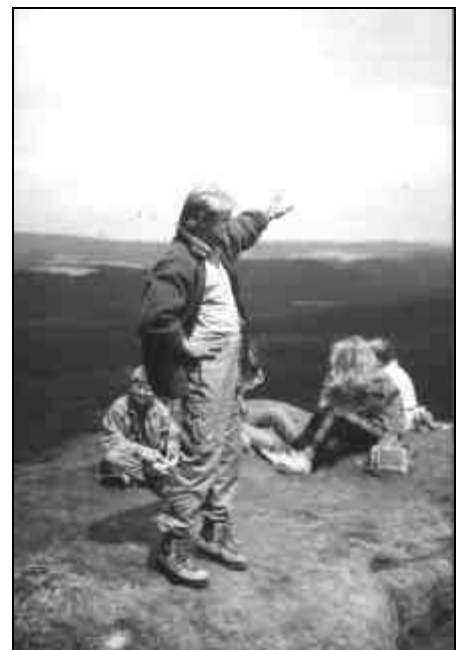




Kursmaterialien für den Fortbildungslehrgang  
„Geprüfter Natur- und Landschaftspfleger /  
Geprüfte Natur- und Landschaftspflegerin“

Teil 2

## Informationstätigkeit und Besucherbetreuung



Fachdozent:

Thorsten Ludwig  
Bildungswerk interpretation



## Inhaltsübersicht

- 2.1.1 Kommunikation
- 2.1.2 Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung
- 2.1.3 Lösen von Konfliktsituationen
- 2.2 Information über Schutz- und Pflegemaßnahmen
- 2.3.1 Planen, Vorbereiten und Durchführen von Veranstaltungen
- 2.3.2 Besucherlenkung und –betreuung, Sicherheit der Besucher



## Teilabschnitt 2.1.1

# Kommunikation

### **Lernziele aus dem Rahmenstoffplan**

- ⇒ Grundlagen und Bedeutung der Kommunikation beschreiben
- ⇒ Techniken der Rhetorik und der Präsentation anwenden
- ⇒ Gespräche unter Berücksichtigung der jeweiligen Gesprächssituation und der Gesprächspartner führen



## 2.1.1 - Kommunikation

### Infotexte:

- 1 Begriffe aus dem Kommunikationsbereich
- 2 Ein Entwicklungsplan für alle Kommunikationsaufgaben
- 3 Die persönliche Wahrnehmung
- 4 Die beiden Gehirnhälften
- 5 Hierarchie der menschlichen Bedürfnisse
- 6 Werte und Wertequadrate
- 7 Grundfragen der Motivation
- 8 Sach- und Beziehungsebene
- 9 Das Nachrichtenquadrat
  
- 10 Transaktionale Analyse
- 11 Neurolinguistische Programmierung
- 12 Themenzentrierte Interaktion
- 13 Die Rede
- 14 Lampenfieber
- 15 Rhetorische Mittel
- 16 Sprache und Körpersprache
- 17 Referat und Präsentation
- 18 Visuelle Medien im geschlossenen Raum
- 19 Gestaltung von Folien
  
- 20 Fragen stellen – Fragen beantworten
- 21 Gute Gespräche führen
- 22 Methoden der Ideenfindung
  
- 23 Der Methodenzirkel zur zeitgemäßen Gruppenarbeit

### Arbeitsblätter:

- A1 Wertequadrate (2 Seiten)
- A2 Arbeitstext *Albert Schweitzer zum 100. Todestag Goethes* (Auszug; zit. nach Neis)

### Anlagen:

- L Literaturliste (zwei Seiten)
  - I Einordnung der Aufgabenfelder im Kommunikationsbereich
  - II Die vier „Verständlichmacher“ (nach Schulz von Thun)

### Materialien, die im Verlauf des Lehrgangs erarbeitet wurden:

---

---



## Begriffe aus dem Kommunikationsbereich

Die Aufgaben der Natur- und LandschaftspflegerInnen lassen sich drei Bereichen zuordnen, die mit den Aufgabenbereichen einer Schutzgebietsverwaltung identisch sind:

- ⇒ Schutzbereich (Arten-, Biotop- und Prozessschutz, Eingriffsregelung)
- ⇒ Lenkungs- und Kontrollbereich (Besucherlenkung und Gebietskontrolle)
- ⇒ Kommunikationsbereich (Kommunikation mit BesucherInnen und AnwohnerInnen)

Innerhalb des Kommunikationsbereichs sind unterschiedliche Begriffe in Gebrauch, die nicht einheitlich und trennscharf definiert sind. Wir wollen diese Begriffe wie folgt fassen:

### Öffentlichkeitsarbeit

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit (PR = Public Relations) ist die Selbstdarstellung und das Werben um das Vertrauen der Öffentlichkeit. Öffentlichkeitsarbeit durchdringt als Querschnittsaufgabe alle anderen Arbeitsbereiche einer Verwaltung. Sie spiegelt die Identität des Schutzgebiets wider (CI = Corporate Identity). Sichtbar wird das am ehesten im äußeren Erscheinungsbild (CD = Corporate Design); bspw. in der Verwendung eines Logos, bestimmter Farben oder einheitlicher Kleidung. Mindestens gleich bedeutsam sind aber das Verhalten der MitarbeiterInnen (CB = Corporate Behavior) und die Art, wie sie miteinander und mit Dritten kommunizieren (CC = Corporate Communications). In öffentlichen Verwaltungen ist Öffentlichkeitsarbeit – im Gegensatz zu den anderen Arbeitsfeldern im Kommunikationsbereich – eine Dienstaufgabe. Deshalb werden dort oft alle Maßnahmen im Kommunikationsbereich als Öffentlichkeitsarbeit bezeichnet.

### Information

Die Informationsarbeit sorgt dafür, dass wichtige Informationen aus dem Schutzgebiet an BesucherInnen und AnwohnerInnen weitergegeben werden. Information ist ein einseitiger Prozess (monologisch). Die Rolle des/der Fragenden und des/der Antwortenden sind eindeutig festgelegt. Informationsarbeit bedeutet bspw. eine Postwurfsendung über eine wichtige Entscheidung in die Region zu schicken, eine Informationstafel aufzustellen oder BesucherInnen eine Auskunft zu einem Wanderziel zu erteilen. Bezüglich bestimmter Punkte kann für öffentliche Einrichtungen eine Informationspflicht bestehen.

### Bildung und Erziehung

In der Bildungsarbeit stehen der Mensch und seine Wertebildung im Vordergrund. Sie ist grundsätzlich dialogisch ausgelegt. Das heißt: Ziel der Bildungsarbeit ist es, über bestimmte Inhalte ins Gespräch zu kommen. Bildungsarbeit findet i. a. in kleinen, betreuten Gruppen statt. Erziehungsarbeit meint Bildungsarbeit mit Kindern und Jugendlichen. Charakteristisch für die Bildungsarbeit in einem Schutzgebiet ist, dass sich die TeilnehmerInnen organisiert und zu diesem Zweck im Schutzgebiet aufhalten (etwa Schulklassen oder BildungsurlauberInnen) und seltener im Rahmen ihrer Freizeitgestaltung.

### Interpretation

Natur- und Kulturinterpretation spielt sich v. a. im Freizeitbereich ab. Ihr geht es immer um konkret vorhandene Gegenstände (Phänomene). Der/die InterpretIn vermittelt auf der Grundlage einer thematischen Leitidee zwischen Phänomen und BesucherIn. Dabei bringt er/sie sich und seine/ihre subjektiven Erfahrungen bewusst mit ein. Gegenstand, InterpretIn und BesucherIn bilden das sogenannte Interpretationsdreieck.



## Ein Entwicklungsplan für alle Kommunikationsaufgaben

2.1.1

2

Alle Vorhaben aus dem Kommunikationsbereich eines Schutzgebietes sollten in einem Entwicklungsplan zusammengeführt werden, der im Einklang mit den Bemühungen aller EntscheidungsträgerInnen vor Ort steht. Er beschreibt, welche **Ziele** unsere Arbeit mittel- bis langfristig hat, was im einzelnen durch wen unternommen werden soll, und welcher Stellenwert dabei den einzelnen Maßnahmen zukommt.

Die **Zielgruppen** lassen sich sehr unterschiedlich definieren. In vielen Schutzgebieten sind aber zwei Gruppen deutlich unterscheidbar: AnwohnerInnen und BesucherInnen.

Für die Arbeit an sich gibt es direkte (personale) und indirekte (mediale) **Formen**:

	personal	medial
eher für BesucherInnen	Betreuung von Geländepunkten Führungen Bildungsprogramme	Faltblätter Tafeln und Lehrpfade Ausstellungen
eher für AnwohnerInnen	informelles Gespräch gemeinsame Veranstaltung Mediation	Aushänge in Gemeinden Presseberichte Schutzgebietszeitung

Quer durch die beiden Hauptzielgruppen verlaufen zwei bedeutsame Sondergruppen:

- ⇒ MultiplikatorInnen, die meinungsbildend sind (z. B. Presseleute, LehrerInnen) oder Entscheidungen von regionaler Bedeutung treffen (z. B. BürgermeisterInnen)
- ⇒ Fachleute (z. B. OrnithologInnen), die an speziellen Informationen interessiert sind, die eine eigene Methodik erfordern (z. B. Fachexkursion, Fachtagung).

Wo standardisierte Bildungsprogramme erarbeitet werden, lassen sich diese gezielt auf weitere Zielgruppen (z. B. SeniorInnen, Kinder und Jugendliche, Behinderte,...) abstimmen. Jenseits reiner Bildungsveranstaltungen verbinden eine Zufallsgruppe vor Ort aber eher Eigenschaften ihres Freizeitverhaltens (z. B. Dresdner ÖPNV-Nutzer, die gern einzeln wandern), während gängige Kriterien einer Zielgruppenanalyse (Alter, Geschlecht, Bildungsstand, soziales Milieu) in der Vorbereitung keine Rolle spielen. Bei personal betreuten Angeboten mit überschaubaren Gruppen macht es ja gerade den Wert unserer Arbeit aus, persönlich auf die Lebenswirklichkeit des/der Einzelnen eingehen zu können.

Möglichst viele unserer Angebote finden „draußen“ und am Objekt statt. Zudem gibt es in den Schutzgebieten folgende, feste **Einrichtungen**, die ständig personal betreut sind:

- ⇒ Informationsstelle (öffentl. Fläche ca. 50-100 m<sup>2</sup>; Sanitär-, Info-, Ausstellungsbereich)
- ⇒ Besucherzentrum (zusätzliche Teilbereiche wie Gaststätte, Laden, Vortragssaal,...)
- ⇒ Bildungsstätte (dient der Durchführung konkreter Bildungsveranstaltungen)
- ⇒ Begegnungsstätte (dient i. w. der Begegnung mit der regionalen Bevölkerung)

Ziel des Entwicklungsplans ist es, alle Einrichtungen, Veranstaltungsformen und Methoden auf ihre Zweckmäßigkeit für das Gebiet und seine AnwohnerInnen/BesucherInnen zu untersuchen und sie – in Abstimmung mit anderen Interessengruppen und EntscheidungsträgerInnen verschiedener Ebenen - zeitlich und räumlich so zum Einsatz zu bringen, dass sie vor dem Hintergrund der Schutzziele möglichst effektiv zusammenwirken.

Bevor wir in 2.1.2 auf die einzelnen Maßnahmen im Kommunikationsbereich eingehen, befassen wir uns in 2.1.1 zunächst noch etwas mit den Grundlagen der Kommunikation.



## Die persönliche Wahrnehmung

Um Kommunikationsprozesse besser verstehen zu können ist es vorteilhaft, etwas über die menschliche Wahrnehmung zu wissen. Sie setzt sich zusammen aus der Wahrnehmung von äußeren Vorgängen (**sensomotorisch** - über die Sinne), der Wahrnehmung von inneren Vorgängen (**affektiv** - über die Gefühle) und der Wahrnehmung von mentalen Vorgängen (**kognitiv** - über Gedankenreaktionen).

In der Regel wird beim Wahrnehmungsbegriff (im Gegensatz zum Begriff der Empfindung) bereits von einer geistigen Auseinandersetzung ausgegangen.

Wahrnehmung ist immer an die jeweilige Person gebunden, die in ihrer konkreten Situation und unter Berücksichtigung ihrer aktuellen Bedürfnisse etwas für sich als wahr annimmt. Eine objektive Wahrnehmung gibt es nicht.

Wahrnehmung ist somit ein selektiver Prozess (Selektionsprinzip) und/oder ein produktiver Prozess (Projektionsprinzip).

**Selektiv** bedeutet: Der Mensch ist nur bereit, das aufzunehmen, wozu er - aufgrund einer Sensibilisierung oder bestimmter Vorkenntnisse - auch entsprechend motiviert ist.

**Produktiv** heißt: Der Mensch ergänzt seine Eindrücke aus seiner Erfahrung - oder gemäß seinen Vor-Urteilen.

Beide Prinzipien (oder „Wahrnehmungsfallen“) führen dazu, dass die menschliche Wahrnehmung manipulierbar wird.

Ein Wahrnehmungsablauf wird i. a. von drei Haltungen bestimmt: der Wahrnehmungshaltung, der Informationshaltung und der Prüfhaltung.

Mit einer bestimmten Wahrnehmungshaltung treffen unsere GesprächspartnerInnen auf uns, in der Informationshaltung nehmen sie auf, was ihnen geboten wird und in der Prüfhaltung überprüfen sie, ob das Gebotene ihren Erwartungen entsprochen hat.

Um etwa BesucherInnen von Schutzgebieten eine angemessene Bildung an Natur und Umwelt zu ermöglichen, muss also zunächst von ihrer Wahrnehmungshaltung ausgegangen werden. Dabei sollen ihre Wahrnehmungshorizonte aber auch - sensomotorisch, affektiv oder kognitiv - erweitert werden, um ihnen so einen leichteren Zugang zu ihrem natürlichen Umfeld zu erschließen.

Für die Wahrnehmungsbereitschaft wesentlich ist immer auch die Atmosphäre, in der ein Austausch oder ein Lernen stattfindet.

„So wichtig es ist, den Lernprozess von unangenehmen Begleitereignissen zu befreien, so wichtig ist es auch, das Lernen mit schönen und angenehmen Ereignissen zu verknüpfen. Die Ausschüttung von Stresshormonen durch die Nebennieren und im Gehirn wird weiter verringert, und nur so können die individuell vorhandenen Assoziationsmöglichkeiten für das Denken und Lernen voll genutzt werden. Der Effekt ist sogar ein doppelter: Beim späteren Abrufen, beim Erinnern der so gespeicherten Information wird ja auch die Freude wieder erinnert, der Spaß, die Begeisterung... Angenehme Dinge können... geistig besser verarbeitet und ausführlicher zurückgerufen werden als solche, die mit Frustrationen und Spannungen verbunden sind“ (Federic Vester in: „Denken, Lernen, Vergessen“, dtv München, 1991; S. 125).

Unangenehme Wahrnehmungen werden dagegen oft über Warnreflexe verankert, die von einer erneuten Annäherung an den betreffenden Gegenstand abschrecken.



## Die beiden Gehirnhälften

Wer sich mit der menschlichen Wahrnehmung beschäftigt, der stellt bald fest, dass es Menschen gibt, die ihre Umwelt eher „vom Gefühl her“ aufnehmen und entsprechend handeln. Andere Menschen dagegen erheben den Anspruch „mit Verstand“ zu urteilen und begründen ihr Verhalten dementsprechend.

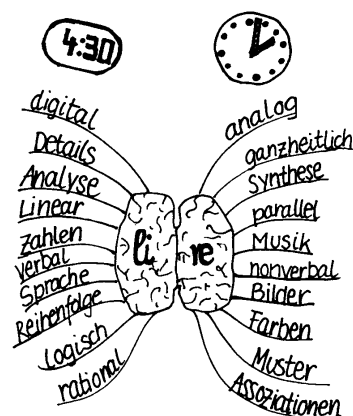
Tatsächlich gibt es niemanden, der seine Entscheidungen allein „aus dem Kopf“ oder „aus dem Bauch“ heraus treffen kann – denn: Das menschliche Großhirn hat zwei Hälften, und jede dieser Hälften ist für eine Art des Herangehens besonders gut geeignet.

Die **rechte Gehirnhälfte** ist besonders gut in der Lage, sich Bilder und Farben, Rhythmen, Melodien und Geschichten einzuprägen. Sie sucht nach Formen, die denen, die sie schon kennt, ähnlich sind und schafft es - quasi „ohne nachzudenken“ – dem Erkennen eines Symbols (etwa eines Warnsignals) sofort eine Reaktion folgen zu lassen. Dabei laufen viele Vorgänge im Kopf unbewusst und parallel ab. Wenn wir der rechten Hirnhälfte das Ziffernblatt einer Uhr zuordnen, dann ist es ein analoges Ziffernblatt.

Weil unsere Gehirnhälften über Kreuz mit dem übrigen Körper „verschaltet“ sind, steuert die rechte Gehirnhälfte die linke Körperhälfte und unser linkes Sehfeld.

Die **linke Gehirnhälfte** ist ganz anders ausgerichtet. Sie macht es uns möglich, zu sprechen, zu lesen und zu schreiben, mit Zahlen umzugehen und Dinge unter logischen Gesichtspunkten zu untersuchen und zu ordnen. Sie verfolgt – langsam und beharrlich - immer nur eine Denklinie. Was dabei geschieht, ist uns aber durchaus bewusst, und so können wir auch Denkfehler verhältnismäßig leicht aufspüren. Wenn wir der linken Hirnhälfte das Ziffernblatt einer Uhr zuordnen, dann ist es sicher ein digitales.

Die linke Gehirnhälfte steuert, wie sich nun leicht denken lässt, unsere rechte Körperhälfte und das rechte Sehfeld.



Die Abbildung oben haben wir dem Buch *Mind Mapping* von Margot Hertlein entnommen. Wenn wir die beiden Spalten betrachten, die für die digitale und für die analoge Hirnhälfte stehen und uns fragen, von welcher Sichtweise unsere gegenwärtige Gesellschaft eher geprägt wird, dann fällt die Antwort nicht schwer: Es ist die digitale. Schon in der Schule wird den Fächern ein höherer Wert beigemessen, die uns dazu befähigen, logisch zu denken. Das war nicht zu allen Zeiten und in allen Kulturen so. Es muss nicht bedeuten, dass diese starke Gewichtung der linken Gehirnhälfte eher zur Lösung unserer gegenwärtigen Menschheitsprobleme beiträgt. Und es bedeutet erwiesenermaßen nicht – und das ist im Zusammenhang mit dem Verständnis der menschlichen Kommunikation wichtig - dass Menschen Dinge besser annehmen und handelnd umsetzen werden, wenn sie unter rein rationalen Gesichtspunkten „eigentlich logisch“ sind.

Eine interessante These lautet, dass rationales Handeln eher dem männlichen, intuitives dagegen eher dem weiblichen Wesen entspricht. Ist unsere Gesellschaft also eher männlich geprägt? Was wäre dann zu tun, um zu einer besseren Harmonie zu finden?

Wir können diese Überlegungen hier nicht weiterführen. Als Tatsache bleibt aber festzuhalten, dass die Erkenntnis der Unterschiedlichkeit der beiden Gehirnhälften weitreichende Folgen haben muss bezüglich der Art, wie wir unsere Kommunikation betreiben.





## Hierarchie der menschlichen Bedürfnisse

Gegenüber Menschen, die nicht zur Kommunikation mit uns gezwungen sind, haben wir nur dann die Möglichkeit etwas zu bewegen, wenn wir ihre Bedürfnisse berücksichtigen. Diese Bedürfnisse sind von einem der Wegbereiter der Humanistischen Psychologie, Abraham Maslow, 1954 erstmals definiert, zu Gruppen zusammengefasst und hierarchisch geordnet worden. Die Ergebnisse, die Maslow in seinem Buch „Psychologie des Seins“ 1973 veröffentlicht hat, haben in den neunziger Jahren in der Natur- und Umweltbildung zu kontroversen Diskussionen geführt. Maslow unterscheidet Bedürfnisse

- |                                  |                                    |     |
|----------------------------------|------------------------------------|-----|
| • nach Selbstverwirklichung      | Umsetzen der eigenen Möglichkeiten | V   |
| • nach Achtung u. Individualität | a) Würde, Status b) Selbstachtung  | IV  |
| • nach Geborgenheit u. Liebe     | Zugehörigkeit, Geben / Nehmen      | III |
| • nach Sicherheit                | Struktur, Stabilität, Ordnung      | II  |
| • physiologischer Art            | Schlaf, Durst, Hunger, Sex.        | I   |

Diese fünf Bedürfnisgruppen lassen sich - stark vereinfachend - als Pyramide darstellen. Als sechste, nicht näher eingeordnete Gruppe nennt Maslow ästhetische Bedürfnisse.

Bedürfnisse einer höheren Ebene werden nach Maslow erst dann geweckt, wenn die Bedürfnisse der jeweils untergeordneten Ebenen überwiegend befriedigt sind. Ein derart befriedigtes Bedürfnis wirkt zugleich nicht mehr motivierend. „Man muss es als praktisch nicht existent, als verschwunden betrachten“ (Maslow in „Motivation und Persönlichkeit“, 1994; S. 86). Das Aufwachsen in der Wohlstandsgesellschaft führt da z. B. zu deutlich anderen Gewichtungen als das Aufgewachsensein in der Nachkriegszeit. Die selbstverständliche Befriedigung der unteren Bedürfnisebenen treibt die Menschen in der Wohlstandsgesellschaft gewissermaßen auf höhere Stufen, wobei versucht wird, nachträglich - zumeist auf Stufe V - festgestellte Defizite von oben herab auszugleichen. So führt die Sorge um „die Umwelt“ oft erst dann zum Handeln, wenn der/die einzelne durch die verhältnismäßig rücksichtslose Befriedigung seiner/ihrer Status-, Sicherheits- und Sozialbedürfnisse bereits selbst zur (nachträglich) festgestellten Misere beigetragen hat.

Maslow nimmt an, dass jeder Mensch die Fähigkeiten, die in ihm angelegt sind, auch entwickeln muss, um erfüllt leben zu können. „Fähigkeiten sind Bedürfnisse und deshalb auch echte innere Werte“ (Maslow, 1973; S. 156). Das System „Versuch und Irrtum“ geht vor dem Hintergrund fataler Handlungsangebote und eines ungeheuren individuellen Zerstörungspotentials aber zumeist auf Kosten der Natur und ist für die Industriegesellschaft insofern zumindest fragwürdig. Auch wenn unterstellt wird, dass der Mensch im Laufe seiner Entwicklung mit einem gesunden und weitgehend arterhaltenden Urteilsvermögen ausgestattet wurde, muss doch angemerkt werden, dass die gegenwärtige, menschengemachte Bedrohung einmalig ist, und vom Vorhandensein einer naturgegebenen Sensibilität in diesem Fall eher nicht ausgegangen werden kann.

Für uns bleibt an dieser Stelle anzumerken:

1. Menschliche Bedürfnisse gehören unterschiedlichen Bedürfnisgruppen an.
2. Gerade die grundlegenden Bedürfnisgruppen dürfen nicht gefährdet sein.
3. Sind Menschen unseren Inhalten gegenüber abweisend, so ist es wichtig zu erkennen, welche ihrer Bedürfnisse durch unsere Auffassungen in Frage gestellt werden.

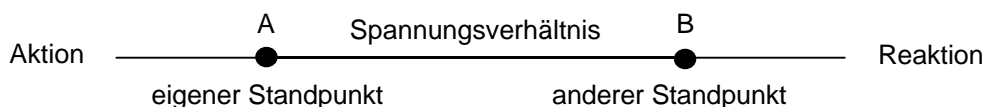


## Werte und Wertequadrate

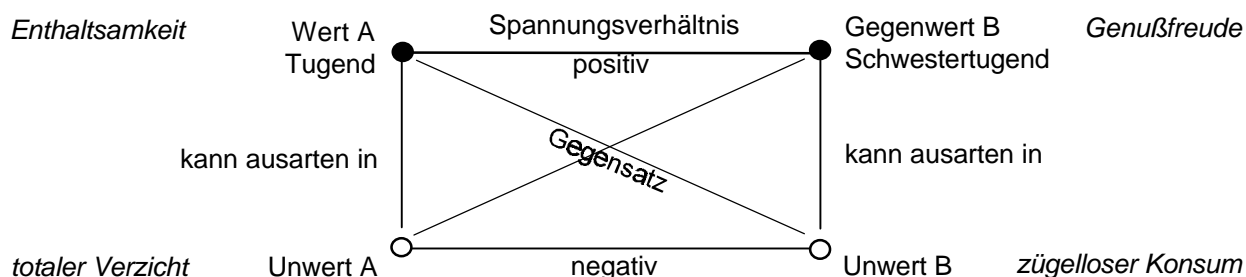
Der Versuch, in Konfliktsituationen einer bestimmten Auffassung die eigene Auffassung möglichst engagiert entgegenzustellen, beruht auf der Annahme, dass der Gegenüber nur durch verstärktes Engagement in der eigenen Richtung „von seiner festgefahrenen Position“ heruntergebracht werden kann. Häufig ist jedoch das Gegenteil der Fall: Durch besonders engagierte Aktionen verhärten sich die Standpunkte; die Reaktion des Gegenüber besteht dann häufig nicht nur darin, dass er die ihm unterstellte Rolle tatsächlich annimmt, er muss - um wieder ein Gleichgewicht der Auffassungen herzustellen - den eigenen Standpunkt sogar noch mehr in die entgegengesetzte Richtung verlagern.

2.1.1

6



Durch das Ausarten zweier nachvollziehbarer Werthaltungen (wie z. B. Enthaltbarkeit bzw. Genussfreude) in kaum noch vertretbare Unwerte (wie totalen Verzicht bzw. zügellosen Konsum) entsteht über einen Gegensatz ein negatives Spannungsverhältnis.



„Jeder Wert ist nur in ausgehaltener Spannung zu seinem positiven Gegenwert ein wirklicher Wert“ (Paul Helwig in „Charakterologie“, Stuttgart 1965; S. 66). Das zu akzeptieren fällt oft schwer. Wir empfinden Wertverhältnisse vielfach als verschoben und spüren, dass wir unsere Haltung aus ethischen Gründen eigentlich nicht aufgeben dürfen. Sobald aber Werte - auch relativ gesehen - zu Unwerten entarten, haben wir nichts gewonnen, und eine Verständigung ist kaum noch möglich. In einem demokratischen System sind neue Positionen nur dialektisch (These  $\Leftrightarrow$  Antithese  $\Rightarrow$  Synthese) zu entwickeln.

Das Bestehenkönnen in einem positiven Spannungsverhältnis ist auf längere Sicht aber auch für den Zustand des/der einzelnen wichtig. Wenn bei der Änderung von Auffassungen versucht wird, auf direktem Weg von Unwert B nach Wert A zu gelangen, kommt es nicht selten zum Absturz in Unwert A, zum Fallen „von einem Extrem ins andere“.

Einige dieser Prozesse hat bereits Aristoteles in seiner „Nikomachischen Ethik“ beschrieben. Vernunftgemäße Tugend nannte er die Mitte ( $\mu\epsilon\sigma\sigma\tau\eta\varsigma$ ) zwischen zwei Extremen. Tapferkeit war für ihn bspw. die Mitte zwischen Verwegenheit und Feigheit. So lassen sich zu allen Werten Quadrate konstruieren. „In jedem Wert liegt die Quarternität von Werten eingeschlossen“ (Helwig, 1965).

Gerade in kontroversen Diskussionen sollten wir bei unseren GesprächspartnerInnen immer auch die Schwestertugend zu unserer eigenen Tugend suchen – und sie als solche achten.



## Grundfragen der Motivation

Im Natur- und Umweltschutz ist in der Vergangenheit vielfach versucht worden, Handlungsänderungen über Horrorszenarien herbeizuführen. Dabei wurde i. w. an die Vernunft der Menschen appelliert. Es hat sich aber herausgestellt, dass diese Kombination wenig ertragreich ist. Unstimmigkeiten zwischen der eigenen Überzeugung und dem tatsächlichen Handeln (**kognitive Dissonanz**) werden oft dadurch gelöst, dass die eigene Überzeugung schlicht umgewertet wird. Bei der Meinungsvielfalt in unserer Gesellschaft fällt das leicht. Denn: Mit zunehmender Individualisierung und dem Verlust allgemeingültiger Konventionen werden die Konsequenzen richtigen Handelns kaum noch über „soziale Streicheleinheiten“ belohnt - die „falschen“ Handelns bleiben aber durchaus am eigenen Leib spürbar („Der Ehrliche ist der Dumme“ - Ulrich Wickert). Diese Ausgangssituation stellt auch uns vor neue Herausforderungen.

Motivieren bedeutet, einer Handlung ein - bewusstes oder unbewusstes - Motiv zu geben, das eine Verhaltensänderung für den Betreffenden erstrebenswert macht.

Die am weitesten verbreitete Form der Motivation ist die Bestrafung. Bestrafung ist eine negative Motivation. Sie stellt ein Unwohlsein in Aussicht, indem sie bestimmte Bedürfnisse frustriert. In der Praxis sind das v. a. Statusbedürfnisse (Ordnungsstrafe), die in der Wohlstandsgesellschaft aber eher oberflächlich wirken. Wirksamer wäre eine Frustration sozialer Bedürfnisse. Einerseits wird aber der gesellschaftliche Konsens – s. o. – immer schmaler und die Bereitschaft Außenstehender, selbstlos dafür einzutreten immer geringer. Und andererseits wird soziale Isolation umso weniger als Strafe empfunden, je mehr Mittel uns die moderne Mediengesellschaft an die Hand gibt, diese Isolation zu kompensieren. Das Ergebnis ist ein noch naturferneres Leben, das nur vordergründig betrachtet zur Schonung der natürlichen Ressourcen beiträgt. Negative Motivation erfordert zudem Druck und Kontrolle - also letzten Endes finanzielle Mittel, die im Naturschutz chronisch knapp sind. Sobald die nicht mehr aufgewandt werden können, lässt die Motivation überall dort nach, wo nicht neue und dauerhafte Gewohnheiten zementiert wurden. Und das ist in einem sozial dynamischen Umfeld nicht leicht.

Aussichtsreicher scheint eine positive Motivation durch Belohnung zu sein. Auch hier können wieder ganz unterschiedliche Bedürfnisse belohnt werden. Dabei ist allerdings entscheidend, wie eine Belohnung erfolgt. Von außen an den einzelnen herangetragene Belohnungen führen bei Menschen, die gelernt haben, dass es wichtig ist, wenn sie persönlich ihre Entscheidungen treffen, oft gerade zu gegensätzlichem Handeln. Einfache Reiz-Reaktions-Mechanismen ziehen auch hier selten langfristige Erfolge nach sich.

Diesen **extrinsischen Formen** der Motivation lassen sich **intrinsische** entgegenstellen.

Jede Trieb-Regung wird durch die wahrgenommene Möglichkeit einer Erfüllung heftig gesteigert. Des weiteren wird sie gesteigert durch Hindernisse, die die Erfüllungsmöglichkeit *bestehen* lassen, sie aber hinauszögern und damit eine Distanzspannung schaffen („Sehn-Sucht“). Nach diesem sog. Tantalus-Prinzip geht die Psychologie davon aus, dass sich bewusst innere Bilder erzeugen lassen, die sowohl verlockende Möglichkeiten nahe legen als auch Hindernisse aufzeigen können. (“Don’t sell the steak - sell the sizzle“ - Elmer Wheeler). Die Werbeindustrie arbeitet i. w. nach diesem Prinzip. Wichtig ist dabei, dem einzelnen die Überwindung der Hindernisse zur Befriedigung seiner Bedürfnisse selbst zu überlassen und so v. a. Selbstbestätigung herauszufordern.



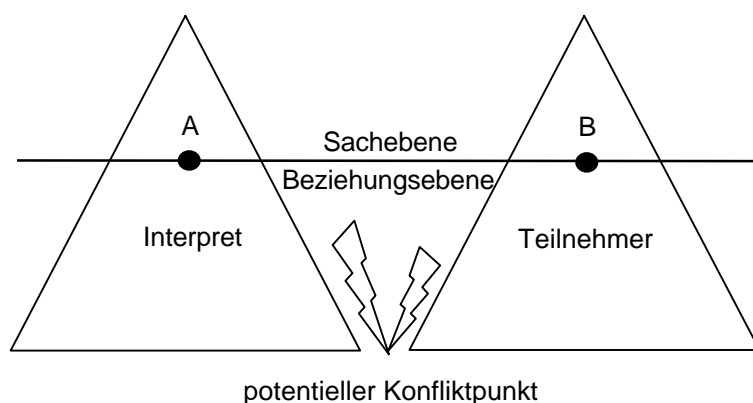
## Sach- und Beziehungsebene

Um auf unsere GesprächspartnerInnen wirklich eingehen zu können, ist eine Kommunikation auf zwei Ebenen notwendig:

**Auf der Sachebene werden Sachinformationen (Was will ich sagen?), auf der Beziehungsebene Informationen über die Beteiligten und ihre Stellung zueinander (Wie sage ich es?) ausgetauscht.**

Faktoren der Sachebene sind der Intellekt, das Fachwissen, die Analysefähigkeit und die Gedächtniskraft. Faktoren der Beziehungsebene sind Sympathie und Antipathie, der Umgang miteinander und die Bereitschaft, einander zuzuhören (vgl. S. 4).

Das Empfinden auf der Beziehungsebene kann nonverbal z. B. durch die Art des Sprechens (laut/leise, grob/sanft,...) oder durch die Körpersprache (Nähe/Distanz, zugewandt/abgewandt, offene/geschlossene Haltung, Blickkontakt/Blickunterbrechung,...) ausgedrückt werden. In der Regel dominiert dabei die Beziehungsebene die Verständigung, obwohl sie meist nur indirekt zum Tragen kommt. Da der Großteil der Emotionen „unter der Oberfläche“ wirksam ist und bei verhärteten Fronten zugleich eine Annäherung unbewusst verhindern kann, spricht man vom Eisberg-Modell.



Konflikte auf der Beziehungsebene führen zum Abblocken auf der Sachebene („Von dem lasse ich mir nichts erzählen!“). Um Inhalte auf der Sachebene vermitteln zu können, muss deshalb also zunächst die Beziehungsebene „stimmen“. Ist - z.B. durch ein ungewöhnliches Umfeld oder eine andere Überforderung - eine unterschwellige Abwehrhaltung vorhanden, so muss diese zuvor wahrgenommen und ausgeräumt werden. Das bedeutet in der Praxis, dass wir - bewusst und unbewusst - ständig prüfen müssen, was unsere GesprächspartnerInnen auf Sach- und Beziehungsebene aussagen bzw. aufnehmen.

Die TeilnehmerInnenfrage: „Dauert diese Übung noch lange?“ könnte beispielsweise weit über die sachliche Fragestellung hinausgehen. Wir müssen dann auf die Ebene des/der Betreffenden wechseln, um ihn/sie dort abzuholen, wo er/sie sich gerade befindet. Wir müssen dies weiter versuchen, seine/ihre Situation nachzuempfinden und dieses Mitfühlen auch zeigen. Das ist insbesondere dann wichtig, wenn wir nicht nur belehren oder informieren (Sachrede) sondern auch überzeugen und zu einer Handlung bewegen wollen (Überzeugungsrede).

Ist die Einschätzung des/der Betreffenden für uns nicht nachzuvollziehen, so soll er/sie durch Fragen ermutigt werden, seinen Standpunkt selbst deutlich zu machen.

Vor diesem Hintergrund ist es durchaus vertretbar – und oft sogar unvermeidbar, wenn auch zielgerichtete Kommunikationsprozesse kontinuierlich zwischen Sach- und Beziehungsebene mäandrieren.



## Das Nachrichtenquadrat

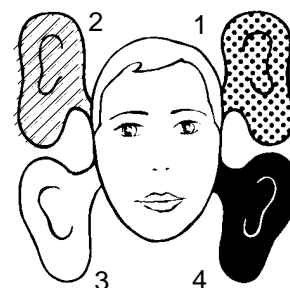
Das Nachrichtenquadrat wurde in den siebziger Jahren auf der Grundlage der Arbeiten verschiedener Autoren von dem Hamburger Kommunikationspsychologen Friedemann Schulz von Thun in Zusammenarbeit mit Bernd Fittkau und Inghard Langer entwickelt.

2.1.1

9

Die Unterteilung von Kommunikationsprozessen in Sach- und Beziehungsaspekte (Watzlawick in „Menschliche Kommunikation“, 1969) wurde dabei um die Aspekte der Selbstkundgabe und des Appells erweitert, so dass die „Anatomie einer Nachricht“ per „Kommunikationsdiagnose“ auf vier Botschaften hin untersucht werden konnte:

- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Sachinhalt        | Worüber ich informiere.                              |
| 2. Selbstkundgabe    | Was ich von mir selbst kundgebe.                     |
| 3. Beziehungshinweis | Was ich von Dir halte und wie wir zueinander stehen. |
| 4. Appell            | Wozu ich Dich veranlassen möchte.                    |

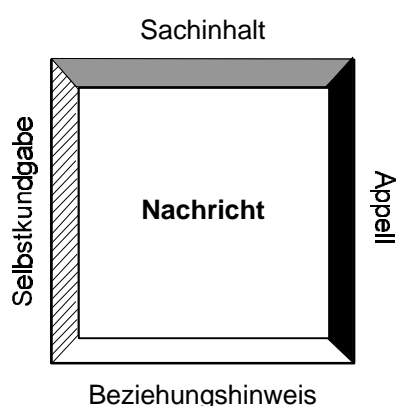


Diese vier Botschaften, die in jeder Nachricht enthalten sind, werden vom Empfänger anders gewichtet, als vom Sender.

So sind die vier unterschiedlichen „Ohren“ sowohl untereinander verschieden stark ausgeprägt, als auch an sich für bestimmte Aussagen offener als für andere. Um im Natur- und Umweltschutz überzeugend arbeiten zu können, müssen wir ein Gespür dafür entwickeln, wie unsere eigenen Botschaften ankommen, und welche Botschaften unser Gegenüber aussendet.

Anknüpfend an die Feststellung, „dass ‚Klarheit‘ der Kommunikation eine vier-dimensionale Angelegenheit ist“ (Schulz von Thun, „Miteinander reden 1“, 1994; S.15) entwickelte Schulz von Thun aus den vier Botschaften das Modell des Nachrichtenquadrates, mit dessen Hilfe sich Nachrichten unter der „kommunikationspsychologischen Lupe“ betrachten lassen. Zu berücksichtigen sind dabei allerdings eine Vielzahl von Begleitfaktoren wie die äußeren Umstände, unter denen die Nachrichten geäußert werden oder die nonverbalen Signale, mit denen sie in Verbindung stehen.

Die Kommunikationsdiagnose erweitert die Möglichkeiten, bewusst aufeinander einzugehen; Deutungen bleiben aber immer vage. Inwieweit eine Nachricht richtig ausgelegt worden ist, kann bestenfalls der Sender selbst feststellen.



Beispielsituation: Frage gegen Ende einer Übung

Nachricht	Wie spät ist es?
mögl. Sachbotschaft	Frage nach der Uhrzeit
mögl. Selbstkundgabe	Ich bin innerlich schon auf das Ende der Übung eingestellt.
mögl. Beziehungshinweis	Das, was Sie bieten, kann mich zur Zeit nicht faszinieren.
mögl. Appell	Machen Sie jetzt bitte Schluss!



## Transaktionale Analyse

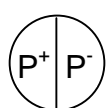
Die Transaktionale Analyse (TA) ist ein von dem US-Amerikaner Eric Berne entwickeltes Modell zur Untersuchung von Verständigungswegen, das auf der Dreiteilung der Psyche nach Sigmund Freud aufbaut.

2.1.1

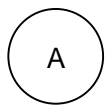
10

Nach Freud setzt sich die Persönlichkeitsstruktur eines Menschen aus drei nacheinander entstehenden Schichten zusammen, dem **Es**, dem **Über-Ich** und dem **Ich**. Der Teil des Es ist angeboren; er umfasst alle Triebe und Antriebe und gerät früher oder später mit den gesellschaftlichen Konventionen (Über-Ich) in Konflikt. Aus der Synthese des eigenen Wollens und der gesellschaftlichen Konditionierungen erwächst - gewissermaßen als Vermittler - das Ich. Das Ich nimmt Daten und Fakten auf, analysiert sie, wertet sie aus und bereitet so begründete Entscheidungen vor.

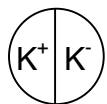
Nach Berne können in einem Menschen Es, Über-Ich und Ich zu verschiedenen Zeiten unterschiedlich stark zum Tragen kommen und so das Verhalten beeinflussen. Welche der drei Formen jeweils bestimmend ist, lässt sich durch genaues Beobachten verhältnismäßig leicht feststellen.



Das Über-Ich (bei Berne mit einem „P“ für Programmierung bezeichnet) äußert sich - häufig spontan - auf der Grundlage entsprechender Vorgaben belegend, wobei es das als „liebvolles P“ (P<sup>+</sup>) oder als „kritisches P“ (P<sup>-</sup>) tun kann.

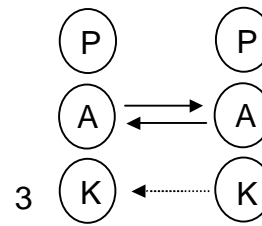
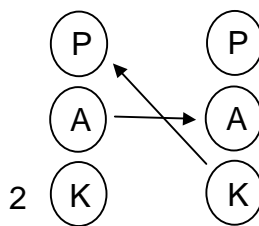
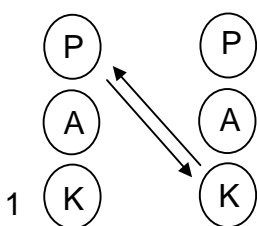


Das Ich (Bezeichnung „A“ für Analyse) äußert sich dagegen abwägend, durchdacht und begründet. Es ist eindeutig vom eigenen Denken geprägt.



Das Es (Bezeichnung „K“ für Kindheits-Ich) äußert sich durch Neugierde, Spontaneität und Kreativität. Es spiegelt damit die Gefühlswelt wieder und kann sich wiederum entweder als „weinendes K“ (K<sup>-</sup>) leidend oder als „natürliches K“ (K<sup>+</sup>) freudig äußern.

Wenn zwei Menschen miteinander reden (Transaktion), gibt es verschiedene Möglichkeiten, welche der drei Schichten des einen jeweils vorrangig mit welcher des anderen kommuniziert. Drei Transaktionsarten werden unterschieden: die einfache oder komplementäre (1), die gekreuzte (2) und die komplizierte (3) Transaktion.



Eine einfache Transaktion ermöglicht eine reibungslose Kommunikation. Eine gekreuzte Transaktion (z. B. eine beleidigte Reaktion auf eine sachliche Aussage) kann zum Konflikt führen. In diesem Fall sollte vorübergehend auf eine einfache Transaktion zurückgeführt werden – auch wenn die PartnerInnen dabei ungleich gewichtet sind. Gleiches gilt für eine komplizierte Transaktion (z. B. beleidigte Reaktion sachlich verpackt). Sind wir uns der aktuellen Form der Transaktion mit unseren GesprächspartnerInnen bewusst, so können wir u. U. gezielt Verständigungsschwierigkeiten abbauen.



## Neurolinguistische Programmierung

Die Neurolinguistische Programmierung (NLP) ist eine nicht ganz unumstrittene Kommunikationsmethode, die - von therapeutischen Ansätzen in den siebziger Jahren ausgehend - seit Beginn der achtziger Jahre v. a. im Verkaufstraining aber auch in der Pädagogik einige Verbreitung gefunden hat.

2.1.1

11

Entwickelt wurde die Methode in Kalifornien von dem Sprachforscher John Grinder und dem Therapeuten Richard Bandler (vgl. Bandler, Richard / Grinder, John: „Reframing - Ein ökologischer Ansatz in der Psychotherapie“). Sie untersuchten erfolgreiche TherapeutInnen bei der Arbeit und entwickelten aus ihren Beobachtungen an diesen „Modellen“ Regeln für eine bessere Kommunikation (Modelling).

NLP befasst sich mit den Zusammenhängen zwischen Körper, Sprache und Denken und zielt darauf ab, über eine intensive Verständigung mit anderen positive Veränderungen im einzelnen Menschen in Gang zu setzen.

Bei der Wahrnehmung ihrer Umwelt (s. S. 3) bevorzugen Menschen jeweils einen ihrer fünf Sinne. NLP unterscheidet demnach fünf unterschiedliche Repräsentationssysteme: sehend (visuell), hörend (auditiv), spürend und fühlend (kinästhetisch), riechend (olfaktorisch) und schmeckend (gustatorisch).

