

BIOLOGISCHES GÄRTNERN MIT MIGRANT*INNEN

EMPFEHLUNGEN FÜR GEMEINSAME BILDUNGSPROJEKTE

FKZ 2811OE140

Nadja Kasperczyk, Julia Meier, Dr. Wanda Born

22. April 2020

Forschungsvorhaben „Kleine Gärten – große Wirkungen:
Bildungsmaßnahmen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins
urbaner Gärtner*innen mit dem Ziel der Ökologisierung städtischer
Flächen und der Steigerung des Konsums von Biolebensmitteln“

Ersteller

FiBL

Forschungsinstitut für
biologischen Landbau

Projekt

Kleine Gärten – große Wirkung

Bildungsmaßnahmen zur Förderung
des ökologischen Bewusstseins urbaner
Gärtner*innen

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

BÖLN

Bundessortenamt
und andere Formen nachhaltiger
Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhalt

1. Einleitung / Hintergrund	3
2. Methodik	4
2.1 Quantitative Befragung von Hobbygärtner*innen	4
2.2 Literaturrecherche und Literaturliste	4
2.3 Interviews mit Expertinnen und Experten	5
2.4 Fokusgruppe	6
3. Diskussion der Ergebnisse	7
3.1 Umweltbewusstsein und Umweltwissen von Migrant*innen	7
3.2 Motivation und Praktiken des Gärtnerns von Migrant*innen	8
3.2.1 Zielgruppen für Bildungsangebote zum biologischen Gärtnern	8
3.2.2 Anknüpfungspunkte zum biologischen Gärtnern	9
3.2.3 Zusammenarbeit und die Rolle von Schlüsselpersonen	9
3.2.4 Konzeption von Bildungsangeboten zum biologischen Gärtnern	10
3.2.5 Integrative und/oder exklusive Angebote	12
3.2.6 Termin- und Zeitplanung für Workshops & Co.....	13
3.2.7 Veranstaltungsorte.....	13
3.2.8 Kommunikation.....	14
4. Fazit und Empfehlungen.....	15
5. Anhang	17
Literaturliste.....	17
FiBL Interviewleitfaden.....	20

1. Einleitung / Hintergrund

Die vorliegende Studie wurde im Rahmen des Forschungsvorhabens „Kleine Gärten – große Wirkung: Bildungsmaßnahmen zur Förderung des ökologischen Bewusstseins urbaner Gärtner*innen mit dem Ziel der Ökologisierung städtischer Flächen und der Steigerung des Konsums von Biolebensmitteln“ erstellt. Im Rahmen der gesamten Projektlaufzeit wurden folgenden Teilprojekte bearbeitet:

Teilprojekt I : Quantitative Befragung von Hobbygärtner*innen

Teilprojekt II: Durchführung von Biogarten-Schnupperkursen

Teilprojekt III: Bildungsangebote zum biologischen Gärtnern für Migrant*innen

Auf Grundlage der Ergebnisse vorangegangener Teilprojekte (Befragung von Hobbygärtner*innen, Durchführung von Schnupperkursen etc.) konzentriert sich das letzte Teilprojekt auf die Gruppe der Gärtner*innen mit Migrationshintergrund. Ihr erhöhtes Interesse am biologischen Gärtnern, der zurückhaltende Konsum von Bioprodukten, und die Tatsache, dass sie „herkömmliche“ Informationsangebote (z. B. Zeitschriften der Kleingartenvereine) weniger nutzen, machen sie zu einer interessanten Zielgruppe für Bildungs- und Informationsangebote zum biologischen Gärtnern.

Ziel des vorliegenden Teilprojektes ist es, Erkenntnisse zu Umwelteinstellungen und Kommunikationspräferenzen zu gewinnen, um bestimmte Zielgruppen kultursensibel ansprechen und für biologisches Gärtnern und Themen wie nachhaltige Ernährung, Umwelt- und Naturschutz interessieren und sensibilisieren zu können. Wir konzentrieren uns hierbei auf Menschen mit Migrationshintergrund, die in Deutschland schon länger leben oder geboren sind. Wohl wissend, dass Migrant*innen eine sehr heterogene Gruppe mit vielfältigen Erfahrungs- und Lebenswelthintergründen sind, die jeweils kultur- und lebensweltkompatible Kommunikationswege erfordern.

Dabei liegt der Fokus auf Türkeistämmige, wie im Folgenden näher erläutert wird.

2. Methodik

Die Ergebnisse und Aussagen dieser Studie leiten sich aus folgenden methodischen Bausteinen ab: Einer umfangreichen quantitativen Befragung zum biologischen Gärtnern, einer Literaturlauswertung, Interviews mit Expert*innen und einer abschließenden Gruppendiskussion (Fokusgruppe).

2.1 Quantitative Befragung von Hobbygärtner*innen

Im ersten Teilprojekt fanden nach einer Bestandsanalyse des Informationsangebotes zum biologischen Gärtnern (von Kleingartenverbänden, Ökoanbauverbänden, Garteninitiative und anderen Institutionen), Interviews mit Multiplikatoren (aus Kleingartenvereinen, Garteninitiativen und Stadtverwaltungen) in Berlin, Frankfurt, Freiburg und Hamburg statt. Auf Grundlage dieser Ergebnisse wurde ein Fragebogen für eine quantitative Befragung von Hobbygärtner*innen entwickelt. Ziele waren, den Kenntnisstand und Wissensbedarf wie auch Einstellungen zum biologischen Gärtnern zu ermitteln. Es folgte eine Befragung von rund 500 Kleingärtner*innen und rund 60 Gärtner*innen aus urbanen Garteninitiativen in Berlin, Frankfurt, Freiburg und Hamburg.

2.2 Literaturrecherche und Literaturlauswertung

Zusätzlich zu den Ergebnissen aus der Befragung im ersten Teilprojekt wurde eine umfangreiche Literaturlauswertung von 40 Studien und Publikationen zu folgenden Themen durchgeführt

- Umweltbewusstsein und -verhalten von Migrant*innen,
- Migrant*innen und urbanes Gärtnern,
- Migrant*innen in Kleingartenvereinen,
- Sensibilisierung und Aktivierung von Migrant*innen für Natur-, Klima- und Umweltschutzaktivitäten,
- interkulturelle/kultursensible/vorurteilsbewusste Umweltbildung.

Die Auswertung der Literatur erfolgte anhand eines dafür erstellten Kriterienkatalogs. Zu den Kriterien zählten, der Umweltkontext der Studie, Umweltwissen und Wissensbedarf von Migrant*innen, Kommunikationskanäle sowie Erfolgsfaktoren in der Ansprache. Insgesamt war das Thema Gärtnern mit Migrant*innen in der Literatur nicht stark vertreten. Daher haben wir Aussagen und Ergebnisse identifiziert, die auch auf das Thema biologisches Gärtnern übertragbar bzw. dafür relevant sind. Hierzu gehören Erfahrungen aus anderen Umweltschutzprojekten mit Migrant*innen und Aussagen zu sozialen Milieus und deren Motivation für Umweltaktivitäten. Veröffentlichungen, die sich auf Türkeistämmige beziehen, waren überproportional in der Literatur vertreten.

Aufgrund der Literaturergebnisse haben wir uns auf zwei Gruppen mit Migrationshintergrund, Türkeistämmige und Russlandstämmige, konzentriert. Beide Gruppen gehören zu den größten Minderheitsgruppen in Deutschland und sind in Kleingartenvereinen von allen Migrant*innen-gruppen am häufigsten vertreten. Diese Festlegung war auch für die Auswahl der Interview-Expert*innen relevant.

