Arbeitsgruppen oder Individuen an die gesamte Lerngruppe oder durch die individuelle Reflektion des Gelernten statt.

#### Auswahl an partizipativen Methoden:

1) Für Erwachsene	2) Für Kinder und Jugendliche
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivierende Befragung</li> <li>• Delphi-Befragung</li> <li>• Internet-Forum, Bloggs</li> <li>• Open Space</li> <li>• World Café</li> <li>• Fish-Bowl</li> <li>• Workshop mit Beteiligung</li> <li>• Runder Tisch</li> <li>• Planspiel Appreciative Inquiry (AI)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fußbodenzeitung</li> <li>• Gruppenpuzzle</li> <li>• Kinder- und Jugendforum</li> <li>• Kinder- und Jugendparlament / -beiräte</li> <li>• Kinder-/Jugendzeitung</li> <li>• Redekette</li> <li>• Sitzkreis</li> <li>• Wunschbaum</li> <li>• Planungswerkstätten</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediation</li> <li>• Planspiel</li> <li>• Planungszelle</li> <li>• Planungszirkel</li> <li>• Zukunftskonferenz</li> <li>• Zukunftswerkstatt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modellbauwerkstatt</li> <li>• Brainstorming und Punktbewertung zur Entscheidungsfindung</li> <li>• Fotorallye zur Ideenfindung</li> <li>• Konzeption und Durchführung eigener Projekte</li> </ul>
---	--

Für die erfolgreiche Auszeichnung mit dem Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“ ist es wichtig, dass **mindestens drei partizipative Methoden**, die in der Arbeit / den Projekten angewendet werden, benannt und beschrieben werden.

## 6 Sinus-Milieus

### (Antrag Punkt 3.7)

Das Umweltbewusstsein der Deutschen ist hoch. Die meisten Befragten stimmen den Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung, wie Ressourcenschutz, fairer Handel und Generationengerechtigkeit, zu und viele äußern die Bereitschaft zu umweltschonendem Alltagsverhalten.

Allerdings lassen sich zwischen verschiedenen Bevölkerungssegmenten deutliche Unterschiede in der Ausprägung des Umweltbewusstseins feststellen. Soziodemografische Merkmale wie Alter, Geschlecht, Bildungsstand und Einkommen haben nur begrenzten Einfluss auf diese Unterschiede. Wertorientierungen und Lebensstile spielen teilweise eine größere Rolle bei den Meinungen und Einstellungen zum Umweltschutz.

Die Einteilung in sog. Sinus-Milieus versucht, diesen Einfluss zu erklären und einen Beitrag zum Verstehen von Umwelteinstellungsmustern zu liefern. Auf diese Weise können gruppenspezifische Handlungsbarrieren und Widerstände gegenüber umweltschonenden Verhaltensweisen genauso wie Ansatzpunkte zur Förderung umweltgerechter Einstellungen und Verhaltensweisen erklärt werden. Diese Informationen sind entscheidend für eine Verbesserung der Umweltkommunikation und hilfreich bei der Entwicklung zielgruppenorientierter Bildungsangebote.

(UMWELTBUNDESAMT 2009: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der sozialen Milieus in Deutschland)

Im Rahmen des Marketingprozesses ist im Jahr 2005 ein Milieuatlas für die bayerische Umweltbildung entstanden, der im internen Bereich unter [www.umweltbildung.bayern.de](http://www.umweltbildung.bayern.de) in der Rubrik Qualifizierungsworkshops/Milieus von allen Partnern des Qualitätssiegels eingesehen werden kann. Der Milieuatlas ist eine straffe Beschreibung der Lebensstile 2005 in Deutschland - speziell für die Umweltbildungseinrichtungen.

## **7 Voraussetzungen für die Verlängerung**

Nach drei Jahren läuft die Nutzungsvereinbarung für das Qualitätssiegel „Umweltbildung.Bayern“ aus. Durch einen Antrag können Sie die Nutzungsdauer um weitere drei Jahre verlängern. Die Verlängerungsanträge stehen unter [www.umweltbildung.bayern.de](http://www.umweltbildung.bayern.de) zum Ausfüllen bereit.

