



"Unser Boden - wir stehen drauf!,,

Eine Betrachtung der Boden-Kampagne aus umweltsychologischer Sicht

Dr. Ralph Hansmann, Natural and Social Science Interface (NSSI),
Department of Environmental Sciences, ETH Zürich

2. Januar 2009



Überblick

- Hintergrund und Idee der Kampagne
- Zielsetzungen der Kampagne
- Vorgehen und Elemente der Kampagne
 1. Kooperation mit dem Europäischen Bodenbündnis
 2. Fokussierung auf 5 Oberthemen
 3. Kommunikation, Information und Medienauftritt
 4. Spiele, Kunst und Wettbewerbe
 5. Service Angebote für Schulen und Gemeinden
 6. Öffentliche Veranstaltungen
 7. Förderung innovativer Projekte
- Gesamtbeurteilung und Anregungen

Hintergrund und Idee der Kampagne

"Unser Boden - wir stehen drauf!,"

Warum ist diese Initiative gerade jetzt notwendig?

Drei Gründe werden im Folgenden beschrieben:

1. Mangelnder Bodenbezug einer konsumorientierten Gesellschaft
2. Zunahme des Flächenverbrauchs und der Belastungen des Bodens
3. Klimawandel

1. Mangelnder Bodenbezug einer Konsumgesellschaft

- Ein enger Bezug der Menschen in NÖ zum **Boden** war früher selbstverständlich und **ist grundlegender Bestandteil der Kultur des Landes**.
- Die Modernisierung und Urbanisierung der Lebensstile, der Wandel zu einer modernen Dienstleistungsgesellschaft und die Technisierung der landwirtschaftlichen und industriellen Produktion haben den Abstand der Menschen vom Boden vergrößert.
- Den Menschen ist die grundlegende Bedeutung des Bodens für Siedlungen, Wald, Landschaft, Wasser und Luft sowie für die Anthroposphäre bzw. Lebenswelt des Menschen insgesamt (Wohnen, Ernährung etc.) vielfach nicht mehr bewusst.

2. Zunahme von Flächenverbrauch und Belastungen des Bodens

- Konsumorientierung und Wirtschaftswachstum sowie die zunehmend hohen Ansprüche der Menschen an Wohnraum- und Freizeitangebote gehen mit zunehmendem Flächenbedarf für Siedlungen, Gewerbegebiete, Strassen, Flugplätze, Sport- und Freizeiteinrichtungen etc. einher.
→ *Neue Gebiete zu erschliessen ist vielfach kostengünstiger als eine Umnutzung bereits erschlossener Flächen.*
- Der Konkurrenzdruck in der Landwirtschaft und die Intensivierung der Produktion durch Düngemittel und den Einsatz grosser Maschinen setzen den Boden grossen Belastungen aus.
→ *Durch neue Möglichkeiten für die land- und forstwirtschaftliche Energieproduktion entkoppelt sich die Produktion vom Ernährungsbedarf!*

3. Klimawandel

- Im Zusammenhang mit dem Klimawandel steigt die Gefahr aussergewöhnlich heftiger Stürme und Niederschläge sowie von Trockenperioden.
→ *Dem **Hochwasserschutz durch sinnvolle Bodennutzung** ist in Zeiten des Klimawandels besondere Priorität beizumessen.*
→ ***Stürme und Trockenperioden verstärken die Bodenerosion und bedrohen die Vegetation und damit die Nahrungsmittelproduktion in NÖ !***
- **Klimaschutz ist somit Bodenschutz** und eine **sinnvolle Bodennutzung trägt zugleich zum Klimaschutz bei.**
- Eine wissenschaftlich fundierte gesamtgesellschaftliche Diskussion bezüglich der Bodennutzung unter Bedingungen des Klimawandels und ist notwendig.
→ Es geht hierbei um den **Schutz der Bevölkerung vor Naturgefahren und um die Erhaltung der Lebensgrundlage.**

"Unser Boden - wir stehen drauf!," Die Idee der Kampagne

- Die Kampagne "Unser Boden - wir stehen drauf!" stellt den Boden als Lebensgrundlage und als Grundlage des Wegs in eine nachhaltige Zukunft ins Zentrum des Blickfeldes.
- Das Kampagnen-Motto vermittelt Wertschätzung für den Boden und verdeutlicht zugleich unsere Abhängigkeit vom Boden.
- Die Idee der Initiative reicht weit über Bodenschutz im engeren Sinne hinaus.

→ ***Boden wird als Grundlage für eine nachhaltige Landesentwicklung im umfassenden Sinne verstanden, also für alle Umweltsysteme und gesellschaftlich-kulturelle Aspekte einschliessend.***

"Unser Boden - wir stehen drauf!," Die Idee der Kampagne

- Den Boden, also die tatsächliche, substanzielle Grundlage des Lebens und der Kultur, als gesellschaftlichen Zugang zum praktischen Umweltschutz und zur nachhaltigen Entwicklung zu wählen, ist **sinnvoll, innovativ und zugleich einfach und nahe liegend.**

→ *Die Idee der Kampagne ist viel versprechend und hat Vorbildcharakter.*

Die Zielsetzungen der Kampagne

1. Die Kampagne soll helfen, uns und den nachkommenden Generationen die Möglichkeiten einzuräumen sorgsame Bodennutzung zu betreiben.
2. Die Menschen in NÖ sollen besser über die wichtigen Funktionen des Bodens für Umwelt und Gesellschaft Bescheid wissen, mehr Wertschätzung und Interesse für den Boden entwickeln und entsprechende Handlungskompetenzen erwerben.
3. Problembewusstsein und Handlungswissen sollen bei der Bevölkerung insgesamt und insbesondere bei der Jugend sowie bei den politischen Entscheidungsträgern und weiteren massgeblichen Akteuren (z.B. in der Landwirtschaft und in anderen Branchen) gestärkt werden.
4. Wichtige Themen des aktiven Bodenschutzes sollen in die Öffentlichkeit getragen und auf breiter gesellschaftlicher Basis diskutiert werden.

