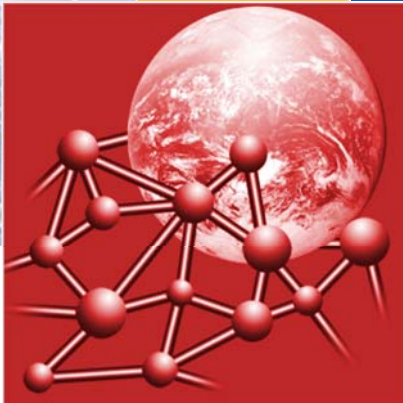


Nachhaltigkeitskommunikation im Naturschutz

Sustainable Dev
Economy
Comm
Ecolog
Cu
Educati



Kritische Bestandsaufnahme
und Perspektiven

*Tagung »Kulturelle Nachhaltigkeit und
Naturschutz« des Bundesamtes für Naturschutz
Insel Vilm, 10.-12. Dezember 2008*

Dr. Maik Adomßent

Institut für Umweltkommunikation
adomssent@uni-lueneburg.de
www.uni-lueneburg.de/infu

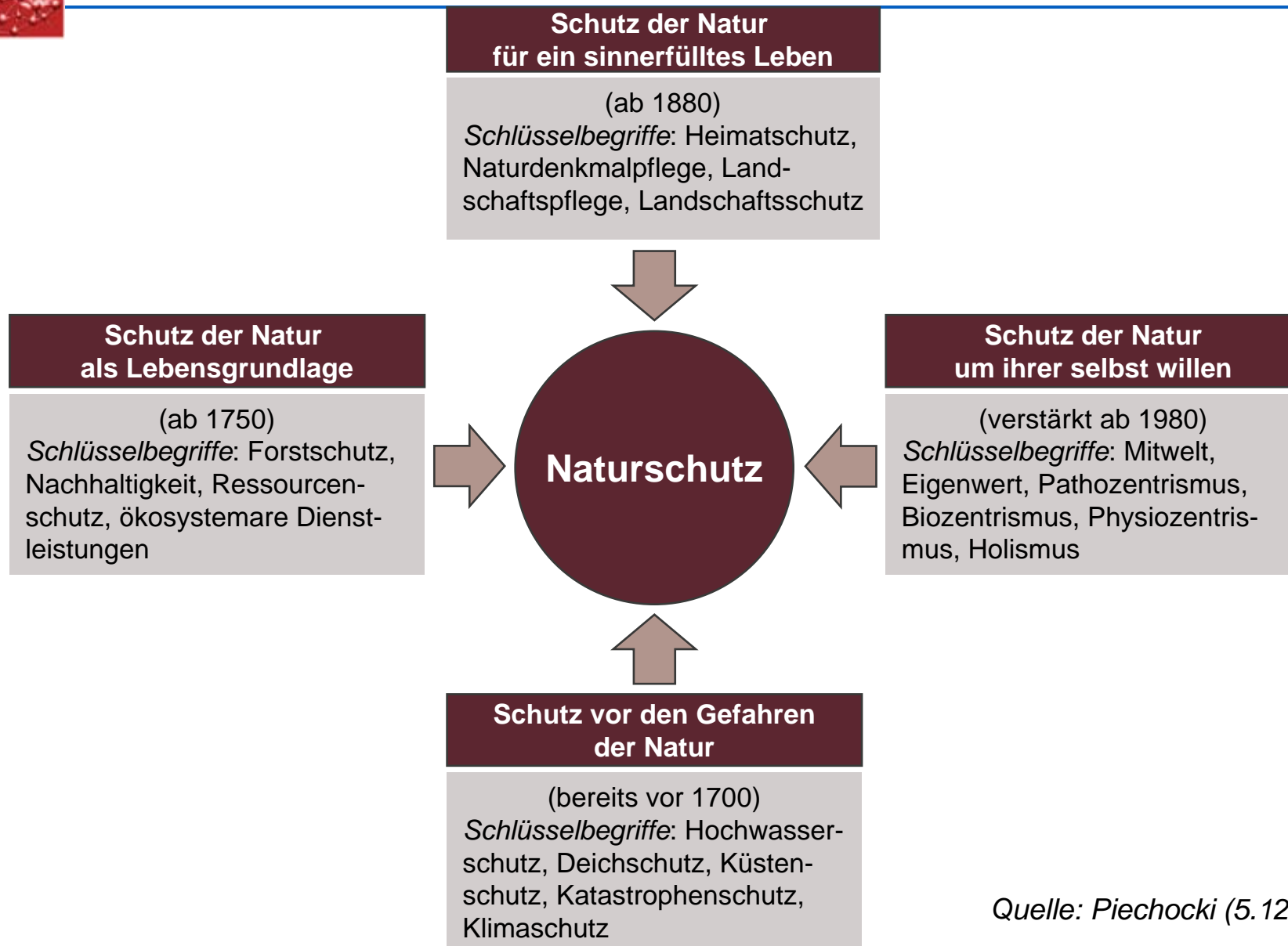
12.12.2008





Inhaltsübersicht

- Naturschutz als kommunikative Aufgabe
- Dimensionen von Nachhaltigkeit in der Naturschutzkommunikation
- Wege zur gesellschaftlichen Wirksamkeit



Quelle: Piechocki (5.12.08)



- Der potenzielle Beitrag der **Verhaltens- und Sozialwissenschaften** zum Naturschutz wurde lange Zeit unterschätzt.
- Erst seit Anfang der 1990er Jahre beschäftigt man sich intensiver mit sozialwissenschaftlichen **Fragestellungen** – etwa nach der **Akzeptanz** von Maßnahmen des Naturschutzes sowie möglichen Wegen zu deren Steigerung.
- Bis auf wenige Ausnahmen wurde auch der **Rolle der Medien** wenig Beachtung geschenkt.

- Naturschutz basiert auf „objektiven“ (besser: inter-subjektiven) wissenschaftlichen Erkenntnissen der Ökologie,
 - doch er basiert ebenso auf subjektiven gesellschaftlichen Inwertsetzungen.
