

Umwelteinstellungen und -verhalten der Studierenden und Mitarbeiter der Universität Osnabrück



EVALUATION DER „TU WAS“-KAMPAGNE

Im Auftrag

der Umweltkoordinatorin der Universität Osnabrück



Übersicht über die Inhalte der heutigen Präsentation

Präsentation erster Ergebnisse der Evaluation
AKU am 20.04.2009

Autorin: Dipl.Rehapsych. (FH) Teresa-Maria Hloucal

Kontakt: teresa@hloucal.net



1. TU-WAS-KAMPAGNE

- Inhalt
- Zeitraum
- Aktionen

1. DARSTELLUNG DER EVALUATION

- Untersuchungsfragen
- Förderung der Evaluation

2. ERGEBNISSE DER EVALUATION

- Demografische Daten
- Tu-Was-Kampagne
- Bewertung Umweltengagement
- Berichtetes Umweltverhalten und Umweltbewusstsein

3. AUSBLICK



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Inhalt der Kampagne

Zeitraum der Kampagne

Aktionen der Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der
Evaluation

Ausblick

Tu-Was-Kampagne

Inhalt und Zeitraum der Kampagne

Die Tu-Was-Kampagne ist ein Teil des Motivationskonzepts der Umweltkoordinatorin zum Thema Umweltschutz. Umweltthemen, die alle Mitglieder der Universität betreffen, werden in Form von einfachen prägnanten Handlungsempfehlungen übermittelt.

Die Themen werden durch Postkarten, Mitmachaktionen, Printinformationen, Werbematerialien, sowie durch die Presse und das Internet transportiert.

Umgesetzt wurde die Kampagne im SS 2008 und im WS 2008/09.



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Inhalt der Kampagne

Zeitraum der Kampagne

Aktionen der Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Ausblick

Tu-Was-Kampagne Aktionen der Kampagne

Büroökologie (Asta-Lehrmittelverkauf, materialsparende Verfahren, umweltfreundliche Produkte)

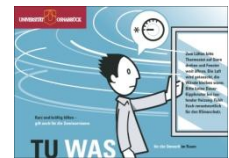
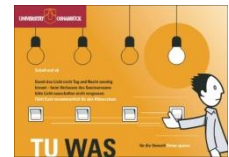
Strom sparen an der Uni (Licht aus, EDV-Geräte)

Fahrradfahren zur CO₂-Abgasverringerung (Fahrradversteigerungen, „Mit dem Rad zur Arbeit“)

Heizwärme (Umgang mit Wärme in Räumen)

Abfallentsorgung (Müllvermeidung, Mülltrennung)

Lebensmittel und Wasser (MSC-Fisch, regionale Produkte)





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Untersuchungsfragen

Förderung der Evaluation

Ergebnisse der
Evaluation

Ausblick

Darstellung der Evaluation

Untersuchungsfragen

Von der Umweltkoordinatorin wurde 2008 eine Studie in Auftrag gegeben, die Aufschluss darüber geben soll,

1. Welche Wirkung die Tu-Was-Kampagne erzielt (Bekanntheit bei Studierenden und Mitarbeitern sowie Umsetzung der Inhalte),
2. Wie das umweltbezogene Engagement der Universität von den Studierenden und Mitarbeitern wahrgenommen wird und
3. Wie das selbstberichtete Umweltverhalten und die Einstellung zu umweltrelevanten Themen bei den Studierenden und Mitarbeitern im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung zu bewerten ist



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

**Darstellung der
Evaluation**

Definition der
Untersuchungsfragen

Förderung der Evaluation

Ergebnisse der
Evaluation

Ausblick

Darstellung der Evaluation

Förderung der Evaluation

Die Evaluation wird gefördert von der Niedersächsischen Umweltstiftung und der Universität Osnabrück



Niedersächsische Umweltstiftung



Mit freundlicher Unterstützung des **Virtuos** Osnabrück
(technische Umsetzung des Online-Fragebogens)



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Ergebnisse der Evaluation Demografische Daten

Zwischen Ende Januar 2009 und Ende Februar 2009 wurden insgesamt 372 Studierende und Mitarbeiter der Universität befragt.

Die Befragung wurde zum größten Teil online über StudIP bzw. die Internetseite der Umweltkoordination durchgeführt (311 Befragte). 61 Studierende füllten den Papierbogen aus.



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Es werden zuerst die demografischen Daten der Studierenden und Mitarbeiter dargestellt.

Die Teilnehmer der Befragung in Abhängigkeit ihres Status an der Universität:

		Häufigkeit	Gültige Prozente
Gültig	MitarbeiterIn	68	18,6
	Studierender	297	81,4
	Gesamt	365	100,0
Fehlend	-1	6	
	999	1	
	Gesamt	7	
Gesamt		372	



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Die befragten Studierenden verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Fachbereiche.

		Häufigkeit	Gültige Prozente
Gültig	FB 1 Sozialwissenschaften	29	9,4
	FB 2 Kultur- und Geowissenschaften	25	8,1
	FB 3 Erziehungs- und Kulturwissenschaften	26	8,5
	FB 4 Physik	12	3,9
	FB 5 Biologie/ Chemie	32	10,4
	FB 6 Mathematik/ Informatik	20	6,5
	FB 7 Sprach und Literaturwissenschaft	41	13,4
	FB 8 Humanwissenschaften	32	10,4
	FB 9 Wirtschaftswissenschaften	39	12,7
	FB 10 Rechtswissenschaften	51	16,6
	Gesamt	307	100,0
Fehlend	Gesamt	65	
Gesamt		372	



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Der Anteil der befragten Studierenden spiegelt im Verhältnis in etwa die absolute Anzahl der Studierenden in den einzelnen Fachbereichen wider.

		% der Befragten (gerundet)	% der Studierenden (gerundet)
Gültig	FB 1 Sozialwissenschaften	9	8
	FB 2 Kultur- und Geowissenschaften	8	7
	FB 3 Erziehungs- und Kulturwissenschaften	9	8
	FB 4 Physik	4	2
	FB 5 Biologie/ Chemie	10	8
	FB 6 Mathematik/ Informatik	7	6
	FB 7 Sprach und Literaturwissenschaft	13	15
	FB 8 Humanwissenschaften	10	12
	FB 9 Wirtschaftswissenschaften	13	16
	FB 10 Rechtswissenschaften	17	17



