

Mobile Umweltbildung in M-V – 1. Workshop

Datum: 29.4.2014
Zeit: 10:00 bis 16:45 Uhr
Ort: LUNG Güstrow
Moderation: Meike-Christine Karl, Jörg Friese, Tilman Langner
Teilnehmer (TN): siehe Teilnehmerliste
Protokoll: Tilman Langner

Kernaussagen

1. **Ziele:** (1) Das strategische Ziel des Veranstalters und der TN besteht darin, in der Fläche des Landes Mecklenburg-Vorpommern dauerhaft qualitativ gute (mobile) Umweltbildung zu realisieren.
(2) Eine Umsetzungskonzeption „Mobile Umweltbildung als Teil der BNE in Mecklenburg-Vorpommern“ soll für die Landesregierung wie auch für die Bildungsanbieter eine Ist-Stands-Analyse und strategische Handlungsempfehlungen liefern. Diese Konzeption wird im Zeitraum 2014-2015 von der ANU M-V e.V. erarbeitet.
2. **Aufgabe des Workshops:** Mit dem Workshop sollten bereits vor Beginn der Arbeit an der Konzeption Anbieter einbezogen werden. Gemeinsam mit den TN sollten erste Grundlagen für die Ist-Stands-Analyse sowie für die strategischen Handlungsempfehlungen erarbeitet werden.
3. In einer **SWOT-Analyse** wurden zunächst
 - (1.) für das Erreichen des o.g. Ziels relevante interne (= die Bildungsanbieter betreffenden) Stärken und Schwächen analysiert
 - (2.) für das Erreichen des o.g. Ziels relevante externe Chancen und Probleme analysiert.Die von den TN zusammengetragenen Items wurden anschließend geclustert, die Cluster wurden durch Punktevergabe priorisiert.
Details siehe Anlage; hier nur einige Kernpunkte:
4. Als wichtigste **Stärken** werden angesehen:
 - die gute materielle Basis (Infrastruktur mancher Anbieter; Naturlandschaft des Landes M-V)
 - die hohe inhaltliche Qualität vieler Angebote
 - das im Land zur Verfügung stehende Personal
 - die Struktur vieler Anbieter (sie sind flexibel, gut organisiert, über Jahre etabliert...)
 - die gute Einbindung vieler Anbieter in Netzwerke
5. Als wichtigste **Schwächen** werden angesehen:
 - die prekäre Einkommenslage insbesondere bei freiberuflichen Anbietern
 - personelle Defizite insbesondere bei Einrichtungen
 - die weit verbreitete Selbstausbeutung der Akteure
 - Defizite im Marketing
6. Als wichtigste **Chancen** werden angesehen:
 - Partner und Netzwerke
 - Fördermöglichkeiten für Vereine als Basis für deren Angebote
 - Möglichkeiten kostenloser Service-Angebote
 - das Naturbedürfnis in der Bildung
7. Als wichtigste **Probleme** werden angesehen:
 - ein fehlender gesetzlicher Umweltbildungsauftrag für Schulen
 - die Reformbedürftigkeit des Bildungssystems
 - das Fehlen eines echten Marktes bei gleichzeitig fehlender staatlicher Basisfinanzierung

– der mangelnde Wert, den manche Zielgruppen dem Umweltthema beimessen

8. In der **SWOT-Analyse** wurden sodann

(3.) die Stärken, Schwächen, Chancen und Probleme zueinander in Beziehung gesetzt (z.B.: Wie können wir unsere Stärken einsetzen, um externe Chancen optimal zu nutzen?), um Strategien zum Erreichen der o.g. Ziele abzuleiten; siehe Anlage. Diese müssen nachfolgend weiter ausgearbeitet und sinnvoll in die Konzeption integriert werden. Dazu ist auch ein zweiter Workshop vorgesehen.

