

Workshop I am 31.05.2010 der **Aktionsplattform Nachhaltigkeit** des unw - Zusammenfassung der Diskussionsergebnisse (12 Teilnehmer)

1. Diskussion der Zusammenfassung des letzten Workshops

Die Ergebnisse der Diskussion beim „Kick-off“ über das „Nachhaltigkeitsverständnis“ der Teilnehmer im AK zeigten, dass der Zugang zum Thema stark von Verhaltensaspekten und persönlicher Verantwortung geprägt war [siehe Protokoll und die Präsentation].

Die Gegenüberstellung der sehr am persönlichen Verhalten orientierten Ergebnisse mit den gängigen Nachhaltigkeitsdefinitionen warf folgende Grundfragen auf:

1. *Wie gehen wir mit der großen Vielfalt von Sichtweisen über nachhaltige Entwicklung um?*
Dahinter verbergen sich ja verschiedene Vorstellungen über den Ist-Zustand und die notwendigen Handlungen in Richtung nachhaltiger Entwicklung. Wichtig erscheint, dass wir als Aktionsplattform mit einem gemeinsamen Nachhaltigkeitsverständnis auftreten (wenn uns einer fragt, sollten nicht 12 unterschiedliche Meinungen rauskommen). Dabei sollten wir das Rad nicht neu erfinden, sondern uns daran orientieren, was wir schon haben: Definitionen aus der Wissenschaft mit dem 3-Säulenmodell und Helge Majers Erweiterungen, die Flyer vom unw und der Aktionsplattform und die Ergebnisse unserer Diskussionen. Sinnvoll wäre eine Zusammenfassung auf einer Seite als „Spickzettel“, der jedem zur Verfügung steht. Darin sollte auch die Bedeutung von Bildung und Wissen betont werden aber auch die Motivation persönliche Verantwortung und eigenes Handeln, wie sie beim „Kick-off“ aufschien → Wissen, Bewusstsein, Praxis. [Joa wird einen Entwurf vorlegen]. Darüber hinaus wird das Thema bei konkreten Fragestellungen immer neu aufgegriffen und auch für die Zielgruppen speziell geschärft.
2. *Gibt es ein Grundbedürfnis innerhalb der Aktionsplattform, das Thema auf allgemeiner Ebene regelmäßig zu diskutieren?*
Für manchen erscheint das notwendig, um sich in der Vielfalt der Meinung orientieren zu können, für die alten Hasen, die diese Diskussionen seit Jahren führen, könnte dies aber ermüdend sein. Wir werden von Fall zu Fall entscheiden (insbesondere im Bezug auf die Zielgruppen), wann eine erneute Diskussion über unser Nachhaltigkeitsverständnis notwendig und zielführend ist.

2. Vertiefung des Begriffes „Social Marketing“ am Beispiel des unw [siehe Präsentation]

Das Entscheidende für den unw ist die Unterstützung einer nachhaltigen Entwicklung durch geeignete Aktivitäten. Schaut man die Tabelle aus der Präsentation an, sieht man, dass der unw bereits „Social Marketing“ betreibt. Verschiedene Aktivitäten (**P**rodukte), werden durch Kommunikation (**P**R) bekannt gemacht, an geeigneten Orten durchgeführt (**P**latzierung), erfordern aber auch den Einsatz seitens der Zielgruppe (**P**reis). Zu diesen **4 P**, die wir verinnerlichen wollen und die optimal aufeinander abgestimmt sein sollten, kam als Vorschlag ein fünftes P hinzu: **P**erformance – wir sollten auch immer im Auge behalten, ob eine Aktivität tatsächlich zur nachhaltigen (zukunftsfähigen) Entwicklung beiträgt. Was auch noch deutlich

wurde ist, dass wir trotzdem erst am Anfang eines systematisch geplanten Social Marketing stehen: Wir analysieren die Situation und wollen erst einmal herausfinden, welchen Bedarf es bei den ausgesuchten Zielgruppen in Sachen Nachhaltigkeit gibt. Dafür wollen wir mit einzelnen Zielgruppen sogenannte Fokusgruppen veranstalten. Diese Fokusgruppen können aber auch schon die Motivation der Zielgruppen abfragen oder sogar erzeugen, mit dem unw gemeinsam etwas in Richtung Nachhaltigkeit zu tun. Das ist jedoch offen. Sollten sich gemeinsame Aktivitäten abzeichnen, wird es sogenannte „Spin-offs“ aus der Aktionsplattform geben (siehe das Bild in der Präsentation)