Darüber hinaus wird in der NLP angenommen, dass das unterschiedliche Auffassen gleicher Sachverhalte in verschiedenen „Denkprogrammen“ der Individuen begründet liegt, und dass diese Denkprogramme, die i. d. R. automatisch ablaufen, bei entsprechender Wahrnehmung nachhaltig beeinflusst werden können.

Beispiele für Denkprogramme können „automatische“ körpersprachliche Äußerungen seelischer Zustände (wie entspanntes Lächeln oder gereizt-aggressives Verhalten) sein.

Jedes Verhalten des Gegenüber ist eine Reaktion (Feedback) auf das eigene Verhalten. Es kann sich entweder in einer Mobilisierung positiver Ressourcen oder im Aufbau von Blocks (stuck state) niederschlagen.

Eine harmonische Kommunikation mit einer Mobilisierung positiver Ressourcen und positiven Feedbacks wird Rapport genannt; reißt sie ab, kommt es zum Rapportbruch.

Um einen guten Rapport herzustellen, müssen sich die Kommunizierenden aufeinander einstellen. Die aktive Aufnahme der Reaktionen des/der anderen wird Spiegeln (Pacing) genannt. Das Spiegeln kann sich z. B. in einer ähnlichen (Körper)sprache äußern.

Über das Spiegeln hinausgehend kann dann versucht werden, den/die PartnerIn in die eigene Richtung zu führen (Leading), wobei aber vorrangig darauf zu achten ist, dass es nicht zum Rapportbruch kommt. In diesem Stadium wird NLP manipulativ - und hier findet auch die Skepsis zahlreicher KritikerInnen ihren Ansatzpunkt.

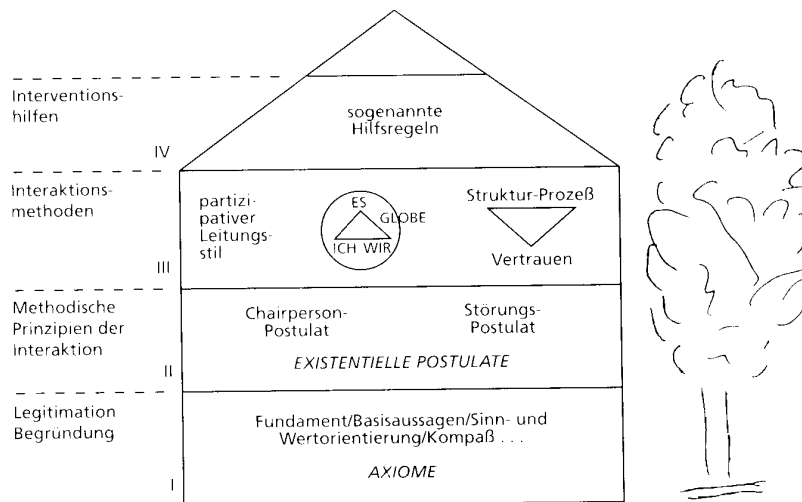
Eine weitere Methode der Neurolinguistischen Programmierung ist das Ankern (Anchoring). Dabei wird davon ausgegangen, dass Reize und Reaktionen miteinander verbunden und ggf. auch umkehrbar sind: Durch körperlichen Reiz wird eine seelische Reaktion unbewusst erinnert. (Entspanntes Lächeln bedingt seelischen Ausgleich).

So wird es unter Umständen möglich, konstruktive, bislang aber ungewohnte Sichtweisen in der Lebenswelt des/der anderen zu verankern und sie dadurch in einem neuen, attraktiveren Licht erscheinen zu lassen (Reframing).



## Themenzentrierte Interaktion

Die Entwicklung der Themenzentrierten Interaktion (TZI) als Kommunikationssystem geht auf die Psychotherapeutin Ruth Cohn zurück. TZI wird der Humanistischen Psychologie zugerechnet und „entstand aus dem Bewusstsein, dass es notwendig ist, Individualität und Gemeinschaftlichkeit dem Werte nach als ebenbürtig zu sehen.“ (aus Cohn: Gelebte Geschichte der Psychotherapie, 1991; S. 351).



2.1.1

12

Das Handlungskonzept der TZI kann als Schichtenmodell dargestellt werden:

- I. Als **Axiome** für erfolgreiche Interaktionsprozesse werden die Autonomie und das Eingebundensein des/der Einzelnen, die Ehrfurcht vor allem Lebendigen und die Entscheidungsfreiheit innerhalb veränderbarer Grenzen angenommen.
- II. Das erste **existenzielle Postulat** der TZI - „**Sei Deine eigene Leitperson**“ - bedeutet, dass die TZI-TeilnehmerInnen möglichst eigenständig handeln und „der TZI-Leiter die Macht darüber abgibt, wer, was, wann, wie und zu wem in welcher Form zu sagen hat“ (aus Cohn: Von der Psychoanalyse zur Themenzentrierten Aktion, 1992; S. 185). Das zweite Postulat - „**Störungen haben Vorrang**“ - heißt, „nicht Lern- und Lebensstörungen zu durchbrechen oder beiseite zu schieben, sondern sie anzuerkennen als Teil der Person“ (Cohn, 1992; S. 183).
- III. TZI folgt einem **partizipativen Führungsstil**; d. h. der/die LeiterIn stellt sich so wie er/sie ist mit den TeilnehmerInnen der Gruppe auf eine Stufe.
- IV. Zu den zentralen Interaktionsmethoden der TZI gehört darüber hinaus das **Prinzip der Dynamischen Balance** zwischen der Person (ICH), der Gruppeninteraktion (WIR) und dem Thema oder der Aufgabe (ES) innerhalb des Umfeldes im engsten und weitesten Sinn (GLOBE). Das Prinzip der Dynamischen Balance, das die Basis der TZI-Gruppenarbeit und -leitung darstellt, beschreibt die Notwendigkeit, Gegenpole im Leben im Sinne einer dynamischen Neuorientierung einzubeziehen (wie es z. B. auch der Yin-Yang-Philosophie entspricht). Bei der Formulierung des Themas (ES) muss es sich um kein rein sachbezogenes Thema handeln!

Schließlich strebt die TZI ein **Struktur-Prozess-Vertrauen** (positives affektives Klima) als zentrales Organisationsprinzip ihrer Veranstaltungen an. Struktur gibt Sicherheit (durch Begrenzung), wird aber erst durch Prozesse lebendig.

**Hilfsregeln** (z. B. „Vertritt Dich selbst in Deinen Aussagen.“) dienen in der TZI als Interventionshilfen, die eine Einhaltung der Grundlagen erleichtern, wenn sie nicht zu starr angewandt und in die Sprache der TeilnehmerInnen übertragen werden.





## Die Rede

Rhetorik (v. gr. rhetoriké téchne) ist die Kunst der Rede. Reden sind und waren Auslöser historischer Ereignisse. Obwohl sie meist auf moderne Bildmedien verzichten, kommt ihnen in der öffentlichen Wahrnehmung nach wie vor eine große Bedeutung zu.

Die Grundfrage der Redekunst lautet: Wie kleide ich meine Gedanken in wirksame Worte? – Und hier liegt zugleich ihr größtes Problem. Wirkung und Wahrheit sind selten deckungsgleich. Eine Rede ist keine objektive Darstellung. Im Interesse der Wirkung will und muss der/die RednerIn bestimmte Fakten herausstellen - und dabei vernachlässigt er/sie zwangsläufig andere, ohne dass die ZuhörerInnen Einspruch erheben können. Reden sind somit manipulativ, und es hängt vom Verantwortungsbewusstsein der RednerInnen und der Aufmerksamkeit der ZuhörerInnen ab, wie segensreich eine Rede ist.

Wir verfolgen hier also zwei Ziele: Zum einen geht es darum, uns selbst in der Redekunst zu üben, soweit das unser Zeitrahmen zulässt. Zum anderen ist aber auch schon einiges gewonnen, wenn wir den Aufbau und die Strategie einer Rede durchschauen. Im allgemeinen werden vier Hauptformen der Rede unterschieden: Sachvortrag (Erklärung eines Sachverhalts), Überzeugungsrede (hat ein klares Tatziel), Gelegenheitsrede (Begrüßungs-, Lob-, Dankrede - bezieht sich auf eine Situation) und Erlebnisbericht (Erzählung). Meist haben wir es aber mit einer Mischung mehrerer dieser Formen zu tun.

Wie entsteht nun eine Rede? Die wenigsten Reden werden wirklich spontan gehalten. Das zu können setzt voraus, dass sich der Stoff gewissermaßen aus dem Alltag heraus von selbst angesammelt hat und der/die RednerIn über so viel rhetorisches Geschick verfügt, zum richtigen Zeitpunkt die wirksamsten Punkte in angemessener Form zu präsentieren. Tatsächlich wird aber schon für die Stoffsammlung sehr viel Zeit benötigt.

Sinnvoll ist – zumindest zu Beginn - immer noch eine Sammlung auf Zetteln, die immer und überall verfügbar ist. Oft fallen uns schon dabei rhetorische Mittel ein, die für bestimmte Aussagen besonders geeignet sind. In dieser Phase geht es weniger darum, konzentriert am Schreibtisch zu sitzen. Wichtig ist, dass wir unsere Rede bei vielem, was wir tun, im Hinterkopf haben und immer bereit sind, unsere Zettelsammlung zu erweitern. Auch bei renommierten RednerInnen ist es durchaus üblich, dass sich am Ende bekritzelte Bierdeckel, Papierservietten oder Kassenbons unter den „Zetteln“ befinden.

Wenn der Wust unübersichtlich zu werden droht, und/oder sich ein Redekonzept abzuzeichnen beginnt, ist es Zeit, die Sammlung in eine handhabere Form zu bringen. Die Sache wird so strukturierter, der Zugriff aber deutlich erschwert. Eine gute Möglichkeit dies zu tun ist die, alle Notizen auf einer Pinnwand vorübergehend zu gliedern.

Wenn die Gliederung nach einiger Zeit steht, können wir mit der Ausarbeitung beginnen, die heute meistens am PC vorgenommen wird. Jetzt kommt es darauf an, den roten Faden festzulegen, wichtige Aussagen herauszufiltern und sie rhetorisch zu untersetzen.

Den fertigen Redetext müssen wir schließlich üben. Reden sollten weder abgelesen noch auswendig gelernt werden. Bei der Redeprobe nutzen wir eine Gedächtnis-Landkarte (s. S. 13) oder einfach Stichworte (die wir z. B. groß an eine Wandtafel hängen) und formulieren unsere Rede – laut vortragend – um diese Stichworte herum. Wenn wir das drei- bis viermal (in einem entsprechenden zeitlichen Abstand) getan haben, merken wir, wie wir langsam Lust bekommen, auch andere – vielleicht zunächst aus unserem engeren Freundeskreis - an unserer Rede teilhaben zu lassen...

2.1.1

13



## Lampenfieber

Weiche Knie, Herzklopfen, Schweißausbrüche und trockener Mund sind Symptome einer „Krankheit“, die 90% aller RednerInnen befällt: das Lampenfieber. Auch geübte und erfahrene RednerInnen sind dagegen nicht gefeit. Lampenfieber macht deutlich, dass ein Soloauftritt unter Fremden für den/die einzelneN nicht zur Routine werden kann.

Positiv betrachtet trägt das Lampenfieber dazu bei, dass wir unsere Aufgabe ernst nehmen. Negativ betrachtet kann es aber dazu führen, dass wir den Faden verlieren, unsere Stimme zu zittern anfängt und uns am Ende im wahrsten Sinne des Wortes die Luft weg bleibt. Es muss also unser Ziel sein, das Lampenfieber in den Griff zu bekommen.

Ob wir schon im Vorfeld vom Lampenfieber geplagt werden, ist auch eine Frage der Einstellung. Wir können in unserem Beitrag eine Prüfung sehen – die uns dann natürlich Angst macht; aber auch die Chance, uns und unsere Gedanken einem breiten Publikum zu öffnen – um uns dann vom Geist unserer Offensive tragen zu lassen.

Lampenfieber ist eine Gefühlssache und deshalb über den Verstand kaum zu bekämpfen. Am stärksten ist das Lampenfieber meist unmittelbar vor dem „Auftritt“. Wir fühlen uns extrem unsicher. Um diese Unsicherheit wirksam einzudämmen, müssen wir uns ein Umfeld schaffen, in dem wir uns so weit wie möglich zu Hause fühlen. Wir fühlen uns

- ⇒ in unserem **Beitrag** zu Hause, wenn wir ihn sorgfältig vorbereitet haben.
- ⇒ am **Rednerpult** zu Hause, wenn wir diesen Standort zuvor ausloten konnten.
- ⇒ inmitten der **Technik** zu Hause, wenn wir sie vorher ausprobieren haben.
- ⇒ unter unseren **ZuhörerInnen** zu Hause, wenn wir sie als Freunde betrachten.

Nicht immer ist alles dies möglich – oft aber zumindest einiges davon. Und es lohnt sich in jedem Fall, vor dem Redebeitrag am Ort des Geschehens einmal ruhig und voll (also auch über das Zwerchfell) durchzuatmen, den Blick über die ZuhörerInnen schweifen zu lassen und sich bewusst zu machen: Hier ist für die nächsten x Minuten mein Platz.

Mit Atemnot, einem der drastischsten Symptome des Lampenfiebers, haben wir meist dann zu kämpfen, wenn wir zu schnell sprechen – und dabei das Einatmen vergessen. Pausen erscheinen uns oft länger, als sie tatsächlich sind. Nach Sätzen restlos aus- und neu einzuatmen bedeutet also nicht nur, den Luftvorrat wieder zu ergänzen. Wir bringen auch insgesamt mehr Ruhe in unseren Vortrag und wirken so überzeugender.

Das Lampenfieber verringert sich meist deutlich, wenn wir die ersten Sätze gesprochen haben. Deshalb sind wir auf der sicheren Seite, wenn wir den ersten Absatz (und unser „Sprungbrett“ zum nächsten) auswendig lernen. Ob wir ihn dann auch so vortragen, oder ob es uns – was besser wäre – gelingt, die Situation aufzugreifen und so zu unserem Thema überzuleiten, hängt davon ab, wie wir uns dann „dort vorn“ gerade fühlen.

Ist unser Beitrag gut gelaufen, dann ist es doch möglich, dass sich die anfängliche Unsicherheit am Ende wieder einstellt. Auch für den Schlusssatz, der ja oft ein Appell ist, sollten wir also eine vorbereitete Version in der Tasche haben. Und: Unser Auftritt ist nicht beendet, wenn wir diesen letzten Satz gesprochen haben. Wir nehmen unseren Worten die Kraft, wenn wir zu schnell abgehen. Wir brüskieren unsere ZuhörerInnen, wenn wir aus dem Applaus herauslaufen. - Und in den meisten Fällen ist es die Aufgabe des Veranstalters, uns zu signalisieren, ob wir das Pult verlassen oder noch für Fragen zur Verfügung stehen sollen. Auch am Ende ist also Ruhe die erste RednerInnenpflicht.



## Rhetorische Mittel

Rhetorische Mittel sind Redefiguren, die im Prinzip immer wiederkehren, und die dazu dienen, das in einer Rede Gesagte anschaulicher, eindringlicher, spannender, ästhetischer und kommunikativer zu machen.

2.1.1

15

Mittel, um das Gesagte **anschaulicher** zu machen, sind

Vergleich	Diese Borke ist so rau wie Sandpapier.
Beispiel	Einer der charakteristischen Vögel im Schilf ist die Rohrdommel.
Bild (Metapher)	Fichten haben einen flachen Wurzelteller.
Erzählung	Letzten Montag komme ich morgens um die Waldecke, da...

Mittel, um das Gesagte **eindringlicher** zu machen, sind

Wiederholung	Wir sehen helles Grün, wir spüren, wie der Boden nachgibt, wir...
Verdeutlichung	Und dieser kleine – nein, dieser <u>winzige</u> Käfer...
Raffung	Fassen wir das, was wir gehört haben, noch einmal zusammen:...
Ausruf	Denken Sie daran, was dieser Geruch bedeutet!
Zitat	„Bäume sind Heiligtümer“, hat Hermann Hesse einmal gesagt.
Kreuzstellung	Dieses Merkmal zu kennen ist leicht; finden werden sie es kaum.

Mittel, um das Gesagte **spannender** zu machen, sind

Steigerung	Manche werden so hoch wie Häuser, einige gar wie Kirchtürme.
Gegensatz	Die Buche braucht nährstoffreiche Böden - die Kiefer nicht.
Kette	Durch Interpretation zur Achtung, durch Achtung zum Schutz.
Vorhalt/Verzögerung	Aber auf diese Frage gibt es eine klare Antwort. - - - ...
Überraschung	Stubenhocker sind so gesehen die besten Naturschützer. Aber...
Ankündigung	Ich will Ihnen das an einem Beispiel deutlich machen: ...

Mittel, um das Gesagte **ästhetischer** zu machen, sind

Wortspiel	Dieses NSG hat einen besonders hohen Schmutzstatus.
Anspielung	Wir wissen ja, wie üppig die Gelder im Naturschutz fließen.
Umschreibung	Hier hat der König des Waldes sichtbare Spuren hinterlassen.
Übertreibung	Auch bei uns wachsen die Bäume nicht bis in den Himmel.
Scheinwiderspruch	Totholz lebt!

Mittel, um das Gesagte **kommunikativer** zu machen, sind

Einschub	Vielleicht ist Ihnen auch schon einmal aufgefallen,...
Einwandvorausnahme	Nachdem Sie das gesehen haben, glauben Sie vielleicht,...
Scheinfrage	Dürfen wir zulassen, dass noch mehr Altbuchen gefällt werden?
Mitverstehen	Was kommt da nicht alles „aus dem Herzen der Natur“!

Wie wir an den Beispielen sehen, können sich in einer Aussage auch mehrere Redefiguren wiederfinden. Nicht jede Figur ist für jede Situation geeignet, und die Qualität einer Rede hängt auch nicht von der Anzahl der eingesetzten Figuren ab. Wesentlich ist der Spannungsbogen, die **Dramaturgie** der Rede, die von den Redefiguren unterstützt und ausgestaltet wird. Redefiguren sollten wir nicht auswendig lernen. Wenn wir sie gut beherrschen, ergeben sie sich aus unseren wichtigsten Gedanken meist von selbst.



## Sprache und Körpersprache

Um die Informationen über die **Sprache** überzeugend darzustellen, machen wir uns vier „Verständlichmacher“ bewusst (vgl. Schulz von Thun: Miteinander reden 1, 1994):

2.1.1

1€

1. **Einfachheit** erreicht man z. B. durch ein unförmliches Auftreten, kurze Sätze, die Verwendung von Verben statt Subjekten und die Vermeidung von Fachbegriffen. „Ein Spaten wird nicht dadurch schärfer, dass wir ihn als Geotom bezeichnen“ (Freeman Tilden in: „Interpreting Our Heritage“ 1977, S. 57.).
2. **Gliederung und Ordnung** entstehen durch Pausen und Betonungen, eine gelegentliche Vor- bzw. Rückschau und geschickte, folgerichtige Übergänge. „Ein guter Übergang sollte den vorausgegangenen Gedanken zusammenfassen, den Bezug zwischen dem vorausgegangenen und dem folgenden Gedanken herstellen und eine Vorausschau auf den folgenden Gedanken geben“ (übertr. n. Bill Lewis: Interpreting for Park Visitors“, 1981, S. 49).
3. **Kürze und Prägnanz** tragen durch konkrete Aussagen dazu bei, die Konzentration der Teilnehmer zu halten. Oft ist Disziplin erforderlich, um ein Abschweifen in benachbarte Aspekte, von denen man auch noch etwas zu erzählen weiß, zu verhindern. Ich-Botschaften können helfen, ein Abdriften in Allgemeinplätze zu vermeiden.
4. **Zusätzliche Stimulanz** bewirkt z. B. das Aufgreifen der Sprache der TeilnehmerInnen, das Malen von Bildern (Vorstellungen), die Darstellung abstrakter Sachverhalte in Gleichnissen aus der Lebenswelt der TeilnehmerInnen, die Veranschaulichung durch Objekte (Demonstration) oder die aktive Einbeziehung (Partizipation).

Unabhängig von der Verständlichkeit einer Nachricht muss aber auch berücksichtigt werden, dass sie - gewollt oder ungewollt - immer zusätzliche Botschaften über uns selbst („Ich bin hier *nur* der Zivi...“), unsere Beziehung zu den TeilnehmerInnen („...und *soll* heute mit Ihnen...“) und unsere Erwartungen an die TeilnehmerInnen („...eine *Führung* zum Müllproblem *machen*.“) enthält.

Solche Botschaften werden oft nicht nur über die Sprache (verbal), sondern auch über Mimik und Gestik, Körperhaltung und -bewegung (nonverbal) vermittelt. Körpersprachliche Signale stellen gewissermaßen „die Botschaft über die Botschaft“ dar.

**Körpersprache** kann sehr hilfreich sein. Sie kann die Sprache unterstützen und viel zur Motivation der TeilnehmerInnen beitragen. Da wir in einem Kulturkreis aufgewachsen sind, in dem Körpersprache eine eher untergeordnete Rolle spielt, müssen wir uns oft zunächst einmal „entfesseln“ – also unsere Arme, unsere Beine und unseren Blick bewusst befreien. Rollenspiele und stumme Theaterübungen sind hierfür besonders gut geeignet. Obwohl es auch viele körpersprachliche Übungen gibt, ist eine überzeugende Körpersprache dann weniger eine Frage der Technik als eine der Überzeugung.

Eine freundliche und lockere Grundstimmung überträgt sich bei einer lockeren Körperhaltung zumeist von selbst auf die Körpersprache und trägt so zu einer guten Atmosphäre bei. Menschen mögen Menschen, die sie mögen. Auch um in Erfahrung zu bringen, ob unsere Botschaften ankommen und z. B. unser Tempo der Situation anzupassen, sollten wir ständig Blickkontakt zu allen TeilnehmerInnen halten - die ja ihrerseits körpersprachliche Signale aussenden.



## Referat und Präsentation

Referate und Präsentationen sind Vortragsformen, deren **Hauptvorteil** in der Anregung (beim Kurz- oder Impulsreferat) bzw. in der schnellen Informationsvermittlung besteht. Sie unterscheiden sich von der Rede insbesondere durch die Bedeutung der Visualisierung des Gesagten über unterschiedliche Medien.

2.1.1

17

Referate behandeln ein bestimmtes Thema, das aus zu diesem Zweck zusammengetragenen Materialien erarbeitet wurde, Präsentationen stellen i. d. R. ein Arbeitsergebnis vor. Elemente, die den Vortragsinhalt eingängiger machen, werden zumeist mit Präsentationen in Verbindung gebracht, da diese in der Werbebranche eingesetzt werden, wo die Darbietenden auf die Aufmerksamkeit der Zielgruppe angewiesen sind.

**Hauptnachteil** von Referaten und Präsentationen ist – wie bei der Rede - ihre Eingängigkeit. Wo sie nicht als Informationsbausteine Informationen von innerhalb oder außerhalb des TeilnehmerInnenkreises in einen Prozess einbringen, in dessen Rahmen dann weiter mit ihnen gearbeitet wird, sind sie nur sinnvoll, wenn von einer großen Aufgeschlossenheit der Gruppe für das Thema ausgegangen werden kann.

Wie bei jeder Veranstaltung ist die Berücksichtigung von Rahmenvorgaben, Zielstellung und Zielgruppe wichtig, bevor Inhalt und Ablauf organisiert werden. Danach läuft die systematische, inhaltliche **Vorbereitung in drei Phasen** ab:

1. **Sammlung** des Stoffes
2. **Auswahl** der wichtigsten Haupt- und Nebenaussagen
3. **Visualisierung** dieser Aussagen.

Ein Vortrag lebt von der transparenten Struktur seiner Inhalte. Die ZuhörerInnen müssen den Gedankengängen des/der Vortragenden ohne Schwierigkeiten folgen können. Deshalb sollten wenige, einprägsame Hauptaussagen, die wiederum in wenige Nebenaussagen gegliedert sind, möglichst überzeugend vermittelt werden. Die ersten beiden Phasen dienen dazu, diese Aussagen herauszuarbeiten.

In der dritten Phase, der Visualisierung, werden die Aussagen sichtbar gemacht. Wenn nur 20% einer gesprochenen Information ankommt, sind es bei der guten, visuellen Untersetzung der gleichen Information immerhin schon 50%.

Wird nur ein Medium genutzt, so lässt die Aufmerksamkeit der ZuhörerInnen nach ca. 15 Minuten spürbar nach. Durch den **Einsatz verschiedener Medien** lässt sich ein Vortrag abwechslungsreicher gestalten, wodurch die Aufmerksamkeit länger erhalten bleibt. Visuelle Medien können schlaglichtartig eingesetzt werden (Kurzfristmedium - z. B. ein Dia) oder den Vortrag länger begleiten (Langfristmedium - z. B. eine Tafel). Sie können bereits vor dem Vortrag vorbereitet (Fertigmedium), während des Vortrags ergänzt (Teilfertigmedium) bzw. vor den ZuhörerInnen entwickelt werden (Livemedium). Über den Einsatz von Overhead-, Dia- oder Videoprojektoren, Tafeln, Flipcharts und Pinwänden hinaus können wir gezielt Gegenstände oder TeilnehmerInnenunterlagen (z. B. Schaubilder, die die ZuhörerInnen dann mit Anmerkungen versehen können) aushändigen.

Neben der Visualisierung besteht auch die Möglichkeit, das Auditorium durch Fragen oder Aktivitäten unmittelbar mit einzubeziehen. Dadurch kann auch ein Referat interaktive Ansätze zeigen, was seine Einprägsamkeit oft wesentlich erhöht.



## Visuelle Medien im geschlossenen Raum

Visualisierung (Sichtbarmachen) erleichtert es, Gesagtes zu behalten. Gerade abstrakte Informationen können überhaupt erst von beiden Hirnhälften verarbeitet werden, wenn wir sie bildhaft wiedergeben (vgl. S. 4). Der Satz: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ bezieht sich auf diesen Umstand. In der Mediendidaktik geht man davon aus, dass einE ZuhörerIn etwa 50% von dem behält, was er/sie hört und sieht – aber nur 20% von dem, was ihm/ihr allein über das Ohr (auditiv) angeboten wird. Für viele Menschen sind bestimmte Verknüpfungen, die ein Bild nahe legt, auch über seitenlange Ausführungen nicht zu erreichen; sie sind sog. visuelle Typen. Fehlt die Visualisierung, stellen sie sich das Abstrakte selbst bildhaft vor - und haben damit doppelte Arbeit zu leisten. Ihre Konzentration lässt schnell nach. Wir kommen ihnen entgegen, indem wir eine bildhafte Sprache verwenden – oder eben indem wir das Gesagte konsequent visualisieren.

In der freien Natur fällt uns das Visualisieren leicht – die Phänomene sprechen ja meist für sich, und es ist oft sinnvoll, sich Gedanken zu machen, ob eine Präsentation oder ein Referat in unserem Zusammenhang nicht auch im Freien stattfinden kann.

Das älteste Medium, das sich für den Vortragssaal anbietet, um die Vor-Stellung des Gesagten zu erleichtern, ist die **Tafel**. Auf Ihr lassen sich Dinge ohne großen Energieaufwand protokollieren und auch wieder ändern. Um vom negativ besetzten Schulimage wegzukommen, gibt es die Weißwandtafel (**Whiteboard**), die sich aber nur mit speziellen Boardmarkern beschreiben lässt. Eine Tafel ist auch die **Flipchart**. Sie ist wg. ihrer Größe nicht für den großen Saal geeignet, ermöglicht es aber Visualisiertes dauerhaft sichtbar zu machen, die Flipchartbögen also gewissermaßen als Veranstaltungsprotokoll zu verwenden. Für das Sammeln und Strukturieren von Vorschlägen und Ideen (insbesondere im Zusammenhang mit der Moderationsmethode) verwenden wir die **Pinwand**. – Alle diese stromlosen Medien können uns technisch kaum Schwierigkeiten bereiten und sind bei entsprechender Witterung auch an der frischen Luft einsetzbar.

Strom benötigt dagegen der **Overheadprojektor**. Er war lange das Mittel der Wahl, um Referate und Präsentationen visuell zu unterstützen. Seine Vorteile: Der/die ReferentIn ist immer dem Publikum zugewandt, und alles, was auf Papier vorhanden ist, lässt sich per Kopierer sofort in eine Folie verwandeln. Sein größter Nachteil: Viele ReferentInnen tun das auch – ohne zu berücksichtigen, dass eine Präsentation etwas anderes ist als ein Lesetext (s. a. S. 20). Zu den einfachen Projektionsmedien gehört auch der **Diaprojektor**. Dias bringen Farbe und Lebendigkeit in den Raum.

Seit zehn Jahren tendiert die Präsentation in geschlossenen Räumen nun zum Einsatz von **Laptop und Beamer**; Multimedia heißt das Zauberwort. In Kombination mit der entsprechenden Software können nicht nur Overhead- und Dia-, sondern auch Video- und Bildschirmpräsentation miteinander vereint werden. Sogar Programme zur Moderation via Bildschirm und zur Kommunikation über individuelle Bildschirme innerhalb eines Raumes werden bereits angeboten. Auf den ersten Blick macht Multimedia vieles einfacher (und lässt auch durchschnittliches professionell erscheinen). Der Stellenwert und die Abhängigkeit von der Technik werden bei der Digitalisierung aber absolut – und das Gegenständliche wird vollständig durch das Virtuelle ersetzt. Kurze und knackige Präsentationen täuschen leicht darüber hinweg, dass der Aufwand „hinter den Kulissen“ bei Multimedia deutlich größer ist als bei den konventionellen Medien.



## Gestaltung von Folien

Was präsentiert werden soll, muss klar strukturiert und schnell fassbar sein. Folien sind dabei eine parallele und zeitlich begrenzte Ergänzung dessen, was wir sagen; sie stehen nicht für sich. Vor allem bei der Bildschirmpräsentation geschieht es, dass die ZuhörerInnen gebannt einem Logo folgen, wie es nach drei Saltos und einem doppelten Rittberger endlich seinen Platz auf der Projektionsfläche findet, während die Ausführungen des/der Vortragenden nur noch als Geräuschkulisse im Hintergrund wahrgenommen werden. Auch Multimedia-Effekte setzen die einfachen Gestaltungsregeln aber nicht außer Kraft! Was für Folien gilt, gilt genauso für PowerPoint-Dateien und Flipchartbögen - und teilweise sogar für Tafeln im Gelände (s. 2.1.2, S.10/11)

**Bildhafte Elemente** (Graphiken, Diagramme, Fotos) sind wirksamer als reine Textfolien – wenn sie das Gesagte unterstützen und nicht zusätzliche Aussagen einbringen. Eine Folie sollte nie mehr als fünf Elemente enthalten. (Auch eine Textzeile ist ein Element.) Die **Schrift** sollte einfach und ohne Serifen sein (wie die hier verwendete Arial). Ihre Größe auf der Folie hängt von Leinwand- und Raumgröße ab. Ihre Höhe sollte mindestens 5 mm (20 pt) betragen. Schriften in Großbuchstaben (Versalien) sowie magere Schriftsätze (light) sind schwer lesbar und deshalb zu vermeiden.

Mit **Farben** lassen sich Dinge hervorheben (farbige Hintergründe) und so strukturieren. Die Bedeutung der Farbpalette, die nicht mehr als drei Farben umfassen sollte, muss aber auf allen Folien gleich sein. Und wesentliche Aussagen dürfen nicht allein von der Farbgestaltung abhängen. (Etwa 5% der Menschen können bestimmte Farben nicht unterscheiden.) Für farbige Schriftzüge kommen nur dunkle Farben in Frage.

Wenn wir eine Maske für eine Standardfolie wählen, bevorzugen wir das **Querformat**. Denn oft sind „Seminarräume“ für den Overheadprojektor (der ja „über den Kopf“ hinweg projizieren soll) viel zu niedrig. Der untere Teil der Folie ist dann nicht zu sehen. Beim Querformat passt zudem auch bei großen Schrifttypen noch genug Text in eine Zeile.

Helle Streifen um die Folie vermeiden wir, indem wir abheftbare, durch Haltestifte am Projektor gesicherte **Arbeitsrahmen** (Flip-Frames) verwenden. Nutzen wir nur ein Folienformat, so tun es aber auch auf den Projektionstisch aufgeklebte Pappstreifen.

Wer sich umdreht, um an der Leinwand etwas zu zeigen, verspielt den größten Trumpf der Folie. Weil Zeigebewegungen auf der Folie aber oft zu schnell erscheinen, nutzen wir dafür transparente **Hinweispeile**, die dann auch eine Weile liegen bleiben können.

Erst die **Inszenierung** einer Folie sichert ihr die nötige Aufmerksamkeit. Viele ReferentInnen verwenden zu viele Folien. Eine Folie einzuführen („Auf der nächsten Folie sehen wir...“), zu entwickeln, zu kommentieren und zusammenzufassen, dauert i. d. R. mehrere Minuten. Durch Herunterklappen des Projektorspiegels können wir Zäsuren setzen – und uns die volle Aufmerksamkeit sichern, solange keine Folie aufliegt.

Wir können Folien „live“ beschreiben werden, um den Vorteil einer Tafel zu nutzen. Vorübergehende, handschriftliche Ergänzungen nehmen wir auf einer Folienhülle oder einer über dem Original liegenden Blankofolie vor. Früher war die Arbeit mit Teilfertigfolien oder Overlayfolien (schrittweises Enthüllen durch Masken bzw. Ergänzen durch Teilfolien) sehr beliebt. Heute nutzt man hierzu meist die Bildschirmpräsentation.

Immer noch aktuell ist aber die **Überraschung**, auf den Projektionstisch gelegte Objekte (z. B. Petrischalen mit Insekten) plötzlich schemenhaft und riesig erscheinen zu lassen.

2.1.1

10



## Fragen stellen - Fragen beantworten

Fragen sind ein wesentliches Element der Kommunikation. Manche Arten von Fragen dienen aber eher der Sachinformation, während andere zur aktiven Auseinandersetzung der DialogpartnerInnen untereinander oder mit ihrem Umfeld beitragen.

2.1.1

20

Unter den **geschlossenen Fragen**, die keine oder nur bestimmte, festgelegte Antworten erfordern, lassen sich folgende Formen unterscheiden:

- |                        |  |
|------------------------|--|
| • Rhetorische Fragen   | erfordern als Redefigur (s. S. 15) keine Antwort |
| • Geschlossene Fragen  | lassen nur bestimmte Antworten zu; es gibt       |
| a) Entscheidungsfragen | Antwort: „Ja“ oder „Nein“                        |
| b) Begriffsfragen      | z. B. Wer? Wann?                                 |
| c) Alternativfragen    | möchtest Du entweder... oder...                  |
| • Suggestivfragen      | suchen nach Bestätigung                          |

Zu den Suggestivfragen können auch Kontrollfragen und auf eine bestimmte Antwort abzielende Serienfragen gezählt werden, die z. B. TeilnehmerInnen an Führungen zehn „falsche“ Antworten entlocken, bevor die erwartete „richtige“ folgt.

Mit Ausnahme der für den Verständigungsprozess wichtigen **Kontrollfragen** sollten alle oben aufgeführten Fragen nach Möglichkeit nur als auflockernde Einstiegsfragen verwendet werden. Sie unterbinden oft eine echte Kommunikation (z. B. durch schnelle, abschließende Antworten), gehen am Interesse der DialogpartnerInnen vorbei (z. B. indem sie lediglich unserem Gedankengang folgen) oder lenken - bei der Interpretation im Gelände - von den eigentlichen Phänomenen ab (z. B. durch frühzeitige Benennungen).

Günstiger für den Interpretationsprozess sind **offene Fragen**, die die Kommunikation erleichtern, neugierig machen (z. B. durch zusätzliche Visualisierung), weiterführen, gemeinsame Interessen berühren und die TeilnehmerInnen mit einbeziehen. Offene Fragen können sowohl sach- als auch beziehungsorientiert sein.

Unterscheiden lassen sich hier

- |                           |                                     |
|---------------------------|-------------------------------------|
| • Informationsfragen      | Wie denkst Du darüber?              |
| • Hintergrundfragen       | Warum machst Du das so?             |
| • Folgenfragen            | Was glaubst Du, hat das für Folgen? |
| • Fragen zum Weiterdenken | Was bringt uns jetzt weiter?        |
| • Eigeninitiativfragen    | Was könntest Du nun tun?            |

**Wertungs- oder Meinungsfragen** zielen als eine besondere Gruppe der offenen Fragen auf die inneren Einstellungen, die Meinungen, Hoffnungen oder Befürchtungen der Teilnehmer ab.

Die „Was ist das“-Fragen v. a. jüngerer TeilnehmerInnen an Führungen sollten nach Möglichkeit so beantwortet werden, dass die Betreffenden dem Gegenstand selbst näherkommen (z. B. „Beschreib' es!“). Ansonsten können weiterführende Fragen von TeilnehmerInnen auch zunächst an die Gruppe zurückgegeben werden.

Bei der Interpretation im Gelände bewegen wir uns i. w. zwischen Fokus-, Prozess- und Meinungsfragen, die alle zu den offenen Fragen gehören (s. 2.1.2 - S. 3).





## Gute Gespräche führen

Wir alle führen ständig Gespräche - und doch fällt es manchmal schwer, sich *in Ruhe* über eine Sache zu unterhalten. Was macht ein gutes Gespräch aus?

2.1.1

21

Wenn wir entspannt sind und mit entspannten Menschen reden, ist die Wahrscheinlichkeit groß, zumindest ein „nettes“ Gespräch zu führen. Im Urlaub ist das z. B. der Fall - oder auf einem Fest. **Entspannte Situationen** zu schaffen ist also eine wichtige Grundlage für ein Gespräch. So manche Exkursion und so mancher Empfang verfolgt v. a. dieses eine Ziel. Natürlich geht es bei solchen Anlässen aber nicht nur um „nette“ Gespräche. Wie wird nun aus einem netten Gespräch ein gutes Gespräch?

Gute Gespräche berühren unsere Werte und unsere Auffassungen – und hier wird die Sache interessant. Entweder unserE GesprächspartnerIn ist unserer Meinung; dann kommen wir im Dialog schnell weiter und suchen freudig nach neuen Bausteinen, die uns in unserer Auffassung bestätigen. Ein gutes Gespräch folgt. Oder wir stellen fest, dass wir unterschiedlicher Meinung sind; dann kommt es auf unsere Bereitschaft an, auf den/die andereN zuzugehen – und auf unser **Interesse am anderen Menschen**.

Wenn genug potentielle GesprächspartnerInnen da sind, müssen wir das nicht tun. Es bleibt oft beim oberflächlichen „Abtasten“. Empfänge und Exkursionen etwa sind eher dazu angetan, Kontakte zwischen Gleichgesinnten zu knüpfen als unterschiedliche Auffassungen zu vermitteln. Möchten wir aber genau das tun, so müssen wir auch unsere eigenen Werte und Interessen ein Stück weit zur Disposition stellen (s. S. 6). Im Interesse unserer Sicherheitsbedürfnisse (s. S. 5) brauchen wir dann ein entspanntes Umfeld - und einE GesprächspartnerIn der/die gleichfalls zum **Entgegenkommen** bereit ist; dem/der wir eine **positive Rückmeldung** geben, und der/die uns ebenfalls eine positive Rückmeldung gibt, sobald spürbar wird, dass uns ähnliche Beweggründe antreiben. Solche Ähnlichkeiten gibt es fast immer – denn beide GesprächspartnerInnen sind Menschen, auch wenn ihre Haltung in bestimmten Punkten unterschiedlich sein mag. (Natürlich gibt es auch die Situation, dass Menschen die Macht haben, anderen Menschen etwas aufzunötigen – aber dabei handelt es sich dann um kein gutes Gespräch.)

Wenn wir diese Zusammenhänge verstehen, dann können wir versuchen, Konfliktsituationen (s. 2.1.3) zu vermeiden. Auf keinen Fall geht es dabei darum, zurückzustecken. Bahnt sich eine Meinungsverschiedenheit an, dann können wir sie aber nur selten dauerhaft durch das Beharren auf den vermeintlich besseren Sachargumenten lösen. Es kommt kaum vor, dass einE GesprächspartnerIn einen solchen Schlagabtausch mit den Worten: „Jetzt haben Sie mich überzeugt“ beendet. Zunächst müssen wir die Entspannung unserer Beziehung zum/zur GesprächspartnerIn suchen (s. S. 8), uns um Verständnis für seine/Ihre Situation bemühen. Und wenn wir den Eindruck haben, dass das ausgenutzt wird, dann ist es wichtig, die Karten aufzudecken und anzudeuten, wohin sich das Gespräch entwickeln kann, wenn beide Parteien nicht aufeinander zugehen.

Ein gutes Gespräch ist selten ein schnelles Gespräch. So mancheR fühlt sich dazu verleitet, vorschnell die Flinte ins Korn zu werfen und festzustellen: „Das führt doch zu nichts.“ Die Werbeindustrie hat sich die Erkenntnisse aus der Kommunikationspsychologie aber längst zu eigen gemacht: Die erfolgreichsten Verkaufsgespräche sind nicht die, in denen nur die Vorteile einer Ware herausgestellt werden, sondern die, in deren Verlauf der Kunde/die Kundin zu der Überzeugung gelangt, dass er/sie den betreffenden Gegenstand zur Erfüllung seiner/ihrer Bedürfnisse braucht.



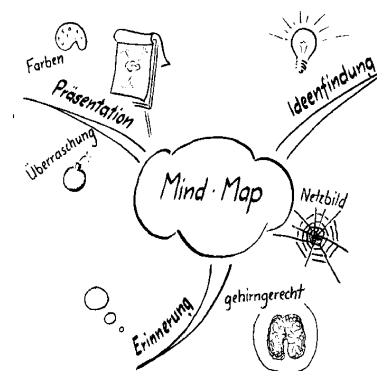
## Methoden der Ideenfindung

Unsere Kreativität wird nicht selten von dem linear-kausalen Denken unterdrückt, das unsere Gesellschaft prägt. In der Ideenfindung versuchen wir, die Regeln zeitweise außer Kraft zu setzen, die uns dazu anhalten nach der richtigen Antwort zu suchen, logisch zu denken, unzweideutig zu sein oder möglichst keine Fehler zu machen.

Die am weitesten verbreitete Methode, um dies zu bewerkstelligen, ist das **Brainstorming** („Gedankensturm“). Es wurde in den fünfziger Jahren von Alex Osborne in den USA eingeführt und wird heute im Rahmen einer Vielzahl interaktiver Methodenkomplexe (z. B. Zukunftswerkstatt oder Moderationsmethode) zur Ideenfindung eingesetzt. Brainstorming kommt v. a. dann zur Anwendung, wenn vor der Einengung auf eine Problemlösung eine möglichst weite Palette denkbarer Lösungen erfasst werden soll.

In einem Halbkreis von etwa acht bis zwölf Mitgliedern werden zu einem bestimmten Thema etwa fünf Minuten lang spontane Einfälle stichpunktartig und in beliebiger Reihenfolge zusammengetragen und für alle sichtbar gemacht (Tafel, Flipchart, Overheadfolie,...). Dabei gilt als wichtigste Grundregel, dass zu den einzelnen Einfällen von keiner Seite Kommentare abgegeben werden dürfen. Das heißt, die Einwürfe werden weder erläutert, noch gelobt oder kritisiert. Auch Nachfragen zum Verständnis sind nicht erlaubt. Wird der „Sturm“ zu heftig, müssen mehrere Beteiligte zum Mitschreiben eingesetzt werden. Durch das Ausblenden von Denkprozessen entstehen Assoziationsketten, die einer eigenen Logik folgen und so Pfade und Anknüpfungspunkte öffnen, die in einem systematischen Denkprozess nicht entdeckt worden wären. Brainstorming bietet zunächst erwartungsgemäß ein chaotisches Ergebnis. Um die Einfälle in eine gedanklich wieder besser fassbare Ordnung bringen zu können, zieht es somit eine zweite Methode unmittelbar nach sich, in deren Verlauf die gesammelten Ideen ausgewertet werden.

Eine dieser Methode kann das von Tony Buzan in den siebziger Jahren entwickelte **Mind-Mapping** („Gedächtnislandkarte“ oder Netzbild) sein. Der wesentliche Vorteil einer Mind-Map - z. B. gegenüber einer Liste – ist der, dass die Mind-Map Assoziationszweige wiedergibt, die dann weiter ausgesponnen werden können. Die Mind-Map zeigt, welche Gedanken miteinander in Beziehung stehen und regt somit das Weiterdenken in mehreren Bahnen an. Mind-Maps sollen neben Worten auch Farben und Symbole enthalten, also auf möglichst weitgehende Visualisierung ausgelegt sein. So lassen sie sich auch sehr gut erinnern (vgl. S. 4).