2.3 Interviews mit Expertinnen und Experten

Auf Grundlage der Ergebnisse der Literaturrecherche wurden für die qualitativen Expert*innen-Interviews zwei offene Interviewleitfäden erstellt, einen für Forschungsinstitutionen und einen für Migrantenselbstorganisationen (MSO). Die beiden Leitfäden unterscheiden sich nur wenig in der Formulierung einzelner Fragen (ausführlicher Leitfaden, s. Anhang). Aus der insgesamt übersichtlichen Gruppe von Expertinnen und Experten, die zu unseren Fragestellungen Auskunft geben können, haben wir 22 Personen für ein Interview gewinnen können.

Liste der Interviewpartner*innen

- Dr. Mehmet Alpbek, FOETED – Föderation Türkischer Elternvereine in Deutschland e.V
- Redouan Aoulad-Ali, Forum für soziale Innovationen (FSI), Projekt Faire Moschee, Solingen
- Ercan Arslan, Trainer für Kommunikation, Diversity und interkulturelle Kompetenzen, Köln
- Hüseyin Atay, Perspektive – Verein für interkulturelle Kommunikation und Bildung e.V., Hamburg
- Caner Aver, Zentrum für Türkeistudien (ZfTI), Essen
- Carina Aydin, Forum für Internationale Entwicklung und Planung (finep), Esslingen
- Avan Azad, Migranten für Hannover 21 e.V., Hannover
- Guido Beneke, Geschäftsführer Deutsche Schreiberjugend Bundesverband e.V.
- Ralph Berger, Phoenix – Kompetenzzentrum für berufliche Integration der Zuwanderer, Köln
- Sandra Böhme (Referentin für Soziales), Bundesverband Deutscher Gartenfreunde (BDG),
- Julia Glaeser, Abrahamisches Forum, Projekt „Religionen für biologische Vielfalt“, Darmstadt
- Josefine Jochum, Bundesverband Netzwerke von Migrantenorganisationen BV-NEMO
- Dr. Christine Katz, Diversu e.V., Institut für Diversity, Natur, Gender und Nachhaltigkeit, Lüneburg
- Dr. Silke Kleinhüchelkotten, ECOLOG – Institut für sozial-ökologische Forschung und Bildung, Geschäftsführung für Interkulturelles Bündnis für Nachhaltigkeit;
- Gülcan Nitsch, Yesil Cember gGmbH (Grüner Kreis), Berlin
- Luciana Saalbach, Prinzessinnengärten, Berlin
- Diana Sandler, MIR - Migrations- und Integrationsrat Land Brandenburg
- Maximilian Schmies, FH Dortmund, Ansprechpartner Projekt „Soziale Aktivierung zum gemeinschaftlichen Gärtnern“, FH Dortmund, Arbeitsgruppe von Prof. Dr. Marcel Hunecke (Projektleitung EMIGMA-Studie und AMeG-Studie)
- Tassew Shimeless, anstiftung München
- Mona Shirin, HIMA e.V., Essen
- Benjamin Vrucak, Leibniz-Zentrum Moderner Orient, Berlin
- Sigrun Zobel, BUND-NaturErlebnispark, Herten

Die Interviews wurden überwiegend telefonisch geführt, wobei die Gespräche aufgezeichnet und anschließend transkribiert wurden. Die Auswertung und Analyse der Interviews erfolgte mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring.

Unsere Interviewpartner*innen konnten zu einem Großteil Auskunft geben über türkeistämmige Menschen unterschiedlichen Alters, teilweise bezogen auf die 1. sowie 2. und 3. Generation. Einige der Expert*innen hatten spezifische Erfahrungen mit Menschen muslimischen Glaubens aus unterschiedlichen Herkunftsländern. Darüber hinaus hatten wir Interviewpartner*innen, die vorwiegend mit Russlanddeutschen gearbeitet haben und solche, die Erfahrungen in der Zusammenarbeit mit Menschen verschiedenster Altersstufen und Herkünfte haben.

2.4 Fokusgruppe

Als Abschluss fand eine Gruppendiskussion (Fokusgruppe) statt. Aufgrund der schwierigen Kontaktaufnahme zu russischstämmigen Migrant*innenorganisation bei den Interviews sind für diese Zielgruppe keine aussagefähigen Ergebnisse erzielt worden. Literatur, die sich spezifisch mit dem Umweltbewusstsein etc. von russischstämmigen Menschen auseinandersetzt, ist nicht zu finden.

Vor diesem Hintergrund haben wir eine von zwei geplanten Fokusgruppen durchgeführt, die sich auf Türkeistämmige und Muslime bezog. Aufgrund unvorhergesehener Ereignisse war die Fokusgruppe relativ klein (fünf Personen). Die Rückmeldungen und Ergänzungen aus der Fokusgruppe zu den vorgestellten Ergebnissen aus Interviews und Literatur wurden protokolliert und sind Teil der zusammenfassenden Ergebnisse im folgenden Kapitel.

3. Diskussion der Ergebnisse

3.1 Umweltbewusstsein und Umweltwissen von Migrant*innen

Die Einschätzungen bezüglich des Umweltbewusstseins von Migrant*innen in Deutschland variieren in der Literatur. Während Aver (2011) und DNR (2008) eine hohe Sensibilität für Umweltschutzthemen und eine positive Einstellung gegenüber Umweltschutzmaßnahmen festgestellt haben, beobachteten Hunecke et al. (2014), eine Tendenz, Umweltthemen weniger ernst zu nehmen. Went et al. (2015) berichten, dass Multiplikator*innen und Migrantenselbstorganisationen (MSO) nur ein geringes Interesse am Thema Klimaschutz zeigen. Nach Kleinhüchelkotten (2013) ist eine Grundsensibilisierung in Bezug auf globale Probleme, wie Umweltzerstörung und Klimawandel, unabhängig vom kulturellen Hintergrund vorhanden.

Allgemein stärkt naturbezogenes Handeln das Umweltbewusstsein und die Wertschätzung für die Natur im eigenen Umfeld (BfN 2008). Engagement für Natur- und Umweltschutz zeigen vor allem gut integrierte junge Erwachsene mit hoher Formalbildung aus moderneren sozialen Milieus. Den anderen sind Möglichkeiten, sich zu engagieren, häufig nicht bekannt. Fehlende Anerkennung/Belohnung für das Engagement wird als ein Hindernis angesehen (Kleinhüchelkotten 2011). Im sog. prekären Milieu (unabhängig vom Migrationshintergrund) ist die Distanz zur Natur am größten und die Aufgeschlossenheit für Anliegen des Naturschutzes am geringsten. Um mehr Menschen zu erreichen, ist es wichtig, sich mit den Werten und Lebensvorstellungen auseinanderzusetzen sowie Sprachbarrieren zu überwinden (Kleinhüchelkotten 2013, Hokema & Heiland 2017). Je größer das Heimatgefühl ist, desto größer ist das Bedürfnis, sich für die Umwelt zu engagieren (Hunecke et al. 2013, Hunecke et al. 2014, Nies et al. 2015).