- ➔ Daher können naturschutzfachlich formulierte Ziele auch nicht einfach aus sich selbst heraus wirksam werden. (naturalistischer Fehlschluss)

Naturschutz stellt somit **in erster Linie** ...

- eine soziale,
 - politische,
 - und kommunikative Aufgabe dar.
- ➔ Sein Erfolg entscheidet sich letztlich in der Auseinandersetzung mit Menschen innerhalb gesellschaftlicher Systeme.

Heiland (1999: 40ff.)

- **Realismus/Naturalismus:** Mensch und Gesellschaft als abhängige Teile der Natur
- **Sozialkonstruktivismus:** Natur und Umwelt keine bestimmenden Größen an sich, sondern soziale Konstrukte – d.h. Ergebnisse von kulturellen Bedingungen und sozialen Aushandlungsprozessen
- Versuche einer **Dialektik** (Integration beider Perspektiven): Natur und Gesellschaft als zwei distinkte, gleichwohl in vielfältigen Wechselwirkungen aufeinander bezogene Bereiche

Groß (2006: 99f.)



Naturbilder / Naturtypen

Unterschiedliche **soziale** Organisationsformen und Lebensweisen sind mit unterschiedlichen Welt- und **Naturbildern**, Risikodefinitionen und Problemlösungsstrategien verbunden.

Unterschieden werden die **vier Naturtypen**:

- **strapazierfähige** Natur (kontrollierbare / gutmütige Natur)
- **tolerante** Natur (in Grenzen belastbare Natur)
- **empfindliche** Natur
- **unberechenbare** Natur (chaotische Natur)

➔ Naturbilder **korrelieren** sehr eng **mit** bestimmten **Verhalten**skonzepten und -strategien.