Eine weitere Möglichkeit der Sammlung und Visualisierung von Ideen bietet die Anfertigung von **Impulsplakaten**. Zu unterschiedlichen Themen findet sich auf Flipchartbögen, die im Raum verteilt sind, je ein Stichwort, ein Satzanfang oder eine Skizze. Die TeilnehmerInnen sind aufgefordert, jeweils in wenigen Sekunden ihre möglichst spontanen Einfälle dazu daneben zu schreiben oder dazu zu zeichnen. Sollen die Einfälle schon im Vorfeld von den TeilnehmerInnen durchdacht und gestaltet werden (Kreativmarkt), so wird mehr Zeit zur Verfügung gestellt.

Ähnlich funktioniert das **Schreibgespräch**, bei dem die TeilnehmerInnen einen Pinnwandbogen im stummen Dialog mit ihren Ideen und Anmerkungen füllen.

2.1.1  
22

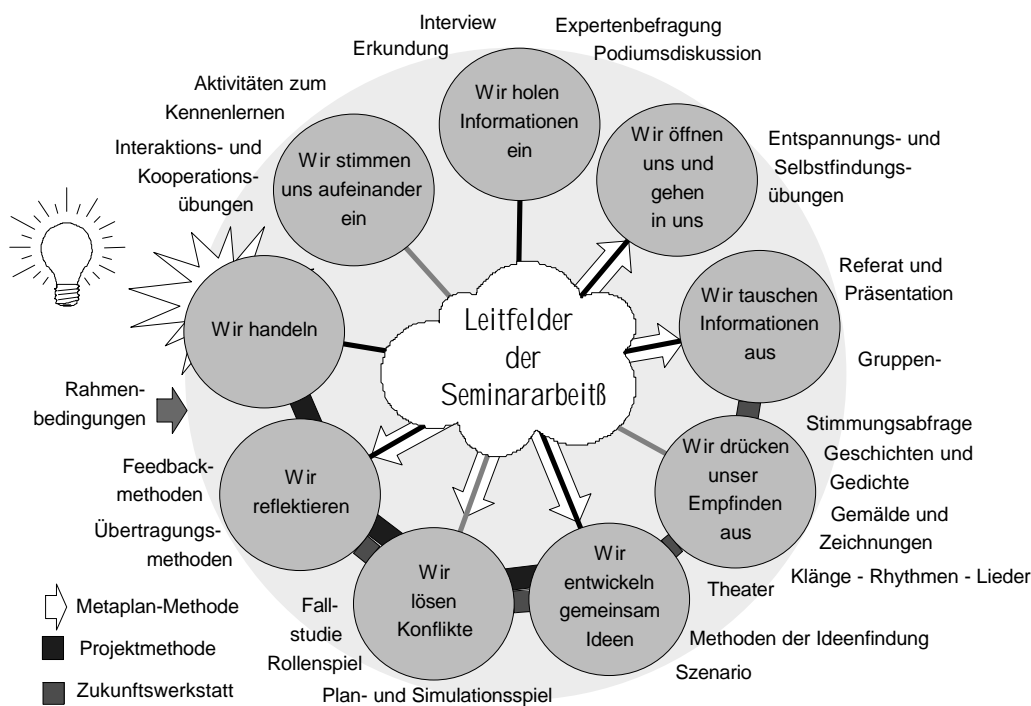


## Der Methodenzirkel zur zeitgemäßen Gruppenarbeit

Kommunikation in der Gruppe ist nicht auf Reden, Referate und Präsentationen beschränkt. Alle diese Formen sind eher eingleisig (monologisch) angelegt. Die Gruppe bleibt auf den/die VortragendeN und seine/ihre Auffassungen fixiert. Die Gelegenheit, eigene Auffassungen zur Sprache zu bringen oder gar im Auditorium gemeinsam mit dem/der Vortragenden zu neuen Erkenntnissen zu gelangen, ist - auch in Anschlussdiskussionen - sehr eingeschränkt.

2.1.1  
23

Wenngleich der Teilabschnitt 2.1.1 die Behandlung kooperativer Gruppenarbeit nicht vorsieht, soll hier doch zumindest auf die Vielfalt möglicher Methoden innerhalb einer solchen Arbeit hingewiesen werden. Eine grobe Übersicht bietet da der Methodenzirkel, den wir vor einigen Jahren für die Seminararbeit im Freiwilligen Ökologischen Jahr (FÖJ) erarbeitet haben:



Bildungswerk interpretation 1997

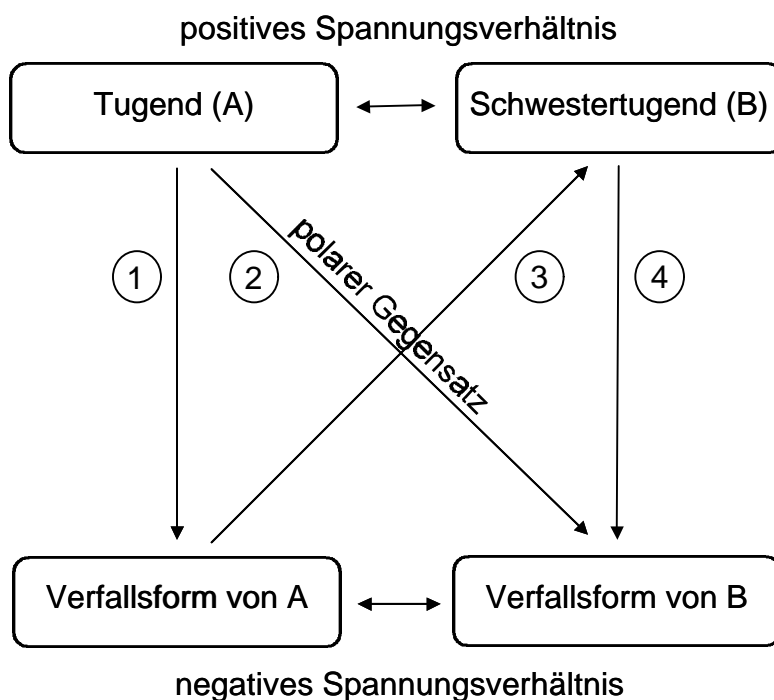
Unsere Fragestellung war: Wie findet eine Gruppe – etwa in einem Seminar – von der Phase des Kennenlernens zum gemeinsamen Handeln, und welche Methoden können die Gruppenmitglieder dabei in welcher Phase (welchem Leitfeld) unterstützen?

Die Mitglieder müssen sich zunächst aufeinander einstimmen. Hierzu dienen Interaktions- und Kooperationsübungen. Um ein Thema bearbeiten zu können, holen sie dann Informationen ein; auch hier bieten sich mehrere Methoden an. So setzt sich die Gruppenarbeit im Zirkel fort, wobei jeweils mehr auf den Intellekt bzw. mehr auf die Intuition abgestimmte Phasen wechseln, bis schließlich das Leitfeld „Wir handeln“ erreicht wird.

Von besonderem Interesse für eine zeitgemäße Arbeit sind die komplexen Methoden (Metaplan-, Projektmethode, Zukunftswerkstatt), die jeweils mehrere Phasen umfassen.



### Wertequadrate



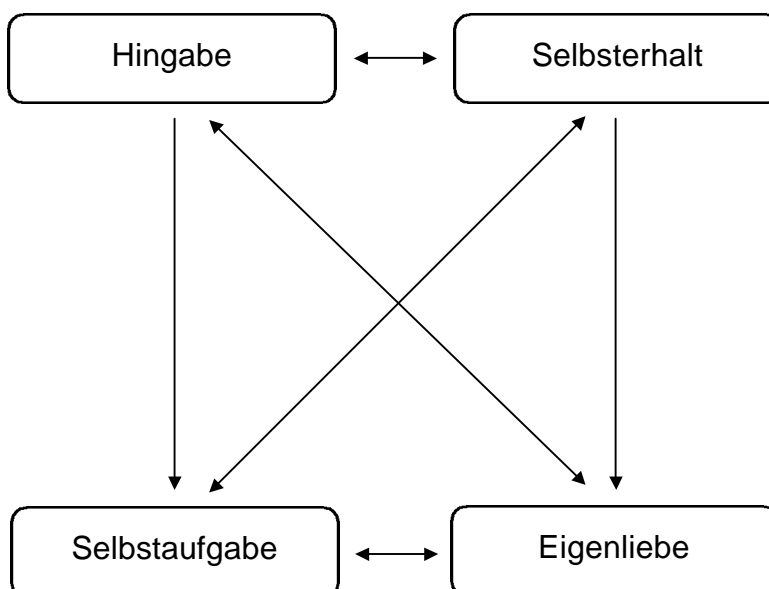
2.1.1  
A'

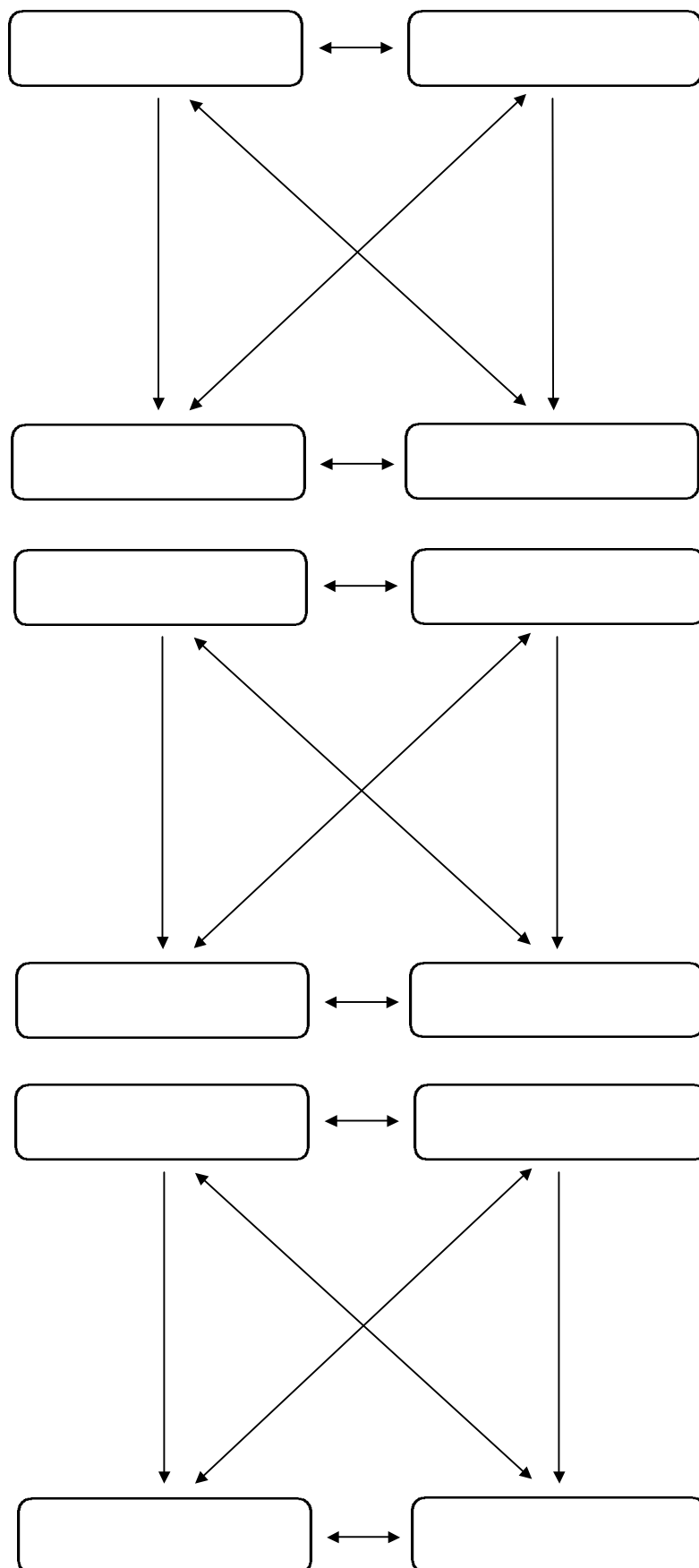
1. Feststellung einer Tugend und ihrer Verfallsform
2. Feststellung des polaren Gegensatzes der Tugend
3. Feststellung des polaren Gegensatzes ihrer Verfallsform (→ Schwestertugend)
4. Feststellung der Verfallsform der Schwestertugend

Die Verfallsform der Schwestertugend muss im pol. Gegensatz zur Tugend stehen.

Ziel ist es, sein Tun im positiven Spannungsverhältnis von Tugend und Schwestertugend zu entwickeln und ein Abgleiten in eine der beiden Verfallsformen bzw. in das negative Spannungsverhältnis zwischen ihnen zu vermeiden.

Beispiel:







## **Arbeitstext: Albert Schweitzers Rede zum 100. Todestag Goethes gehalten am 22. März 1932 in Frankfurt am Main (Auszug)**

*Albert Schweitzer beginnt diese sehr eindrucksvolle Rede mit einem „Aufhänger“, mit einer im historischen Präsens erzählten Begebenheit, die medias in res führt. In der Überleitung zum Hauptteil seiner Ausführungen zieht er die widrigen Umstände der aktuellen Gegenwart in seine tiefschürfenden Betrachtungen mit ein. Es wird somit schon in der Einleitung deutlich, dass es Schweitzer darauf ankommt, im Hauptteil seiner Rede die Gegenwartsbedeutung des Dichters herauszustellen. Der Zuhörer wird darauf vorbereitet und schon anfangs in eine innere Spannung versetzt.*

Hundert Jahre sind's her, da fragt Goethe, der sich ein Genesender wähnt, als er sich an diesem Tage um 9 Uhr morgens in dem Lehnstuhl aufrichtet, in dem er die Nacht verbracht hat, welches Datum man schreibe. Als er vernimmt, dass es der 22. März sei, sagt er: „Also hat der Frühling begonnen, und wir können uns umso eher erholen...“ Die Freude, dass die Frühlingssonne am Himmel steht, erfüllt ihn, den Sonnenanbeter, ganz.

Wo sich dann seine Gedanken schon zu verwirren beginnen, bittet er, für einen Augenblick wieder bei Besinnung, dass man einen geschlossen gebliebenen Laden öffne, damit mehr Licht hereinkäme. Ehe die neue Frühlingssonne die Mittagshöhe erreicht hat, ist er in das Reich des ewigen Lichts eingegangen. (*Man beachte, wie hier das in der Erzählung vorkommende „Licht“ symbolisch überhöht wird und in Beziehung steht zum „ewigen Licht“.*) Der hundertsten Wiederkehr des Todestages ihres größten Sohnes (*Umschreibung*) gedenkt die Stadt Frankfurt in herrlichstem Frühlingssonnenschein (*Anspielung auf die „Frühlingssonne“ in der Erzählung*) – und in der größten Not, die sie und Goethes Volk jemals gekannt haben (*starke Spannung durch den plötzlichen Gegensatz*). Arbeitslosigkeit, Hunger und Verzweiflung sind das Los so vieler Bewohner der Stadt und des Reiches (*Beispiele, Einzelheiten zur Verdeutlichung des voranstehenden Satzes*). Wer wagt die Last von Sorge um die Existenz zu ermessen, die durch uns, die wir uns zu dieser Feier zusammengefunden, in dies Haus hineingetragen worden ist! (*Ausruf*) Mit der materiellen Existenz ist die geistige bedroht! (*Ausruf, Kette*) So groß sind die Not und die Sorge, in die dieser Tag fällt, dass die Frage aufkommen konnte, ob man ihn nicht in der Stille vorübergehen lassen sollte (*Einwandvorausnahme*). Im Faust steht die Antwort (*Ankündigung*). Dort gibt der noch unter dem Eindruck des Schlachtgetümmels stehende Kaiser die Erlaubnis zu dem vom Erzkämmerer erbetenen Feste mit den Worten:

„Zwarühl' ich mich zu ernst,  
auf Festlichkeit zu sinnen.  
Doch sei's.“

(*Vergleich als Begründung*) So sei's.

Doch mit einem eigentümlichen Zwiespalt im Gemüt feiern wir heute Goethe. (*Der Redner artikuliert hier und im folgenden, was sicherlich viele seiner Zuhörer im Innern bewegt.*) Stolz vergegenwärtigen wir uns das Unverlierbare und Unentwertbare, das uns in ihm und in seinem Werke gegeben ist. Zugleich aber können wir nicht anders als uns fragen, ob er uns nicht ein Fremder (*Bild*) geworden, weil die Zeit, in die sein Leben und Schaffen fiel, die Nöte und Probleme der unseren noch nicht kannte. Geht nicht die Helligkeit, die von ihm ausstrahlt, über das finstere Tal (*bildhafter Gegensatz*), in dem wir uns befinden, hinaus, in kommende Zeiten hinein, die wieder auf der Höhe der seinigen liegen werden? (*rhetorische Frage*) ...

zitiert nach: Neis, Edgar: Wie gestaltet man Vorträge und Reden? (Hollfeld, 1963)



## Literaturliste

Bandler, Richard / Grinder, John:

**Reframing - Ein ökologischer Ansatz in der Psychotherapie**

Junfermann-Verlag, Paderborn (1985)

Beavin, Janet / Jackson, Don / Watzlawick, Paul: **Menschliche Kommunikation**

Verlag Hans Huber, Stuttgart (1969)

Birkenbihl, Vera: **Kommunikationstraining**

verlag moderne industrie, München (1994)

Birkenbihl, Vera: **Psycho-logisch richtig verhandeln**

verlag moderne industrie, München (1994)

Birkenbihl, Vera: **Stroh im Kopf – Gebrauchsanleitung fürs Gehirn**

verlag moderne industrie, München (1995)

Buzan, Tony / Buzan, Berry: **Das Mind-Map Buch**

verlag moderne industrie, Landsberg (2002)

Cohn, Ruth: **Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion**

Verlag Klett-Cotta, Stuttgart (1992)

Cohn, Ruth / Farau, Alfred: **Gelebte Geschichte der Psychotherapie**

Verlag Klett-Cotta, Stuttgart (1991)

Donnert, Rudolf: **Am Anfang war die Tafel...**

Lexika Verlag, München (1990)

Ebeling, Peter: **Rhetorik - der Weg zum Erfolg**

Humboldt-Taschenbuchverlag, München (1990)

Gasiet, Seev: **Menschliche Bedürfnisse**

Campus Verlag, Frankfurt/Main (1981)

Harris, Thomas A.: **Ich bin o.k. - Du bist o.k.**

Rowohlt Taschenbuch Verlag, Hamburg (1975)

Helwig, Paul: **Charakterologie**

Ernst Klett Verlag, Stuttgart (1965)

Hertlein, Margit: **Mind Mapping – die kreative Arbeitstechnik**

Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek (1997)

Kirckhoff, Mogens: **Mind Mapping – Einführung in eine kreative Arbeitsmethode**

PLS Verlag, Bremen (1992)

Langner-Geißler, Traute / Lipp, Ulrich: **Pinwand, Flipchart und Tafel**

Beltz Verlag, Weinheim (1991)

Langmaack, Barbara: **Themenzentrierte Interaktion**

Psychologie Verlags Union, Weinheim (1991)

Lemmermann, Heinz: **Lehrbuch der Rhetorik**

mvg-verlag, München (1993)





Maslow, Abraham: **Motivation und Persönlichkeit**  
Rowohlt Taschenbuch Verlag, Hamburg (1994)

Maslow, Abraham: **Psychologie des Seins**  
Kindler Verlag, München (1973)

Molcho, Samy: **Körpersprache als Dialog**  
Mosaik-Verlag, München (1994)

Morris, Steve / Smith, Jane: **Kreative Mind Maps in sieben Tagen**  
verlag moderne industrie, Landsberg (1999)

Rock, Gerhard: **Präsentieren mit Power**  
mvg-verlag, München (1995)

Schulz von Thun, Friedemann: **Miteinander reden / 3 Bände**  
Rowohlt Taschenbuch Verlag, Hamburg (1995)

Seifert, M. / Steiner, R. / Tschapka, J.: **Zwischen Management und Mandala**  
Österreichische Gesellschaft für Natur- und Umweltschutz, Wien (1999)

Seifert, Josef: **Visualisieren - Präsentieren - Moderieren**  
Gabal Verlag, Bremen (1989)

Stroebe, Guntram / Stroebe, Rainer: **Motivation**  
Sauer-Verlag, Heidelberg (1994)

Ulsamer, Bertold / Blickhan, Claus: **NLP für Einsteiger**  
Gabal Verlag, Offenbach (1987)

Vester, Frederic: **Denken, Lernen, Vergessen**  
Deutscher Taschenbuch Verlag, München (1991)

Watzlawick, Paul: **Wie wirklich ist die Wirklichkeit?**  
R. Piper & Co. Verlag, München (1978)

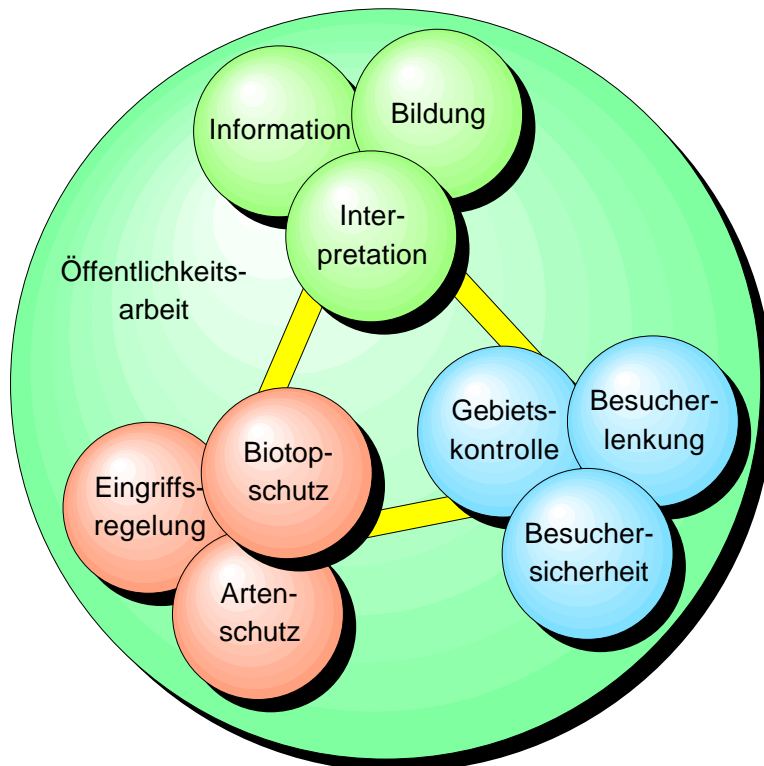
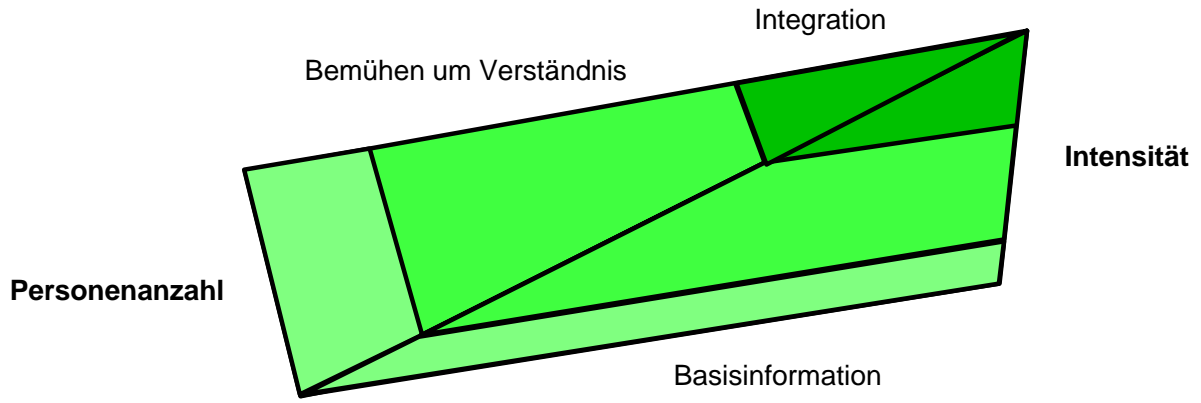
Weidenmann, Bernd: **Lernen mit Bildmedien**  
Beltz Verlag, Weinheim (1994)

Will, Hermann: **Overheadprojektor und Folien**  
Beltz Verlag, Weinheim (1994)





## Einordnung der Aufgabenfelder im Kommunikationsbereich



Bildungswerk interpretation 1995



## Die vier Verständlichmacher

**1**

Mein Name:  
**Keine Zusätzliche Stimulanz**

«Mein Name: Keine Zusätzliche Stimulanz». Ich verzichte auf alles, was einen Text durch die Art der Darstellung interessant und anregend machen könnte, wie z. B. direkte Anrede des Lesers, lebensnahe oder heitere Beispiele und Vergleiche, Verwendung von wörtlicher Rede, Frageätze usw. Ich vertraue darauf, daß der Inhalt von sich aus anregend wirkt und nehme es in Kauf, langweilig und unpersönlich zu wirken.»

Mein Name:  
**Einfachheit**

«Bei mir kann man alles gut verstehen. Ich mache kurze Sätze und verwende bekannte Wörter. Fachwörter werden erklärt. Und ich bringe die Sachen anschaulich so daß sich jeder darunter vorstellen kann. Ich rede wie ein normaler Mensch, nicht wie ein Gelehrter.»

**4**

Mein Name:  
**Zusätzliche Stimulanz**

«Gestatten: zusätzliche Stimulanz, aber Sie können ruhig Anregung zu mir sagen (da freut sich mein Kollege Einfachheit). Ich tue alles, damit ein bißchen Leben in die Bude kommt. Bin sozusagen das Salz in der Informationssuppe. Ohne mich hätte sie denselben Nährwert, aber mit mir ist sie schmackhafter. Und das fordert ja bekanntlich die Verdauung. Ich hore förmlich, wie Sie als Leser sagen: «Anregung, du bist mir zwar ganz sympathisch, aber zuviel von dir würde die Suppe versalzen!». Ich sage: «Gut, aber vergessen Sie mich nicht ganz, wenn Sie selber mal kochen.»

Mein Name:  
**Kompliziertheit**

«Mein Name, welcher sich als kontradiktorischer Gegensatz zu dem soeben vorgestellten Gegenpol ergibt, subsumiert all jene stilistischen Charakteristika, die die Rezeption auf der Wort- und Satzebene behindern, wobei extrem verschachtelte Satzkonstruktionen ebenso wie die multiple Verwendung von Fremd-, Fach- und sonstige esoterischen Wörtern zu einem (nicht selten auch Prestigezwecken dienenden) hochelaborierten Sprachmuster auf meist hohem Abstraktionsniveau beitragen.»

Mein Name:  
**Unübersichtlichkeit, Zusammenhanglosigkeit**

«Bei mir kommt alles hintereinanderweg, so wie es gerade kommt. Wichtige Wörter oder Sätze werden nicht hervorgehoben, und vieles geht durcheinander. Ich mache kaum Absätze, und der Leser weiß nicht, wohin die Reise geht. Ich heiße auch noch so, weil die Übersichtlichkeit nicht gegeben ist, aber am Anfang lege ich gleich los, ohne zu sagen, worauf ich eingehen will. Der Leser weiß nicht, wie alles zusammengehört. Manche Sätze stehen beziehungslos nebeneinander.»

**2**

Mein Name:  
**Gliederung Ordnung**

«Ich tue alles, damit der Leser sich zu recht findet und die Übersicht behält. Wie erreiche ich das? Indem ich sowohl für äußere Übersichtlichkeit als auch für innere Folgerichtigkeit Sorge.»

**Äußere Übersichtlichkeit («Gliederung»):** Dazu gehört die Ankündigung, wie der Text aufgebaut ist; dazu gehören Absätze, Überschriften, strukturierende Bemerkungen und die Hervorhebung wichtiger Stellen.

**Innere Folgerichtigkeit («Ordnung»):** Dazu gehört, daß alles logisch aufeinander aufbaut, daß alles schon der Reihe nach kommt. Auf gedankliche Beziehungen und Querverbindungen wird deutlich hingewiesen.»

**3**

Mein Name:  
**Kürze, Prägnanz**

«Viel Informationen mit wenig Worten, kurz und bündig, aufs Wesentliche beschränkt. Manchmal zu gedrängt.»

Mein Name:  
**Weitschweifigkeit**

«Gestatten, daß ich mich Ihnen vorstelle: Mein Name ist Weitschweifigkeit. Mit meinem Namen sind meine Eigenschaften, also diejenigen Merkmale, an denen man mich erkennen kann, schon angedeutet. Ich liebe es, viele Worte zu machen, oder andersherum ausgedrückt: Ich hasse es, mich kurz zu fassen und mich auf das Allerwichtigste zu beschränken. Oft hole ich weit aus und erkläre die Sache überaus ausführlich und umständlich. Obwohl man mit wenigen Sätzen alles Wichtiges hätte sagen können. Manchmal schweife ich auch vom Thema ab oder berühre viele Nebensächlichkeiten. Wenn ich erst einmal richtig in Fahrt komme, dann geht es mich vom Hundertsten ins Tausendste. Ich benutze also zwei Möglichkeiten, weitschweifig zu sein: Einmal die sprachliche Weitschweifigkeit (ein und dasselbe mit verschiedenen Worten wiederholen und «breit treten»), und zum anderen die inhaltliche Weitschweifigkeit (auf Nebensächliches kommen, weit ausholen und alles sehr ausführlich bringen). Während ein bißchen Weitschweifigkeit dem Leser durchaus hilft, tut ich des Guten zuviel.»

aus: Friedemann Schulz von Thun, *Miteinander Reden Teil 1 (Störungen und Klärungen)* Rowohlt Verlag, Hamburg (1981)



## Teilabschnitt 2.1.2

# Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung

Dieser Teilabschnitt enthält auch die Materialien zu 2.3.1

## Planen, Vorbereiten und Durchführen von Veranstaltungen

### Lernziele aus dem Rahmenstoffplan

- ⇒ Ziele und Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung beschreiben
- ⇒ Merkmale verschiedener Zielgruppen erläutern
- ⇒ Methoden der Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung erläutern
- ⇒ Medien zur Informationsvermittlung nennen sowie ihre Vor- und Nachteile erläutern; Medien einsetzen
- ⇒ Informationsmaterialien inhaltlich und gestalterisch planen; Entwürfe anfertigen
- ⇒ Informationseinrichtungen, insbesondere Ausstellungen und Lehrpfade, gestalten und betreuen



## 2.1.2 - Öffentlichkeitsarbeit und Umweltbildung

### Infotexte:

- 1 Das Interpretationsdreieck
- 2 Zur Bedeutung der Gegenstände vor Ort
- 3 Auf die BesucherInnen eingehen
- 4 Unsere Rolle in der personalen Interpretation
- 5 Die Funktion der Leitidee
- 6 Zum Einsatz von Hilfsmitteln
- 7 Betreuung von Geländepunkten und Informationsständen
- 8 Die Führung
- 9 Zum Einsatz von Tafeln
- 10 Erarbeiten von Texten für Interpretationstafeln
- 11 Gestalten und Aufstellen von Interpretationstafeln
- 12 Rolle der Aktionselemente bei einzelnen Pfadtypen
- 13 Die Struktur eines Interpretationspfades
- 14 Zur Planung eines Interpretationspfades
- 15 Interpretationspfad oder Interpretationsraum?
- 16 Planung von Informationsstellen vor Ort
- 17 Aufbau von Ausstellungen
- 18 Unterstützung von Vorträgen durch Folien und Dias
- 19 Texte für Printmedien
- 20 Gestaltung und Druck von Printmedien
- 21 Zielgruppenspezifische Bildungsprogramme
- 22 Vorzüge und Nachteile standardisierter Programme
- 23 Einsatz von Hilfskräften in Bildungsprogrammen
- 24 Aus- und Fortbildung von Hilfskräften im Bildungsbereich
- 25 Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit
- 26 Spontane Begegnungen mit Presse und Rundfunk
- 27 Das Pressegespräch und der Pressetermin vor Ort
- 28 Die Pressemitteilung
- 29 Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit im Zeichen der Agenda 21

### Arbeitsblätter:

- A1 Wir erarbeiten eine Kurzinterpretation
- A2 Wir erarbeiten eine Führung
- A3 Wir begleiten eine Führung
- A4 Wir erarbeiten einen Tafeltext
- A5 Wir entwerfen einen Interpretationspfad
- A6 Wir planen die Gestaltung einer Infostelle
- A7 Wir entwickeln ein Bildungsprogramm



## Anlagen:

- L Literaturliste (zwei Seiten)
  - I Definitionen von Natur- und Kulturinterpretation
  - II Die sechs Grundsätze der Interpretation
  - III Eigenschaften von MitarbeiterInnen der Naturwacht (Bewertungsbogen)
  - IV PAUL RISK: Hinweise zur Auswahl guter Interpreten (zwei Seiten)
  - V Formen der Interpretation
  - VI Strukturieren eines Interpretationsgangs mit Hilfe von Themenkarten
  - VII Beispiel für einen Tafeltext
- VIII Nationalpark Sächsische Schweiz - Informationsstelle Amselfallbaude
  - IX Für die Entwicklung der deutschen Natur- und Umweltbildung wichtige Strömungen
  - X Einflusschema für umweltgerechtes Verhalten
  - XI Grundregeln der Durchführung von Bildungsprogrammen
  - XII Programmentwicklung
  - XIII Ideenbogen Bildungsprogramm
  - XIV Das Lied vom kleinen Mini-Mum
  - XV Qualitätskriterien für „Gute Beispiele“ zur Bildung für nachhaltige Entwicklung
  - XVI Zitate von NOVALIS, GOETHE, EICHENDORFF, HESSE, TUCHOLSKY, SAINT EXUPÉRY

## Materialien, die im Verlauf des Lehrgangs erarbeitet wurden:

---

---

---

---

---

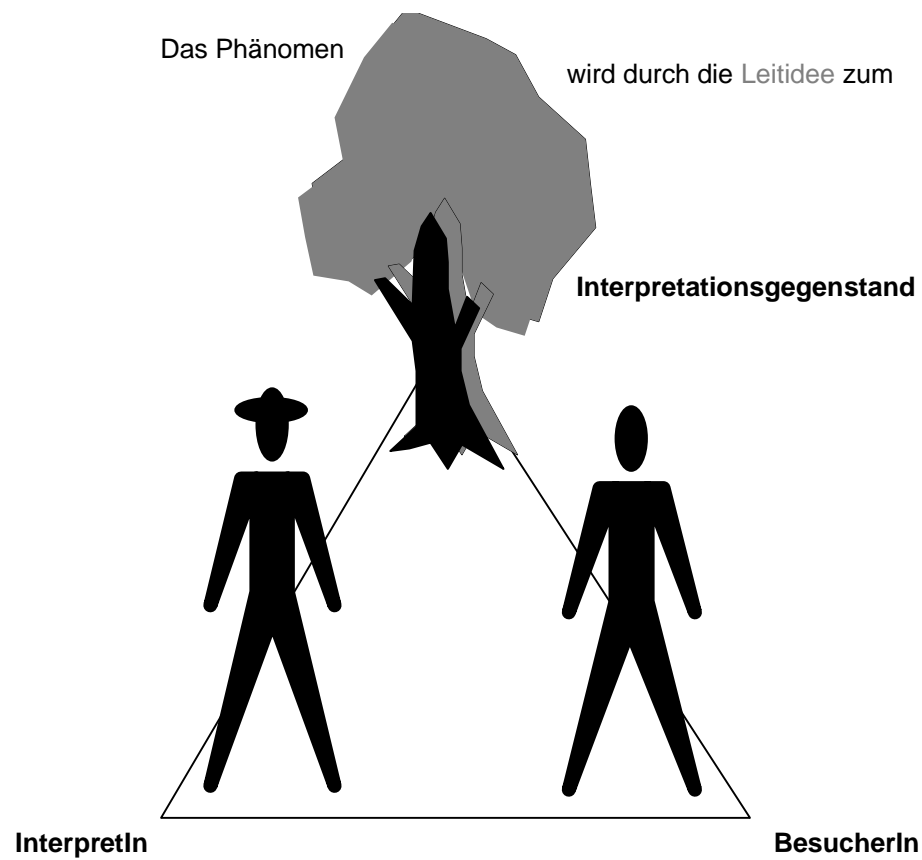


## Das Interpretationsdreieck

mit viel Raum für eigene Notizen

2.1.2

1





## Zur Bedeutung der Gegenstände vor Ort

An der Spitze des auf S. 1 dargestellten Interpretationsdreiecks steht das Phänomen. Ein- und Ausklang einer Interpretation können den Brückenschlag in die Lebenswelt der BesucherInnen in den Vordergrund rücken - die personale oder mediale Präsentation selbst sieht aber stets den Interpretationsgegenstand und seine Botschaft im Mittelpunkt.

2.1.2

2

**Eine Interpretation, die nicht auf vor Ort vorhandenen, konkret fassbaren Phänomenen aufbaut, ist keine Interpretation.**

Einerseits dient das Phänomen dazu, unsere Botschaften für die BesucherInnen zu vergegenständlichen, also unmittelbar be-greifbar zu machen. Erst wenn das Abstrakte (etwa die Sukzession bei der Besiedlung einer Brache) durch das Herausstellen der Phänomene vor Ort (dieser Flechte, dieser Moospflanze, dieses Farnwedels, dieser Baumgestalt,...) konkret wird, können BesucherInnen, die in ihrer Lebenswelt nicht mit solchen Dingen befasst sind, etwas damit anfangen.

Andererseits repräsentiert der Gegenstand aber auch unsere Philosophie. Das sollte zumindest ein wesentliches Kriterium dafür sein, ihn überhaupt für unsere Interpretation auszuwählen. Und ihn zu würdigen, ihn gemeinsam mit den BesucherInnen emporzuheben bedeutet gleichzeitig eine Würdigung dessen, womit er verbunden ist, und wofür er unserer Überzeugung nach steht.

Wir sind es gewohnt, alte Vasen und Gemälde mit Samthandschuhen anzufassen.

**Wir sollten alle Natur- und Kulturphänomene, die wir zu Gegenständen unserer Interpretation machen so behandeln, wie es einzigartigen Erscheinungen gebührt, an deren Entstehung wir bestenfalls begrenzt Anteil haben.**

Wenn es uns gelingt, diese Achtung für einen Gegenstand auf die BesucherInnen überspringen zu lassen, können wir oft mehr erreichen als mit der Vermittlung von Fakten über den Gegenstand.

Schon der Annäherung der BesucherInnen an den Gegenstand sollten wir deshalb besondere Aufmerksamkeit schenken. In der personalen Interpretation spielen dabei v. a. Fokusfragen eine Rolle, die auf das unmittelbare Erleben des Gegenstandes abzielen (vgl. S. 3). In dieser ersten Phase der Annäherung sollten wir den Gegenstand – später auch seine Botschaft - für die BesucherInnen wo möglich sichtbar, hörbar, fühlbar, riechbar und schmeckbar, also mit allen Sinnen erfahrbar machen. Jede dieser Formen setzt eigene Assoziationen bei den BesucherInnen frei. Zudem lässt sich der Gegenstand aus unterschiedlichen Perspektiven (wissenschaftlich, ästhetisch, philosophisch, symbolisch,...) beleuchten, die ihn erst in der Zusammenführung plastisch werden lassen.

Wenn wir uns mit den Gegenständen befassen, bleibt es natürlich auch nicht aus, dass wir Hintergründe beleuchten möchten, die für die BesucherInnen nicht unmittelbar wahrnehmbar sind (etwa die Vorgänge in einem Baum). Auch für Hintergrundinformationen ist ein wichtiges Auswahlkriterium ihre Erfahrbarkeit. Insgesamt sollten wir aber vor allem darauf achten, dass das *kognitive* Eindringen in die Hintergründe zum Gegenstand im Gleichgewicht steht mit dem *affektiven*, unmittelbaren Erleben des Gegenstandes an sich.



## Auf die BesucherInnen eingehen

Das aktive Eingehen auf die BesucherInnen ist eine der Grundlagen guter Interpretation. Aber auch aus didaktischer Sicht spricht viel für eine intensive Einbeziehung: Was Menschen selbst sagen und tun prägt sie dauerhafter als das, was sie nur hören und sehen.

2.1.2

3

### Wie sprechen wir unsere BesucherInnen persönlich an?

Viele BesucherInnen sind erst dann wirklich beteiligt, wenn sie sich persönlich aufgehoben fühlen. Dieses Gefühl können wir v. a. in der personalen Interpretation fördern durch

- ⇒ Blickkontakt
- ⇒ gegenseitiges Vorstellen (v. a. informell), Aufgreifen und Verwenden der Namen
- ⇒ Du- bzw. Sie-Botschaften („Haben Sie jemals...“, „Wann haben Sie das letzte Mal...“)
- ⇒ Aktives Zuhören, um mehr zu erfahren („Sie sind also gern im Wald unterwegs?“)
- ⇒ Bezug zu Freunden der TeilnehmerInnen oder Gruppen, denen sie sich zurechnen
- ⇒ Bezug zur Lebenswelt der TeilnehmerInnen (Arbeit, Familie, Hobbies,...)

### Was macht unsere Fakten attraktiv?

Interpretation soll durchaus auch unterhaltsam sein. Möglichkeiten, nüchterne Sachbotschaften „einzukleiden“ und so für die BesucherInnen interessanter zu machen, sind:

- ⇒ Bezug zu Zeit und Ort („Dieser Baum...“, „Hier, wo wir jetzt stehen...“, „Gerade eben...“)
- ⇒ aufregender Erlebnisbericht („Als ich vorige Woche hier vorbeigekommen bin...“)
- ⇒ herausgestellte Metaphern (Baumkrone, Blätterdach, Wurzelwerk,...)
- ⇒ Vergleiche („Bäume sind riesige Pumpen“, „Bäume haben eine effektive Architektur“)
- ⇒ Beispiele („Diese Erle zeigt uns, wie Bäume Verletzungen auswachsen können“)

### Wie finden wir in der personalen Interpretation vom Vortrag zum Gespräch?

Wer fragt führt – und zugleich beziehen Fragen die BesucherInnen mit ein. Geschlossene Fragen, auf die mit „Ja“, „Nein“ oder einem Begriff geantwortet wird (etwa: „Wie heißt dieser Baum“) geben uns eine erste Rückmeldung; sie führen aber nicht weiter. Hilfreicher für den Dialog sind offene Fragen, deren Antwort noch nicht feststeht. Es gibt

- ⇒ Fokusfragen („Wie fühlt sich die Borke dieses Baumes an?“)
- ⇒ Prozessfragen („Wie reagiert dieser Baum, wenn seine Borke verletzt wird?“)
- ⇒ Meinungsfragen („Was können wir tun, wenn Bäume unter Saurem Regen leiden?“)

### Wie bringen wir BesucherInnen dazu, selbst etwas zu tun?

Einer unserer Grundsätze in der personalen Interpretation sollte sein:

Tue nichts, was der/die BesucherIn auch selbst tun kann.

Die erste Stufe der aktiven Einbeziehung ist, etwas vorzuführen und die BesucherInnen dabei helfen zu lassen („Können Sie diesen Ast gerade 'mal halten?“). Bei der zweiten Stufe bekommen die BesucherInnen Aufgaben, während wir nur bei der Lösung helfen. Diese Aufgaben beziehen den konkreten Naturraum und möglichst viele Sinne mit ein. Folgendes macht eine Einbeziehung für die BesucherInnen attraktiv:

- ⇒ die Herausforderung, etwas bestimmtes zu finden
- ⇒ die Aussicht, etwas enthüllen zu können
- ⇒ die Möglichkeit, zu helfen
- ⇒ die Ergänzung von etwas Unvollständigem.



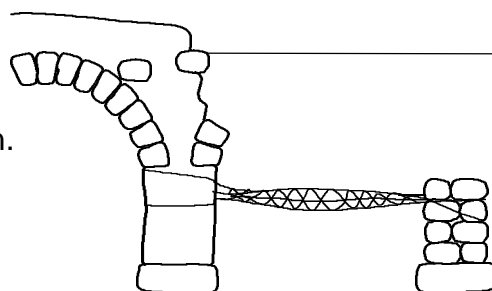


## Unsere Rolle in der personalen Interpretation

Ziel unserer Arbeit ist der Brückenschlag zwischen Naturphänomen und TeilnehmerIn.

Unsere Kommunikation ist das Werkzeug, um die Grundsteine für die Brückenpfeiler zu legen.