Weitere Zielsetzungen der Kampagne

5. Die Kampagne soll von der Bevölkerung getragen werden und die Menschen zueinander bringen.
6. Sie soll Spass machen, den Menschen Sinn geben und die kulturelle Identität des Landes fördern.
7. Es geht um ein ausgewogenes Verhältnis von Boden und Mensch und zudem auch um ein ausgewogenes Miteinander der Menschen.
8. Neben Boden- und Umweltschutz im engeren Sinne wird eine Kultivierung des noch recht jungen Konzepts der Nachhaltigkeit auf Grundlage des Bodens und am Beispiel des Bodens angestrebt.

→ ***Nachhaltige Entwicklung als Oberziel der Kampagne***

Die Kampagnen-Ziele als Zielsystem

A. Sensibilisieren (Umweltbildung)

-> Einstellungen verändern, Wissen vermitteln

B. Einbeziehen (Partizipation)

-> Beteiligung und Mitwirkung unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen an der Diskussion und Lösung von gesellschaftsrelevanten Umweltproblemen

C. Wechselseitiges Lernen (Mutual Learning)

-> Kommunikation zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Öffentlichkeit

❖ **Die partizipative Lösung relevanter Umweltprobleme erfordert Grundlagenwissen, Interesse und aktive Beteiligung unterschiedlicher Gruppen und ermöglicht zugleich wechselseitiges Lernen.**

⇒ A, B und C bewirken synergetisch **Nachhaltigkeitslernen!**

Wechselseitiges Lernen und Nachhaltigkeit

- Nachhaltige Lösungen können nicht allein im Dialog von **Politik und Wirtschaft** gefunden werden. Die nachhaltige Lösung gesellschaftsrelevanter Umweltprobleme benötigt notwendig den Einbezug von **Wissenschaft und Bevölkerung** (\approx **Transdisziplinarität**).
- **Wechselseitiges Lernen** nutzt unterschiedliche Wissensformen und -quellen um gute und innovative Lösungen für gesellschaftlich relevante Umweltprobleme zu finden:
 - Akademisches Wissen verschiedener Disziplinen (**Interdisziplinarität**)
 - Praxiswissen von Experten aus Politik, Wirtschaft, NGOs etc.
 - Erfahrungswissen der Bevölkerung als betroffene Experten der eigenen Lebenswelt

⇒ **Die Summe dieses Wissens ist grösser und korrigiert die Verzerrungen einzelner Perspektiven!**

Ziele von Umweltbildung

- Umweltbildung möchte erreichen, dass sich Menschen als Teil der Umwelt begreifen und eine positive Einstellung zu ihr entwickeln. Der Boden soll als wichtiger Teil der Umwelt und als Lebensgrundlage des Menschen **verstanden und wertgeschätzt** werden.
- Es geht also nicht nur um das Lernen von Fakten und systemischen Zusammenhängen, sondern auch um **emotionales Lernen** und die Vermittlung von Werten und Motivation Verantwortung zu übernehmen und moralisch zu handeln.
- Ein besonderer Fokus der Kampagne liegt hierbei auf Kindern und Jugendlichen, den Entscheidungsträger von morgen.
→ Schülerinnen und Schüler sollen die Umwelt und die Funktionen des Bodens ganzheitlich und positiv erleben. Hierzu sind besonders **Lerngelegenheiten wie Spielen, Experimentieren, Projekte und Wettbewerbe**, bei denen die Lernenden **eingebettet in einen positiven sozialen Kontext selbst aktiv** werden, geeignet.

Das Oberziel Nachhaltigkeit im Zielsystem

- **Transdisziplinarität und Mutual Learning** sind Voraussetzungen für Nachhaltigkeitslernen und somit für nachhaltige Entwicklung!
- Umweltbildung ist wiederum eine Voraussetzung für den erfolgreichen Einbezug der Bevölkerung bei der Lösung von Umweltproblemen.
⇒ „**Umweltbildung, Nachhaltigkeitslernen und nachhaltige Entwicklung auf Grundlage des Bodens**“ sind wichtige und wechselseitig konsistente Ziele der Kampagne.

(A + B + C) ≈ Nachhaltigkeitslernen

-> *Sensibilisierung, Partizipation und wechselseitiges Lernen ermöglichen zusammen **Nachhaltigkeitslernen !***

Vorgehen und Kampagnenelemente

1. Kooperation mit dem Bodenbündnis
2. Fokussierung auf 5 Oberthemen
3. Kommunikation, Information und Medienauftritt
4. Spiele, Kunst und Wettbewerbe
5. Service Angebote für Schulen und Gemeinden
6. Öffentliche Veranstaltungen
7. Förderung innovativer Projekte

13.6.2008

Kooperation mit dem Bodenbündnis

- Im November 2003 tritt das Land NÖ dem **Bodenbündnis** europäischer Städte und Gemeinden **ELSA** (European Land and Soil Alliance) als assoziiertes Mitglied bei und verpflichtet sich zu entschlossenem Handeln in den Bereichen Bodenschutz und Raumentwicklung.
- Die Kampagne "Unser Boden - wir stehen drauf!" begann im Frühjahr 2007 und unterstützt seither das Bodenbündnis bzw. dessen Ziele effektiv durch vielfältige Kampagnenaktivitäten und insbesondere durch die Motivierung von Gemeinden zum Beitritt zu ELSA.

