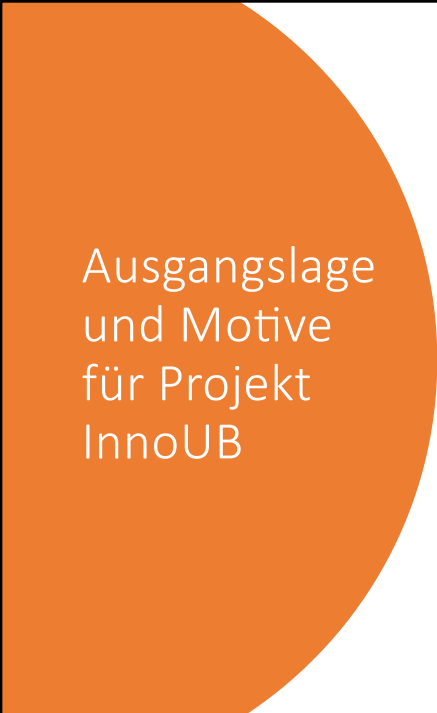





1

1



Ausgangslage  
und Motive  
für Projekt  
InnoUB

- UB realisiert Grenzen ihrer Wirksamkeit
- Wirtschaft, Entscheidungsträger, nicht affine Segmente und Organisationen wenig adressiert
- Mindset der UB-Akteure stark adressaten- und themenorientiert
- Abhängigkeit der UB-Akteure von Drittfinanzierungen von Bund, Stiftungen. Institutionen unterkapitalisiert
- 40-jähriger Zyklus UB am Ende?



2

2

## Ziel

- Antworten auf Fragen:
  - wie soll Umweltbildung künftig geartet sein?
  - welche Rolle übernehmen private Akteure der Umweltbildung komplementär zur Umweltbildung der Hochschulen sinnvollerweise?
  - wie stellen sich UB-Anbieter künftig kompetenzmässig, methodisch und organisatorisch auf?

3

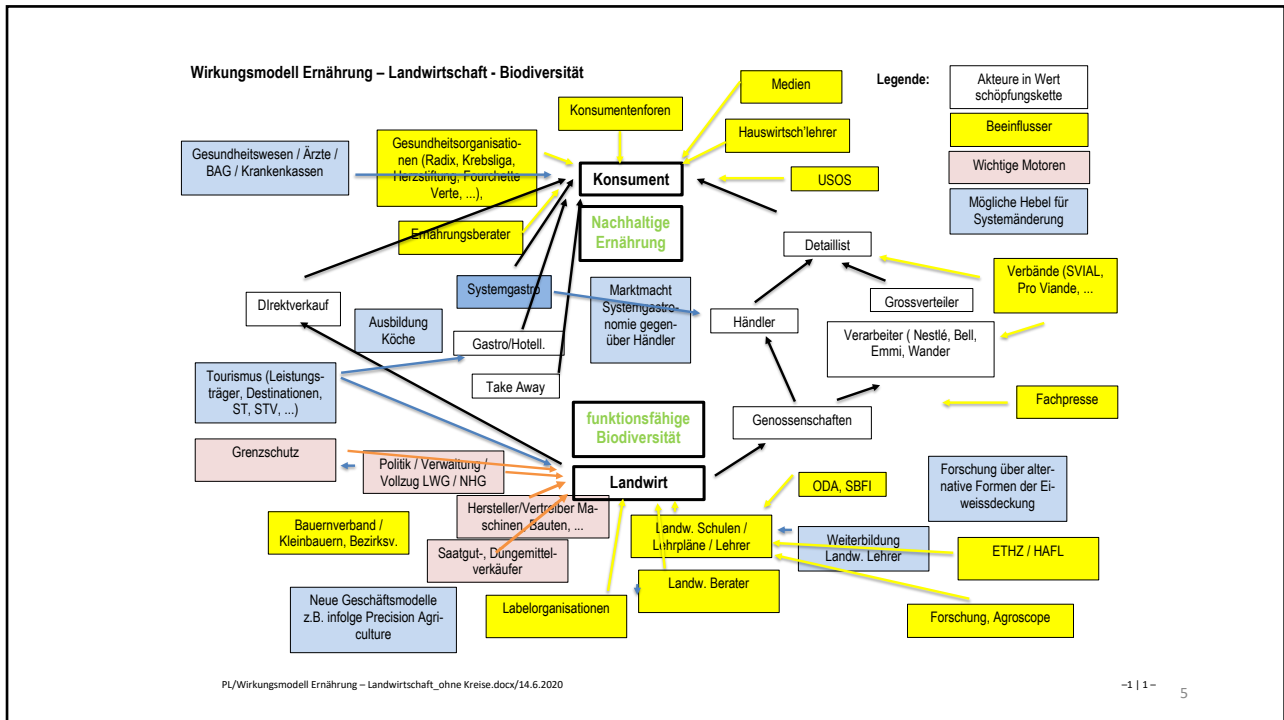
3

## Vorgehen

- Wahl eines Handlungsfeldes: «Ernährung und Biodiversität»
- Wirkungsfeldanalyse
- Studium themenrelevante Agenda Forschung und Politik
- Gespräche mit Akteursgruppen
- Intensivierung Kontakte und gemeinsame Vertiefung von Bedürfnissen, adäquaten Dienstleistungen und Formaten
- Gemeinsames entwickeln, testen, realisieren von Angeboten
- Auswertung Erfahrungen und Ableiten von Learnings