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

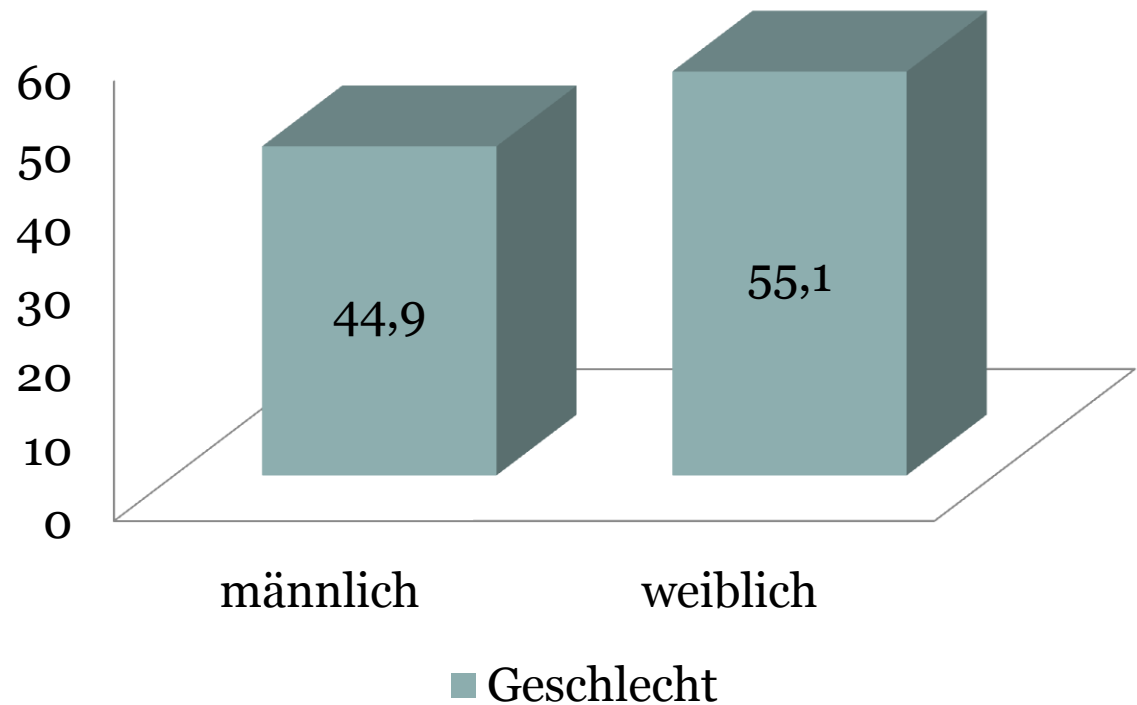
Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Von den befragten Studierenden waren 44,9 % männlich und 55,1 % weiblich.





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

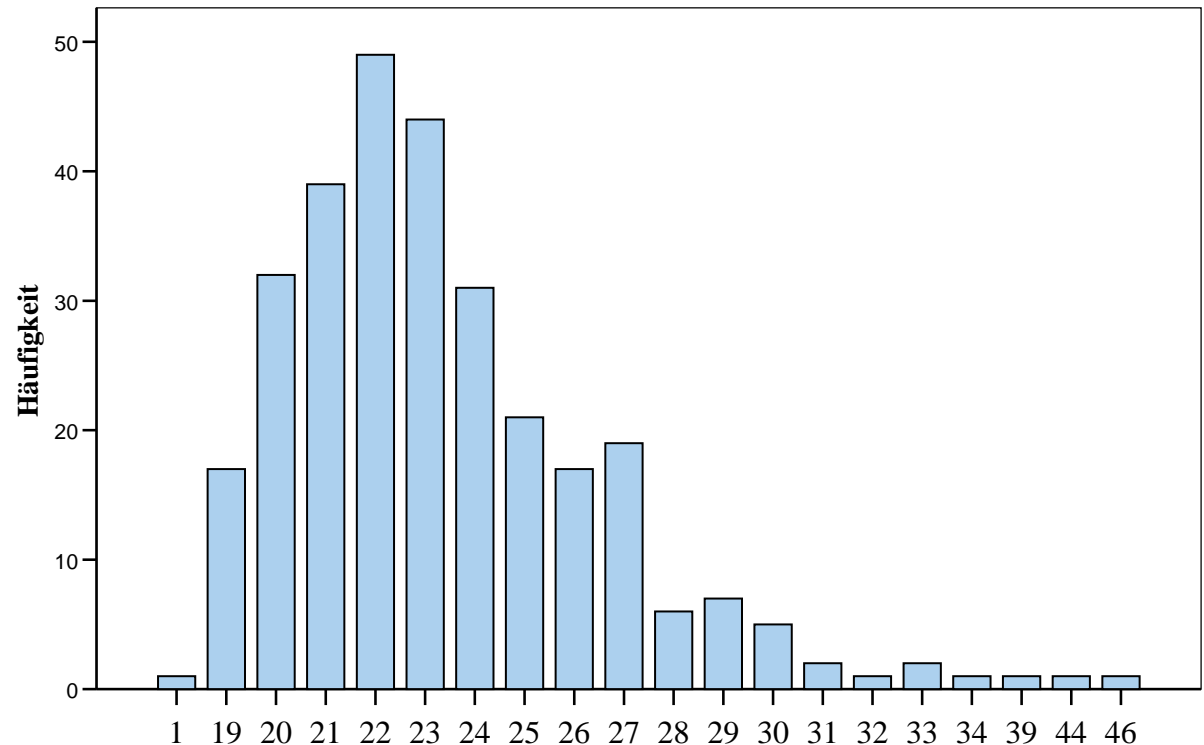
Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Die Altersstruktur der befragten Studierenden

Wie alt sind Sie?





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

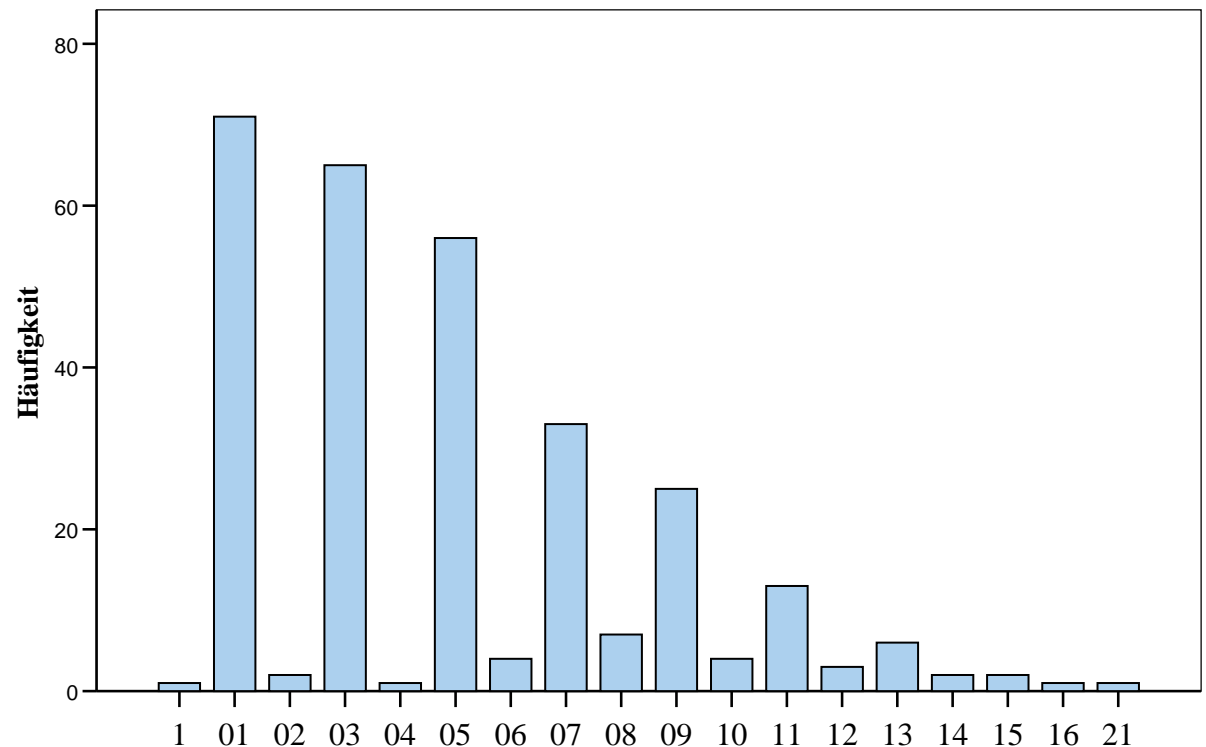
Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Die Semesterstruktur der befragten Studierenden

Falls Sie Studierender sind: In welchem Semester studieren Sie?





