

Entwicklung braucht Kommunikation



Eine nachhaltige Schweiz ist längst nicht mehr nur eine Vision, sondern eine Notwendigkeit. Kommunikation ist der wichtigste Wegweiser auf dem Weg dorthin: Denn Verhaltensänderungen fallen nicht einfach vom Himmel. Es braucht Informationen, Erklärungen und Überzeugungsarbeit. Der Aufwand lohnt sich – auch für die Gemeinden.

von Priska Messmer

Im September 2015 hat die Staatengemeinschaft an der UN-Generalversammlung in New York die globale «Agenda für nachhaltige Entwicklung» verabschiedet. Kernelement sind die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals SDG), die bis 2030 realisiert werden sollen. 11 der 17 Ziele betreffen die Umwelt direkt oder indirekt.

Die öffentliche Hand spielt für die Zielerreichung eine wichtige Rolle. Sie hat es in der Hand, mit eigenen Aktivitäten nachhaltige Entwicklung voranzutreiben, sei es durch rechtliche Rahmenbedingungen oder auf operativer Ebene, zum Beispiel durch nachhaltige Beschaffung oder die

Förderung von Biodiversität oder erneuerbarer Energie.

Umweltkommunikation mit Potenzial

Die Agenda 2030, aber auch Konzepte wie die 2000-Watt-Gesellschaft oder Energiestadt sind starke Visionen. Doch können Visionen nur dann Kraft entfalten, wenn sie von einem Kollektiv getragen werden. Für eine nachhaltige Entwicklung ist deshalb auch das Engagement der Bevölkerung unerlässlich. Nur gemeinsam lassen sich die hochgesteckten Ziele erreichen. Die aktuell in der Schweiz praktizierten Lebensstile sind in vielen Bereichen aber nur ansatzweise oder gar nicht nachhaltig.

Umweltkommunikation mit Lokalbezug: Im direkten Austausch und mit allen Sinnen etwas über die Stadtnatur lernen.

Dossier «Umweltkommunikation mit Wirkung»

Die Herausgabe dieses Heftes wurde vom Bundesamt für Umwelt (Bafu) finanziell unterstützt.

Einer nachhaltigen Entwicklung kommen wir nur näher, wenn wir unser Verhalten in zahlreichen Lebensbereichen ändern. Energie- und ressourceneffizienter Konsum, ein Wertewandel, der weniger den materiellen Wohlstand als das Wohlbefinden in den Vordergrund stellt sowie die Förderung der natürlichen Vielfalt im eigenen Wirkungsbereich sind die zentralen Hebel.

Städte und Gemeinden sind wichtige Akteure, um diesen Prozess anzukurbeln. Sie sind nah an der Bevölkerung und besitzen hohe Glaubwürdigkeit. Mit Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit kann die öffentliche Hand Umweltschutz zum Thema machen, ihn im öffentlichen Diskurs verankern und ihm dadurch Legitimität verleihen. Sie kann die Bevölkerung sensibilisieren, motivieren und zeigen, was jeder Einzelne in seinem Handlungsbereich tun kann. Die Potenziale für Umweltkommunikation sind gross und bei Weitem noch nicht ausgeschöpft.

Erfolgreich kommunizieren und interagieren

Ob in Form von Kampagnen, Aktionstagen, Ausstellungen, Medienmitteilungen, Faltschlägern oder Internetplattformen – Umweltkommunikation will Informationen vermitteln, Einstellungen hinterfragen und so letztlich Handlungen auslösen. Um dies zu erreichen, muss die von der Gemeinde designierte Botschaft bei den Empfängern jedoch auch ankommen und richtig interpretiert werden.

Das ist heutzutage eine Herausforderung. Zwar gibt es eine immer grössere Vielfalt an Medien, aber zu wissen, wer wann mit welcher Botschaft über welchen Kanal am besten erreicht werden kann, ist nicht ganz einfach. Und die Bevölkerung ist sehr divers und deshalb eine schwierige Zielgruppe. Oft erreicht die Kommunikation nur einen Bruchteil der Einwohnerinnen und Einwohner. Auch in partizipativen Prozessen zeigt der Teilnehmerkreis meist kein repräsentatives Bild der Bevölkerung: Jugendliche, Senioren, Ausländer und Personen aus bildungsfernen Schichten sind oft untervertreten.