Beobachtungen / Fragen des Protokollanten

- Es zeigte sich, dass die verschiedenen Bildungsanbieter teilweise unterschiedliche Probleme haben (z.B. prekäre Einkommenslage bei den freiberuflichen Anbietern vs. personelle Defizite in den Bildungseinrichtungen). Inwieweit sollen/müssen solche Anbieter in der Konzeption separat betrachtet werden?
- Es gibt (noch?) keine einheitliche Vorstellung darüber, ob Umweltbildung in M-V als privatwirtschaftliches System (Anbieter und Kunden treffen sich am Markt) oder als öffentliche Aufgabe (finanziert durch den Staat) angesehen werden sollte. Nach Ansicht des Protokollanten gibt es verschiedene (Teil-)Bereiche der Umweltbildung, die differenziert betrachtet werden sollten. Das führt zu folgenden Fragen:
Welche Bereiche der Umweltbildung können/sollen als öffentliche Aufgabe angesehen werden und wie kann der Staat diese fördern?
Welche Bereiche der Umweltbildung können/sollen hingegen marktwirtschaftlich organisiert werden und wie können positive Rahmenbedingungen gestaltet werden?
- Einige der benannten Probleme sind „im System“ (der Umweltbildung) lösbar – so etwa die Defizite beim Marketing. Andere Probleme sind system-extern (so etwa die Reformbedürftigkeit des Schulsystems). Wie weit kann/soll die Konzeption auch Empfehlungen für die Gestaltung der externen Rahmenbedingungen machen? Inwieweit sollen/müssen die Bildungsanbieter ungünstige externe Rahmenbedingungen hinnehmen? Inwieweit soll die Konzeption den Bildungsanbietern im Extremfall auch empfehlen, sich aus Bereichen mit langfristig ungünstigen Rahmenbedingungen zurückzuziehen?

Anlage

Die Statements der Teilnehmer wurden teilweise sprachlich geglättet bzw. ergänzt und kommentiert.

Bestandsaufnahme (Stärken, Schwächen, Chancen, Probleme)

Die von den TN per Kärtchenabfrage zusammengetragenen Items wurden anschließend geclustert (sofern dafür neue Überschriften gefunden wurden, sind diese nachfolgend **fett** dargestellt). Die Cluster wurden durch Punktevergabe priorisiert. Die hoch gerankten Cluster werden nachfolgend jeweils zuerst angeführt, zu jedem Cluster werden die zugehörigen Items mit genannt.

Stärken

Stärken der Akteure im Hinblick auf das Ziel, in der Fläche von M-V dauerhaft qualitativ gute (mobile) Umweltbildung zu realisieren:

- 1. gute materielle Basis (Infrastruktur, Naturlausstattung)** (12 Punkte)
gute Voraussetzungen im Naturpark (Aussichtstürme, Meiler, Rundwanderweg) (NSH)
Wald: Fläche – Wissen – als Quelle (Rabe)
Bienengarten – Verortung: ca. 5-10 Minuten (?) zu 5 Schulen, Hort, Kindergarten – Einsatzstelle BFD – Jugendhilfeplanung
Lütt Acker: Infrastruktur vorhanden – auf ca. 7000m² fünf Bereiche: Schrebergarten, Kräutergarten, Rosengarten, Wildrosenlehrpfad
Ausrüstung ist auf dem neusten Stand (MCK)
- 2. Angebot – inhaltliche Qualität** (9 Punkte)
inhaltlich auf hohem Niveau (AB)
aktuell (CB)
vielseitig (CB)
erprobte, teilweise sogar preisgekrönte Konzepte (MCK)
methodisch-didaktische Verankerung (Jan D)
Themenvielfalt der BNE (Jan D)
qualitativ hochwertiges Bildungsangebot (SL)
zielgruppenspezifisch und flexibel
- 3. Personal** (6 Punkte)
gut ausgebildete Mitarbeiter (NSH)
vielfältige Ausbildungen
pädagogisches Wissen nimmt zu (Forst)
mehr als 10 Jahre Berufserfahrung im freien Umweltbildungsbereich (MCK)
Fachwissen (Forst)
Anbindung zu Universitäten (Stichwort: Professionalität, Qualifizierung von Anbietern, Forschung) (Lo. Begerod)
Personal
Team (JF)
innere Teamorganisation (Jan D)
offen für neue Themen, Weiterbildungsinteresse (U.K.)
- 4. Struktur: flexibel, gut organisiert, über Jahre etabliert** (6 Punkte)
Flexibilität (CB)
Umweltprojekt Lütt Acker besteht seit 15 Jahren. kleiner Verein, flexibel (Dialog + Aktion Sternberg e.V.)
super Struktur intern + Netzwerke (JF)