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

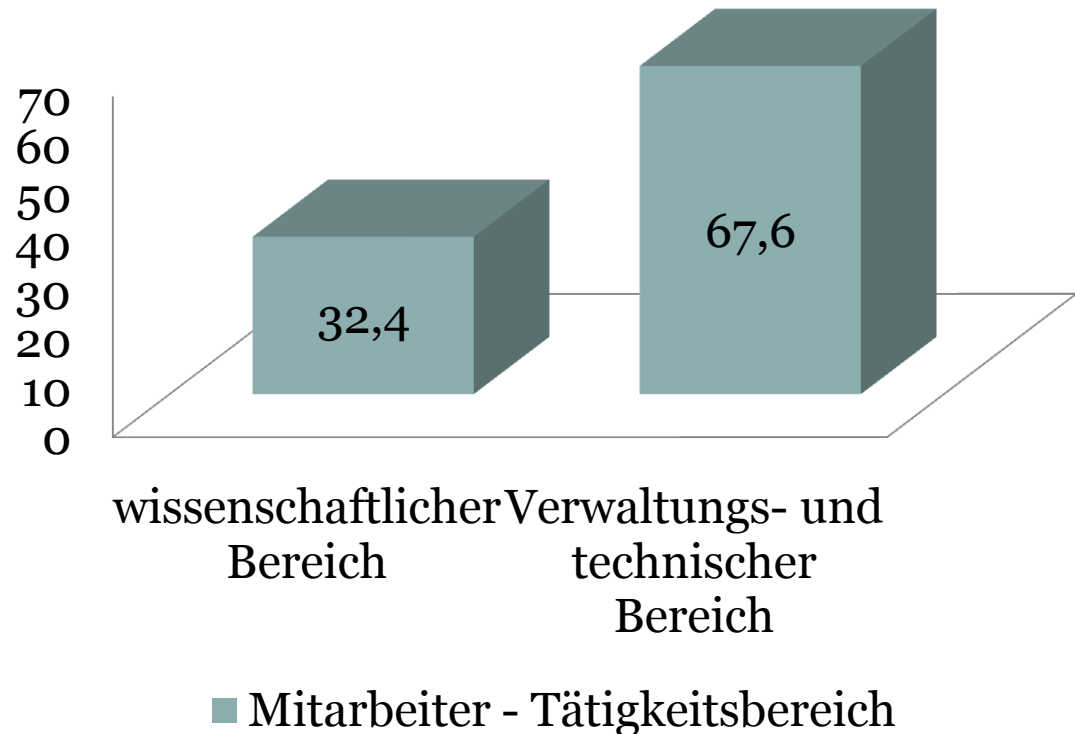
Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

22 der befragten Mitarbeiter (32,4 %) sind im wissenschaftlichen Bereich tätig und 46 (67,6 %) im Verwaltungs- oder technischen Bereich.





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

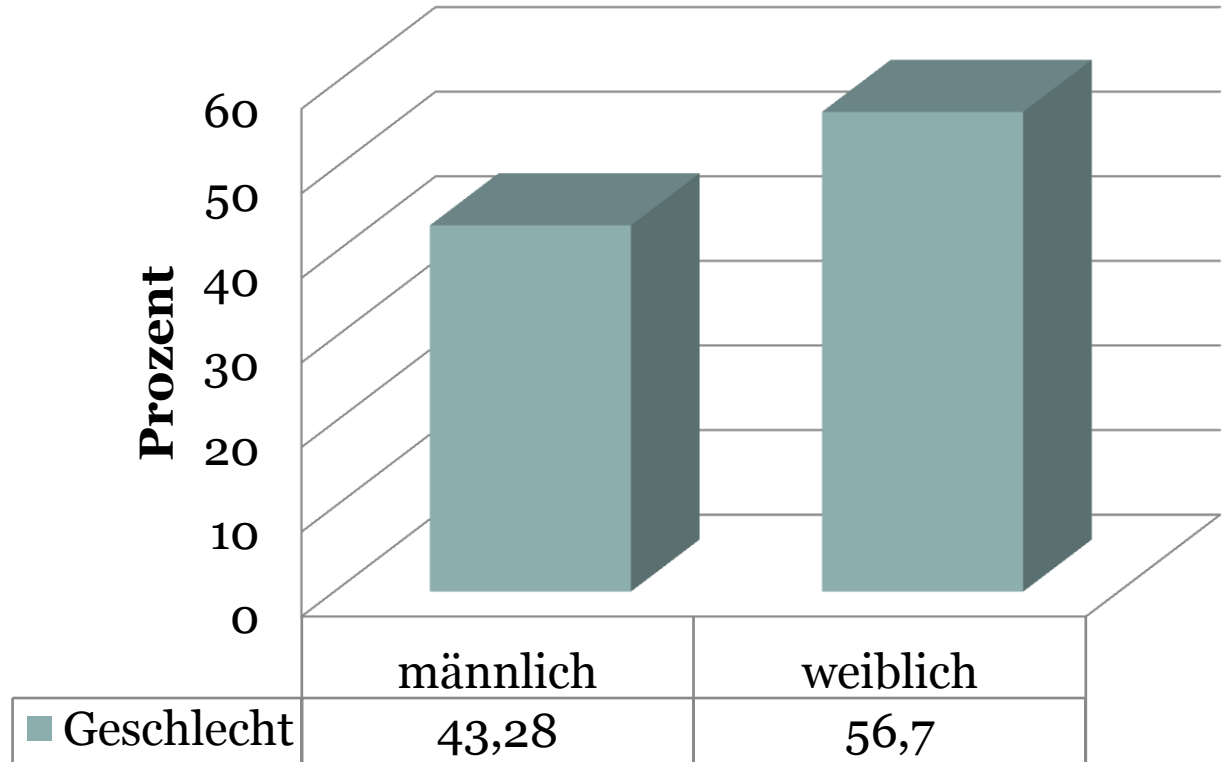
Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten und Umweltbewusstsein

Ausblick

Die befragten Mitarbeiter waren durchschnittlich 36 Jahre alt (Median 37, SD 12).
29 Mitarbeiter (43,28 %) waren männlichen und 38 (56,72 %) weiblichen Geschlechts.

