

HANDLUNGS- EMPFEHLUNGEN ZUM EMPOWERMENT VON MIGRANT_INNEN ZUM UMWELT- UND KLIMASCHUTZ

EMIGMA
2014

Prof. Dr. Marcel Hunecke

Prof. Dr. Ahmet Toprak

Dr. Anne Ziesenitz

Dr. Nilüfer Keskin

Dr. German Mendzheritskiy



Autor_innen:

Prof. Dr. Marcel Hunecke,
Prof. Dr. Ahmet Toprak,
Dr. Anne Ziesenitz,
Dr. Nilüfer Keskin,
Dr. German Mendzheritskiy

Zitiervorschlag:

Hunecke, M., Toprak, A., Ziesenitz, A., Keskin, N. & Mendzheritskiy, G.(2014). Handlungsempfehlungen zum Empowerment von Migrant_innen zum Umwelt- und Klimaschutz. Dortmund: FH Dortmund, Fachbereich für Angewandte Sozialwissenschaften.

Fachhochschule Dortmund

University of Applied Sciences and Arts

unter Mitarbeit von:



Die vorliegenden Handlungsempfehlungen sind ein Ergebnis des Forschungs-Projekts EMIGMA – Empowerment von Migrant_innen zum Umwelt- und Klimaschutz.

Gefördert durch:



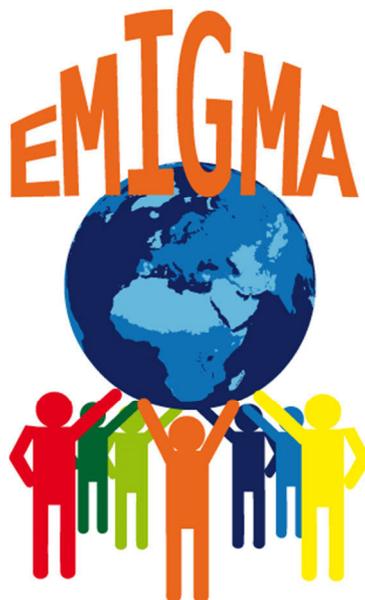
im Programm:



Kennziffer: 01UV1005

Inhalt

Einleitung.....	1
1 Allgemeine Handlungsempfehlungen.....	2
2 Spezifische Handlungsempfehlungen für ein umweltfreundliches Mobilitätsverhalten.....	27
3 Spezifische Handlungsempfehlungen für eine umwelt- und klimafreundliche Ernährungsweise.....	31
4 Spezifische Handlungsempfehlungen zum Verbrauch von Strom und Heizenergie (Wohnen).....	37
5 Nützliche Links.....	39
6 Literatur.....	42



Einleitung

Die hier formulierten Handlungsempfehlungen resultieren aus den Ergebnissen der repräsentativen Befragung, den vertiefenden Interviews, den Evaluationen der vier Modellprojekte und dem Erfahrungswissen von Praxisakteuren, die dem Projekt EMIGMA während der dreijährigen Laufzeit beratend zur Seite standen und mit denen zusätzlich zu spezifischen Fragestellungen Experten_inneninterviews durchgeführt wurden. Ziel ist es, Akteur_innen aus Migrantorganisationen (bspw. Moscheevereine, Alevitische Gemeinden, Elternvereine, Frauenvereine, russische und türkische Kulturvereine), Umweltschutzorganisationen (bspw. BUND, Greenpeace, NABU), Unternehmen (bspw. die Verbraucherzentralen, Stadtwerke, Verkehrsunternehmen) und anderen Einrichtungen dabei zu unterstützen, den Nachhaltigkeitsgedanken in den türkischen und russischen Communities zu verbreiten. Türkeistämmige und russischsprachige Migrant_innen sollen gezielt für den Klima- und Umweltschutz sensibilisiert und zu Verhaltensänderungen sowie zum Umweltschutzengagement auf institutioneller Ebene motiviert werden. Des Weiteren adressieren die Handlungsempfehlungen die verschiedenen Ebenen in Verwaltung und Politik und zeigen auf, an welchen Stellen Rahmenbedingungen derart zu gestalten sind, dass sie die Migrant_innen- und Umweltschutzorganisationen in ihrer Klima- und Umweltschutzarbeit unterstützen. Sei es durch entsprechende Projektausschreibungen oder direkte finanzielle Unterstützung.

Die Handlungsempfehlungen unterteilen sich in einen allgemeinen und einen spezifischen Teil. Im allgemeinen Teil werden strukturelle, strategische und organisatorische Empfehlungen gegeben. Diese gelten sowohl für das Klimaschutzengagement als auch für die drei im Projekt untersuchten Handlungsfelder Mobilität, Ernährung und Wohnen. Im spezifischen Teil wird dann auf die Besonderheiten in den drei Handlungsfeldern eingegangen und zwischen türkeistämmigen und russischsprachigen Migrant_innen differenziert.

1 Allgemeine Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der empirischen Befunde konnten eine Reihe von Zugangsbarrieren ermittelt werden, die dazu beitragen, dass das Thema Umwelt- und Klimaschutz und insbesondere das sichtbare Engagement in einer Umweltschutzorganisation bei türkeistämmigen und russischsprachigen Migrant_innen kaum verbreitet ist. Insgesamt ist das Wissen über das Thema Umwelt- und Klimaschutz sowie über bestehende Umweltschutzkampagnen, Mitmach- und Informationsangebote von Umweltschutzorganisationen eher gering. Es besteht auch die Tendenz, das Thema Umwelt- und Klimaschutz generell zu verniedlichen und als „*nicht so schlimm/wichtig*“ abzutun. Russischsprachigen und türkeistämmigen Migrant_innen fehlt zudem das Wissen wie sie in einer Umweltschutzorganisation mitmachen können und unter welchen Bedingungen. Die Umweltschutzorganisationen bieten eine Reihe von Möglichkeiten an, sich aktiv am Umweltschutz zu beteiligen. Die Möglichkeiten erstrecken sich von Arbeitskreisen, deren Arbeit eher konzeptionell und auf politischer Ebene angesiedelt ist, über regionale Umweltschutzgruppen, die sich vor Ort für den Umweltschutz einsetzen, bis hin zu Aktivist_innen, deren Arbeit einen nicht ungefährlichen körperlichen Einsatz erfordert, wie das Abseilen von Kühltürmen oder das Anketten an Schienen oder Bäumen. Neben einer aktiven Beteiligung besteht auch die Möglichkeit einer finanziellen Unterstützung, durch Geldspenden oder Mitgliedsbeiträge passiver Mitglieder. Die Umweltschutzorganisationen bieten auf ihren Internetseiten bereits genügend Informationen über diese Teilnahmemöglichkeiten und entsprechende Kontaktadressen an. Um diese Informationen nutzen zu können, bedarf es allerdings gewisser Voraussetzungen, wie das Wissen über die Existenz dieser Organisationen, die Internetverfügbarkeit, und eine entsprechende Kompetenz zur Nutzung der deutschen Sprache. Selbst wenn all diese Voraussetzungen erfüllt sind, wird auf den ersten Blick nicht deutlich, ob ein Mitgliedsbeitrag zu entrichten ist, wenn man sich engagieren möchte. Auch das praktizierte Anwerben von Mitgliedern im öffentlichen Raum ist kritisch, da hier das Vertrauen zu der Organisation mangels Wissen fehlt und dieses zumeist mit dem Ausfüllen eines Formulars einhergeht. Diese Art der Bürokratie kann abschreckend wirken, insbesondere dann, wenn das generelle Wissen über die Verbands- und Vereinsstrukturen in Deutschland fehlt und zudem eine Zusammenarbeit mit deutschen Behörden vermutet wird. Bei türkeistämmigen Migrant_innen kommt noch hinzu, dass das Unterschreiben von Dokumenten oder Formularen mit viel Furcht und Skepsis verbunden ist. Sie befürchten, sich für lange Vertragszeiten zu verpflichten, beim nicht Zahlen des Beitrages mit Sanktionen konfrontiert zu werden und im schlimmsten Fall mit ausländerrechtlichen

Konsequenzen rechnen zu müssen. Zudem ist eine Mitgliedschaft in der Regel mit Beiträgen verbunden.

Zwei Problembereiche lassen sich für die mangelnde Einbindung von Migrant_innen in Umweltschutzorganisationen anführen: 1. Die immer noch vorherrschende Komm-Struktur, die dadurch gekennzeichnet ist, dass Personen die Organisationen aus eigenem Antrieb finden und aufsuchen müssen. 2. Der Mangel an interkultureller Öffnung und damit auch interkulturellen Kompetenzen der Umweltschutzorganisationen. Man spricht in diesem Kontext von einer interkulturellen Öffnung, weil sich Umweltschutzverbände anhand strategischer Entscheidungen dazu bereiterklären, Handlungsansätze zu entwickeln und umzusetzen, welche den Anforderungen der türkeistämmigen und russischsprachigen Migrant_innen entsprechen. Nur so werden diesen die Zugänge zu allen Dienstleistungen, Produkten und Ressourcen der Umweltschutzverbände ermöglicht. Bei-



spielsweise mangelt es den Umweltschutzorganisationen an Personal mit Migrationshintergrund. Dies ist problematisch, da sich die Migrant_innen in eine ihnen unbekannte „Organisationskultur“ begeben und das Vertrauen in das bestehende „deutsche“ Personal der Umweltorganisationen eher gering ausgeprägt ist.

Weiterhin wird das Aufsuchen dadurch erschwert, dass die Treffpunkte der Regionalgruppen meist nicht in unmittelbarer Nähe zum eigenen Wohnstandort

bzw. im Aktionsradius der Migrant_innen liegen. Auch wenn die Vernetzung zwischen Umwelt- und Migrant_innenorganisationen bereits begonnen hat, ist sie immer noch gering ausgeprägt. Dies liegt auch daran, dass Umweltschutz und Nachhaltigkeit nicht zu den Kernthemen der Migrant_innenorganisationen und Einrichtungen gehören, da alltagspraktische Themen im Vordergrund stehen. Dies wird durch Sprachbarrieren, kulturelle Hemmungen gegenüber dem Thema Umwelt- und Klimaschutz sowie befürchtete Stigmatisierungen, d.h. als „geizig“ oder „öko“ abgestempelt zu werden, weiter verstärkt. Die aufgeführten Einstellungen, Ressentiments und Haltungen müssen überwunden werden, um einen Dialog einzuleiten und hiermit Ausgrenzungen zu verhindern.

1.1 Bestehende institutionelle Strukturen interkulturell öffnen

Grundsätzlich gilt, dass die Umweltschutzorganisationen Strukturen schaffen müssen, die für den Abbau von Zugangsbarrieren hilfreich sind. Die interkulturelle Öffnung von Orga-

nisationen ist hierbei von großer Bedeutung. Zu diesem Schluss kommen auch Kleinhüchelkotten und Neitzke (2012), die im Rahmen der Naturbewusstseinstudie 2011, Experteninterviews mit türkeistämmigen und russischsprachigen Jugendlichen im Alter von 18 bis 29 Jahren durchgeführt haben, in denen auch das ehrenamtliche Engagement thematisiert worden ist. Die interkulturelle Öffnung untermauert diesen Abbau von Zugangsbarrieren, da sie sich als Organisations-, Personal- und Qualitätsentwicklung versteht (Schröder 2007, S. 10). Die Organisationsentwicklung zielt darauf ab, Strukturen und Angebote durch die Mehrsprachigkeit der Mitarbeiter_innen, veränderte Öffnungszeiten und Öffentlichkeitsarbeit migrant_innenorientiert zu gestalten. Des Weiteren strebt die Qualitätsentwicklung an, interkulturelle Leitbilder und Zielsetzungen zu entwickeln (vgl. Schirilla 2007, S. 498). Die formulierten Leitbilder und Ziele einer Organisation dienen den Zielgruppen zur Orientierung. Hierzu sollte die Organisationen nicht nur auf einer Internetplattform verlinkt, sondern auch mit ihrem Leitbild (z.B. in einem Organigramm) dargestellt werden, so dass sich Interessent_innen, die Zielsetzungen und Aufgabenbereiche der Organisation ansehen können.