13.6.2008

Synergien mit dem Bodenbündnis

- In NÖ sind 45 Gemeinden Mitglied im Europäischen Bodenbündnis.
- Das Land NÖ hat damit die grösste Dichte an Bündnisgemeinden in Europa.
→ **Ohne die Kampagne "Unser Boden - wir stehen drauf!" wäre die Anzahl Bündnisgemeinden in NÖ wohl deutlich geringer.**
- Zugleich profitiert die Kampagne vom Bodenbündnis, da dieses Kooperation und den Erfahrungsaustausch auf internationaler Ebene fördert und somit auch über ein grosses Netzwerk von Experten verfügt.
- Kampagne und Bodenbündnis unterstützen sich somit wechselseitig, wobei grosse Synergien entstehen. Die Kooperation zwischen **Bodenbündnis und Klimabündnis** erweitert den Bereich der erzielten Synergien zusätzlich konsistent mit den umfassenden Kampagnenzielen auf den Klimaschutz.

13.6.2008

Synergien mit dem Bodenbündnis (Einzelbeispiele)

- Kampagnenveranstaltungen profitieren durch Teilnehmer und Experten seitens des Bodenbündnisses an fachlicher Qualität und an internationalem Format.
- Die Kampagne "Unser Boden - wir stehen drauf!" wird durch die Zusammenarbeit mit ELSA stärker über die Landesgrenzen hinaus wahrgenommen.
- Städte und Gemeinden im Europäischen Ausland können vermittels des Erfahrungsaustausches innerhalb von ELSA von der Kampagne und ihren innovativen Projekten profitieren -> *Exchange of best practices*
- Die Kooperation innerhalb ELSA kann andere Länder motivieren, NÖ folgend, Boden als zentrale Grundlage nachhaltiger Entwicklung zu begreifen und **verstärkt somit die Vorbildwirkung des Projekts.**

13.6.2008

Fokussierung auf 5 Oberthemen

Mit den Themenbereichen:

1. gepflegter Boden
2. fruchtbarer Boden
3. lebendiger Boden
4. Bodenschatz
5. sparsamer Umgang mit Boden

... wurden geeignete Oberthemen gewählt, welche:

- a) erlauben, wichtige Informationen und Wissensgrundlagen bezogen auf aktuelle Schwerpunkte im Bodenschutz zu vermitteln;
- b) an die Lebenswelt der Menschen anknüpfen und praxisrelevante Handlungsleitlinien beinhalten;
- c) die Kampagne insgesamt sowie einzelne Kampagnenelemente (Internetauftritt, Film, Flyers, Projektausschreibungen etc.) gut strukturieren.

Fokussierung auf 5 Oberthemen

- In allen 5 Bereichen werden aktuelle Schwerpunktthemen im Bodenschutz behandelt und praxisrelevante Informationen und Handlungsleitlinien gegeben, z.B.:
 - "gepflegter Boden" → Kompostierung
 - "lebendiger Boden" → Hochwasserschutz
 - "fruchtbarer Boden" → biologische Düngung, Ernährung
 - "Bodenschatz" → Amethystwelt, Thermalwasser
 - "sparsamer Umgang mit Boden" → Bodenversiegelung, Zersiedelung
- Die Inhaltsbereiche und die enthaltenen Unterthemen haben somit engen Bezug zur Lebenswelt der Bevölkerung und sind daher gut geeignet, Interesse am Thema Boden zu wecken.
- Ohne die gewählte Strukturierung wären grundlegendes Bodenwissen und Ziele des Bodenschutzes nicht so gut kommunizierbar und der Gesamtauftritt der Kampagne weniger geordnet.

Fokussierung auf 5 Oberthemen

- Die zu den Oberthemen gegebenen Informationen zeigen das umfassende Nachhaltigkeitsverständnis der Kampagne, welches die gesellschaftliche, wirtschaftliche und umweltpolitische Dimension der Bodennutzung berücksichtigt
 - ⇒ so werden beispielsweise kompakte Ortskerne nicht nur zur Verminderung des Flächenverbrauchs empfohlen, sondern auch, um das soziale und gesellschaftliche Leben in den Gemeinden zu fördern.
- Aus praktischer Sicht scheint die gewählte Themenstruktur der Kampagne und die Zuordnung von Projekten und Unterthemen sinnvoll und stimmig
 - ↔ obgleich die thematische Unterteilung als wissenschaftliches Categoriesystem missverstanden für einige kontroverse Diskussionen Raum liesse, da die Oberthemen wechselseitig stark zusammenhängen.
 - ⇒ So könnte beispielsweise die Kompostierung im Hausgarten neben dem Themenfeld "gepflegter Boden,, auch den Bereichen "lebendiger Boden" und "fruchtbarer Boden" zugeordnet werden.