Geschlecht





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

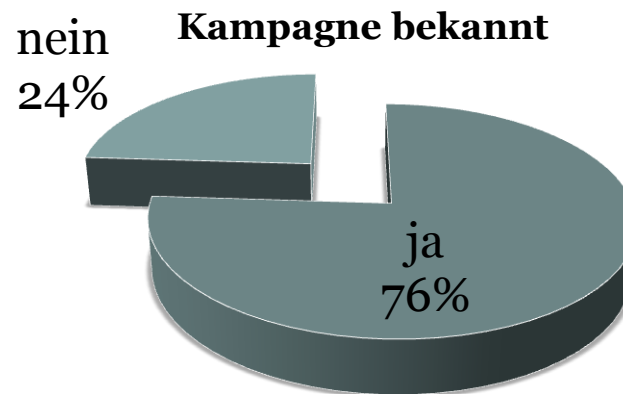
Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Ergebnisse der Evaluation Tu-Was-Kampagne

Von den 372 Befragten war 76 % (absolut 284) die Tu-Was-Kampagne bekannt.

Von denjenigen Befragten, denen die Kampagne bekannt war, hatten 62 % davon gehört, wussten aber nichts konkretes und 38 % konnten konkrete Inhalte der Kampagne benennen.





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Bekanntheit der Kampagne in Abhängigkeit der Fachbereichszugehörigkeit

Fachbereich	Tu-Was bekannt (%)	Tu-Was nicht bekannt (%)
1: Sozialwissenschaften	75,9	24,1
2: Kultur- und Geowissenschaften	80,0	20,0
3: Erziehungs- und Kulturwissenschaften	73,1	26,9
4: Physik	83,3	16,7
5: Biologie/ Chemie	93,7	6,3
6: Mathematik/ Informatik	85,0 (5% MD*)	10,0
7: Sprach- und Literaturwissenschaft	68,3	31,7
8: Humanwissenschaften	62,5	37,5
9: Wirtschaftswissenschaften	82,1	17,9
10: Rechtswissenschaften	60,8	39,2

* Missing Data

Grün = im Vergleich zu den anderen FBs hohe Bekanntheit der Kampagne
Rot = im Vergleich zu den anderen FBs geringe Bekanntheit der Kampagne



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Folgende konkrete Aktionen der Kampagne wurden von den Befragten genannt:

Genannte Aktion	Anzahl der Nennungen (absolut)
"Licht aus"	34
Second-Hand Möbelverkauf	24
Fahrradversteigerung	21
richtig heizen, lüften	13
sparsam drucken, kopieren, Recyclingpapier	12
Mit dem Rad zur Arbeit fahren	10
regionales und saisonales Essen in der Mensa	8
Strom sparen	7
Energiespartipps	5
technischen Dienst anrufen, wenn Wasserhahn tropft	4
Postkartenaktion, Plakate	4
autofreier Hochschultag	2
Energiesparlampen verlosen	1
Taschen für Ersties	1
Aushänge in der Bibliothek	1
Alt-CD-Annahme	1
Lernmittel ASTA	1
StudIP-News	1
Second-Hand nutzen	1
Greenpeace Hefte	1



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

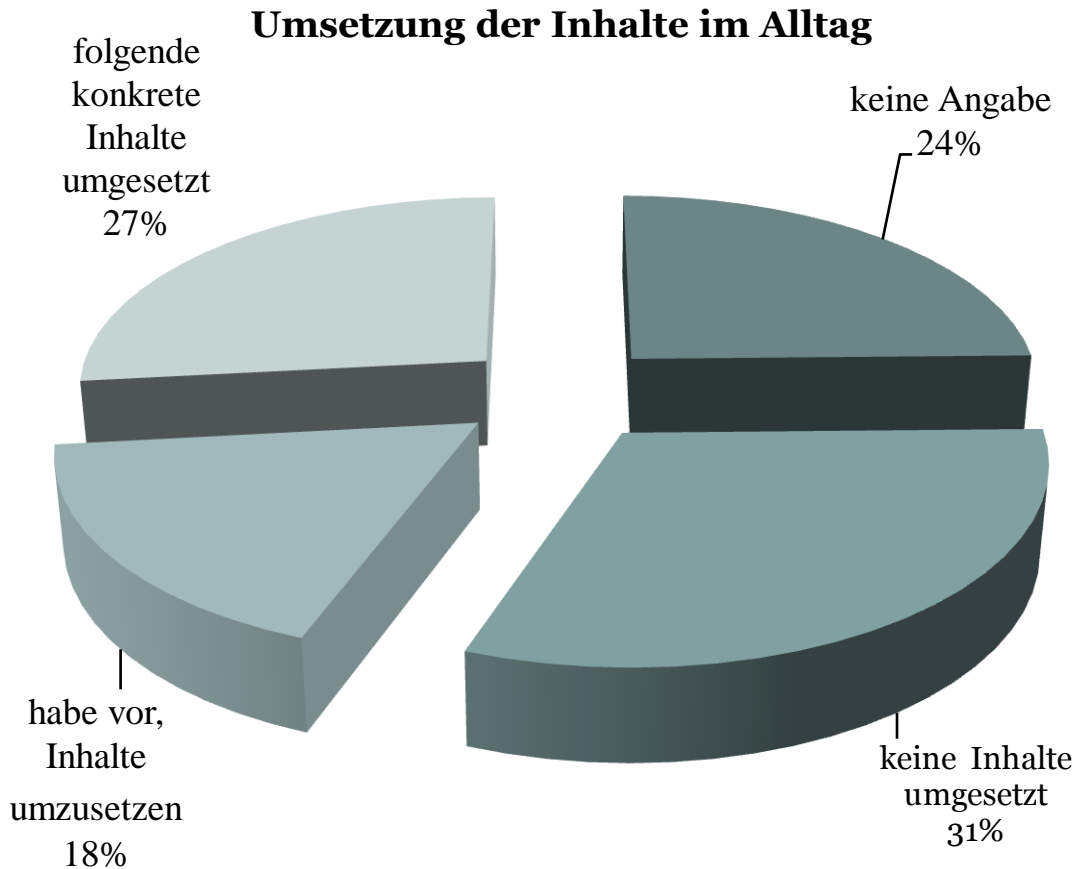
Tu-Was-Kampagne

Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten und Umweltbewusstsein

Ausblick

Umsetzung der Inhalte im Alltag:





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Folgende Inhalte wurden von den Befragten im Alltag umgesetzt:

Genannte Aktion	Anzahl der Nennungen (absolut)
Licht aus beim Verlassen des Raumes bzw. auf Fluren und im WC	43
Richtig lüften	27
Recyclingpapier benutzen bzw. Papier sparen	17
Rad fahren	14
Standby ausschalten, Steckdosenleiste ausschalten, Bildschirm ausschalten (Strom sparen allgemein)	12
Lebensmittel (Mensa, Bio, regional)	11
Habe die Tipps schon vorher umgesetzt	8
Heizung richtig einstellen	7
Energiesparlampen benutzen	5
Second-Hand-Möbel kaufen bzw. Fahrrad ersteigern	4
Asta-Lehrmittelverkauf nutzen	3
Müll trennen	1
Wasserstopp-Tasten am WC nutzen	1