Allerdings ist die Verankerung der interkulturellen Öffnung in das Leitbild nur der erste Schritt. Sie muss dann auf der Personal-, Angebots- und Kooperationsebene umgesetzt werden. Der erste und wichtigste Schritt, den Umweltschutzorganisationen auf der Handlungsebene und im Rahmen der Personalpolitik gehen können, ist die hauptamtliche Beschäftigung von Personen mit Migrationshintergrund. Sie könnten bspw. Migrationsbeauftragte als Expert_innen einstellen. Durch diese Maßnahme wird eine Reihe von Zugangsbarrieren von Anfang an ausgeschaltet, da „Landsleute“ über die nötige Kultursensibilität verfügen und dadurch einen Vertrauensvorschuss genießen. Eine ähnliche Mentalität, geteilte Erfahrungen („gemeinsam fremd in Deutschland“) und vor allem die Muttersprache, können eine emotionale Verbundenheit und Vertrautheit schaffen, die deutsche Autochthon_innen oder andere Migrant_innen mit türkischen oder russischen Sprachkenntnissen kaum herstellen können. Auch wenn Umweltschutzorganisationen aus praktischen Gründen und Ressourcenknappheit nicht für jede Migrant_innenzielgruppe ein_e Muttersprachler_in einstellen können, ist hier das Einstellen einer Person aus einer der größeren Migrant_innengruppen als ein erster Schritt anzusehen. Zusätzlich bekräftigt die Qualifizierung des bestehenden Personals durch Aus-, Fort- und Weiterbildung (Bspw. Fortbildungen zum Thema Interkulturelle Kompetenz) die Personalpolitik der je-

weiligen Einrichtung. Da das Kerngeschäft der Umweltschutzorganisationen hauptsächlich über ihre ehrenamtlichen Mitarbeiter_innen läuft, ist auch die interkulturelle Schulung des ehrenamtlichen Personals bedeutsam. Dadurch kann das Verständnis von anderen Kulturen, aber auch ein Bewusstsein für die eigene kulturelle Prägung erreicht werden. Hierbei ist zu beachten, dass die interkulturelle Öffnung einer Organisation nicht auf dem Rücken der ehrenamtlich Beschäftigten ausgetragen werden darf. Wenn eine Organisation sich ernsthaft interkulturell öffnen will, dann muss sie Personal mit Migrationshintergrund einstellen. So äußert sich auch eine türkeistämmige Aktivistin die: *„Das festangestellte Personal sollte sich insbesondere interkulturell öffnen und erst dann sollten Ehrenamtler als Multiplikatoren fungieren. Die Arbeit sollte nicht auf Ehrenamtler übertragen werden. Wenn man Veränderungen nachhaltig bewirken will, sollten man alle Akteure (Organisationen, Mitarbeiter_innen, Netzwerke etc.) mit ins Boot holen.“* Des Weiteren sollten Umweltorganisationen und Migrantenorganisationen Angebote in unterschiedlichen Sprachen präsentieren oder Umweltthemen in die bestehenden Migrationsthemen aufnehmen sowie auf der Kooperationsebene umsetzen. An dieser Stelle ist anzumerken, dass Migrantenorganisationen ihre Kooperationen auch untereinander stärker ausbauen sollten, d.h. sich ebenfalls interkulturell stärker öffnen, um Synergieeffekte zu nutzen. Die kulturelle Arbeit, die auf die Pflege des eigenen Kulturgutes abzielt, steht hier nicht im Gegensatz zur interkulturellen Arbeit.

1.2 Synergieeffekte durch bestehende institutionelle Strukturen nutzen und dauerhaft stärken

Für die Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens empfiehlt es sich,



bereits bestehende organisatorische Strukturen zu nutzen. Dies gilt sowohl für die Ausbildung von Multiplikator_innen / Umweltlots_innen / Umweltbotschafter_innen als auch für die Erstellung von Informationsmaterial und Durchführung von Informationsveranstaltungen aller Art. Hierfür müssen die unterschiedlichen Akteur_innen voneinander wissen und zusammenarbeiten wollen. Um sich einen Überblick über die Orte und Treffpunkte von Akteur_innen zu verschaffen, eignet sich die Methode des Community Mappings

(Walter 2007). Hierbei werden die Akteur_innen und ihre Merkmale, wie deren Bedeutung in der Community, ihr Bezug zum Umweltschutz, ihre Zielgruppen u.ä., in eine Karte/ Stadtplan eingezeichnet. So erhält man schnell einen Überblick der räumlichen Verteilung der relevanten Akteur_innen vor Ort und kann diese gezielt aufsuchen. Dabei ist die Zusammenarbeit mit Personen aus der jeweiligen Community aufgrund ihres Erfahrungswissens unerlässlich. Ein türkeistämmiger Aktivist: *„Wenn wir mit Frauen gearbeitet haben, bei „Mütter ohne Grenzen“ oder anderen Frauenzentren, da gab es immer Ansprechpartner vor Ort, mit denen wir das Projekt zuerst besprochen haben.“* Auch wenn relevante Akteur_innen jeweils vor Ort neu ermittelt werden müssen, sind an dieser Stelle einige als Orientierung aufgelistet: Frauenvereine, Kulturvereine, Männercafés, religiöse Vereine, Umweltschutzorganisationen (Greenpeace, BUND oder NABU, Agenda 21 Büros), Verbraucherzentralen, Verkehrsverbände, Stadtwerke, Umweltbehörden, Behörden für die Stadtentwicklung, das Quartiersmanagement, interkulturelle Kommunikations- und Bildungsvereine, Beratungsstellen, Kindertagesstätten, Familienzentren oder Schulen. Auch die Bezirks- oder Bürgerämter können eine bedeutsame Rolle einnehmen, da sie meistens die erste Anlaufstelle für Migrant_innen sind.

Es gilt aber nicht nur die bestehenden Organisationen und Akteur_innen zu vernetzen, sondern es müssen auch Rahmenbedingungen geschaffen werden, die ein langfristiges Bestehen der nicht staatlichen Organisationen gewährleisten. Eine russische Aktivistin kommentiert: *„Die Strukturen sind sehr instabil.“* und stellt die Frage: *„Und wohin gehen die Leute, die man geschult hat? Es muss eine langfristige Perspektive oder Möglichkeit geben.“* Die Organisationen benötigen vor allem finanzielle Ressourcen, um ihre Arbeit langfristig fortsetzen zu können. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Ein Verein existiert, wenn er irgendwelche Finanzierung bekommt. Ständig eine Finanzierung zu bekommen ist natürlich sehr schwierig – das wissen wir alle – aber es wird immer schwieriger und schwieriger.“* Die Möglichkeit, über Umweltschutzprojekte finanzielle Mittel zu erhalten, kann für viele Migrant*innenorganisationen der Türöffner sein. Hier ist in erster Linie nicht der Umwelt- und Klimaschutz die Motivation, sondern die finanzielle Absicherung. Aber durch diese

kann eine
rung statt-
weitere
dieser Rich-
stoßen

Eine russi-
tin: *„Wir
Berlin un-*



Hintertür,
Sensibilisie-
finden und
Projekte in
tung ange-
werden.
sche Aktivis-
haben in
terschiedli-

che Vereine, aber es gibt keinen, der sich auf Klimaschutz spezialisiert hat. Maximal über Miniprojekte oder über das Quartiersmanagement.“

1.3 Schlüsselpersonen identifizieren, um leichter Zugang zu den Communities zu erhalten

Für die Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens und die Vernetzung mit anderen Organisationen sind Schlüsselpersonen unerlässlich. Denn häufig hängt es an Einzelpersonen und der entgegengebrachten Sympathie, ob ein Kontakt entsteht oder nicht. Ein türkistämmiger Aktivist: *„Nun ja, ich freue mich, wenn ich jetzt einige Mitarbeiter der Organisation davon reden höre, dass sie durch mich jetzt Fahrrad fahren [...].“* Schlüsselpersonen wissen mehr von den Mitgliedern der jeweiligen Communities (Frauen- und Kulturvereine, Chöre, religiöse Vereine, Männercafés, Umweltschutzorganisationen usw.) und ihrem

Leben, weil sie diese beraten, begleiten, informieren oder für sie arbeiten. Ein türkeistämmiger Aktivist: *„Diese Vorbildfunktion oder als Schlüsselperson zu agieren ist in jedem Fall vor allem im Kontext der Vereinsarbeit sehr wichtig. Die Organisationen sehen, dass sie einen Nutzen davon haben: Sie sind in der Öffentlichkeit präsent, können sich gut vernetzen und bringen somit den Verein oder die Organisation voran.“* Sie setzen sich in irgendeiner Form für die Community ein, sind gut mit ihr vernetzt und verfügen über einen guten Ruf bzw. sind hoch angesehen. Sie fungieren als „Brücke zwischen den Welten“ und öffnen die Tür in die jeweilige Community, da diese den Schlüsselpersonen vertraut sind und ihnen kognitive und soziale Kompetenzen zuspricht. Auch hier sind die, unter dem Punkt der interkulturellen Öffnung, genannten Aspekte des Vertrauens und des muttersprachlichen Bezugs elementar.

Insbesondere Fraueninitiativen einer Einrichtung oder Organisation spielen eine bedeutende Rolle, wenn es um Veränderungen und neue Impulse geht. *„Women quite clearly dominate in the new transcultural spaces“*(Müller 2001, S. 191). So bieten Frauengesprächskreise oder Rucksackprojekte, welche von Frauen federführend in die Hand genommen werden, gute Einstiegsmöglichkeiten in eine Community, sofern man die Frauen für das Thema Nachhaltigkeit gewinnen kann. Hierfür stehen die Chancen gut, denn insgesamt haben türkeistämmige und russischsprachige Frauen einen stärkeren Bezug zu dem Thema Umwelt- und Klimaschutz als die Männer, insbesondere, wenn der Bezug zu Kindern besteht. Ein „Rucksackprojekt“ ist ein Förderprogramm für die frühkindliche Bildung von Kindern mit einer Zuwanderungsgeschichte. Sie sind Produkte der kommunalen Integrationszentren (früher RAA genannt: Regionale Arbeitsstellen zur Förderung von Kindern und Jugendlichen aus Zuwandererfamilien) in NRW. Das Rucksackprogramm zielt darauf ab, im erzieherischen Bereich die Kompetenzen der Eltern zu stärken, das Interesse und Engagement der Kinder zu fördern und die bürgerschaftliche Zusammenarbeit mit den Bildungsinstitutionen zu unterstützen. Diese Erziehungspartnerschaft und das Engagement dienen dem Wohle des Kindes. Es setzt den Fokus voraus, dass es entwicklungsfördernd und zukunftsweisend ist. Es zielt explizit auf die Ausbildung muttersprachlicher Kompetenzen, die Förderung der deutschen Sprache sowie auf die Unterstützung der allgemeinen kindlichen Entwicklung ab. Dies wird im Elementarbereich mehrdimensional und strukturell durch die enge Zusammenarbeit von Mütter, Erzieher_innen sowie Einrichtungen oder Migrantinnenorganisationen, gefördert.

Grundsätzlich ist es von Vorteil, wenn sich diese Schlüsselpersonen nicht nur in den jeweiligen türkeistämmigen und russischsprachigen Communities/ Migrant_innenorganisationen gut auskennen, sondern auch mit den Strukturen der deutschen Organisatio-

nen vertraut sind. Bei der Suche nach Schlüsselpersonen in kleineren Migrant_innenorganisationen und Umweltschutzgruppen sollten unbedingt die Bedingungen für eine dauerhafte zeitliche Vernetzung der Schlüsselpersonen beachtet werden. Ansonsten kann ein gerade erst gewonnener Kontakt durch personelle Veränderungen oder die Schließung der Organisation, meist bedingt durch zu geringe finanzielle Ressourcen, verloren gehen. Eine russische Aktivistin: *„Ein Verein hält sich nur, wenn es einen Kern von Menschen gibt, der den Verein und die ganzen Aktivitäten zusammenhält. Wenn dieser Kern aus irgendwelchen Gründen auseinandergeht, dann besteht die Möglichkeit, dass der Verein sich auflöst. Die Strukturen sind sehr instabil.“*



Zu beachten ist, dass es sich bei den Schlüsselpersonen nicht zwangsläufig um gesellschaftlich anerkannte Personen handeln muss. Beispielsweise führt der Zugang zu einer Organisation nicht zwangsläufig über Vorstandsvorsitzende, sondern kann auch über eine andere, am Umweltschutz interessierte Person erfolgen. Dieser Sachverhalt erschwert das Auffinden von Schlüsselpersonen, was die Bedeutung von intensiven persönlichen Kontakten in der jeweiligen Community und deren Pflege hervorhebt. Ein Sonderfall unter den

Schlüsselpersonen stellen die Kinder von russischsprachigen Migrant_innen dar. Diese tragen neu Erlerntes in ihre Familien und können diese so auch für den Umwelt- und Klimaschutz sensibilisieren. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Problematisch ist gerade die 1. und 2. Generation (...). Wir müssen hier Fuß fassen und die Kinder großziehen. Es ist ganz wichtig, dass wir über die Kinder an die Eltern herankommen, vorsichtig. Denn es gibt so viele Vorurteile und Missverständnisse bei unseren Leuten, die hierhergekommen sind. Aber wenn die Kinder sagen „Mama, das macht man hier aber so. Dann hört die Mutti.“ Und eine andere russischsprachige Aktivistin ergänzt: „Über die Kinder erfolgt der erste Sensibilisierungsschritt.“*

1.4 Bedeutung der Muttersprache und Zweisprachigkeit bei der Kommunikation beachten

Die Muttersprache hat für beide Migrant_innengruppen eine zentrale Funktion. Sie ist im türkischen und russischen Sprachgebrauch nicht nur ein elementares Instrument zur Verständigung (Sprachkompetenz), sondern ein verbindendes Element mit der eigenen Kultur und zwischen den Menschen (kulturspezifisches Empfinden/ Kultursensibilität). Ein türkisches Sprichwort unterstreicht diese Aussage: Eine Sprache, ein Mensch, zwei Sprachen, zwei Menschen. Für die Kontaktaufnahme ist somit die Beherrschung der türkischen und russischen Sprache auf Seiten der Umweltschutzaktivist_innen und -akteur_innen eine notwendige, aber noch nicht hinreichende Bedingung. Diese wird von den Muttersprachler_innen erfüllt, welche die entsprechende Kultursensibilität mitbringen und durch eine ähnliche Mentalität Nähe und Vertrautheit zu ihren Landsleuten aufbauen. In dieser Atmosphäre fällt das Thema Klima- und Umweltschutz eher auf einen nährreichen Boden. Eine russischsprachige Aktivistin bringt dies auf den Punkt: „*Ich kenne*



Deutsche, die sehr gut Russisch sprechen und kompetent sind, aber ich würde mir von denen nichts erzählen lassen, was meine Kultur angeht, was ich zu tun und zu lassen habe. Das müssen im Umweltschutz aktive Landsleute sein.“

Allerdings ist die Bedeutung der Sprache generationsabhängig. So kann für die erste Generation das Verbreiten des Nachhaltigkeitsgedankens, aufgrund von geringen Deutschkenntnissen, mit Hilfe der Muttersprache elementar sein, aber für die dritte Generation kaum bzw. keine entscheidende Rolle spielen. Ein türkeistämmiger Aktivist spricht über seine Erfahrungen und bekräftigt die Sprachkompetenz der dritten Generation: „*Es ist nun Mal so, dass die dritte Generation besser Deutsch versteht als Türkisch*“. Der Einsatz der Muttersprache oder der deutschen Sprache bedarf somit eines gewissen Feingefühls. Für die erste ggf. auch für die zweite Generation ist eine erste Ansprache in der jeweiligen Muttersprache sinnvoll. Für die dritte Generation kann eine Ansprache in der Muttersprache auch Irritationen hervorrufen. Hier wären Kenntnisse in der deutschen und türkischen bzw. russischen Sprache hilfreich, da so bei Bedarf schnell zwischen den beiden Sprachen gewechselt werden kann. Dieser Wechsel entspricht auch dem alltäglichen Sprachgebrauch, da bestimmte Wörter in der türkischen oder russischen Sprache so nicht existieren bzw. umständlich umschrieben werden müssen.