Kommunikation, Information und Medienauftritt

- Die Kampagne nutzt viele Medien und Informationsmaterialien (Film, Flyers, Postkarten, Internetauftritt).
- Die Kampagne hat insgesamt einen professionellen Auftritt:
 - Einheitliches Kampagnendesign mit ansprechendem Logo.
 - Professioneller Film zu Bodennutzung, Bodenfunktionen, Bodenschutz, Boden-Kampagne, Veranstaltungen und Erdfarben auf einer DVD
 - Markantes Bodenzeichen mit 4m² Fläche in attraktivem Design
 - Gute Auswahl der Inhalte und graphische Aufbereitung der Materialien (z.B. Faltblätter, Einladungsschreiben zu Veranstaltungen, Postkarten der Bodenbündnisgemeinden, Internetauftritt).
 - Gute Navigation und Übersichtlichkeit des Internetauftritts (<http://www.unserboden.at>)

Kommunikation, Information und Medienauftritt

- Die Auswahl und Darstellung der Inhalte in Film, Internet und Flyers ist ansprechend. Es gelingt lebensweltlich relevante Funktionen des Bodens und aktuelle Themen und Schwerpunkte interessant und aus unterschiedlichen Perspektiven darzustellen.
- Grundlegende wissenschaftliche Erkenntnisse und Handlungsleitlinien in Übereinstimmung mit breit anerkanntem Bodenschutz Know-How werden mitgeteilt.
- Darüber hinaus werden bestehende Interessenkonflikte durch die Darstellung unterschiedlicher Sichtweisen dargestellt, wobei verschiedene Interessen ausgewogen zum Ausdruck kommen.
- Insbesondere der Film, aber auch die Flyers und Texte im Internet sind grössten Teils gut für Laien verständlich -
↔ aber, Vorsicht vor Boden-Chinesisch in manchen Passagen.

13.6.2008

Kommunikation, Information und Medienauftritt

- Folgende Begriffe, die für Laien schwer verständlich sind, stammen von den Postkarten „Unser Boden in ...“ und den Flyers „sinnvoll nützen, sorgsam schützen ...“ und „Bodenlehrpfad St. Peter in der Au“:

"Rendsina auf Kalk; Hang-Pseudogley aus Flysch-Hangschutt; Dolomit, Löss; Bregzien; Rigolboden, Rigolen; Podsolierte Braunerde auf Gneis der Böhmischen Masse; Begrabener Humushorizont, Verwitterungs-horizont, Pflughorizont, Stauhorizont; Schotterschleier; schluffiges Material; Huminstoffe; Huminaltevermögen, ..."

13.6.2008

Kommunikation, Information und Medienauftritt

- Auch die Kenntnis etwas leichter Begriffe wie Carbonat, Bodenhorizont und „Mulchen“ ist nicht ohne weiteres bei allen Rezipienten vorzusetzen:

- ⇒ - Ein Lexikon mit Bodenbegriffen aus der Kampagne im Internet;
- Umschreibungen, welche die Fachwörter vermeiden und
- Erklärungen schwerer Begriffe im Text,

... sind Ansätze, welche verhindern können, dass Personen vom Thema Boden abgeschreckt werden, weil sie sich für nicht genügend vorgebildet betrachten und manches nicht verstehen.

- ⇒ Es gibt „leichte und schwere Böden“ und auch „leichte und schwere Zugänge zum Thema Boden“.

13.6.2008

Spiele, Kunst und Wettbewerbe

- Spiele (Boden-Memory im Internet und als Kartenspiel; Bodenboccia) und Erdmalfarben wurden entwickelt und grosse Erdmalwettbewerbe in Schulen werden durchgeführt.
- Diese Kampagnenelemente ermöglichen einen spielerischen und kreativen Zugang zum Thema Boden.
- Der Spass beim Spielen kann sich im emotionalen Lernen positiv auf die Einstellungen zu Boden und Bodenschutz übertragen.
- Als gemeinschaftliche Aktivität ermöglicht das Spielen auch soziales Lernen und die Ausbildung gemeinsam akzeptierter Normen bei den Mitspielern.
- Körperliche Geschicklichkeit (bei Boccia und Malen), Kreativität (beim Malen) sowie Gedächtnistraining und Training der Unterscheidungsfähigkeit (beim Boden-Memory) sind zusätzliche Lerngewinne.

13.6.2008

Spiele, Kunst und Wettbewerbe

- **Wettbewerbe** motivieren dazu, das eigene Potential zu mobilisieren und abzurufen und vergrössern somit Lerneffekte spielerischer, kreativer Aktivitäten.
- Wettbewerbe machen zumeist Spass und erhöhen den Reiz der Aktivitäten, zumal wenn Preise und Anerkennung gewonnen werden können.
- Der **Malwettbewerb** wurde in **Kleingruppen** bestritten, die jeweils gemeinsame Bilder anfertigen. Dies erscheint **pädagogisch sinnvoll**:
 - Statt gegenseitiger Konkurrenz, arbeiten Gruppenmitglieder so gemeinsam an einem Ziel. Dies generiert eine **positive, gemeinschaftliche Stimmung des Miteinander** und fördert **soziale Kompetenzen** und die **Entwicklung sozialer Normen**.
 - Eine positive Gruppenatmosphäre kann sich emotional auf die Einstellungen zu Bodenfarben, Boden und Bodenschutz übertragen und Frustrationen bei Misserfolgen können in der Gruppe besser abgefedert werden.