Das Wissen über Umwelt- und Klimaschutz, insbesondere über komplexe Zusammenhänge, ist bei der Gruppe von Migrant*innen eher gering (DNR 2008, Aver 2011, Hunecke et al. 2014). Es besteht ein Bedürfnis nach Informationen zu Natur- und Umweltschutz, das bei Migrant*innen ausgeprägter ist als in der deutschen Mehrheitsgesellschaft (DNR 2008, Aver 2011). Heuser et al. (2013) berichten, dass Umweltbotschafter*innen und die türkische Community das Thema „Gesundheit und Umwelt“ sehr stark nachfragen. Das Wissen darüber, wie Migrant*innen sich engagieren können über Kampagnen, Mitmachaktionen etc. ist gering. Umweltschutzorganisationen bieten Mitmachmöglichkeiten und vermitteln diese z.B. über das Internet, aber es braucht dafür Wissen, dass es diese Organisationen gibt, Internetzugang und Sprachkenntnisse (Hunecke et al. 2014). Nach FiBB (2014) interessieren sich beispielsweise viele türkischsprachige Bürger*innen in Bonn für Umweltthemen, aber für den Alltag fehlen ihnen oft konkrete Handlungsanreize und -möglichkeiten. Ein Grund ist, dass gängige Informationsquellen Menschen mit Migrationshintergrund häufig nicht erreichen.

Insgesamt gib es wenig Wissen zu Naturerfahrungen, Natureinstellungen sowie zu Informationsstand und -bedürfnissen von Menschen mit Migrationshintergrund. Sie sind kaum in Naturschutzverbänden etc. vertreten und werden nur selten als Zielgruppe für Umweltkommunikation und Bildungskampagnen angesprochen. Umweltmaßnahmen sollten so geplant werden, dass Teilhabe und Mitgestaltung gefördert und unterschiedliche Naturverständnisse berücksichtigt werden (Jay 2017).

3.2 Motivation und Praktiken des Gärtnerns von Migrant*innen

Ergebnisse aus unserer Befragung von Hobbygärtner*innen haben gezeigt, dass durchschnittlich mehr Gärtner*innen nichtdeutscher Muttersprache es für erstrebenswert halten, den Garten ökologisch zu bewirtschaften als Gärtner*innen mit deutscher Muttersprache (37,5 % gegenüber 31,92 %). Ähnliche Ergebnisse wurden in dem Projekt „Better Gardens“ (Lewis et al. 2018) in der Schweiz gefunden.

Die kleingärtnerische Nutzung ist bei Kleingärtner*innen mit Migrationshintergrund oft intensiver als bei denjenigen ohne Migrationshintergrund (BDG 2013). Auch in unseren Befragungen gaben Gärtner*innen mit Migrationshintergrund häufiger an, dass es ihnen wichtig ist, möglichst viel Obst und Gemüse zu produzieren. Durch den Anbau landestypischer Obst- und Gemüsesorten von Migrant*innen hat die Vielfalt an Kulturpflanzen in den Kleingartenvereinen zugenommen (BDG 2013).

In dem „Better Gardens“-Projekt (Lewis et al. 2018) tendierten Gärtner*innen mit Migrationshintergrund dazu, eher Pflanzenschutzmittel einzusetzen, weil sie glaubten, dass die Anwendung in kleinen Dosen harmlos sei. Dagegen setzten sie Praktiken wie Mischkulturen kaum um. In unserer Befragung gaben durchschnittlich mehr Gärtner*innen mit Migrationshintergrund an, dass sie keine torffreie Gartenerde verwenden und die Kosten für Gartenmaterialien und Zubehör ein Problem für sie darstellen.

Obst- und Gartenbau sind geeignete Themen, um gemeinsam interkulturelle Projekte durchzuführen und den Kontakt „auf Augenhöhe“ zu ermöglichen. Zudem fördert die Arbeit im Garten den Dialog, z.B. über die Verwendung von Kräutern und Früchten und den Geschmack der Heimat, wenn Pflanzen aus dem jeweiligen Herkunftsland angebaut werden (finep 2013).

3.2.1 Zielgruppen für Bildungsangebote zum biologischen Gärtnern

Die Mehrzahl unserer Expert*innen gab an, dass bei Migrant*innen ein grundsätzliches Interesse, teilweise sogar ein großes Interesse, an dem Thema biologisches Gärtnern und entsprechenden Bildungsangeboten besteht. Da die Gruppe der Migrant*innen genauso divers ist wie die deutsche Mehrheitsgesellschaft, muss die Zielgruppe für ein mögliches Bildungsangebot möglichst genau erfasst werden. Hierbei sind Wissenstand, Lebensstile, biographische Erfahrungen, Interessen, Wohnort etc. zu berücksichtigen (Nitsch 2013, Hunecke et al. 2014, Nies et al. 2015, VDN 2018). Folgende Zielgruppen haben sich aus den Interviews ergeben, die noch weiter spezifiziert werden können:

- Grundsätzlich alle Garteninteressierten und Menschen mit eigenem Garten; geschlechter- und generationenübergreifend;
- Frauen als Verantwortliche für den Bereich Ernährung und Nahrungsmittelzubereitung, wobei der Anteil der berufstätigen Frauen auch in der türkischen Community steigt (Aver 2019). Veränderungen und Impulse gehen oft von Fraueninitiativen aus (Nies et al. 2015). Bei türkeistämmigen Migrant*innen ist es gut, weibliche Schlüsselpersonen aus dem traditionellen Milieu zu gewinnen, die als Vorbilder fungieren (Hunecke et al. 2014).
- Familien mit jüngeren Kindern (gemeinsame Aktivitäten der Familien haben hohen Stellenwert in der Türkei).
- 2. und 3. Generation der Türkeistämmigen.

3.2.2 Anknüpfungspunkte zum biologischen Gärtnern

Zusammenfassend lässt sich aus den Interviews und der Literatur eine Reihe von Bezügen und Anknüpfungspunkten zum biologischen Gärtnern herstellen:

- Der eigene Garten und Erfahrungen mit dem praktischen Gärtnern sind wichtige Bezugspunkte und kulturunabhängig.
- Der Garten als sozialer Treffpunkt, als Ort, um Gemeinschaft zu erleben mit Familie und Nachbarn. Gemeinsames Essen hat eine soziale und kulturelle Bedeutung (Hunecke et al. 2014, Nies et al. 2015).
- Tradition und Erinnerung an die Heimat können mit einem Garten verbunden sein. Für Menschen der 1. Generation, aber auch für Menschen, die erst vor kurzem nach Deutschland gekommen sind. Gärtnern „wie früher, wie bei Oma“ und der Geschmack der Heimat (Saatgut, Sortenvielfalt aus dem Herkunftsland) spielen hierbei eine Rolle.
- Der Gesundheits-Nutzen für sich und die Familie durch den Anbau von lokalem, unbelastetem Obst und Gemüse.
- Das Geschmackserlebnis und der Stolz, eigenes Obst und Gemüse ernten zu können.
- Durch den eigenen Anbau (Selbstversorgung) Geld sparen zu können und den ökologischen mit dem ökonomischen Vorteil verknüpfen (Bizim 2012, Heuser et al. 2013, Kleinhüchelkotten 2013, weitere).
- Erholung und Ruhe draußen in der Natur erleben zu können.
- Für religiöse Muslima und Muslime bietet der Koran Zugang zu Umweltfragen. Umweltschutz und Liebe zur Natur sind Teil der Religion. Die Gläubigen sorgen als Statthalter dafür, dass die Natur intakt bleibt. Auch eine gesunde Ernährung (halal und tahib) sind in diesem Zusammenhang wichtig (Aver 2011, Bizim 2012, Kleinhüchelkotten 2013, Heuser et al. 2013, FiBB 2014).
- Bei Menschen mit ausgeprägtem Umweltbewusstsein: Etwas für Natur, Umwelt und Klima zu tun, Verantwortung für eine lebenswerte Zukunft nachfolgender Generationen übernehmen. Nicht zuletzt: Umwelt- und Klimaschutz macht Spaß (Nitsch 2013).