3. Reihenfolge der Zielgruppen

Es wurde sehr schnell klar, dass der Sommer für Studenten wegen der Prüfungszeit nicht geeignet ist. Sehr schnell kamen dann die Jungunternehmer auf die Agenda und stehen nun als erste Zielgruppe fest. Um eine sinnvolle **Fokusgruppe** durchführen zu können, braucht man **6-10 Personen** aus der Zielgruppe. Danny Fuchs hat bereits Kontakt zu den Ulmer Wirtschaftsuniern und wird diese über deren Stammtisch anfragen. Weitere Anwesende haben die Bereitschaft gezeigt, Junge Unternehmer oder Manager aus ihrem Bekanntenkreis anzusprechen. Dies gilt ab sofort, da die möglichen Termine auf 12.7. und 14.7. jeweils 18 Uhr terminiert sind. Ergebnisse dieser Akquise werden mit Joa Bauer abgestimmt. So sollte es möglich sein, die erforderliche Zahl zusammen zu bekommen, wenn wir deutlich machen, wie interessant die Fragestellung und die Möglichkeiten sind. Verpflichten müssen sich die Leute aus der Zielgruppe nur für die eine Veranstaltung von ca. zwei Stunden Dauer (Minimum). Diese Fokusgruppe sollte in einem klaren Rahmen stattfinden (IWU-Institut), um die Teilnehmer aus ihrem gewohnten Alltag zu „entführen“, deren Stammtisch oder ein Café/Restaurant eignet sich von der Atmosphäre her nicht für eine konzentrierte Diskussion. Dennoch sollen sich die Teilnehmer „eingeladen“ fühlen.

Die Studenten sollen dann als zweite Zielgruppe im Oktober oder November angegangen werden. Über die weiteren Zielgruppen soll danach entschieden werden. Das wird nicht zuletzt von den Erfahrungen mit den zwei Fokusgruppen mit den Jungunternehmern und Studenten abhängen.

4. Weitere Vorgehensweise und Termine

Die Ulm-Kenner sondieren die Lage bei den jungen Unternehmern, die sie kennen und berichten Joa Bauer über die Aussichten einer Teilnahme an der Fokusgruppe.

Am **28.6.** trifft sich die **Aktionsplattform** und bereitet die erste Fokusgruppe vor (siehe Tabelle mit den drei Phasen in der Präsentation). Insbesondere die Punkte 4 und 5 aus der Tabelle sind entscheidend, da mit dem Leitfaden der Ablauf gestaltet wird und festgelegt wird, was wir von der Zielgruppe denn wissen wollen. Deshalb ist es ganz wichtig, die „richtigen“ Fragen in der richtigen Abfolge zu finden, um später abschätzen zu können, wie die Vertreter der Zielgruppe zum Thema Nachhaltigkeit stehen, ob es Bedarf in Sachen Wissensvermittlung und „Netzwerken“ gibt und was sie sich an „Aktionen“ mit dem unw vorstellen können.

Auf der Homepage des unw können Ansprechpartner für die Aktionsplattform mit Kontaktdaten und Bild gelistet werden. Kandidaten: Joa Bauer und Danny Fuchs. Interessenten dürfen gerne ihre Kontaktdaten mit Bild an joa.bauer@unw-ulm.de senden.

12.7 oder 14.7.: Durchführung der **Fokusgruppe** mit den Jungunternehmern.