Naturbilder in Deutschland

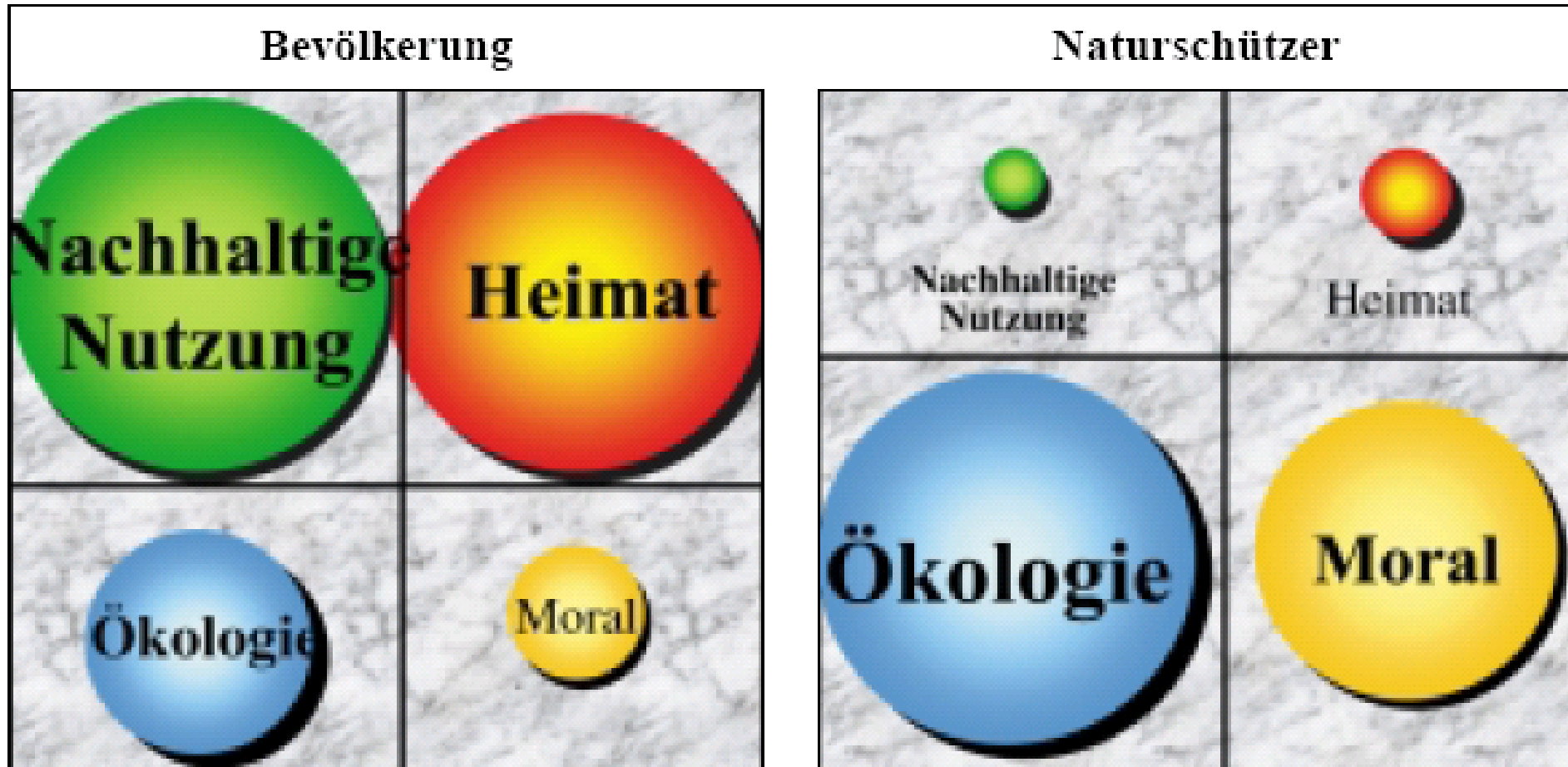


| Naturbilder | 2000 | 2002 |
|--------------------------|------|------|
| „unberechenbare Natur“ | 19% | 20% |
| „tolerante Natur“ | 50% | 53% |
| „strapazierfähige Natur“ | 7% | 4% |
| „empfindliche Natur“ | 24% | 23% |

nach Kuckartz & Grunenberg (2002)



unterschiedliche Gewichtung der Gründe für den Naturschutz



Quelle: Reusswig (2003)