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

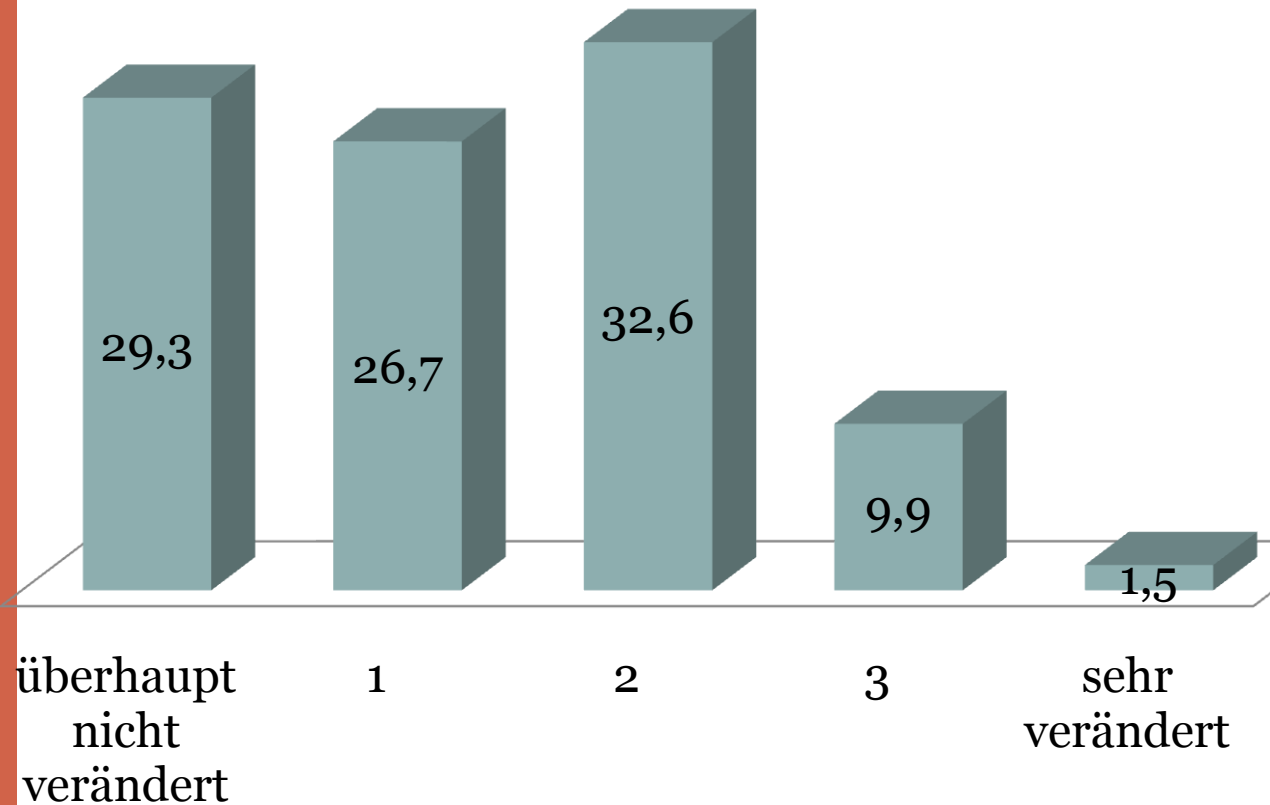
Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Wurde durch die Tu-Was-Kampagne das alltägliche Verhalten verändert?

**Mein Verhalten habe ich aufgrund der
Informationen...**





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umwelteinstellungen

Ausblick

Ergebnisse der Evaluation Bewertung Umweltengagement

Folgende umweltbezogenen Aktivitäten sind den Befragten bekannt:

umweltbezogene Aktivität	bekannt (%)	nicht bekannt (%)
umweltfreundliches Druckpapier	72,7	27,8
umweltfreundliches Toilettenpapier	70,9	29,1
Strom aus erneuerbaren Energien	70,9	29,1
Umwelttipps veröffentlichen	48,0	52,0
Altpapier sammeln	38,3	61,7
Aktionen zu umweltfreundlicher Mobilität	36,4	63,6
steuerungstechnische Maßnahmen zum Energiesparen	26,1	73,9
bauliche Maßnahmen für mehr Wärmeschutz	19,1	80,9
Bioabfall sammeln	18,9	81,1
Einsatz energiesparender Geräte	16,4	83,6
Warmwasser aus solarthermischen Anlagen	9,7	90,3



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

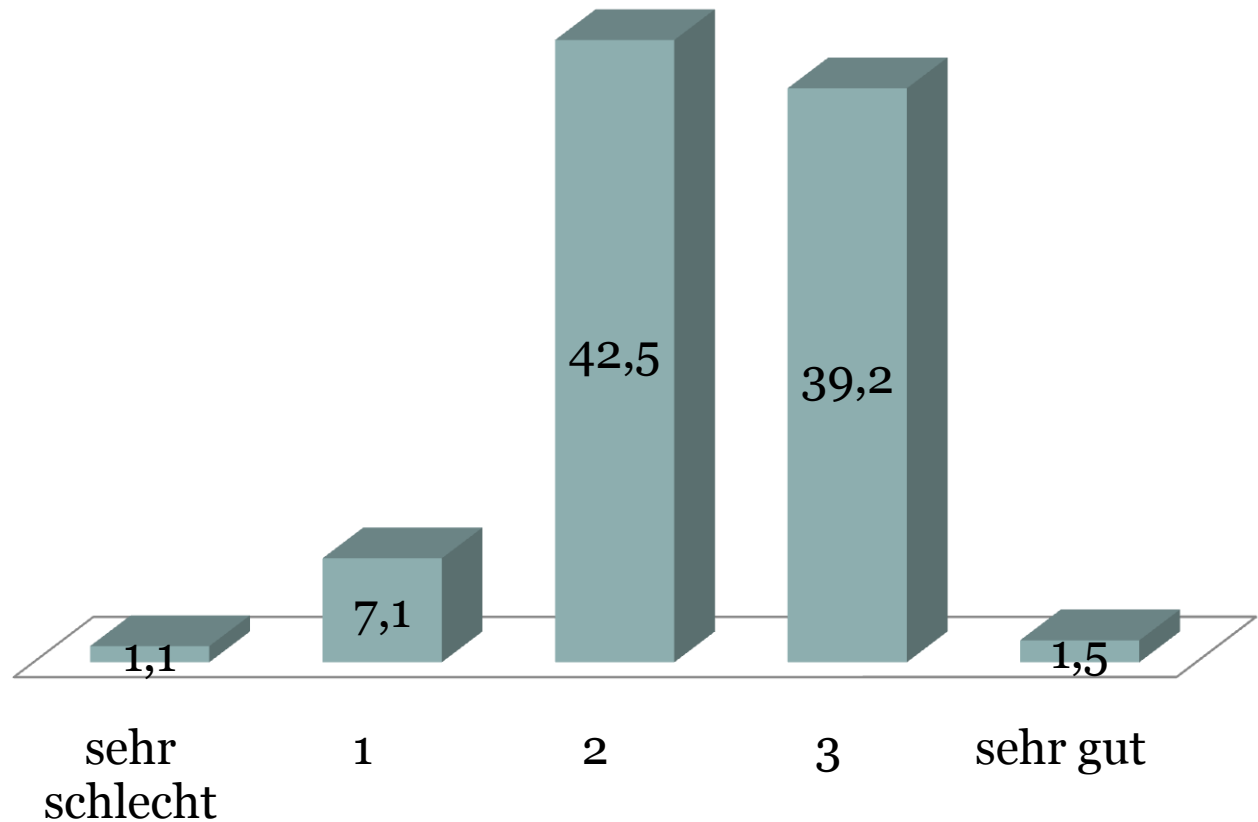
Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umwelteinstellungen

Ausblick

Wie schätzen die Befragten das umweltbezogene Engagement der Universität ein?