13.6.2008

Spiele, Kunst und Wettbewerbe

- Spielen ist eine natürliche Lernform, die Spass macht. Der Spass kann hierbei als natürliche intrinsische Lernmotivation betrachtet werden, welche Kindern und Jugendlichen ermöglicht, zu lernen, ohne bewusst ein konkretes Lernziel zu verfolgen oder auf aktivitätsexterne Belohnungen abzielen.
- Der Spass beim Spielen fördert positives emotionales Lernen. Das positive gemeinschaftliche Erlebnis fördert positive Umweltnormen und Einstellungen eingebettet in einen sozialen Kontext.

⇒ **Der Ansatz der Kampagne, Spiele und Wettbewerbe zu nutzen, ist viel versprechend.**
- Weitere Spiele wie zum Beispiel ein **Bodenquiz zur spassvollen Wissensvermittlung** könnten das Ensemble bestehender Spiele noch ergänzen.

13.6.2008

28

Anmerkungen:

- Beim **Internet-Memory** könnte eine Version für zwei Personen in Ergänzung zu den existierenden Versionen für eine Person erlauben, gemeinsam bzw. im Wettbewerb gegeneinander zu spielen.
- Nicht alle Links zum „Internet-Memory“ funktionieren!!!
- Gemäss dem „Serviceangebot für Bündnisgemeinden sind auf den Spielkarten des Bodenmemo die Böden von Bodenbündnis-Gemeinden abgebildet. Im Internet sind hingegen die Kartenmotive Bilder aus den Wettbewerben. (Ist dem So? Ich bräuchte Bodenmemo - und auch den Boden-Kunstkalender, um mir ein Bild machen zu können)
- Gemalte Erdfarben Bilder als Memory-Motive sind wohl leichter unterscheidbar als Bodenprofile und somit vom Memory-Schwierigkeitsgrad her tiefer - und weniger gut geeignet, um die Differenzierungsfähigkeit zwischen unterschiedlichen Böden zu schulen.

13.6.2008

Spiele, Kunst und soziales Engagement

- Erdfarben-Malkästen und Bodenkunstkalender sind professionell und ansprechend gestaltete Produkte, die auch vermarktet werden.
(siehe Website→ www.soilart.at)
- Die Produktion der Erdfarben-Malkästen erfolgt in einer Emmaus-Holzwerkstatt, in der vor allem Langzeitarbeitslose und Jugendliche beschäftigt werden.
- Der Verkaufserlös kommt ebenfalls sozialen Einrichtungen zu Gute.
- Bei der Gestaltung der Malkästen wurde auf Umweltfreundlichkeit geachtet:
 - Die Kästen sind aus Holz.
 - Die enthaltenen Erdfarben Gläser sind Nachfüllbar.
 - Tipps für die Nutzung ökologischer Farbbindemittel zum Anrühren der Farben (anstatt von Holzleim) werden gegeben.

13.6.2008

30

Spiele, Kunst und soziales Engagement

- „Wir in **Niederösterreich** wollen eine **soziale Modellregion in Europa** werden. Es geht darum, **Umweltschutz** und **Bewusstseinsbildung** mit der **sozialen Verantwortung** für die Menschen **zu kombinieren**, Tätigkeiten und Produkte zu finden, die eine wirtschaftlich tragfähige Basis für **sinnvolle Arbeit schaffen**“

Landesrat Josef Plank

- Die **umweltfreundliche Gestaltung der entwickelten Produkte** sowie deren **Produktion in und Vermarktung zugunsten sozial orientierter Einrichtungen** sind **Aspekte der Kampagne, die diesem Ziel effektiv dienen.**

Service Angebote der Kampagne

- Die Kampagne hat eine ausgesprochene Service Orientierung.
 - ⇒ Viele bodenschutzbezogene Produkte und Service-Angebote für Bildungseinrichtungen und für Gemeinden innerhalb und ausserhalb des Bodenbündnisses werden zur Verfügung gestellt.
 - ⇒ Das Thema Boden wird hierdurch in die Gemeinden und Schulen getragen.
- Ausstellungen, Impulsvorträge und Workshops zum Thema Bodenschutz werden Angeboten und werden auf Wunsch bei Gemeinden durchgeführt.
 - Die Ausstellung „Boden geht uns alle an“ informiert Bürger über Themen wie Bodenentstehung, Bodenfunktionen, Landwirtschaft, Hochwasserschutz, Raumordnung, Klimaschutz und möchte zu aktivem Bodenschutz motivieren.
 - Bodenprofile zur Veranschaulichung unterschiedlicher Bodentypen können für längerfristige Ausstellungen geliehen werden.

Service Angebote der Kampagne

- Die Durchführung von Veranstaltungen zum Beitritt einer Gemeinde ins Bodenbündnis wird angeboten.
- Die Bodenbündnisgemeinden erhalten auf Wunsch **Postkarten** sowie das ca. 4m² grosse **Bodenzeichen mit einem Bodenprofil aus dem Gemeindegebiet** zur Dauerhaften Installation an einem gut sichtbaren Ort in der Gemeinde.
 - Die Postkarten und insbesondere das Bodenzeichen sind wichtig für die Identifikation der Gemeinden mit dem Bodenbündnis und machen diese Mitgliedschaft für die eigenen Bewohner und nach aussen hin sichtbar.
 - Die **Verleihung des Bodenzeichens** bietet zudem einen Anlass, den Beitritt zum Bodenbündnis bzw. die Mitgliedschaft der Gemeinde im Rahmen einer öffentlichen Veranstaltung zu feiern, was wiederum Synergien für die Umweltbildung, für wechselseitiges Lernen und den Informationsaustausch zum Bodenschutz sowie für das Miteinander in der Gemeinde und im Land erbringt.