Die Haupt-Leitidee ist unsere Richtschnur. Leitideen und ihre Aussagen bilden schließlich die Schnüre und die Knoten des Netzes, das uns davor bewahrt, ins Leere zu fallen.



2.1.2

4

Natürlich lassen sich auch andere Bilder bemühen, wenn wir über unsere Rolle nachdenken. In jedem Fall geht sie über die reine Informationsvermittlung weit hinaus, denn:

**Der wesentliche Vorteil, den personale gegenüber medialen Methoden bieten, liegt in der Einmaligkeit der jeweiligen Situation und in der Möglichkeit, auf die Art, wie Menschen diese Situation wahrnehmen, unmittelbar eingehen zu können.**

Wenn wir ein Konzept abspulen, verspielen wir diesen Vorteil genauso, wie wenn wir unsere Leitidee aus den Augen verlieren. Und beides ist zudem nicht dazu angetan, GeldgeberInnen von personalintensiven Methoden zu überzeugen.

Personale Methoden - wie die Kurzinterpretation, der Interpretationsgang oder die freie Interpretation - leben nicht von wissenschaftlicher Distanz, sondern davon, dass wir unsere Persönlichkeit in die Interpretation mit einbringen. Wenn wir von etwas selbst begeistert sind, können wir diese Begeisterung auch in die Gruppe hineintragen. Um authentisch sein zu können, ist diese eigene Begeisterung allerdings unverzichtbar.

Wirkt die Gruppe desinteressiert, so müssen wir unsere BesucherInnen animieren. Dazu gehören Humor und Selbstvertrauen. Wenn Meinungsverschiedenheiten auftreten oder BesucherInnen mit dem, was wir sagen, nicht einverstanden sind, können wir das Gesagte zur Diskussion stellen (uns so erst einmal aus der Schusslinie bringen) - und den Prozess in der Gruppe moderieren. Dazu müssen wir natürlich über eine entsprechende Methodenpalette verfügen. Die Situation in der Natur zu nutzen bedeutet auch, dort nicht die Atmosphäre eines Schulungsraums aufkommen lassen. Aus all dem wird klar, dass unsere Rolle nicht beschränkt ist auf die eines Vortragenden oder die eines Animators oder die eines Moderators, sondern dass wir viele Rollen in uns vereinen müssen. Und – wenngleich dieser Punkt oft überbetont wird – bei all dem sollten wir natürlich über soviel Sachkenntnis verfügen, dass wir wissen, wovon wir reden. (Die Schlüsselqualifikationen, mit denen wir dabei mehr und mehr vertraut werden, heißen in der Didaktik kommunikative, kognitive und Methodenkompetenz.)

Niemand von uns ist perfekt - und das ist auch wichtig, damit wir die gemeinsame Ebene mit unseren BesucherInnen nicht verlieren. Über unsere persönliche Rolle nachzudenken bedeutet aber schon, dass wir uns über unsere Stärken und Schwächen immer im klaren sind. Gerade wenn wir über ungewöhnliche Fertigkeiten (etwa das Beherrschen eines Musikinstruments oder Zaubertricks) verfügen, können wir der Führung eine überraschende und persönliche Note geben.

Und jede Führung sollte zudem wenigstens ein kleines Element enthalten, das uns an unseren Fehlern arbeiten lässt...



## Die Funktion der Leitidee

Wenn der Interpretation eine Qualität zugesprochen wird, die anderen Formen der Vermittlung von Natur und Kultur fehlt, so ist das im wesentlichen dem Vorhandensein zugkräftiger Leitideen zu verdanken. Interpretation orientiert sich immer an solchen Leitideen und nie an allgemeinen Themen. Worin besteht der Unterschied?

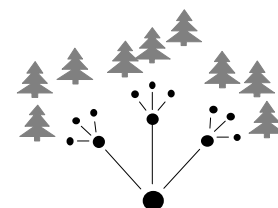
Zunächst lässt sich ein Themenfeld oft mit einem einzigen Begriff (etwa: Bäume) umreißen, während es sich bei einer Leitidee um eine eindeutige Aussage (etwa: Bäume sind geballte Energie) handelt. In Leitideen denken zu können bedeutet also, zu solchen Aussagen zu kommen. Hierfür gibt es eine einfache Formel. Der Satz

„Nach meiner Darbietung sollen die TeilnehmerInnen erfahren haben, dass...“

wird ergänzt (also: „...Bäume geballte Energie sind.“), der neu entstandene Nebensatz wird zu einem vollständigen Satz (also: „Bäume sind geballte Energie.“) umformuliert.

Wir wissen nun, worauf wir hinaus wollen; aber das ist noch nicht das Besondere. Der Satz könnte ja auch heißen „Bäume haben eine Borke“, „Bäume haben unterschiedliche Wachstumsstadien“ oder einfach „Bäume sind toll“. Was eine Leitidee ausmacht ist, dass sie etwas in sich trägt, das überrascht und – uns und unsere BesucherInnen - innerlich berührt. Die Leitidee soll ein knapper, wesentlicher und eindrucksvoller (Glaubens)satz sein; und unser Leitstern für unsere Präsentation. Eine Interpretation erhält dadurch eine Struktur, dass wir aus der großen Menge von Informationen, die wir – bspw. zu Bäumen – zusammengetragen haben, genau die auswählen, die zu unserer Leitidee führen. Dadurch ergibt sich weniger ein System, mehr eine organische Komposition – ähnlich der eines Gemäldes oder eines Märchens – die von uns wie von unseren BesucherInnen leicht erinnert werden kann.

Je nachdem, ob es uns um eine allgemeine Idee geht, die einer Themenlinie voransteht und die dafür sorgt, dass unsere Präsentation an sich nicht auseinander fällt, oder ob wir ganz konkret vor einem zu interpretierenden Phänomen stehen, können Leitideen unterschiedlich beschaffen sein.



Beispiele für allgemeine Leitideen:

Alles Leben hängt von der Sonne ab.

Totholz lebt!

Wilde Natur bringt uns an innere Grenzen.

Beispiele für konkrete Leitideen:

In diesem Samen steckt ein mächtiger Baum

Hier stand einst Caspar David Friedrich.

Dieser Berg ist eine Insel.

Eine Leitidee ist nichts abschließendes; oft bringt sie den „Film“ in uns erst zum Laufen. Es ist aber wichtig, dass wir unseren TeilnehmerInnen die Leitidee in einem günstigen Moment mitteilen. Wenn wir das Gefühl haben, sie brauchen unsere Idee, um die folgenden Botschaften besser einordnen zu können, dann können wir sie an den Anfang stellen. Das kann unserer Darstellung jedoch den Reiz nehmen (ähnlich einem Witz, dessen Pointe wir vorwegnehmen). Optimal ist es, wenn die TeilnehmerInnen selbst zur Leitidee finden, und wenn wir unsere Präsentation in der Leitidee kulminieren lassen. Unser Ziel ist es, unsere Leitidee eindrücklich darzustellen. Insofern macht es oft auch Sinn, ursprünglich zu diesem Zweck vorgesehene Informationen und Aktivitäten nicht mehr nachzuschieben, wenn die Gefahr besteht, dass wir ein Aha-Erlebnis zerreden.



## Zum Einsatz von Hilfsmitteln

### Wozu dienen Hilfsmittel?

2.1.2

6

Hilfsmittel helfen

- ⇒ das Blickfeld der TeilnehmerInnen zu begrenzen (z. B. Bilderrahmen)
- ⇒ den Blick zu fokussieren (z. B. Blickrohre)
- ⇒ ungewöhnliche Blickwinkel zu ermöglichen (z. B. Spiegel)
- ⇒ etwas deutlicher sichtbar zu machen (z. B. Ferngläser und Lupen)
- ⇒ etwas zu markieren, zu verbinden oder zu vergleichen (z. B. Schnüre)
- ⇒ längere Prozesse modellhaft wahrnehmbar zu machen (z. B. Erosionsmodelle)

Hilfsmittel sollen einen Bezug zu den TeilnehmerInnen herstellen und unsere Botschaft unterstützen. Sie dienen somit dem Gegenstand und sollen auf keinen Fall dominieren. Diese Gefahr besteht v. a. bei technisch aufwendigen Geräten, wenn deren Funktionsweise in den Vordergrund tritt. Solche „Hilfsmittel“ sollten wir nicht einsetzen.

### Störungen als Hilfsmittel bei der personalen Interpretation?

Störungen kommen von innerhalb einer Gruppe („Das sehe ich ganz anders!“) oder von außerhalb (Ein Baum ist über Nacht umgestürzt). Sie überraschen, bleiben so oft dauerhaft im Gedächtnis und sind damit eine wichtige Lernform – wenn wir sie aufgreifen können. Störungen als Herausforderung und als Hilfsmittel für eine intensive Auseinandersetzung begreifen zu können ist wichtig; schon um die Angst vor Störungen zu nehmen.

### Wozu dient eine Strukturhilfe?

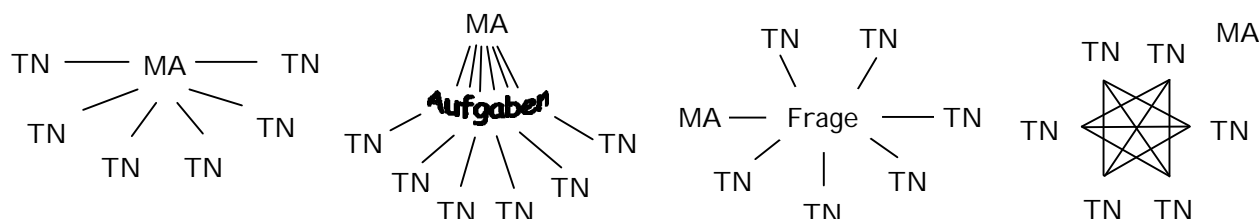
Im allgemeinen werden einzelne Leitideen (vgl. S. 5) im Verlauf einer Interpretation nacheinander abgehandelt; sie bauen logisch aufeinander auf.

Manchmal ist das aber nicht möglich. Während sich in natura die Gegenstände eines zweiten Themenkreises schon in den Blick drängen, lassen die Elemente, die eigene Themenlinie ergänzen sollten, noch auf sich warten. Damit die BesucherInnen den Überblick behalten, ist in solchen Fällen eine Strukturhilfe sinnvoll.

Strukturhilfen machen erkennbar, wo wir gerade stehen und fordern gleichzeitig dazu auf, die einzelnen Themenkreise zu vervollständigen. Eine gute Strukturhilfe ist bspw. ein Lückenbild (etwa in Form einer kleinen Klapptafel): Die BesucherInnen sind dazu angehalten, freie Flächen in einem Übersichtsbild mit puzzleartigen Teilen zu füllen. So wird das Ordnungsprinzip der kausalen Folge durch das der Vollständigkeit ersetzt.

### Wie formieren wir eine Gruppe bei der personalen Interpretation?

Die Form der Kommunikation bedingt die Formation der Gruppe - und umgekehrt. Die Aufstellung unserer Gruppe ist ein ganz wesentliches Hilfsmittel. Durch die Auswahl geeigneter Orte, durch Aufgaben, Fragen und Diskussionsanstöße können wir z. B. folgende Formationen bewusst (und für die Gruppe unbemerkt) herbeiführen:





## Betreuung von Geländepunkten und Informationsständen

Im Alltag von SchutzgebietsbetreuerInnen müssen oft Schutz- und Kontrollaufgaben mit Kommunikationsaufgaben kombiniert werden. Bestimmte, für BesucherInnen attraktive Geländepunkte suchen wir zu Zeiten auf, in denen sie besonders stark frequentiert sind. Daraus kann sich eine Form der Interpretation ergeben, in deren Verlauf wir zunächst über bestimmte Aspekte von Natur und Landschaft informieren, die Informationsgespräche unter vier Augen dann zur Interpretation für spontan zusammenkommende Besuchergruppen werden lassen und schließlich an einen anderen Punkt weiterziehen, wenn alle Fragen beantwortet sind. So wird ein Landschaftsteil zum Interpretationsraum.

Diese, sehr lebendige Art der Interpretation wird **freie Interpretation** genannt (engl. "Roving Interpretation"). Freie Interpretation ist sehr anspruchsvoll. Wenn sie nicht zur Plauderei werden soll, setzt sie voraus, dass wir die Interessen der BesucherInnen einschätzen können und die Phänomene mit ihren jeweiligen Botschaften sehr gut kennen.

Natürlich können wir an einem solchen Punkten auch eine zu einem Thema angekündigte **Kurzinterpretation** durchführen (z. B. zu jeder vollen Stunde für ca. 10 min.). Die Kurzinterpretation ist für viele BesucherInnen interessant, weil sie so an einem Ereignis teilnehmen und Fragen stellen können, ohne dass ihre Tagesplanung davon beeinflusst wird. In kurzer Zeit werden viele Kontakte hergestellt, und v. a. für Hilfskräfte, die sich noch keine Führung zutrauen, ist die Kurzinterpretation ein guter Einstieg.

Nicht immer sind wir aber an Orten eingesetzt, wo die Phänomene unmittelbar greifbar sind. Wenn wir **Informationsstände** an Parkplätzen oder außerhalb unseres Schutzgebietes (etwa bei einem Volks- oder Schulfest) aufbauen, stellt sich die Frage, wie wir auch dort über die reine Informationsarbeit hinauskommen können.

Ein Informationsstand besteht i. d. R. aus einem Tisch mit Faltblättern und Broschüren sowie mehreren Tafeln, wobei alle Materialien entsprechend den Grundsätzen der Interpretation gestaltet sind (vgl. Hinweise zur Gestaltung von Tafeln und Printmedien). Um aus der Information eine Interpretation werden zu lassen, brauchen wir zumindest eine Auswahl attraktiver Gegenstände, die uns den Brückenschlag in unser Schutzgebiet ermöglichen, die BesucherInnen festhalten, indem sie ihnen etwas (was am Stand bleiben muss) in die Hand geben und uns mit ihnen ins Gespräch bringen. Gut geeignet sind z. B. Schädel und Felle von Tieren oder Gebrauchsgegenstände aus Großmutters Zeiten. Vorführungen sind besonders attraktiv. Bei der Auswahl sollten wir darauf achten, dass sie mehrere BesucherInnen gleichzeitig beschäftigen können und die Aufmerksamkeit nicht ausschließlich auf dem Objekt liegt. Günstig ist es, wenn BesucherInnen mit BesucherInnen vor BesucherInnen arbeiten (etwa: Seile drehen), während wir Erläuterungen zu dem geben, was da gerade geschieht. Ungünstig sind dagegen Aufbauten, die nur eine/n BesucherIn beschäftigen und seine/ihre volle Aufmerksamkeit von uns weg lenken, während sie uns gleichzeitig an ihn/sie binden. Deshalb sind bspw. Mikroskope für den Einsatz an Informationsständen nur bedingt geeignet.

Wenn unser Informationsstand in einem Gewühl von Ständen unterzugehen droht, ist ein attraktiver und aussagekräftiger Blickfang wichtig. Einen Stand, den wir für keine bestimmte Veranstaltung vorbereiten, sollten wir „aufblasbar“ gestalten - von der Kofferschau bis zum Aktionsfeld mit Sitzgelegenheiten und raumfüllenden Aktionselementen werden wir dann jedem Raumangebot gerecht.



## Die Führung

Als Führung – oder Interpretationsgang – bezeichnen wir hier eine Veranstaltung, die

- sich an ein allgemeines BesucherInnenpublikum richtet
- eine konkrete Haupt-Leitidee hat, die den Verlauf der Veranstaltung bestimmt
- über kurze Wegstrecken (ca. 5 min.) wenigstens drei Phänomene verbindet
- ein bis zwei Stunden dauern kann.

Die Geführte Wanderung (bei der das gemeinsame Wandern im Vordergrund steht) und die Exkursion (die sich an Fachpublikum richtet) sind in diesem Sinne keine Führungen.

Die Führung ist die Form personaler Interpretation. Sie gibt uns die Möglichkeit, uns in unserem Element zu bewegen und dabei alles das erfahrbar zu machen, was eine gute Interpretation ausmacht. Wir können eine Führung auf unterschiedliche Art entwickeln. Bewährt hat es sich, auf einem in Frage kommenden Geländeabschnitt zunächst alle Phänomene zu ermitteln, die für die BesucherInnen in irgendeiner Form beeindruckend sein könnten, dann erst eine Haupt-Leitidee für unsere Themenlinie zu formulieren und schließlich genau die Phänomene auszuwählen und durch nachgeordnete Leitideen besucherInnengerecht aufzubereiten, die zur Themenlinie passen (vgl. Aufgabenblatt A1).

Die Ankündigung einer Führung (i. a. über Presse und Faltblätter) sollte neben einem zugkräftigen Motto und einer knappen, stimulierenden Untersetzung vor allem Hinweise zum Treffpunkt (i. d. R. Parkplatz mit ÖPNV-Haltepunkt), zum Termin und zu den Anfangs-/Endzeiten (in Abstimmung auf ÖPNV-Verbindungen), zum Gebiet, zum Schwierigkeitsgrad und zur Ausrüstung enthalten. Wo eine bestimmte Führung immer durch die gleiche Person geleitet wird, sollte auch deren Name genannt werden. Die Angabe einer Telefonnummer für eventuelle Rückfragen ist für viele InteressentInnen wichtig.

Bei der Durchführung der Führung sollten wir schon vorzeitig am Treffpunkt erscheinen. Das ermöglicht ein behutsames „Anwärmen“ und gibt den TeilnehmerInnen genauso Sicherheit wie ein Überblick über die Wanderroute und die Vereinbarung eines ohne Schwierigkeiten zu findenden Treffpunktes (bzw. des Endpunktes) für den Fall, dass ein/e TeilnehmerIn die Gruppe verliert. Wenn möglich sollten wir - neben unserer Notfallausrüstung - ein auf der Strecke erreichbares Funkgerät oder Handy mitführen.

Am Startpunkt vergewissern wir uns, dass die TeilnehmerInnen zweckmäßig ausgestattet sind, begründen mglw. relevante Verhaltensregeln und leiten die Vorstellungsrunde ein, die uns einen Überblick über die TeilnehmerInnen und ihre Interessen verschafft. Dadurch ergibt sich später die Möglichkeit, Erwartungen aufzunehmen und auf Rückmeldungen gezielt eingehen zu können. Von Anfang an sollten wir bemüht sein, mit den TeilnehmerInnen und nicht zu den TeilnehmerInnen zu sprechen.

Nach einem dynamischen Start richten wir das Tempo so ein, dass die Führung für die Langsamsten nicht zur Strapaze wird. An den Anlaufpunkten sollte nicht länger als zehn Minuten „gearbeitet“ und der angekündigte Zeitrahmen eingehalten werden.

Eine Gruppengröße von 10 bis 15 TeilnehmerInnen ist für eine Führung am günstigsten. Ist die Gruppe größer, so müssen in kürzeren Abständen Pausen eingelegt werden. Regelmäßig sollten wir prüfen, ob die Gruppe noch vollzählig ist.

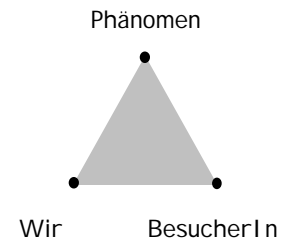
Eine Zusammenfassung der Führung mit der Erinnerung besonderer Erlebnisse und deutlichem Schlußakzent erfolgt, bevor der vereinbarte Endpunkt in Sichtweite ist.



## Zum Einsatz von Tafeln

Die Tafel ist eine kostengünstige Art medialer Interpretation, die für den/die BesucherIn immer verfügbar ist. Sie muss drei Ansprüchen gerecht werden:

- a) dem unserer Einrichtung und ihrer Überzeugungen
- b) dem des Besuchers / der BesucherIn, der/die mit der Tafel konfrontiert wird
- c) dem der Eigenarten des Phänomens, das die Tafel erläutern soll.



2.1.2

9

Zwischen diesen drei Punkten des Interpretationsdreiecks, gilt es, auch mit Hilfe unserer Tafeln Brücken zu bauen.

Wir unterscheiden - ihrem Zweck entsprechend - vier verschiedene Arten von Tafeln:

- ⇒ Navigationstafeln erleichtern die Orientierung und Fortbewegung im Gelände
- ⇒ Regulationstafeln umfassen Ge- und Verbote sowie die Folgen ihrer Übertretung
- ⇒ Informationstafeln weisen auf Veranstaltungen, Gefahren u. ä. hin
- ⇒ Interpretationstafeln enthüllen Hintergründe zur Natur- und Kulturausstattung.

Wenn wir in der Folge auf die Gestaltung von Tafeln eingehen, so beziehen wir uns vor allem auf **Interpretationstafeln**. Deshalb sollen hier kurz die Besonderheiten vorausgeschickt werden, die für die anderen drei Gruppen gelten.

Bezüglich der Formulierung von Texten für **Navigationstafeln** gilt folgendes:

- Solche Texte verwenden wir, wo BesucherInnen ein Ziel oder ihren Standort suchen.
- Sie werden eingesetzt, wo wir BesucherInnen ihren Standort verdeutlichen wollen.
- Sie werden dort aufgestellt, wo Unklarheit über eine Wegeführung bestehen könnte.
- Wege sollten Namen / Symbole haben (z. B. Gratweg); so bleiben sie im Gedächtnis.
- Wege werden für die BesucherInnen reizvoller durch ein Ziel (z. B. Obere Schleuse).
- Wege sollten nach Zeitdauer gestaffelt angeboten werden (z. B. 2, 3, 4 Stdn. Dauer).
- Wege, auf die hingewiesen wird, sollten dort beginnen, wo der/die BesucherIn steht.
- Wo Wegemarkierungen unterwegs wechseln, sollten Handskizzen verfügbar sein.

Bei der Erarbeitung von Texten für **Regulationstafeln** sollten wir nach Möglichkeit

- Negativbegriffe (z. B. den Begriff *verboten*) meiden
- den/die BesucherIn von der Bedeutung einer Regel überzeugen
- dem/der BesucherIn nicht nur erklären, was er/sie nicht tun soll
- dem/der BesucherIn für etwas, was wir unterbinden wollen, Alternativen anbieten
- die gemeinsame Verantwortung herausstellen und ein Wir-Gefühl aufkommen lassen
- BesucherInnen positive wie negative Konsequenzen ihres Handelns verdeutlichen

Für **Informationstafeln** gilt

- Mehr noch als sonst muss die Information knapp, eindeutig und verständlich sein.
- Informationstafeln müssen regelmäßig aktualisiert werden.
- Wo auf Gefahren hingewiesen wird, genießen die Wahrnehmbarkeit der Tafel und die Eindeutigkeit der Formulierung Priorität (z. B. *Halt! Absturzgefahr*).



## Erarbeiten von Texten für Interpretationstafeln

Unser Text soll eine Brücke bauen zwischen unserem Thema und dem Besucher. Es geht um eine Leitidee, die wir vermitteln möchten; Fakten unterstützen diese Idee.

2.1.2

10

### Wie finden wir unsere Leitidee? (s. a. S. 5)

- ⇒ Eine Leitidee vollendet den Satz: „Der/die BesucherIn soll am Ende verstehen, dass...“
- ⇒ Eine Leitidee ist ein knapper, wesentlicher, eindrucksvoller (Glaubens)-Satz.
- ⇒ Eine Leitidee geht unter die Haut.
- ⇒ Eine Leitidee steht mit der Lebenswelt des Besuchers / der BesucherIn in Beziehung.
- ⇒ Eine Leitidee bezieht sich auf vor Ort vorhandene Gegenstände oder Phänomene.

### Was sollten wir bei der Erarbeitung eines Textes beachten?

- ⇒ Der Text enthält 2-3 knappe und wesentliche (prägnante) Aussagen zum Thema.
- ⇒ Der Text soll ein eindrucksvolles Bild im Kopf der BesucherInnen entstehen lassen.
- ⇒ Der Text provoziert (a), stellt Beziehungen zum/zur BesucherIn her (b), enthüllt (c).
- ⇒ Jedes Faktum wird zu einer Geschichte verdichtet, die den/die BesucherIn berührt.
- ⇒ Der Text soll einem/einer MittelschülerIn der 7. Klasse verständlich sein.

### Wie machen wir unseren Text lesbar?

- ⇒ eine einfache Schrift (z. B. Helvetica) im Flattersatz ohne Hervorhebungen verwenden
- ⇒ auf ausreichende Schriftgröße (etwa 48pt) und angenehme Farbkontraste achten
- ⇒ einfach und stimulierend (z. B. durch Humor) schreiben - und deutlich gliedern
- ⇒ Worte aus wenigen Silben und aktive Verben nutzen
- ⇒ außergewöhnliche Größen oder Zeiträume verbildlichen

### Was sollten wir vermeiden?

- ⇒ Fließtexte in Großbuchstaben
- ⇒ eintönige Kurzsätze („Asthmastil“), Nebensätze und verschachtelte Sätze
- ⇒ Füllwörter, verzichtbare Adjektive, unübliche Wörter, Fremdwörter und Fachbegriffe
- ⇒ Streckverben, zerhackte Verben oder Substantivierungen („Ungitis“)
- ⇒ Zahlenangaben (soweit sie verzichtbar sind / wir sie nicht greifbar machen können)

### Wodurch werden unsere Fakten für BesucherInnen einprägsam?

- ⇒ durch einen aktuellen Bezug
- ⇒ durch die Inszenierung einer überraschenden Erkenntnis (Aha-Effekt)
- ⇒ durch das Herausstellen eines Individuums (dieses Menschen, dieses Baumes,...)
- ⇒ durch Beispiel, Vergleich, Metapher, Zitat aus der Lebenswelt der BesucherInnen
- ⇒ durch eine persönliche Ansprache und die Aufforderung zum Denken oder Handeln

### Können wir die Lesbarkeit eines Textes berechnen?

Nein - aber es ist hilfreich, die folgenden Kriterien im Hinterkopf zu behalten:

- ⇒ Es gibt 3 sec.-, 30 sec.- und 3-min.-LeserInnen; ein Mensch liest 200 Wörter/min..
- ⇒ Der Titel sollte max. 10 (3 sec.), der Text max. 100 Wörter (30 sec.) umfassen.
- ⇒ Ein Absatz sollte aus max. 2-3 Sätzen, ein Satz aus max. 10-15 Wörtern bestehen.
- ⇒ Ein Zeile sollte max. 50 Zeichen lang sein.
- ⇒ Teilen wir die Anzahl der Zeichen durch die der Wörter, sollte der Faktor <6 sein.



## Gestalten und Aufstellen von Interpretationstafeln

### Wie soll eine Tafel aufgebaut sein?

- ⇒ Die Tafel soll, so vorhanden, dem *Corporate Design* unserer Einrichtung entsprechen.
- ⇒ Sie soll aus maximal fünf Elementen bestehen; ein Drittel des Raums bleibt frei.
- ⇒ Die Aussage der Tafel soll schnell klar werden (oft steht die Leitidee im Titel).
- ⇒ Der Titel soll ins Auge springen (größere Schrift) und auf den Text neugierig machen.
- ⇒ Gut ist es, mit einem graphischen Blickfang (oft oben rechts) zum Inhalt überzuleiten.

2.1.2

11

### Was kann eine Graphik?

- ⇒ für sich sprechen („Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“)
- ⇒ die Aussagen des Textes unterstreichen und veranschaulichen
- ⇒ den/die BesucherIn neugierig und auf Details aufmerksam machen
- ⇒ dem/der BesucherIn eine Vorstellung geben (z. B. bei der Suche nach einer Vogelart)
- ⇒ ein verborgenes Konzept, das hinter einem Phänomen steckt, veranschaulichen

### Was sollte eine Graphik nicht bewirken?

- ⇒ die Tafel in ein optisches Ungleichgewicht bringen
- ⇒ durch besondere Auffälligkeiten (z. B. Farbauswahl) vom Original ablenken
- ⇒ etwas darstellen, was in natura deutlich sichtbar oder gut vorstellbar ist

### Wo sollte eine Tafel bevorzugt aufgestellt werden?

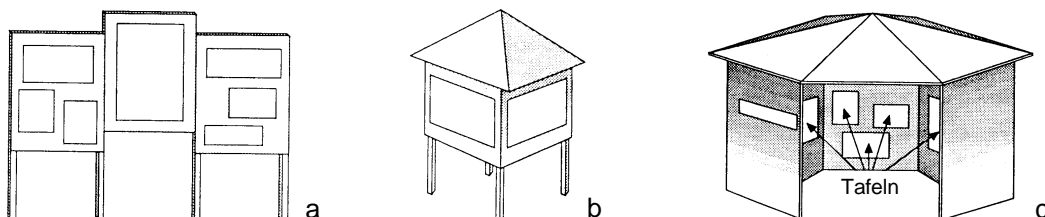
- ⇒ dort, wo genug BesucherInnen sie sehen, um unserem Aufwand gerecht zu werden
- ⇒ dort, wo Aufwand und Nutzen auch für den/die BesucherIn im Verhältnis stehen
- ⇒ dort, wo sich unser Thema in einem Phänomen zu erkennen gibt
- ⇒ dort, wo sich dem/der BesucherIn eine Frage stellt
- ⇒ dort, wo der/die BesucherIn sicher ist, auf etwas wartet oder zur Ruhe kommen kann

### Was ist bei der Aufstellung einer Tafel zu beachten?

- ⇒ Eine Tafel darf dem/der BesucherIn den Blick auf den Gegenstand nicht verstellen.
- ⇒ Eine Tafel sollte möglichst nicht „im Bild stehen“ (Fotopunkt).
- ⇒ Eine Tafel sollte nicht dazu veranlassen, geschützte Räume zu beeinträchtigen.
- ⇒ Eine Tafel sollte nach Möglichkeit kinder- und behindertengerecht aufgestellt werden.
- ⇒ Die Art der Tafel (z. B. das Material) sollte mit Inhalt und Umfeld in Beziehung stehen.

### Welche Formen von Tafeln stehen zur Auswahl?

- ⇒ Wir bevorzugen Pulttafeln; so bleiben die Gegenstände dahinter im Blick.
- ⇒ Stelltafeln verzerren nicht und erlauben es (z. B. bei Karten) genauer hinzusehen.
- ⇒ Wandtafeln sind platzsparend; oft werden Präsentationen vor den Tafeln möglich.
- ⇒ Reihen (a), Kioske (b) und Pavillons (c) bieten viel Information auf wenig Raum.







## Rolle der Aktionselemente bei einzelnen Pfadtypen

Die Bedeutung von Demonstrations- und Aktionselementen erklärt sich aus dem hohen Wirkungsgrad, den Lernen beim Menschen hat - wenn er aktiv lernt und dabei zugleich mehrere Sinne bemüht. Der Mensch behält

- 20% dessen, was er hört,
- 30% dessen, was er sieht,
- 50% dessen, was er hört und sieht,
- 90% dessen, was er tut.

Demzufolge wäre auch in der medialen Interpretation alles zu begrüßen, was Aktivität verspricht. Wichtig ist allerdings die Frage, wie aktivitätsbereit die jeweiligen Zielgruppen sind, und was der/die BesucherIn überhaupt behalten soll. Davon hängt ab, welche Rolle Demonstrations- und Aktionselemente in Pfaden spielen.

Wenngleich die Übergänge fließend sind, unterscheiden wir **vier Arten von Pfaden**:

- ⇒ Ein Lehrpfad vermittelt - oft frei von einer Leitidee - Wissen durch Texte und Bilder.
- ⇒ Beim Lernpfad erarbeiten sich die BesucherInnen das Wissen über Aufgaben selbst.
- ⇒ Auf einem Erlebnispfad nähern sie sich den Dingen aktiv mit allen Sinnen.
- ⇒ Ein Interpretationspfad baut entlang einer aus Leitideen bestehenden Themenlinie Beziehungen zwischen den BesucherInnen und den Phänomenen auf.

Alle diese Typen sind als „Schilderpfade“ (also mit Tafeln) oder als „Nummernpfade“ (mit unauffälligeren Nummernsäulen und Begleitheft oder –cassette) denkbar.

Der **Lehrpfad** setzt in der Regel den „Bildungshunger“ der BesucherInnen voraus. Er baut also auf vorhandenen Interessen auf, und der Anspruch der aktiven Einbeziehung beschränkt sich meist auf Beobachtungs-, manchmal auch Hör-, Tast- o. ä. -aufgaben.

Auch der **Lernpfad** geht von einem bildungswilligen Publikum aus. Die Tatsache, dass der/die BesucherIn nun etwas tun muss (z. B. Klappen oder Pumpen bedienen, durch Blickrohre sehen), um an seine/ihre Informationen zu kommen, wirkt auf manche Zielgruppen mehr, auf andere weniger stimulierend.

Ein **Erlebnispfad** bezieht den/die BesucherIn noch aktiver mit ein. Er spricht dabei v. a. ein Freizeitpublikum (Schwerpunkt: Familien) an. Naturerlebnispfade bestehen oft aus einer großen Anzahl von Spielgeräten, über die der/die BesucherIn eine positive Beziehung zur Natur herstellen soll. Oft führen dabei Kinder Erwachsene (wieder) an die Natur heran. Obwohl über die Spielideen auch Wissen vermittelt werden kann, liegt den meisten Erlebnispfaden keine konkrete Leitidee zugrunde. Das Spiel bleibt bestimmend. Auch ein **Interpretationspfad** richtet sich an ein Freizeitpublikum; d. h. auch er muss unterhaltsam gestaltet sein. Da in der Interpretation dem Phänomen aber nicht „die Show gestohlen“ werden darf, und dem Bezug zum Thema ein großer Stellenwert zukommt, steht der Einsatz von Aktionselementen nicht im Vordergrund. Wir verwenden dem Thema angemessene Demonstrations- und Aktionselemente an etwa 50% der Stationen.

Beliebte **Aktionselemente**, die hier nicht näher erläutert werden können, sind bspw. Taststrecken, Sprunggruben, Duftorgeln, Kaleidoskope, Blickfenster und -rohre, Hörrohre, Summsteine, Baumstammtelefone, Xylo- und Lithophone oder Balancierscheiben.

Auf Pfaden, bei denen geschriebene Texte durch gesprochene und entsprechende Geräuschkulissen ersetzt werden, spielen **Audiosäulen** eine zentrale Rolle.



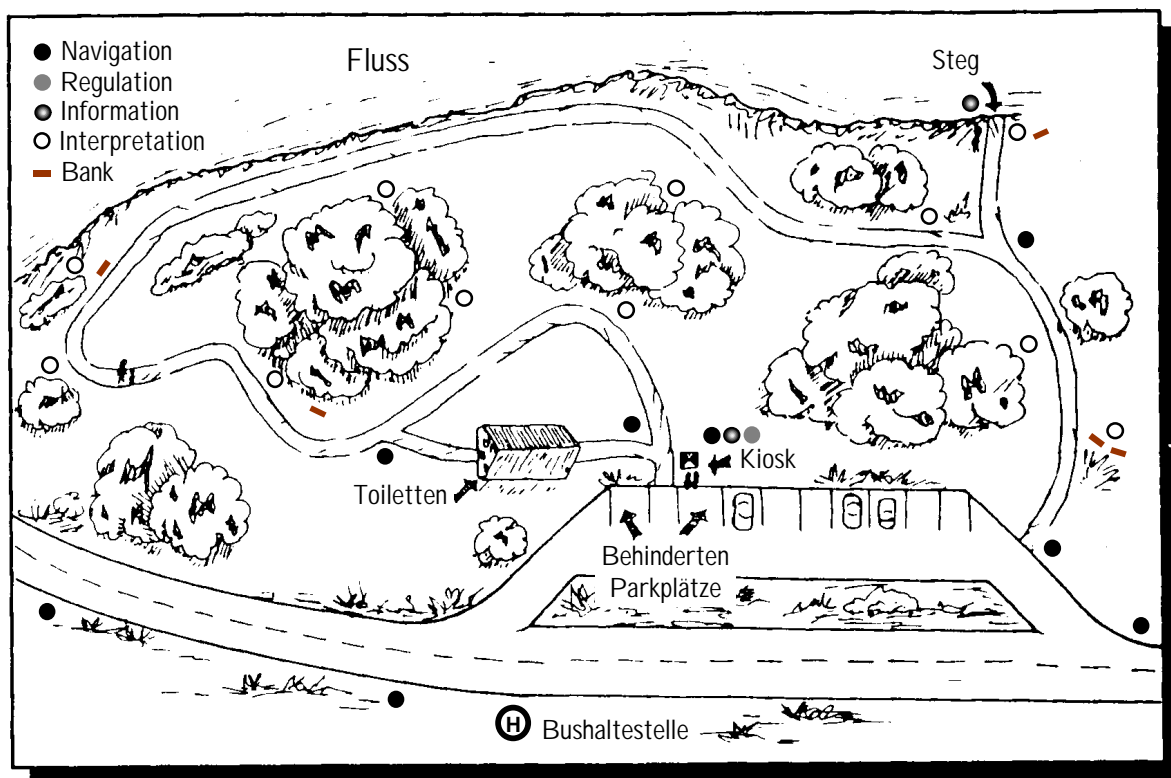
## Die Struktur eines Interpretationspfades

Pfade haben eine sequentielle Struktur. Wie ein Bericht oder eine Erzählung, so besteht auch ein Interpretationspfad i. w. aus drei Teilen: Einleitung, Hauptteil und Schluss.

Die **Einleitung** (oder der Empfangsbereich) enthält alle Vorabinformationen, die für den/die BesucherIn wichtig sind. Meist ist dieser Ort eher lebhaft, so dass auch Warnungen oder Verhaltenshinweise nicht deplaziert wirken. Wesentlich ist jedoch, dass der/die BesucherIn sich hier einen Überblick verschaffen kann. Diese Orientierung sollte in einer Form gegeben werden, die die BesucherInnen davon überzeugt, sich auf den Pfad einzulassen. Schon an dieser Stelle soll deutlich werden, wofür es uns geht.

Der **Hauptteil** – der eigentliche Pfad – folgt einer von uns festgelegten Dramaturgie. Wir gestalten den Weg abwechslungsreich, führen den/die BesucherIn gezielt an die Höhepunkte heran, sorgen dafür, dass eine Station auf die nächste hinleitet (ohne dass eine Station unverzichtbar wäre) – und ein Anlaufpunkt vom anderen aus noch nicht zu sehen ist. Entscheidend ist hierbei unser Gespür für die jeweilige Situation und wofür sie den/die BesucherIn öffnet. Der Hauptteil kann sowohl einen, als auch mehrere Höhepunkte haben. Er wiederholt das Thema in verschiedenen Variationen. Dabei sind die einzelnen Botschaften aber an sich so interessant, dass dies dem/der BesucherIn kaum auffällt. Die Informationsmenge, die wir anbieten, nimmt im Verlauf des Pfades ab.

Den **Schluss** bildet ein Bereich, der in mehrfacher Hinsicht der Sammlung dient. Zum einen dem Zusammenkommen von Familien und Gruppen, denn nicht jede/r wird den Parcours im gleichen Tempo absolvieren; zum anderen aber auch der inneren Sammlung des/der einzelnen. Hier bringen wir unser Thema noch einmal auf den Punkt.





## Zur Planung eines Interpretationspfades

Um einen mit Tafeln und Aktionselementen ausgestatteten Interpretationspfad planen zu können, muss Klarheit über den zu interpretierenden **Naturraum** und das der Planung zugrundeliegende **Thema** bestehen. Zudem sollte ein grober **Kostenrahmen** abgesteckt sein. Wenn alles dies gegeben ist, planen wir einen Pfad anhand der folgenden Fragen in drei Phasen:

2.1.2  
14

### Phase 1: Vorplanung

- ⇒ Soll der Naturraum über einen Rund- oder Verbindungsweg erschlossen werden?
- ⇒ Ist die Begehung in einer oder in beiden Richtungen sinnvoll, die Steuerung möglich?
- ⇒ Wo ist ein Wegebau erforderlich, und welche Materialien sollen verwendet werden?
- ⇒ Sind Maßnahmen zur Unfallverhütung zu treffen? (z. B. Entfernen von Altholz)
- ⇒ Welche Einschränkungen natur- oder denkmalschützerischer Art sind zu beachten?
- ⇒ Wie sieht das Umfeld aus (Parkplätze, ÖPNV-Anbindung, Wander-/Radwegenetz)?
- ⇒ Gibt es bereits ähnliche Einrichtungen in der näheren Umgebung?
- ⇒ Mit wie vielen BesucherInnen ist wann zu rechnen? (Gibt es Tages-/Saisonspitzen?)
- ⇒ Wer ist „der/die BesucherIn“? Welche Bedürfnisse bringt er/sie mit?
- ⇒ Was gibt es zum Thema/zur „Ausstattung“ zu sagen (breit angelegte Recherche)?
- ⇒ Was ist der „Charakter“ des Naturraums – welche Wirkung geht von ihm aus?
- ⇒ Wo sind die „sensiblen Punkte“, die einen Teilaspekt des Themas widerspiegeln?
- ⇒ Wie könnten die Leitideen an diesen möglichen Stationen lauten?

Ergebnis Phase 1: Skizze 1:1000, Themenlinie mit Leitideen, Gestaltungsideen

### Phase 2: Entwurfsplanung (umfangreichste Planungsphase)

- ⇒ Wie soll der Weg im einzelnen geführt werden? (Blickbeziehungen)
- ⇒ Wo sind Sitzgelegenheiten, Toiletten, Abfallbehälter o. ä. vorzusehen?
- ⇒ Wo sind verändernde Eingriffe nötig? (z. B. die Schaffung von Sichtschneisen)
- ⇒ Wie sollen die Tafeln aussehen? (Material, Farben, Schrifttypen/–größen, Raster)
- ⇒ Wie sollen die Stationen gestaltet werden? (Betrachtung als Interpretationsräume)
- ⇒ Mit welchen Botschaften sind die Leitideen jeweils zu untersetzen?
- ⇒ Wo sollen Aktions-/Demonstrationselemente eingesetzt werden? (Entwurfsskizzen)
- ⇒ Welche Texte und Graphiken sind vorzusehen? (Textvorschläge)
- ⇒ Welche Navigationstafeln sollen auf den Pfad hinweisen? (Entwurfsskizzen)
- ⇒ Sind Informations-/Regulationstafeln erforderlich? (Textvorschläge)

Ergebnis Phase 2: Skizzen 1:100, Gestaltungsvorschläge, Integration in das Umfeld

### Phase 3: Ausführungsplanung

- ⇒ Wie sehen die vorgesehenen Objekte im einzelnen aus? (Konstruktionszeichnungen)
- ⇒ Sind TÜV-Gutachten einzuholen?
- ⇒ Mit welchem Wartungsaufwand ist zu rechnen?
- ⇒ Wer bietet was an? (Kostenangebote für alle Leistungen)
- ⇒ Von welchen Kosten ist dabei auszugehen? (detaillierte Kostenplanung)

Ergebnis Phase 3: Kostenangebote, Konstruktionszeichnungen - fertig zur Umsetzung



## Interpretationspfad oder Interpretationsraum?

Interpretationspfad und Interpretationsraum sind zwei zentrale Formen der *medialen* (im Gegensatz zur betreuten, *personalen*) Interpretation. Der wesentliche Unterschied zwischen diesen beiden Formen liegt darin, dass die Aufnahme der Informationen bei einem Interpretationspfad einer vorgegebenen Reihung unterliegt – also sequentiell ist. Bei einem Interpretationsraum ist sie dagegen punktuell: der/die BesucherIn hat die Wahl, wann er/sie welches Phänomen betrachten möchte.

2.1.2

15

Einem **Interpretationspfad** liegt eine durchdachte chronologische Abfolge zugrunde. Der/die BesucherIn kann nicht frei entscheiden, in welcher Reihenfolge er/sie die Informationen aufnimmt. Eine aus den Leitideen zu den Phänomenen bestehende, attraktive Themenlinie ist unverzichtbar. Sie verhindert, dass zu viele Informationen übersprungen werden, und BesucherInnen so den Zusammenhang verlieren. Der größte Vorteil der sequentiellen Aufnahme besteht darin, dass der/die BesucherIn durch eine linearkausale Darstellung gezielt auf einen höheren Erkenntnisstand geführt werden kann.

Die größte Schwierigkeit ergibt sich dagegen bei der Planung des Pfades; und zwar daraus, dass die Interpretationsgegenstände genau dort auftauchen müssen, wo sie ins Konzept passen - ohne dass der/die BesucherIn unterwegs durch andere eindrucksvolle Phänomene abgelenkt wird. In der Praxis neigen die GestalterInnen von Pfaden deshalb oft dazu, Interpretationsgegenstände künstlich einzubringen oder sich vom Grundsatz des Vorhandenseins konkreter Objekte an sich zu lösen. Dadurch wird aber die Natur aus dem Zentrum der Betrachtung hinaus in die Kulisse abgedrängt.