... eine kritische Bestandsaufnahme:

- **divergierende Wertvorstellungen** von Naturschützern und der restlichen Gesellschaft – z.B. im Hinblick auf Naturbilder
- große **soziale Distanz** zu anderen Bevölkerungsgruppen (im Naturschutz zumeist gut ausgebildete Personen aus der Mittelschicht und aus Dienstleistungsberufen)
- **Frauen** und Naturschutz?
- auf **Abschreckung** angelegte Sprachregelung – Konfrontation
- schwierige Balance von Kognition und Emotionalität
- **Verständigungsprobleme** auch innerhalb der Naturschutz-„Szene“
- **Image**: NGO-Sektor = „Konglomerat von Individualisten und Idealisten von zum Teil hoher Militanz“ (*Dierßen 1990: 145*)
- Vereinnahmung des Naturschutzes durch **fremde Interessen**



Kommunikation ist ein grundlegender Prozess,
in dem der Mensch

- sich selbst,
- seine Beziehungen
- und seinen Alltag,
- seine Identität,
- Kultur
- und Gesellschaft

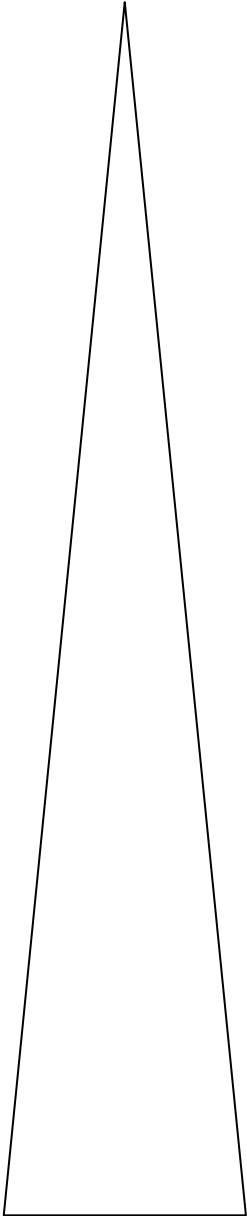
konstruiert und begreift

Dimensionen der Naturerfahrung **bei Jugendlichen**

- **ästhetisch**: Erfahren von Schönheit der Natur
- ▶ **erkundend** : Beobachten und Erforschen der Natur
- **instrumentelle**: Versorgen und Verwerten von Pflanzen und Tieren
- **naturschutzbezogen**: Schützen von Arten und Biotopen
- ▶ **sozial**: Pflegen einer besonderen Beziehung zu einem Tier
- **erholungsbezogen**: Erholung in der Natur
- **ernährungsbezogen**: Erwerb oder Verzehr von umweltbewusst produzierter Nahrung
- **medial**: durch Medien vermittelte Naturerfahrung
- **spirituell**: meditieren und Kräfte der Natur aufnehmen
- **abenteuerlich**: Herausforderungen an eigene Geschicklichkeit in der Natur
- **nachtbezogen**: draußen in der Natur die Nacht erleben
- **destruktiv**: Zerstören oder Quälen von Leben

„Zu einem anschaulichen Leitbild wird der Nachhaltigkeitsgedanke erst durch seine nähere sachliche und räumliche Präzisierung. Zu letzterer zählt der Bezug zu einem konkreten Raum (einer Region, einer Landschaft). Raumeinheiten, in denen eine „nachhaltige Entwicklung“ betrachtet wird, sollten vom Anspruch her die Wechselbeziehungen zwischen natürlicher Umwelt und anthropogenen Einwirkungen mit integrieren“ (DRL 2002: 11).