13.6.2008

Service Angebote der Kampagne

- Für interessierte Erwachsene und insbesondere für Entscheidungsträger in den Gemeinden wird eine Ausbildung zum Boden-Coach angeboten.
 - ⇒ Multiplikatoreffekte
 - ⇒ Einfluss auf Entscheidungen auf Gemeindeebene zugunsten des Bodenschutzes
- Bodenboccia und Bodenmemo können von Gemeinden für Veranstaltungen mit Kindern und Jugendlichen (z.B. Ausstellungen, Ferienspiele) bezogen werden.
 - Spielerischer Zugang zum Thema Boden
- Bildungseinrichtungen können die Erdfarben-Malkästen beziehen und begleitend einen Einführungskurs zum „Arbeiten mit Erdfarben“ buchen.

13.6.2008

Service Angebote der Kampagne

- Bildungseinrichtungen werden (in Kooperation mit *Umweltberatung* und *ÖKO-LOG*) pädagogisch wertvolle Lernmodule zu Boden und Umweltbildung angeboten, die aktives, gemeinschaftliches lernen ermöglichen:
 - Der Workshop "Wurm Augustin erzählt von der Erde" wurde für Kindergarten und erste Schulstufen entwickelt.
 - Das ökopädagogisches Projekt "Der Kreislauf der Natur" für die 3. Schulstufe
 - Der Bodenworkshop "Leben in der Unterwelt" für die 5.-9. Schulstufe
- ⇒ Gemeinschaftliches Lernen in Kleingruppen, dass den Lernenden erlaubt sinnvoll und ganzheitlich aktiv zu sein, wie beispielsweise in Workshops oder in Projekten, macht den Schülern Spass und fördert positive Einstellungen zum Lernen, emotionales Lernen, soziale Kompetenzen und die Entwicklung positiver sozialer Normen.

13.6.2008

Service Angebote der Kampagne

- Auch der Zuwachs an Wissen und im Verständnis systemischer Zusammenhänge profitiert von Lernaktivitäten in Kleingruppen.
 - Die wechselseitige Kommunikation regt zum gegenseitigen Erklären und somit zum Überdenken von Zusammenhängen und Vertiefen von Faktenwissen an.
- Lernen in Workshops, Wettbewerben und Projekten ist ein geeigneter Ansatz für das emotionale Lernen in der Umweltbildung und für die Vermittlung des Verständnisses von Systemzusammenhängen.
 - Die genannten Serviceangebote für Spiele, Wettbewerbe, Workshops und Projekte in Bildungseinrichtungen sind viel versprechend und könnten noch erweitert werden.

13.6.2008

Zahlreiche öffentliche Veranstaltungen

- Der Kampagnenstart wurde am 13. April 2007 mit einer Veranstaltung in Wieselburg eingeleitet. Im Anschluss daran wurde eine Vielzahl weiterer Veranstaltungen im Rahmen der Kampagne durchgeführt und zahlreiche Veranstaltungen, die zu gegebenen Anlässen wie der NÖ Landesgartenschau oder dem Weltbodentag stattfanden, wurden durch die Kampagne unterstützt und ergänzt.
- Die öffentlichen Veranstaltungen boten gesamthaft betrachtet eine gute Plattform für die Interaktion zwischen verschiedenen Gruppen
→ Informationsvermittlung, Erlebnisbezug, aktive Beteiligung und wechselseitiges Lernen sowie ein kulturelles Rahmenprogramm werden auf gute Art und Weise kombiniert.
- Die öffentlichen Veranstaltungen verbinden vielfach Umweltbildung, Diskussion, wechselseitiges Lernen und vielfältige gemeinschaftliche Aktivitäten und verankern das Projekt erfolgreich im gesellschaftlich-kulturellen Leben.

13.6.2008

Zahlreiche öffentliche Veranstaltungen

Beispiel „Weltbodentag in Klosterneuburg“ (5.12.2005):

- Schüler und Schülerinnen sind an Informations- und Aktionsständen als Besucher und Ausstellende aktiv und präsentieren eigene Projekte zum Thema Boden.
- Hochrangige nationale und internationale Experten des Bodenschutzes stellen sich den Fragen von Schülern.
- Umweltlandrat Josef Plank stellt die Kampagne vor und verleiht gemeinsam mit dem Amerikanischen Bodenexperten Domy A. Adriano Bodenzeichen an mehrere Bündnisgemeinden.
- Synergien mit dem Erdfarbenprojekt werden durch die Versteigerung des Bodenfarbenbildes "Die Spirale des Lebens" zugunsten der Entwicklungszusammenarbeit im Bodenschutz mit Senegal bewirkt.
- Eine musikalische Reise um die Welt umrahmt die Veranstaltung kulturell und ein Expertenforum dient dem Wissensaustausch unter anerkannten Experten.

13.6.2008

Zahlreiche öffentliche Veranstaltungen

Der Weltbodentag in Klosterneuenburg:

- ⇒ eröffnete Schülerinnen und Schüler somit schon bei der Vorbereitung von Aktionsständen und eigenen Präsentationen sinnvolle Lerngelegenheiten in gemeinschaftlichem Kontext.
- ⇒ wirkte für zukünftige Schulprojekte zum Thema Bodenschutz und für die Teilnahme am Erdfarbenwettbewerb motivierend, da eine Präsentation und Wertschätzung gegeben wurde.
- ⇒ motiviert weitere Gemeinden durch die Verleihung des Bodenzeichens in feierlichem Rahmen zum Beitritt ins Bodenbündnis.
- ⇒ ermöglichte eine Interaktion zwischen Experten und Schülern und transdisziplinäres, wechselseitiges Lernen durch den Einbezug von Politik und Wissenschaft.
- ⇒ ermöglichte insbesondere im Expertenforum, einen praxisorientierten Erfahrungsaustausch auf hohem wissenschaftlichen Niveau.