Interpretationspfade können BesucherInnen dazu verleiten, ein Gebiet in Etappen zu durchqueren, statt in ihm zu verweilen. Auch in diesem Fall tritt die konkret vorhandene Natur in den Hintergrund, und es kann zu einem Missverhältnis zwischen Naturerleben und Naturbelastung kommen. Wenn die einzelnen Anlaufpunkte zu weit voneinander entfernt sind, kann der rote Faden der Themenlinie unterwegs verloren gehen.

Beim **Interpretationsraum** bestehen diese Schwierigkeiten nicht. Hier kommt es darauf an, ein „Kraftfeld“ ausfindig zu machen, das den/die BesucherIn aus Gründen, die für unser Anliegen relevant sind, anzieht. Die Bereicherung des längeren Aufenthalts innerhalb eines zumeist eng begrenzten Naturraums steht im Vordergrund. Zwischen den vorhandenen Gegenständen dieses Raums und dem/der BesucherIn werden nun aus verschiedenen Blickwinkeln (sog. Interpretationsfeldern) geistige Brücken gebaut, die unser Anliegen in seinen unterschiedlichen Aspekten begreifbar machen.

Auch dem Interpretationsraum liegt eine Haupt-Leitidee zugrunde. Die nachgeordneten Leitideen sind aber nicht in einer Themenlinie, sondern in einem beliebig zugänglichen Themenkreis angeordnet. Ein Interpretationsraum ist so weniger dazu geeignet, einen aufeinander aufbauenden Denkansatz zu vermitteln.

Die Entscheidung, ob ein Interpretationspfad oder ein Interpretationsraum eingerichtet werden soll, hängt nicht nur von konzeptionellen Überlegungen ab. Ausschlaggebend hierfür ist die Gestalt des Naturraums, der für eine mediale Interpretation vorgesehen ist. Langgestreckte Naturräume wie ein Grat, ein Flusslauf oder eine Schlucht, die den Besucherstrom an sich kanalisieren, legen einen Interpretationspfad nahe.

Naturräume, die eine flächige Struktur aufweisen - wie eine Lichtung oder ein Plateau - sprechen eher für einen Interpretationsraum.



## Planung von Informationsstellen vor Ort

Informationsstellen vor Ort sind feste Gebäude (oder klar abgegrenzte Teile davon), die zu den Öffnungszeiten personal betreut sind und innerhalb des Schutzgebietes der Information von BesucherInnen dienen. Ihre öffentliche Fläche umfasst ca. 50 bis 100 m<sup>2</sup>.

2.1.2

16

Eine Informationsstelle hat i. d. R. drei Teilbereiche:

- ⇒ Empfangs- und Ausstellungsbereich
- ⇒ Sanitärbereich
- ⇒ Verwaltungsbereich (Büro und für Ausstellungsgegenstände geeigneter Lagerraum).

Die sinnvolle Größe dieser Bereiche und ihre Zuordnung zueinander müssen vorab geklärt werden. Bei Neubauten oder Umnutzungen besteht unsere Aufgabe darin, gegenüber Bauamt und Architekturbüro die Interessen des Natur- und Landschaftsschutzes, die Belange der BesucherInnen und die inhaltlich-methodischen Aspekte zu vertreten.

Wesentliche Fragen bei der Gestaltung einer Informationsstelle sind

- ⇒ Welche Funktion kommt der Informationsstelle im Pflege- und Entwicklungsplan zu?
- ⇒ Gibt es verbindliche Gestaltungskriterien (Corporate Design) im Schutzgebiet?
- ⇒ Wie fügt sich die Informationsstelle harmonisch in ihr unmittelbares Umfeld ein?
- ⇒ Wie wird die Informationsstelle erschlossen (Rad-/Wanderwege, ÖPNV, Parkplatz)?
- ⇒ Ist eine in ihrer Naturverträglichkeit vorbildliche Ver- und Entsorgung gewährleistet?
- ⇒ Sind Betrieb und Instandhaltung finanziell und personell abgesichert?
- ⇒ Wie viele BesucherInnen sind zu welchen Zeiten zu erwarten (Frequentierung)?
- ⇒ Mit welchen Eindrücken und Motiven betreten sie die Informationsstelle?
- ⇒ Was gibt das Umfeld inhaltlich her (prägnante Phänomene und ihre Botschaften)?
- ⇒ Ist ein Rahmenprogramm (Interpretationspfad, Vorträge, Führungen) vorgesehen?

Die Frequentierung ist entscheidend für die Berechnung der Verkehrsräume (öffentlicher Raum ohne Stellflächen). Für den Empfangsbereich rechnen wir 1 m<sup>2</sup>, für den Ausstellungsbereich mindestens 2 m<sup>2</sup> Grundfläche pro BesucherIn. Wenn die Informationsstelle mit dem Rollstuhl zu erreichen ist, sollte sie auch rollstuhlgerecht ausgeführt sein. In jedem Fall muss sie den für öffentliche Gebäude dieser Größenordnung verbindlichen Sicherheitsvorschriften (Brandschutz, Fluchtwege) entsprechen. Der Empfangsbereich soll einladend gestaltet und so ausgelegt sein, dass er die größte im Regelfall zu erwartende Personenmenge aufnehmen kann. Zentrales Element des Empfangsbereichs ist i. d. R. die Infotheke mit – den BesucherInnen zugewandter - Karte (unter Glas) und Printmedien. In besuchsarmen Zeiten können variable Displays oder Sitzgelegenheiten den Raum füllen. Ist der Empfangsbereich zu klein, sollte es zumindest einen überdachten Außenbereich mit Sitzbänken und Basisinformationen (z. B. Übersichtskarte) geben.

Wo die Räume eng begrenzt sind, kann es zudem sinnvoll sein, den Sanitärbereich (der von vielen BesucherInnen bevorzugt angesteuert wird) mit einem eigenen, deutlich erkennbaren Zugang zu versehen und einen Regenschutz vor der Informationsstelle anzubieten. Diese Einrichtungen sind dann auch außerhalb der Öffnungszeiten nutzbar.

Der Weg zur Informationsstelle muss hinreichend beschildert sein. Besonders bei abgelegenen Gebäuden müssen Wegweiser spätestens von da an über die Öffnungszeiten Auskunft geben, wo die Informationsstelle das Hauptziel eines Weges darstellt.



## Aufbau von Ausstellungen

In Ausstellungen können wir vergängliche Objekte präsentieren und Phänomene zeigen oder enthüllen, die in natura so nicht sichtbar sind. Diesen Vorteil sollten wir nutzen. Nur mit Schrift- und Bildtafeln zu arbeiten würde bedeuten, die BesucherInnen auf ihren Gesichtssinn einzuschränken und zudem die dritte Dimension zu verschenken.

2.1.2

17

Bei der Auswahl der Objekte ist es aber wichtig, keine auf Vollständigkeit bedachte Sammlung anzulegen, sondern wenige, im Sinne einer Leitidee aussagekräftige Objekte auszuwählen und unterhaltsam in Szene zu setzen. Diese müssen mit dem Umfeld und der Stimmung der BesucherInnen in Verbindung stehen. Eine von Vitrinen geprägte, klassische Museumsatmosphäre sollten wir vermeiden. Und auch eine Ausstellung folgt den für das Schutzgebiet vereinbarten Gestaltungskriterien (Schrifttypen, Farben,...).

Objekte brauchen Raum, um zu wirken. Wir müssen von einer Verkehrsfläche von mindestens 2 m<sup>2</sup> pro Person ausgehen. BesucherInnen dürfen sich nicht gegenseitig behindern und müssen auch einmal einen Schritt zurücktreten können. Auch Kinder und Behinderte sollen Zugang haben. Kinder können in eigenen, attraktiven Erlebnisbereichen „konzentriert“ werden. Dabei geht aber der Synergieeffekt verloren: Kinder regen Erwachsene oft erst dazu an, Dinge genauer zu betrachten und selbst aktiv zu werden.

Wo die Verweildauer der BesucherInnen nur kurz ist, müssen die Aussagen der Gegenstände auf einen Blick fassbar sein. Die Blicke lassen sich durch Raumgestaltung, BesucherInnenführung und Beleuchtung so lenken, dass das, was uns am wichtigsten ist, zuerst ins Blickfeld der BesucherInnen gerät. Wenn komplexe Sachverhalte erläutert werden müssen, können Sitzgelegenheiten zum längeren Verweilen einladen.

Für Schutzgebiete typische Präsentationsformen sind Landschaftsmodelle und Dioramen. In einem Diorama wird ein Naturausschnitt im Glaskasten originalgetreu nachgestellt, die Darstellung in einem Gemälde an der Rückwand fortgeführt. Dioramen kommen zum Einsatz, wenn Tier(präparat)e in ihren typischen Lebensräumen (etwa unter Tage) gezeigt oder historische Situationen fassbar gemacht werden sollen. Lebende Tiere, auch oder gerade wenn sie klein sind, sind für viele BesucherInnen eine herausragende Attraktion. Sie müssen aber artgerecht gehalten und regelmäßig versorgt werden. Wo mit Texten gearbeitet wird, werden die BesucherInnen i. d. R. in der Leserichtung (Uhrzeigersinn) geführt. Dabei werden sie durch Funktionsmodelle, Klappen, Tastboxen u. ä. zur Interaktion angeregt. Oft wird aber von solchen Angeboten – obwohl sie als Aufwertung verstanden werden – nicht Gebrauch gemacht. Das heißt: Es ist nicht sinnvoll, für das Verständnis grundlegende Botschaften hinter Klappen zu „verstecken“. Auch muss in einer Ausstellung, in der sich BesucherInnen frei im Themenkreis bewegen können, jede Inszenierung für sich verständlich sein. Technische Aufbauten (Lichtschranken, Tondokumente, Filmausschnitte, Duftorgeln,...) können Objekte in ihrer Aussage unterstützen. Wir sollten aber auf sie verzichten, wenn sie diese in den Hintergrund drängen - oder bei Ausfall nicht sofort wieder vom Betreuungspersonal instandgesetzt werden können.

Ausstellungen können auch transportabel gestaltet sein. Wichtige Kriterien für transportable Ausstellungen sind der schnelle und unkomplizierte Auf- und Abbau, die Unabhängigkeit von Strom-, Gas- oder Wasseranschlüssen, eine gewisse Robustheit der Elemente und die Möglichkeit, die Ausstellung platzsparend zu verpacken.



## Unterstützung von Vorträgen durch Folien und Dias

Zur Erarbeitung von Vorträgen vgl. Abschnitt 2.1.1

2.1.2

18

Vorträge sind klassische Informationsarbeit. Ihr Vorteil besteht darin, in kurzer Zeit viele Menschen erreichen zu können, ohne dass die persönliche Ebene gänzlich verloren geht. Ihr wesentlicher Nachteil: Vorträge sind eine Frontalmethode. Sie bringen die ZuhörerInnen nicht in einen aktiven Dialog mit dem/der Vortragenden und den Gegenständen. Wo es sich nicht um Impulsvorträge handelt, die lediglich eine Aktion oder eine Diskussion in Gang setzen, besteht immer die Gefahr, dass der Vortrag langweilt und die ZuhörerInnen abschalten, ohne dass das dem/der Vortragenden bewusst wird. Neben einem lebendigen Vortragsstil können aber unterschiedliche Medien dafür sorgen, Vorträge unterhaltsamer zu gestalten und das Gehörte auch sichtbar zu machen. Behalten TeilnehmerInnen im Durchschnitt nur 20% der Information aus einem Wortvortrag, so erhöht sich der Wert auf 50%, wenn der Vortrag durch Bildmedien unterstützt wird.

Beim Einsatz von Medien darf das Medium für die TeilnehmerInnen allerdings nicht faszinierender sein als das Thema. Insbesondere in bezug auf die Begeisterung, die die neuen elektronischen Medien auslösen, können sich hier leicht Trugschlüsse ergeben. Ein Gegenstand, der im richtigen Moment aus der Tasche gezogen wird, kann eine nachhaltigere Wirkung haben als eine eindrucksvolle PowerPoint-Präsentation – abgesehen vom Vorbereitungsaufwand und von den Schwachstellen solcher Präsentationen. Sich einer audio-visuellen Vorführung (etwa eines Films) zu bedienen, wenn wir selbst vor Ort anwesend sind, macht uns geradezu überflüssig. Als Medien, die wir im Vortrag nutzen können, bleiben neben eindrucksvollen Originalgegenständen Folien und Dias.

**Overheadfolien** können wir zu Hause vorbereiten und zugleich als Unterlagen für unsere ZuhörerInnen kopieren. Wir können sie beim Vortrag zunächst teilweise abdecken und behalten – wenn wir das Abdeckblatt unter die Folie legen – trotzdem im Blick, was als nächstes kommt. Mit Folienschreibern können wir Folien vor den Augen des Publikums farbig entwickeln; oder wir können Ergänzungsfolien auf Grundfolien auflegen. Im Notfall lassen sich Fotos auf Folien kopieren, und schließlich können wir mit manchen transparenten oder nicht-transparenten Gegenständen auf der Glasplatte überraschende Effekte erzielen. Dennoch sollte das Medium sparsam verwendet werden. Der größte Fehler besteht oft darin, dass zu viel Information zu klein angeboten wird. Eine Folie sollte nur einen knapp dargestellten Gedanken enthalten, ähnlich einer Tafel im Gelände gestaltet sein (vgl. S. 11 – wobei ein Teil der Information im Vortrag erfolgt) und aus nicht mehr als fünf Elementen bestehen. Gelungene, bildhafte Darstellungen sind besser als lange Textzeilen. Wird Text verwendet, so sollten wir auf eine einfache Schrift (z. B. Arial) im gemischten Satz zurückgreifen, deren Schrifthöhe nicht unter 5 mm liegt.

**Dias** spielen in Deutschland eine wesentlich geringere Rolle als bspw. in den Schutzgebieten der USA und Kanadas, wo es in eigens konstruierten Amphitheatern allabendlich standardisierte Dia-Shows am Lagerfeuer gibt. Während sich auf Folien gut Graphiken darstellen lassen, werden mit Hilfe von Dias v. a. Fotos gezeigt. Dabei wird der Vortragstext so auf die Bilder zugeschnitten, dass sich beides optimal ergänzt (zum Text vgl. die Anmerkungen auf S. 21). Wenn der Vortrag ergänzend zum Besuch eines Naturraums stattfindet, sollten v. a. Dinge gezeigt werden, die die BetrachterInnen so in natura nicht sehen werden (etwa „Familienfotos“ des Luchses oder einen zeitlichen Ablauf).



## Texte für Printmedien

Die in der deutschen Sektion der Europarc Federation zusammengeschlossenen Schutzgebiete haben sich auf einheitliche Gestaltungskriterien für Printmedien geeinigt. Das Gestaltungsraster, die Farbgebung sowie Schrifttypen und –größen sind darin verbindlich festgelegt. Das einheitliche Erscheinungsbild gewährleistet zum einen einen Wiedererkennungseffekt und ermöglicht es den SchutzgebietsbetreuerInnen zum anderen, Printmedien zu erstellen, ohne selbst professionelle DesignerInnen zu sein.

2.1.2

19

Printmedien (i. d. R. Broschüren und Faltblätter) sind ein wesentliches Mittel der Informationsarbeit. Sie bestehen aus Texten und Bildern (Graphiken oder Fotos). Oft ist ihr Charakter rein informativer Art („Mit dem ÖPNV ins Erzgebirge“). Dort, wo es um Fachinhalte geht, können (und sollen) aber auch Printmedien nach den Grundsätzen der Interpretation gestaltet werden.

Interpretierende Texte, die sich an ein breites Publikum richten, sollten folgende Voraussetzungen erfüllen. Sie sollten

- ⇒ für die LeserInnen attraktiv
- ⇒ lebendig geschrieben
- ⇒ gut gegliedert
- ⇒ einfach gehalten sein.

Prinzipiell gelten die gleichen Kriterien wie bei der Erarbeitung von Texttafeln (vgl. S. 10) - wenngleich Printmedien mehr Aussagen enthalten dürfen und eher Hintergründe beleuchten als sich auf einen Gegenstand vor Ort zu beziehen (Ausnahme: Begleitbroschüren für Nummernpfade).

Der Erarbeitung des Textes erfolgt in mehreren Phasen. Meist wird erst der Textkörper entworfen, daraus erwächst ein Schlussappell und ganz am Ende werden die Einleitung und ein verlockender Titel formuliert.

Ein Textkörper kann in folgenden Erarbeitungsschritten entstehen:

1. sorgfältige Recherche der Fakten
2. Ableitung für den/die LeserIn attraktiver Leitideen und Aussagen
3. klare Gliederung und logische Verbindung zu einem lebendigen Text
4. Überarbeitung des Textes unter folgenden Aspekten:
  - ⇒ Spricht das Geschriebene die LeserInnen wirklich an?
  - ⇒ Welche Sätze klingen beim lauten Vorlesen des Textes fremd oder holprig?
  - ⇒ Wie werden die einzelnen Sätze noch leichter lesbar?
  - ⇒ Können Worte weggelassen werden, ohne dass der Text unverständlicher wird?
  - ⇒ Sind Fachbegriffe enthalten, die dem/der LeserIn nicht auf Anhieb verständlich sind?
  - ⇒ Wo lässt sich eine aktivere Sprache verwenden (aktive Verben statt Substantive)?

Der Text soll grundsätzlich so geschrieben sein, dass er MittelschülerInnen der 7. Klasse verständlich ist.

Ob ein Text gelungen ist, lässt sich ermitteln, wenn wir ihn einem „einfachen Menschen“, der nichts mit unserer Arbeit zu tun hat, zum Lesen vorlegen.





## Gestaltung und Druck von Printmedien

Eine gut gestaltete Publikation, bei der alle Elemente zu einem Ganzen verschmelzen, ist leichter zu verstehen und angenehmer zu lesen. Auch wenn das Design durch die einheitlichen Gestaltungskriterien der Europarc Federation für viele Schutzgebiete vorgegeben ist (wovon wir hier ausgehen), müssen zumindest die Textblöcke und die Bilder von ihrer Größe, Farbintensität und Position so eingepasst werden, dass ein optisches **Gleichgewicht** zwischen den beiden Hälften einer Seite entsteht. Große oder dunkle Abbildungen „wiegen mehr“ als kleine oder helle, Elemente am Rand „schwerer“ als solche in der Seitenmitte; eine streng symmetrische Aufteilung sollte aber vermieden werden.

Normalerweise gleitet unser Auge von oben links nach unten rechts. Wenn Bilder eingesetzt werden, ändert sich aber die **Lesefolge**. Fällt sonst zuerst der Titel ins Auge, das sich dann in der festgelegten Reihenfolge durch den Text tastet, ziehen Bilder den Blick eher an und können ihn in ganz andere Richtungen führen. Diese Bewegung (etwa eines fliegenden Vogels) sollte nach Möglichkeit in die Mitte einer Seite und nicht aus einer Seite heraus erfolgen. Das Auge orientiert sich meistens vom Bild zur Schrift, von der größeren Abbildung zur kleineren, von mehrfarbigen zu einfarbigen Graphiken und von ungewöhnlichen Formen zu gewöhnlichen. Die Reihenfolge, in der wir uns wünschen, dass der/die LeserIn die einzelnen Elemente unserer Publikation wahrnimmt, sollte diesen Umständen gerecht werden.

Unterschiedliche **Proportionen** wirken mehr oder weniger ansprechend. Ein Seitenverhältnis von 3 zu 5 galt in der Antike als ideal. Der sogenannte „Goldene Schnitt“ beruht auf diesem Verhältnis. Bei einem Bild kann das Hauptmotiv (etwa das Auge eines Vogels) im Goldenen Schnitt liegen. Vertraut ist uns aber auch das Verhältnis 2 zu 3 – das dieses Blatt (in etwa) aufweist. Quadratische Formen wirken dagegen oft langweilig.

Unsere Publikationen sollten möglichst einfach gehalten werden. Auch einfache **Kontraste** sind oft eindrucksvoller als eine zu große Farbigkeit. Neben Text und Bild sollte genug **Freiraum** bleiben, damit die Seite „atmen“ kann. Eine gedankliche Unterteilung der verfügbaren Fläche in drei Drittel (Text – Bild – Freiraum) hat sich bewährt.

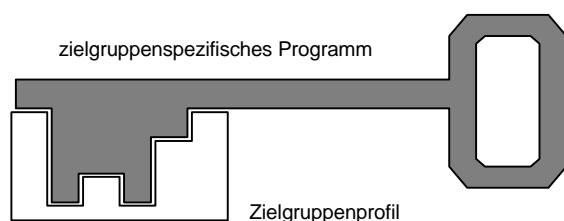
Wenn wir Begleitbroschüren für Pfade erstellen, dann sollten wir darauf achten, größere Schrifttypen, kürzere Textblöcke und mehr Bilder als gewöhnlich zu verwenden.

Am besten wäre es, wenn wir Texte und Bilder zusammenstellen, das Layout dem Designer und den Druck der Druckerei überlassen könnten. Nur werden uns hierfür in vielen Fällen die Mittel fehlen. Die meisten Textverarbeitungssysteme bieten uns Layouts an, die gängigen Gestaltungskriterien entsprechen. Wir können Faltblätter und Broschüren also am Rechner layouten und zum Druck vorbereiten, müssen dabei aber bedenken, dass Druckereien durchweg mit Macintosh arbeiten und mit unter Windows erstellten Dateien oft nichts anfangen können. Wenn wir Faltblätter selbst vervielfältigen, sollten wir zumindest die Vorlage auf einem sehr guten Drucker erstellen. Neben den Kopierstuben gibt es mehr und mehr Druckzentralen, wo wir solche Ausdrücke machen können. Auch von diesen Ausdrucken kann dann noch gedruckt werden. Die Qualität eines Drucks liegt deutlich über der einer Kopie, und auch die Kanten des Papiers werden beim Druck exakt beschnitten. Von den Kosten her lohnen sich Drucke aber erst ab einer Auflage von etwa 500 Stück – und wenn wir mehrere Farben verwenden möchten.



## Zielgruppenspezifische Bildungsprogramme

Während Angebote wie eine Führung sich meist an ein buntes Freizeitpublikum richten, haben wir überall dort, wo organisierte Gruppen unser Schutzgebiet zum Zweck der Bildung besuchen die Möglichkeit, Programme zu entwickeln, die auf konkrete Zielgruppen zugeschnitten sind. Vor allem betrifft das unsere Arbeit mit Schulklassen. Bisweilen lassen sich aber auch Ferien- und Ausflugsgruppen oder Gruppen, die einen Bildungsurlaub erleben, mit zielgruppenspezifischen Programmen erreichen. Was umfasst ein zielgruppenspezifisches Programm?



2.1.2

21

Bei der Ausarbeitung sind neben **strategischen Vorgaben**, den äußeren **Rahmenbedingungen** (finanzieller, zeitlicher, örtlicher und inhaltlicher Rahmen) und den **naturpädagogischen Grundsätzen** (z. B. der Arbeit in kleinen Gruppen) bestimmte Faktoren zu beachten. Empfehlenswert ist eine klare Gliederung in Einleitung, Hauptteil und Schluss. Die Einleitung (Sondierungsphase) dient dem Kennenlernen und der Einschätzung der Gruppe, die Schlussphase dem Austausch der Erfahrungen und ihrer Übertragung in die Lebenswelt der TeilnehmerInnen. Der Hauptteil, erstreckt sich über verschiedene, durch kurze Wegstrecken (5-10 min.) miteinander verbundene Anlaufpunkte. Um den Hauptteil überzeugend zu gestalten, erfolgt die Vorbereitung in drei Phasen:

1. Zunächst muss unbedingt Klarheit darüber bestehen, an welche **Zielgruppe** das Programm mit welcher **Zielstellung** herantritt. Diese beiden Faktoren sind sicher die grundlegendsten und sollten vom Programm in jeder Phase wiedergespiegelt werden. Sie müssen bei Bildungsprogrammen so konkret wie möglich gefasst sein. Bei einer unzureichenden Zielgruppenanalyse und einer ungenügenden Zielfestlegung bietet die Programmform keine Erleichterung. Sie kann dann im Umgang mit den TeilnehmerInnen sogar hemmend wirken.
2. Wesentlich ist auch bei der Erarbeitung von Bildungsprogrammen, mit welcher **Leitidee** die Zielstellung inhaltlich umgesetzt werden soll. Eine **Strukturhilfe** (z. B. in Form eines lückenhaften Bildes, das von den TeilnehmerInnen im Verlauf des Programms vervollständigt wird) sorgt dafür, dass die Themenlinie das Programm wie ein roter Faden durchzieht. Erleichtert wird die Einordnung einzelner Anlaufpunkte in die Leitidee durch einen immer wiederkehrenden **Fixpunkt** (Logo, Maskottchen,...) und verschiedene Gegenstände, die **Erinnerungen** an die einzelnen Aktivitäten wachrufen. Diese Erinnerungsgegenstände lassen sich bisweilen gut mit dem Verteilen von „**Belohnungen**“ für bewältigte Aufgabenstellungen koppeln.
3. Wie erfolgreich ein Programm war, lässt sich in der Schlussphase erahnen. Die gut geplante **Zusammenführung** der Ergebnisse der Aktivitäten im Hinblick auf die Zielstellung wird durch die Erinnerungsgegenstände wesentlich erleichtert. Klare Vorstellungen sollten außerdem über die angestrebten Wege der **Übertragung** der Programmresultate in die Lebenswelt der TeilnehmerInnen bestehen - und über die vielfältigen Möglichkeiten der **Ausweitung**, die Programme (z. B. durch Vorankündigungen, Fragebögen zum Themenfeld oder Preisausschreiben im Anschluss) bieten.



## Vorzüge und Nachteile standardisierter Programme

Zielgruppenspezifische und zielkonkrete Bildungsprogramme bieten in der Durchführung eine ganze Reihe von Vorzügen, die verschiedenen Nachteilen gegenüberstehen:

2.1.2  
22

+	-
Abstimmung auf ein konkrete Zielgruppe wird möglich	TeilnehmerInnen müssen sich an bestehendes Angebotsspektrum anpassen
Minimaler Vor-/Nachbereitungsaufwand erlaubt höhere TeilnehmerInnenzahlen	Gruppenmitglieder haben nur begrenzt Einfluss auf den Programmverlauf
Durchführung ist nach kurzer Einarbeitung auch durch Hilfskräfte möglich	Bildungsprogramme erfordern umfangreiches Personal
Routinierte Durchführung ermöglicht Konzentration auf die Zielgruppe	Durchführung des gleichen Programms über lange Zeit „tötet“ MitarbeiterInnen
Bereitstehender Zeitrahmen wird vollständig ausgefüllt	InterpretInnen sind in der Durchführung durch das Programm gebunden
Trotz Kleingruppenarbeit schlüssiger, aufeinander abgestimmter Verlauf	Spontane Begegnung mit programmfernen Phänomenen ist eingeschränkt
Passende Medien und Methoden können vorbereitet werden und sind im richtigen Augenblick bei der Hand	Hoher Vorbereitungsaufwand wird erst ab einem bestimmten Umfang wirklich effektiv
Ergebnisse einer Evaluation können unmittelbar umgesetzt werden	Evaluation ist unverzichtbar, um Fehler nicht zu multiplizieren

Die deutlichsten Vorzüge bieten Programme dort, wo wenige MitarbeiterInnen in kurzer Zeit sehr viele Veranstaltungen durchführen und dazu eine Vielzahl von saisonalen Hilfskräften einarbeiten und koordinieren müssen. Die Arbeit im Nationalpark Sächsische Schweiz stützt sich vorrangig auf zielgruppenspezifische Tagesprogramme für Schulklassen. Jährlich werden dort 5000 bis 10000 Kinder und Jugendliche erreicht. Schwierigkeiten ergeben sich, wenn die Hilfskräfte zu häufig in den gleichen Programmen zum Einsatz kommen oder noch nicht ausreichend aufeinander eingespielt sind. Dann kann ein Programm auf die beabsichtigten Bildungsprozesse unter Umständen hemmend wirken. Bei entsprechender Praxis im Team laufen aber auch komplexe Programme mehr und mehr im Hintergrund ab, während sich das fruchtbare Zusammenspiel zwischen Phänomen, TeilnehmerIn und InterpretIn weitgehend ungestört entfaltet.

Standardprogramme machen nur dort Sinn, wo in einem Schutzgebiet viele BesucherInnen zu verzeichnen sind. Richtet sich die Bildungsarbeit an die regionale Bevölkerung, so sind andere Methoden erforderlich. So bietet das Biosphärenreservat Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft Kindern im Rahmen des Projektes „Kinder der Dörfer“ Gelegenheit, über längere Zeit von den MitarbeiterInnen der Verwaltung betreut zu werden.



## Einsatz von Hilfskräften in Bildungsprogrammen

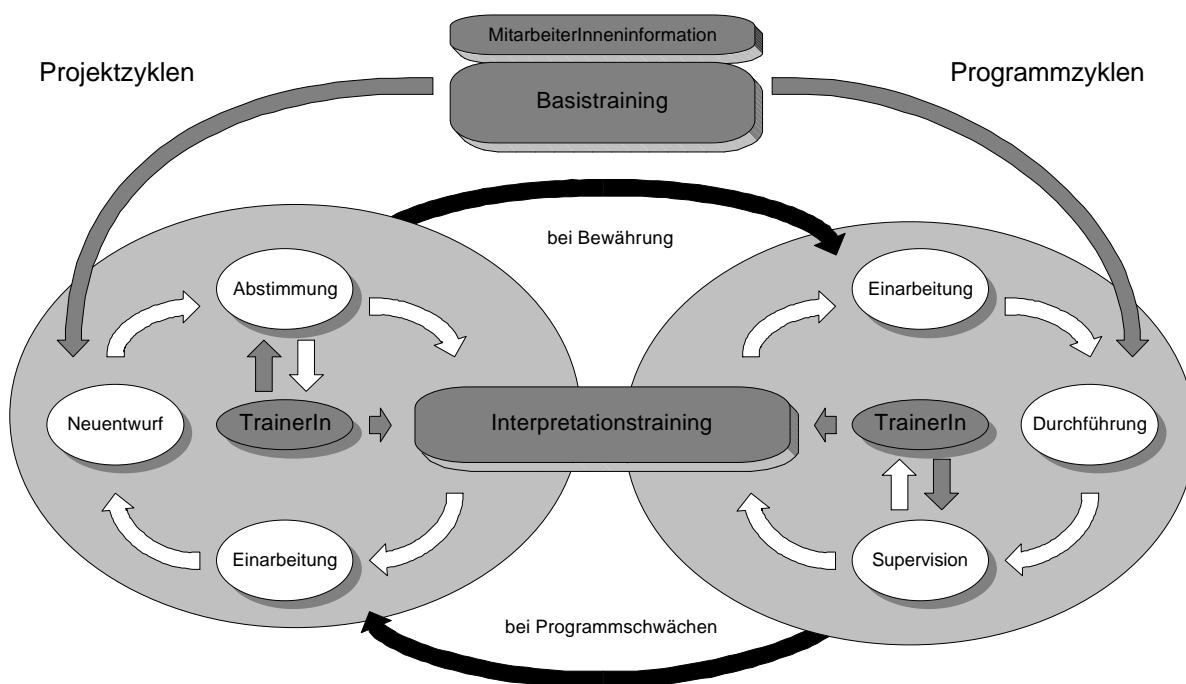
Die Erarbeitung von Bildungsprogrammen durch entsprechende Projektteams, ihre Auswertung, die Einarbeitung neuer Ansätze und die ständige Überprüfung und Überarbeitung der Materialien verläuft in Projektzyklen.

2.1.2  
23

Bildungsprogramme müssen lange Zeit erprobt werden, bevor sie sich den Rahmenbedingungen nahezu optimal angeglichen haben. Sie werden deshalb in den ersten Jahren ihres Einsatzes kontinuierlich weiterentwickelt. Im Nationalpark Sächsische Schweiz hat es sich bewährt, den Zyklus dieser Weiterentwicklung der im Jahresverlauf schwankenden Nachfrage anzupassen. Die einzelnen Entwicklungsphasen des Programmzyklus lassen sich dabei den vier Jahreszeiten zuordnen:

Frühjahr	Auswahl und Einarbeitung des MitarbeiterInnenstabes
Sommer	Durchführung und Protokollierung der Programme
Herbst	Auswertung der Erfahrungen vom Sommer
Winter	Überarbeitung der Programme und Aktualisierung der Trainingsinhalte.

Beide Zyklen stehen miteinander in Verbindung. Programme, die deutliche Schwächen aufzeigen, können so erneut einen Projektzyklus durchlaufen. Den Zyklen beigeordnet ist ein System zur fortlaufenden Information und Schulung von neuen MitarbeiterInnen.



Der Einsatz dieses Systems kann sehr effektiv sein, wenn eine bestimmte Mindestanzahl von geeigneten, über Praktikums- oder Honorarverträge beschäftigten MitarbeiterInnen mit der Entwicklung und Durchführung einer Mindestanzahl von Programmen betraut wird. Fast alle im Nationalpark Sächsische Schweiz eingesetzten Bildungsprogramme wurden durch – entsprechend betreute – Hilfskräfte erarbeitet. Dabei wurden bis zu 50 Hilfskräfte im Verlauf einer Saison eingesetzt.



## Aus- und Fortbildung von Hilfskräften im Bildungsbereich

Hilfskräfte können unsere Bildungsarbeit kostengünstig und in bedeutendem Umfang unterstützen. Im Gegenzug – und selbstverständlich auch, um eine hohe Qualität dieser Arbeit zu gewährleisten – sollten wir dort, wo wir mehrere Hilfskräfte gleichzeitig einsetzen, auch entsprechende Fortbildungsangebote bereithalten. 2.1.2  
24

Wir unterscheiden Hilfskräfte, die über staatliche Stellen vermittelt worden sind (FÖJ, Zivildienstleistende) von solchen, die über einen Zeitvertrag (z. B. einen Praktikantenvertrag) oder auf Honorarbasis tätig werden. ABM-Kräfte und ehrenamtliche Mitarbeiter rechnen wir nicht zu den Hilfskräften.

Im Nationalpark Sächsische Schweiz hat sich für alle im Bildungsbereich in der Betreuung von Schulklassen eingesetzten Hilfskräfte ein fünfstufiges Aus- und Fortbildungssystem bewährt (vgl. Abb. S. 25):

1. Vorfeldinformation
2. Basistraining
3. Einarbeitung
4. Supervision
5. Interpretationstraining

Jeweils zu Beginn des Jahres gehen zahlreiche Bewerbungen aus dem gesamten Bundesgebiet ein. In der ersten Phase erhalten alle MitarbeiterInnen, deren Bewerbung für die bevorstehende Saison angenommen wurde, jeweils im Februar ein Infopaket mit Materialien zum Nationalparkgedanken, zum Elbsandsteingebirge, zur Bildungsarbeit im Nationalpark sowie das Programmheft für ein Bildungsprogramm. In der zweiten Phase durchlaufen die BewerberInnen – jeweils Anfang April - ein ein- bis zweiwöchiges Intensivtraining in der Nationalpark-Bildungsstätte Sellnitz, in dessen Verlauf die Grundlagen zur Naturausstattung und zur Didaktik im Nationalpark in Theorie und Praxis erläutert werden. Die Einarbeitung in die Bildungsprogramme für Schulklassen erfolgt unmittelbar nach den Osterferien (Saisonbeginn) – nach Möglichkeit durch Hilfskräfte, die schon im Vorjahr im Einsatz waren. Nach zwei Wochen findet eine erste Supervision statt. Das heißt: ein/e erfahrene/r MitarbeiterIn begleitet eine/n unerfahrene/n in einem Programm und fertigt für ihn/sie ein Supervisionsprotokoll an. Dieses Protokoll wird gemeinsam besprochen. Es gibt zum einen über den Überarbeitungsbedarf der einzelnen Programme, zum anderen über den Trainingsbedarf der MitarbeiterInnen Aufschluss. Etwa monatlich findet nun ein eintägiges Interpretationstraining statt, in dessen Verlauf neue Programmelemente ausprobiert werden und an den Schwächen der Hilfskräfte gearbeitet wird. Der mehrfache Wechsel von Supervision und Interpretationstraining zieht sich bis zum Saisonende (Beginn der Herbstferien) hin.

Das System im Nationalpark Sächsische Schweiz setzt i. w. auf ein On-the-Job-Training, bei dem die Betreuung von bis zu 25 Hilfskräften durch eine/n TrainerIn möglich ist, weil sich die Hilfskräfte mit Hilfe geeigneter Materialien gegenseitig zur Verbesserung ihrer Leistungen anregen.

Neben ihrer Arbeit im Programmbereich sind alle Hilfskräfte in Projektteams organisiert, die neue Programme erarbeiten und so die Bildungsarbeit im Nationalpark voranbringen.



## Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit (PR = Public Relations) ist die Selbstdarstellung und das Werben um das Vertrauen der Öffentlichkeit (vgl. 2.1.1 - S. 1). 2.1.2

Das Engagement, das für dieses Ziel aufgewandt wird, muss jedoch im Verhältnis stehen zur Größe unserer Einrichtung und zu ihren eigentlichen Aufgaben. Die großen Organisationen, Ministerien und Wirtschaftsunternehmen unterhalten gut strukturierte und personalstarke PR-Abteilungen. Die Palette ihrer Maßnahmen reicht weit: von der Auswertung von Agenturmeldungen bis zu Pressekonferenzen, von der Bereitstellung von Werbegeschenken bis zur Aktions-Show, vom Messeauftritt bis zum Sponsoringvertrag. Da nehmen sich unsere Aktivitäten vor Ort wesentlich bescheidener aus.

In Sachsen sind nur zwei Fachbehörden aus dem grünen Bereich – die Nationalpark- und die Biosphärenreservatsverwaltung – mit je einer Stelle für die Öffentlichkeitsarbeit gesegnet. In allen anderen Fällen muss die Öffentlichkeitsarbeit von der Behördenleitung oder von anderen MitarbeiterInnen „nebenher“ geleistet werden.

Folgende Maßnahmen sollten wir trotzdem bewerkstelligen können:

- ⇒ **Erstellen eines Pressespiegels** - Sammeln und Sortieren von Berichten zu unserem Engagement aus der Tagespresse, den Nachrichtenmagazinen und der Fachpresse, um z. B. im Rahmen von Dokumentationen darauf zurückgreifen zu können
- ⇒ **Aufbau eines Bildarchivs** - Sammeln und Ordnen von Aufnahmen zu Flora und Fauna, Personen und Ereignissen. Insbesondere bei jahreszeitlich wiederkehrenden Aktionen sind so schnell Bilder für die Informations- und Pressearbeit verfügbar.
- ⇒ **Aufbau einer Beziehung zur Lokalpresse** – persönliche Kontaktaufnahme zu den MitarbeiterInnen, die bei den regionalen Zeitungen für unseren Bereich zuständig sind. So erfahren wir u. a., wann sich eigene Beiträge günstig positionieren lassen.
- ⇒ **Verschicken von Pressemeldungen zu besonderen Ereignissen** – vgl. S. 30
- ⇒ **Einladung zum Pressetermin vor Ort oder zum Pressegespräch** – vgl. S. 29
- ⇒ **Zusammenarbeit mit Kommunen, Vereinen und Verbänden** – Anwesenheit bei Veranstaltungen von lokaler und regionaler Bedeutung; Leistung geeigneter Beiträge von hohem Aufmerksamkeitswert (vom Infostand bis zum Sägewettbewerb)
- ⇒ **Aktionen und Wettbewerbe** – Organisation zeitlich begrenzter Veranstaltungen (z. B. „Aktion Sauberes Gebirge“) und Ausschreibung von Wettbewerben (z. B. Mal- und Zeichenwettbewerb) in Zusammenarbeit mit PartnerInnen aus der Region

Öffentlichkeitsarbeit ist eine langfristige und kontinuierliche Angelegenheit. Um Konflikten vorzubeugen und die eigene Akzeptanz zu fördern, sollte der Kontakt zu allen externen Dialoggruppen in der Region (insb. den Naturnutzern) beständig gepflegt und ausgebaut werden.

Auch der internen Kommunikation kommt aber ein wesentlicher Stellenwert zu. Damit die Öffentlichkeitsarbeit als zentrale Querschnittsaufgabe erfolgreich sein kann, muss sie die Aufgabenfelder sämtlicher Arbeitsbereiche durchdringen, darf sie nicht von der Leitung der Behörde, des Verbandes oder des Schutzgebietes losgelöst werden.



## Spontane Begegnungen mit Presse und Rundfunk

Die Begegnung mit Presse und Rundfunk stellt uns vor folgende Schwierigkeit: Während wir einerseits ein lockeres Vier-Augen-Gespräch führen, sprechen wir andererseits selten vor so großem Publikum. In keiner anderen Situation kann das „Verplappern“ so folgenreich sein; und diese Tatsache setzt oft auch Profis unter Druck.

2.1.2

26

Um erfolgreich mit Presse und Rundfunk kommunizieren zu können, müssen wir uns zunächst einmal „nach oben“ absichern. Eine Vereinbarung, die einen Pressekontakt grundsätzlich unterbindet, wäre sicher nicht im Interesse der Schutzgebietsverwaltung. Es muss aber klar sein, wo unsere Kompetenz endet. Auch in diesem Grenzbereich dürfen wir Fragen allerdings nicht – etwa mit einem knappen „Kein Kommentar“ - abblocken. Es ist die Pflicht der Presseleute, Unstimmigkeiten aufzudecken; und die Aussage zu verweigern, ist in jedem Fall ein Verdachtsmoment für eine Unstimmigkeit. Wo genug Zeit bleibt, sollten wir die unsichere Information recherchieren und nachliefern oder an den für den/die Information Zuständige/n verweisen. Die „Notbremse“ im Lifeinterview ziehen wir, wenn wir selbst Informationen anbieten, die uns wichtig sind – und nach denen eigentlich gar nicht gefragt wurde (was PolitikerInnen sehr häufig tun).

Es soll hier aber nicht der Eindruck entstehen, als würden wir in Pressegesprächen ständig in die Enge getrieben. Die Regel besteht darin, dass wir selbst Gelegenheit bekommen, frei zu einem Thema Stellung zu nehmen. Hier hilft der sogenannte **Fünfsatz**:

1. Angebot: „Meine Kompetenz umfasst... In diesem Rahmen antworte ich gern.“
2. These: „Wenn es um XY geht, hört man ja oft...“
3. Gegenthese: „Andererseits wird die Position vertreten...“
4. Synthese: „Wir sind nun zu dem Schluss gekommen, dass...“
5. Appell: „Deshalb sollten wir alle gemeinsam...“

Unsere Stellungnahme sollte nicht den Verdacht nahe legen, dass sich unsere persönliche Auffassung nicht mit der unserer Einrichtung deckt („Also, wenn Sie meine ganz private Meinung hören wollen...“). Sie darf außerdem keine Notlügen oder ungenauen „Fakten“ enthalten; enthüllte Falschmeldungen ergeben besonders lukrative Stories – zu unserem Nachteil. Wenn ReporterInnen unsere Meinung mit ihren Worten zusammenfassen, müssen wir besonders aufmerksam sein. Wird ein Interview schriftlich wiedergegeben, so sollten wir vor der Veröffentlichung um die Zusendung des Skripts bitten.

Bei Radiointerviews ist es wichtig, dass wir knappe Aussagen machen und möglichst wenige Füllsilben („em“, „äh“, ...) einbauen. Längere Pausen zwischen den Sätzen lassen sich dagegen oft nachträglich herauschneiden. Beim Fernsehen fallen zudem unser äußeres Erscheinungsbild, unsere Mimik und unsere Gestik ins Gewicht. Wir sollten also so auftreten, wie wir das von unseren Führungen her gewohnt sind.

Wird ein Gespräch im voraus vereinbart, so sollten wir nach dem Thema und dem Zweck fragen, um schon im Vorfeld entsprechend recherchieren zu können. Besonders Fachzeitschriften suchen oft nach spezifischen Informationen für ein ganz bestimmtes Publikum, auf die wir uns dann gezielter vorbereiten können.

Die beste Versicherung für eine Berichterstattung in unserem Sinn ist der Aufbau von persönlichen und dauerhaften Kontakten zu VertreterInnen von Presse und Rundfunk.



## Das Pressegespräch und der Presstetermin vor Ort

Wenn der Ministerpräsident wichtiges zu verkünden hat, veranstaltet seine Pressestelle eine Pressekonferenz. Das sollten wir nicht tun. Mit dem Begriff „Pressekonferenz“ ist für die Presseleute ein ganz bestimmtes Ritual verbunden. Etwas weniger formell geht es aber beim Pressegespräch zu, zu dem auch wir einladen können.