Ausprägungen der funktionalen Dimension in der Kommunikation von Landwirten;
 Quelle: eigene Darstellung

| | |
|--|--|
|  | Egozentrisch-utilitaristische Ziele |
| | <i>monetäres Interesse</i> : Marketing für eigene Produkte zur Absatzsteigerung bzw. als Zuverdienst |
| | Information als produktbezogene <i>Dienstleistung am Kunden</i> : für Fragen zur Verfügung stehen (müssen) |
| | <i>Unterhaltung</i> im Sinne von Abwechslung und Geselligkeit (Motto: „Wenn wir schon nicht selbst irgendwo hinfahren können, holen wir uns die ‚Welt‘ auf unseren eigenen Hof.“) |
| | Kommensal-reproduktive Ziele |
| | Interessiertes <i>Bemühen um Verständnis</i> für die Einstellungen und Meinungen der nichtagrarischen Bevölkerung (um die eigene Lage besser zu verstehen oder Möglichkeiten zur Verständigung zu sondieren) |
| | Kommunikation zur <i>Aufrechterhaltung sozialer Bindungen</i> ins unmittelbare (dörfliche) Umfeld |
| | <i>Image-Werbung</i> um Verständnis und Akzeptanz für den eigenen Berufsstand (Korrektur des Sündenbock-Images) |
| | Kurz- bzw. mittelfristige <i>Absicherung der Landwirtschaft</i> durch soziale Einbindung in die Gesamtgesellschaft |
| | Global-intergenerative Ziele |
| | Kommunikative Einbeziehung landwirtschaftlicher und nichtlandwirtschaftlicher <i>Bevölkerung anderer Nationen</i> (inkl. Entwicklungsländer) |
| | Kommunikation der genannten Ziele im Hinblick auf die <i>Bedürfnisse zukünftiger Generationen</i> |



| Merkmal | persönliche Kommunikation | Massenkommunikation |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| Umfang des Empfängerkreises | gering | groß |
| Homogenität des Empfängerkreises | groß | gering |
| Kontaktfrequenz | groß | gering |
| Kontaktintensität | groß | gering |
| Distanz Sender – Empfänger | gering | groß |
| Rückkopplung Sender – Empfänger | groß | gering |
| Kosten pro Kontakt | groß | gering |

nach Kroeber-Riel (1992: 514)



«Emblematische Arten»

haben für den Naturschutz eine doppelte Bedeutung:

- Naturschutzbiologie → Fokussierung Ressourcen
 - *Erfassung von Arten und Biodiversität & zugleich Untersuchung von Mechanismen, die zur Abnahme von Arten führen*
- Naturschutzkommunikation
 - *bei weitreichender Bekanntheit und Eignung als Sympathieträger gute Voraussetzung für Akzeptanz und finanzielle Unterstützung*

- Schlüsselarten (*keystone species*)

Zu dieser Gruppe werden Arten gezählt, von deren Wirken im Ökosystem andere Arten derart abhängen, dass diese beim Verschwinden der Schlüsselart ebenfalls verschwinden würden. Oft sind es «Ökosystemingenieure» wie Regenwürmer, Biber oder Spechte. Letztere erleichtern es beispielsweise durch ihren Höhlenbau anderen höhlenbrütenden Vögeln oder Fledermäusen geeignete Nist- oder Schlafräume zu finden.