Zweisprachigkeit des Informationsmaterials



Eine Besonderheit liegt in der schriftlichen Ansprache. Hier ist die Zweisprachigkeit unerlässlich. Mit Zweisprachigkeit ist gemeint, dass das Informationsmaterial in beiden Sprachen verfasst ist, so dass die Adressaten selber entscheiden können, welche Sprache sie bevorzugen. So könnte bspw. in einem Informationsflyer auf der einen Seite die Information in der Muttersprache und auf der andere Seite in deutscher Sprache verfasst sein. Es ist davon abzuraten, Informationsmaterial ausschließlich in türkischer oder russischer Sprache zu entwickeln. Die Gründe hierfür sind vielfältig: So kann sich ein Deutsch sprechender Migrant oder eine Deutsch sprechende Migrantin diskriminiert fühlen, wenn er oder sie einen Brief in türkischer bzw. russischer Sprache erhält. Hier schwingt vor allen das Vorurteil mit, dass die Migrant_innen kein Deutsch verstehen und man sie nur über ihre Muttersprache erreichen könne. Zudem entspricht die Verwendung von zwei Sprachen dem Alltag vieler Migrant_innen. Bei fehlender deutscher Sprachkompetenz, hat die Muttersprache natürlich eine wichtige Verständniskfunktion, da ohne sie das Verstehen des Textes kaum möglich ist. Daneben hat sie aber noch eine Wertschätzungs- und Anerkennungsfunktion. Durch die Verwendung der Muttersprache zeigt der/ die Absender_in, dass er oder sie den kulturellen Hintergrund der Adressat_innen wahrnimmt und wertschätzt. Zusätzlich können die zweisprachigen Informationsmaterialien die Sprachkompetenz fördern. Sind bestimmte Fachwörter aus dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsvokabular in der Muttersprache bzw. deutschen Sprache nicht bekannt, kann dies – bei entsprechendem Interesse – aus dem Text erschlossen werden. Zudem existieren bestimmte Begrifflichkeiten aus dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich in der türkischen und russischen Sprache nicht, so dass zwangsläufig auf die deutsche Sprache ausgewichen werden muss, wenn umständliche Umschreibungen vermieden werden sollen.



1.5 Die Ressourcen für das ehrenamtliche Engagement im Klima- und Umweltschutz stärken (Empowerment)

In Deutschland erfolgt das Umweltschutzengagement zumeist ehrenamtlich und/ oder mit einem geringen Budget für bestimmte Projekte. Auch, wenn einige Migrant_innen hauptamtlich beschäftigt sind, funktioniert nichts ohne das ehrenamtliche Engagement - genau wie in allen (Umweltschutz-) Organisationen. Ein türkeistämmiger Aktivist: *„Wir haben sowohl Ehrenamt als auch Projektarbeit zusammen gemacht. Sonst hätten wir diese ganzen Projekte in den letzten Jahren nicht auf die Beine gestellt.“* Eine türkeistämmige Aktivistin: *„Das ehrenamtliche Engagement ist das A und O! A und O!“* Aber langfristig geht es nicht ohne eine Anerkennung, Aufwandsentschädigung oder berufliche Perspektive (vgl. hierzu auch Kleinhückelkotten & Neitzke 2012).

Sowohl Personen, die sich für den Umweltschutz engagieren, als auch Personen, die die Absicht haben dies zu tun, zeichnen sich durch eine relativ hohe Selbstwirksamkeit (Kompetenzüberzeugung, sich trotz Widerständen für den Klimaschutz einsetzen zu können), Ergebniserwartung (Erwartung, dass mit dem eigenen Umweltschutzengagement gewünschte Erfolge erzielt werden) und Gruppenzugehörigkeit zu anderen Umweltschutzaktivist_innen aus. Aus der repräsentativen Befragung geht hervor, dass diese drei psychologischen Einflussfaktoren des Empowerments maßgeblich bestimmen, ob sich eine Person ehrenamtlich für den Klimaschutz engagiert oder nicht. Das Empowerment lässt sich mit „Selbstbefähigung“ und „Stärkung von Autonomie und Eigenmacht“ beschreiben und ist eine Sammelkategorie für alle solchen Ansätze und Prozesse, *„in denen die Menschen ihre Angelegenheiten selbst in die Hand nehmen, in denen sie sich ihrer Fähigkeiten bewusst werden, eigene Kräfte entwickeln und ihre individuellen und kollektiven Ressourcen zu einer selbstbestimmten Lebensführung nutzen lernen.“* (Herriger 2012). Wenn Menschen erst einmal eigene Erfahrungen von aktiver Gestaltungskraft und sozialer Anerkennung gemacht haben, dann fühlen sie sich ihrer Umwelt weniger ausgesetzt und entwickeln zunehmend den Mut sich gesellschaftlich einzumischen (Herriger 2012). Das Empowerment hat somit zwei Funktionen: Zum einen ist es eine wichtige Voraussetzung für das Umweltschutzengagement und zum anderen führt es zu positiven Emotionen, wie Stolz, Freude oder Verbundenheit mit anderen, was sich wiederum positiv auf das Engagement auswirkt. Eine türkeistämmige Aktivistin: *„Weißt du, deine Vision wird dann zu der gemeinsamen Vision deiner Mitstreiter, denen du kein Geld geben kannst, sondern ein gutes Gefühl von ‚Wir verändern wirklich die Gesellschaft‘ (...) Das Engagement wird da ganz anders bezahlt (...) Das bürgerschaftliche Engagement ist nichts anderes als das, die*

wollen sich als Teil des Ganzen fühlen.“ Ein türkeistämmiger Aktivist äußert: „Ich sehe das nicht nur als Arbeit oder Beruf, sondern als Berufung.“

Die Selbstwirksamkeit kann am besten durch eigene Erfolge, aber auch durch im Umweltschutz erfolgreiche Vorbilder oder durch Dritte, die an einen glauben, gestärkt werden. Somit sollten insbesondere bei neuen Gruppen, kleine Aktionen, deren Erfolge wahrscheinlich sind, oder größere Aktionen in Kooperation mit Vorbildern aus dem Umweltschutz durchgeführt werden. Im Sinne der Selbstwirksamkeit und der Ergebniserwartung, sollten die durchgeführten Umweltschutzmaßnahmen und -aktionen auch gesellschaftlich wertgeschätzt und anerkannt werden, bspw. durch eine Auszeichnung, ein Zertifikat oder eine Bescheinigung.

Um die Ergebniserwartung zusätzlich zu stärken, können Methoden wie, „Wie weit reicht mein Arm“ eingesetzt werden. Bei dieser Methode soll jedes Gruppenmitglied die Menschen zusammenzählen, die es direkt in seinem sozialen Umfeld erreichen kann. Wenn dies alle Gruppenmitglieder machen, wird der Einflussbereich sichtbar und die Wirkung des eigenen Tuns bedeutsamer.



Die Vernetzung mit anderen Umweltaktivist_innen dient nicht nur dem Austausch und der gemeinsamen Planung von Aktionen, sondern auch der Gruppenzugehörigkeit oder dem Gemeinschaftsgefühl. In der Gruppe Gleichgesinnter können Erfahrungen ausgetauscht werden und man erfährt Unterstützung und Zuspruch (was sich positiv auf die Selbstwirksamkeit auswirkt). Gruppenbildungsmaßnahmen können die Entwicklung eines Gemeinschaftsgefühls verstärken. Für russischsprachige Migrant_innen der ersten und zweiten Generation, in Einzelfällen auch der jüngeren Generation, ist allerdings die direkte Zugehörigkeit zu einer Umweltschutzgruppe weniger wichtig, als die „gefühlte virtuelle“ Gruppenzugehörigkeit zu Umweltschutzaktivist_innen. Das „gelebte“ Zugehörigkeitsgefühl findet sich eher in Bezug zur Ethnie „ich bin Russin“. Hierin unterscheiden sie sich von den türkeistämmigen Migrant_innen, bei denen das gemeinsame Tun, der Austausch in der Gruppe und das Gemeinschaftsgefühl bedeutsam sind. Den russischsprachigen Migrant_innen geht es eher um die Lebensphilosophie, wie „Das Große im Kleinen anzufangen“ und „dass man erst dafür sorgen muss, dass in seiner kleinen Welt (Haushalt, Umfeld) umweltbewusst gelebt wird.“ Die Zielorientierung, d.h. die Umsetzung der Ideen

und die Inhalte des Umwelt- und Klimaschutzengagements, ist wichtiger als die Gruppenzugehörigkeit, die nach Meinung einiger Aktivist_innen der Zielorientierung eher im Wege steht. Eine russische Aktivistin: „*Wir wollen nicht nur sitzen, Tee trinken und quatschen, sondern etwas tun!*“ Somit kann es bei den russischsprachigen Aktivist_innen vorkommen, dass ihr Umweltengagement „unsichtbar“ bleibt, weil sie sich in ihrem privaten sozialen Umfeld engagieren, ohne an eine Organisation angebunden zu sein. Für das Engagement spielt somit die eigene Herkunft eine geringe Rolle, d.h. sie müssen nicht als russischsprachige Umweltschutzaktivist_innen identifizierbar sein.



Anders sieht es bei kulturspezifischen Organisationen aus, deren Ziel es ist, die russische Kultur und Sprache zu erhalten. Bei den türkeistämmigen Migrant_innen ist es hingegen wichtig, dass ihre Herkunft oder Zugehörigkeit nach außen hin sichtbar ist, d.h. sie als türkeistämmige Umweltaktivist_innen zu erkennen sind. Ein türkeistämmiger Aktivist: „*Wir haben*

eine Homepage auf Türkisch und Deutsch eingerichtet, damit unsere Aktivitäten und Aktionen zu sehen waren. Die Homepage wurde natürlich immer wieder aktualisiert. Wir haben aber auch eine Zeitschrift in zwei Sprachen herausgegeben, bei der immer wieder ein Thema im Vordergrund stand.“ Die Haltung der russischsprachigen Migrant_innen ist auf zwei Gründe zurückzuführen. Erstens wird aus historischen Gründen das sichtbare Engagement in und die Zugehörigkeit zu einer Partei/ Organisation oder „die Fahne schwingen“ für eine politische Angelegenheit eher kritisch gesehen. Zudem sind Umweltschutzorganisationen in dieser Form des bürgerschaftlichen Engagements in Russland erst in jüngerer Zeit entstanden bzw. auf legale Weise möglich. Migrant_innen der ersten und zweiten Generation kennen diese Art des bürgerschaftlichen Engagements nicht. Eine russischsprachige Aktivistin: „*Wir hatten vor 20 Jahren in Russland überhaupt gar keine solchen Organisationen. Die jüngeren Generationen die kennen das und engagieren sich auch in Russland. Diese Art von Umweltorganisationen ist uns, also meiner Generation, unbekannt. (...). Wenn ich das gerne möchte, ist das kein Thema, sich zu engagieren. Aber das hat nichts damit zu tun, dass ich zu einer Umweltschutzgruppe gehören möchte.*“ Eine andere Aktivistin ergänzt: „*Der Abgrenzungsmechanismus – wir als Gruppe – ist nicht so groß. Weil man als Russischsprachiger schon zu einer Minderheit gehört.*“ Zweitens wird „*die ehrenamtliche Tätigkeit (wird) von russischsprachigen Migrant_innen nicht besonders*

hoch geschätzt“, so eine russischsprachige Aktivistin. Mit dem Ehrenamt wird eher Ausnutzung verbunden. Auch dies steht im Gegensatz zu der türkeistämmigen Community, in der das Ehrenamt einen hohen Stellenwert hat. Auch hier spielen historische Gründe eine Rolle, denn in der ehemaligen Sowjetunion waren die Menschen nach Bedarf verpflichtet einen „Sozialdienst“ abzuleisten, sei es als Erntehelfer, Bauarbeiter oder Putzkraft. Verschärft wird das Gefühl der „Ausnutzung“, wenn Erwerbslosigkeit vorliegt und durch das ehrenamtliche Engagement, die Hoffnung besteht auf dem ersten Arbeitsmarkt „Fuß zu fassen“. Stellt sich dann heraus, dass keine berufliche Perspektive in Aussicht steht, bspw. wenn ein Umweltschutzprojekt nicht verlängert wird, dann ziehen sich die Personen aus dem ehrenamtlichen Engagement zurück. Um hier entgegenzuwirken ist eine Aufwandsentschädigung – und sei sie noch so gering – elementar. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Über das Ehrenamt haben wir so viele gut qualifizierte Leute bekommen, also auch hochqualifizierte Leute, die unsere Projekte mitgestaltet haben. Und jetzt versuche ich diese Leute zu halten und versuche immer diese Arbeit zu belohnen. Nicht so viel, manchmal 20 Euro, manchmal 100 Euro, je nach dem, was wir zur Verfügung haben. Aber das ist eine gute Möglichkeit, um diese Menschen zu halten.“* Trotz dieser Gefahr, besteht die Möglichkeit über das ehrenamtliche Engagement eine hauptamtliche Tätigkeit zu erlangen. Diese Möglichkeit erkennen nur wenige russischsprachige Migrant_innen. Hier herrscht ein Aufklärungsbedarf, bspw. könnte man bei der Akquise von Teilnehmer_innen für Umweltschulungen auf diese Chance hinweisen, um dadurch das Ehrenamt attraktiver zu machen. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Man sollte den Leuten, die geschult werden sollen, auch sagen, dass sie so die Möglichkeit bekommen, auf dem ersten Arbeitsmarkt einen Platz zu finden. Besonders für die Leute, die Interesse am Umwelt- und Klimaschutz haben.“* Bei russischsprachigen Migrant_innen, die ein Dankbarkeitsgefühl gegenüber Deutschland als Aufnahmeland haben, kann dieses als zusätzliche Motivation für das Klima- und Umweltschutzengagement in Deutschland genutzt werden.

