



UBA-FORSCHUNGSPROJEKT

## WERKZEUGE UND METHODEN ZUR KOMMUNIKATION VON BODENTHEMEN

FKZ 3714 71 218 0

### Kurzbeschreibung

Das Projekt „Werkzeuge und Methoden zur Kommunikation von Bodenthemen“ ist Bestandteil des Umweltforschungsplans. Es wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) gefördert. Auftraggeber ist das Umweltbundesamt (UBA). Die Laufzeit umfasst Juli 2015 bis April 2017.

Die agrathaer GmbH bearbeitet das Projekt. Fachlich beratend wird sie dabei durch Prof. Dr. Franz Makeschin und Prof. Dr. Hubert Wiggering unterstützt.

### 1. ANLASS UND HINTERGRUND

"Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien." (Niklas Luhmann in "Die Realität der Massenmedien").

Im Fokus des Projektes steht die Verbesserung des Wissens und der Wahrnehmung über den Boden und den Bodenschutz in der Politik und der Öffentlichkeit.

Analysen zeigen, dass die Kommunikation zum Boden mit all seiner Komplexität und Detailliertheit derzeit die jeweiligen Adressaten nur bedingt erreicht.

#### ***1. Fehlende persönliche Betroffenheit***

Der Wert des Bodens für die menschliche Existenz wird zu wenig erkannt und damit zu gering geschätzt. Die fehlende persönliche Betroffenheit ist ein wesentlicher Grund für einen sorglosen, teilweise zerstörerischen Umgang mit dem Boden. In der Konsequenz erfolgt auch kein Umdenken im Handeln in der Öffentlichkeit und der Politik. Übergeordnete Fragen wie z.B. Bevölkerungswachstum und Ernährungssicherheit, Verstädterung, Wasserknappheit, Endlichkeit der Phosphor-Vorräte, Energiewende und Konsumverhalten sind zu wenig Gegenstand der öffentlichen Diskussion.

Vor diesem Hintergrund werden in diesem Forschungsprojekt Werkzeuge und Methoden entwickelt, mit denen das Handlungserfordernis zum Bodenschutz überzeugend, schlüssig und zielgruppenorientiert kommuniziert werden kann.

### ***II. Die Bodenwissenschaften wollen und brauchen den Dialog mit der Gesellschaft.***

Dies erfordert u.a. aus dem bisherigen Adressaten- und Absenderkreis (Bodenschutzbehörden, Bodenwissenschaftler) auszubrechen und diesen zu erweitern. Ebenso gilt es eine geeignete Balance zwischen der sachgerechten Dokumentation und der ansprechenden Darstellung eines Bodenthemas nach außen zu finden. Vorhandene Methoden der Kommunikation sind hierzu auf den Prüfstand zu stellen. Darauf aufbauend gilt es, Empfehlungen für die weitere Vorgehensweise abzuleiten. Wir brauchen einen neuen konzeptionellen Ansatz, der den gesellschaftlichen Diskurs zum Thema Boden wirkungsvoll initiiert und begleitet. Der Weg von der Gesellschaft als Adressat, über die Medien als Kommunikationsmittel zu den Forschungsansätzen muss neu ausgestaltet und beschriftet werden.

### ***III. Bodenschutz besitzt einen integrativen Schutzansatz.***

Dies erfordert in aller Konsequenz, dass der Bodenschutz nicht nur im Umweltressort als ein wichtiges Kernthema der Facharbeit gesehen wird. Vielmehr muss er auch von den anderen Fachressorts als integrativer Bestandteil ihrer Arbeit verstanden werden. Dies betrifft z.B. das Landwirtschafts- oder das Wirtschaftsressort. Eine funktionierende Kommunikation, die gemeinsame Verständigung über umweltpolitische Ziele und die Bereitschaft zu kooperieren sind für den erfolgreichen Bodenschutz entscheidend. Zur Verbesserung der sachlichen Problemwahrnehmung, ist es dabei von zentraler Bedeutung Botschaften zu entwickeln und zu transportieren, die auch außerhalb der Bodenwissenschaften, also in der Politik, in der Öffentlichkeit und von den Medien aufgenommen und verstanden werden.

## **2. PROJEKTERGEBNISSE/ ZIELE:**

Eine Strategie zur Kommunikation von Bodenthemen.

### **Basis:**

- Auswertung von im UN-Jahr durchgeführten laufenden Veranstaltungen im Hinblick auf das erreichte Medienecho. (Auswahl)
- Workshops mit Vertretern aus dem Medienbereich und der Wissenschaft, dem Marketing sowie zivilgesellschaftlichen Akteuren.
- Ergebnisbericht und Empfehlungen aus der Fachtagung „Kommunikation und Boden“.

### 3. AUFGABEN/ VORGEHEN

#### **Arbeitspaket 1**

Kick-off Meeting zum Projektstart und Konstituierung des projektbegleitenden Beirats.

Die Tagungsergebnisse aus der nationalen und der internationalen Auftaktveranstaltung zum UN-Jahr des Bodens werden aufbereitet, diskutiert und darauf aufbauend Vorschläge für eine bessere Kommunikation / Adressatenerreichung erarbeitet.

#### **Arbeitspaket 2**

Überprüfung vorhandener Kommunikationsstrategien zu anderen Themen (auch fachfremder) und Übertragung auf das Thema Boden.

