

UBA-FORSCHUNGSPROJEKT
ERARBEITUNG EINES LEITFADENS FÜR DIE KOMMUNIKATION VON BODENBEZOGENEN THEMEN
FÜR VERBRAUCHER UND KONSUMENTEN
FKZ 3717 71 218 0

1. KURZBESCHREIBUNG

Das Projekt „Erarbeitung eines Leitfadens für die Kommunikation von bodenbezogenen Themen für Verbraucher und Konsumenten“ ist Bestandteil des Umweltforschungsplans. Es wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) gefördert. Auftraggeber ist das Umweltbundesamt (UBA). Die Laufzeit umfasst den Zeitraum von Oktober 2017 bis Januar 2019. Die agrathaer GmbH bearbeitet das Projekt. Fachlich beraten wird sie dabei durch die beiden Experten für Bodenkunde und Geoökologie Prof. Dr. Franz Makeschin und Prof. Dr. Hubert Wiggering sowie unterstützt von Sabine Kühlberg (Labor 7 Medien GmbH), Franzi Bauer (Fachexpertin im Content Story Telling) und Karen Hamann (Doktorandin der Umweltpsychologie an der Universität Koblenz-Landau).

Der Fokus des Projekts besteht darin, klarzumachen, dass nahezu alle Produkte Bezüge zum Boden und damit zum Bodenschutz oder zu dessen Belastung haben. Deshalb sollen Handlungsempfehlungen erarbeitet werden, die Verbraucherinnen und Verbraucher sowie konsumierende Zielgruppen zum bodengerechten Handeln im Alltag befähigen. Darüber hinaus werden Ideen zur öffentlichkeitswirksamen Vermittlung dieser Handlungsempfehlungen konzipiert. In einem dritten Projektschwerpunkt geht es um die Vorlage eines Leitfadens zur zielgruppengerechte Kommunikation von bodenbezogenen Themen. Dieser dient als Arbeitshilfe für die Öffentlichkeitsarbeit von BMUB und UBA sowie für alle anderen in der Bodenkommunikation tätigen Institutionen, Gremien und Verbände.

2. ANLASS UND HINTERGRUND

I. Bisher erfolgt die Kommunikation von bodenbezogenen Themen häufig problem- und wenig lösungsorientiert

Die Vereinten Nationen (UN) haben im Jahr 2015 das UN-Jahr des Bodens ausgerufen. Durch zahlreiche Fachveranstaltungen, Foto- und Kunstaustellungen, Fortbildungsangebote, Broschüren und vieles mehr wurde in den vergangenen zwei Jahren über den Boden, seine Schönheit und Bedeutung für den Menschen aber auch über seine Gefährdung informiert.

Das UBA-Projekt „Werkzeuge und Methoden zur Kommunikation von Bodenthemen“ (FKZ 3714 71 218 0) hat jedoch gezeigt, dass trotz dieser Aktivitäten der Boden noch zu wenig in der öffentlichen Berichterstattung vorkommt. Die Gründe dafür sind vielfältig — Die Kommunikation von Bodenthemen ist bisher zu wenig zielgruppenspezifiziert, wichtige Multiplikatoren werden kaum angesprochen, es fehlt an packenden und alltagsrelevanten Geschichten und die Kommunikation erfolgt häufig wenig handlungs- sondern eher problemorientiert.

II. Nachhaltiger Konsum wird immer wichtiger

Um den nachhaltigen Konsum zu stärken, hat die Bundesregierung im Februar 2016 das „[Nationale Programm für nachhaltigen Konsum](#)“ beschlossen. Das Programm versteht sich als Plattform für die gesellschaftliche Diskussion über die Weiterentwicklung des Konsumverhaltens. Es ist Teil der Gesamtstrategie der Bundesregierung für mehr Nachhaltigkeit. Die Verbraucherbildung und -information, die Forschung, eine umweltgerechte Produktgestaltung, Umwelt- und Sozialzeichen sowie das Monitoring sollen ausgebaut werden. Jeder und jede soll am nachhaltigen Konsum teilhaben können - unabhängig vom Geldbeutel.