Unabhängig von ihrer kulturellen Herkunft benötigen ehrenamtliche Umweltaktivist_innen nicht nur Stärkung ihrer innerpsychischen Ressourcen, sondern auch Unterstützung bei ihren Aktivitäten und Wissen, das mehr auf der Ebene von Umsetzung, Organisation und Strategie angesiedelt ist, als auf der Ebene des inhaltlichen Faktenwissens. Abhängig vom Wissensstand und der Art der Aktivitäten (im sozialen Umfeld oder auf institutioneller Ebene), empfiehlt sich eine weitere Professionalisierung, um qualitativ hochwertig arbeiten und arbeitsfähig bleiben zu können. Dies ist wichtig, um als vertrauenswürdiger und kompetenter Ansprechpartner wahrgenommen zu werden. Eine türkeistämmige Aktivistin: *„Wenn ich die Menschen erreichen will, dann reicht es nicht, dass ich*

das authentisch rüberbringe, sondern ich muss selbst davon überzeugt sein und ich darf nicht an der Qualität sparen. (...) Ich muss professionell arbeiten, damit sie mich besser akzeptieren.“ Für die Aktivist_innen können Weiterbildungen zu folgenden Themenfeldern sinnvoll sein: Öffentlichkeits- und Pressearbeit, Internetkompetenz, Textgestaltung und Layout, Ausrichtung von Veranstaltungen, Wissen über die Strukturen der deutschen Umweltverbände und deren Einflussmöglichkeiten sowie Fundraising und das Schreiben von Projektanträgen. Da Aktivist_innen ihr Wissen weitervermitteln, sind Moderationsmethoden und Didaktik sowie Wissen über Gruppendynamik und -konflikte relevant.

1.6 Niederschwellige, zweisprachige (Beratungs-)Angebote durch Multiplikator_innen aus dem sozialen Umfeld der türkeistämmigen und russischsprachigen Migrant_innen implementieren

Um möglichst viele Migrant_innen zu erreichen, müssen die Angebote, die den Umwelt- und Klimaschutz fördern, möglichst einfach in Anspruch zu nehmen, d.h. niederschwellig, sein. Die Niederschwelligkeit von Angeboten bezieht sich sowohl auf den Wissensstand und die Lebenssituation der Zielgruppen als auch auf die räumliche und zeitliche Erreichbarkeit. Niederschwellige Angebote müssen an der spezifischen Lebenssituation, dem Wissensstand und den umweltbezogenen Einstellungen der Migrant_innen ansetzen. Sie sollten „da abgeholt werden, wo sie gerade stehen“. Dies bedeutet zunächst einmal, dass die Angebote zweisprachig sein müssen, was insbesondere für die türkeistämmige Communities gilt. Wenn Personen noch gar nicht für den Umwelt- und Klimaschutz sensibilisiert sind, dann empfiehlt sich die Verknüpfung mit lebensnahen Alltagsthemen, wie Gesundheit (Ernährung und Bewegung), Bildung, Religion, Geld sparen, eigene Kompetenzen stärken, Tierschutz oder den Erhalt unserer Umwelt für die nachfolgenden Generationen. Welches Thema der jeweilige Türöffner ist, muss von Zielgruppe zu Zielgruppe erneut ermittelt werden. Eine türkeistämmige Aktivistin: *„Ich habe überlegt, was der Anknüpfungspunkt bei einer (türkeistämmigen) Hausfrau sein könnte: Ich sitze zu Hause und habe fünf Kinder und arbeite nicht, also ich bin von meinem Partner abhängig, kann die Sprache nicht, bin in einem fremden Land.“* und in einem anderen Projekt konnten Jugendliche, über die Möglichkeit ihre eigenen Lieder (Rap) oder Filme zu drehen, für das Thema sensibilisiert werden. Ein türkeistämmiger Teilnehmer vom Modellprojekt „Let’s talk about cöp“ bspw. äußerte sich wie folgt: *„Es ist schön durch Fotos oder Filme sich zum Thema äußern zu können. Dadurch haben wir eine andere positive Sichtweise erhalten.“* Bei der Entwicklung von niederschweligen Umweltschutzangeboten bedarf es somit einer hohen Empathiefähigkeit und Kreativität auf Seiten der ausführenden Personen. Die Praxis-

partner_innen verfolgen bei ihren Umweltbildungsangeboten für Migrant_innen den Ansatz des ganzheitlichen/handlungsorientierten Lernens. Eine türkeistämmige Aktivistin: „*Es läuft wirklich über Kopf, Herz und Hand.*“ und eine russischsprachige Aktivistin ergänzt: „*Wir versuchen nicht nur Seminare zu veranstalten, sondern wollen, dass die Leute mit Händen und Füßen mitmachen und alles selber erfahren. Den Geschmack auf der Zunge haben.*“ Für Umweltschutzmaßnahmen gilt allgemein, so auch hier, dass sowohl Handlungskonsequenzen als auch Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt und das eigene Verantwortungsgefühl gestärkt werden sollte. Allerdings ist das Verantwortungsgefühl je nach Verhaltensbereich unterschiedlich stark bedeutsam, bspw. Kommt der personalen ökologischen Norm, d.h. die persönliche moralische Verpflichtung durch das eigene Verhalten einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, im Bereich Mobilität eine geringere Beachtung zu als bei der Ernährung.



Neben der Berücksichtigung des Wissensstands und der Lebenssituation, müssen niederschwellige Angebote räumlich und zeitlich gut zu erreichen sein. Hilfreich ist hier die Etablierung von Geh-Strukturen, d.h. die Migrant_innen werden an ihren Treffpunkten angesprochen und müssen nicht die Räumlichkeiten von Umweltschutzorganisationen aufsuchen. Um die genannten Kriterien zu erfüllen und „inter-

kulturelle Stolpersteine“ (Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V., 2012) zu vermeiden, empfiehlt sich der Einsatz von Multiplikator_innen, die direkt aus der jeweiligen Community kommen. Diese sprechen die Landessprache, sind mit den Umgangsformen und der Lebenssituation vertraut (Kultursensibilität), kennen die Treffpunkte und können in einem ungezwungenen Rahmen, bspw. beim Tee/Kaffee trinken, in den Kultur- und Frauenvereinen oder in den Männercafes beim Backgammonspiel ihr Wissen weitergeben. Sie können aber auch umfangreichere Energie-, Verkehrs-, Ernährungs- oder generelle Umweltberatungen in den Haushalten oder in ihren Organisationen und Vereinen vornehmen. Dabei ist zu bedenken, dass im Gegensatz zu der deutschen Kultur, bei türkeistämmigen und russischsprachigen Migrant_innen, Hausbesuche eher willkommen sind und nicht als Grenzüberschreitung wahrgenommen werden. Voraussetzung ist allerdings, dass die Multiplikator_innen der Community nicht gänzlich unbekannt sind und dass zuvor ein Termin vereinbart wurde. Eine russischsprachige Aktivistin: „*Für die Ener-*

gieberatung lassen die Leute niemanden in ihre Wohnung, aber uns schon. Ich selber habe das oft gemacht, so ca. 700 Mal pro Jahr.“ Multiplikator_innen können sowohl Personen sein, die sich bereits aktiv für den Umweltschutz in einer Organisation oder Gruppe einsetzen, als auch Personen, die nicht an eine Umweltschutzorganisation oder -gruppe gebunden sind, sondern sich als „Privatperson“ in ihrem sozialen Umfeld für den Umweltschutz engagieren möchten. Bei der Ausbildung und der Akquise von (weiteren) Multiplikator_innen können bereits bestehende institutionelle Strukturen genutzt werden. An erster Stelle sind die bereits bestehenden Umweltorganisationen von Migrant_innen zu nennen, wie Yesil Cember, Agenda 21 für Migranten, Tangere oder das Türkisch-Deutsche Umweltzentrum. Diese sind sowohl Expert_innen für ihre eigene Community als auch für das Thema Umwelt- und Klimaschutz. Da diese Organisationen keine flächendeckenden Angebote machen können, empfiehlt es sich, dass sie mit Institutionen, wie die Verbraucherzentrale, Verkehrsverbünde/ ÖPNV-Unternehmen, Stadtwerke sowie Umweltorganisationen kooperieren. Voraussetzung ist, dass die deutsche Sprache auf Seiten der Multiplikator_innen beherrscht wird oder es Angebote in der türkischen oder russischen Sprache gibt. Alle genannten Institutionen sollten für die Akquise der Teilnehmer_innen eng mit weiteren Migrant_innenorganisationen zusammenarbeiten.

1.7 Über multiple Kommunikationskanäle senden und Synergieeffekte nutzen

Für die Verbreitung des umwelt- und klimaschutzbezogenen Wissens ist die Nutzung von unterschiedlichen Kommunikationskanälen bedeutsam: Hier kommen die bereits erwähnten Multiplikator_innen oder Umweltlots_innen ins Spiel, die im sozialen Umfeld, bei sozialen Treffpunkten (Frauengruppe, Männercafés, Nachbarschaftstreffen u.ä.) oder in privaten Haushalt, aktiv werden. Hier schließen sich auch Informationsveranstaltungen oder Schulungen in Migrant_innenorganisationen an. Zudem können Umweltthemen in Integrationskursen, insbesondere im Orientierungskurs Modul 7 und in Alphabetisierungskursen behandelt werden. Bei der Ankündigung von Veranstaltungen und Aktionen



zum Klima- und Umweltschutz ist zu beachten, dass Plakate oder Flyer einen geringeren Effekt haben als eine Mund-zu-Mund-Propaganda oder eine persönliche Einladung. Dies trifft insbesondere auf die russischsprachigen Migrant_innen der ersten und zweiten Generation zu, da diese Formen der Informationsvermittlung in

nicht staatlichen Bereichen nicht üblich waren und die staatliche Informationsvermittlung meist negativ konnotiert ist. „Das ist Propaganda, da schaut man nicht hin und geht schnell vorbei“. Eine russischsprachige Aktivistin: „Flyer und Plakate sind teuer und die Leute reagieren nicht. Aber durch ein Gespräch in der Straßenbahn oder im Geschäft (...). So haben wir viele Zuhörer gesammelt, durch so einen Trick (...). Es läuft auf der Vertrauensbasis. Flyer und Plakate sind etwas ganz anderes, das liegt außerhalb unserer traditionellen Kultur.“ Ein türkeistämmiger Aktivist ergänzt: „... da wir wenig finanzielle Ressourcen hatten, waren wir dankbar, dass unser Engagement über Mund- zu- Mund Propaganda verbreitet wurde.“

Das bestehende Informationsmaterial zu umweltrelevanten Themen sollte in mehreren Sprachen zur Verfügung gestellt werden. Das bestätigte ein türkeistämmiger Aktivist: "Da wir die zweisprachigen Zeitschriften bundesweit verteilt haben, konnten wir dadurch mehrere Personen erreichen." Hiermit haben die schon aktiven Umweltschutzorganisationen bereits begonnen. Darüber hinaus könnten die bestehenden Informationsbroschüren und Handbücher für Migrant_innen und Neuzuwander_innen der Städte und Kommunen –

kurz „Wegweiser“ genannt – eine zusätzliche Seite beinhalten, auf der Umweltschutzverbände und -gruppen aufgelistet sind. In ihrer ursprünglichen Form geben die Wegweiser einen Überblick über die für Migrant_innen relevanten Ämter, Beratungsstellen, Verbände, Migrant_innenorganisationen und Einrichtungen, so dass sie diese fachlichen Hilfen gezielt in Anspruch nehmen können. Durch die Ergänzung einer Umweltseite wird der Stellenwert des Umwelt- und Klimaschutz herausgestellt und der Möglichkeitsraum, auch in einer Umweltschutzorganisation die soziale und kulturelle Integration erleben zu können, erweitert. Zudem können hier bereits erste ganz praktische Alltagsinformationen gegeben werden, bspw. dass Trinkwasser in Deutschland von guter Qualität ist, dass die Heizung manuell geregelt werden kann oder wie Mülltrennung funktioniert. Eine russische Umweltaktivistin: *„Gerade Neuankömmlinge sind mit ganz alltäglichen Dingen nicht vertraut. Wasser aus dem Wasserhahn darf man in Russland nicht trinken und die Heizungen haben kein Ventil. Das sind viele Kleinigkeiten, die sich aus dem ursprünglichen Alltag ergeben. Wo kann man diese Information bekommen? Unsere Traum ist, dass alle Neuankömmlinge über Stellen oder Behörden, wie Jobcenter, Verbraucherzentrale oder Bürgerämter, informiert werden.“*

Zusätzlich zu den Broschüren und Handbüchern, ist eine Internetplattform mit bestehenden Umweltschutzangeboten hilfreich. Eine umfangreiche Internetrecherche im Mai 2013 zu mehrsprachigen Umwelt-/Klimaschutzangeboten für/ mit Migrant_innen ergab nur wenige Treffer. Für die Internetplattform bedarf es einer Organisation, die am besten an eine Kommune angebunden ist. Diese übernimmt die Sammlung, Bündelung und Bereitstellung der Informationen auf der Internetplattform. Die Anbindung an eine Kommune begründet sich zum einen in der Beständigkeit der Organisation sowie der verfügbaren Ressourcen und zum anderen können so Personen erreicht werden, die sich nicht für den Umweltschutz interessieren, aber bspw. den Stromanbieter wechseln wollen. Die Plattform sollte nach Möglichkeit Angebote auf Bundes-, Landes-, regionaler sowie lokaler Ebene bereitstellen. Natürlich bieten auch die türkeistämmigen und russischsprachigen Medien eine Möglichkeit, um auf das Thema aufmerksam zu machen. Aber auch weniger verbreitete Zeitschriften sollten in Erwägung gezogen werden, wenn diese eine bestimmte Zielgruppe erreichen. So konnten zum Beispiel die Mitarbeiter_innen der Agenda 21 für Migrant_innen aus Hannover, Bewohner_innen eines Sozialbaugebietes in der „Sanierungszeitung“ über umweltrelevante Themen informieren.