2.1.2

27

Ein **Pressegespräch** sollte einen konkreten Anlass haben und an einem gut erreichbaren Ort zu einem – für die PressevertreterInnen – günstigen Zeitpunkt stattfinden. Günstig ist ein Termin unter der Woche, wobei für die Tagespresse nur der Vormittag, notfalls auch der Abend in Frage kommt. Ein Verteiler, der dafür sorgt, dass kein/e PressevertreterIn vergessen wird, sollte zu diesem Zweck stets abrufbereit sein; wenn die Zahl der VertreterInnen überschaubar ist, kann aber auch eine telefonische Vorabsprache Sinn machen, um herauszubekommen, ob der vorgesehene Termin nicht schon anderweitig belegt ist. Von unserer Seite sollten die Leitung (die offiziell zum Gespräch eingeladen hat) und alle MitarbeiterInnen anwesend sein, deren Fachwissen im Verlauf des Gesprächs von Bedeutung sein könnte. Auf wahrscheinliche Fragen der JournalistInnen sollten sich alle anwesenden MitarbeiterInnen gut vorbereiten.

Ein Pressegespräch könnte folgenden Ablauf haben: Die Leitung begrüßt die TeilnehmerInnen und stellt die eigenen MitarbeiterInnen vor. In einem kurzen, präzisen und für die Presseleute ergiebigen Eingangsreferat erläutert ein/e MitarbeiterIn den Punkt, der Anlass des Gesprächs ist. Wenn das zuvor vereinbart wurde, kann es hier schon Zwischenfragen geben. Ansonsten findet im Anschluss daran eine Diskussion statt. Die Diskussionsleitung – das sind mglw. wir selbst - muss dafür sorgen, dass die Diskussion in Gang kommt, und dass die Redebeiträge knapp und verständlich sind.

Insgesamt sollte ein Pressegespräch nicht länger als eine Stunde dauern, wobei sich die Zeit etwa zur Hälfte auf eigene Beiträge und zur Hälfte auf die Beantwortung von Fragen aufteilt. Für die PressevertreterInnen sollten vor dem Gespräch Pressemappen verteilt werden. (JournalistInnen, die ihre Teilnahme absagen, bekommen die Pressemappe zugeschickt.) Eine Pressemappe enthält

- ⇒ die Pressemitteilung („Waschzettel“)
- ⇒ eine Namensliste der anwesenden MitarbeiterInnen (mit Funktionsbezeichnung)
- ⇒ eine stichwortartige Vorstellung der Einrichtung (Fact Sheet)
- ⇒ zur Veröffentlichung geeignete Fotos und/oder Graphiken.

Für die Zeit nach dem Gespräch können Getränke und ein Imbiss bereitgehalten werden.

Ein **Presstetermin vor Ort** (also im Gelände) hat einen ganz anderen Charakter. Er eignet sich dann, wenn etwas außergewöhnliches ansteht (etwa der Einsatz eines Zapfenpflückers) – und die Presse nach längeren Beiträgen sucht, um in der „Saure-Gurken-Zeit“ (meist im Sommer) ihre Seiten zu füllen. Dann ist Raum für eine längere Reportage (z. B. vom Tagesablauf eines Waldarbeiters), ein Porträt (z. B. einer Naturwachtmitarbeiterin) oder eine Dokumentation (z. B. von der Rückkehr der Lachse in die Elbe).

Presstetermine vor Ort haben den Vorteil, dass wir „in unserem Element“ sind. Wir können uns in der Öffentlichkeit aktiv (und nicht verhindernd) präsentieren – und von einer menschlichen Seite, die uns mit hoher Wahrscheinlichkeit sympathisch macht.





## Die Pressemitteilung

Während einerseits Presse und Rundfunk auf uns zugehen, und wir auf entsprechende Fragen reagieren müssen, haben wir andererseits die Möglichkeit, selbst gezielt Mitteilungen zu lancieren. In der Regel richten sich solche Mitteilungen an die Presse.

2.1.2

28

Eine Pressemitteilung kann aus vier Teilen bestehen:

- a. dem Titel
- b. dem Untertitel
- c. einem fett gedruckten Vorspann (Meldung) und
- d. einem längeren, erläuternden Text (Bericht).

Sehr wirkungsvoll ist außerdem ein Bild mit einem prägnanten Bildtext. Viele LeserInnen überfliegen die Zeitungsseite, lesen den Titel und betrachten kurz das Bild. Manche lesen auch den Untertitel und den Vorspann bzw. den Bildtext. Nur wenige vertiefen sich in den vollständigen Text. Oft kürzt die Redaktion unsere Mitteilung – und zwar von hinten nach vorn. So kann ein längerer Bericht durchaus auf Titel und Meldung zurückgestutzt werden. Entsprechend muss unsere Nachricht aufgebaut sein.

Es gilt der Grundsatz: **Das Wichtigste zuerst**. Die Botschaft steht im Titel, der zusammen mit Untertitel bzw. Vorspann die **sechs W's** einer Nachricht beantworten sollte:

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Was?</li> <li>2. Wer?</li> <li>3. Wann?</li> <li>4. Wo?</li> </ol> | } | Diese Angaben gelten als unverzichtbar. |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Wie?</li> <li>6. Warum?</li> </ol>                                 | } | Diese Angaben dienen der Ergänzung.     |

### z. B. **Wanderfalken fliegen wieder**

Fünf Jungfalken<sup>1</sup> hat die Nationalparkwacht<sup>2</sup> in der vergangenen Woche<sup>3</sup> am Lilienstein<sup>4</sup> ausgewildert. Die Falken, die zunächst noch mit Tauben gefüttert werden<sup>5</sup>, sollen ihrer Art die Rückkehr in die Sächsische Schweiz ermöglichen<sup>6</sup>.

Diese Meldung ist im Prinzip vollständig. Sie kann jetzt zum Bericht ausgebaut werden, in dem wir die Hintergründe – etwa zum Verschwinden der Wanderfalken - erläutern und Hinweise geben, wie die LeserInnen zum Gelingen der Aktion beitragen können. Für die Erarbeitung des Textes gilt gleiches wie für die Gestaltung von Printmedien (s. S. 21/22).

Als Bilder sind – für Zeitungen ohne Farbbilder - scharfe und aussagekräftige SW-Abzüge am besten geeignet. Da Bilder in einer Zeitungsredaktion oft getrennt bearbeitet werden, muss auf der Rückseite neben dem Bildtext deren Zugehörigkeit eindeutig vermerkt sein. Fotos sollten Informationswert haben. Im Beispiel oben wäre das - formatfüllende - Bild eines fliegenden Wanderfalken vor der Kulisse des Liliensteins ideal.

Eine Pressemitteilung trägt den deutlich sichtbaren Titel „Pressemitteilung“. Sie ist – um redaktionelle Anmerkungen zu ermöglichen - im 1½-Zeilen-Abstand ausgedruckt, oben rechts mit Ort und Datum und unten rechts mit der Anzahl der Wörter und Zeichen versehen. Auf der Mitteilung ist zudem der Ansprechpartner mit Telefonnummer vermerkt. Ein Begleitschreiben liegt der Pressemitteilung, die meistens gefaxt wird, nicht bei.



## Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit im Zeichen der Agenda 21

Im Jahr 1992 wurde in Rio de Janeiro, auf der bislang größten Konferenz der Vereinten Nationen, die Agenda für eine sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung im 21. Jahrhundert (kurz: Agenda 21) verabschiedet.

2.1.2

29

Die Agenda 21 verfolgt weltweit i. w. zwei Ziele:

1. die Bewältigung der Krise der Natur und
2. die Bewältigung der Krise der internationalen Gerechtigkeit.

In den 40 Kapiteln der Agenda wird u. a. die Notwendigkeit der Schaffung querschnittsorientierter Entscheidungsstrukturen (Kap. 8), die wichtige Rolle von Nichtregierungsorganisationen bei der Vorbereitung und Umsetzung entsprechender Entscheidungen (Kap. 27) und die Bedeutung einer vorsorgenden Erziehung, Ausbildung und Sensibilisierung (Kap. 36) betont.

Alle Maßnahmen, die im Rahmen der Agenda 21 ergriffen werden, sollen den ökologischen, den ökonomischen und den sozialen Belangen von Mensch und Umwelt gleichermaßen Rechnung tragen.

Die vom Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie um Ernst Ulrich von Weizsäcker 1995 erarbeitete Studie *Zukunftsfähiges Deutschland* („Wuppertalstudie“) stellt den derzeit überzeugendsten Versuch dar, die Grundsätze der Rio-Konferenz auf Deutschland zu übertragen. Die Nicht-Regierungs-Organisationen haben sich im Forum Umwelt und Entwicklung zusammengeschlossen, um die Agenda-Arbeit kontinuierlich voranzutreiben, und zahlreiche Städte und Kreise arbeiten derzeit auch in Sachsen an lokalen bzw. regionalen Agenden.

Für die Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit „im grünen Bereich“ haben die Ergebnisse von Rio weitreichende Folgen. Die „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ hat sich mittlerweile als neues Leitbild durchgesetzt, für das – bspw. von der Bundesarbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung (ANU) - eine Reihe von Qualitätskriterien erarbeitet wurde. So sollten bei entsprechenden Bildungsmaßnahmen

- ⇒ ein Alltagsbezug für die Zielgruppen gegeben und konkrete Handlungsmöglichkeiten vorhanden sein.
- ⇒ die kreative Mitgestaltung (Gestaltungskompetenz) gefördert und entsprechende Schlüsselqualifikationen vermittelt werden.
- ⇒ vorrangig Methoden zum Einsatz kommen, die auf Kooperation und Selbstbestimmung beruhen.
- ⇒ den TeilnehmerInnen zunehmend eigene Entscheidungs- und Handlungskompetenzen zugewiesen werden.

Die Agenda 21 ist der erste Versuch einer internationalen Beantwortung der anstehenden existentiellen Fragen der Menschheit. Sie kann nicht alle Probleme lösen, und nicht alle Staaten sind gleichermaßen um eine Lösung bemüht. Die Europäische Union hat auf diesem Feld eine Vorreiterrolle übernommen. Und wir können die Möglichkeit nutzen, unsere Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit auf der Grundlage unserer Erfahrungen im Sinne der Agenda 21 fortzuentwickeln und so unseren Teil dazu beizutragen, dass die Erde auch künftigen Generationen als Lebensraum erhalten bleibt.



## Wir erarbeiten eine Kurzinterpretation

	Aufgabenstellung	Anmerkungen	Zeitbedarf ca.
1.	Sucht Euch im Untersuchungsgebiet drei ansprechende <u>Phänomene</u> .	Stellt Euch vor, Ihr seid zum erstenmal im Gebiet; was wäre dann aus Eurer Sicht reizvoll?	10 Minuten
2.	Formuliert zu jedem Phänomen fünf <u>Botschaften</u> .	Benutzt die weißen Kärtchen, um die Botschaften jeweils am Phänomen sichtbar zu machen.	20 Minuten
3.	Entwickelt bei jedem Phänomen die jeweils vielversprechendste Botschaft zur <u>Leitidee</u> fort.	Ersetzt jeweils ein weißes durch ein gelbes Kärtchen. Formuliert Eure Leitideen aus!	15 Minuten
4.	Entscheidet Euch für ein Phänomen mit seiner Leitidee.	Gibt es ein Phänomen, das Ihr besonders gern interpretieren möchtet, und wozu Euch gleich etwas einfällt?	5 Minuten
5.	Leitet aus dem Erscheinungsbild Eures Phänomens unter Berücksichtigung Eurer Leitidee drei prägnante <u>Aussagen</u> ab.	„Nach meiner Darbietung sollen die BesucherInnen erfahren haben, dass...“ - auch für Aussagen geeignet	10 Minuten
4.	Überlegt, wie Ihr die Aussagen unter Verwendung von ⇒ Trittsteinen ⇒ Fragetechniken ⇒ Hilfsmitteln am besten „an den Mann bringt“.	Heftet Eure Leitidee oben auf Eure Arbeitsunterlagen, damit Ihr sie im Auge behaltet!	30 Minuten
5.	Übt Eure Kurzinterpretation. Entscheidet Euch gemeinsam, wer sie später vor allen anderen präsentieren soll.	Alle Gruppenmitglieder spielen der Gruppe die Interpretation einmal so vor, wie sie sie BesucherInnen präsentieren würden. Dabei werden die anderen Gruppenmitglieder gesiezt! Was lässt sich verbessern?	30 Minuten

2.1.2

A'

- Beschränkt Euch bei den Fakten auf die Kenntnisse, die Ihr selbst habt.
- Arbeitet nur mit einfachen Mitteln, bzw. mit dem, was die Natur Euch vor Ort bietet.
- Führt wenige Ideen sorgfältig aus, anstatt viele anzureißen.
- Versucht, den Zeitplan einzuhalten.



## Wir erarbeiten eine Führung

	Aufgabenstellung	Anmerkungen	Zeitbedarf ca.
1.	Geht die Route ab, die für Eure Führung in Frage kommt. Einigt Euch auf ein <u>Themenfeld</u> .	Dem Themenfeld müssen sich in der Folge alle Phänomene unterordnen.	10 Minuten
2.	Formuliert eine <u>Haupt-Leitidee</u> entsprechend den Phänomenen, die Ihr für geeignet haltet.	Nach meiner Darbietung sollen meine BesucherInnen erfahren haben, dass...	5 Minuten
3.	Wählt – passend zur Haupt-Leitidee - vier <u>Phänomene</u> aus. Untersucht ihre <u>Botschaften</u> und skizziert ganz grob die vier nachgeordneten <u>Leitideen</u> .	Nach meiner Darbietung sollen die BesucherInnen erfahren haben, dass... Jede Leitidee muss sich konkret verorten lassen!	15 Minuten

2.1.2

A:

Arbeit in Zweiergruppen...

4.	Untersucht Phänomen und Umfeld ⇒ Erarbeitet Eure Leitidee ⇒ drei wesentliche <u>Aussagen</u> ⇒ die Art, wie Ihr die Aussagen in 5-7 min. für BesucherInnen aktiv erfahrbar machen wollt ⇒ Verbindungen zur Lebenswelt Eurer BesucherInnen.	Schreibt die Haupt-Leitidee ganz dick auf eine Karteikarte, damit Ihr sie im Auge behaltet. Nutzt die gelben Karteikarten und die Erläuterungen auf dem Blatt „Strukturieren eines Interpretationsgangs mit Hilfe von Objektkarten“.	45 Minuten
----	--	---	------------

...und wieder in der ganzen Gruppe

5.	Stellt Eure Leitideen zu einer attraktiven Führung zusammen. (Dauer: ca. 30 min.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ attraktiver Einstieg</li> <li>▪ direkte Bezüge zu den Phänomenen im Hauptteil</li> <li>▪ appellartiger Schluss</li> </ul>	15 Minuten
6.	Einigt Euch darauf, wer die Phänomene präsentiert; vier von Euch spielen gemeinsam eineN FührerIn. Spielt die Führung für Euch einmal kritisch durch.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ „BesucherInnen“ siezen</li> <li>▪ während der Präsentation nicht auf die Metaebene („Und hier wollte ich eigentlich noch...“) wechseln</li> </ul>	30 Minuten

Falls Ihr dann noch Zeit habt:

7.	Formuliert einen Aufmacher, mit dem Ihr – z. B. auf einem Aushang – für Eure Führung werben wollt.	Der Aufmacher soll das Interesse der BesucherInnen wecken und ihre Aufmerksamkeit auf Euer Themenfeld ziehen	
----	--	--	--



## Wir begleiten eine Führung

1. Geht alle Fragen auf diesem Blatt gemeinsam durch. Wo ist etwas unklar?
2. Teilt Euch dann innerhalb Eurer Gruppe auf drei Untergruppen auf, von denen Gruppe 1 während der Führung auf die InterpretInnen Gruppe 2 auf deren Umgang mit den Naturgegenständen Gruppe 3 auf die Integration der TeilnehmerInnen achtet.
3. Notiert Euch nach der Führung kurz Stichpunkte zu den folgenden Fragen.

2.1.2

A:

### für alle: Gesamteindruck

- War die Führung rund (Spannungsbogen)?
- Was war am besten?
- Wo war der Höhepunkt?
- Wo war der Tiefpunkt?
- Was könnten die Leitgedanken zu Thema und Themenfeld gewesen sein?
- Welche Botschaften habt Ihr aufgenommen?

### nur für Gruppe 1: Verhalten der InterpretInnen

- Waren die InterpretInnen nach Eurer Einschätzung authentisch?
- Sind alle ihre Ausführungen verständlich gewesen?
- Haben die InterpretInnen Ihre Botschaften überzeugend 'rübergebracht'?
- Haben Sie dabei unterschiedliche Medien/Methoden eingesetzt?

### nur für Gruppe 2: Umgang mit den Naturgegenständen

- Waren alle Botschaften vor Ort gegenständlich fassbar?
- Wurden die Gegenstände „würdevoll“ präsentiert?
- Wurden die TeilnehmerInnen in die Präsentation mit einbezogen?
- Konnten sie mit den Gegenständen eigene Erfahrungen machen?

### nur für Gruppe 3: Integration der TeilnehmerInnen

- Waren immer alle TeilnehmerInnen auf das Geschehen fixiert?
- Wie oft sind die TeilnehmerInnen zu Wort gekommen?
- Haben die InterpretInnen Impulse aus der Gruppe aufgreifen können?
- Hatten TeilnehmerInnen Gelegenheit, etwas aus ihrer Lebenswelt zu berichten?

### Nach der Führung findet eine Kritikrunde statt

In der Auswertung wird erst die Gruppe, die Ihr begleitet habt, zu Wort kommen. Danach kommt Ihr zu Wort. Es wird positive und negative Kritik geben.

Bitte baut Eure Kritik von den positiven Aspekten ausgehend auf!

Eure Kritik gibt Eure ganz persönlichen Eindrücke wieder; macht das deutlich.

Seid offen. Übt Eure Kritik aber so, wie Ihr glaubt, dass es der/die Kritisierte am besten verträgt bzw. wie Ihr selbst kritisiert werden möchtet.





## Wir entwerfen einen Interpretationspfad

2.1.:

A!

	Aufgabenstellung	Anmerkungen	Zeitbedarf ca.
1.	Geht die Route ab, die für Euren Pfad in Frage kommt. Einigt Euch auf ein <u>Themenfeld</u> .	Gibt es einen Geländeabschnitt, in dem der Naturraum die Pfadstruktur unterstützt?	10 Minuten
2.	Formuliert eine <u>Haupt-Leitidee</u> entsprechend den Phänomenen, die Ihr für geeignet haltet.	Nach Abgehen meines Pfades sollen meine BesucherInnen erfahren haben, dass...	5 Minuten
3.	Wählt – passend zur Haupt-Leitidee - vier <u>Phänomene</u> aus. Untersucht ihre <u>Botschaften</u> und skizziert ganz grob die vier nachgeordneten <u>Leitideen</u> .	Nach der Begegnung mit meinem Phänomen haben die BesucherInnen erfahren, dass... Jede Leitidee muss sich konkret verorten lassen!	15 Minuten

Arbeit in Zweiergruppen...

4.	Untersucht das Phänomen und sein Umfeld. Erarbeitet a) Eure Leitidee b) drei wesentliche <u>Aussagen</u> c) Verbindungen zur Lebenswelt der BesucherInnen d) die Art, Aussagen zu enthüllen e) Möglichkeiten, die BesucherInnen zu aktivieren.	Schreibt Eure Haupt-Leitidee ganz dick auf eine Karteikarte, damit Ihr sie im Auge behaltet. Erinnert Euch an die Abfolge a) Provozieren b) Beziehungen herstellen c) Enthüllen. Überlegt Euch, wo Eure Tafel stehen könnte, und welche Form am geeignetsten ist.	30 Minuten
5.	Formuliert Euren Tafeltext. Wo stehen die BesucherInnen? Wie wollt Ihr die Tafel gestalten? Lässt sich ein überzeugendes Aktionselement daraus machen?	Nutzt zur Texterarbeitung wieder das Arbeitsblatt A3. Überträgt Text und Graphik dann auf den Karton (Abstand zum Rand umlaufend 2,5 cm)	25 Minuten
6.	Stellt Eure Tafel unter Verwendung des Ständers auf.		5 Minuten

...und wieder in der ganzen Gruppe

7.	Geht alle Stationen Eures Pfades gemeinsam ab.	Lest die Tafeln zunächst ohne Kommentar und diskutiert sie erst am Ende.	15 Minuten
8.	Überarbeitet Eure Tafeln – v. a. im Hinblick auf ihre Passfähigkeit.	Nutzt für die endgültige Gestaltung die Rückseite der Kartons.	15 Minuten



## Wir planen die Gestaltung einer Infostelle

Ein neues Förderprogramm für die ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltige Entwicklung im ländlichen Raum ist aufgelegt worden. Gefördert wird u. a. die 2.1.2

### Einrichtung und Betreuung von Informationsstellen zur Heimatgeschichte A€

Eine Projektskizze muss aber bis zum Ende des Monats in Dresden vorliegen.

Eure Einrichtung hat sich für die Beantragung einer Infostelle im Grillenburger Steinbruch entschieden. „Der Chef“ hat ausgerechnet, dass das in Aussicht gestellte Geld für eine Personalstelle und für ein einstöckiges Holzhaus mit einer Grundfläche von etwa 80m<sup>2</sup> reichen könnte. In einer kurzen Beratung wurde festgelegt, dass die Infostelle

- einen Empfangsbereich
- einen Sanitärbereich
- einen Ausstellungsbereich und
- einen Verwaltungsbereich

umfassen sollte. Die Gemeinde hat die Erschließung (Ver- und Entsorgung) für den Fall einer Förderung zugesagt. Drei Leute aus dem Grillenburger Heimatverein haben sich zur Mitarbeit bereiterklärt: ein Architekt würde die Projektierung des Hauses übernehmen, ein Raumgestalter würde sich Gedanken um die Innenausstattung machen, und ein Gartenbauer würde sich um die Planung des Freigeländes kümmern – wenn Eure Einrichtung bis zum Wochenende ein vielversprechendes Konzept vorlegen kann.

Der Chef sagt zu. Da wird er überraschend zu einem Lehrgang abberufen.

Bevor er losfährt, betraut er Euch damit, eine „vernünftige Planung“ – v. a. für den Ausstellungsbereich - auf die Beine zu stellen. Eine Planung, die den Grundsätzen einer modernen Informations- und Bildungsarbeit entspricht, die förderungswürdig ist, die die Heimatfreunde überzeugt, und die zur Grundlage ihrer weiteren Arbeit dienen kann...

#### Aufgabenstellung:

- |   |             |
|---|-------------|
| Legt zunächst den genauen Ort fest, an dem die Infostelle stehen soll.  | ca. 10 min. |
| Macht Euch Gedanken über eine mögliche Haupt-Leitidee und darüber, wie das Gebäude diese Leitidee unterstützen könnte.    | ca. 10 min. |
| Zeichnet einen ersten Grundriss mit den Funktionsbereichen, den Zugängen, Fenstern, usw. ungefähr im M 1:20 (5 cm = 1 m). | ca. 15 min. |
| Entwerft den Ausstellungsbereich, in dem Ihr an drei Phänomenen drei konkrete Aussagen festmacht.                         | ca. 10 min. |
| Teilt Euch auf drei Kleingruppen auf.   | ca. 15 min. |
| Entwerft erste Gestaltungsideen für die drei Bereiche und Titel (ggf. auch knappe Texte) für Eure Interpretationstafeln.  |             |
| Bezieht das Freigelände in die Gestaltung mit ein.  | ca. 10 min. |
| Bereitet eine überzeugende 5-min.-Präsentation Eures Vorschlags vor.  | ca. 10 min. |





## Wir entwickeln ein Bildungsprogramm

	Aufgabenstellung	Zeitbedarf ca.
1.	Bildet Kleingruppen mit drei bis vier Mitgliedern. Nutzt die Ideenkärtchen und Eure Ideenbögen, um Euch in Eurer Kleingruppe ein gemeinsames Konzept für ein Halbtagesprogramm für eine Schulklasse auszudenken.	20 Minuten
2.	Präsentiert Euer Konzept vor der Gesamtgruppe.	5 Minuten
3.	Gemeinsam wählen wir aus den vorgestellten Konzepten zwei aus, die wir weiter bearbeiten wollen und bilden zwei größere Gruppen.	5 Minuten
4.	Untersetzt Euer Konzept in Eurer Gruppe mit geeigneten <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geschichten</li> <li>▪ Spielen und Übungen</li> <li>▪ Gegenständen</li> <li>▪ ...</li> </ul> Gestaltet drei Stationen und sucht im Gelände geeignete Orte aus.	45 Minuten
5.	Stellt Euer „Kurzprogramm“ der anderen Gruppe vor Ort so vor, als würde es sich um eine SchülerInnengruppe handeln.	20 Minuten

2.1.2

A



## Literaturliste

- Barowski, Mike: **Textgestaltung**  
Cornelsen Verlag, Berlin (1997)
- Bogner, Franz: **Das neue PR-Denken**  
Wirtschaftsverlag Carl Ueberreuter, Wien (1990)
- Brückner, Yvonne: **Öffentlichkeitsarbeit von Naturschutzfachbehörden**  
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Uni Leipzig, Leipzig (2000)
- Cornell, Joseph: **Mit Freude die Natur erleben**  
Verlag an der Ruhr, Mülheim (1991)
- Cornell, Joseph: **Mit Kindern die Natur erleben**  
Ahorn Verlag, Prien (1990)
- Donnert, Rudolf: **Am Anfang war die Tafel**  
Lexika Verlag, München (1990)
- Ebers, Sybill et al.: **Vom Lehrpfad zum Erlebnispfad**  
NZH Verlag, Wetzlar (1998)
- Ehlers, Manfred et al.: **Edition 2000** (Katalog)  
Gesellschaft zur Öffentlichkeitsarbeit für Natur- und Umweltschutz, Eddigehausen (2000)
- Gahsche, Jan: **Handbuch für Schutzgebietsbetreuer**  
Bundesverband Naturwacht, Clausthal-Zellerfeld (1997)
- Grözinger, Klaus: **Gestaltung von Plakaten**  
Bruckmann KunstKultur, München (2000)
- Ham, Sam: **Environmental Interpretation**  
North American Press, Golden (1992)
- Honermann, Gudrun: **Umweltinterpretation in den USA**  
Haag + Herchen Verlag, Frankfurt am Main (1993)
- Job, Hubert et al.: **Informations- und Öffentlichkeitsarbeit in Natur und Landschaft**  
Informationszentrum Naturpark Altmühltal, Eichstätt (1993)
- Keating, Michael: **Agenda für eine nachhaltige Entwicklung**  
Centre for Our Common Future, Genf (1993)
- Langner-Geißler, Traute / Lipp, Ulrich: **Pinwand, Flipchart und Tafel**  
Beltz Verlag, Weinheim (1994)
- Lewis, William: **Interpreting for Park Visitors**  
Eastern Acorn Press, 1995
- Loske, Reinhard / Bleischwitz, Raimund: **Zukunftsfähiges Deutschland**  
Birkhäuser Verlag, Basel (1996)
- Märtin, Doris: **Erfolgreich texten!**  
Wilhelm Heyne Verlag, München (1998)



Neal, Arminta: **Help for the Small Museum**  
Pruett Publishing Company, Boulder (1987)

Paschkowski, Astrid et al.: **Rahmenkonzept Umweltbildung in Großschutzgebieten**  
WWF-Naturschutzstelle Ost, Potsdam (1996)

Raffée, Hans / Fritz, Wolfgang / Wiedmann, Peter: **Marketing für öffentliche Betriebe**  
Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart (1994)

Regnier, Kathleen et al.: **The Interpreter's Guidebook**  
University of Wisconsin, Stevens Point (1994)

Schulz von Thun, Friedemann: **Miteinander reden 1**  
Rowohlt Taschenbuch Verlag, Hamburg (1994)

Tilden, Freeman: **Interpreting Our Heritage**  
The University of North Carolina Press, Chapel Hill (1977)

Trapp, Suzanne et al.: **Signs, Trails, and Wayside Exhibits**  
University of Wisconsin, Stevens Point (1994)

Van Matre, Steve: **Earth Education**  
The Institute for Earth Education, Greenville (1990)

Vester, Frederic: **Denken, Lernen, Vergessen**  
Deutscher Taschenbuch Verlag, München (1991)

Veverka, John: **Interpretive Master Planning**  
Falcon Press, Helena (1994)

Weidenmann, Bernd: **Lernen mit Bildmedien**  
Beltz Verlag, Weinheim (1994)

Will, Hermann: **Overheadprojektor und Folien**  
Beltz Verlag, Weinheim (1994)

Zehr, Jeffrey et al.: **Creating Environmental Publications**  
University of Wisconsin, Stevens Point (1994)

## **Materialien des Bildungswerks interpretation für den Nationalpark Sächsische Schweiz:**

### **Waldbilder**

Interpretationsgang für die Klassenstufen 9 bis 12  
Königstein (1994)

### **Nationalpark erfahren**

Bildungsprogramm für die Klassenstufe 3  
Königstein (1995)

### **Supervision**

Hinweise zur Durchführung und Optimierung von Tagesprogrammen im Bildungsbereich  
Königstein (2000)



## Drei Definitionen von Natur- und Kulturinterpretation

*Interpretation is an educational activity which aims to reveal meanings and relationships through the use of original objects, by firsthand experience, and by illustrative media, rather than simply to communicate factual information.*

Interpretation ist ein Bildungsprozess, der - statt nur Faktenwissen weiterzugeben – das Enthüllen von Bedeutungen und Zusammenhängen unter Nutzung originaler Objekte, durch Erfahrungen aus erster Hand und mit veranschaulichenden Mitteln bezweckt.

Freeman Tilden, 1957

*Interpretation is a communication process designed to reveal meanings and relationships of our cultural and natural heritage to the public (visitors) through first-hand experiences with objects, artifacts, landscapes, or sites.*

Interpretation ist ein Kommunikationsprozess, der gestaltet wird, um der Öffentlichkeit (den Besuchern) die Bedeutungen und Zusammenhänge unseres Kultur- und Naturerbes durch Erfahrungen aus erster Hand mit Objekten, Kunsterzeugnissen, Landschaften oder Stätten zu enthüllen.

Interpretation Canada, 1976

*Interpretation is a communication process that forges emotional and intellectual connections between the interests of the audience, and the inherent meanings in the resource.*

Interpretation ist ein Kommunikationsprozess, der gefühlsmäßige und geistige Verbindungen herstellt zwischen den Interessen der Zuhörer und den den Gegenständen innewohnenden Bedeutungen.

National Association for Interpretation, 2000



## Die sechs Grundsätze der Interpretation

In seinem Buch "Interpreting Our Heritage" formulierte Freeman Tilden 1957 sechs "Principles of Interpretation":

1. *Any interpretation that does not somehow relate what is being displayed or described to something within the personality or experience of the visitor will be sterile.*

Interpretation bleibt fruchtlos, wenn sie das, was präsentiert werden soll, nicht mit der Persönlichkeit oder den Erfahrungen des Besuchers in Beziehung setzt.

2. *Information, as such, is not interpretation. Interpretation is revelation based upon information. But they are entirely different things. However, all interpretation includes information.*

Interpretation und Information sind nicht das gleiche. Interpretation ist eine Form der Ent-deckung, die allerdings immer auf Fakten beruht.

3. *Interpretation is an art, which combines many arts, whether the materials presented are scientific, historical or architectural. Any art is in some degree teachable.*

Interpretation ist eine Kunst, die verschiedene Fertigkeiten voraussetzt - ganz gleich, ob es um naturwissenschaftliche, historische oder andere Themen geht.

4. *The chief aim of interpretation is not instruction, but provocation.*

Interpretation möchte den Besucher zu eigenem Denken und Handeln anregen; es geht nicht darum, ihn zu belehren.

5. *Interpretation should aim to present a whole rather than a part, and must address itself to the whole man rather than any phase.*

Interpretation vermittelt Ganzheiten, nicht Teile. Interpretation nimmt den Besucher dementsprechend auch als ganzen Menschen wahr.

6. *Interpretation addressed to children (say, up to the age of twelve) should not be a dilution of the presentation to adults, but should follow a fundamentally different approach. To be at its best it will require a separate program.*

Interpretation für Kinder (etwa bis zum Alter von zwölf Jahren) macht eigene Programme erforderlich. Sie darf nicht aus abgeschwächten Programmen für Erwachsene bestehen.

Übertragung ins Deutsche:  
Bildungswerk interpretation, 1994



## Eigenschaften von MitarbeiterInnen der Naturwacht

1. Welches sind Deiner Meinung nach die drei wichtigsten Eigenschaften, die ein(e) MitarbeiterIn der Naturwacht haben sollte?

2. Bringe die folgenden 20 Eigenschaften in ihrer Bedeutung für Dich als MitarbeiterIn der Naturwacht durch Ziffern in den Kreisen in eine Reihenfolge!

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Begeisterungsfähigkeit | <input type="radio"/> Höflichkeit       |
| <input type="radio"/> Sinn für Humor         | <input type="radio"/> Auffassungsgabe   |
| <input type="radio"/> Ausdrucksfähigkeit     | <input type="radio"/> Zuverlässigkeit   |
| <input type="radio"/> Liebenswürdigkeit      | <input type="radio"/> Kritikfähigkeit   |
| <input type="radio"/> Anpassungsfähigkeit    | <input type="radio"/> Geduld            |
| <input type="radio"/> Durchsetzungsvermögen  | <input type="radio"/> Kontaktfreude     |
| <input type="radio"/> Entschlossenheit       | <input type="radio"/> Hilfsbereitschaft |
| <input type="radio"/> Kompromißbereitschaft  | <input type="radio"/> Einfallsreichtum  |
| <input type="radio"/> Glaubwürdigkeit        | <input type="radio"/> Selbstvertrauen   |
| <input type="radio"/> Gefälliges Auftreten   | <input type="radio"/> Neugier           |

Bildungswerk interpretation 1996

3. Wenn für Dich weitere Begriffe besonders wichtig sind, nenne sie hier!



## Hinweise zur Auswahl guter InterpretInnen

Seit dem frühen 20. Jh. haben die nordamerikanischen Park- und Freizeitorganisationen einige Anstrengungen unternommen, Informationen bereitzustellen und Fragen zu ihren Natur- und Kulturschätzen zu beantworten. Die meisten Anstöße dieser Bemühungen hatten ihren Ursprung in den US-Nationalparks.

Die ersten Interpreten wurden fast ausschließlich aus den Reihen der Naturwissenschaftler ausgewählt. Obwohl diese Auswahl immer noch weit verbreitet ist, basiert sie auf zwei umstrittenen Annahmen. Zum einen ist es zweifelhaft, ob Besucher vorrangig in einen Park kommen, um „gebildet“ zu werden. Zum zweiten besteht kein Zusammenhang zwischen Fähigkeiten in den Naturwissenschaften und der Fähigkeit zu kommunizieren; und wenn, dann könnte es auch ein negativer Zusammenhang sein. Kommunikation aber heißt das Spiel.

Damit Interpretation ihren Zielen der Sensibilisierung, des Bewusstseins, des Verständnisses, der Begeisterung und der Einführung in ihre Themen effektiv nachgehen kann, sind Fähigkeiten auf dem Gebiet der Kommunikation von allergrößter Bedeutung.

### Persönliche Eigenschaften eines Interpreten

Viel ist über die formelle Ausbildung von Interpreten gesagt und geschrieben worden; aber wenig Aufmerksamkeit wurde den grundlegenden Bausteinen gewidmet: den persönlichen Charaktereigenschaften des Interpreten. Obwohl Freeman Tilden angedeutet hat, dass Interpretation in gewisser Weise eine lehrbare Kunst ist, bleibt die Tatsache bestehen, dass einige Menschen bereits Eigenschaften besitzen, die sie auf diesem Feld erfolgreicher machen als andere.

Interpretation kann das Umweltverhalten der Öffentlichkeit grundlegend beeinflussen. Deshalb sollten all jene, die Interpretation organisieren, diese Eigenschaften als Indizien für die Auswahl ihrer Interpreten im Hinterkopf behalten. Auch bei der Beratung von jungen Menschen, die eine akademische Laufbahn einschlagen wollen, sollten diese Anforderungen herausgestellt werden.

### Idealismus

Ganz oben in der Liste der wünschenswerten Eigenschaften eines Interpreten steht zweifelsohne sein Idealismus. Idealismus in Verbindung mit der Realität ist der „Stoff“, dessen Qualität Interpretation ausmacht. Und wenngleich „für etwas zu brennen“ eine wenig eindeutige Bezeichnung für die Beschreibung einer persönlichen Eigenschaft zu sein scheint, sind in dieser Bezeichnung doch noch am ehesten die Qualitäten enthalten, die hier gemeint sind. „Nicht jeder kann sich für alles begeistern“, lässt sich da einwenden. Das mag sein; aber auch nicht jeder kann Interpret werden. Und wenn solche Mitarbeiter gesucht werden, die es können, muss auch die Zeit da sein, die auszuwählen, die diese Eigenschaft tatsächlich mitbringen.

Die folgenden Begriffe sollen die diffuse Bezeichnung „für etwas brennen“ greifbarer machen.

### Begeisterung

Der Begriff ist bereits gefallen. Begeisterung kann helfen, die Schwierigkeiten, die sich jedem in den Weg stellen, zu minimieren. Sie setzt Eifer und Schwung voraus, um zum erwünschten Ergebnis zu führen. Manchmal ist es möglich, ein Leuchten in den Augen des Gegenüber zu sehen, das die gesuchte Eigenschaft verrät. Locker lächelnd und Ideen entwickelnd, ist die begeisterte Person für gewöhnlich der „Selbstläufer“, der keine Aufsicht erfordert.

### Sinn für Humor - und den rechten Blickwinkel

Beides geht Hand in Hand. Nichts ist tödlicher als eine Person, die nie die Komik einer Situation begreift - außer wenn über ihn oder sie gelacht wird, und er oder sie das als Angriff auffasst. Der rechte Blickwinkel bewahrt davor, sich selbst nicht zu ernst zu nehmen. (Andere tun das auch nicht!)

Ein Sinn für beides - Humor und den rechten Blickwinkel - kann an Tagen, wenn nicht alles ganz glatt geht, und der Interpret überrannt wird von einer Menge gehetzter, unglücklicher Besucher mit vielfältigen Ansprüchen, eine große Hilfe sein. Die Unfähigkeit, den rechten Blickwinkel zu bewahren, kann dagegen leicht in ernsthaften Imagekrisen enden.

# interpretation

Training · Planung · Beratung



## Ausdrucksfähigkeit

Das bedeutet im wesentlichen, dass der Interpret fähig sein sollte, sich verständlich zu machen und Vorstellungen klar und ruhig, mit leicht verständlichen Sätzen und gefälligen Wortstellungen zu formulieren. Die Praxis wird diese Fähigkeit sicher fördern. Aber die Ansätze der Fähigkeit, gekonnt vorzutragen, sind schon feststellbar, bevor sie durch Erfahrung weiter ausgeformt werden.

Diese Eigenschaft ist besonders wichtig, weil sie einen starken Einfluss auf die Glaubwürdigkeit und das Image in der Öffentlichkeit hat.

## Selbstvertrauen

Selbstbewusste Menschen regen ihr Umfeld zu derselben Eigenschaft an. Sie müssen nicht an die Hand genommen und neuen Aufgaben entgegengeführt werden. Sie werden stattdessen das Neue als Herausforderung begreifen und generell eine Bereicherung sein, weil sie erfolgreich neue Projekte leiten können.

Ein Merkmal dieser Eigenschaft ist die Fähigkeit einer Person, Blickkontakt zu halten.

## Wärme

Fühlt man sich in der Gegenwart seines Gegenüber wohl, wenn man mit ihm spricht? Menschen mögen Menschen, die sie mögen. Eine warme Ausstrahlung bei Kontakten mit der Öffentlichkeit ist deshalb oft der ausschlaggebende Faktor für ein besucherfreundliches Image.

Es sollte im Gespräch spürbar sein, ob der Gegenüber gern mit Menschen arbeitet oder nicht.

## Haltung

Haltung setzt sich aus verschiedenen Eigenschaften wie Reife, Vertrauen und Wärme zusammen. Menschen mit der richtigen Haltung gehen leicht auf Fremde zu und vermitteln das Gefühl, dass sie sich und die Situation unter Kontrolle haben.

Haltung ist eine Eigenschaft, die mit der Erfahrung und dem Alter wächst.

## Glaubwürdigkeit

Vielleicht besser: die *Wahrnehmung* von Glaubwürdigkeit bezogen auf die Tatsache, dass einige Leute in ihrem Kommunikationsstil das Gefühl vermitteln, dass man ihnen glauben kann. Andere, die „den Mund aufmachen, ohne das Hirn einzuschalten“, tun das nicht. „Besserwisser“ versuchen, ihren Wissensmangel mit einem Wortschwall zu verdecken und damit zu beeindrucken. Das Ergebnis ist selten wünschenswert. Häufiges Stocken und Stolpern sowie die Überbeanspruchung von Worten wie „möglicherweise“, „vielleicht“, „eventuell“, „Ich nehme an“ oder „Wie sie wissen“ erschüttern das Vertrauen der Zuhörer und zerstören die Glaubwürdigkeit.

## Gefälliges Auftreten

Ein Komplex von Wahrnehmungen bzgl. der Charakteristik des Ausdrucks, der Bewegung und der Kleidung des Interpreten veranlasst den Besucher, sich in der Gegenwart der betreffenden Person wohl zu fühlen – oder auch nicht. Wir alle sind uns bewusst, dass manche Menschen kein Wort verlieren müssen, um uns anzuziehen, während andere uns aus verschiedenen Gründen abstoßen.

Eine sorgfältige Beachtung des Bekleidungsstandards zusammen mit der körperlichen Erscheinung, dem Benehmen und persönlichen Eigenarten gibt eine genaue Einschätzung dessen, wie die Person auf andere wirkt.