5. **gut in Netzwerke eingebunden** (5 Punkte)
 Teamfähigkeit / Kooperationen (SL)
 gut vernetzt mit Partnern (AB)
 Vernetzung (CB)
 Einbindung in das LUNG – in das LU – in die Landesverwaltung (Jan D)
 gute Organisationsfähigkeit (U. Klatt)
6. **Kreativität** (SL) (2 Punkte)
 Kreativität (Lu)
 Moderationsfähigkeit (SL)

Die nachfolgenden Stärken bekamen keine Punkte zugewiesen:

7. mobil (CB)
 vor-Ort-Angebote in Schulen (CB)
8. finanzielle Unabhängigkeit (ambivalent als Stärke und Schwäche) (Forst)
 Budget
9. politisches Interesse (LU)
 gesetzliche Verankerung (LU)
10. Multiplikatoren als Zielgruppe (Jan D)
11. Kinder für Natur begeistern können (U.K.)
 Ich kann Menschen für die Natur begeistern (MCK)
 Ankommen bei Zielgruppe – Bildungsauftrag erfüllt (SL)
12. selbstständige Erarbeitung neuer Themen (U.K.)
13. Eine Vorstellung davon, welcher Maßnahmen es bedarf (JF)
 guter Überblick über die Akteure (JF)
14. Präsenz im Land (Forst)
15. Vertrauens-Bonus ?

Schwächen

Schwächen der Akteure im Hinblick auf das Ziel, in der Fläche von M-V dauerhaft qualitativ gute (mobile) Umweltbildung zu realisieren:

1. **Erlös / Einkommen prekär** (13 Punkte)
 Mindestpreis nötig (CB)
 Wirtschaftlichkeit nicht immer gegeben (CB)
 Finanzierung des eigenen Lebens (SL)
2. **personelle Defizite (bei Einrichtungen)** (13 Punkte)
 Personalmangel (früher 10 Kollegen, jetzt 4), Zeitmangel (NSH)
 Personal (~)
 Alter (Nachwuchs fehlt)
 Kapazitäten – personell – materiell (Lu)
3. **Selbstaussbeutung** (8 Punkte)
 Der Tag hat 24 Stunden (MCK)
 Ich kann mich nicht teilen (für die letzte Woche vor den Schulferien) (MCK)
 (fehlende) Zeit für Rückblick / Evaluation (SL)
4. **Defizite im Marketing** (6 Punkte)

wenig bekannt (AB)
weitgehende Unbekanntheit (U.K.)
professionelle Werbung kostenintensiv (CB)
(Werbung / Marketing) Ankommen / Kenntnisnahme bei Zielgruppen (Schwelle bspw. Schultür) (SL)

5. (schlechte) Erreichbarkeit (Rabe) (1 Punkt)

Die nachfolgenden Schwächen bekamen keine Punkte zugewiesen:

6. **strukturelle Defizite**

Struktur/Amt (Rabe)
Verwaltungsaufwand (LU)
schlechte Kalkulationsfähigkeit (U.K.)
freiwillige Aufgabe vs. Pflichtaufgaben (LU)
(geringe) Flexibilität (Forst)

7. Hemmschwelle Kontaktaufnahme (U.K.)

8. Angebot \neq Nachfrage (AB)

9. viel Ehrenamt (CB)

10. Ich bin teilweise wetterabhängig (MCK)

11. zu geringe Detailkenntnisse (JF)
(fehlende) Zeit für Weiterentwicklung / für eigene Weiterbildung (SL)