1.8 Soziale Modelle als Vorbilder nutzen

Personen, die in der türkischen und russischen Community anerkannte Persönlichkeiten sind, können als Vorbilder dienen. Dies sollten vornehmlich Personen sein, die sich für die Communities in irgendeiner Form einsetzen, gut vernetzt sind und über einen guten Ruf verfügen. Hierbei handelt es sich weniger um „Prominente/VIPs“, die gerne in der deutschen Kultur für die Bewerbung von bestimmten Aktionen herangezogen werden, wie Günther Jauch oder Barbara Schöneberger. Die bedeutsamen Personen müssen in den jeweiligen Communities identifiziert und für das Thema Umwelt- und Klimaschutz gewonnen werden. Vorbilder können auch gleichzeitig als Schlüsselpersonen fungieren. Die Presse oder Angehörige der jeweiligen Community sind eine gute Möglichkeit, um sich über das Ansehen oder den Status einer Person zu erkundigen. Die Vorbilder müssen nicht zwangsläufig einen hohen formalen Status innehaben. In beiden Migrant_innengruppen ist der Ruf, den eine bestimmte Person in Migrant_innenkreisen oder in der Gesellschaft insgesamt hat, bedeutsamer, als der formale Status. Diesbezüglich sind Persönlichkeitseigenschaften und das tatsächlich gezeigte soziale oder bürger-schaftliche Engagement in der Gemeinde elementar. Aus der Perspektive eines formalen Status lassen sich folgende Positionen als geeignete Vorbilder benennen: Der Konsul, Vor-



standsvorsitzende und Geschäftsführer_innen von Migrant_innenorganisationen, religiöse Instanzen (wie Imame, Vorbeter, „Dede“, „Hoca“), Lehrer_innen, Professor_innen und Künstler_innen. In der russischen Community spielt der formale Status eine geringere Rolle, als in der türkischen Community. Potenzielle Vorbilder finden sich in

russlanddeutschen Vereinen oder Kultur- und Kirchenvereinen. Zu beachten ist, dass Lehrer_innen, Ärzt_innen oder Wissenschaftler_innen eher Respekt gezollt wird, als Personen aus der Politik. Bei religiösen Menschen können religiöse Instanzen der russisch-orthodoxen, katholischen oder evangelischen Kirche eine Vorbildfunktion übernehmen.

Bei den zuvor genannten Vorbildern handelt es sich um Personen aus anderen Tätigkeitsfeldern, die zunächst für den Klima- und Umweltschutz gewonnen werden müssen, um

dann auch für diesen Bereich zu werben. Eine andere Art von Vorbildern sind Personen, die sich bereits für den Umwelt- und Klimaschutz einsetzen. Wie sich zeigte, gehören in bestimmten türkischen und russischen Communities bereits Umweltschutzaktivist_innen mit Migrationshintergrund gerade durch ihr erfolgreiches Umweltschutzengagement zu den anerkannten Persönlichkeiten und dienen damit gleichzeitig als Vorbilder für einen aktiven Umwelt- und Klimaschutz. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Es gibt eine bestimmte Anzahl von Leuten, die hinter meiner Organisation stehen. Sie kommen einfach, um mir zu zuhören (...). Und plötzlich hat der Mann einen Bioladen eröffnet und sein Bioladen funktioniert sehr sehr gut und er kommt mit seinen Biolebensmitteln auch zu unseren Umweltschutzveranstaltungen. Er ist auch ein Vorbild.“*

Der Erfolg und die Medienpräsenz dieser erfolgreichen Umweltschutzaktivist_innen strahlen auf die jeweiligen Communities und Organisationen aus und erhöhen bei diesen wiederum die Akzeptanz und Förderung von Umweltschutzprojekten. Umweltaktivist_innen, die auch persönlich einen nachhaltigen Lebensstil praktizieren, haben insbesondere bei den russischsprachigen Migrant_innen eine Vorbildfunktion.

Kulturelle Besonderheiten bei Hausbesuchen und Beratungsgesprächen in der türkischen Community beachten

Die folgenden Empfehlungen für Hausbesuche und Beratungsgespräche sind in einem anderen inhaltlichen Kontext der Arbeit mit Migrant_innen entstanden (Aktion Jugendschutz, Landesstelle Bayern, 2012), lassen sich aber aufgrund ihrer Allgemeingültigkeit ohne weiteres auf Beratungsgespräche im Umweltschutzkontext übertragen. Diese Hinweise sind für Akteur_innen hilfreich, die selbst nicht in der türkischen Community sozialisiert worden sind.

Der Gesprächskontext

Zur Begrüßung die Hand geben - eine kritische Angelegenheit: Dieses Ritual ist wichtig und eine Willkommensbotschaft an die andere Person, allerdings vermeiden streng religiöse Personen den gegengeschlechtlichen Körperkontakt außerhalb der Familie. Somit sollte ein Mann einer streng muslimischen Frau nicht die Hand zur Begrüßung geben und eine Frau auch keinem streng muslimischen Mann. Aus Höflichkeit würde die Geste zwar beantwortet werden, aber dies könnte die Stimmung beeinträchtigen.

Bei Hausbesuchen müssen die Schuhe ausgezogen werden, auch wenn die Gastgeber_innen den Besuch auffordern die Schuhe anzubehalten. Diese Aufforderung ist ledig-

lich eine Höflichkeitsfloskel. Das Schuhausziehen kann aus religiösen Gründen gewünscht sein, d.h. der Raum in dem gebetet wird, darf nicht verunreinigt werden, oder aus ganz pragmatischen Gründen, bspw. die Hausfrau möchte nicht nach jedem Besuch die Wohnung putzen müssen. Zudem signalisiert das Schuhausziehen, dass der Besuch die Wohnung als ein Familienmitglied betritt.



Einladungen zum Essen oder Trinken annehmen: Die Gäste zum Essen und zum Trinken einzuladen gehört in den türkeistämmigen Communities zur Gastfreundlichkeit. Dies ist unabhängig von der Art des Besuchs, da es hier keine strenge Trennung zwischen dienstlich und privat gibt. Das Ablehnen von Essen und vor allem von Trinken kann die Gastgeber_innen beleidigen.

Nicht wie eine Behörde auftreten: Da viele Migrant_innen Behörden gegenüber misstrauisch sind, weil sie sich meist nicht so gut mit den Behördenstrukturen in Deutschland auskennen, ist es wichtig, dass das Auftreten möglichst wenig Assoziationen mit einer Behörde

oder einem Amt auslöst. Aktenordner, Formulare sollten nicht mitgenommen werden. Stehen (Büro-) Räume zur Verfügung, sollten sich die Gesprächspartner_innen an einen gemeinsamen Tisch setzen. Auf keinen Fall sollte ein Schreibtisch zwischen den Beteiligten stehen.

Smalltalk: Bevor es um das eigentliche Thema geht, sollte man kurz ein freundliches Gespräch führen, z.B. über die Befindlichkeit, die Kinder, etwas Positives über die Wohnung sagen. Durch diese Gespräche wird der persönliche Kontakt hergestellt und man kann von dort zum eigentlichen Thema überleiten.

Die Beratung, das Gespräch, die Schulung

An bestehende Ressourcen anknüpfen: Es ist keine neue Erkenntnis, dass Menschen nicht mit dem erhobenen Zeigefinger für den Umweltschutz gewonnen werden können. Dies gilt auch für die türkeistämmige Community; hier spielen Respekt, Wertschätzung und Anerkennung der Kompetenzen eine große Rolle. Schuldzuweisungen, Vorverurteilungen,

bewertende Formulierungen und Belehrungen, insbesondere der Eltern vor ihren Kindern, sollten vermieden werden. Die meisten Migrant_innen haben das Gefühl gegenüber der Aufnahmegesellschaft, gerade im Hinblick auf die Integration, ein gutes Bild hinterlassen zu müssen. Somit reagieren sie gegenüber Kritik an der eigenen Person und den Fähigkeiten besonders sensibel, da es mit Inkompetenz und Scheitern verbunden ist. Negative Tatbestände sollten eher beiläufig und „blumig“ formuliert werden.

Komplizierte Fachbegriffe vermeiden: Personen, die sich noch nicht mit dem Thema Umweltschutz auseinandergesetzt haben, kennen sich in der Regel nicht mit Fachwörtern aus dem Umweltschutz aus. Alle Fachbegriffe sollten erläutert werden, auch wenn es scheinbar gängige Begriffe sind, wie der Begriff Nachhaltigkeit. Aus Scheu oder Höflichkeit wird nicht nachgefragt, auch wenn der Begriff unbekannt ist.

Beim Einsatz von interaktiven Methoden, wie Flipchart, Moderationskärtchen, ist Vorsicht geboten, weil es die Teilnehmer_innen unter Druck setzen kann besonders gut und richtig schreiben zu müssen. Hier muss das Bildungsniveau beachtet werden.

Die Personen als Verbündete gewinnen und das gemeinsame Interesse (wohl der Umwelt/Natur auch in Bezug auf die nachkommenden Generationen) betonen: Hierbei müssen Wert- und Normvorstellungen respektiert und Verständnis für die Lebensumstände gezeigt werden.



Überprüfen, ob umweltfreundliche Handlungsvorschläge in den Alltag integriert werden können. Dabei muss auch die Struktur und die Rollenverteilung in der Familie beachtet werden. Da zwischen russischsprachigen Migrant_innen und der deutschen Mehrheitsgesellschaft die verallgemeinerbaren kulturellen Unterschiede geringer ausfallen, bedarf es an dieser Stelle keines spezifischen Leitfadens für die Ansprache russischsprachiger Migrant_innen. Hier sollten jedoch zwei Aspekte berücksichtigt werden: Bei russischsprachigen Migrant_innen ist ein „Einstiegs-smalltalk“ eher unerwünscht. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Wenn es um etwas geht, dann soll es auch darum gehen (...). Man muss da nicht mehr drum herum quatschen, über Kinder, das Wetter oder so. Denn man hat ja schon einen Termin gemacht und weiß in etwa worum es geht.“* Des Weiteren müssen sich die Berater_innen oder Multiplikator_innen in den Gesprächen darauf einstellen,

dass Gründe für bestimmte Handlungsweisen er- und hinterfragt werden. Handlungsalternativen werden nicht einfach ohne gute Begründung umgesetzt.

1.9 Feiertage und bedeutsame Ereignisse beachten und nutzen

Um eine gute Teilnehmerresonanz in Workshops, Aktionen oder Demonstrationen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz zu erzielen, sollten bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen kulturspezifische und religiöse Feiertage berücksichtigt werden. Hierzu zählen z.B. türkische und russische Fastenzeiten, Newruz, Asure, Opferfest, Zuckerfest, „Maslenitza/Butterwoche“. Dies gilt auch für wichtige Sportereignisse, wie wichtige Fußballspiele, bspw. Galatasaray gegen Borussia Dortmund, oder die olympischen Spiele.

Klima- und Umweltschutzaktionen sollten entweder nicht auf die im nachfolgenden genannten Feiertage fallen oder aber in diese integriert werden. So eignen sich bspw. religiöse Fastenzeiten sehr gut, um für eine klima- und umweltschonende Ernährungsweise zu sensibilisieren, insbesondere dann, wenn in der Fastenzeit grundsätzlich auf Fleisch oder tierische Produkte verzichtet wird. Welche Feiertage genutzt werden können und welche nicht, lässt sich nicht pauschal benennen. Hierfür bedarf es einer guten Kenntnis der jeweiligen Communities. Bevor in Betracht gezogen wird, auf Veranstaltungen, die im Rahmen dieser Feiertage stattfinden, Infostände oder Veranstaltungen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz durchzuführen, muss zunächst genau geprüft werden, ob die Adressat_innen dafür bereit sind und in welchem Umfang. Ansonsten wird eine derartige Veranstaltung ins Leere laufen oder gar Unmut hervorrufen. Etwas anderes ist es, wenn Geistliche zu Umwelt- und Klimaschutzthemen predigen, insbesondere in der Fastenzeit. Sollten Infostände und -veranstaltung bei den Festtagen nicht erwünscht sein, dann besteht noch die Möglichkeit, Veranstaltungen, die im Rahmen der Festtage stattfinden,



direkt umweltfreundlicher auszurichten, bspw. durch den Verzicht von Einweggeschirr, ein Angebot an vegetarischen Gerichten mit Produkten aus der Region, die biologisch angebaut sind. Diese Maßnahme zielt somit mehr auf die Veranstalter und Anbieter solcher Veranstaltungen im Rahmen der Feiertage ab. Einen Überblick über interkulturelle Feier-

tage der unterschiedlichsten Kulturen und Religionen, gibt der interkulturelle Kalender. Dieser kann über die Seiten des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge bezogen werden.