3.2.3 Zusammenarbeit und die Rolle von Schlüsselpersonen

Idealerweise werden Bildungsangebote, wie Angebote zum biologischen Gärtnern, von Anfang an gemeinsam mit einem Kooperationspartner, z.B. einer Migrantenselbstorganisation (MSO), geplant, entwickelt und durchgeführt (finep 2013, Nies et al. 2015). Die Zusammenarbeit „auf Augenhöhe“ ist dabei ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Der Kooperationspartner kennt die Bedürfnisse der Zielgruppe und verfügt über die Kompetenzen und Kontakte, den Zugang zur Zielgruppe zu erleichtern oder erst zu schaffen (Aver 2011, Kleinhüchelkotten 2013, Finep 2013, FiBB 2014, Nies et al. 2015).

Der Aufbau von Kooperationen braucht Zeit - um Kontakte zu knüpfen und Vertrauen aufzubauen. Er erfordert auch die Bereitschaft, über den eigenen Tellerrand zu schauen und gemeinsame Ziele zu haben oder zu entwickeln (Finep 2013, Nies et al. 2015, Hunecke et al. 2016). Vor diesem Hintergrund sollte das Ziel sein, langfristige Kooperationen in räumlicher Nähe aufzubauen. Der lokale Ansatz ist wichtig, weil entstandene Kontakte auch nach Projektende leichter gepflegt werden können (Finep 2013, FiBB 2014, Nies et al. 2015). Gut laufen Projekte mit langer Laufzeit, in denen es Vertrauen zwischen den Menschen gibt und sich die Organisationen engagieren.

Schlüsselpersonen/Multiplikator*innen aus der jeweiligen Community oder Organisation zu gewinnen, ist essenziell für den Erfolg entsprechender Bildungsvorhaben. Im Idealfall sind sie anerkannte, gut vernetzte Persönlichkeiten mit Vorbildfunktion, die für das jeweilige Thema sensibilisiert werden können oder bereits dafür aktiv sind. Damit nehmen sie eine wichtige „Brückenfunktion“ ein (diverse Autor*innen und Interviewpartner*innen).

In vielen Fällen handelt es sich dabei um Personen, die ehrenamtlich tätig sind und nur wenige Ressourcen in der Organisation zur Verfügung haben. Für eine Zusammenarbeit sollte daher bspw. eine Aufwandsentschädigung angeboten werden.

Mögliche Ansprechpartner, Kooperationspartner und Schlüsselpersonen für Bildungsangebote zum biologischen Gärtnern:

- Integrations- und Umweltbeauftragte, Integrationsräte auf kommunaler Ebene (als erste Ansprechpartner)
- Dachverbände migrantischer Organisationen wie NEMO (bundesweit), Forum der Kulturen (Baden-Württemberg) und Pendants in anderen Bundesländern können Kontakte zu lokalen MSO herstellen.
- MSO selbst sind aufgrund ihrer Netzwerke mit der Community und Kontakten zu migrantischen Medien als Kooperationspartner gut geeignet.
- Nuur Energy, Hima und Yesil Cember als migrantische Organisationen mit Umweltschwerpunkt und guten Netzwerken.
- Deutsche Umweltverbände werden als weniger geeignet eingestuft, weil sie selbst zu wenig Mitarbeiter*innen mit Migrationshintergrund einstellen und wenig Kontakt mit Migrant*innen haben
- Kulturvereine, Familienzentren, Soziale Cafés
- Moscheen und Moscheevereine mit Imamen und Religionslehrern als Schlüsselpersonen
- Türkische (u. a.) Gemeinden
- Muslimische Hochschulgruppen
- Bildungseinrichtungen: Volkshochschulen, Schulen, Elternbeiräte und Elternvereine (z.B. FÖTED)
- MiGlobe-Berater*innen
- Interkulturelle Gärten, Bundesverband der Gartenfreunde und Landesverbände
- Wohnungsunternehmen
- Weitere

3.2.4 Konzeption von Bildungsangeboten zum biologischen Gärtnern

Für die Konzeption eines Bildungsangebotes ist es entscheidend zu wissen, was die Zielgruppe/die Adressaten wissen wollen und welche Bedürfnisse sie haben. Akteure aus dem Umweltbildungsbereich kommen meist aus ähnlichen Milieus und ihre Kommunikation ist stark auf dieses postmaterielle Milieu ausgerichtet. Bildungsangebote für andere Zielgruppen erfordern daher einen Perspektivwechsel und die Fähigkeit, sich auf die Zielgruppe einzulassen (Kleinhüchelkotten 2019). Bei der Konzeption von Bildungsangeboten sollten auch die sozialen Milieus berücksichtigt werden, wenn z.B. die Zielgruppe aus einem Quartier stammt, wo 80 Prozent der Menschen geringe Einkommen haben (Schmies 2019).

Die Planung eines Bildungsangebotes sollte weniger sach- und inhaltsorientiert sein. Im Vordergrund steht die Beziehungsarbeit, die Zeit braucht. Die Veranstaltungen sollten nicht überfrachtet werden „mit diesem ganzen Interkulturellen“. Wichtig ist es, Atmosphäre zu schaffen, weil „Atmosphäre wichtiger als der Inhalt ist“.

Nach Möglichkeit sollen die Bildungsangebote zweisprachig sein. Dies wird von dem Großteil der Expert*innen als sehr wichtig eingestuft – auch vor dem Hintergrund, dass sich deutschsprachige Migrant*innen nicht diskriminiert fühlen.

Grundsätzlich bietet sich ein niedrigschwelliger, praxisnaher Workshop oder Kurs für das Thema biologisches Gärtnern als Format an. Anstelle von Fachvorträgen sollte ein allgemeinverständlicher Überblick in das Thema in einfacher, verständlicher Sprache und mit vielen Bildern gegeben werden (Heuser et al. 2013, Nitsch 2013).

Eine emotionale Ansprache mit positiven Gefühlen und Bildern wird von den Expert*innen als sehr wichtig eingestuft. Ggf. können auch Sprichwörter eingebunden werden, die in beiden Kulturen vorkommen. Die Einbeziehung der Lebenswelt und die eigenen Erfahrungen der Zielgruppe zu dem Thema sind ganz entscheidend, dürfen aber nicht „aufgesetzt oder anbiedernd“ wirken. Der persönliche Bezug und der persönliche Mehrwert/Nutzen, der durch das biologische Gärtnern entsteht, sollte hervorgehoben werden.

Im Vordergrund stehen praktische, konkrete Tipps für die Umsetzung im Garten. Hintergründe können später erklärt werden. Bezüge zum Herkunftsland können hergestellt werden, wie z.B. die verschiedene Nutzung von gemeinsamen Kulturpflanzen und Wildkräutern. Da nicht alle einen Garten haben, sollten auch praktische Tipps für den Balkon vorgestellt werden.

Im Rahmen des Workshops sollen der Dialog angeregt werden, die Wirksamkeit des eigenen Handelns erfahrbar gemacht werden (IKBFN 2017) und konkrete Handlungsmöglichkeiten für den Alltag angeboten werden (Nitsch 2013, Nies et al. 2015). Ein respektvoller Umgang und der Dialog auf Augenhöhe sind Grundvoraussetzung.

Das Bildungsangebot, z.B. ein Workshop/Kurs, sollte als „aufsuchende Veranstaltung“ durchgeführt werden. Das heißt, der Workshop sollte dort stattfinden, wo sich die Menschen sowieso treffen. Das können Nachbarschaftstreffen sein, Frühstücke in Frauencafés, Veranstaltungen in Gemeinden und Moscheen, Feste oder die jährlich stattfindenden türkischsprachigen Umwelttage (diverse Autor*innen und Interviewpartner*innen).