4

4



5

## Ergebnisse: Akteure mit Hebel

- Ungeahnte Akteure mit Hebelwirkung, z.B :
  - Gemeinschaftsgastronomie, ihre Köche
  - Armee und ihre Verpflegung
  - Grossveranstaltungen, Takeaway-Anbieter
  - Stallbauer
  - industrielle Lebensmittelverarbeiter mit Marktmacht
  - Tourismusdestinationen und Leistungsträger

6

6

## Ergebnisse: Angebotsbeispiele

- Armee mit Verpflegung; Projekt mit GS VBS; Umwelttag zum Thema Ernährung, Landwirtschaft und Umwelt. Projekt Klimafreundliche Verpfl.
- Gemeinschaftsgastronomie und ihre Köche; Stadt Lausanne Anlass mit Austausch Köche GG Deutschschweiz – Suisse Romande. Verband GG an Bord.
- Takeaway und Grossevents; Netzwerkanlass mit SOA und Projekt Guidelines
- Stallbauer und ihr Impact auf Betriebskonzepte;
- Industrielle Lebensmittelverarbeiter mit Marktmacht; Nestlé öffnet Türen.
- Tourismusdestinationen und ihre Leistungsträger; Integration Ernährung und Biodiversität in Strategiearbeit von DMO in entsprechenden Strategieworkshops mit DMO.

7

7

## Learnings

Positionierung auch über methodische Ansätze

Akteurs- und Wirkungsanalyse führt zu neuen, ungeahnt wichtigen Akteuren

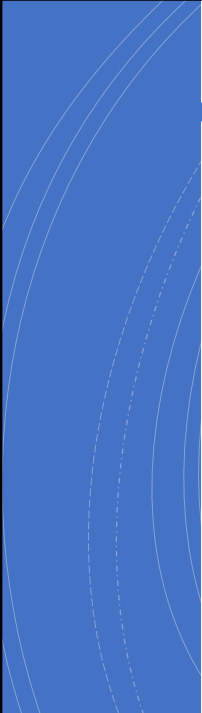
Adressatenorientierung bringt Vertrauen, Ownership, Drittmittel, Nachhaltigkeit

Erweiterung des Bildungsbegriffs dringend

Voraussetzungen schaffen beim Umweltbildner

...

8

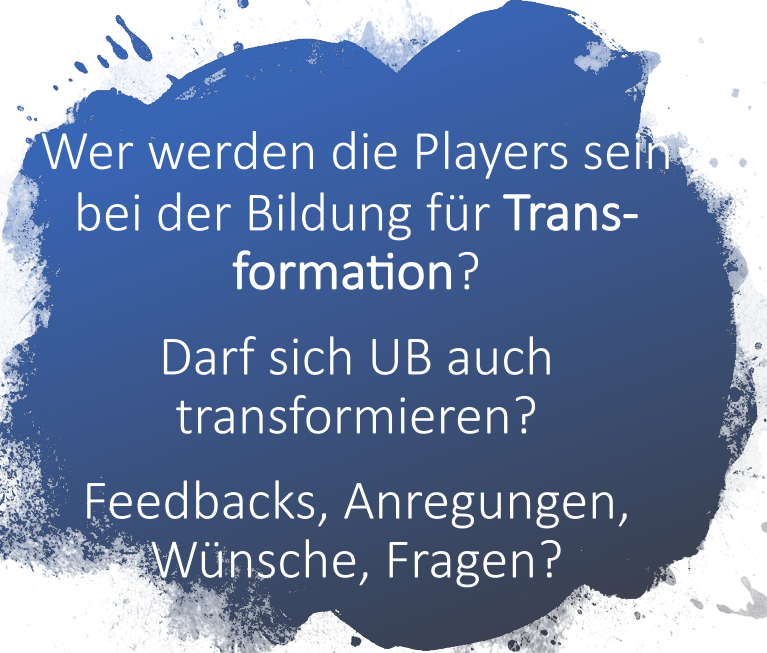


9

## Umsetzung: geplant WS mit UB-Förderern

- Wahrnehmung der heutigen Situation in der UB Sicht UB Förderer?
- Relevanz der Learnings unseres Projektes ? Interesse?
- Konsequenzen?

9



10

## Wer werden die Players sein bei der Bildung für Transformation?

Darf sich UB auch transformieren?

Feedbacks, Anregungen, Wünsche, Fragen?

10