Zusammengefasst müssen Sie folgende Muss-Kriterien erfüllen:

## 1) Für Einrichtungen

Hinweis: Bitte beachten Sie, dass bei den Muss-Kriterien unter „Öffentlichkeitsarbeit – Presseanschreiben“ und „Beitrag zum Marketingprozess“ max. 2 Kriterien nicht erfüllt sein dürfen. Jeder Unterpunkt – auch bei Aufzählungen – gilt als eigenes Kriterium!

Bereich	Kriterium	Änderung zum Erstantrag
<b>Personalausstattung</b>	Für die Auszeichnung muss entweder die Leitung der Einrichtung oder eine angestellte Person eine pädagogische Ausbildung haben. Alternativ reicht eine pädagogische Zusatzqualifikation und mind. 2 Jahre Erfahrung in pädagogischer Tätigkeit.	keine
	Erforderlich sind zudem mind. eine inhaltliche sowie eine methodische Fortbildung der Leitung oder einer angestellten Person innerhalb der letzten 3 Jahre, darunter können auch Qualifizierungsworkshops des Marketingprozesses oder Fortbildungen im Bereich BNE sein.	keine
<b>Pädagogisches Konzept</b>	Für die Auszeichnung muss Ihr pädagogisches Konzept die im Leitfaden zu diesem Antrag (Punkt 2) aufgeführten Elemente sowie erkennbare Bezüge zu BNE enthalten.	keine
<b>Dimensionen der Nachhaltigkeit</b>	Sie müssen für die Verlängerung der Nutzungsvereinbarung mindestens <b>drei Dimensionen</b> berücksichtigen und beschreiben, die Sie in Verbindung zueinander behandeln.	Im Erstantrag werden <b>zwei Dimensionen</b> gefordert.
<b>Themen und Inhalte</b>	Die im Formular angegebenen Themen müssen sich in Ihrem Programm wiederfinden und erkennbar sein.	keine
	Im Programm müssen Veranstaltungen enthalten sein, deren Darstellung klar erkennen lässt, dass es sich um BNE handelt.	keine
<b>Schlüsselkompetenzen</b>	Es sind mind. drei Schlüsselkompetenzen erforderlich.	keine
<b>Partizipative Methoden</b>	Es sind mind. drei partizipative Methoden erforderlich.	keine
<b>Beschreibung aktuelles Projekt</b>	Thema, Ziel, Zielgruppe, Maßnahmen, Methoden und angesprochene Kompetenzen müssen erwähnt werden.	keine

Bereich	Kriterium	Änderung zum Erstantrag
<b>Kooperationspartner</b>	Sie sollten mit <b>mind. fünf Partnern</b> kooperieren.	Im Erstantrag werden drei Partner gefordert.
<b>Netzwerke</b>	Sie sollten in <b>mind. zwei Netzwerken</b> aktiv sein. Diese können auch z.B. Agenda-Gruppen sein.	Im Erstantrag wird ein Netzwerk gefordert.
<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	Sie sollten mind. ein Programm und eine eigene Homepage mit Hinweisen auf Veranstaltungen, Informationen zur Einrichtung und Ansprechpartner(innen) veröffentlichen.	keine
	Sie sollten in <b>mind. zwei eigenen Presseanschriften</b> „Umweltbildung.Bayern“ erwähnt haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten <b>mindestens eine/n Mandatsträger/in zu zwei Veranstaltungen pro Jahr</b> einladen. Bitte legen Sie einen Nachweis bei (Einladungsschreiben, Veranstaltungsflyer, etc.).	Im Erstantrag nicht gefordert.
<b>Evaluation</b>	Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden sollte über mindestens einen der im Antrag aufgeführten Wege ermittelt werden.	keine
<b>Beitrag zum Marketingprozess</b>	Sie sollten an <b>mind. einem Checkpoint</b> teilgenommen haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten den <b>Statistikbogen jährlich</b> eingereicht haben.	Im Erstantrag nur der aktuelle Statistikbogen gefordert.
	Sie sollten Ihr <b>Kurzportrait</b> unter <a href="http://www.umweltbildung.bayern.de">www.umweltbildung.bayern.de</a> eingestellt haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten das <b>Logo „Umweltbildung.Bayern“</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>auf Ihrer Homepage</b> verwendet haben und auf <a href="http://www.umweltbildung.bayern.de">www.umweltbildung.bayern.de</a> verlinken (beides möglichst auf der Startseite).</li> <li>- <b>auf Ihrem/n Programm/en</b> darstellen.</li> <li>- <b>auf Ihren Veranstaltungsflyern</b> darstellen.</li> </ul>	Im Erstantrag nicht gefordert.