- Anhand einschlägiger Veröffentlichungen und Beispielen aus der Praxis werden existierende Kommunikationsformen auf Vorteile und Schwächen untersucht und auf den Bereich Boden angepasst.
- Systematische Analyse bestehender Medienformate zum Thema Boden anhand einer Dokumentenrecherche → Analyse der Kommunikationsansätze und der kommunizierten Inhalte. Ziel: Ableitung von Erfolgsfaktoren für eine Übertragbarkeit und Anwendung zum Thema Boden.
- SWOT-Analyse mit einem Citizen Science Ansatz „Das sind meine 2 m<sup>2</sup> Boden“ und Workshop zur Diskussion.
- Ergebnis: „Themen-Zielgruppen-Medien-Matrix“. Mit dieser werden die Schlüsselfaktoren für eine erfolgreiche Verbesserung des Wissens zum Thema Boden übersichtlich veranschaulicht.

#### **Arbeitspaket 3**

Erarbeitung von Vorschlägen für neue Formen der Kommunikation / Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Boden.

Im „Internationalen Jahr des Bodens“ finden national und international eine Reihe von Veranstaltungen und Aktionen statt. Ausgewählte werden auf Ihre potenzielle Nutzbarkeit über das Bodenzjahr hinaus bewertet.

- Design von neuen Kommunikationsformaten auf Grundlage eines halbtägigen Design-Thinking-Workshops unter der Teilnahme von Medienvertretern, Marketingexperten, Science-Slamern, Youtubestars und wissenschaftlichen Experten.
- Konzept für eine Imagebildung zum Thema Boden, Formulierung kreativer Leitideen die für Medienkampagnen geeignet sind, Auswahl medialer Werkzeuge und Instrumente.

Ergebnis vom Arbeitspaket 3: Ein abgestuftes Kommunikationskonzept und eine Maßnahmenplanung für dessen Umsetzung.

#### **Arbeitspaket 4**

Veranstaltung „Randthema - Boden essen?“ am 5. Oktober 2015 im Theater am Rand, Zollbrücke (Oderbruch)

Halbtägige Veranstaltung, ca. 200 Teilnehmer, integrativer Ansatz unter Einbeziehung des Auditoriums, Impulsreferate zum Thema Boden, der fachliche Ansatz wird durch Schauspieler in künstlerische Aktionen umgesetzt, musikalische Untermalung durch eine Bodenkantate und bodenbezogenem Liedgut. Starke Interaktion mit dem Publikum.

#### **Arbeitspaket 5**

Fachtagung „Kommunikation und Boden“ (Arbeitstitel) im Spätherbst 2016

- Diskussion und Abstimmung der im Arbeitspakete 3 erarbeiteten Kommunikationsstrategie auf einer 2-tägigen Konferenz mit Fachleuten.
- Idee: Rückkopplung zwischen Sendern (Wissenschaft, Verwaltung) und Empfängern (Medien, welche die Information an den „Mann“ bringen sollen)
- Zugleich soll das transdisziplinäre dialogorientierte Vorgehen einen Vernetzungsprozess in Gang setzen.
- Teilnehmerkreis: Experten und Expertinnen aus dem Bereich Kommunikationswissenschaften, Soziologie, Politik, Marketing, Journalismus sowie Verwaltung und Wissenschaft.
- Teilnehmerzahl: max. 80

#### **Arbeitspaket 6**

Abschlussbericht, Öffentlichkeitsarbeit

## **4. GRUNDLAGEN**

Literaturquellen (Auswahl):

- Ergebnisse aus dem im September 2014 abgeschlossenen UBA-Forschungsprojekt „Entscheidungsgrundlagen für Aktivitäten zur Verbesserung des Bodenbewusstseins“ (FKZ: 3712 71 251).
  - a. Abschlussbericht.  
[https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/text\\_e\\_29\\_2015\\_ideen\\_zur\\_verbesserung\\_des\\_bodenbewusstseins.pdf](https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/text_e_29_2015_ideen_zur_verbesserung_des_bodenbewusstseins.pdf)

- b. Bodenaktions-Planer. Eine Arbeitshilfe für Behörden, Gremien und Verbände.  
<http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/bodenaktionsplaner.pdf>
- Leopoldina: Zur Gestaltung der Kommunikation zwischen Wissenschaft, Öffentlichkeit und den Medien (2014):  
[http://www.leopoldina.org/uploads/tx\\_leopublication/2014\\_o6\\_Stellungnahme\\_WOeM.pdf](http://www.leopoldina.org/uploads/tx_leopublication/2014_o6_Stellungnahme_WOeM.pdf)

## 5. MEILENSTEINE IM PROJEKT

- Kick-off Meeting im September 2015 mit dem Projektbeirat
- Veranstaltung im Theater am Rand „Randthema- Boden essen“ am 5. Oktober 2015.
- Abstimmung und Diskussion der Projektergebnisse im Projektbeirat
- 2-tägige Fachtagung „Kommunikation und Boden“ in Berlin (voraussichtlich im Spätherbst 2016).

## 6. ANSPRECHPARTNER

### AUFTRAGGEBER

**Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB),**

**WR III 2- Bodenschutz und Altlasten:** Johanna Busch

**Umweltbundesamt,** Dessau FG II 2.7 Bodenzustand, Bodenmonitoring:

Jeannette Mathews (fachliche Projektleitung), Dr. Frank Glante

### AUFTRAGNEHMER

**agrathaer GmbH:** Anita Beblek (Projektleiterin), Barbara Ilg (administrative Projektkoordination), Katharina Schmidt, Katharina Diehl, Monique Luckas

### Beratende Fachexperten:

Prof. Dr. Hubert Wiggering, Prof. Dr. Franz Makeschin

### PROJEKTBEIRAT

Ein Projektbeirat unterstützt und berät BMUB/ UBA bei der Arbeit im Projekt.

Die Konstituierung des Projektbeirats erfolgt nach Projektbeginn. Die erste Beiratssitzung findet im September 2015 statt.