Für Menschen mit türkischen Wurzeln sollte der Workshop/Kurs als Familienveranstaltung oder Frauenveranstaltung mit Kindern und Kinderbetreuung geplant werden. Die Atmosphäre sollte locker sein und Gesprächs-/Austauschcharakter haben. Ein runder Tisch ist besser geeignet als Sitzreihen. „Viele Menschen dieser Zielgruppe sind es nicht gewohnt, in einer Sitzreihe zu sitzen und einer Person vorne zuzuhören“ (Aydin 2019). Auch sollten Tee und andere Getränke sowie Speisen angeboten werden. „Wenn man sich in der Türkei trifft und irgendetwas bespricht, ist immer Essen und Trinken dabei“ (Aydin 2019). Vegetarisches Essen kommt gut an, auf Schweinefleisch und Gelatine sollte verzichtet werden, ebenso auf Alkohol. Wertschätzung drückt sich auch aus, wenn die Gebetszeiten in den Pausen mit eingeplant werden und ggf. dafür ein Raum angeboten wird.

Grundsätzlich sind Angebote getrennt nach Geschlechtern nach Ansicht der Expert*innen nicht notwendig, im Einzelfall ist dies ggf. mit dem Kooperationspartner / der Schlüsselperson abzusprechen.

Im Rahmen eines Workshops sollten mehrere Themen angesprochen und nicht zu sehr vertieft werden. Ein ausgedehnter Theorieteil zu Anfang kann dazu führen, dass Langweile aufkommt und die Menschen schon während des Theorieteils gehen. Ziel sollte es sein, Interesse zu wecken, einzelne Themen ggf. erneut aufzugreifen und praktische Mitmach-Angebote zu haben.

Das Angebot von mehreren Themen erleichtert auch den Einstieg für Teilnehmer*innen, die später zu der Veranstaltung kommen. Zeit und Pünktlichkeit spielen in anderen Kulturen eine andere Rolle. Auch wenn Interviewpartner*innen berichten, dass die Ankündigung eines Termins mit Uhrzeit oft ignoriert werden, sollte dennoch nicht darauf verzichtet werden (Nitsch 2019).

Die Kommunikationsweisen unterscheiden sich je nach Kultur. So kann die Diskussion von Menschen mit türkischen Wurzeln bei großem Interesse an einem Thema lebhaft und sehr laut werden. Dies erfordert eine flexible und bedarfsorientierte Vorgehensweise. Anstatt die Diskussion abubrechen, könnte diese z.B. in Kleingruppen fortgeführt werden. Freiräume sind wichtig, um eine dynamische Entwicklung in der Zielgruppe zu ermöglichen (Nitsch 2019).

Klassische Informationsmaterialien wie Flyer etc. eignen sich als Ergänzung für einen Workshop oder Kurs, aber nicht als alleiniges Medium. Sie sollten immer mehrsprachig und in einfacher Sprache verfasst sein. Die Erstellung und Verteilung sollte über die eingebundenen Schlüsselpersonen erfolgen.

Ein weiteres Format, das nicht weiter ausgeführt wird, sind Exkursionen oder „Erlebnis-Touren“ zu beispielsweise Gartenvereinen, Modell-Gärten etc. Eine Exkursion kann auch als Folgeveranstaltung zu einem Workshop/Kurs angeboten werden.

3.2.5 Integrative und/oder exklusive Angebote

Ob ein Workshop zum biologischen Gärtnern gemeinsam für Menschen mit und ohne Migrationshintergrund angeboten werden sollte, oder „nur“ für eine Zielgruppe von Migrant*innen, kann pauschal nicht beantwortet werden.

Grundsätzlich sollten solche Angebote für alle zugänglich sein und keine Sonderstellung von Migrant*innen kreieren. Ein exklusives Vorgehen kann der Integration im Weg stehen, weil es nicht signalisiert, dass alle willkommen sind (VDN 2018, Nein et al. 2018). Einige unserer Interviewpartner*innen plädieren eindeutig für gemischte Veranstaltungen. Diese bieten Migrant*innen auch die Gelegenheit, Menschen ohne Migrationshintergrund zu zeigen, was sie haben oder wie sie bestimmte Sachen machen.

Es gibt eine Reihe von Expert*innen, die gemischte Angebote für zunächst weniger wichtig halten. Am Anfang sollten spezifische, auf eine migrantische Zielgruppe ausgerichtete Angebote stehen. Damit kann ein Vertrauensraum geschaffen werden, in dem sich die Menschen leichter öffnen und ihr eigenes Erfahrungswissen gut einbringen können. Über spezifische Veranstaltungen können die Menschen zuerst aktiviert werden, und wenn der Prozess anläuft, kann die Gruppe erweitert werden und eine gemeinsame Veranstaltung stattfinden. Die gezielte Ansprache von kleinteiligen Zielgruppen erlaubt es, maßgeschneiderte Bildungsangebote zu durchzuführen, welche die Erfahrungen und Lebenswelten berücksichtigen. Bei einer gemischten Veranstaltung können nicht alle gleich angesprochen werden, die Hintergründe sind dafür zu unterschiedlich.

3.2.6 Termin- und Zeitplanung für Workshops & Co

Termine

Bei der Terminplanung für Bildungsangebote, wie Workshops/Kurse, ist es wichtig, Feiertage und bedeutsame Ereignisse zu beachten. Dazu gehören z.B. Ramadan, Zuckerfest, Newruz, Butterwoche und andere. Der interkulturelle Kalender des Bundesamtes für Migration und Flüchtlinge) gibt hierzu Auskunft (<https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Behoerde/interkulturellerkalender-2020-A1.html;nn=282388>). Für muslimische Zielgruppen sind Feiertage, muslimische und christliche, nicht als Termin für Bildungsangebote geeignet. Die Fastenzeit/Ramadan halten die Mehrzahl der Interviewpartner*innen (und Autor*innen) für ungeeignet, weil die Menschen in dieser Zeit weniger aufnahmefähig sind und nicht kommen würden. Zudem sollten entsprechende Veranstaltungen nicht freitags zwischen 13:00 und 15:00 Uhr (Freitagsgebet) oder samstags ab 16:00 Uhr ablaufen, weil dann häufig Hochzeiten stattfinden. Das Wochenende und insbesondere der Sonntag ist grundsätzlich geeignet für Veranstaltungen, auch vor dem Hintergrund, dass in den MSO und Moscheevereinen meist nur Ehrenamtliche tätig sind, die unter der Woche nicht teilnehmen können.

Internationale Tage, wie die UN-Tage für den Schutz der biologischen Vielfalt, können als Aufhänger für entsprechende Bildungsangebote, z.B. zum biologischen Gärtnern, genommen werden. Auch an Stadtteilfeste und Feste von Moscheevereinen lassen sich solche Bildungsangebote ggf. angliedern.

Zeitdauer

Angaben zur optimalen Dauer von Bildungsangeboten wie Workshops weichen unter den Autor*innen und Interviewpartner*innen deutlich voneinander ab. Einige halten Veranstaltungen von max. 1,0 bis 1,5 Stunden für gut geeignet. Da in einer Stunde Themen nur „angerissen“ werden können und dazu einige Teilnehmer*innen später kommen, erscheint eine einstündige Veranstaltung als zu kurz. Andere halten maximal zwei Stunden, drei bis fünf Stunden oder kompakte Tagesseminare für angemessen. Kurze, knackige Aktionen (auch unter einer Stunde) können dabei als Türöffner fungieren und Lust auf längere Kursangebote machen. Wichtig sind der Gruppenaufbau mit gegenseitigem Kennenlernen zu Anfang und eine Wohlfühlatmosphäre. Gelingt dies in einer Veranstaltung von maximal zwei Stunden, lässt sich eine längere Veranstaltung darauf aufbauen.