12. Nicht immer Vertretung bei Krankheit (CB)

Chancen

(Externe) Chancen im Hinblick auf das Ziel, in der Fläche von M-V dauerhaft qualitativ gute (mobile) Umweltbildung zu realisieren:

1. **Partner / Netzwerke** (11 Punkte)

Netzwerke / Kontakt zu anderen Anbietern (U.K.)
Veranstaltungsplan „Unterwegs...“ (jährlich neu) (NSH)
Errichtung einer Naturkontaktstation (NSH?)
Thema EU-weit von Interesse (CB)
viele Partner interessiert an Umweltbildung (CB)
andere EU-Länder besser aufgestellt \rightarrow Vorbild? (CB)
Ein starkes Netzwerk kann helfen (MCK)
Kooperation staatlich & freie Anbieter (Lu)
Kooperationen / Netzwerke (SL)
Festigung bestehender Strukturen (Lu)
Schaffung neuer Strukturen (Lu)

2. **Fördermöglichkeiten für Vereine als Basis für Angebote** (6 Punkte)

kostenlose Angebote für Kinder möglich
Förderung: Einziger Verein der offenen Jugendarbeit; LA gern besucht, wird nachgefragt, ca. 1000 Kinder / Jahr; JC (Jugendclub?) in eigener Trägerschaft
Fördermöglichkeiten für Vereine (SL)

3. **Möglichkeiten für kostenlose Service-Angebote** (6 Punkte)

kostenlos zur Verfügung stehende Flyer (NSH)
kostenloser Eintritt in unsere Ausstellung Karower Meiler (NSH)
Öffentliche Bekanntgabe von Veranstaltungen (NSH)

Werbung: Naturparkfilm (NSH)

4. Naturbedürfnis in der Bildung (5 Punkte)
5. genug Leitbilder vorhanden → umsetzen! (3 Punkte)
engagierte + couragierte MitbürgerInnen (AB)
6. **Möglichkeiten zur Weiterbildung + Information** (1 Punkt)
Weiterbildungsangebot im Land (U.K.)
Umweltbibliotheken (U.K.)
Qualifizierungsangebote (kostengünstig / regional ...) (SL)
Akzeptanz von Kompetenz (Lu)
7. Rückzug der öffentlichen Verwaltung aus hoheitlichen Aufgaben = Öffnung von Handlungsfeldern (1 Punkt)

Die nachfolgenden Chancen bekamen keine Punkte zugewiesen:

8. Es gibt freundliche Kunden (MCK)
9. Es gibt noch Natur, die vorzeigbar ist (MCK)
10. gesetzlicher Auftrag für Angebot (Forst)
11. Institutionelle Auftraggeber als Partner (MCK)
12. „Interessen“ der Zielgruppen – Spielen, Computer... (SL)
13. Auszeichnungen: Plakette Natur im Garten, Wanderpokal des Jungimkers (?)
Öffentlichkeitsarbeit: Rosenfest mit Rosenkönigin

Probleme

(Externe) Probleme im Hinblick auf das Ziel, in der Fläche von M-V dauerhaft qualitativ gute (mobile) Umweltbildung zu realisieren:

1. **Kein gesetzlicher Auftrag für die Kunden** (Schule) (15 Punkte)
Schulen müssen nicht UB machen (CB)
(mangelhafte) Vor- und Nachbereitung der Angebote seitens der LehrerInnen
Es reicht nur für Impulse... die Messen werden anderswo gesungen (MCK)
Schulgarten kann im Sachunterricht eingebunden werden, aber BFD ist rote Ampel
Hemmung: Keine Ganztagschulen in Sternberg = (fehlende) finanzielle Möglichkeiten; zudem Abfahrtszeit der Schulbusse = begrenzte Zeit (am Nachmittag)
(mangelnde) Zeit wegen Überfrachtung der Rahmenpläne in der Sek. II (SL)
Bildung ist freiwillig (dieser Punkt ist ambivalent!)
2. **Bildungssystem reformbedürftig** (11 Punkte)
starres Bildungssystem
Umweltbildner als Lückenbüsser ohne Finanzierung
(Mangelnde) Integration Natur – Bildung – Umweltbildung
(hinderliche) Rahmenbedingungen an Schule (Zeit etc.) (AB)
Rückzug der öffentlichen Verwaltung aus hoheitlichen Aufgaben – Trend der thematischen Bedeutung) (JF)
Klassenfahrtenerlass
Wandel zu langsam
Kunde hat Zeitnot (MCK)
kein Budget von Schulen für externe Bildungsangebote – außer Gedenkstätten (SL)