Bei türkeistämmigen Migrant_innen haben die türkischen Feiertage (Bayramlar) einen sehr wichtigen Stellenwert und eine lange Tradition. Dies sind bestimmte Tage, an denen an wichtige Ereignisse auf nationaler Ebene erinnert werden. Hier gilt es folgende Feiertage zu unterscheiden: nationale (Cumhuriyet Bayramı) wie zum Beispiel „Feiertag der Republik“, religiöse (dini Bayramlar), wie „Kurban bayramı“, und heilige Tage und Nächte (Kandil) wie zum Beispiel „Miraç kandili“. Des Weiteren existieren kommunale und andere Feiertage, welche sich auf bestimmte Berufsgruppen beschränken, bspw. „Tag der Lehrer“. Bei religiösen türkeistämmigen Migrant_innen sind insbesondere die religiösen Feiertage sehr bedeutsam. Diese gehören zum kulturellen Erbe der türkeistämmigen Migrant_innen und werden begangen, so dass andere Aktionen und Ereignisse an diesen Tagen weniger erwünscht sind. Dies sollte allerdings nicht auf die Gesamtheit der in Deutschland lebenden türkeistämmigen Migrant_innen übertragen werden, da natürlich auch nicht religiöse türkeistämmige Migrant_innen in Deutschland leben.

Für russischsprachige Migrant_innen sind an Feiertagen unbedingt die Weihnachtsfeiertage und Silvester (katholisch/evangelisch vom 24.12.-25.12. und russisch orthodox vom 06.01.-07.01. sowie Silvester, 31.12./01.01.) zu beachten. Daher sollten ab dem 23.12. bis zum 07.01. keine Veranstaltungen geplant werden. Zusätzlich gilt es auch den 8. März (Frauen Tag) und den 9. Mai (Tag des Sieges, День Победы) in der Veranstaltungsplanung zu berücksichtigen. Andere religiöse und kulturspezifische Feiertage, wie Ostern oder das Butterfest haben keine so hohe kulturelle Bedeutung und sind zudem nicht fest terminiert. Fastenzeiten sind allerdings auch für russischsprachige religiöse Menschen sehr bedeutsam und müssen daher beachtet werden.

2 Spezifische Handlungsempfehlungen für ein umwelt- und klimafreundliches Mobilitätsverhalten

2.1 Über kommunalspezifische Mobilitätsberatung umweltfreundlichere Fortbewegungsmöglichkeiten und Handlungskonsequenzen aufzeigen

Für türkeistämmige und russischsprachige Migrant_innen, welche die Verkehrsmittel des sogenannten Umweltverbundes (zu Fuß gehen, Radfahren, Bus & Bahn, Carsharing) kaum oder gar nicht nutzen, können mit Hilfe von kommunalspezifischen Mobilitätsberatungen umweltfreundlichere Fortbewegungsmöglichkeiten und Handlungskonsequenzen aufgezeigt werden. Hintergrund ist, dass die subjektiven Kontrollüberzeugungen einen wesentlichen Einfluss auf das Mobilitätsverhalten ausüben. Diese umfassen beispielsweise subjektive Überzeugungen über die Schwierigkeit Bus und Bahn (ÖPNV) für die Wege im Alltag zu nutzen oder das Gefühl im Alltag „ständig mobil“ sein zu müssen. Die gefühlte Schwierigkeit oder die Mobilitätszwänge müssen dabei nicht mit der tatsächliche Lebens- und Verkehrssituation übereinstimmen. An dieser Stelle sind stärker individualisierte Beratungen notwendig. So können beispielsweise genutzte Verkehrsmittel gezielt abgefragt werden. Und für jeden Wegezweck kann überlegt werden, ob Verkehrsmittel aus dem Umweltverbund eine Alternative darstellen. Bei der Bewerbung von umweltfreundlichen Verkehrsmitteln, wie Bus und Bahn oder dem Fahrrad, ist folgendes zu beachten:

2.2 Das Image von Bus und Bahn für russischsprachige Migrant_innen erhalten und für türkeistämmige Migrant_innen verbessern

Bei den russischsprachigen Migrant_innen, als aktive ÖPNV-Nutzer_innen, geht es primär darum, das bestehende ÖPNV-Nutzungsverhalten und positive Image des ÖPNVs zu erhalten. Dies gilt insbesondere dann, wenn ihnen mehr finanzielle Ressourcen zur Verfügung stehen. Hier müssen die Verkehrsunternehmen die Angebotsqualität zumindest halten oder verbessern. Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung zeigen, dass insbesondere russischsprachige Migrant_innen mit einer spirituellen Wertorientierung eine hohe jährliche ÖPNV-Fahrleistung haben. Spirituelle Wertorientierungen sind mit Aspekten wie Achtsamkeit, Erkenntnis, Weisheit, transzendente Erfahrungen, aber auch das Bestreben im Einklang mit der Welt zu leben verbunden. Russischsprachige Migrant_innen verbinden mit Spiritualität auch ähnliche Aspekte, wie „ein Teil des großen Ganzen sein“, „die Umwelt für nachfolgende Generationen erhalten“ und „soziale Verantwortung über-

nehmen“. Diese spirituelle Wertorientierung kann für Marketingkampagnen, die auf die Kundenbindung abzielen, genutzt werden. So können spirituelle Bilder/Symbole, die mit Gelassenheit, Achtsamkeit, Meditation, Erhalt der Natur und der nachfolgenden Generation oder dem bewusstem Verzicht („weniger ist mehr“) assoziiert sind, mit den Vorteilen des ÖPNVs verknüpft werden. Gerade weil unter relativ vielen russischsprachigen Migrant_innen der ÖPNV ein gutes Image genießt, sind die Verkehrsunternehmen gefordert, zu überprüfen, ob diese Gruppe auch innerhalb der Unternehmen in den Bereichen der Angebots- und Personalentwicklung oder im Marketing entsprechend vertreten ist. In Wohngebieten mit hohem Anteil an russischsprachiger Bevölkerung könnten zum einen deutsch- und russischsprechende ÖPNV-Mitarbeiter_innen zur Neukundengewinnung und zur Bindung bestehender Kundschaft eingesetzt werden. Zum anderen ist auch denkbar, dass diese Mitarbeiter_innen wiederum zu Schlüsselpersonen oder Vorbilder in der Familie oder Community werden („meine Tochter steuert eine Tram“) und somit die Voraussetzungen haben als Multiplikator_innen für Umwelt-/Klimaschutzmaßnahmen zu fungieren.

Um türkeistämmige Migrant_innen für das Bus- und Bahnfahren zu motivieren, bedarf es einer Imageverbesserung des ÖPNV, denn Bus und Bahn fahren ist mit einem geringen sozialen Status verbunden. Insbesondere in der zweiten und dritten Generation, für die der PKW ein alternatives Fortbewegungsmittel mit Status darstellt. In der ersten Generation hat der ÖPNV ein etwas besseres Ansehen, weil der Anteil an Personen mit Führerschein geringer ist und somit der ÖPNV ein nützliches Fortbewegungsmittel darstellt. Hier hat zwischen den Generationen ein Wertewandel stattgefunden, dass sich die zweite und dritte Generation durch den Besitz eines PKWs deutlich von der ersten Generation abgrenzt. Eine türkeistämmige Aktivistin: *„Es hat was mit dem Ansehen in den jeweiligen Generationen zu tun. ÖPNV hat einen geringen Statuswert in den jüngeren Generationen, die sagen: ich fahre doch nicht Bus und Bahn, wenn ich 18 bin habe ich ein Auto vor der Tür.“* Das Image von Bus und Bahn könnte anhand von symbolisch-emotionalem Marketing verbessert und von sozialen Modellen aus der türkischen Gemeinden beworben werden, so dass deutlich wird, dass auch erfolgreiche Menschen oder Menschen, die Verantwortung für ihre Mitmenschen und nachfolgenden Generationen übernehmen, mit Bus und Bahn zu fahren. Allerdings wird der Erfolg, das Image von Bus und Bahn verbessern zu können, von Akteur_innen aus der türkischen Gemeinde kritisch gesehen.

2.3 Das Fahrrad als Alltagsfortbewegungsmittel erlebbar machen, dabei kulturelle Besonderheiten von türkeistämmigen Migrant_innen berücksichtigen



Bei der Bewerbung des Fahrrades als umweltfreundliche Alternative zu Bus und Bahn sowie zum PKW ist zu beachten, dass das Fahrrad für beide Gruppen ein eher untypisches Fortbewegungsmittel ist. Insbesondere Stadtbewohner_innen in der ehemaligen Sowjetunion und ältere türkeistämmige Migrantinnen können kein Rad fahren. Ein türkeistämmiger Aktivist: *„Als ich bei dem Träger angefangen habe, mit den Projekten im Umweltbereich, da wurde ich belächelt – Ja, der Umweltschützer der Rad fährt im Winter.“* Ein Angebot an Fahrradfahrkursen für Migrant_innen würde an dieser Stelle nicht nur einen Nutzen für die Umwelt, sondern auch für die Gesundheit, mit sich bringen. Fahrradfahrkurse werden bereits an unterschiedlichen Orten, wie Berlin, Bonn, München oder Hamburg, von (Migrant_innen-) Organisationen (z.B. Donna Mobile, Bayouma, Gülistan) in Zusammenarbeit mit der Polizei, angeboten. Auf der Internetseite des Bundesministeriums für Migration und Flüchtlinge (BaMF) hat die Clearingstelle Präventionskooperation 16 Fahrradkursprojekte für Migrant_innen aufgelistet. Hier steht der Abbau von Hemmschwellen gegenüber der Polizei, Aufbau von Selbstständigkeit und Selbstbewusstsein, Erweiterung des Mobilitätsradius und die Sprachintegration im Vordergrund, wobei die Zielgruppe vornehmlich Frauen sind. Allerdings geht aus den Kursangeboten nicht hervor, inwieweit kulturelle und religiöse Besonderheiten berücksichtigt werden. Während diese bei russischsprachigen Migrant_innen keine besondere Bedeutung zukommt, ist die Berücksichtigung von kulturellen und religiösen Besonderheiten in der türkischen Community erforderlich, insbesondere dann, wenn man Frauen aus traditionellen oder religiösen Milieus erreichen möchte. Bspw. muss beachtet werden, welche die Beinkonturen verdeckende, Beinkleidung auf dem Rad getragen werden kann oder welcher Fahrradhelm für eine Kopftuchträgerin günstig ist. Des Weiteren sollten – natürlich entsprechend kultursensibel – auch Vorurteile, wie „das Fahrradfahren gefährdet die Jungfräulichkeit“, aus dem Weg geräumt werden. Für russischsprachige Migrant_innen sollten Fahrradfahrkurse eher auf die Vermittlung von Verkehrsregeln und -sicherheit, als das Erlernen des Fahrradfahrens, abzielen.

2.4 Klimaschonende Formen der PKW-Nutzung fördern

Aus den vertiefenden Interviews der türkeistämmigen Migrant_innen geht hervor, dass „umweltschonendere“ Alternativen innerhalb der PKW-Nutzung kaum präsent sind. Somit können für die potenziellen Alternativen, wie die Reduzierung der PKW-Fahrleistung („Autofasten“), die Nutzung eines effizienten PKWs, Carsharing, das bilden privater Fahrge-meinschaften - keine migrationsspezifischen Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Hier wären allgemeine Informationsangebote das Mittel der Wahl. Eine Ausnahme stellt die Mitfahrzentrale dar. Hier sollten, ähnlich wie beim Angebot von Fahrradkursen, religiöse und traditionelle Besonderheiten beachtet werden, wie die Gleichgeschlechtlichkeit von Fahrer_in und Mitfahrer_in. Allerdings besteht bei kulturspezifischen Angeboten die Gefahr von Segregation bzw. Spaltung der Gesellschaft. So gibt es bspw. eine muslimische Mitfahrzentrale („Muslim-Taxi“), die zwar für einen religiösen Austausch wirbt, es allerdings fraglich ist, ob sich Nicht-Muslime dort anmelden würden. Für die türkeistämmigen Migrant_innen zeigen die Analysen der repräsentativen Erhebung, dass insbesondere Personen mit traditionellen Werten eine hohe jährliche PKW-Fahrleistung aufweisen. Um diese spezielle Gruppe zu erreichen, empfiehlt es sich gesellschaftlich anerkannte Schlüsselpersonen aus dem traditionellen Milieu zu gewinnen, die dann als soziale Modelle fungieren.

Den russischsprachigen Migrant_innen sind einige der umweltschonenderen Alternativen innerhalb der PKW-Nutzung präsent, wie aus den vertiefenden Interviews hervorgeht. Das Carsharing und die Mitfahrzentrale wurden als umweltschonendere PKW-Nutzung benannt und auch genutzt. Die Reduzierung der jährlichen PKW-Fahrleistung („Autofasten“) war als Möglichkeit nicht bekannt. Möglicherweise, weil der PKW eher sparsam eingesetzt wird. Für russischsprachige Migrant_innen ist das Auto hauptsächlich ein Fortbewegungsmittel und weniger ein Statussymbol. Aber, wenn das Auto als Statussymbol dient, dann steht eher der Besitz als die tatsächliche Nutzung im Vordergrund. Hier herrscht eher die Meinung vor, dass *„ein dicker Porsche mit viel PS, großem Sound, enormem Spritverbrauch mehr Prestige hat als ein neuer Honda Hybrid.“* Bei diesen russischsprachigen Migrant_innen könnte für effizientere und gleichzeitig prestigeträchtige PKW geworben werden, um die durch das eigene Fahrverhalten erzeugten CO₂-Emissionen zu reduzieren.