3.2.7 Veranstaltungsorte

Veranstaltungen sollten an Orten stattfinden, wo sich die Menschen auch zu anderen Anlässen treffen, in den Begegnungsräumen der jeweiligen Community (Hunecke et al. 2016). Dies erleichtert auch die Bewerbung. Das können die Häuser der jeweiligen Gemeinden und Vereine, von Moscheen, Kulturzentren, Landmannschaften sein, aber auch Schulen, Stadtteilbüros, Familienzentren, städtische Parks, Teerunden von Frauen und Männercafés u.a.

Kleingartenvereine, Lehrgärten und interkulturelle Gärten sind Orte, die für ein Bildungsangebot zum biologischen Gärtnern besonders geeignet sind. Wird eine Gruppe direkt in eine Gartenanlage oder einen Garten als „neuen Ort“ eingeladen, kann dies eine Hürde für die Teilnahme sein. Einige Interviewpartner*innen empfehlen daher eine erste Veranstaltung in bekannten Räumen der Migrant*innenorganisation und danach einen praktischen Teil in einem Garten, mit Tee und in gemüthlicher Atmosphäre.

Grundsätzlich sollte der Veranstaltungsort nicht zu weit entfernt (lokal) und auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar sein. Je nach Zielgruppe kann die Recherche des Ortes im Internet eine zusätzliche Hürde sein.

3.2.8 Kommunikation

Ansprache

Von herausragender Bedeutung für die Bekanntmachung von Bildungsangeboten ist die persönliche Ansprache (diverse Autor*innen und Interviewpartner*innen). Dies setzt voraus, Vereine, Frauencafés und andere Institutionen aktiv aufzusuchen und mit den Leuten ins Gespräch zu kommen, um sie für das Thema zu interessieren. Zudem schafft die Ansprache über z.B. Kulturvereine Vertrauen, weil sie bei den Zielgruppen bekannt sind und als vertrauenswürdig wahrgenommen werden. Hunecke et al. (2016) halten die Ansprache über Migrant*innen-Communities für effektiver als über die Stadtquartiersebene. Demgegenüber lässt sich auf Quartiersebene bzw. im Wohnumfeld direkt an die Lebenswelt anknüpfen (IKBFN 2017). Veranstaltungen in den Bereichen „Interkultur“ oder Aktionstage „Nachhaltigkeit“ und „Tag der Regionen“ können genutzt werden, um Kontakte zu knüpfen und auf Bildungsangebote aufmerksam zu machen (finep 2013, Nitsch 2019).

Die richtige Ansprache erfordert Kenntnisse und das Einhalten von Umgangsformen der jeweiligen Community (Nies et al. 2015.) Grundsätzlich sollte die Ansprache sensibel erfolgen und die Adressaten „nicht überrollen“. Von daher ist es naheliegend, die Ansprache als Tandem, bestehend aus deutscher Organisation und MSO bzw. Schlüsselperson, durchzuführen. Dies ermöglicht den persönlichen Kontakt in der Muttersprache. Zweisprachigkeit bei der Ansprache und bei den Bildungsangeboten halten verschiedene Expert*innen für unverzichtbar. Häufiges Nachhaken steigert zudem in der türkischen Community die Bedeutung eines Themas oder eines entsprechenden Bildungsangebotes (Nitsch 2019).

Medien

Die Wahl der Kommunikationsmedien ist sehr von der Zielgruppe abhängig. Große Bedeutung hat die Mund-zu-Mund-Propaganda und in vielen informellen Gruppen läuft der Informationsfluss so am schnellsten (finep 2013, Went 2015, Nies et al. 2015; Hunecke et al. 2014; VDN 2018). Die Verbreitung von Informationen über „face-to-face“ erzielt die größte Wirkung, vor allem in Kombination mit wiederholten Telefonkontakten (Hunecke et al. 2016). Das Telefon nimmt immer noch eine wichtige Rolle ein, weil es verbindlicher ist als z.B. E-Mail (Nitsch 2019). Social Media (Face-book & Co) werden als Medium gerne genutzt von jüngeren Menschen, aber auch generationenübergreifend.

Die türkische Medienlandschaft hat sich in den letzten Jahren radikal geändert. Es werden kaum noch gedruckte Zeitungen gelesen, Informationen werden vermehrt online oder über das Fernsehen gewonnen. In lokalen Anzeigenblättern / kostenfreien Zeitungen, die gelesen werden, können Veranstaltungshinweise veröffentlicht werden (Aver 2019). Eine weitere Möglichkeit ist es, bekannte türkische Personen als „Botschafter*innen“ für das Vorhaben zu gewinnen.

Es ist sinnvoll, mehrere Kanäle zu nutzen, um auf gemeinsame Bildungsangebote zum biologischen Gärtnern aufmerksam zu machen: Schlüsselpersonen, lokale und regionale Bündnispartner, kostenfreie Kiezezeitungen, lokale Radiosender, regionales Fernsehen, Stadtteilstage, aber auch Baumärkte und Gartencenter.

4. Fazit und Empfehlungen



Es besteht ein grundsätzliches Interesse am biologischen Gärtnern, das je nach Zielgruppe unterschiedlich ausgeprägt ist.



Für ein Bildungsangebot zum biologischen Gärtnern sollte die **Zielgruppe** möglichst genau ermittelt werden mit ihren Interessen, ihrem Wissensstand, Lebensstilen etc. Ein Perspektivwechsel und das sich Einlassen auf die Zielgruppe sind dabei eine wichtige Voraussetzung. Zielgruppen, die sich für das Thema anbieten, sind bspw. Frauen und Familien mit jüngeren Kindern.



Mögliche **Anknüpfungspunkte** für das Thema biologisches Gärtnern sind: der Garten als sozialer Treffpunkt, Tradition und Erinnerung an die Heimat, Gesundheit durch unbelastetes Obst und Gemüse, Geldersparnis durch eigenen Anbau sowie Erholung und Ruhe in der Natur.



Bildungsangebote sollten von Anfang an zusammen mit einem **Kooperationspartner**, z.B. einer Migrantenselbstorganisation, geplant und durchgeführt werden. Dabei ist ausreichend Zeit einzuplanen, um Kontakte zu knüpfen und Vertrauen aufzubauen. Langfristige Kooperationen in räumlicher Nähe sind besonders erfolgversprechend.



Die Unterstützung durch **Schlüsselpersonen** / Multiplikator*innen, die gut vernetzt sind und eine Vorbildfunktion in der Community haben, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Für diese häufig ehrenamtlich tätigen Personen sollten Ressourcen, z.B. eine Aufwandsentschädigung, eingeplant werden.



Für das Thema biologisches Gärtnern bietet sich als **Format** ein niedrigschwelliger, praxisnaher Workshop an. Dieser sollte **mehrsprachig** durchgeführt werden in einfacher, verständlicher Sprache mit vielen Bildern.



Neben einem allgemeinen Überblick über das Thema sollten viele konkrete und **praktische Tipps** für die Umsetzung im Garten im Vordergrund stehen. Der **persönliche Nutzen** des biologischen Gärtnerns sollte herausgestellt werden.



Der Workshop/Kurs sollte eine **„aufsuchende Veranstaltung“** sein und zuerst in den Begegnungsräumen der Zielgruppe stattfinden, z.B. bei Frühstücken in Frauencafés, bei Veranstaltungen in Vereins- und Gemeindehäusern, Kulturzentren oder bei Nachbarschaftstreffen. Für den praktischen Gartenteil bieten sich dann interkulturelle Gärten, Lehrgärten und Kleingartenvereine an.