13.6.2008

Zahlreiche öffentliche Veranstaltungen

- Ein kulturelles Rahmenprogramm ohne starke Anbindung ans Thema Bodenschutz - wie im Fall der vielfältigen musikalischen Beiträge am Weltbodentag - kann hilfreich sein, um:
 - die Stimmung aufzulockern;
 - die Bodenzentrierung einer Bodenveranstaltung zu mindern;
 - Personen für das Thema Bodenschutz zu interessieren, welche eine Veranstaltung zunächst nur wegen des kulturellen Rahmenprogramms besuchen.
- Die öffentlichen Veranstaltungen bewirkten wichtige und je nach Anlass unterschiedliche Synergieeffekte.
 - Beispielsweise kann eine Beteiligung an Anlässen wie der Landesgartenschau in Tulln im April 2008 den Bekanntheitsgrad der Kampagne erhöhen und viele Personen erreichen, während umgekehrt die Gartenschau von einer zusätzlichen, thematisch passenden Attraktion profitierte.

13.6.2008

Zahlreiche öffentliche Veranstaltungen

- Eine Kombination der Verleihung des Bodenzeichens mit anderen Anlässen wurde an Weltbodentagen oder beim Familien-Erlebnistag "Fruchtbarer Boden" in Furth genutzt, um Synergieeffekte zu erreichen. Kulturelle Aktivitäten wie der freie Besuch eines Museums und einer Kapelle sowie ein Glockenkonzert wurden in Furth angeboten, um die Veranstaltung aufzulockern und für weniger bodeninteressierte Personen attraktiv zu machen.
 - Aktions- und Informationsstände, eine Ausstellung und die Beteiligung der Schülerinnen an der Preisvergabe im Rahmen einer Publikumsjury machten die Schlussveranstaltung des Erdfarben Kreativ-Wettbewerbs beim Weltbodentag in St. Pölten am 3.12.2008 für die Schüler und Schülerinnen attraktiv. Freier Eintritt ins Landesmuseum nach dem Bodenevent eröffnete Lerngelegenheiten in der Landeskunde.
- ❖ **Die zahlreichen Veranstaltungen betten die Kampagne ins gesellschaftliche Leben ein, vermitteln Umweltbildung, ermöglichen wechselseitiges Lernen, wirken motivierend und erreichen viele weitere wichtige Synergien.**

13.6.2008

7. Förderung innovativer Projekte

- Im Zusammenhang mit der Initiative werden **innovative Projekte** zum Bodenschutz seitens des NÖ Landschaftsfonds gefördert.
- Die Projekte verfolgen wichtige Zielsetzungen wie, z.B.:
 - Alternativen zur Versiegelung des Bodens im privaten Bereich finden
 - Erhaltung landwirtschaftlicher Nutzflächen
 - Umstellung der Landwirtschaft auf biologische Wirtschaftsweise
 - Reduktion mineralischer Düngung durch das Aufbringen von Kompost
 - Ökologisch sinnvolle Gestaltung von Übergangszonen zwischen Siedlungen und umgebender Agrarlandschaft
 - Hochwasserschutz und Schutz gegen Wassererosion
 - Hochwasserschutz und naturnahe Gewässerentwicklung
 - Minimierung der Bodenversiegelung bei der Umnutzung von Flächen
 - Alternativen zur Versiegelung von Parkplätzen
 - Freiraumachsen zur Förderung nicht motorisierter Mobilität

13.6.2008

- Die Förderung von konkreten Projekten zum Bodenschutz ist wichtig, da hierdurch in Ergänzung zu Bewusstseins- und Umweltbildung, wechselseitigem Lernen und sozialem Engagement auch etwas konkret und gegenständlich fassbares für den Bodenschutz getan wird.
 - Hierdurch wird deutlich, dass wirklich etwas getan und nicht nur „geredet“ wird!
 - Die Glaubwürdigkeit und somit die Wertschätzung für symbolische Elemente der Kampagne (z.B. Bodenzeichen) wird hierdurch gestützt.
- Die getätigte Beschränkung der Förderungsmöglichkeiten auf „innovative Projektideen“ ist sinnvoll, da hierdurch potentiell mehr neue „Best Practices“ gefunden werden können.
 - Die Vorbild- bzw. Multiplikatorfunktion der Kampagne wird also hierdurch unterstützt.

Anmerkungen:

- Die Strukturierung in 5 Oberthemen wurde auch zur Beschreibung möglicher Zielsetzungen von bodenbezogenen Projekten verwendet, die im Rahmen der Initiative "Unser Boden - wir stehen drauf!," potentiell gefördert werden können.
- In Ihrer Website sind nun einige Projekte (4 von 31) doppelt dargestellt bzw. unter mehr als einem Oberthema; z.B. ist das Projekt „Kirchberg_Pielach_Wald“, das einzige „Bodenschatz“ Projekt; auch unter „fruchtbarer Boden zu finden“ Also sowohl auf <http://www.unserboden.at/bodenschatz.php> als auch auf <http://www.unserboden.at/fruchtbarerboden.php>

Hat das einen Grund? ... sind diese 4 Projekte, solche die zu mehreren Oberthemen passen? Wobei mir nicht ganz klar ist, wo beim Projekt „Kirchberg_Pielach_Wald“ der Bezug zu „Bodenschatz“ liegt.