Das umweltbezogene Engagement der Universität finde ich...





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

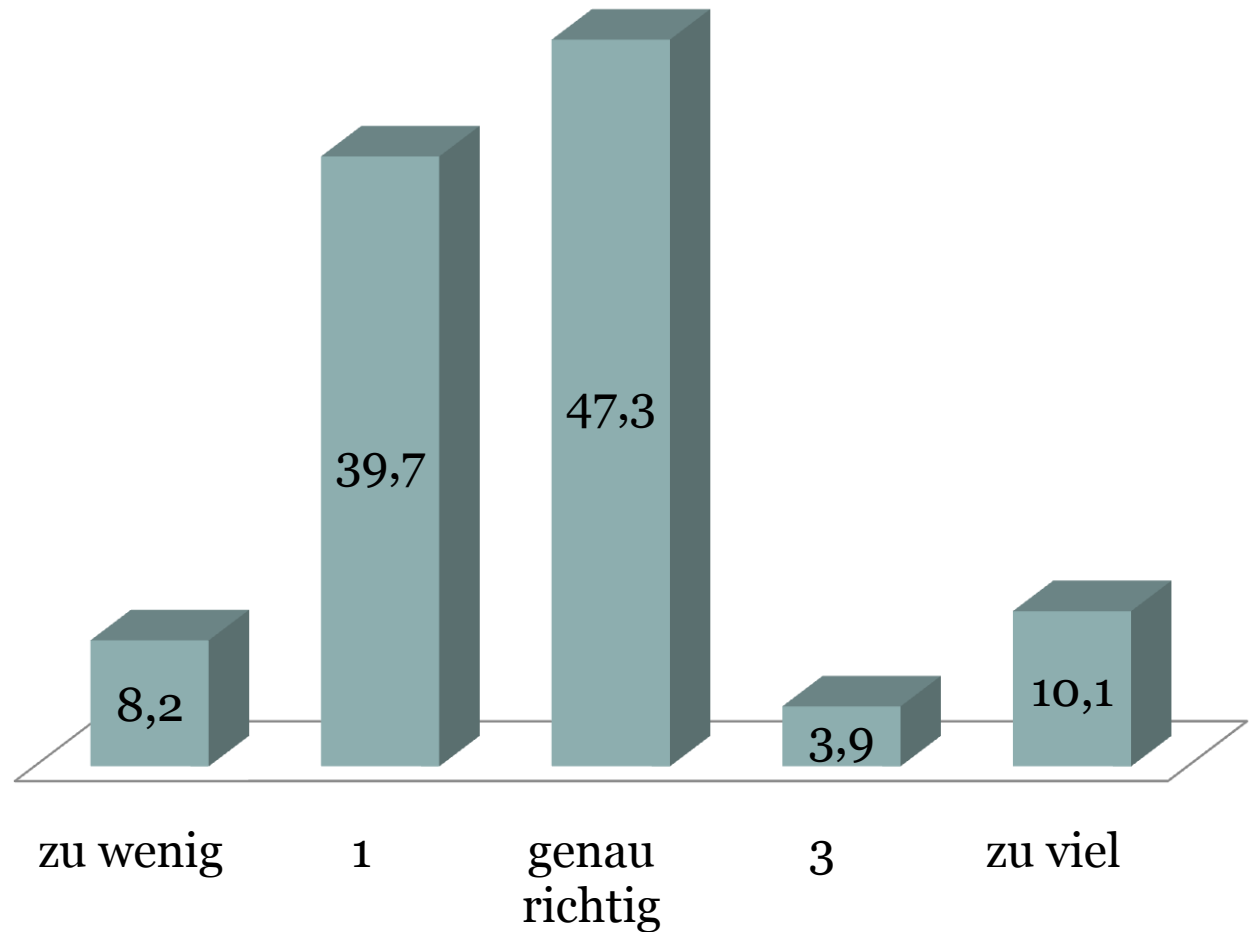
Tu-Was-Kampagne

Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten und Umwelteinstellungen

Ausblick

Das Angebot an Weiterbildungen und Vorträgen zu umweltbezogenen Themen an der Universität wird von den Befragten wie folgt eingeschätzt