## 2) Für Netzwerke

Hinweis: Bitte beachten Sie, dass bei den Muss-Kriterien unter „Information über das Netzwerk – eigene Homepage“ und „Beitrag zum Marketingprozess“ max. ein Kriterium nicht erfüllt sein darf. Jeder Unterpunkt - auch bei Aufzählungen - gilt als eigenes Kriterium!

Bereich	Kriterium	Änderung zum Erstantrag
<b>Beschreibung des Netzwerkes</b>	Es finden mindestens zwei Netzwerk-Treffen pro Jahr statt.	keine
<b>Aufgabenprofil des Netzwerkes</b>	Sie müssen <b>mind. drei Dimensionen</b> berücksichtigen und beschreiben, die Sie in Verbindung zueinander behandeln.	Im Erstantrag werden <b>zwei Dimensionen</b> gefordert.
	In den Zielen des Netzwerkes muss klar der BNE-Bezug herausgestellt und erkennbar sein.	keine
<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	Es muss mindestens eine (eigene) Homepage mit Hinweisen auf Veranstaltungen, Informationen zum Netzwerk und Ansprechpartner(innen) und der Darstellung des <b>Qualitätssiegels „Umweltbildung.Bayern“</b> auf der <b>Startseite</b> vorhanden sein.	Im Erstantrag lediglich eigene Homepage gefordert.
<b>Evaluation</b>	Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden sollte über mindestens einen der im Antrag aufgeführten Wege ermittelt werden.	keine
<b>Beitrag zum Marketingprozess</b>	Sie sollten an <b>mind. einem Checkpoint</b> teilgenommen haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten Ihr <b>Kurzportrait</b> unter <a href="http://www.umweltbildung.bayern.de">www.umweltbildung.bayern.de</a> eingestellt haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten das <b>Logo „Umweltbildung.Bayern“</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- auf Ihrer Homepage verwendet haben und auf <a href="http://www.umweltbildung.bayern.de">www.umweltbildung.bayern.de</a> verlinken (beides möglichst auf der Startseite).</li> <li>- ggf. auf Ihrem/n Programm/en darstellen.</li> <li>- ggf. auf Ihren Veranstaltungsflyern darstellen.</li> </ul>	Im Erstantrag nicht gefordert.

Bereich	Kriterium	Änderung zum Erstantrag
	Sie sollten mind. <b>einmal pro Jahr über Aktuelles aus dem Marketingprozess</b> informieren. Nachweis durch Tagesordnung, Protokoll-Auszug o.Ä.	Im Erstantrag nicht gefordert.

### 3) Für Selbständige

Hinweis: Bitte beachten Sie, dass bei den Muss-Kriterien unter „Presseanschreiben“ und „Beitrag zum Marketingprozess“ max. 2 Kriterien nicht erfüllt sein dürfen. Jeder Unterpunkt - auch bei Aufzählungen - gilt als eigenes Kriterium!