- Indikatorarten

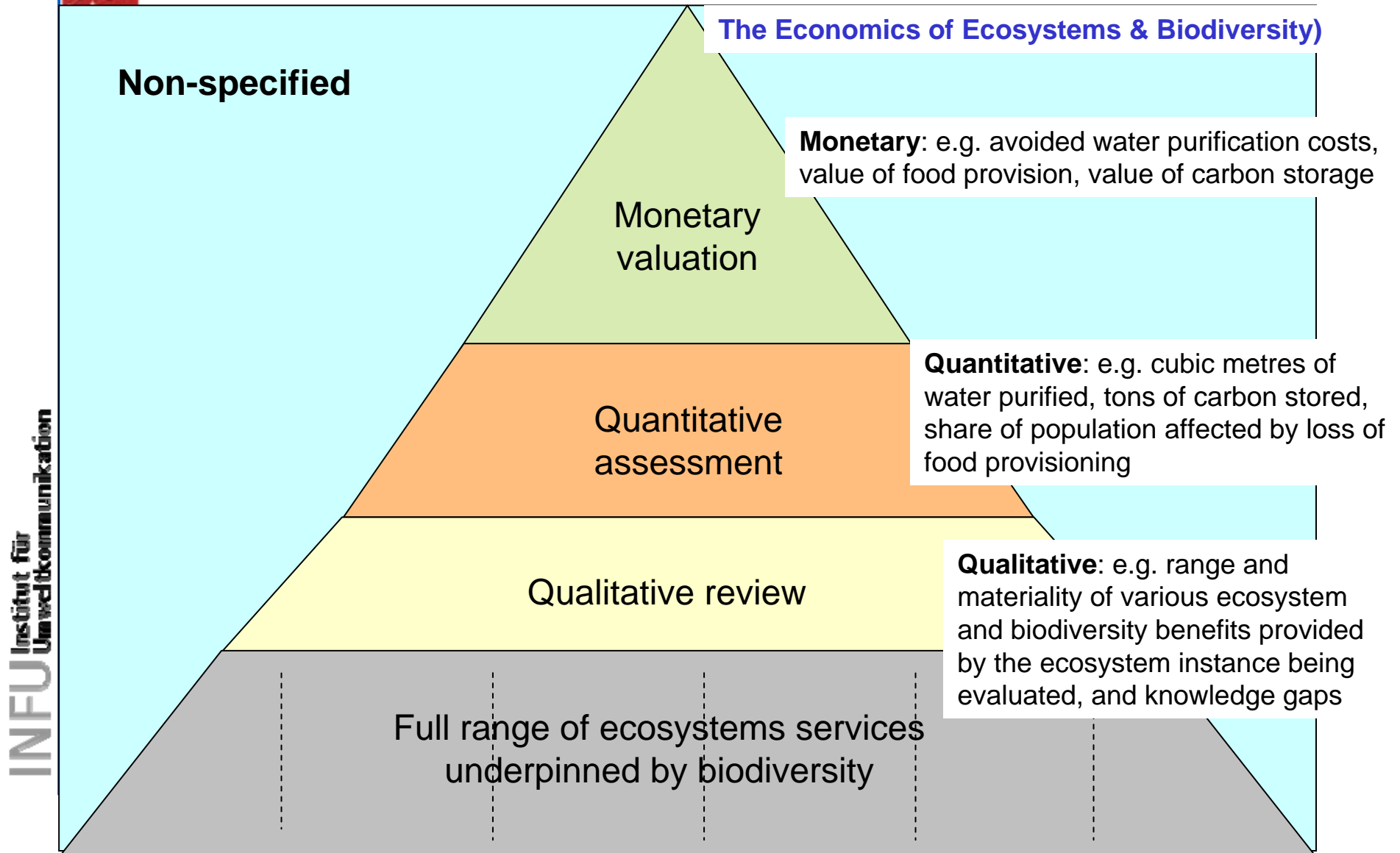
Diese Arten haben spezifische Ansprüche an ihr Habitat, einen Vegetationstyp oder bestimmte Standortfaktoren und weisen gleichzeitig eine große Verbreitung auf. Aus ihrem Vorkommen kann deshalb indirekt auf das Vorkommen anderer Arten mit ähnlichen Bedürfnissen geschlossen werden.