3 Spezifische Handlungsempfehlungen für eine umwelt- und klimafreundliche Ernährung

3.1 Umwelt- und klimafreundliche Nahrungsmittel sinnlich erfahrbar machen und das Verantwortungsgefühl stärken

Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen sollten sinnliche Erfahrungen, wie die Verkostung von Bioprodukten, beinhalten und auf die kulturelle Bedeutung der Ernährung abzielen. Hintergrund ist, dass gerade eine funktionale Haltung der Nahrung gegenüber („Essen muss vor allem satt machen“) dem Konsum von Bioprodukten abträglich ist. Auch die Verkostung anderer weitaus klimafreundlicherer Alternativen, wie fleischlose Nahrungsmittel oder regionale Produkte, können eine wirkungsvolle Strategie sein. Allerdings lassen sich diese Verkostungsempfehlungen nicht direkt aus unseren empirischen Analysen ableiten, da dadurch nur der Konsum von Bioprodukten und die ernährungsbedingten CO₂-Emissionen erfasst worden sind. Aus einer rein klimarelevanten Perspektive sollten Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen in jedem Fall auf das hohe Minderungspotenzial von einer fleischlosen Ernährung und dem Konsum von regionalen, saisonalen und frischen statt Tiefkühlprodukten abzielen.



Des Weiteren ist insbesondere im Ernährungskontext darauf zu achten, dass das eigene Verantwortungsgefühl gestärkt wird: Das Ausmaß der moralischen Verpflichtung, durch das eigene Ernährungsverhalten einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten, bestimmt bei türkischen Migrant_innen maßgeblich die Höhe der ernährungsbedingten CO₂-Emissionen und bei russischen Migrant_innen den Konsum von Bioprodukten. Je stärker die personale ökologische Norm ausgeprägt ist („Ich fühle mich aufgrund meiner persönlichen Werte dazu verpflichtet, durch mein Ernährungsverhalten einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten“), desto weniger ernährungsbedingtes CO₂ wird emittiert bzw. desto häufiger werden Bioprodukte konsumiert.

3.2 Regionale, saisonale und frische Nahrungsmittel als umweltfreundliche und gesunde Alternativen bewerben, sowie die Glaubwürdigkeit von Bioprodukten diskutieren

Bei der Vermittlung von alternativen Handlungsmöglichkeiten sollten neben Bioprodukten auch regionale und saisonale, bei den russischen Migrant_innen auch frische Produkte und die damit verbundenen Auswirkungen auf Gesundheit und Umwelt erläutert werden. Denn die Glaubwürdigkeit von Bioprodukten wird von den Migrant_innen durch Skandale in Frage gestellt. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Bio ist eine unternehmerische Sache geworden, bio ist nicht immer bio. Es gibt Leute, die sagen, das ist alles Quatsch.“* So wird in den Medien immer wieder von Fällen berichtet, in denen mit dem Biosiegel gekennzeichnete Produkte, nicht den Kriterien des ökologischen Landbaus und der artgerechten Tierhaltung entsprechen. Als Beispiel sind in diesem Zusammenhang mit Pestiziden belastete Bioeier sowie Hühner genannt worden, die in Legebatterien gehalten werden oder Gemüse aus konventionellem Anbau, das einfach als „bio“ deklariert wurde. Zudem ist es aus Klimaschutzgründen sehr bedenklich, wenn Bio-Nahrungsmittel, die auch gut in Deutschland angebaut werden können, wie Kartoffeln, z.B. in Ägypten produziert werden und damit einen weiten Transportweg nach Deutschland benötigen. Bei russischsprachigen Migrant_innen empfiehlt sich des Weiteren, das Image einer fleischreduzierten Ernährungsweise und einer, die auf frischen Produkten beruht, zu verbessern, da diese im Zusammenhang mit einer geringeren ernährungsbedingten CO₂-Emission stehen. Ansonsten stellt Biofleisch eine mögliche Alternative zu konventionellem Fleisch dar. Bei den türkeistämmigen Migrant_innen sollten gerade im Bereich Ernährung niederschwellige Beratungen durch Multiplikator_innen aus dem sozialen Umfeld erforderlich sein. Aus der repräsentativen Befragung geht bspw. hervor, dass der soziale Erwartungsdruck beim Konsum von Bioprodukten eine Rolle spielt. Das bedeutet, dass wenn das soziale Umfeld den Konsum von Bioprodukten auch unausgesprochen gut heißt und unterstützt, werden auch mehr Bio-Produkte konsumiert. Das soziale Umfeld hat somit, bei entsprechender Einstellung, eine (implizite) Unterstützungsfunktion und kann so einen Wertewandel bewirken. Eine türkeistämmige Aktivistin: *„Es gibt gesellschaftliche Werte, die unausgesprochen ihre Gültigkeit haben (...), so kann es in einer Gemeinde verpönt sein, Schweinefleisch oder Kaninchen zu essen (...), diese Werte ändern sich auch von Generation zu Generation. So wird das möglich.“*

3.3 Besonderheiten bei der Erläuterung von Handlungskonsequenzen beachten: „Nicht alles was Fleisch enthält, wird auch als Fleisch wahrgenommen“.

Bei der Erläuterung von Handlungskonsequenzen muss insbesondere der tägliche Fleischkonsum und die damit verbundene Umweltbelastung differenziert thematisiert und reflektiert werden. Türkeistämmige Migrant_innen assoziieren mit dem Fleischkonsum, eher unverarbeitetes Fleisch, wie ein Huhn oder einen Lamnbraten, wohingegen fleischhaltige Produkte, wie Aufschnitt oder fleischgefüllte Tortellini („Manti“) oder Weinblätter, nicht als Fleisch repräsentiert sind. Diese Wahrnehmungsverzerrung beim Fleischkonsum zeigte sich in der repräsentativen Befragung und wurde durch die vertiefenden Interviews bestätigt. Somit sollten bei Befragungen des Ernährungsverhaltens, z.B. durch Tools zur Ermittlung von CO₂-Bilanzierungen, unbedingt die einzelnen Produktgruppen und ungefähre Mengenangaben abgefragt werden.

3.4 Frauen als besondere Zielgruppen beachten

Bei türkeistämmigen Migrant_innen ist an erster Stelle die Zielgruppe der Frauen bzw. Hausfrauen zu nennen, da diese vornehmlich für die Nahrungsmittelzubereitung verantwortlich sind. Dies gilt mit Einschränkung auch für russischsprachige Migrant_innen, insbesondere der ersten und zweiten Generation. Des Weiteren konsumieren Personen mit traditionellen Werten kaum Bioprodukte. Um diese spezielle Gruppe zu erreichen empfiehlt es sich – genau wie bei der Mobilität – weibliche Schlüsselpersonen aus dem traditionellen Milieu zu gewinnen, die dann als soziale Modelle fungieren.



3.5 Konkrete Maßnahmen: Gemeinsam anbauen, kochen und essen

Aus den bisher genannten Empfehlungen lassen sich nun folgende konkrete Maßnahmen für türkeistämmige und russischsprachige Migrant_innen ableiten:

Interkulturelle und klimafreundliche Kochkurse

Das gemeinsame Kochen von umweltfreundlichen Rezepten und das gemeinsame Essen stellen Maßnahmen dar, bei der sinnliche Erfahrung mit der gemeinschaftlichen und der kulturellen Bedeutung von Essen verknüpft wird. Außerdem ist es eine gute Möglichkeit die Menschen „da abzuholen, wo sie stehen“ und an die bestehenden Ressourcen der Menschen anzuknüpfen. Denn mit der Zubereitung von Lebensmitteln und der Nahrungsaufnahme haben sich die meisten Menschen schon einmal beschäftigt und durch das gemeinsame Kochen, kann jeder die Tätigkeit übernehmen, die er/ sie kann oder noch lernen möchte. Für eine möglichst hohe Akzeptanz des Angebotes, darf die Vermittlung von Wissen nicht mit dem erhobenen Zeigefinger erfolgen („wir zeigen euch jetzt mal wie man das richtig macht“), sondern sollte einem Austausch von Rezepten und umweltbezogenem Wissen gleichkommen. Um die Emission der Rezepte zu berechnen, bietet sich der Online-Rechner „Klimateller“ (www.klimateller.de) an, der an der Universität Hamburg entwickelt wurde. Dieser Rechner ist zurzeit nur in deutscher Sprache verfasst, könnte aber ins Türkische/Russische übersetzt werden. Während der Kochkurse können klimafreundliche Rezepte ausgetauscht, neue Rezepte entwickelt und zu einem türkischsprachigen/russischsprachigen klimafreundlichen Kochbuch zusammengefasst werden. Dadurch haben die Teilnehmer_innen eine bleibende Erinnerung, auf die sie stolz sein können. Die Agenda 21 für Migranten hat diese Maßnahme bereits mit Kindern erfolgreich durchgeführt. Zu den Kochkursen gehört natürlich auch das gemeinsame Einkaufen im Bioladen oder auf dem Markt, wobei auf Herkunft, Jahreszeit und Anbau geachtet wird. So kann verhaltensnah Wissen über die Zusammenhänge des Anbaus, Konsums und Auswirkungen auf die Umwelt und Gesundheit vermittelt werden. Um die Barrieren beim Einkaufen möglichst gering zu halten (auch hier spielt wahrgenommene Verhaltenskontrolle eine Rolle) können türkische Lebensmittelläden oder russische Supermärkte für den Verkauf von ökologisch angebauten und vor allem regionalen Produkten motiviert und sensibilisiert werden. Bei der ersten und zweiten Generation von russischsprachigen Migrant_innen könnte das Angebot von Kochkursen oder des gemeinsamen Kochens mit Umweltbezug im Vergleich zur ersten Generation auf weniger Interesse stoßen. Diese Generationen könnten über den Erhalt des kulturellen Erbes motiviert werden. Dabei sollten der Austausch und das Sammeln von traditionellen Gerichten im Vordergrund ste-

hen. Eine russischsprachige Aktivistin: „*Ältere Frauen haben sich zusammengetan und alte Rezepte gesammelt und gekocht. Daraus haben sie dann ein Rezeptbuch über die alte russlanddeutsche Küche zusammengestellt.*“ In einem zweiten Schritt kann dann ermittelt werden, wie diese Rezepte möglichst klima- und umweltschonend zubereitet werden können. Auf diese Weise lässt sich auch die recht schwierig anzusprechende Gruppe der Rentner_innen erreichen.

Klimafreundliches Frühstück, Mittag- und Abendessen

Weniger aufwendig sind gemeinsam veranstaltete Essen. Denn beim gemeinsamen Vorbereiten und Genießen können neue umweltfreundliche Produkte in einem ungezwungenen Rahmen kennengelernt und Wissen über die Auswirkungen bestimmter Ernährungsweisen für die Umwelt sowie alternative Handlungsmöglichkeiten vermittelt werden. Das Türkisch-deutsche Umweltzentrum hat in einem türkischen Frauenverein in Berlin, sonntags ein Klimafrühstück angeboten. Dabei haben sie die bestehenden Strukturen genutzt, weil ein „konventionelles“ Frühstück seit langer Zeit angeboten wurde.

Eigener Anbau von Gemüse in interkulturellen Gärten



Neben den Kochkursen ist der eigene Gemüseanbau, insbesondere in interkulturellen Gärten, eine sinnvolle Maßnahme zur Vermittlung von Handlungs- und Erfahrungswissen in der Gemeinschaft. Durch den eigenen Anbau von Gemüse wird die Bedeutung von „saisonalen“ Produkten erlebbar. Zudem leisten die Gärten durch den interkulturellen Austausch einen Beitrag zur Integration und fördern das Empowerment (vgl. Werner 2008; Müller

2002; Rosol 2006). Das Netzwerk Interkulturelle Gärten verzeichnet derzeit 145 interkulturelle Gärten in 16 Bundesländern (www.stiftung-interkultur.de) und erfreut sich einer immer größeren Beliebtheit. Bei den russischsprachigen Migrant_innen besteht gegenüber interkulturellen Gärten noch eine gewisse Distanz, da man lieber sein eigenes Gemüse anbauen möchte (Datscha-Tradition) und der funktionelle Nutzen über dem Zusatznutzen, wie die Freude am Anbau bzw. dem Gärtnern an sich oder dem gemeinschaftlichen Tun, steht. Eine russischsprachige Aktivistin: „*Der Spaßgedanke am Gemüseanbau*

ist nicht vorhanden. Man macht es nicht aus Spaß an der Freude, und sieht zu, wie die Tomaten rot werden, sondern weil man Tomaten essen möchte. Damit ich etwas habe, etwas eigenes (...). Damit ich das gleich mitnehmen kann und das nicht noch aufteilen muss.“ Für diese Gruppe wären dann Kleingärten oder eigene Gärten, in denen sie ihr eigenes Gemüse anbauen können, eine Möglichkeit. Eine russischsprachige Aktivistin: *„Ich kenne die interkulturellen Gärten in Hannover sehr gut. Aber so viele Russen sind da nicht engagiert (...). Aber jeder möchte so etwas produzieren. Die Leute sind stolz, sie können dann ganz saubere Bio-Lebensmittel für ihre Familien produzieren.“*

4 Spezifische Handlungsempfehlungen zum Verbrauch von Strom und Heizenergie (Wohnen)

4.1 Ökostrom als Einstieg in den Umwelt- und Klimaschutz nutzen

Als Einstieg für Migrant_innen in das Thema Energie und Klimaschutz kann der Bezug von Ökostrom genutzt werden. Dadurch können die Betroffenen zum einen für die Bedeutung der erneuerbaren Energien im Rahmen der in Deutschland angestrebten Energiewende sensibilisiert werden. Zum zweiten kann die intensive Beschäftigung mit der Stromrechnung langfristig zu einer bewussteren Stromnutzung führen.

