

Veronika Bräse

Außerschulische Umweltbildung

Positionierung und Perspektiven
am Beispiel des
Ökologischen Bildungszentrums München



PETER LANG
Europäischer Verlag der Wissenschaften

Inhalt

Einleitung	15
1 Theoretischer Rahmen und Zielsetzung	19
1.1 Entwicklung und heutiger Stand der Umweltbildung	19
1.1.1 Die Geschichte der Umweltbildung in Deutschland und weltweit	19
1.1.2 Von der Umwelterziehung zur Umweltbildung	20
1.1.3 Das Leitbild „sustainable development“ in der Umweltbildung	22
1.2 Die außerschulische Umweltbildung in Deutschland	26
1.2.1 Der Begriff „außerschulische Umweltbildung“	26
1.2.2 Vergleichsstudien zur außerschulischen Umweltbildung	28
1.2.3 Die Anbieter außerschulischer Umweltbildung	35
1.2.4 Regionale Schwerpunkte außerschulischer Umweltbildung	37
1.3 Die regionale Verankerung des Ökologischen Bildungszentrums	41
1.3.1 Der Raum als soziales Konstrukt	41
1.3.2 Die Operationalisierung des Begriffs „regionale Verankerung“	43
1.3.3 Zentrale Fragen und Hypothesen der Forschungsarbeit	45
1.3.4 Interne und externe Betrachtung der regionalen Verankerung	46
2 Erhebungsinstrumente und methodisches Vorgehen	51
2.1 Auswahl der Erhebungsinstrumente	51
2.1.1 Verschiedene Befragungsformen als zentrales Instrument	51
2.1.2 Auswahl der schriftlichen Dokumente	53
2.1.3 Übersicht über die Erhebungsinstrumente	53
2.2 Beschreibung der Erhebungsinstrumente	55
2.2.1 Befragung der Leiter des ÖBZ	55
2.2.2 Befragung und Beobachtung der Besucher des ÖBZ	57
2.2.3 Befragung der Dozenten des ÖBZ	60
2.2.4 Die Kooperationspartner des ÖBZ	60
2.2.5 Analyse des Programmangebots im ÖBZ	61
2.2.6 Das Konzept der Medienanalyse	63
2.2.7 Die Leitbildanalyse	64
2.3 Evaluierung der Erhebungsinstrumente	66
2.3.1 Beurteilung der verschiedenen Befragungsformen	66
2.3.2 Beurteilung der ausgewerteten schriftlichen Dokumente	68

3	Entstehung und Betrieb des ÖBZ	73
3.1	Entstehung und Struktur des Ökologischen Bildungszentrums	73
3.1.1	Natur- und kulturräumliche Rahmenbedingungen	73
3.1.2	Die Entstehung des Ökologischen Bildungszentrums	76
3.1.3	Die besondere Trägerstruktur	80
3.2	Finanzierung, Organisation und Leitbilder des ÖBZ	81
3.2.1	Die Bewirtschaftung des ÖBZ	81
3.2.2	Organisations- und Verwaltungsstrukturen im ÖBZ	83
3.2.3	Innerbetriebliche Leitbilder und ihre Einordnung	85
3.3	Angebot- und Besucherstruktur im ÖBZ	91
3.3.1	Das Besucherprofil	91
3.3.2	Das Programmangebot und seine Akzeptanz	98
3.3.3	Die Veranstaltungsarten und ihre Akzeptanz	103
3.4	Die Dozenten des Ökologischen Bildungszentrums	108
3.4.1	Das Dozentenprofil	108
3.4.2	Beschäftigungsverhältnisse der Dozenten	111
3.4.3	Themensuche und Methodenwahl	115
3.4.4	Das Betriebsklima aus Dozentsicht	119
4	Regionale Verankerung des ÖBZ	121
4.1	Interne Bemühungen des ÖBZ um regionale Verankerung	121
4.1.1	Öffnungs-, Veranstaltungszeiten und Besucherzahlen des ÖBZ	121
4.1.2	Die Erreichbarkeit des ÖBZ mit verschiedenen Verkehrsmitteln	123
4.1.3	Regionale Programmangebote des ÖBZ	125
4.1.4	Das Programmangebot Bildung für Nachhaltige Entwicklung	127
4.1.5	Werbung und Öffentlichkeitsarbeit des ÖBZ	129
4.2	Externe Sicht auf die regionale Verankerung des ÖBZ	132
4.2.1	Besucherzufriedenheit mit den Veranstaltungszeiten	132
4.2.2	Kritik an der Erreichbarkeit des ÖBZ	135
4.2.3	Die Akzeptanz des regionalen Programmangebotes	138
4.2.4	Die Akzeptanz der Bildung für Nachhaltige Entwicklung	140
4.2.5	Verankerung des ÖBZ in den Medien	143
4.3	Kooperationsbeziehungen und Leitbilder	148
4.3.1	Die verschiedenen Kooperationspartner des ÖBZ	148
4.3.2	Regionale Verankerung aus Sicht der Leiter des ÖBZ	151
4.3.3	Regionale Verankerung aus Sicht der Kooperationspartner	157
4.3.4	Inner- und außerbetriebliche Leitbilder im Vergleich	163

5	Positionierung und Perspektiven des ÖBZ	165
5.1	Das ÖBZ und andere Umweltbildungseinrichtungen	165
5.1.1	Das ÖBZ und das Umweltbildungsangebot in München	165
5.1.2	Positionierung des ÖBZ in der Umweltbildung in Bayern	167
5.1.3	Positionierung des ÖBZ in der Umweltbildung in Deutschland	168
5.2	Vorschläge zur Weiterentwicklung des ÖBZ	172
5.2.1	Ideen zur künftigen Finanzierung und Organisation	172
5.2.2	Wünsche zu Räumlichkeiten und zur Freiflächengestaltung	174
5.2.3	Möglichkeiten der Personalentwicklung	177
5.2.4	Weiterentwicklung des Programmangebots	180
5.2.5	Erschließung neuer Zielgruppen	183
5.2.6	Stärkung der Corporate Identity	185
5.3	Hemmnisse und Perspektiven nachhaltiger Stadtentwicklung	187
5.3.1	Problematik des Agenda 21-Prozesses in München	187
5.3.2	Bestehende und geplante Netzwerke	189
5.3.3	Entwicklung zur polyzentrischen Stadt	192
	Zusammenfassung	195
	Literatur	199
	Anhang	219