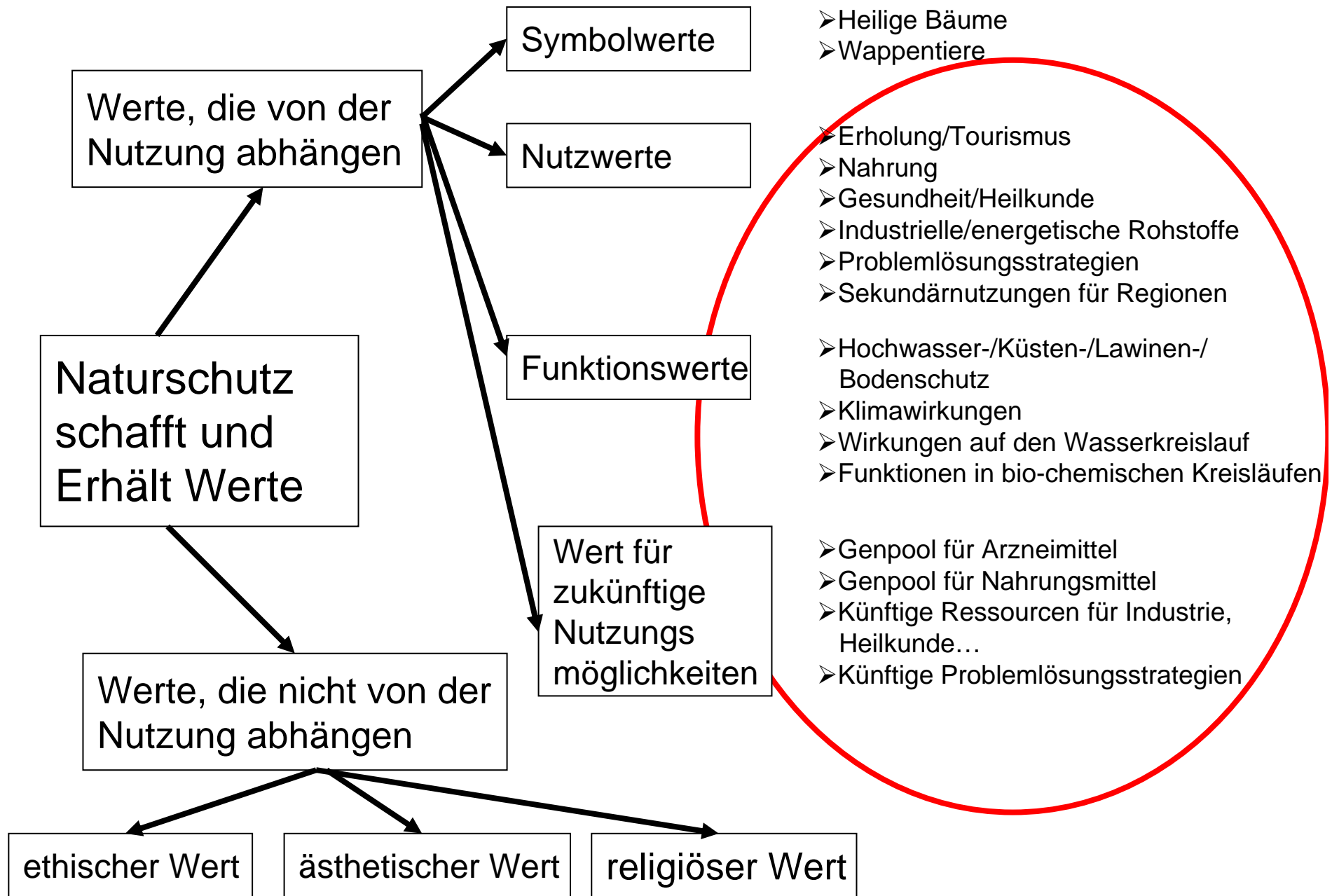
- Schirmarten (*umbrella species*)

Hierzu gehören Arten, die spezifische Habitatsprüche mit großen Raumbedürfnissen kombinieren. Wenn Schutzbestrebungen auf Schirmarten ausgerichtet werden, um diesen überlebensfähige Populationen zu garantieren, sollten die Maßnahmen automatisch auch das Überleben von Arten mit ähnlichen Habitatsprüchen aber geringeren Raumbedürfnissen unterstützen. Das Auerhuhn gilt beispielsweise als Schirmart.

- Flaggschiffarten (*flagship species*)

Arten, die regionaltypisch und in der Bevölkerung bekannt und beliebt sind, gelten als Flaggschiffarten. Schutz- und Förderungsmaßnahmen für diese Arten stoßen auf Akzeptanz und werden gerne unterstützt. Falls die Art gleichzeitig Eigenschaften einer Schirmart oder einer Indikatorart hat, lässt sich mit ihr als Werbeträger ein größeres, habitatbezogenes Schutzprogramm durchführen, das vielen weiteren Arten zugute kommt.