3. **Kein echter Markt, aber oft auch keine (staatliche) Basisfinanzierung** (6 Punkte)
 - Bildung ≠ Marktwirtschaft
 - fehlende Basisfinanzierung (JF)
 - notwendige Förderungen zur Kostendeckung (U.K.)
 - Einzelpersonen bekommen keine Fördergelder (MCK)
 - (hoher) Verwaltungsaufwand für die Projektabwicklung (MCK)
 - Es wird Druck ausgeübt – Zertifizierung, Rechtfertigung für Projekte (MCK)
 - Kunde hat kein Geld (MCK)
 - Sichtweise „Bildung ist kostenfrei“ (Schule) → sollte sie grundsätzlich etwas kosten?
 - notwendige Maßnahmen lassen sich aufgrund der Förderregularien kaum umsetzen (JF)
 - finanzielle Unterstützung gering (AB)
 - kostenlose und 1€-Angebote ~ Wert von Bildung? (SL)
4. Thema hat keinen ideellen bzw. finanziellen Wert bei den Zielgruppen (JF) (6 Punkte)
 - Türöffner fehlt (Ankommen, Bekanntheit der Angebote) (SL)
 - (geringes) allgemeines Interesse an Umweltthemen
 - wetterabhängige Angebote
 - Desinteresse an Bildung bei bestimmten Zielgruppen (SL)
5. **Kein klarer „Markt“ zur Vermittlung zwischen Anbietern und Kunden** (3 Punkte)
 - keine koordinierte Vernetzung von Angebot & Nachfrage (= kein Markt) (Forst)
 - Zulassen von unkoordinierten Parallelstrukturen (Forst)
 - Markt & Zielgruppe bzw. Angebot klären
 - keine klare Zuständigkeit
 - unterschiedliche Ausgangssituation und damit Zwänge bei den Partnern / Kunden / Netzwerken (JF)
6. wenig Qualitätsstandards (JF) (2 Punkte)
7. zu viele Infos (über Umweltthemen im Umlauf) (CB) (1 Punkt)
 - Bevölkerung generell übersättigt (CB)
 - mangelndes Interesse der Schulen an BNE (vermutlich wegen hoher Komplexität)
8. Es gibt schreckliche Kunden (MCK) (1 Punkt)
 - zu wenig Verständnis für die Anbieter von mobiler UB
 - Spaßorientierung (SL)

Die nachfolgenden Probleme bekamen keine Punkte zugewiesen:

9. Bildung viel zitiert, aber zu wenig gemacht (CB)
10. kaum Qualitätsanspruch bei Zielgruppe (SL)
11. Verminderung der öffentlichen Verkehrsmittel = verminderte Erreichbarkeit (NSH)
 - verteilte Zielgruppen (dünne Besiedelung)
12. Konkurrenz durch große Organisationen / Anbieter
13. kein Perspektivfeld für Nachwuchs
14. (unzureichendes) Weiterbildungsangebot im Land (U.K.)

Ambivalente Einflussgrößen

(Externe) ambivalente Faktoren im Hinblick auf das Ziel, in der Fläche von M-V dauerhaft qualitativ gute (mobile) Umweltbildung zu realisieren:

1. Fortführungsansätze der BNE-Dekade (1 Punkt)

Die nachfolgenden ambivalenten Einflussgrößen bekamen keine Punkte zugewiesen:

2. Eine Dekade jagt die andere.
3. Umweltbildung ist beliebtes Thema für Sonntagsreden
4. Modethemen (MCK)
5. Vielfalt der Anbieter und Angebote (LU)
6. Finanzen / Haushalt (LU)
7. Themenvielfalt der BNE ist Stärke und Schwäche (Jan D)

Ideen/Strategien

Im zweiten Teil der SWOT-Analyse wurden in Kleingruppen strategische Ideen ausgearbeitet. Die TN setzten dazu die Stärken, Schwächen, Chancen und Probleme zueinander in Beziehung. Diese teilweise recht komplexen strategischen Ideen wurden dann im Plenum vorgestellt.