„Atmosphäre ist wichtiger als Inhalt“. Der Workshop sollte das Gespräch und den Austausch anregen und in lockerer Atmosphäre stattfinden. Dazu gehört auch, Getränke, z.B. Tee, und Speisen anzubieten. Religiöse Speiseregeln sind hierbei zu beachten. Bei Familien- oder Frauenveranstaltungen sollte auch eine Kinderbetreuung angeboten werden.



Gedruckte Informationsmaterialien, wie Flyer etc., eignen sich als Ergänzung zum Workshop aber nicht als alleiniges Medium. Sie sollten immer mehrsprachig erstellt werden.



Integrativ und/oder exklusiv: Ob ein Workshop zum biologischen Gärtnern von Anfang an als Veranstaltung für Menschen mit und ohne Migrationshintergrund durchgeführt wird oder ob erst eine zielgruppenspezifische Veranstaltung stattfinden sollte, bevor der Kreis der Teilnehmenden erweitert wird, hängt von der Zielsetzung ab und kann nicht pauschal beantwortet werden. Es gibt gute Argumente, die für beide Varianten sprechen.



Bei der **Terminplanung** für Bildungsangebote, wie Workshops/Kurse, ist es wichtig, Feiertage und bedeutsame Ereignisse zu berücksichtigen (s. auch interkultureller Kalender). Das Wochenende, und hier besonders der Sonntag, sind grundsätzlich gut geeignet für eine entsprechende Veranstaltung. Die **Dauer** eines Workshops sollte bei maximal zwei Stunden liegen. Gelingt es eine „Wohlfühlatmosphäre“ herzustellen, lassen sich darauf auch längere Veranstaltungen aufbauen.



Von herausragender Bedeutung für die Bekanntmachung von Bildungsangeboten ist die **persönliche Ansprache**. Dazu müssen Vereine, Frauencafés und andere Institutionen aktiv aufgesucht werden, um mit den Leuten ins Gespräch zu kommen und sie für das Thema zu interessieren. Zudem schafft die Ansprache über z.B. Kulturvereine Vertrauen bei den Zielgruppen.



Die Wahl der **Kommunikationsmedien** ist sehr von der Zielgruppe abhängig. Große Bedeutung hat die Mund-zu-Mund-Propaganda, vor allem in Kombination mit wiederholten Telefonkontakten. Social Media (Facebook & Co) werden als Medium gerne von jüngeren Menschen genutzt, aber auch generationenübergreifend.

5. Anhang

Literaturliste

- Aver, C. (2011) Umweltbewusstsein und -verhalten von türkeistämmigen MigrantInnen in Deutschland. Präsentation anlässlich der Tagung „Naturbewusstsein in Deutschland. Herausforderungen für Kommunikation und Bildung. 11.-14.04.2011, Internationale Naturschutzakademie Vilm.
- Bizim, D. (2012) Wissenschaftliche Begleitung und Evaluation des Projektes „Aktivierung von türkeistämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz“; Abschlussbericht DBU-Projekt Az.: 27493.
- BDG/Bundesverband Deutscher Gartenfreunde e.V. (Hrsg.) (2006) Miteinander leben – Integration im Kleingarten. Ein Leitfadens. BDG, Berlin.
- BDG/Bundesverband Deutscher Gartenfreunde e.V. (Hrsg.) BDG (2013) Integration – Kleingärten als Schmelztiegel der Gesellschaft; Grüne Schriftenreihe 226; Schriftenreihe des Bundesverbands Deutscher Gartenfreunde, Heft 1/2013 - 35. Jahrgang.
- BfN (Hrsg.) (2018) Naturschutz- und Umweltbildungsarbeit für Menschen mit Migrationshintergrund und Geflüchtete verstärken! – Ergebnisse und Schlussfolgerungen der Tagung „Naturschutz für alle – Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund und Flüchtlinge“ vom 24. Bis 30. Juni 2018 an der Internationalen Naturschutzakademie Insel Vilm des Bundesamtes für Naturschutz.
- Data4u - Ethnic Market und Media Research/Hans-Seidel-Stiftung (2017) Politische Partizipation und Integration von Migranten in Bayern.
- Deutscher Naturschutzring /DNR (2008) Biodiversität (Er)Leben und Gestalten in Vielfalt; Interkulturelle Begegnung am 10./11. Oktober 2008 im Umweltzentrum Schloss Wiesenfelden, Tagungsbericht.
- FiBB/Fachstelle für interkulturelle Bildung und Beratung e.V. (Hrsg.) (2014) Der vorurteilsbewusste Ansatz in der Umweltbildung. FiBB, Bonn.
- FiBB e.V. (2014) Projektabschlussstagung zum Projekt TABIAT – Interkulturelle Umweltinitiative der FiBB e.V. FiBB, Bonn.
- finep/forum für internationale entwicklung + planung (2013) Naturschutz interkulturell gestalten. Ein Ratgeber für Vereine und Engagierte aus dem Naturschutz und der Integrationsarbeit.
- Hein, G.; Hövelmann, T.; Linnemann, B.; Menke, N.; Wichert, F. und Wiersbinski, N. (2018) Naturschutz: einladend – sozial – integrativ; Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund und Flüchtlinge (Tagungsband).
- Heuser, T.; Nitsch, C.; Anapa, H. und Senguel F. (2013) Aktivierung von Türkei stämmigen MigrantInnen für den Klima-, Umwelt- und Naturschutz. Abschlussbericht DBU-Projekt Az.: 27493.
- Hokema, D. und Heiland, S. (2017) Stadtnatur und soziale Ungleichheit – ein Thema für den Naturschutz? In Natur und Landschaft (NuL) Nr. 4, April 2017: 170 – 175.

Hunecke, M (2013) Empiriegestützte Erkenntnisse zum Empowerment von russischsprachigen und türkeistämmigen MigrantInnen zum Klimaschutz. Präsentation anlässlich der Abschlussveranstaltung des EMIGMA-Projektes am 30.09.2013 in Dortmund.

Hunecke, M. et al. (2013) EMIGMA – Empowerment von Migranten zum Klimaschutz. Schlussbericht, Fachhochschule Dortmund.

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

Hunecke, M.; Burwitz, K.; Nies, M.; Seewald, M.; Mallasch, G.; Müller, J.; Aver, C.; Küzük, T. (2016) Aktivierung von MigrantInnen zur energetischen Gebäudemodernisierung – Kurzbericht für Praxispartner. Dortmund.

Interkulturelles Bündnis für Nachhaltigkeit / IKBFN (2017) Interkulturelle Aktionen zum Klima- und Umweltschutz im Quartier; 16 Aktionssteckbriefe.

Jay, M. und Schraml, U. (2014) Diversity in mind: Towards a differentiated understanding of migrants' recreational practices in urban forests. *Urban Forestry & Urban Greening* 13(1): 38-47.

Jay, M. (2017) Naturschutz in der Migrationsgesellschaft; NuL Nr. 4: 176 – 181.

Kizilocak, G. und Sauer, M. (2002) Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der türkischen Migranten in Deutschland. Kurzfassung. Stiftung Zentrum für Türkeistudien, Institut an der Universität Duisburg-Essen.

Kleinhückelkotten, S. und Neitzke, H.-P. (2011) Naturbewusstseinsstudie 2011. ECOLOG-Institut für sozialökologische Forschung und Bildung, Hannover.

Kleinhückelkotten, S. (2013) Kommunikation zum Klima- und Umweltschutz – Kultursensibel und zielgruppengerecht; Präsentation auf der Tagung „Potenziale für eine nachhaltige Entwicklung entdecken und fördern“, EMIGMA-Projekt, Fachhochschule Dortmund, am 30.09.2013.