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

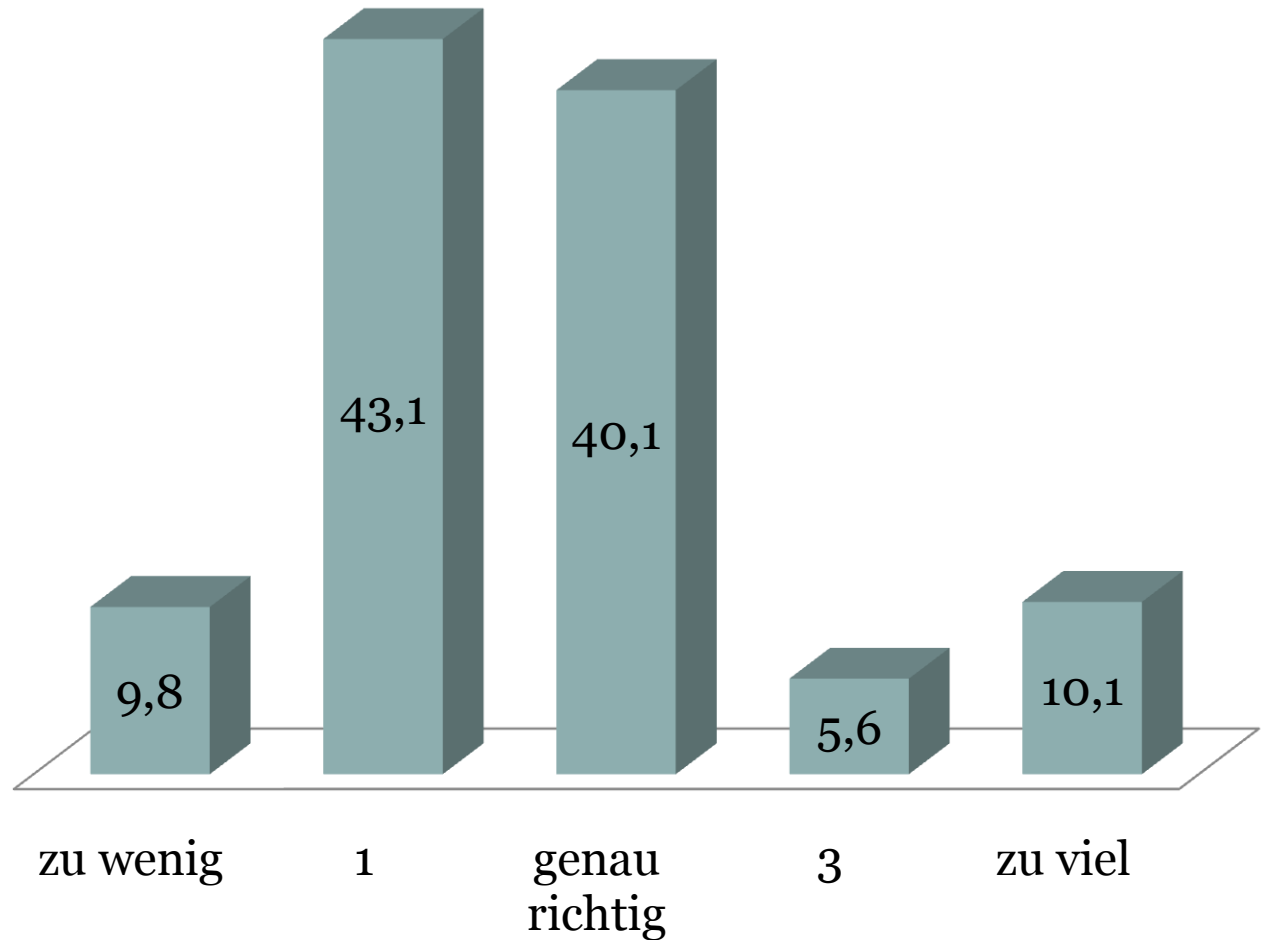
Tu-Was-Kampagne

Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten und Umwelteinstellungen

Ausblick

Das Angebot an Informationen zu umweltbezogenen Themen schätzen die Befragten so ein



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

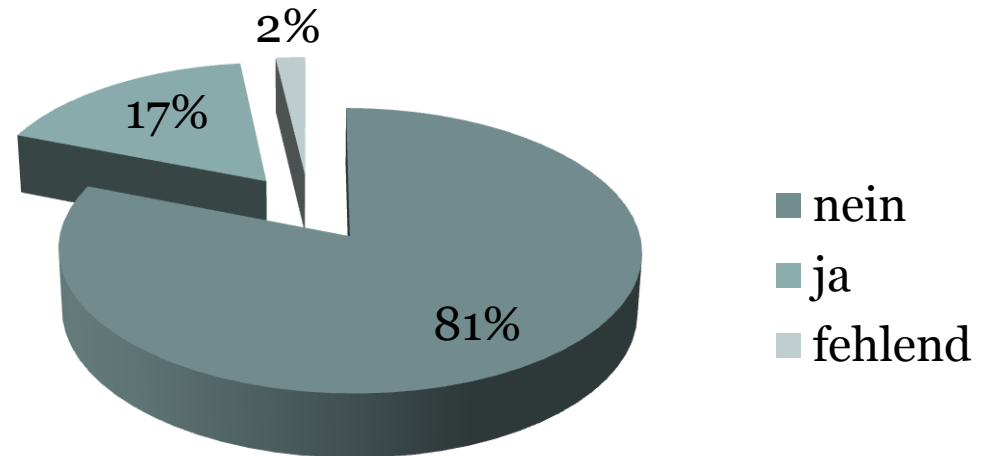
Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Kennen Sie den Umweltbericht der Uni Osnabrück?



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

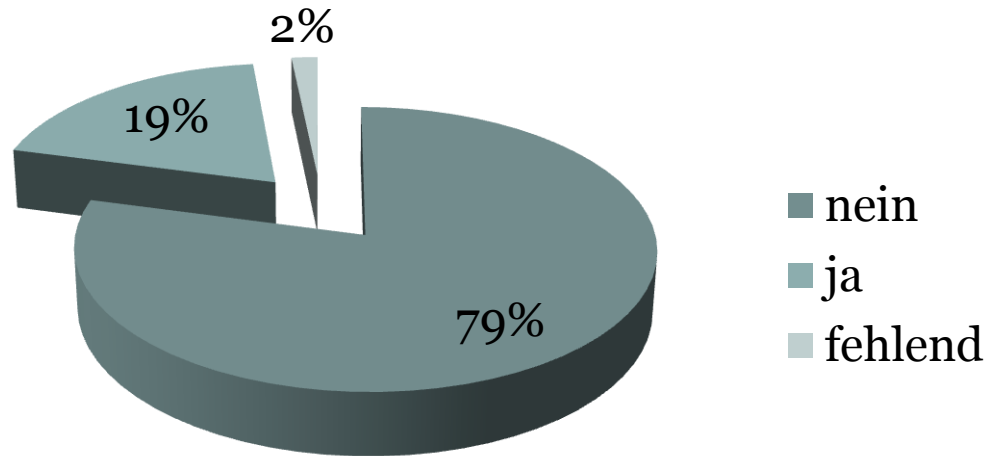
Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Haben Sie schon einmal die Umweltinternetseite besucht?





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

**Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein**

Ausblick

Ergebnisse der Evaluation Berichtetes Umweltverhalten und Umweltbewusstsein

Das Umweltverhalten der befragten Studierenden und Mitarbeiter:

85,8 % gaben an, häufig oder immer das Licht auszuschalten, wenn sie kurz einen Raum verlassen (21,8 % selten bzw. nie).

66,6 % drucken bzw. kopieren häufig oder immer beidseitig (18,8 % selten bzw. nie).

86,3 % trennen nach eigener Angabe häufig oder immer den Müll (4,9 % selten bzw. nie).

23,4 % konsumieren häufig oder immer Produkte mit dem Biosiegel (37,8 % selten bzw. nie).

78,3 % gaben an, häufig oder immer richtig zu lüften (21,8 % selten bzw. nie).

24,3 % kaufen häufig oder immer ökologische Schreibutensilien (42 % selten bzw. nie).