Bereich	Kriterium	Änderung zum Erstantrag
<b>Beschreibung der Tätigkeit</b>	Eine Einstufung nach §18 Einkommenssteuergesetz ist erforderlich (siehe auch Grundsätze)	keine
	Ein Anteil an freien Angeboten muss vorliegen.	keine
<b>Personalausstattung</b>	Für die Auszeichnung muss der Antragsteller/die Antragstellerin eine pädagogische Ausbildung (pädagogischer Lehrberuf, mindestens Erzieher(in)) haben. Alternativ reicht eine pädagogische Zusatzqualifikation und mind. 2 Jahre Erfahrung in pädagogischer Tätigkeit.	keine
	Erforderlich sind zudem mind. eine inhaltliche sowie eine methodische Fortbildung des Antragstellers/der Antragstellerin innerhalb der letzten 3 Jahre, darunter können auch Qualifizierungsworkshops des Marketingprozesses oder Fortbildungen im Bereich BNE sein.	keine
<b>Pädagogisches Konzept</b>	Für die Auszeichnung muss das pädagogische Konzept die im Leitfaden zu diesem Antrag (Punkt 2) aufgeführten Elemente sowie erkennbare Bezüge zu BNE enthalten.	keine
<b>Dimensionen der Nachhaltigkeit</b>	Sie müssen für die Verlängerung der Nutzungsvereinbarung mindestens <b>drei Dimensionen</b> berücksichtigen und beschreiben, die Sie in Verbindung zueinander behandeln.	Im Erstantrag werden <b>zwei Dimensionen</b> gefordert.
<b>Themen und Inhalte</b>	Die im Formular angegebenen Themen müssen sich in Ihrem Programm wiederfinden und erkennbar sein.	keine
	Im Programm müssen Veranstaltungen enthalten sein, deren Darstellung klar erkennen lässt, dass es sich um BNE handelt.	keine
<b>Schlüsselkompetenzen</b>	Es sind mind. drei Schlüsselkompetenzen erforderlich.	keine
<b>Partizipative Methoden</b>	Es sind mind. drei partizipative Methoden erforderlich.	keine

Bereich	Kriterium	Änderung zum Erstantrag
<b>Beschreibung aktuel- les Projekt</b>	Thema, Ziel, Zielgruppe, Maßnahmen, Methoden und angesprochene Kompetenzen müssen erwähnt werden.	keine
<b>Kooperationspartner</b>	Sie sollten mit <b>mind. fünf Partnern</b> kooperieren. Diese können auch Auftraggeber sein.	Im Erstantrag werden drei Partner gefordert.
<b>Netzwerke</b>	Sie sollten in <b>mind. zwei Netzwerken</b> aktiv sein. Diese können auch z.B. Agenda-Gruppen sein.	Im Erstantrag wird ein Netzwerk gefordert.
<b>Öffentlichkeitsarbeit</b>	Sie sollten zwei Informationskanäle (eigene Homepage, Programme, Veranstaltungsflyer o. Ä) für Hinweise auf Ihre Veranstaltungen, Kontaktdaten etc. nutzen.	keine
	Sie sollten in <b>mind. zwei eigenen Presseanschriften „Umweltbildung.Bayern“</b> erwähnt haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten <b>mindestens eine/n Mandatsträger/in zu zwei Veranstaltungen pro Jahr</b> einladen. Bitte legen Sie einen Nachweis bei (Einladungsschreiben, Veranstaltungsflyer, etc.).	Im Erstantrag nicht gefordert.
<b>Evaluation</b>	Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden sollte über mindestens einen der im Antrag aufgeführten Wege ermittelt werden.	keine
<b>Beitrag zum Marke- tingprozess</b>	Sie sollten an <b>mind. einem Checkpoint</b> teilgenommen haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten den <b>Statistikbogen jährlich</b> eingereicht haben.	Im Erstantrag nur der aktuelle Statistikbogen gefordert.
	Sie sollten Ihr <b>Kurzportrait</b> unter <a href="http://www.umweltbildung.bayern.de">www.umweltbildung.bayern.de</a> eingestellt haben.	Im Erstantrag nicht gefordert.
	Sie sollten das <b>Logo „Umweltbildung.Bayern“</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>auf Ihrer Homepage</b> verwendet haben und auf <a href="http://www.umweltbildung.bayern.de">www.umweltbildung.bayern.de</a> verlinken (beides möglichst auf der Startseite).</li> <li>- <b>auf Ihrem/n Programm/en</b> darstellen.</li> <li>- <b>auf Ihren Veranstaltungsflyern</b> darstellen.</li> </ul>	Im Erstantrag nicht gefordert.