Wenngleich nicht behauptet werden soll, dass dies eine erschöpfende Liste der persönlichen Eigenschaften ist, auf die bei der Einstellung eines Interpreten geachtet werden sollte, kann sie doch als allgemeine Leitlinie dienen. Es lassen sich sicher weitere, wichtige Eigenschaften finden.

aus: Paul H. Risk in Grant W. Sharpe  
Interpreting the Environment (S. 498/499)  
John Wiley & Sons, Inc., New York (1976)

unkommentiert ins Deutsche übertragen  
von Thorsten Ludwig  
(Bildungswerk interpretation, 1994)





# Formen der Interpretation

## Interpretationselement Kurzinterpretation

### Interpretationspfad

#### Interpretationsgang

- ⇒ verbindet mehrere Phänomene
- ⇒ hat eine Haupt-Leitidee und mehrere nachgeordnete Leitideen
- ⇒ folgt einer Themenlinie

- ⇒ ist an einen Ort gebunden
- ⇒ befasst sich mit nur einem Phänomen
- ⇒ hat nur eine Leitidee

## Interpretationsraum Freie Interpretation

- ⇒ bietet viele Phänomene und Leitideen an
- ⇒ überlässt dem Besucher die Auswahl
- ⇒ entfaltet sich unter einer Haupt-Leitidee in einem Themenkreis

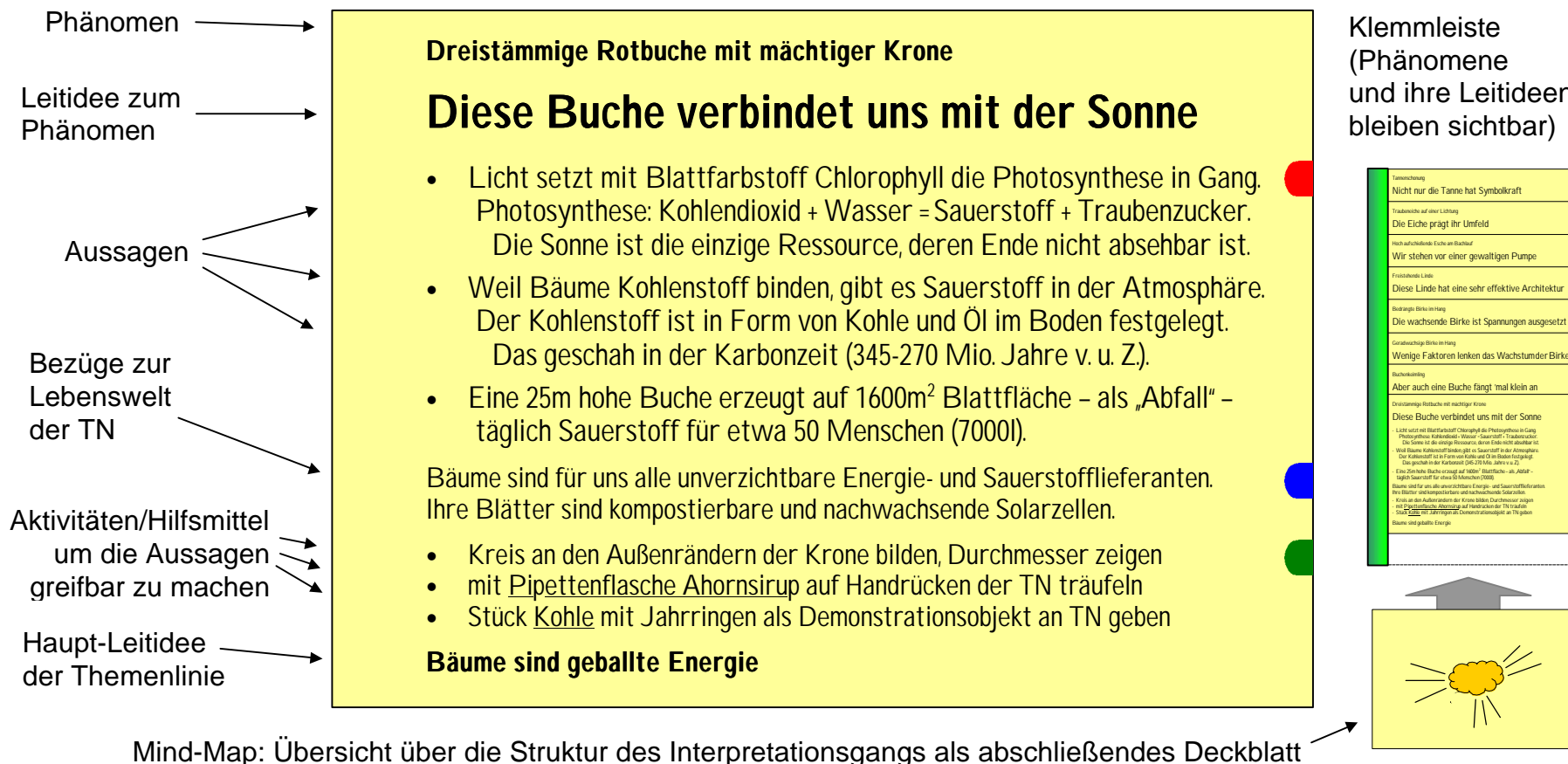
*schwarz:* Mediale Formen

*grau:* Personale Formen



## Strukturieren eines Interpretationsgangs mit Hilfe von Themenkarten

1. Haupt-Leitidee der Themenlinie unten eintragen
2. vor Ort ein dazu passendes Phänomen auswählen
3. Leitidee zum Phänomen formulieren
4. Aussagen formulieren, die die Leitidee unterstützen
5. Bezug zu den TeilnehmerInnen deutlich machen
6. Aktivitäten erarbeiten und Hilfsmittel benennen





## Beispiel für einen Tafeltext

Standardmodul aus dem Besucherleit- und -informationssystem für deutsche Großschutzgebiete (vgl. Pro Natur, 1995)

Tafelform: gerahmtes Einzelmodul als Pulttafel  
 Tafelgröße: 470 x 230 x 26 mm (Modul ohne Rahmen)  
 Material und Ausführung: EDV-gesteuerte Lasergravur auf Ahorn (Leimholz)  
 Imprägnierung: Klarlack seidenmatt (Bootslack)


**Können Sie unter Wasser laufen?**

Die Wasseramsel kann es!

Der spatzengroße Vogel mit weißer Brust sitzt gern auf den Steinen am Ufer.

Ab und an hüpft er ins Wasser und sucht auf dem Bachgrund nach Insekten.

Hier, an der Kirnitzsch, fühlt sich die Wasseramsel wohl. Vielleicht entdecken Sie ja eine...



Der Titel/Text enthält eine Hauptaussage und vier Nebenaussagen zu Habitus/Habitat.

Anzahl der Zeichen:	250	
max. Zeilenlänge in Zeichen:	49	Vorgabe: max. 50
Anzahl der Sätze:	6	Vorgabe: mind. 4 (max. 15 Wörter/Satz)
Anzahl der Wörter im Titel:	5	Vorgabe: max. 10 (Lesezeit: 3 sec.*)
Anzahl der Wörter insgesamt:	50	Vorgabe: max. 100 (Lesezeit: 30 sec.*)
Lesbarkeitsindex (Z:W):	5,0	Vorgabe: < 6,0
Aufnahme in 3 sec. (statist. Ø)*:	[Bild]	
	Können Sie unter Wasser laufen?	
	Die Wasseramsel kann es!	
Lesezeit insgesamt (statist. Ø)*:	15 sec.	
Herausforderung (Provoke):	„Können Sie unter Wasser laufen?...“ „...Vielleicht entdecken Sie ja eine...“	
Bezug zum Besucher (Relate):	„Können Sie unter Wasser laufen?...“ „...Vielleicht entdecken Sie ja eine...“ Auch die Wasseramsel fühlt sich hier wohl.	
Enthüllung (Reveal):	„...Die Wasseramsel kann es!...“ „...Vielleicht entdecken Sie ja eine...“	

\*bei linearer Aufnahme mit einer Lesegeschwindigkeit von 200 Wörtern pro Minute



## Nationalpark Sächsische Schweiz Informationsstelle Amselfallbaude

(Planung: 1991, Eröffnung: Mai 1992)



**Leitidee:** Der Nationalpark Sächsische Schweiz schützt auf kleiner Fläche eine große Vielfalt veränderlicher Lebensräume (Nischen).

**Botschaften:** Sie haben sich durch eine zerklüftete Landschaft bewegt. Die Entfernung, die Sie in ihr zurückgelegt haben, ist relativ gering. Dennoch bietet ihr Strukturreichtum vielen Arten Lebensraum. Der Nationalpark schützt diese „Nischen“ – und ihre Dynamik. Im Jahreslauf ändern die Lebensräume ihren Charakter. So können Sie zu jeder Jahreszeit etwas anderes entdecken...

Abb. I



Verkehrsfläche Ausstellungsbereich (30 m<sup>2</sup>) für 15 BesucherInnen

Abb. I

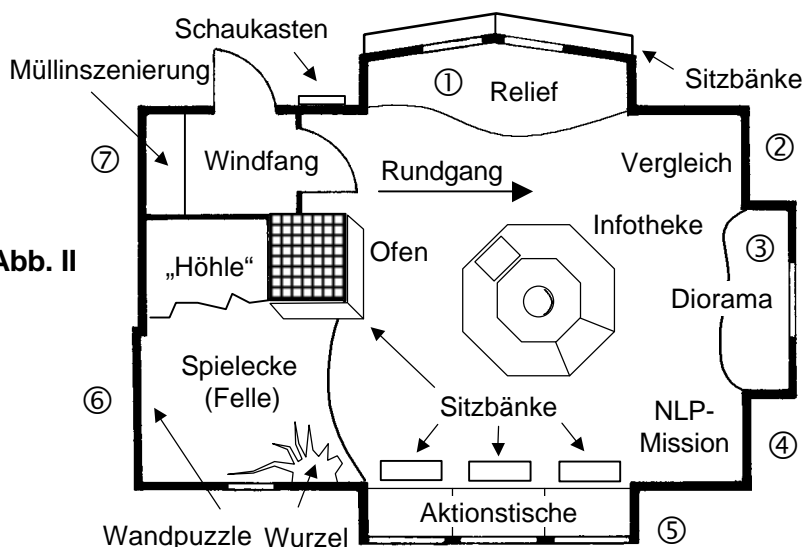
Dachgeschoss:  
Lagerraum  
Obergeschoss (s. Abb. II):  
Ausstellungsfläche (48 m<sup>2</sup>),  
„Raum mit Nischen“  
Erdgeschoss:  
Küche mit Imbiss und Terrasse  
Kellergeschoss:  
Toilettenräume

Abb. II

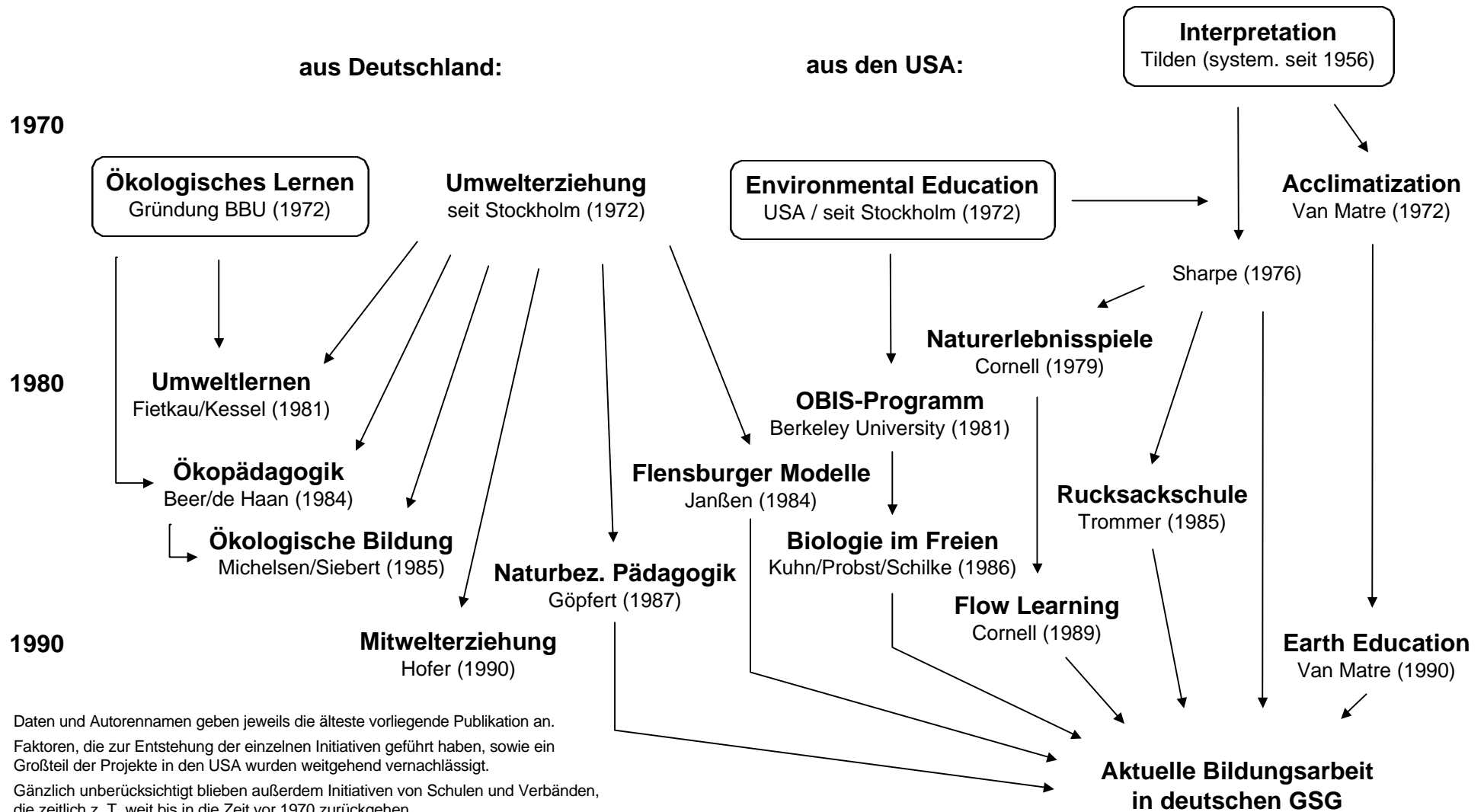
Erschließung im Uhrzeigersinn  
rund um die Infotheke

1. Das Relief zeigt das Rathener Gebiet als Teil des NLP.
2. Ein Vergleich (Leuchtkasten Berlin) zeigt die kleine Fläche.
3. Im Diorama werden die Nischen sichtbar (z. B. Brutplätze Uhu, Sperlingskauz).
4. Vor dem Hintergrund der Dynamik wird der Schutzzweck des NLP erläutert.
5. Vier Aquarelle in aufklappbaren Tischen zeigen jahreszeitliche Aspekte; die Tische bieten Interaktionsmaterialien (Zeichenmaterial, Riechgefäße, Binokular, Mikroskop, Vogelstimmen, Tierspuren) an.
6. In ein hölzernes Wandpuzzle können Tiere „eingemischt“ werden; der Boden der Spielecke ist mit Fellen bedeckt. Ein geschnitzte Höhle lädt Kinder dazu ein, „hinter den Ofen zu kriechen“.
7. Die Müllecke hinter einer abgetönten Scheibe wird nur beleuchtet, wenn Besucher den Infobereich verlassen (Auslöser: Lichtschranke).

Abb. II



# Für die Entwicklung der deutschen Natur- und Umweltbildung wichtige Strömungen



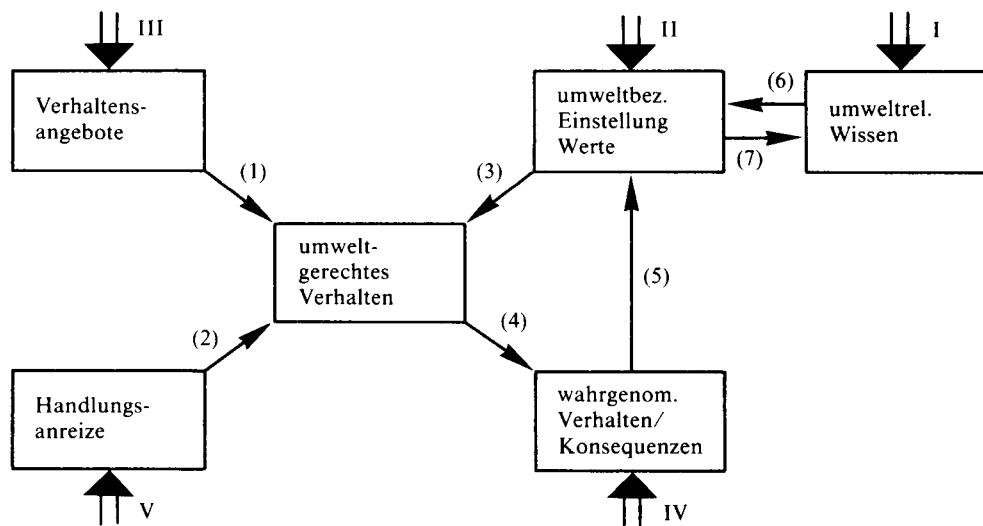
Daten und Autorennamen geben jeweils die älteste vorliegende Publikation an.  
 Faktoren, die zur Entstehung der einzelnen Initiativen geführt haben, sowie ein Großteil der Projekte in den USA wurden weitgehend vernachlässigt.  
 Gänzlich unberücksichtigt blieben außerdem Initiativen von Schulen und Verbänden, die zeitlich z. T. weit bis in die Zeit vor 1970 zurückgehen.

—————> : beeinflusst durch bzw. entstanden in Reaktion auf

Bildungswerk interpretation 1996



## Einflussschema umweltgerechtes Verhalten



In diesem Einflussschema deuten die einfachen Pfeile Wirkmechanismen an. Diese sind:

- (1) Verhaltensangebote als Verhaltensdeterminanten
- (2) Handlungsanreize als Verhaltensdeterminanten
- (3) Einstellungen und Werte als Verhaltensdeterminanten
- (4)/(5) Rückkoppelung des Verhaltens über die Wahrnehmung des Verhaltens durch den Handelnden selbst und die Wahrnehmung der Handlungskonsequenzen auf Einstellungen und Werte
- (6) Einstellungsänderung durch Wissensvermehrung
- (7) Einstellungen als Anreiz zur Wissensaufnahme

Quelle: Fietkau und Kessel (1981)



## Grundregeln der Durchführung von Bildungsprogrammen



### Arbeit in Kleingruppen

Innerhalb einer möglichst eindeutig definierten Zielgruppe sollte ausschließlich mit Gruppen gearbeitet werden, deren Größe eine ständige, aktive Kommunikation des Interpreten mit allen Teilnehmern zuläßt.

### Aktives Heranführen

Eine überschaubare Gruppengröße ist zugleich Voraussetzung für ein aktives Heranführen an den Interpretationsgegenstand, das intensivere Begegnungen zuläßt als die einseitige Informationsvermittlung.



### Wenige Informationen auf verschiedenen Wegen

Die vielfältige Aufbereitung weniger Informationen ermöglicht es dem Teilnehmer, diese individuell in seiner Lebenswelt zu verankern. Erst vor diesem Hintergrund werden Informationen wertvoll.

### Originale Begegnungen

Bei der Auswahl der Medien sollte darauf geachtet werden, daß sie mit dem Anliegen im Einklang stehen. Materialien sollen die Begegnung mit den Phänomenen erleichtern, nicht ersetzen.



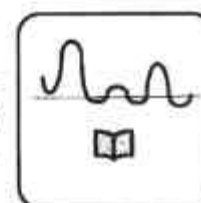
### Gemeinsames Arbeiten

Genauso ist darauf zu achten, daß die Angebote nicht zwischen dem Interpreten und den Teilnehmern stehen. Gemeinsam soll auch an Inhalten und Ablauf der Interpretation gearbeitet werden.



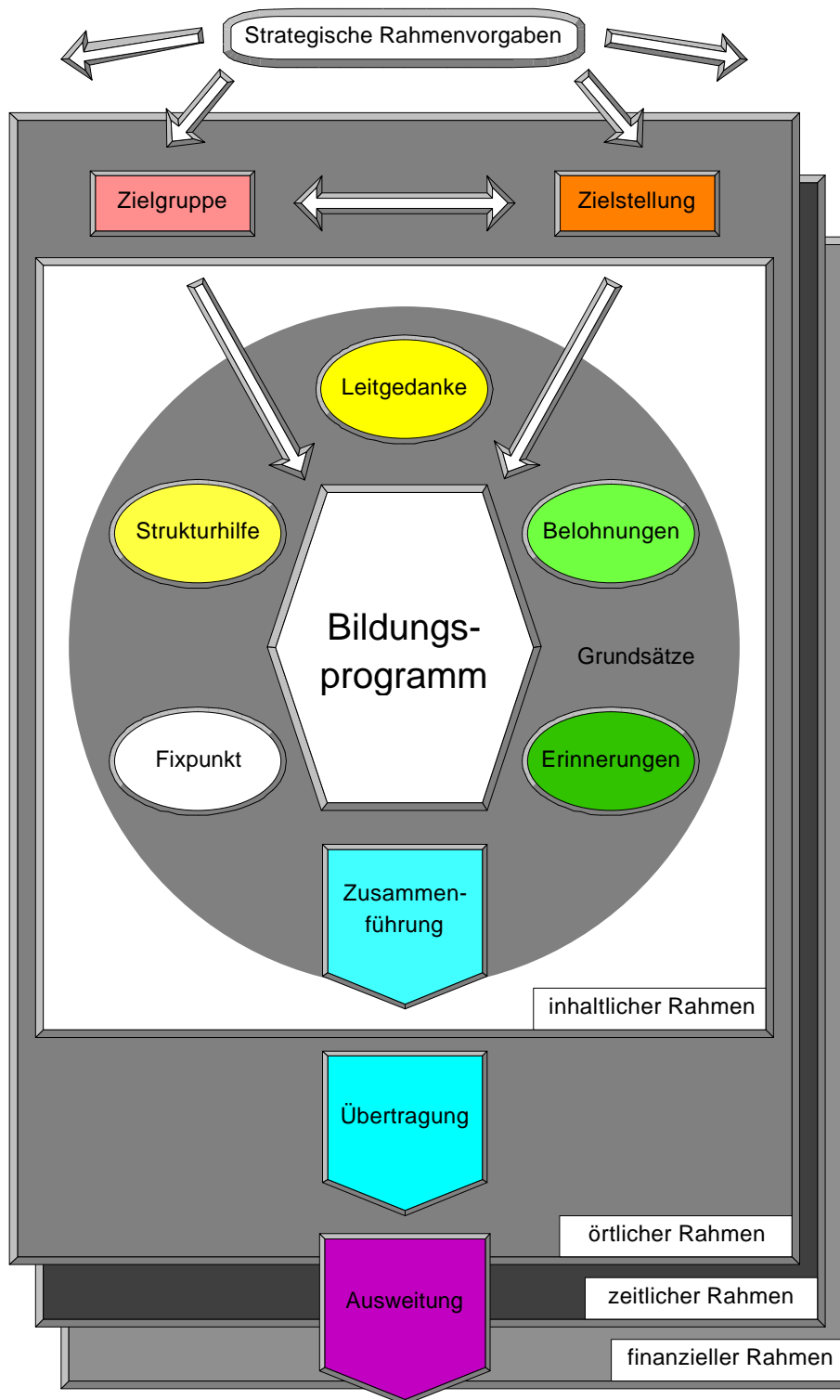
### Abwechslungsreiche Gestaltung

Interpretationen sollten durch eine Anwendung unterschiedlicher Medien und Methoden, durch ruhige und aktive Phasen abwechslungsreich gestaltet werden. Gleichförmige Veranstaltungsabläufe sind ermüdend.





# Programmentwicklung



Bildungswerk interpretation 1996



## Ideenbogen Bildungsprogramm

Rubrik	Farbe	Bsp.: Nationalpark erfahren	Ideen für ein eigenes Programm
Zielgruppe		Kinder im Alter von 8 bis 9 Jahren (Jahrgangsstufe 3)	
Zielstellung		Vermittlung des Kreislaufgedankens	
Leitgedanke		Kleine Teilchen reisen stets von einem zum anderen.	
Strukturhilfe		Kreisstruktur (erzählende Darstellung v. Reiseetappen)	
Fixpunkt		Mini-Mum (Elementarteilchen als Lederball mit Gesicht)	
Belohnungen		Aktivitäten an den Stationen / Suche von Gegenständen	
Erinnerungen		Gegenstände aus den Aktivitäten / Puzzleteile	
Zusammenführung		voneinander unabhängige Kreisläufe werden verknüpft	
Übertragung		Gefangenschaft des Mini-Mum in Einwegverpackungen	
Ausweitung		Ankündigung mit Poster / vier Unterrichtsvorschläge	

**Achtung!** Hier geht es nur um den Programmrahmen; die Qualität der einzelnen Übungen (aktive Lenkung auf Teilziele / wenige Informationen auf vielen Wegen) und die Rolle der Medien innerhalb der Aktivitäten (Unterstützung der Ziele / positive Beziehung zu den Phänomenen) bleiben davon zunächst unberührt.



## Das Lied vom kleinen Mini-Mum

C F G C F

Tief unter einer Wurzel mit Rinde drum herum, lebt froh ein frecher Purzel:

G C G<sub>7</sub> C D<sub>7</sub>

das kleine Mini-Mum. Da saugt die dumme Wurzel es eines Tages um !

Sprechgesang:

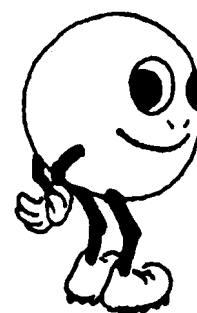
Rein und durch und rum bis zum kleinen Mini-Mum !

Refrain: C G<sub>7</sub> C G<sub>7</sub> C

Was fegt so wild im Kreis herum, Kreis herum, Kreis herum,

G<sub>7</sub> C G G<sub>7</sub> C

was fegt so wild im Kreis herum ? Das kleine Mini-Mum.



2. Wie flitzt es da den Baum hoch bis in ein grünes Blatt,  
da sitzt 'ne dicke Raupe, die frisst sich daran satt.  
Kann sich schon kaum noch halten - vielleicht ein bisschen dumm !?
3. Schon bläst ein leichter Windstoß die Raupe in den Dreck.  
„Na also“, meint der Igel und kriecht aus dem Versteck.  
Der freut sich nun ganz mächtig, schmatzt laut an ihr herum.
4. Es legt sich in die Sonne der Igel faul und rund,  
hört nicht die Füchsin kommen, die dreht den Stachelfund,  
und schon nach einer Weile hat sie den Igel rum.
5. Ei, so ein großes Festmahl, bald drückt's den Fuchs im Po -  
schnell hinter einen Baumstamm, denn er muss flugs aufs Klo.  
Das Häufchen sieht ein Käfer, hüpf freudig drum herum.
6. An einer Kiefernwurzel gräbt sich der Käfer ein,  
wie jubelt da der Purzel: „Endlich zu Hause sein !“  
Nach so 'ner langen Rundfahrt nimmt ihm das keiner krumm.

Text und Melodie: Thorsten Ludwig



## Qualitätskriterien für „Gute Beispiele“ zur Bildung für nachhaltige Entwicklung

Die Bundesarbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung (ANU) hat Beispiele guter Praxis gesammelt, um den Umweltzentren zur Weiterentwicklung ihrer Angebote auch konkrete Anregungen zu geben. Um eine Auswahl treffen zu können, haben wir Qualitätskriterien formuliert, mit denen wir zum einen Anforderungen an eine Bildung für nachhaltige Entwicklung beschreiben. Des weiteren sind solche Aspekte genannt, die derzeit als innovativ gelten oder allgemeine Qualitätsmerkmale darstellen.

In beispielhaften Projekten im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung

- ⇒ ist die Förderung der Fähigkeit zur  **kreativen Mitgestaltung der Zukunft (Gestaltungskompetenz)** und die Vermittlung der dafür wichtigen **Schlüsselkompetenzen** in wichtiges Bildungsziel (z.B. Fähigkeit zum vernetzten, planerischen und vorausschauenden Denken, die Fähigkeit zur Reflexion auf den eigenen Lebensstil, Kreativität und Phantasie, Fähigkeit zur Kooperation und Solidarität).
- ⇒ wird vorrangig mit **interaktiven und partizipativen Methoden** gearbeitet, die geeignet sind, die oben genannten Schlüsselkompetenzen zu vermitteln. Bei Gestaltungs-, Planungs- und Entscheidungsprozessen sind Teilnehmende soweit möglich mit einzubeziehen. Methoden können z.B. sein: Plan- und Rollenspiele, Kinderstadtpläne, Jugendparlamente, Planungswerkstätten, Zukunftswerkstätten, erlebnispädagogische Methoden, Phantasiereisen, Kunst- und Kreativitätsmethoden, Internet-Recherche und digitales Gestalten, Wahrnehmungs- und Selbsterfahrungsmethoden oder Solidaritätsaktionen.
- ⇒ ist ein **Alltagsbezug** für die Zielgruppen gegeben und werden **reelle Handlungsmöglichkeiten** aufgezeigt.
- ⇒ werden **Schlüsselthemen** einer nachhaltigen **Entwicklung** aufgegriffen (z.B. Energie, Land- und Forstwirtschaft, Ernährung, Gesundheit, Bauen und Wohnen, Verkehr und Mobilität, Konsum und Lebensstil, globales Lernen, Tourismus, Klima, Ressourcenschutz und Biodiversität, globale Umweltrisiken).
- ⇒ wird das jeweilige Thema in der Vorbereitung aus mehreren Perspektiven beleuchtet (**ökologische, soziale, ökonomische und globale Faktoren**). Bei der Durchführung des Projektes muß nicht jeder dieser Aspekte im Mittelpunkt stehen, die Perspektiven sollten, wenn möglich und angebracht, aber berücksichtigt werden.
- ⇒ bewegen sich Wissensvermittlung und Handlungsempfehlungen soweit wie erkennbar in **wissenschaftlich abgesichertem Rahmen**. Gibt es aus fachlicher Sicht offene Fragen oder widersprüchliche Ansichten, werden diese auch als solche dargestellt. Vorrangiges Ziel ist es, dass die Teilnehmenden **Entscheidungs- und Handlungskompetenz** in komplexen Zusammenhängen erlangen.

In beispielhaften innovativen Projekten

- ⇒ werden Teilnehmende über einen **längeren Zeitraum**, also mehr als z. B. einen Vormittag, eingebunden
- ⇒ werden **moderne Medien** wie z. B. Computer oder das Internet eingesetzt
- ⇒ werden unterschiedliche **Lebensstilgruppen** (soziale Milieus) mit **gezielten Kommunikationsstrategien** angesprochen
- ⇒ werden auch bislang **wenig berücksichtigte Zielgruppen** angesprochen (SeniorInnen, Jugendliche usw.) bzw. diese über die Einbindung **bestehender Gruppen/Vereine** erreicht (Sportvereine, Altenheime, kirchliche Gruppen, Landfrauen,...)
- ⇒ ist man **offen für Kooperationen** mit „ungewöhnlichen“, der Umweltbildung bislang entfernteren gesellschaftlichen Gruppen und Institutionen (Unternehmen, Landwirtschaftskammern, soziale Institutionen usw.).
- ⇒ ist eine **Co-Finanzierung** gelungen
- ⇒ gibt es eine **Projektevaluation**.



## Zitate

Ein Verkündiger der Natur zu sein,  
ist ein schönes und heiliges Amt...

Nicht der bloße Umfang und Zusammenhang der Kenntnisse,  
nicht die Gabe, diese Kenntnisse...  
an bekannte Begriffe und Erfahrungen anzuknüpfen  
und die... fremd klingenden Worte  
mit gewöhnlichen Ausdrücken zu vertauschen,

selbst nicht die Geschicklichkeit...,  
die Naturerscheinungen in...  
treffend beleuchtete Gemälde zu ordnen,  
  
...alles dies macht noch nicht das echte Erfordernis  
eines Naturkündigers aus...

Wer in ihr alles sucht...  
der wird nur den für seinen Lehrer  
und für den Vertrauten der Natur erkennen,  
der mit Andacht und Glauben von ihr spricht...

NOVALIS

Man suche nur nichts hinter den Phänomenen,  
sie selbst sind die Lehre.

GOETHE

Schläft ein Lied in allen Dingen,  
die da träumen fort und fort.

Und die Welt hebt an zu singen,  
triffst Du nur das Zauberwort.

EICHENDORFF

Bäume sind Heiligtümer.

Wer mit ihnen zu sprechen, wer ihnen zuzuhören weiß,  
der erfährt die Wahrheit.

HESSE

Er kann, was nur wenige können.

Er kann einen Sommerabend und ein erfrischendes Schwimmbad  
und die schlafe Müdigkeit nach körperlicher Anstrengung  
nicht nur schildern – das wäre nicht schwer.

Aber er kann machen,  
dass uns heiß und kühl und müde ums Herz ist.

TUCHOLSKY ÜBER HESSE

Wenn Du ein Schiff bauen willst,  
so trommle nicht Männer zusammen, um Holz zu beschaffen, Werkzeuge vorzubereiten,  
Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen,  
sondern lehre die Männer die Sehnsucht  
nach dem weiten, endlosen Meer.

SAINT EXUPÉRY



Teilabschnitt 2.1.3

## Lösen von Konfliktsituationen

### Lernziele aus dem Rahmenstoffplan

- ⇒ Konfliktsituationen erkennen und einordnen
- ⇒ Strategien zur Konfliktlösung anwenden



## 2.1.3 - Lösen von Konfliktsituationen

### Infotexte:

- 1 Was ist ein Konflikt?
- 2 Der Teufelskreis
- 3 Aktives Zuhören
- 4 Lösen von Konflikten
- 5 Das Rollenspiel

### Anlagen:

- L Literaturliste
- I Das „Theater der Unterdrückten“ als Kommunikations- und Konfliktlösungsmethode

### Materialien, die im Verlauf des Lehrgangs erarbeitet wurden:

---

---

---



## Was ist ein Konflikt?

Ein Konflikt ist eine Auseinandersetzung vermeintlich unvereinbarer Positionen. Sie kann sowohl zwischen Menschen, als auch in einem einzelnen Menschen stattfinden.

Von diesen inneren Konflikten des/der einzelnen werden drei Formen unterschieden:

### 1. Annäherungs-Annäherungs-Konflikt

Mir winkt ein lukrativer Job – und gleichzeitig habe ich einen sicheren Arbeitsplatz mit guten Aufstiegschancen.

### 2. Vermeidungs-Vermeidungs-Konflikt

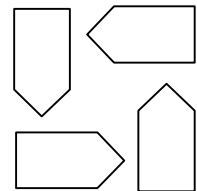
Ich möchte die Telefonrechnung nicht bezahlen – aber ich möchte auch nicht, dass meine Leitung gesperrt wird.

### 3. Annäherungs-Vermeidungs-Konflikt

Ich fahre auf eine gelbe Ampel zu. Ich kann nun Gas geben. Vielleicht schaffe ich es gerade noch und spare so Zeit (Annäherung); vielleicht schaffe ich es aber auch nicht mehr, muss scharf bremsen und verursache einen Unfall (Vermeidung).

Das sog. **Gefangenen-Dilemma** gibt einen solchen Konflikt sehr anschaulich wieder: Zwei dringend tatverdächtige Straftäter werden geschnappt. Wenn keiner von ihnen gesteht, kann ihnen das Gericht nichts nachweisen, und sie kommen wg. geringfügiger Delikte etwa zwei Jahre hinter Gitter. Wenn beide gestehen, müssen sie fünf Jahre absitzen. Wenn einer von ihnen gegen den anderen aussagt, kommt der erste, der das tut, aufgrund der Kronzeugenregelung frei – während der andere zehn Jahre sitzt. Wie werden sich die beiden wohl verhalten?

Zwischenmenschliche Konflikte treten auf, wenn die Interessen mehrerer Menschen kollidieren. Als klassisches Bild muss oft das sog. **Sizilianische Patt** herhalten, das die vermeintliche Unnachgiebigkeit sizilianischer Autofahrer zum Ausgangspunkt hat: Vier Autofahrer kommen an eine Kreuzung – und fahren sich fest. Alle könnten ihr Ziel erreichen, wenn einer ein paar Schritte zurückfahren würde. Kann sich keiner dazu entschließen, so erreicht niemand sein Ziel.



Dieses Beispiel verdeutlicht das Grundproblem zwischenmenschlicher Konflikte: die Notwendigkeit, nachzugeben, ohne das Gefühl zu haben, verloren zu haben. Dabei wirken sich unsere persönlichen Wahrnehmungen (Erkenne ich den Konflikt?), unsere Gefühle (Begegne ich dem Konflikt ängstlich und verzagt – oder stelle ich mich ihm bewusst und begreife ihn als Chance?) und auch unser eigentliches Verhalten (Gehe ich den Konflikt aktiv an, oder weiche ich ihm lieber aus?) unmittelbar auf unsere Einstellung zum Konflikt aus. Das beste Beispiel hierfür sind **selbsterfüllende Prophezeiungen**: Wir sind so sehr vom Scheitern einer Lösung überzeugt, dass die Lösung einfach scheitern muss.

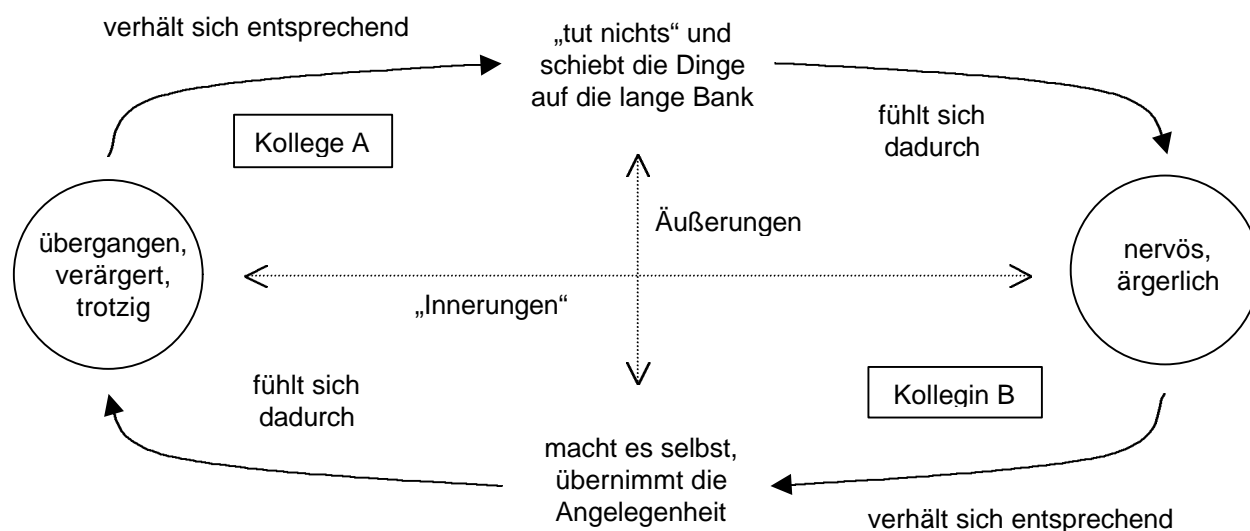
Zwischenmenschliche Konflikte werden von der Wissenschaft vielfältig differenziert. Diese Differenzierung hilft uns aber in der für den Lehrgang verfügbaren Zeit bei der Lösung von Konfliktsituationen nicht weiter. InteressentInnen seien deshalb auf die einschlägige Literatur verwiesen.



## Der Teufelskreis

Im Teilabschnitt 2.1.1 (Kommunikation) haben wir uns mit unterschiedlichen Modellen der Humanistischen Psychologie befasst, die v. a. den Menschen als Individuum im Blick hat. Das folgende Modell lässt sich dagegen der Systemischen Psychologie zuordnen, die versucht, Systeme (z. B. das System „Familie“ oder das System „Arbeitsgruppe“) als Ganzes zu betrachten und menschliches Verhalten als Reaktion auf das systembedingte Verhalten anderer Menschen zu verstehen. Das geht so weit, dass von der Notwendigkeit einer „Systemtherapie“ gesprochen wird, weil ein Fehlverhalten der einzelnen Person im System begründet läge, sie also gewissermaßen eine für das System bedeutsame Rolle spiele, obgleich diese für sie selbst und für andere fatal sein mag.

Der Kommunikationspsychologe Friedemann Schulz von Thun, den wir bereits kennen gelernt haben (Stichwort: Nachrichtenquadrat), hat das folgende Regelschema entwickelt, das die Ursache zwischenmenschlicher Konflikte aus dem Verhältnis der KonfliktpartnerInnen zueinander zu abzuleiten versucht. Als Beispiel folgt hier die Wechselwirkung des Verhaltens eines Kollegen und einer Kollegin am Arbeitsplatz:



Aus der Reaktion der beiden aufeinander erwächst ein Konfliktpotential, das ständig zunimmt, und das sich in einem Konflikt entladen wird, wenn sich die Betroffenen gegenseitig mit ihren Äußerungen konfrontieren. Auflösen lässt das Konfliktpotential nur, wenn die beiden Positionen vermittelt werden. Dabei müssen wir die „senkrechte Kommunikation“ (Äußerungen) in eine „waagrechte Kommunikation“ („Innerungen“) verwandeln. Es geht also wieder darum, ein Problem auf der Beziehungsebene zu lösen (s. S. 2.1.1/8), bei der anderen Person die Schwestertugend statt der Untugend zu suchen (s. S. 2.1.1/6) und mit Hilfe des Nachrichtenquadrats in sich selbst hineinzuhorchen (s. S. 2.1.1/9). Neu ist jetzt der systemische Blickwinkel, also die Erkenntnis, dass alle Betroffenen als Opfer in ein Wirkungsgefüge eingebunden sein können und die Frage, wie sich dieses Gefüge verändern lässt (womit nicht gesagt ist, dass sich die Opfer in ihrer Rolle nicht irgendwie zu Hause fühlen; vgl. S. 2.1.1/10).

Natürlich ist nicht jeder Teufelskreis so leicht zu durchschauen wie der im Beispiel. Und bisweilen können sogar mehrere Teufelskreise ineinander verschachtelt sein.





## Aktives Zuhören

Eine einfache Methode, um mit Missverständnissen, persönlichen Angriffen und Totschlag-Argumenten umzugehen, ist „**Aktives Zuhören**“.

Eine Aussage kann fast immer mehrere Bedeutungen haben. Aktives Zuhören heißt, dem/der anderen die volle Aufmerksamkeit zu schenken und ihm/ihr zu sagen, wie seine/ihre Aussage angekommen ist, d. h. wie wir sie interpretieren. Dazu wiederholen wir das Gesagte in eigenen Worten. Trifft unsere Interpretation nicht (vollständig) zu, hat der/die andere die Chance, die Aussage näher zu erklären und unsere Deutung richtig zu stellen. So tastet man sich langsam an aneinander heran und lässt Missverständnisse gar nicht erst aufkommen. Zudem signalisiert Aktives Zuhören dem/der GesprächspartnerIn, dass wir Interesse an seinen/ihren Gedanken haben und mehr darüber wissen möchten. Wichtig ist es dabei, die Argumente der anderen Seite weder zu bewerten noch sofort mit Gegenargumenten zu entkräften.

Beispiel: „Seit hier Nationalpark ist, geht alles den Bach ´runter. Sogar die Vögel bleiben weg...“ - „Sie meinen, dass sich seit Ausweisung des Schutzgebietes vieles verschlechtert hat?“ - „Nun, die Touris trampeln uns doch alles kaputt. Wächst kein Kraut mehr auf meiner Wiese. Und ihr redet groß von Naturschutz!“ - „ Sie scheinen ja nicht sehr erfreut zu sein über die vielen Besucher...“ - „Erfreut? Sie machen mir Spaß! Letzte Woche hat einer von diesen Sommerfrischlern meine Ziegen ´rausgelassen. Einen ganzen Tag war mein Sohn unterwegs, um die wieder einzufangen...“ Offensichtlich ist nicht das Schutzgebiet, sondern das Verhalten einzelner Besucher das Problem. Hätte man den ersten Satz mit einem Argument zu entkräften versucht („Das können Sie doch gar nicht beurteilen. Seit das Schutzgebiet ausgewiesen wurde, brüten hier wieder Schilfrohrsänger...“), wäre es mit Sicherheit zu keiner Annäherung gekommen.

Aktives Zuhören hilft auch, Einwände von Vorwänden zu unterscheiden.

Ein **Einwand** ist ein Grund, der gegen unsere Aussage oder unser Angebot spricht.

Beispiel: „ Und dann schmeißen die überall ihren Müll hin. Eine Unverschämtheit ist das! Wie es hier wieder aussieht...“ - „Und wenn die Sammelplätze häufiger kontrolliert werden würden...?“ - „Tja, das wäre schon ´ne Möglichkeit. Aber ob das ausreicht...“

Ein **Vorwand** hingegen ist ein vorgeschobener Grund. Erkennt man ihn als solchen nicht rechtzeitig, redet man um das Problem herum, ohne die wahren Hindernisse zu verstehen. Durch Kontrollfragen wie „Angenommen, das Problem bestünde nicht...“ oder „Vorausgesetzt, wir finden dafür eine Lösung...“ lassen sich Vorwände von Einwänden unterscheiden. Auch sogenannte Killerphrasen wie z. B. „Das klappt ja nie!“ oder „Das ist doch ein alter Hut“ deuten auf einen Vorwand hin. Hilfreich ist es, solche allgemein gehaltenen Sprüche konkretisieren zu lassen („Wie meinen Sie das? Haben Sie ein Beispiel dafür? Denken Sie da an etwas Bestimmtes?“)

Beispiel: „ Und dann schmeißen die überall ihren Müll hin. Eine Unverschämtheit ist das! Wie es hier wieder aussieht...“ - „ Und wenn die Sammelplätze häufiger kontrolliert werden würden...?“ - „Ja, ja, reden können Sie viel. Das klappt doch sowieso nicht.“ - „Sie meinen, das wäre nicht praktikabel? Angenommen ich veranlasse, dass ab jetzt täglich kontrolliert wird...“ - „Dann würde ich Euch meine Wiese trotzdem nicht zur Verfügung stellen.“ - „Also gibt es noch einen weiteren Grund?“ - „ ...



## Lösen von Konflikten

Voraussetzungen einer Konfliktlösung sind das Erkennen der Konfliktsituation, der Einsatz entsprechender Kommunikationstechniken sowie das Interesse an der Lösung des Problems.

2.1.3

4

**Argumentieren** führt häufig zu keiner Annäherung, sondern eher zur Verhärtung der Fronten. Eine mögliche Alternative ist das **Verhandeln**. Dabei versucht man, der Position des/der anderen entgegenzukommen und sich auf einen Kompromiss zu einigen, ohne jedoch die gegebenen Rahmenbedingungen zu verändern. Fruchtbarer und dauerhafter ist die Methode des **Problemlösens**, wobei die Konfliktparteien gemeinsam versuchen, neue Ideen zu entwickeln und für beide vorteilhafte Lösungen zu finden (Gewinner-Gewinner-Strategie). Das braucht seine Zeit.