Stärken – Chancen

Wie können wir unsere Stärken einsetzen, um externe Chancen optimal zu nutzen?

Natur ist ein menschliches Bedürfnis. Gute Umweltbildung erfordert gute Akteure, gute Angebote, gute Strukturen und eine sinnvolle Verknüpfung zu verwandten Bereichen.

- Gute Akteure (im Original: „Personal“): Die Umweltbildung braucht eine gute Vernetzung mit den relevanten gesellschaftlichen Bereichen wie Politik, Medien, Verwaltung. Diese können förderliche Rahmenbedingungen schaffen bzw. direkt mit Geld fördern.
- Gute Angebote sollten in der Zertifizierung / Qualitätsanalyse ermittelt werden. Wenn diese (externe) Prüfung Angebote als gut (genug) einstuft, sollten sie gefördert werden, sodass sie letztlich für die Bildungsempfänger kostenfrei sind. Dabei kann (a) der Anbieter / das Angebot gefördert werden, oder der Bildungsempfänger wird gefördert, sodass er sich das Angebot einkaufen kann (z.B. „Waldgang“ in Österreich).
- Gute Strukturen sollten auf drei Ebenen geschaffen werden:
 - (1) Im Land muss die regionale Verantwortung gestärkt werden („Motor“ sein).
 - (2) Die materielle Basis (=Natur, Gebäude, Material) ist zu stärken.
Die Natur als Gegenstand und materielle Grundlage der Umweltbildung kann u.a. durch Naturschutz gestärkt werden. Sie sollte Gemeingut bleiben und (für Bildungszwecke) weiterhin frei zugänglich bleiben. Das kann auch Modelle wie die kostenfreie Pacht für Wald-Kitas im öffentlich-rechtlichen Wald einschließen.
Material kann optimal genutzt werden durch Mehrfachnutzung, das schließt entsprechende Schulung und Weiterbildung ein. Das gilt z.B. für Kitas, Schulen, Vereine. Institutionelle Förderung kann dazu beitragen, die materielle Basis abzusichern.
 - (3) Die Umweltbildungsakteure müssen/sollten sich „intern“ optimal aufstellen, z.B. auch durch die Integration von „Engagierten“.

- Die Akteure sollten wahrnehmen, was (noch) nötig ist, um die Umweltbildung zu stärken. Natur ist u.a. auch Raum, Gegenstand/Objekt (z.B. von Emotionen, Kunst, Wirtschaft), Subjekt (mit welchem Eigenwert?) sowie Beispiel / Vorbild (für Nachhaltigkeit, Effizienz, Technik etc.). Auf der Bildungsebene bzw. in der Naturnutzung verwandte Bereiche sollten sinnvoll verknüpft werden, so etwa Medizin, Wellness, Therapie, Lebensbegleitung, Sport und Kunst.

Stärken – Probleme

Wie können wir unsere Stärken einsetzen, um externe Probleme zu überwinden?