Quelle: Neidlein (2008)



- Soziales Handeln steht generell in Zusammenhang mit dem Handeln Anderer
- bezieht sich generell auf Bedeutungen und steht damit in unmittelbarem Zusammenhang zur Kommunikation
- diese Bedeutung ist Teil des kulturellen und Sinn gebenden Zusammenhangs und der ganzen darauf aufbauenden Lebensformen (genannt: Kultur)
- Kultur als potenzielle Menge aller Sinnzusammenhänge

Krotz (2007: 55f.)



- Kritik an „Vernaturwissenschaftlichung“ bzw. „Halbierung“ des Naturschutzes
- »Heimat«-Begriff bzw. dessen Bedeutungsgehalte für brachliegende kulturelle Potentiale des Naturschutzes fruchtbar machen
- ➔ Chance: lebensweltliche lokale Bezüge im Kontext des globalen Leitbilds nachhaltiger Entwicklung herstellen

- ➔ Adressierung des potenziellen Energieeinsparers als **Individuum** – als Teil einer bekannten, physisch **definierbaren Umgebung**
- macht **individuelles** klimafreundliches **Verhalten** zum bewussten **kollektiven Akt** (beugt Trittbrettfahrern vor)
- erzeugt größeres Gefühl von **Verantwortung und Handlungsfähigkeit** („großer Fisch im Teich“ statt „Tropfen im nationalen Ozean“ oder gar „Atom im planetaren Ökosystem“)
- verbindet **Vorstellungsmöglichkeit** des Problems mit **Sichtbarkeit** lokaler Lösungsansätzen
- entfesselt **kulturelle Eigendynamik** von „Lokalität“
- verhilft interessierten Organisationen zu einer Stimme **„gemeinschaftlicher Autorität“**

- präzise **Zielfokussierung**, Auswahl adäquater Strategien und Einsatz adressatengerechter Instrumente
- weg von Bedrohungsszenarien, hin zur **Ressourcenkommunikation**
- **kulturelle Dimension** bei der Analyse von Problemen, aber auch bei der Entwicklung von Lösungen berücksichtigen
- **Professionalisierung** der Naturschutzkommunikation: Antizipation, Bewältigungsstrategien im Umgang mit Risiko und Unsicherheit

- selbstbewusste(re) **Darstellung** des bisher Erreichten – gerade auch in anderen gesellschaftlichen Sektoren) (z.B. im Bereich der außerschulischen Umweltbildung)
- bessere **Abstimmung** und Koordination der Naturschützenden untereinander
- **Verbandsstrukturen** öffnen: Schaffung neuer Angebote zur kurzzeitigen Beteiligung von Interessierten
- Effektivität der Kommunikation messen und **Ergebnisse** evaluieren



Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!



- Heiland, Stefan (1999): Voraussetzungen erfolgreichen Naturschutzes. Individuelle und gesellschaftliche Bedingungen umweltgerechten Verhaltens, ihre Bedeutung für den Naturschutz und die Durchsetzbarkeit seiner Ziele. Landsberg, 203 S.
- Konold, Werner (2004): Traditionen und Trends im Naturschutz. Berichte der ANL 28: 5-15.
- Reusswig, Fritz (2003): Naturorientierungen und Lebensstile. LÖBF-Mitteilungen 1/03: 27-34.
- SRU (Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen) (2002): Für eine Stärkung und Neuorientierung des Naturschutzes. Sondergutachten, Drucksache 14/9852 des Deutschen Bundestages, Berlin.
- Adomßent, M. (2006): Naturschutzkommunikation - Wege zur gesellschaftlichen Wirksamkeit. In: Erdmann, Karl-Heinz & Bork, Hans-Rudolf & Hopf, Till (Bearb.): Naturschutz im gesellschaftlichen Kontext. Münster, 29-53.