III. Verbraucher und Konsumenten müssen stärker in den Diskurs einbezogen und zum bodengerechten Handeln befähigt werden

Bisher wird der Schutz der nicht erneuerbaren aber lebensnotwendigen Ressource Boden im Zusammenhang mit dem nachhaltigen Konsum kaum thematisiert. Während die meisten Menschen heutzutage bewusste Kaufentscheidungen hinsichtlich Klimaschutz, sozialen Fragen oder Regenwaldschutz treffen können, fehlt vielen die Kompetenz, aber auch das Bewusstsein für bodengerechtes Konsumverhalten. Vor diesem Hintergrund haben BMUB/ UBA dieses Projekt initiiert.

Für die überzeugende Vermittlung von Kompetenzen zum Bodenschutz im Alltag, bedarf es emotional packender und mitreißender Geschichten, die zielgruppenspezifisch erzählt werden und die dem und der Einzelnen praktikable Handlungsoptionen aufzeigen. BMUB¹/ UBA² haben Ende 2016 in Abstimmung mit DBG³, BVB⁴, ITVA⁵, KBU⁶ und ELSA⁷ einen ersten Entwurf für Handlungsempfehlungen zum Bodenschutz im Alltag erarbeitet. Themen wie der bewusste Fleischkonsum, der Kauf torffreier Blumenerde, der nachhaltige Umgang mit Lebensmitteln sowie die sachgerechte Nutzung der Biotonne sind nur eine kleine Auswahl der betrachteten Handlungsfelder. Diese Arbeiten bilden eine wichtige Arbeitsgrundlage des Projekts.

3. PROJEKTERGEBNISSE/ ZIELE:

- Vorlage und Veröffentlichung von Handlungsempfehlungen zum Bodenschutz im Alltag als Papierprint (4.000 Stück) und als Webseite. Zielgruppe: Verbraucherinnen und Verbraucher sowie andere konsumierende Zielgruppen.
- Ideen und Vorschläge zur öffentlichkeitswirksamen und zielgruppenorientierten Vermittlung der Handlungsempfehlungen zum Bodenschutz im Alltag. (Formate, Maßnahmen, einschließlich einer Kostenbetrachtung)
- Leitfaden für die Kommunikation von Bodenthemen für die Zielgruppe der Verbraucher/ Verbraucherinnen sowie anderer Zielgruppen.

¹ Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau- und Reaktorsicherheit

² Umweltbundesamt

³ Deutsche Bodenkundliche Gesellschaft

⁴ Bundesverband Boden

⁵ Ingenieurtechnischer Verband Boden und Altlasten

⁶ Kommission Bodenschutz beim UBA

⁷ Europäisches Bodenbündnis

4. MEILENSTEINE IM PROJEKT

- „Creative Workspace“ zur Finalisierung der Handlungsempfehlungen mit Kommunikationsexperten und –experten im März 2018.
- Ganztägiges Arbeitsgespräch zur Vorstellung der Arbeitsergebnisse gegenüber DBG, BVB, ITVA, KBU und ELSA im BMUB Berlin im April 2018.
- Vorlage und Veröffentlichung von Handlungsempfehlungen zum Bodenschutz im Alltag als Papierprint (4000 Stück) und als Webseite. Zielgruppe: Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Konsumentinnen und Konsumenten am Weltbodenntag 2018.
- Leitfaden für die Kommunikation von Bodenthemen als Arbeitshilfe für die zukünftige Öffentlichkeitsarbeit von BMUB und UBA sowie für alle Akteure in der Bodenkommunikation.
- Ideen und Vorschläge zur öffentlichkeitswirksamen Kommunikation der Handlungsempfehlungen zum Bodenschutz im Alltag.
- Gemeinsame Pressekonferenz von BMUB/ UBA sowie DBG, BVB, ITVA, KBU und ELSA im Vorfeld des Weltbodentags 2018

5. ANSPRECHPARTNER

AUFRAGGEBER

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), WA III Ökologische Ressourceneffizienz, Bodenschutz

Umweltbundesamt, Dessau FG II 2.7 Bodenzustand, Bodenmonitoring:
Jeannette Mathews (fachliche Projektleitung), Dr. Frank Glante

AUFRAGNEHMER

agrathaer GmbH: Katharina Schmidt (Projektleiterin), Lara Lahaye (administrative Projektkoordination), Anita Beblek, Monika Meiser

Beratende Fachexperten:

Prof. Dr. Hubert Wiggering, Prof.-em. Dr. Franz Makeschin, Sabine Kühlberg (Labor 7 Medien GmbH), Franzi Bauer (Content Story Telling) und Karen Hamann (Doktorandin der Umweltpsychologie an der Universität Koblenz-Landau).