Die Gruppe hat sich an den zuvor erarbeiteten Clustern orientiert und sich dazu sowohl Stärken als auch Probleme als Ausgangspunkte gewählt:

- Die inhaltliche Qualität der Angebote (Stärke) sollte genutzt werden, um...
 - ... das starre Bildungssystem zu bereichern
 - ... den (bisher geringen) Qualitätsanspruch der Zielgruppe (vor allem der Schulen) zu erhöhen
 - ... nicht nur Impulse zu schaffen, sondern auch Nacharbeiten (der Teilnehmer) anzuregen
- Die gute materielle Basis für die Umweltbildung (Stärke) sollte genutzt werden, um...
 - ... das starre Bildungssystem zu bereichern = Vorbild-/Vorreiterfunktion der Umweltbildung
 - ... sinnvoll mit der Spaßorientierung umzugehen
- Der fehlende gesetzliche Umweltbildungsauftrag – vor allem in den Schulen (Problem) sollte überwunden werden, indem...
 - ... die bestehenden Netzwerke Lobbyarbeit betreiben und so darauf hinwirken, dass ein solcher gesetzlicher Umweltbildungsauftrag zustande kommt
 - ... die in den Rahmenplänen vorhandenen Themen / Anknüpfungspunkte „besetzt“ werden (es herrschte nur begrenzte Überzeugung, dass das zielführend ist)
 - ... Argumentationslinien „neben“ dem gesetzlichen Bildungsauftrag gefunden und genutzt werden – so z.B. die aufwändigen Methoden und Materialien (welche nur die Umweltbildungsanbieter – nicht aber die Lehrer – handhaben können) sowie passgenaue Angebote (=Negieren des fehlenden gesetzlichen Umweltbildungsauftrags).
- Das starre Bildungssystem (Problem) sollte umgangen werden, indem...
 - ... gezielt auch Ganztagschulen bzw. private Schulen als Partner/Kunden gewonnen werden
 - ... dabei die Flexibilität, Regionalität, Mobilität und Themenvielfalt als besondere Stärken der Umweltbildung eingebracht werden.
- Das Fehlen eines echten Marktes (Problem) stellt sich für staatlich getragene Institutionen anders dar als für freiberufliche Umweltbildner oder Vereine. Es sollte überwunden werden, indem...
 - ... ein funktionierender Markt geschaffen wird; dazu Netzwerke nutzen, Lobbyarbeit leisten, nicht über den Preis sondern über die Qualität konkurrieren, Umweltbildung nur / mindestens kostendeckend anbieten (keine kostenlosen Angebote, keine 1€-Angebote und somit gleiche Ausgangsbedingungen für alle Anbieter)
 - ... oder indem eine komplette Basisfinanzierung für die Umweltbildung bereitgestellt wird; dazu Budget in den Haushaltsplan einstellen, Vernetzung und Lobbyarbeit leisten, politisches Interesse an den Themen wecken (z.B. Nationalpark).

Schwächen – Chancen

Wie können wir Chancen nutzen, um unsere Schwächen zu überwinden?

- Personelle Defizite sollten abgemildert werden, indem Partnernetzwerke aufgebaut werden, das Ehrenamt gestärkt wird und BFD/FÖJ genutzt werden.

- Defizite im Marketing sollten abgebaut werden, indem Partnernetzwerke eingebunden werden und so die Seriosität und das Ansehen starker Partner genutzt wird.
- Die Selbstaussbeutung sollte reduziert werden, indem Aufgaben geteilt werden und indem eine Basisfinanzierung / institutionelle Förderung eingerichtet wird.

Schwächen – Probleme

Wie können wir unsere Schwächen und unsere Probleme überwinden?

- Die Spaßorientierung (Problem) sollte überwunden / genutzt werden, indem Schlüsselerlebnisse für die TN geschaffen werden. Das sollte auch die Selbstaussbeutung / prekäre Situation (Schwäche) zu überwinden helfen.
Schlüsselerlebnisse führen zu Kettenbuchungen / „Lagerfeuer“ und zu Kundenstabilität (trotz des Klassenfahrterlasses / dem starren Bildungssystem [Problem])
- Der fehlende Markt zur Vermittlung zwischen Anbietern und Kunden (Problem) und der Überfluss an Informationen (Problem) sollte überwunden werden, indem Institutionen direkt kooperieren (z.B. Jugendherberge / Landschulheim – Forstamt; Mirow – Zislow).
Dadurch sollten auch personelle Defizite (Schwäche) überwunden werden.
Defizite im Marketing sollten durch Bündelung abgemildert werden (Alle UB-Akteure brauchen ein Dach).