Hierbei muss allerdings möglichen Ökostrom-Nutzer_innen kommuniziert werden, dass der Stromanbieterwechsel keine direkte Reduktion der CO₂-Emissionen bewirkt. Denn der Zubau von Anlagen zur Stromerzeugung aus erneuerbaren Energien wird vor allem durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz und die (bisher) darin verankerte Einspeisevergütung bewirkt, und nicht durch den Ökostromhandel. Der Ökostromhandel bewirkt primär eine Umverteilung des im System bereits vorhandenen Erneuerbare-Energien-Stromangebots. Die energiepolitischen Impulse durch stärker sensibilisierte Verbraucher_innen sollten dennoch nicht unterschätzt werden.

4.2 Das Thema „Kosten senken“ als wichtigen Ansatzpunkt nutzen

Abgesehen von der Einflussnahme auf die Stromherkunft eignet sich das Thema „Energie sparen“ gut als Einstiegsthema, insbesondere für Personen, die wenig an Umweltschutzfragen interessiert sind, da der geringere Energieverbrauch direkt monetär belohnt wird („Energie sparen bedeutet Geld sparen“). Für und von Migrant_innen werden Energieberatungen bereits in unterschiedlichen Städten angeboten, bspw. in Berlin (Yeşil Çember), Hannover (die Agenda 21 für Migrant_innen) oder in Hamburg (Kooperation zwischen der Türkischen Gemeinde und der Verbraucherzentrale, gefördert von der Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt).

Insbesondere Migrant_innen, die Transferleistungen, wie das ALG II, beziehen, können über die staatlichen Institutionen das Angebot von Energieberatungen in Anspruch nehmen, um Energiekosten einzusparen. Dieses Beratungsangebot ist gegenwärtig noch nicht für alle Kommunen verpflichtend. Eine bundesweite verpflichtende Etablierung dieser Energieberatungsangebote wäre eine sinnvolle Maßnahme für den Klima- und Umweltschutz. Für diese Beratungen sollte unbedingt Personal mit Migrationshintergrund einge-

stellt werden, die kultursensibel mit der Situation der migrantischen ALG-II-Empfänger_innen umgehen.

Prinzipiell gibt es bereits vielfältige Möglichkeiten den individuellen Energieverbrauch zu reduzieren, zum Beispiel im Strombereich durch den Einsatz von Energiesparlampen, die Vermeidung des Stand-by-Betriebs, die Verwendung energieeffizienter Geräte oder Reduktion der Anzahl von Elektrogeräten im eigenen Haushalt. Der Heizenergieverbrauch kann durch eine geringere Raumtemperatur, durch Stoßlüftung oder den sparsamen Umgang mit Warmwasser (z.B. Duschen statt Baden) reduziert werden. Diese Ansätze sind bei Migrant_innen zum Teil durchaus bekannt. So äußert bspw. ein russischsprachiger am Umweltschutz nicht interessierter Befragter: *“Elektrogeräte sollen gut sein, energiesparend (...). Ich habe überall Energiesparlampen, Spardose in der Dusche und in der Küche und im Bad diese Spareinsätze für Wasser, so dass weniger Wasser durchläuft. Ich könnte auch den Computer ausstellen, aber das geht nicht (...) und ich habe auch schon die Fenster abgedichtet.”*

Im Bereich Heizenergie sind die Reduktionspotenziale zu einem großen Teil vom Zustand der Wohnung bzw. des Hauses sowie von der Heizungs- und Warmwasserbereitungsart abhängig. Die Einflussmöglichkeiten von Mieter_innen sind hier beschränkt. Sind Wohnung und Haus hingegen im eigenen Besitz, können auch Maßnahmen mit hohem Ener-



gierreduktionspotenzial, z. B. hinsichtlich der Dämmung oder des Heizungssystem angestoßen werden. Hieraus ergibt sich die weiterführende Frage, wie Migrant_innen mit Wohneigentum in der Klimaschutzberatung angesprochen werden können. Dieser Fragestellung geht das Projekt „Aktivierung von Migrant_innen zur energetischen Gebäudemodernisierung“ (AMeG) nach, das von der FH Dortmund, dem Zentrum für Türkeistudien und dem Umweltamt Dortmund im Zeitraum von Mai 2014 bis April 2016 durchgeführt werden wird.

5 Nützliche Links

Umweltbildungsportale

Das Portal für Bildung für nachhaltige Entwicklung, hält Lehrmaterialien für Schulungen bereit: <http://www.bne-portal.de>

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit bietet ein kostenloses Bildungsangebot, welches qualitativ hochwertige, wissenschaftlich aktuelle Materialien zum Thema Umwelt- und Naturschutz sowie den wöchentlichen Onlineservice für Lehrkräfte [umwelt-im-unterricht.de](http://www.umwelt-im-unterricht.de) umfasst. Der BMUB-Bildungsservice ist als Maßnahme der UN-Dekade Bildung für Nachhaltige Entwicklung anerkannt. Außerdem finden sich auf der Seite Informationen zu den verschiedensten Themenbereichen, die Umwelt- und Naturschutz betreffen: <http://www.bmu.de>

Deutsche Umweltschutzorganisationen

Naturschutzbund Deutschland: Der NABU möchte Menschen dafür begeistern, sich durch gemeinschaftliches Handeln für die Natur einzusetzen. Zu verschiedenen Themen werden das ganze Jahr über Projekte durchgeführt: <http://www.nabu.de>

Die internationale Umweltorganisation Greenpeace kämpft mit gewaltfreien Aktionen für den Schutz der Lebensgrundlagen. Ihr Ziel ist es, Umweltzerstörung zu verhindern, Verhaltensweisen zu ändern und Lösungen durchzusetzen. Greenpeace ist überparteilich und völlig unabhängig von Politik, Parteien und Industrie: <http://www.greenpeace.de>

Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) setzt sich ein für den Schutz der Natur und Umwelt. Der BUND engagiert sich – zum Beispiel – für eine ökologische Landwirtschaft und gesunde Lebensmittel, für den Klimaschutz und den Ausbau regenerativer Energien, für den Schutz bedrohter Arten, des Waldes und des Wassers. Er ist Mitglied von „Friends of the Earth International“ (<http://www.foei.org/en>), dem weltweit größten Netzwerk unabhängiger Umweltgruppen. Zahlreiche Arbeitsgruppen beschäftigen sich mit verschiedenen Themen, den Natur- und Umweltschutz betreffend. Dem Bund angeschlossen ist die BUNDjugend. Die BUNDjugend ist eine umweltpolitische Ju-



gendorganisation, die sich mit Worten und Taten für Alternativen einsetzt und mit ihren Forderungen Denkprozesse anregen will. Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland ist einer der großen Umweltverbände in Deutschland: <http://www.bund.net>

Migrantenorganisationen, die sich für den Klima- und Umweltschutz einsetzen

Yeşil Çember ist eine türkischsprachige Umweltgruppe, die unter dem Dach des BUND gegründet wurde: <http://yesilcember.eu/de>

Die Stadt Hannover hat ein Agenda 21 – Büro, welches ein spezielles Team für Migranten für Agenda 21 bereitstellt und eine Beratungskampagne zur Verbreitung energiesparender und Klima schonender Verhaltensweisen in Migrantenhaushalten durchführt (Migranten für Agenda 21 e.V.): <http://www.agenda21.de/mitmachen/migranten-machen-mit.html>

Das Türkisch-Deutsche Zentrum e. V. (TDZ), ist ein laizistischer, säkularer, demokratischer und gemeinnütziger Verein in Berlin. Er bietet Unterstützung für MigrantInnen und ist bemüht Beziehungen zwischen ihnen und der deutschen Gesellschaft zu fördern und auszubauen: <http://www.tdz-berlin.de>

Tangere e.V. ist eine Gesellschaft für interkulturelle Zusammenarbeit, deren Ziel es ist, einen Berührungs- und Anschlusspunkt der ost- und süd-ost-europäischen Kulturen mit der Kultur hierzulande herzustellen: <http://tangere-ev.de>

Verbund der sozial-kulturellen Migrantenselbstorganisationen in Dortmund e.V.: <http://www.vmdo.de>

Das Multikulturelle Forum e.V. in Lünen ist eine regional verankerte Migrantenorganisation mit internationalen Kooperationen und vielfältigen Kompetenzen auf dem Gebiet der Integration von MigrantInnen: <http://www.multikulti-forum.de>

Mit der Thematik Völkerverständigung und Integration Russlanddeutscher, beschäftigt sich der Kreativ-Verein Krone e.V.: <http://www.krone-ev.de>

Eine Nachbarschaftsinitiative für collaborative consumption ist: WIR.DE: <http://wir.de>

CO₂-Rechner und –Emissionen

Das Institut für Energie- und Umweltforschung Heidelberg GmbH (ifeu) stellt umfangreiche Informationen zu klima- und umweltrelevanten Fragestellungen bereit, insbesondere zu Treibhausgasbilanzierungen. IFEU hat eine Methode entwickelt, wie die Klimawirkungen des individuellen Verhaltens von Personen ermittelt werden können. Die Methode

wurde in einem Online-Rechner („Der CO₂-Rechner“) umgesetzt, ist im Internet frei nutzbar und wird von vielen Kommunen und Institutionen, eingebettet in ihre Internetauftritte, zur Nutzung angeboten (u.a. auf den Seiten des Umweltbundesamtes: <http://uba.klimaktiv-co2-rechner.de>).

Der Energiecheck der Energieagentur NRW bietet dem Konsumenten die Möglichkeit den eigenen Haushalt mit dem Stromverbrauch anderer Haushalte der gleichen Größe zu vergleichen. Sämtliche elektrische Geräte in den Kategorien Kühlen, Gefrieren, Kochen, Spülen, Waschen, Trocknen, Licht, TV/Audio, Büro, Klima, Wellness, Garten usw. werden sehr genau erfasst um den gesamten Stromverbrauch zu errechnen:

<http://www.energieagentur.nrw.de/tools/energiecheck/default.asp?site=ea>

Im Rahmen des Forschungsprojektes Umbrella wurde ein Tool erstellt, welches den Vergleich der die Umweltwirkungen von Elektroautos, Plugin- Hybrid- Fahrzeugen und PKW mit Verbrennungsmotor ermöglicht: <http://www.emobil-umwelt.de>

Der FahrSparRechner wurde für Personen konzipiert, die regelmäßig mit dem PKW fahren. Sie können sich berechnen lassen, wie sich die Fahrtkosten und die CO₂-Emissionen reduzieren, wenn sie auf alternative Verkehrsmittel wechseln:

<http://www.fahrspar-rechner.de>

Sonstiges

Die Verbraucherzentrale bietet eine Reihe von Hilfen und Tipps zu den unterschiedlichsten Lebensbereichen, u.a. auch Energiesparen, an: <http://www.verbraucherzentrale.de>

Auf der Seite des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge findet sich eine Auflistung von insgesamt 16 Fahrradfahrprojekten aus Deutschland für Migrantinnen:

<http://www.bamf.de/DE/DasBAMF/Clearingstelle/clearingstelle-node.html>

Auf der Internetseite des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz sind weitere Informationen zum Biosiegel zu finden:

www.bio-siegel.de/infos-fuer-verbraucher/das-staatliche-bio-siegel

Die Gesellschaft für Kommunikationsforschung Data4u ist ein Ethnomarktforschungsinstitut: <http://data4u-online.de/herzlich-willkommen-bei-der-data4u>

6 Literatur

Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V. (Hrsg.) (2012). Türöffner und Stolpersteine. Elternarbeit mit türkischen Familien als Beitrag zur Gewaltprävention. München.

Herriger, N. (2012). Grundlagentext Empowerment.

URL: <http://www.empowerment.de/grundlagen> (letzter Zugriff: 21.04.2013).

Kleinhückelkotten, S. & Neitzke, H.P. (2012). Naturbewusstseinstudie 2011 - Abschlussbericht. Hannover: Ecolog-Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung.

URL: <http://www.bfn.de/naturbewusstsein.html> (letzter Zugriff: 12.09.2013).

Müller, C. (2001). Women in the International Gardens: How subsistence production lead to new forms of intercultural communication. In: V. Bennhold – Thomsen, N. Faraclas & C. Werholf (Eds.), There is an Alternative. Subsistence and Worldwide Resistance to Corporate Globalization (S. 189 – 201). London: Zed Books.

Müller, C. (2002). Wurzeln schlagen in der Fremde. Internationale Garten und ihre Bedeutung für Integrationsprozesse. München: oekom.

Rosol, M. (2006): Gemeinschaftsgarten in Berlin. Eine qualitative Untersuchung zu Potenzialen und Risiken bürgerschaftlichen Engagements im Grünflächenbereich vor dem Hintergrund des Wandels von Staat und Planung. Berlin: Mensch und Buch.

Schirilla, N. (2007). in Fachlexikon der Sozialen Arbeit. (Hrsg.), Deutscher Verein für öffentliche und private Fürsorge (6. Aufl.). Baden Baden: Nomos.

Schröer, H. (2007). Interkulturelle Öffnung und Diversity Management. München: Anakonde GbR.

Walter, C. (2007). Community building practice: A conceptual framework. In M. Minkler (Eds.), Community Organizing and Community Building for Health (pp. 66-78). New Brunswick: Rutgers.

Werner, K. (2008). Interkulturelle Garten als Sozialräume der Mikro-Integration. Skripte zur Migration und Nachhaltigkeit, Nr. 6. Stiftung Interkultur.

Wir danken allen Beteiligten für die wunderbare Zusammenarbeit.



Das EMIGMA-Projektteam