Folgende Grundprinzipien fördern eine konstruktive Konfliktlösung:

- **Nimm Angriffe nicht persönlich**, unterscheide zwischen Mensch und Problem. Bsp.: „Was wollen Sie denn schon wieder hier!“ - „Komme ich gerade ungelegen?“
- **Benutze eine Sprache, die Interesse am anderen und dem Problem signalisiert**, achte auch auf Körpersprache. Sogenannte „Türöffner“ sind einfache Erwidernungen wie „Aha“, „Ooh“, „Tatsächlich“, „Interessant?“, „Wirklich?“, die den/die GesprächspartnerIn dazu veranlassen, mehr zu erzählen.
- **Versuche, den anderen nicht in eine Schublade zu stecken**, sondern erfasse die konkrete Situation. Unvoreingenommen an eine Sache heranzugehen oder anders zu reagieren als der/die GesprächspartnerIn erwartet, kann Situationen davor bewahren, zu eskalieren. Hinter bestimmten Personengruppen (Vereine, Jugendliche,...) verbergen sich auch immer Menschen mit individuellen Bedürfnissen und Interessen.
- **Versuche, dich in die Rolle deines Gegenüber zu versetzen**, um möglichst viele Hintergründe des Konflikts herauszufinden. Urteile nicht vorschnell! Hinter dem angenommenen Streitpunkt steckt vielleicht noch eine Reihe anderer Gründe (verletzte Gefühle, Missverständnisse, Informationsdefizite,...). Hier ist aktives Zuhören gefragt. Bsp.: „Würden Sie bitte auf den Wegen bleiben, Sie befinden sich hier in der Kernzone!“ - „Wo steht denn das nun schon wieder!“ - „Ach, Sie haben das Schild gar nicht bemerkt?“
- **Überlege dir viele Handlungsmöglichkeiten**, und durchdenke immer mehrere Schritte und Gegenbewegungen. Nicht jeder reagiert gleich. Du musst im Gespräch Einwände deines Gegenüber ernstnehmen und flexibel auf sie eingehen können.
- **Beachte die Einheit von Mittel und Ziel**. Nicht jeder Versuch, einen Konflikt zu lösen, verläuft positiv. In manchen verfahrenen Situationen und bei verhärteten Fronten ist der Aufwand, eine Annäherung zu erreichen so groß, dass man auf einen günstigeren Zeitpunkt warten oder eine andere Methode wählen sollte.
- **Sei dir deiner eigenen Position bewusst**. Macht ist die Fähigkeit, deine eigenen Ziele zu erreichen - nicht, andere zu beleidigen. Viele Menschen haben Respekt vor Uniformen. Nutze diesen Respektbonus, wenn Du eine solche trägst, aber missbrauche ihn nicht! Einsicht erreichst du nicht allein durch Autorität.



## Das Rollenspiel – eine Möglichkeit Konfliktlösungen zu üben

Ein Rollenspiel ermöglicht es, mit neuen Situationen und potentiellen Widerständen praktisch umzugehen. Das kann sowohl dadurch geschehen, dass eine andere Position durch Hineinversetzen besser verstanden wird als auch dadurch, dass die TeilnehmerInnen die Bewältigung von drohenden Konflikten einüben.

2.1.3

5

Das Rollenspiel kann Bestandteil eines Plan- oder Simulationsspiels sein. Im Gegensatz zu diesen beiden Formen kann das Rollenspiel aber auch spontan und ohne Vorbereitung aus einer konkreten Situation heraus erfolgen: Im Seminar wird dabei ein Problem festgestellt (z. B. „Wenn ich einem Bauern mit so was komme, schmeißt der mich ‘raus!“), mit dem sich die Seminargruppe dann wie folgt auseinandersetzt:

1. Die TeilnehmerInnen bauen in der Mitte des Stuhlkreises eine „Bühne“ auf (hier: mglw. der Esstisch in einem Bauernhaus). Das erleichtert den „Szenenwechsel“.
2. Die TeilnehmerInnen, die auf das Problem gestoßen sind, schlüpfen in die Rollen der betreffenden Personen (hier: LandwirtIn und LandschaftspflegerIn).
3. Sie spielen nach einer kurzen Vorstellung durch den/die SeminarleiterIn die Situation durch, wobei die umgebende Seminargruppe die Vorgänge beobachtet („Aquarium“).
4. Sie schätzen nach dem Spiel ihr Verhalten und die Schwierigkeiten, die sie beim Spiel mit sich und der Situation wahrgenommen haben, ein.
5. Sie hören den Anmerkungen und der Kritik, die die übrige Seminargruppe (mglw. im Rundgespräch) vorzubringen hat, zu.
6. Der/die SeminarleiterIn fasst die Ergebnisse des Rollenspiels (ggf. für alle sichtbar an der Tafel) zusammen.

Ein Rollenspiel kann besonders gut über ein **Video-Feedback** reflektiert werden, wobei nach dem Spiel, das mit dem Camcorder aufgenommen wurde, zunächst die Empfindungen der SpielerInnen abgefragt werden, dann das Band angesehen wird und schließlich die Auswertung - wie oben ab Punkt 4 - mit der Stellungnahme der SpielerInnen beginnt. Dabei können nun alle weiteren Stellungnahmen an der Tafel festgehalten oder mit der Metaplan-Methode weiterverarbeitet werden.

Ein Video-Feedback sollte nur gewählt werden, wenn die Gruppe mit dieser Methode bereits vertraut ist, und der Stellenwert des Rollenspiels im Seminar eine tiefgehendere und zeitaufwendigere Analyse rechtfertigt.

Eine besondere Umsetzungsform des Rollenspiels ist das **ABC-Rollenspiel**, bei dem die Form des Rollenspiels mit der der Kleingruppenarbeit kombiniert wird. Das ABC-Rollenspiel hat drei Phasen:

Zunächst werden eine Situation und die Rollen für die erste Phase (z. B. LandwirtIn - LandschaftspflegerIn) vorgestellt. Danach teilen sich die TeilnehmerInnen so auf Kleingruppen auf, dass jede Rolle in jeder Gruppe besetzt ist, und ein(e) TeilnehmerIn den Ablauf zudem protokollieren kann. In der zweiten Phase wird das Thema des Rollenspiels fortgeführt - jetzt aber mit anderen Rollen (z. B. Öko-LandwirtIn - DüngemittelherstellerIn). In der dritten Phase wird noch einmal gewechselt (z. B. ältereR LandwirtIn - PolitikerIn). Im Anschluss daran tauschen die Kleingruppen ihre Erfahrungen aus.



## Literaturliste

- Berkel, Karl: **Konflikttraining**  
Sauer-Verlag, Heidelberg (2002)
- Besemer, Christoph: **Mediation - Vermittlung in Konflikten**  
Werkstatt für Gewaltfreie Aktion, Freiburg (1995)
- Faller, K. / Kerntke, W. / Wackmann, M.: **Konflikte selber lösen**  
Verlag an der Ruhr, Mülheim (1995)
- Gahsche, Jan: **Handbuch für Schutzgebietsbetreuer**  
Bundesverband Naturwacht, Spreewiese (1997)
- Gericke, Fritz / Knör, Alena: **Rollen- und Planspiele in der Umweltbildung in:**  
Wessel, Johannes / Gesing, Harald: **Spielend die Umwelt entdecken**  
Hermann Luchterhand Verlag, Berlin (1995)
- Knoll, Jörg: **Kurs- und Seminarmethoden**  
Beltz Verlag, Weinheim (1993)
- Rabenstein, Reinhold / Reichel, René / Thanhoffer, Michael: **Das Methoden-Set**  
Arbeitsgemeinschaft für Gruppen-Beratung, Linz (1989)
- Schwarz, Gerhard: **Konfliktmanagement**  
Gabler, Wiesbaden (1990)
- Vopel, Klaus: **Kreative Konfliktlösung**  
Iskopress, Salzhausen (2002)



## Das „Theater der Unterdrückten“ als Kommunikations- und Konfliktlösungsmethode

Ansatz	Grundannahme	Rolle des Zuschauers	Wirkung
<b>Aristoteles</b>  <b>Poetik der Unterdrückung</b>  konventionelles Theater	Die Welt ist festgefügt und vollkommen, wie sie ist.	Der Schauspieler denkt und handelt für den Zuschauer.	Das Theater zementiert bestehende Strukturen, der Wunsch nach Veränderung wird unterdrückt.
<b>Brecht</b>  <b>Poetik der Bewusstmachung</b>  didaktisches Theater	Die Welt ist veränderbar, und die Veränderung beginnt im Kopf.	Der Schauspieler handelt, der Zuschauer denkt.	Das Theater regt zum Nachdenken an, Erfahrungen werden auf der Bewusstseinssebene vermittelt.
<b>Boal</b>  <b>Poetik der Befreiung</b>  pädagogisches Theater	Die Welt ist veränderbar, und die Veränderung beginnt im Handeln.	Schauspieler und Zuschauer denken und handeln.	Das Theater befreit von fertigen Weltanschauungen. Es ist Auseinandersetzung mit einem konkreten Problem und Entwurf einer Zukunftsvision.

„Jeder kann Theater machen.

So wie jeder seine Ideen in einer Versammlung darlegen kann, ohne die Kunst der Rhetorik zu beherrschen, so kann jeder, können wir alle uns der Ausdrucksmittel des Theaters bedienen, ohne professionelle Schauspieler zu sein.

Es geht nicht darum, ein Kunstwerk zu schaffen.

Jeder kann Künstler sein, jeder Raum kann zum Theaterraum werden, jedes Thema ist ein Thema fürs Theater.“ (Boal, 1989, S.30)

aus: Augusto Boal  
Theater der Unterdrückten  
Suhrkamp Verlag  
Frankfurt/Main (1989)



## Teilabschnitt 2.2

# Information über Schutz- und Pflegemaßnahmen

### **Lernziele aus dem Rahmenstoffplan**

- ⇒ der ansässigen Bevölkerung und Besuchern Ziel und Zweck von Schutz- und Pflegemaßnahmen erläutern
- ⇒ Dokumentationen zu Schutz- und Pflegemaßnahmen in Wort und Bild anfertigen



## Dokumentation von Schutz- und Pflegemaßnahmen

Die nach außen getragene Dokumentation bringt i. w. drei Vorteile:

1. Der ansässigen Bevölkerung und BesucherInnen lassen sich nicht nur Ergebnisse, sondern auch Hintergründe – etwa Ziel und Zweck einer Maßnahme – erläutern; auch wo die Zusammenhänge aus den Resultaten selbst nicht herauszulesen sind.
2. Die Dokumentation schafft Sicherheit und Argumente. Entwicklungen geraten schnell in Vergessenheit oder werden – bewusst oder unbewusst - subjektiv erinnert. Eine lückenlose Dokumentation ermöglicht es, fremde und eigene Positionen zu überprüfen und eigene Positionen ggf. nachweisen zu können.
3. Eine öffentliche Dokumentation ist schließlich auch immer eine Maßnahme der Öffentlichkeitsarbeit, mit der eine Einrichtung ihr Tun gewissermaßen „signiert“.

Wenn die Dokumentation nicht zufällig (und damit unzuverlässig) sein soll, muss sie bereits beginnen, wenn die Maßnahme geplant wird. Jeder Planungsschritt ist so zu dokumentieren, dass er für Außenstehende fassbar ist. Besonders bedeutsam sind Schritte, die interessante Tätigkeiten oder Veränderungen greifbar machen. Wesentliche Fragen sind: Was ist geschehen? Warum ist es geschehen? Was hat der/die BetrachterIn davon (Gewinner-Gewinner-Strategie)? Wer ist verantwortlich (Ansprechpartner)?

Das Freischneiden eines Ausblicks oder die Renaturierung einer Forststraße können Tätigkeiten sein, die in der Bilddokumentation schon durch einfache **Vorher-/Nachher-Aufnahmen** interessant werden. Das punktuelle **Einfrieren** von Vor- und Zwischenstadien ist eine weitere Möglichkeit; etwa wenn bei der Dämmung eines Gebäudes eine Glasscheibe dem Publikum den Blick in den Wandaufbau ermöglicht. Dabei lässt sich die Dokumentation auch in die Vergangenheit ausweiten. Greenpeace hat vor einigen Jahren mit der Dokumentation der Gletscherrückgänge beeindruckt. Über hundert Jahre alte Postkartenaufnahmen wurden zu Hilfe genommen – und von exakt den gleichen Standorten aus wiederholt. Luftaufnahmen aus dem Zweiten Weltkrieg machen im Vergleich zu solchen aus heutiger Zeit in vielen Regionen die Veränderung in der Landschaftsnutzung und –gliederung eindrücklich sichtbar. Besonders interessant sind solche Darstellungen natürlich für die AnwohnerInnen von Schutzgebieten.

Auch **Zeitraffereffekte** sind attraktiv und überzeugend. Schon die Veränderung einer Landschaft im Jahreslauf oder das Wachstum eines Baumes über Jahre bildlich zu dokumentieren und zum Film zusammenzuschneiden, fasziniert viele BetrachterInnen.

Wie die Möglichkeiten der Dokumentation umgesetzt werden können, haben wir bereits unter 2.1.2 behandelt. Welche Möglichkeiten sich im einzelnen bieten, hängt auch davon ab, ob sich die Veröffentlichung auf Printmedien beschränkt, ob Tafeln für den Transport in geschlossene Räume oder für die Verwendung vor Ort hergestellt werden sollen, und ob neben Text und Bild auch Originalgegenstände, Tonaufnahmen oder Filme eingesetzt werden sollen. Wo Originalgegenstände zum Einsatz kommen können, ist ihnen unbedingt der Vorzug zu geben. Wo sie keine Rolle spielen, wird die Verbindung mehrerer Medien tendenziell immer mehr über Computerpräsentationen realisiert werden. Wer die Möglichkeit hat, eine digitalisierte Datenbank mit Texten, Bild- und Ton- oder Tonfilmdokumenten anzulegen, wird seine Möglichkeiten zur Dokumentation und Präsentation mittelfristig deutlich erweitern können.



## Teilabschnitt 2.3.1

# Planen, Vorbereiten und Durchführen von Veranstaltungen

Die Materialien zu diesem Teilabschnitt finden sich in 2.1.2.

### Lernziele aus dem Rahmenstoffplan

- ⇒ unterschiedliche Formen von Veranstaltungen, insbesondere Vorträge, Führungen, Erkundungen, teilnehmerorientierte Bildungsmaßnahmen und Ausstellungen, erläutern, systematisch planen, vorbereiten, ankündigen, durchführen und auswerten





## Teilabschnitt 2.3.2

# Besucherlenkung und –betreuung, Sicherheit der Besucher

### Lernziele aus dem Rahmenstoffplan

- ⇒ Ziele und Grundsätze der Besucherlenkung und –betreuung erläutern
- ⇒ Maßnahmen der Besucherlenkung und –betreuung unter Berücksichtigung der Schutzziele planen und durchführen
- ⇒ Orientierung im Gelände beherrschen
- ⇒ Gefahren für Besucher erkennen und entsprechende Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen einleiten
- ⇒ Maßnahmen der Unfallverhütung durchführen



## 2.3.2 - Besucherlenkung und –betreuung Sicherheit der Besucher

### Infotexte:

- 1 Strategien der Besucherlenkung
- 2 Wegführung und –gestaltung im Zielkonflikt
- 3 Orientierung mit der Karte
- 4 Aufbau und Funktion von Marschkompassen
- 5 Umgang mit Karte und Kompass
- 6 Natürliche Orientierungshilfen
- 7 Sicherheit der BesucherInnen

### Anlagen:

- L Literaturliste

### Materialien, die im Verlauf des Lehrgangs erarbeitet wurden:

---

---

---



## Strategien der Besucherlenkung

Neben dem strikten **Betretungsverbot** gibt es zwei Strategien, die Übernutzung eines Gebietes durch BesucherInnen zu verhindern: die Limitierung und die Kanalisierung.

**Limitierung** bedeutet: Nur eine bestimmte Anzahl von BesucherInnen ist im Gebiet zugelassen. Diese BesucherInnen dürfen sich dann dort aber i. d. R. frei bewegen.

**Kanalisierung** bedeutet: Grundsätzlich ist der Zahl der BesucherInnen im Gebiet keine Grenze gesetzt. Die BesucherInnen sollen aber auf ausgewählten Wegen bleiben.

Die Nationalparke der USA folgen meist der ersten Strategie. Das ungetrübte Naturerlebnis der BesucherInnen (oft einschließlich Feuern und Freiübernachten) steht im Vordergrund. Dass nicht alle BesucherInnen in den Genuss dieses Erlebnisses kommen können, erhöht nach Auffassung des National Park Service nur seinen Reiz. Die Erlaubnisscheine sind kostenfrei; es gilt der Grundsatz: „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.“

Deutsche Schutzgebiete neigen eher dazu, ihre BesucherInnen – vor dem Hintergrund ausgefeilter Zonierungskonzepte - zu kanalisieren. Der wesentliche Vorteil: JedeR kann sich jederzeit ohne Voranmeldung im Gebiet aufhalten, und die Verwaltung hat (theoretisch) alles unter Kontrolle; der wesentliche Nachteil: In stark frequentierten Gebieten kann an bestimmten Tagen selbst in Kernzonen weder von Naturschutz noch von Naturbildung die Rede sein. Der Aufgabe, den BesucherInnen das Gebiet „zum Zwecke der Bildung und Erholung“ zu erschließen, kann die Verwaltung dann kaum nachkommen.

Die Strategie der Kanalisierung hat oft rechtliche Hintergründe. In der Praxis kann der/die SchutzgebietsbetreuerIn nur innerhalb dieser Strategie in der Planung vor Ort auf ein optimales Verhältnis von direktem Naturschutz und Naturbildung hin wirken. Auf die Erfordernisse der Weggestaltung aus Sicht der Naturbildung sind wir schon eingegangen (s. S. 13). Aus Sicht des direkten Naturschutzes hierzu folgende Überlegungen:

- ⇒ Wenn BesucherInnen ein Schutzgebiet von A nach B durchdringen und dabei v. a. auf das schnelle Erreichen ihres Zieles fixiert sind, ist ihr Aufenthalt im Schutzgebiet sowohl aus Sicht des Naturschutzes als auch aus Sicht der Naturbildung sinnlos.
- ⇒ Für Wege, die es BesucherInnen ermöglichen, schnell (und womöglich motorisiert) weit in das Gebiet vorzudringen, um dort eine Wanderung zu beginnen, gilt gleiches.
- ⇒ Andererseits: Je schneller die BesucherInnen das Gebiet in berechenbarer Weise durchqueren, desto eher arrangiert sich die Tierwelt mit der Störung, wenn sichere Rückzugsräume geeigneter Größe vorhanden sind. Das gilt aber nicht für alle Arten!
- ⇒ Je breiter ein Weg ist, je besser er befestigt, instandgehalten und frequentiert wird, desto eher stellt er für die Natur eine - für viele Arten unüberwindliche - Barriere dar.

Regulationstafeln (s. S. 9) sind eine Art, BesucherInnen in einem Schutzgebiet zu lenken, trüben aber das Naturerlebnis und stellen ein Akzeptanzproblem dar. Die Wegführung selbst lässt eine **sanfte Besucherlenkung** zu, indem einerseits offene Wege durch einen deutlich sichtbaren und angenehmen Wegbelag, Sitzbänke, Schutzhütten oder verheißungsvolle Orientierungstafeln (z. B. „Aussicht“) „schmackhaft“ gemacht, und andererseits gesperrte Wege mit „natürlichen“ Barrieren (Anpflanzungen, vernässte Stellen, querliegende Bäume, Gräben, Aufschüttungen) versehen werden. Regulationstafeln hinter solchen Barrieren nehmen die meisten BesucherInnen gar nicht erst wahr.



## Wegeführung und –gestaltung im Zielkonflikt

Naturerleben fördert Naturschutz. Naturerleben im Sinne einer Bildung an der Natur wird von einigen AutorInnen sogar als Voraussetzung eines ökologisch nachhaltigen Lebensstils angesehen. Naturerleben bedeutet aber fast immer auch eine Störung der Natur – wenngleich diese Störung im Vergleich zu anderen Eingriffen gering sein mag. Das tatsächliche Ausmaß der Störung lässt sich auf den ersten Blick oft schwer beurteilen.

Als Zivilisationsmenschen sind wir hier in einer Wahrnehmungsfalle gefangen: Ein von Menschen getretener Pfad, der sich durch das Unterholz schlängelt, der sich bisweilen verzweigt und vor feuchten Senken auf ein mehrfaches verbreitert, der in Hangbereichen fast abrutscht und zwischen aufkommendem Jungwuchs hindurchbricht, ein solcher Pfad wird von uns vielfach als mit den Naturschutzzielen nicht vereinbar wahrgenommen – obwohl es sich hier um einen Pfad handelt, wie ihn jede größere Wildart hinterlässt. Zieht sich dagegen über die gleiche Route ein 2 m breiter, ordentlich ausgebauter, in weiten Teilen begradigter Wanderweg, dann erkennen wir diesen Konflikt nicht; auch wenn er womöglich sehr viel größer ist. Das kann dazu führen, dass Naturschutzgebiete von einem Netz blitzsauberer, ordentlicher, großzügig ausgebauter Wanderwege durchzogen sind – während das Verlassen dieser Wege strikt verboten ist.

Wege durch Schutzgebiete lassen sich aus Sicht des Naturschutzes dann rechtfertigen, wenn bei den BesucherInnen dadurch ein Bezug zur Natur hergestellt wird, der zur Auseinandersetzung mit (der eigenen) Natur und so indirekt wieder zum Naturschutz beiträgt. Es stellt sich aber die Frage, wie ein Weg beschaffen sein muss, um dieses Ziel zu erreichen. Der bekannte Forstmann und Naturschützer Aldo Leopold sagte einmal: „Entwicklung bedeutet nicht, dass man mehr Straßen in liebliche Landschaften baut. Vielmehr muss man Wege bauen, auf denen Sensibilität in das immer noch unliebliche menschliche Gemüt gelangen kann.“ Wie aber sehen Wege aus, die das menschliche Gemüt derart bewegen? Offenbar stellen sie nicht unbedingt die kürzeste Verbindung zwischen zwei Punkten dar, denn um das Erreichen eines bestimmten Punktes in der Landschaft geht es da plötzlich gar nicht mehr. „Der Weg ist das Ziel“?

Was suchen Menschen auf solchen „ziellosten“ Wegen? - Einer Untersuchung zufolge z. B. Einsamkeit, Schönheit, Frieden, Inspiration, neue Erfahrungen, Herausforderungen und positive Erinnerungen. Überschaubare, gerade und somit land- und forstwirtschaftlich zweckmäßige Wegverläufe, die Natur durchdringen, sind also nicht nur unnatürlich, sie sind aus Sicht der Bildung des Menschen an der Natur schlicht kontraproduktiv. In einem Schutzgebiet, das nicht vorrangig wirtschaftlicher Nutzung dient, sind sie fehl am Platz. Wege zum Naturerleben sind gewunden, bieten neue Perspektiven und überraschende Blickbeziehungen, fordern dazu heraus, innezuhalten, sich zu bücken, sich festzuhalten, etwas zu umgehen, über etwas zu steigen – eben Natur aktiv zu erleben.

Selbstverständlich bringen Sicherheitsaspekte für Mensch und Natur (etwa bei der Waldbrandbekämpfung) hier Einschränkungen mit sich. Stark frequentierte Pfade müssen gegen Erosion gesichert, Feuchtstellen bisweilen behutsam überbrückt werden – keine Frage. Aber das Grundanliegen, BesucherInnen unter Berücksichtigung der Naturschutzbelange zur aktiven Auseinandersetzung mit der sie umgebenden Natur anzuhalten, muss bei der Gestaltung von Wegen in Schutzgebieten immer präsent sein.



## Orientierung mit der Karte

2.3.2

3

Bei den Karten, mit denen wir es im Zusammenhang mit der Besucherbetreuung zu tun haben, handelt es sich i. d. R. um topographische Karten (griech. topos = Ort, graphein = zeichnen). Ihr Hauptzweck ist die Darstellung der Geländeformen. Im Zusammenspiel mit GPS (Global Positioning System) oder Kompass sollen sie es ermöglichen, einen Standort im Gelände auf der Karte und einen Punkt auf der Karte im Gelände zu finden.

In der Praxis kommen GPS und Kompass eher selten zur Anwendung. Die Karte dagegen gehört zu unserem alltäglichen Handwerkszeug, das wir durch einen Bleistift mit Radiergummi und einen Winkelmesser mit Lineal (Geo-Dreieck) ergänzen sollten. Eine der ersten Fragen, die wir uns bei der Betrachtung einer Karte stellen, ist die nach dem **Längenmaßstab**. Also: Welche Strecke auf der Karte entspricht welcher Entfernung in der Natur? Für ganz Deutschland im Handel erhältlich (und somit am häufigsten bei den BesucherInnen anzutreffen) sind die topographischen Karten der Landesvermessungsämter in den Maßstäben 1:25000 (TK25, grün, früher: Meßtischblatt), 1:50000 (TK50, blau, Kennbuchstabe L für röm. 50) oder 1:100000 (TK100, rot, Kennbuchstaben C für röm. 100). 1:25000 heißt: 1 cm auf der Karte = 25000 cm (bzw. 250 m) in natura; 4 cm entsprechen so 1 km. Der Längenmaßstab findet sich als Lineal am unteren Kartenrand.

Darunter findet sich i. a. der **Neigungsmaßstab**. Er gibt - in Grad und Prozent - an, wie stark die Steigung im Gelände ist. Auf der Karte ist das Geländeprofil durch unterschiedlich gezeichnete und verschieden eng beieinander liegende Linien dargestellt. Der Abstand dieser Höhenlinien wird gemessen und auf den Neigungsmaßstab übertragen.

Um Standorte genau einmessen zu können, sind topographische Karten mit einem **Koordinatengitter** überzogen. In Deutschland werden auf zivilen Karten die sog. Gauß-Krüger-Koordinaten verwendet, auf Militärkarten das UTM-Meldegitter der NATO. Mit zunehmender Verbreitung des GPS im zivilen Bereich werden die Karten nach und nach durch UTM-Angaben ergänzt. Um einen Punkt auf der Karte einzumessen, wird zunächst der Rechts- oder Ostwert (x-Achse) abgelesen. Die senkrecht verlaufende Koordinate, die das Blatt links (also westlich) von unserem Standort durchzieht, hat an ihrem Ende eine Zahl - z. B. 65. Von dieser Koordinate aus messen wir mit dem Geo-Dreieck (oder – professioneller – dem Planzeiger) im rechten Winkel die Entfernung bis zu unserem Standort. Beträgt diese z. B. bei einer TK25 1 cm, so sind das 250 m in der Natur, die wir der 65 zurechnen. Es ergibt sich ein Rechtswert von 65250 m. Im Anschluss daran ermitteln wir auf dem gleichen Weg den Hoch- oder Nordwert. Nehmen wir an, die Koordinate südlich (also unterhalb) unseres Standortes trägt an ihrem Ende die Zahl 19, und unser Punkt liegt 3 cm (also 750 m) oberhalb dieser Koordinate. Dann ergibt sich der Hochwert 19750 m. Unseren Standort können wir also mit 65250/19750 bezeichnen.

Der geographische Nordpol (also die senkrechte Gitterlinie der Karte) entspricht nicht exakt nicht magnetischen Nordpol (also der Anzeige einer Kompassnadel). Es kommt zu einer **Nadelabweichung** (Missweisung), die umso größer wird, je näher wir dem Pol kommen, und die bei der Arbeit mit Karte und Kompass berücksichtigt werden muss.

Alle Symbole wie Grenzen, Siedlungen, Wege, Gewässer, Geländestrukturen und Bewuchsformen werden auf Karten in einer sog. **Legende** erklärt, die sich i. d. R. jeweils am linken Kartenrand befindet.



## Aufbau und Funktion von Marschkompassen

Ein Kompass, der der Orientierung im Gelände dient (Marschkompass), verfügt über ein stoßfestes Gehäuse, eine feste Marke (Index), eine Dose mit drehbarer Skala, eine Deklinationsmarke, eine Visiereinrichtung, einen Spiegel und eine gerade Kante.

2.3.2

4

Der wichtigste Teil des Kompasses aber ist eine **Nadel**, die ruhig (meist in Öl) gelagert ist, und deren dunklere Spitze nach Norden weist. Weil die Nadel sich am magnetischen Nordpol orientiert, der vom geographischen Nordpol abweicht, kommt es zu einer Missweisung (Deklination), die sich mit der Zeit ändert, und die umso größer wird, je mehr wir uns dem Pol nähern. In Deutschland beträgt sie im Schnitt ca. 2,5°. Die **Deklinationsmarke** am Kompass wird auf diesen Wert eingestellt. Die Nadel spielt sich dann im Gebrauch nicht auf die **feste Marke** (Index), sondern auf die Deklinationsmarke ein.

Die **Kompassdose** verfügt auf einer drehbaren **Skala** - neben den Angaben für Nord, Ost, Süd und West - über eine Unterteilung in 360 Grad, 400 Neugrad (Gon) oder 6400 Artilleriepromille (bzw. 64 Marschzahlen); letzteres ist bei vielen deutschen Modellen der Fall. Auf vielen Skalen sind außerdem rechts und links der festen Marke – meist in einem Winkel von 60° - **Umgehungsmarken** aufgetragen, die der Umgehung von Hindernissen unter Beibehaltung der ursprünglich vorgesehenen Richtung dienen sollen.

Bei der Umgehung mit Umgehungsmarken weist die Spitze der Nadel zunächst für eine festgelegte Anzahl von Schritten auf die eine, danach für die gleiche Anzahl von Schritten auf die andere Marke. Diese Möglichkeit der Umgehung werden wir in strukturreichem Gelände aber nur nutzen, wenn uns keine Karte zur Verfügung steht.

Für diesen Fall unverzichtbar ist auch die **Visiereinrichtung** des Kompasses, die nach dem Prinzip „Kimme und Korn“ funktioniert. Sie dient dazu, einen Punkt im Gelände anzupeilen. Ein ausklappbarer **Spiegel**, der es erlaubt, während der Peilung die Nadel im Auge zu behalten, erleichtert diesen Vorgang erheblich. Bei der Orientierung ohne Karte dient die Visiereinrichtung dazu, einen bekannten Punkt (etwa eine markante Bergkuppe) ins Visier zu nehmen, den Skalenwert (Marschzahl) im Spiegel abzulesen und die angepeilte Richtung dann bei Verschlechterung der Sichtverhältnisse (Nacht und Nebel) bzw. in unübersichtlichem aber relativ frei begehbarem Gelände (z. B. Hochwald) halten zu können. Weil der Kompass nicht ständig im Blick behalten werden kann, müssen unterwegs Zwischenziele ermittelt werden. Zur ständigen Peilung „aus dem Handgelenk“ empfiehlt es sich, die Peillinie durch einen geraden Stock nach vorn zu verlängern.

Der Vollständigkeit halber sei noch eine weitere Möglichkeit erwähnt, bei der Bewegung mit einer Gruppe bei schwer begehbarem Gelände (z. B. in einem Sumpfgebiet) die Richtung zu halten. Die einzelnen Gruppenmitglieder dienen dabei jeweils als Peilstangen, die von hinten korrigiert werden. Ein Gruppenmitglied läuft so weit vor, bis es gerade noch zu sehen ist und wird dann von hinten auf die korrekte Peillinie dirigiert. Danach läuft das hintere Mitglied vor und übergibt den Kompass der wartenden Person.

Von solchen Möglichkeiten werden wir in unseren Schutzgebieten aber kaum Gebrauch machen. Erstens rangiert bei Veranstaltungen mit BesucherInnen die Sicherheit immer an erster Stelle, zweitens sollten wir unser Gebiet, das ja relativ eng begrenzt ist, gut kennen, und drittens steht uns meist eine gute Karte zur Verfügung, was die Möglichkeiten der Orientierung grundlegend erweitert.

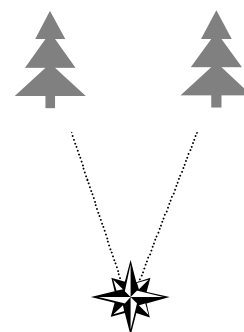


## Umgang mit Karte und Kompass

Jede Arbeit mit Karte und Kompass beginnt mit der Wahl eines Standortes, der frei von die Kompassnadel beeinflussenden Störungen (Elektrogeräte, Stromleitungen, eiserne Geländer,...) ist. Dann folgt zunächst das sog. Einnorden der Karte, wonach die Karte genauso ausgerichtet ist wie die auf ihr eingetragenen Landschaftsmerkmale im Umfeld. Einnorden lässt sich entweder durch eindeutige Hinweise im Gelände (etwa eine bekannte Wegkreuzung) oder – genauer – indem die Skala auf Norden gedreht, der Kompass an eine senkrechte Koordinate angelegt und dann mit der horizontal liegenden Karte so lange gedreht wird, bis die Nordspitze der Kompassnadel auf die Deklinationsmarke einschwenkt. Sind diese Vorbereitungen abgeschlossen, können wir die eigentliche Orientierungsaufgabe angehen. Mit zwei Situationen machen wir uns vertraut:

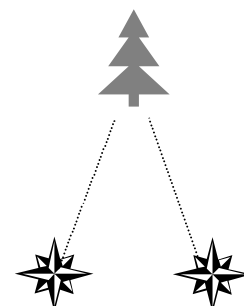
1. Wir haben bekannte Bezugspunkte im Gelände, finden aber unseren Standort nicht.

Die Technik, die wir dann anwenden müssen, nennt man **Rückwärtseinschneiden**. Wir peilen mit dem Kompass ein auf der Karte identifiziertes Objekt an, beobachten die Nadel im Spiegel und drehen die Skala so lange, bis die Nordspitze der Nadel auf die Deklinationsmarke zeigt. Am Index können wir dann die korrekte Marschzahl ablesen. Jetzt legen wir den Kompass in genau dieser Stellung auf die Karte und zwar so, dass die gerade Kante eine Linie zwischen dem auf der Karte verzeichneten, angepeilten Objekt und unserem mutmaßlichen Standort bildet. Diese Linie ziehen wir mit Bleistift nach; irgendwo auf der Linie muss sich nun unser Standort befinden. – Genauso verfahren wir mit weiteren Punkten, die in möglichst weit entfernten Himmelsrichtungen liegen. Wir erhalten in der Theorie einen Schnittpunkt aller Linien (eben unseren Standort), in der Praxis eine von Linien umgrenzte Fläche, die umso kleiner ist, je exakter wir gemessen haben.



2. Wir kennen unseren Standort und wollen einen Bezugspunkt im Gelände eintragen.

Das ist z. B. der Fall, wenn wir eine Rauchsäule entdecken und ihre genaue Lage ermitteln müssen. In diesem Fall gehen wir umgekehrt wie in 1. vor; die Technik nennt man dann konsequenterweise **Vorwärtseinschneiden**. Dazu peilen wir das Objekt an, drehen auf N, lesen den Wert ab und legen den Kompass so auf die Karte, dass die gerade Kante eine Linie zwischen unserem Standort und der mutmaßlichen Lage des angepeilten Objektes bildet. Irgendwo auf der Linie muss das Objekt liegen, und wenn wir einen Waldbrand vermuten, sollten wir uns an dieser Stelle vielleicht erst einmal mit einer Entfernungsschätzung begnügen.



Denn bevor wir jetzt einen neuen Wert nehmen können, müssen wir unseren Standort wechseln. Das könnte sich lohnen, wenn wir wissen, dass dort irgendwo eine Bofe liegen muss, die uns bislang entgangen ist. Wir wechseln also auf einen anderen exponierten Standort mit Blickbeziehung zum Objekt, peilen erneut und ziehen unsere Linie auf der Karte, so dass wir einen Schnittpunkt erhalten. In diesem Schnittpunkt könnte das Objekt liegen. Um Ungenauigkeiten zu begegnen ist es aber auch hier wieder besser, nicht nur zwei, sondern möglichst viele Messungen vorzunehmen.



## Natürliche Orientierungshilfen

Als SchutzgebietsbetreuerInnen müssen wir in der Lage sein, die Zeichen der Natur zu deuten. Dazu gehört auch die Kenntnis einiger Orientierungshilfen, die die Natur für uns bereit hält (wenngleich wir in unserem Gebiet nicht darauf angewiesen sein sollten).

Bei klarem Himmel und am Tag haben wir zunächst einmal die Möglichkeit, uns nach der **Sonne** zu orientieren. Die steht in Deutschland um 12.15 Uhr (Sommerzeit: 13.15 Uhr) ziemlich genau im Süden, woraus sich zur Mittagszeit alle anderen Himmelsrichtungen ableiten lassen. Richten wir zu anderen Tageszeiten den kleinen Zeiger unserer Uhr auf die Sonne, so weist die Winkelhalbierende des kleineren Winkels zwischen der Zwölf (Sommerzeit: Eins) und dem Zeiger nach Süden. Die Sonne bietet noch eine Reihe weiterer Orientierungsmöglichkeiten, die aber zu viel Zeit in Anspruch nehmen.

Orientierung anhand der **Klimamerkmale** fällt oft leichter. So weisen exponierte Bäume in der Hauptwindrichtung (meist Nordwest) Moose und Flechten auf; bisweilen sind sie sogar in die Gegenrichtung geneigt, was sich auch an den Baumstümpfen noch an den weiter auseinander liegenden Jahrringen ablesen lässt. In windstillen Gegenden sind die Jahrringe auf der Südseite breiter. Freistehende Bäume spenden auf der Nordseite mehr Schatten. Deshalb ist dort der Boden feuchter, und wir treffen eine entsprechende Vegetation an. Auch freistehende Felsen können Orientierungshilfen sein. Die Nordwest-Seite ist meist blank gewaschen und höhere Pflanzen finden sich v. a. im Süden. Im Winter lassen Eiszapfen und Schneewehen die vorherrschende Windrichtung erkennen. (Schneewehen sind auf der dem Wind zugewandten Seite flacher.) Schnee bleibt auf der Nordseite freier Hänge am längsten liegen. Weil es neben dem Großklima in jeder Region auch eine Vielzahl von Kleinklimata gibt, sollten unter den klimatischen Merkmalen aber immer mehrere miteinander verglichen werden.

Verlässlicher ist es oft, die **Pflanzen- und Tierwelt** zu beobachten. Verschiedene Pflanzen richten ihre Blüten nach der Sonne aus. Borkenkäfer leben vorzugsweise auf der Südseite der Bäume unter der Rinde. Ameisen legen ihre Eier im Ameisenhaufen ebenfalls vorzugsweise im Süden ab, und auch die Schlupflöcher der Nester von Hummeln, Wildbienen und Wespen sind meist nach Süden ausgerichtet. Spechthöhlen und die Eingänge sonst geschlossener Vogelnester sowie vom Fachmann aufgehängte Nistkästen weisen dagegen i. d. R. nach Osten.

In ländlichen Regionen kann man sich bisweilen auch noch auf **kulturelle Orientierungshilfen** verlassen. In alten Kirchen steht der Altar grundsätzlich im Osten, der Turm meist im Westen. Alte Grabsteine, die an keine Friedhofsordnung gebunden sind, weisen mit der Inschrift nach Osten. Unter den Holzgerüsten Topographischer Punkte sind Steine eingelassen, auf deren Südseite das „TP“ eingemeißelt ist.

Am klaren Nachthimmel bieten **Mond und Sterne** halbwegs verlässliche Orientierungshilfen. Zumindest ein Sternbild sollten wir kennen: den Großen Wagen. Die Hinterachse des Großen Wagens führt – fünffach verlängert – zum Polarstern, dem Deichselstern des Kleinen Wagens, der als einziger fester Stern am Himmel immer im Norden steht. Ansonsten wandern alle Sterne (außer den Planeten) wie die Sonne von Osten nach Westen. Der Vollmond steht immer genau der Sonne gegenüber – um 0.15 Uhr (und im Sommer um 1.15 Uhr) also ziemlich genau im Süden. (Das mit der Uhr - s. o. - funktioniert auch beim Mond; nur dass wir jeweils den größeren Winkel nehmen müssen.)





## Sicherheit der BesucherInnen

Als SchutzgebietsbetreuerInnen sollten wir uns für die BesucherInnen in unserem Gebiet persönlich verantwortlich fühlen. Im Bezug auf die Sicherheit der BesucherInnen im Rahmen der Besucherbetreuung geht es zunächst um vorbeugende Maßnahmen; weitere wesentliche Aspekte wie die Erste Hilfe sowie die sichere Anlage von Besuchereinrichtungen sind Bestandteil des Teils 3 (Teilabschnitte 3.2 und 3.4) im Rahmenstoffplan.

Notsituationen der BesucherInnen haben ihre Ursache in den meisten Fällen in Orientierungsproblemen. Wo ein Weg mit Navigationstafeln ausgeschildert ist, müssen diese deshalb immer eindeutig und gut erkennbar sein. Das kann – gerade an feuchten oder extrem exponierten Stellen (Sonne, Wind) – einigen Wartungsaufwand erfordern. Tafeln sollten hier nur angebracht werden, wenn in Sichtweite kein besserer Standort in Frage kommt. Verlässliche Zeit- und Entfernungsangaben zu bekannten Zielpunkten sind unbedingt sinnvoll.

An unterschiedliche Wege werden verschiedene sicherheitstechnische Anforderungen gestellt (vgl. Teilabschnitt 3.4). Spazierwege sind i. d. R. rollstuhltauglich, während Wanderwege auch einmal Wurzeln und Steine, steilere Steigungs- und Gefällstrecken aufweisen können. Auf beiden Wegtypen können aber zwei BesucherInnen nebeneinander laufen. Auf Bergpfaden ist das nicht mehr der Fall, sie erfordern bisweilen schon etwas mehr Aufmerksamkeit. Im Nationalpark Sächsische Schweiz gibt es darüber hinaus Bergsteige und Klettersteige. Erstere sind mit aufwendigen Leiteranlagen versehen, die einige Kondition erfordern, letztere sind oft gänzlich ungesichert, da sie nur zu den Kletterfelsen führen und somit nicht Bestandteil des öffentlichen Wegenetzes sind. SchutzgebietsbetreuerInnen müssen nicht nur die BesucherInnen auf die Anforderungen der unterschiedlichen Wege aufmerksam machen können, sie müssen auch wissen, wer für die Betreuung der Wege zuständig ist und der zuständigen Stelle etwaige Mängel unverzüglich mitteilen, sofern sie nicht mit einfachen Mitteln vor Ort behoben werden können. Die Zuständigkeit für die Instandhaltung der Wege und der Markierungen im Gebiet muss auch dann geklärt sein, wenn – bspw. von Gemeinden – aus einmaligen Projektmitteln zusätzliche Wege angelegt und/oder ausgeschildert werden.

Laut einer Statistik des Deutschen Alpenvereins sind 85% der Unfälle im Freizeitbereich durch die Betroffenen selbst verschuldet. Als SchutzgebietsbetreuerInnen müssen wir also immer einen Blick für die BesucherInnen haben und sie ggf. warnen, wenn wir feststellen, dass sie sich leichtfertig in potentielle Gefahrensituationen begeben. Unzweckmäßige Kleidung ist die häufigste Ursache. Das betrifft v. a. das Schuhwerk, aber auch mglw. notwendige Regenkleidung bei bevorstehenden Wetterumschwüngen. Bei heraufziehendem Gewitter muss auch vor Blitzschlag gewarnt werden. Sind besondere Gefahrensituationen (Steinschlag, Lawinen) wahrscheinlich, müssen entsprechende Informationstafeln aufgestellt oder die BesucherInnen an den Ausgangspunkten der Wanderungen persönlich gewarnt werden.

Bei Führungen sollten wir unsere TeilnehmerInnen schon im Vorfeld darauf aufmerksam machen, was sie erwartet. Bei besonderen Herausforderungen ist es auch angebracht, nach Gebrechen (Asthma, Herzprobleme) zu fragen. Wenn wir der Überzeugung sind, dass einE TeilnehmerIn den Anforderungen nicht gewachsen ist, kann er/sie nicht an der Führung teilnehmen.



## Literaturliste

- Gahsche, Jan et al.: **Handbuch für die Nationalparkarbeit**  
Gesellschaft zur Förderung des Nationalparks Harz e. V., Wernigerode (1995)
- Kromer, Felix et al.: **Leitbild Langsamverkehr** (Besuchersicherheit)  
Schweizer Bundesamt für Straßen, Riehen (2001)
- Linke, Wolfgang: **Orientierung mit Karte, Kompass, GPS**  
Verlag Busse+Seewald, Herford (2003)
- Ludwig, Thorsten: **Orientierung**  
Bund der Pfadfinderinnen und Pfadfinder, Marburg (1986)
- Thöne, Karl / Kaufmann, Edwin: **Karte und Kompass**  
Hallwag Verlag, Bern (1979)
- Volz, Heinz: **Überleben in Natur und Umwelt**  
Walhalla und Praetoria Verlag, Regensburg (1987)

2.3.2

L