Lewis, O.; Home, R.; Kizos, T. (2018) Digging for the roots of urban gardening behaviours. *Urban Forestry & Urban Greening*, Vol. 34, August 2018; pp. 105.113 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1618866717303783>.

NaturGut Ophoven e.V. (Hrsg.) (2016) Leitfaden zur Konzeption und Durchführung eines Projekts zur Verbesserung der Wohnqualität in Flüchtlingsunterkünften durch Umweltbildungsmaßnahmen, NaturGut Ophoven e.V., Leverkusen.

Nies, M.; Kunkis, M.; Hunecke, M.; Schietinger, E.; Stieß, I. und Waskow, F. (2015) Empowerment von MigrantInnen und Geringverdienenden zum Umwelt- und Klimaschutz. Ein Leitfaden für die Gestaltung aktivierender Maßnahmen. Institut für sozialökologische Forschung, Frankfurt am Main und Fachhochschule Dortmund, Dortmund.

Nitsch, G. (2013) Soziale Diffusion & Verbreitung nachhaltiger Lebensstile. Türkischsprachige Menschen für Umwelt- und Klimaschutz sensibilisieren. Präsentation im Rahmen der Abschlussveranstaltung des EMIGMA-Projekts am 30.09.2013.

Nitsch, G. (2018) Umwelt- und Naturschutz verbindet alle Kulturen, alle Sprachen; Beitrag im Tagungsband Hein, G.; Hövelmann, T.; Linnemann, B.; Menke, N.; Wichert, F. und Wiersbinski, N. (2018) Naturschutz: einladend – sozial – integrativ; Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund und Flüchtlinge.

Pouries, J; Aubry, C. and Duchemin, E. (2016) Is food a motivation for urban gardeners? Multifunctionality and the relative importance of the food function in urban collective gardens of Paris and Montreal. *Agriculture and Human Values* (2016) 33:257-273, April 2015.

Schührer, S. (2018): Türkeistämmige Personen in Deutschland. Erkenntnisse aus der Repräsentativuntersuchung „Ausgewählte Migrantengruppen in Deutschland 2015“ (RAM), Working Paper 81 des Forschungszentrums des Bundesamtes, Nürnberg: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.

Van Heezik, Y.M.; Dickinson, K.J.M. and Freeman, C. (2012) Closing the Gap: Communicating to Change Gardening Practices in Support of Native Biodiversity in Urban Private Gardens, *Ecology and Society* 17(1): 34.

VDN/Verband Deutscher Naturparke (2018) Leitfaden „Natur erleben verbindet“.

Went, K. (2015) AMeG – Aktivierung von MigrantInnen zur energetischen Gebäudemodernisierung; Präsentation anlässlich der Zwischenkonferenz Energiewende Ruhr am 17.06.2015.

Wichtmann, A. (2017) Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) im interkulturellen Kontext. Anwendungsmöglichkeiten der BNE bei der Arbeit mit geflüchteten Menschen in interkulturellen Gärten. Masterarbeit, kath. Universität Eichstätt-Ingolstadt.

FiBL Interviewleitfaden

BÖLN-Projekt: Kleine Gärten – große Wirkung

Hinweise zum Umgang mit personenbezogenen Daten gemäß Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Zielgruppe

1. Bitte beschreiben Sie kurz, mit welchen Gruppen von Menschen mit Migrationshintergrund Sie überwiegend zu tun haben bzw. für welche Gruppen von Menschen mit Migrationshintergrund Sie Auskunft geben können:

TR: _____

RU: _____

1.Generation _____

2.Generation _____

3.Generation _____

Altersgruppe: _____

Sonstige: _____

2. Glauben Sie, dass sich die Menschen mit Migrationshintergrund, mit denen Sie zu tun haben/hatten, für Informations- und Bildungsangebote zum biologischen Gärtnern interessieren?

- Ja
- Vielleicht
- Nein

2a) Wenn ja: Für welche Menschen aus Ihrem Verein/Ihrer Organisation/Ihrer Gemeinde wäre ein solches Angebot besonders interessant (z.B. bezogen auf Alter, Geschlecht, etc.)?

2b) Wenn nein: Was könnten die Gründe für ein fehlendes Interesse sein?

Motivation/Anknüpfungspunkte

- Was sind oder können die Gründe sein, weshalb sich die genannten Menschen (in Ihrem Verein/Ihrer Gemeinde/Ihrer Organisation) für das Thema biologisches Gärtnern und ein entsprechendes Informations- oder Bildungsangebot interessieren?

Kooperationen

Es ist uns wichtig, von Anfang an mit Menschen /Institutionen aus der jeweiligen Community zusammenzuarbeiten. Wir möchten das vorhandene Wissen zum biologischen Gärtnern und auch die Wünsche der möglichen Teilnehmenden berücksichtigen.

- Haben Sie Vorschläge, mit welchen Organisationen bzw. Einzelpersonen wir zusammenarbeiten sollten, um passgenaue Angebote für die Zielgruppe zu entwickeln?

Gründe für die Auswahl: _____

- Halten Sie es für wichtig, zusätzlich Schlüsselpersonen/Multiplikatoren für das Thema zu gewinnen, um die Zielgruppe besser zu erreichen?

5a. Wenn ja: Welche Schlüsselpersonen/Multiplikatoren wären geeignet?

Entwicklung von Informationsangeboten

- Welche Art von Informations-/Bildungsangebot ist aus Ihrer Sicht für die Zielgruppe besonders geeignet und warum?

Gründe für Auswahl: _____

- Welche Aspekte sollten aus Ihrer Sicht bei der Entwicklung eines Informations- oder Bildungsangebotes zum biologischen Gärtnern berücksichtigt werden?

7a. Wie wichtig finden Sie die folgenden Aspekte?

	Sehr wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig	Weiß nicht
Mehrsprachigkeit (Muttersprache und deutsch)				
Emotionale Ansprache				
Persönlicher Bezug zum Thema (z.B.: persönliche Werte und Nutzen)				
Einbeziehung der Lebenswelt und der Erfahrung der Zielgruppe				
Konkrete Tipps für die Umsetzung im Garten				
Kultursensible Ansprache				
Anreize bieten (Saatguttausch, kostenlose Infomaterialien, Teilnahmezertifikat)				

8. Angenommen, wir planen eine Veranstaltung: Wo sollte ein Kurs oder Workshop zum biologischen Gärtnern am besten stattfinden, damit möglichst viele Menschen der Zielgruppe daran teilnehmen (können)?
9. Wie lang sollte so eine Veranstaltung/ein Kurs maximal sein?
10. Bei der Planung einer Veranstaltung wollen wir Feiertage und kulturrelevante Tage berücksichtigen. Gibt es Tage, die für ein Bildungsangebot besonders geeignet sind? Oder solche, an denen eine Veranstaltung auf keinen Fall stattfinden sollte?

Bekanntmachung des Angebots

11. Wie können wir auf ein Informations- und/oder Bildungsangebot zum biologischen Gärtnern am besten aufmerksam machen? Welche Kommunikationskanäle und Medien nutzen die Menschen, die wir ansprechen wollen, bevorzugt?
12. Was sollten wir bei der Ankündigung/Bekanntmachung eines solchen Angebots beachten, damit sich möglichst viele Menschen (aus der Zielgruppe) angesprochen fühlen?

Do's and dont's

13. Welche weiteren Empfehlungen geben Sie uns mit für die Entwicklung von Informations- und Bildungsangeboten zum biologischen Gärtnern, speziell für die genannte Zielgruppe?
14. Welche Fehler sollten wir auf jeden Fall vermeiden?

Empfehlungen für weitere Interviewpartner

15. Haben Sie eine Empfehlung, wen wir zu diesem Thema noch befragen sollten?