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

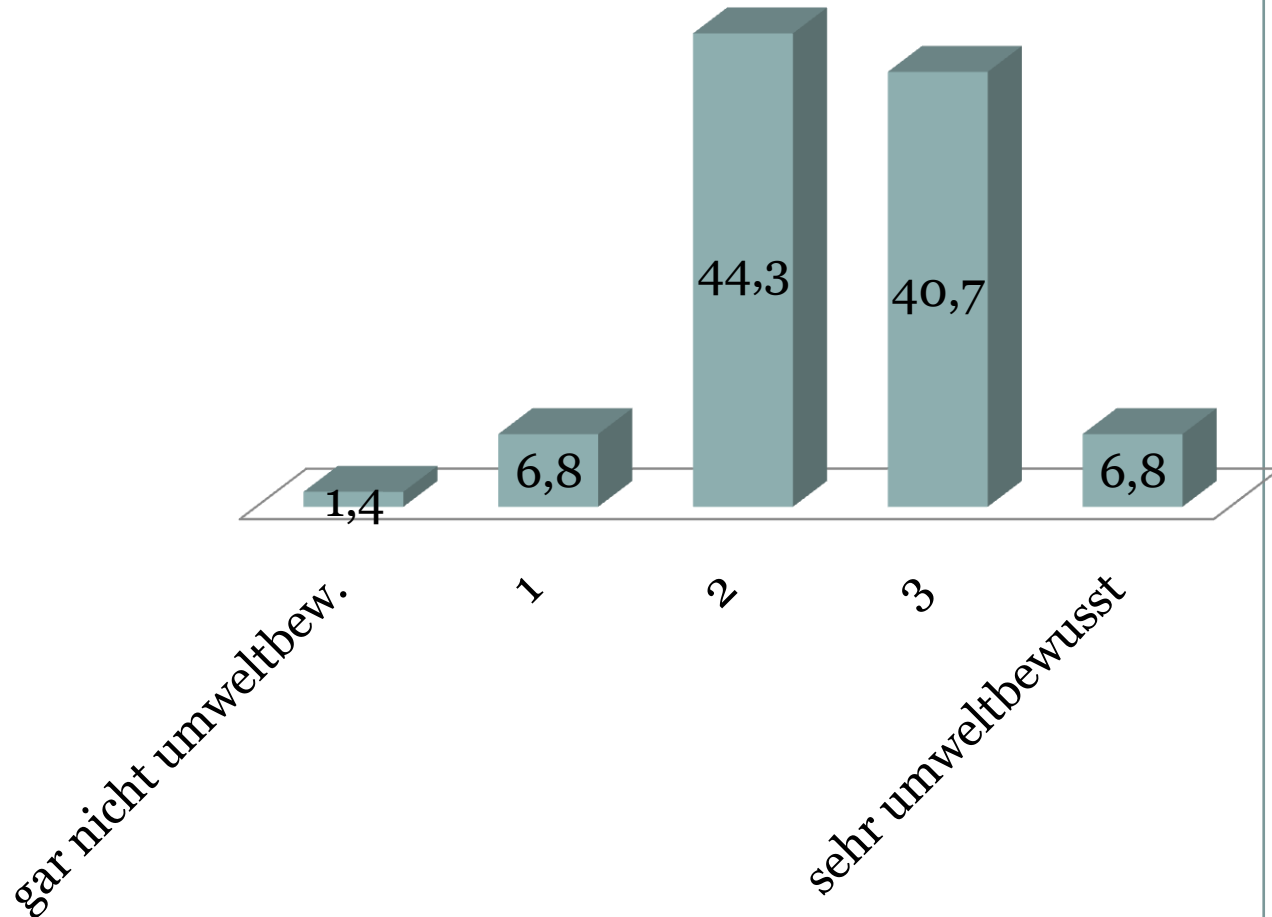
Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten und Umweltbewusstsein

Ausblick

Selbsteinschätzung bzgl. des Umweltbewusstseins der Studierenden und Mitarbeiter der Universität

Ich halte mich für...





Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten und Umweltbewusstsein

Ausblick

Selbsteinschätzung bzgl. des Umweltbewusstseins der Studierenden der Universität in Abhängigkeit des Fachbereichs

Ich halte mich für...

Fachbereiche	eher nicht umweltbewusst	neutral	eher umweltbewusst
1: Sozialwissenschaften	3,4	41,4	55,1
2: Kultur- und Geowissenschaften	13,0	21,7	65,2
3: Erziehungs- und Kulturwissenschaften	7,7	46,2	46,2
4: Physik	25,0	50,0	25,0
5: Biologie/ Chemie	0,0	59,4	40,6
6: Mathematik/ Informatik	5,0	15,0	80,0
7: Sprach- und Literaturwissenschaft	7,3	39,0	53,7
8: Humanwissenschaften	3,1	40,6	56,2
9: Wirtschaftswissenschaften	15,8	60,5	23,7
10: Rechtswissenschaften	13,7	49,0	37,3

Grün = im Vergleich zu den anderen FBs hohes Umweltbewusstsein
Rot = im Vergleich zu den anderen FBs niedriges Umweltbewusstsein



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Gibt es einen signifikanten Unterschied bezüglich des Umweltbewusstseins der Befragten in Abhängigkeit von der Darreichungsform des Fragebogens (Papierbogen vs. Onlinefragebogen)?

Papierbogen	N	Mean	SD
nein	306	2,46	0,785
ja	60	2,38	0,739

Signifikanz: 0,481 (nicht signifikant)

Es gibt keinen statistisch signifikanten Unterschied des Ausfüllverhaltens der Befragten bezüglich der Frage „Wie schätzen Sie Ihr eigenes Umweltbewusstsein ein?“ in Abhängigkeit von der Darreichungsform.



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Einige Anmerkungen und Anregungen der Mitarbeiter und Studierenden:

„Leider bringen die viele Plakate in der Uni recht wenig - wie oft sieht man, dass die Heizung übers Wochenende auf 5 stand, oder bei offenem Fenster an ist? Oder dass der Beamer sinnlos läuft? Prämien auf den niedrigsten Verbrauch sollten ausgesetzt werden!“

„Mehr Regenwasser für WC-Anlagen; Solarstrom auf dem EW-Gebäude; idealer Platz statt Handymasten“

„Die Dozenten auffordern, das Licht in den Hörsälen nicht immer komplett anzuschalten, da es zum einen unnötig ist und zum anderen auch in der Regel angenehmer ist. Und sie dazu anhalten, die Tageslichtprojektoren nicht anzuschalten, wenn sie gar nicht benötigt werden.“

„Sammelbehälter für Energiesparlampen !!!“

„Es sollten noch mehr Tipps wie man auch privat sparen und helfen kann die Umwelt zu schuetzen ueber so schoene Karten verteilt werden.“



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

**Ergebnisse der
Evaluation**

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung
Umweltengagement

Berichtetes
Umweltverhalten und
Umweltbewusstsein

Ausblick

Einige Anmerkungen und Anregungen der Mitarbeiter und Studierenden:

„Bis auf die Postkarten in der Mensa habe ich leider noch nicht sehr viel von Euch mitbekommen. Dabei bin ich sehr für den Umweltschutz. Vielleicht aktuelle Nachrichten und Informationen über den Verteiler verschicken? Dann kommt es wirklich bei jedem an.“

„Die Dozenten sollten auch darauf achten, beidseitig Papier zu bedrucken oder zu kopieren. Außerdem sollte es möglich oder einfacher gemacht werden in der Bibliothek auch beidseitig zu kopieren. Das hat nicht nur einen Sinn für den Umweltschutz, sondern verringert auch die Papierberge, die man mit sich trägt.“

„Wasserspartipp: Verkürzung der Wasserlaufzeiten der Mischbatterien in den Waschbecken auf den Toiletten im Gebäude 19, (1. Stock) (- während des Einseifens muss das Wasser nicht laufen)“



Übersicht

Tu-Was-Kampagne

Darstellung der
Evaluation

Ergebnisse der
Evaluation

Demografische Daten

Tu-Was-Kampagne

Bewertung Umweltengagement

Berichtetes Umweltverhalten
und Umweltbewusstsein

Ausblick

Ausblick

Im schriftlichen Bericht der Evaluation werden neben Ausführungen zu den vorgestellten Ergebnissen auch Vergleiche zwischen dem Antwortverhalten der Normalbevölkerung und der befragten Stichprobe gezogen. Das Umweltbewusstsein der Studierenden und Mitarbeiter der Uni Osnabrück kann mithilfe der Daten von Kuckartz et al. (2006) direkt mit dem der Allgemeinbevölkerung verglichen werden.

Des Weiteren werden die Daten vor dem Hintergrund umweltpsychologischer Theorien interpretiert, um aufbauend auf den Ergebnissen der Evaluation weitere Kampagnen zu umweltrelevanten Themen zu planen und so das Umweltschutzverhalten der Angehörigen der Universität zu verbessern.

In diesem Zusammenhang sind vor allem die Ergebnisse der Diplomarbeit von M. List relevant.