- Zu allen Themenbereichen wurden innovative Projekte bewilligt.
 - ↔ im Bereich "Bodenschatz" sind es bislang nur wenige Projekte (bzw. nur eins bzw. keins), weshalb sinnvoll sein könnte Antragstellungen auf entsprechende Projekte besonders zu ermutigen; nur, was für Projekte könnten dies sein; ... vermutlich eher solche zu Amethysten und Thermalwässern und Erholung und Gesundheit als zu Erdöl.

Gesamtbeurteilung und Anregungen

- Die Gesamtbeurteilung der Kampagne aus meiner subjektiven Sicht als Umweltpsychologe fällt entsprechend den Beurteilungen für die Idee und die Zielsetzungen sowie die einzelnen Aspekte und Elemente der Kampagne „sehr gut“ aus.

Da ich nun nicht mehr Zeit haben (wir hatten ja verabredet, dass Sie die Präsentation heute erhalten), soll dass zunächst auch genügen; wichtiger scheint mir nun noch ein paar Anregungen zu geben.

- Meine Hauptanregung ist zunächst: „Weiter so!“ - Ich wünsche der Kampagne weiterhin viel Erfolg und gut Ideen.

Weitere Anregungen

- 1) Die vorliegende Beurteilung ist natürlich ad hoc und stützt sich auf die Dokumentation der Kampagne.
→ Eine mehr objektive, empirische Evaluation mittels Fragebogen würde ergänzend sicher zu gegebener Zeit Sinn machen.
- 2) Häufig gibt es in Kampagnen mehr gute Ideen als Kapazitäten für deren Umsetzung.
→ Der Boden ist eine solide Grundlage und somit sollte auch das Projekt solide bleiben, was beinhaltet, dass von der Vielzahl von Ideen zum Thema (welche bei Ihnen im Projektteam bestimmt entstehen – oder aber auch von meinen Anregungen), schliesslich nur solche angegangen und umgesetzt werden sollten, für die ausreichende Kapazitäten für eine solide und erfolgreiche Umsetzung vorhanden sind. Etwas anderes würde nicht zum Image der Kampagne (bzw. dem Boden als einer soliden Grundlage nachhaltiger Entwicklung) passen.

3. Boden ist ein wissenschaftlich hoch anspruchsvolles und komplexes Thema. Ein Verständnis des Umweltsystems „Boden“ erfordert **systemisches Denken** und **Interdisziplinarität**:

⇒ Im Boden laufen chemische, physikalische und biologische Prozesse ab!

⇒ **Der Boden kann somit als Lerngegenstand für eine systemisch und interdisziplinär orientierte naturwissenschaftliche Ausbildung von Schülern dienen.**

- *Wir hatten uns diesbezüglich ja auch schon am Telefon unterhalten und demnach gehen ja auch bestimmte Aktivitäten in NÖ in diese Richtung.*
- *Ich sehe auch, Sie haben am 14 Januar eine Veranstaltung zu Schule und Boden mit dem spannenden Titel:
„Nachhaltigkeit und Schule, unser Boden - unsere Welt“*

- Der Einbezug persönlicher Erfahrungen und konkreter Problemstellungen bzw. des konkreten Lerngegenstandes „Boden“, kann ganzheitliches und aktives Lernen ermöglichen und hierdurch die Motivationen für das Lernen in den Naturwissenschaften fördern. Zudem können hierbei Synergien aus dem integrativen Lernen mehrerer Naturwissenschaften entstehen.
- Der Boden ist zudem Teil eines Mensch-Umwelt Systems bzw. der Anthroposphäre und somit sind auch Sozialwissenschaften, Planungs-, und Wirtschaftswissenschaften etc. für den Boden relevant.

... er ist also als Gegenstand für interdisziplinären Unterricht in vielerlei Hinsicht geeignet.

4. Der Schwerpunkt „Jugend“ ist selbstverständlich richtig und wichtig. Man könnte aber überlegen noch einen Schwerpunkt auf ältere Menschen zu legen bzw. auf die Kommunikation zwischen Jung und Alt.
 - Was würden die Leute des Kampagnen Teams gerne in 20 Jahren für den Bodenschutz tun; und gibt es derzeit ältere Menschen, die dies schon jetzt möchten?

5. Und auch ein sozialer Schwerpunkt auf die Therapie von Kranken mit Bezug zum Boden ist gut denkbar! – Ein Modellprojekt zur sog. „Gartentherapie“ könnte ich mir da vorstellen.

Sie haben ja in NÖ mit dem „Moorbad Harbach“ in einer aktiven Bündnismgemeinde einen der größten Gesundheitsbetriebe Österreichs. Eventuell liesse sich ein entsprechendes Projekt dort gut umsetzen.

Derzeit (bis Ende 2010) läuft auch auf Europäischer Ebene eine Initiative zu diesem Thema „COST Action 866 Green Care in Agriculture“, von der man evtl. profitieren könnte.

Ich hoffe Sie können mit meiner Projektbetrachtung und den Anregungen etwas anfangen!

Das vorliegende Dokument ist wie besprochen zunächst nur ein Entwurf und wir besprechen uns diesbezüglich.