Die Bandbreite an Instrumenten, die der Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung steht, ist gross und der Fantasie sind kaum Gren-

zen gesetzt. Vielen kommunalen Akteuren ist längst klar geworden, dass die klassische Pressearbeit bei Weitem nicht mehr ausreicht, um in den Dialog mit Einwohnerinnen und Einwohnern zu treten. Neue Formen der Kommunikation sind gefragt. Das kann bedeuten, ausgetretene Pfade zu verlassen und beispielsweise über Social Media kommunikatives Neuland zu betreten (siehe Beitrag Seite 8).

Schon seit Langem bewährt sind Umwelttage, bei denen der direkte Kontakt im Vordergrund steht. Auch oder gerade im Zeitalter der Digitalisierung ist die persönliche Interaktion ein wirkungsvolles Instrument. Umweltthemen vor Ort mit allen Sinnen wahrzunehmen und Handlungen direkt einzuüben, sorgt für eine starke Verankerung.

Grundsätzlich wichtig ist eine Mischung an Kanälen und Instrumenten. So kann die öffentliche Hand verschiedene Gruppen erreichen und gleichzeitig die Botschaft wiederholen – eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg, wie die Umweltpsychologie zeigt (siehe Beitrag Seite 6). Schulen können wertvolle Partner sein, um Umweltthemen wiederholt schon bei den jüngeren Generationen zu verankern. So kann Umweltbildung zu einer wichtigen Ergänzung der kommunalen Öffentlichkeitsarbeit werden.

Öffentlichkeitsarbeit schafft Gemeinschaften

Die berühmt-berüchtigte Systemtheorie Niklas Luhmanns definiert Kommunikation als eine Operation, die soziale Systeme erzeugt und erhält. Was in der Theorie reichlich kompliziert wirkt, hat für die Praxis der Öffentlichkeitsarbeit für Städte und Gemeinden erfreuliche Konsequenzen: Wer einen aktiven Dialog mit der Bevölkerung gestaltet, stärkt das Gemeinschaftsgefühl und die Identifikation der Einwohnerinnen und Einwohner mit der Gemeinde. Wer sich gemeinsam einer Herausforderung stellt, fühlt sich weniger machtlos – gerade bei Umweltthemen ein wichtiger Punkt. Globale Probleme sind für den Einzelnen oft eine Überforderung und weit weg vom persönlichen Alltag. Geschickte Umweltkommunikation kann sie fassbar machen und den lokalen Bezug vermitteln.

Nutzen Städte und Gemeinden den Gemeinschaftsfaktor, lässt sich Öffentlichkeitsarbeit oft besonders attraktiv gestalten. So können Umweltaktionen zu regelrechten Dorffesten werden. Sie sorgen für gute Stimmung und die positive und lösungsorientierte Vermittlung von Wissen und Umsetzungs-Know-how.

Mit einer gemeinsamen Rüst- und Kochaktion auf dem Dorfplatz lässt sich beispielsweise das Thema Food Waste breitenwirksam und genussvoll verankern, wie die Gemeinde Horgen zeigt (siehe Beitrag Seite 20). Eine rasante Schnitzeljagd rund um die Abfalleimer auf dem Gemeindegebiet von Thalwil sorgt bei Schülerinnen und Schülern für tolle Erlebnisse und zeigt nebenbei, wie unnötig Littering ist (siehe Beitrag Seite 16). Und gemeinsam bei Kaffee und Kuchen Velos, Radios und lieb-gewonnene Kleidungsstücke zu flicken, stärkt nicht nur die Wertschätzung für die Dinge des Alltags, sondern auch den Austausch im Quartier und zwischen den Generationen (siehe Beitrag Seite 18).

Visionen gemeinsam umsetzen

Nachhaltige Entwicklung braucht den Mut zur Vision und zur Kommunikation mit Herzblut. Mit rein technisch-wissenschaftlichen Argumenten kann man Menschen nicht bewegen. Das Herzblut muss aber nicht immer von der Gemeinde kommen. Vielerorts gibt es unter den Einwohnerinnen und Einwohnern engagierte Persönlichkeiten und Vereine. Dieses Engagement können Gemeinden aufnehmen und unterstützen, sie können ihm einen grösseren Rahmen geben und für breite Kommunikation sorgen. So kann ein Funke zu einem Lauffeuer werden, das eine ganze Gemeinde ansteckt.

Links und weitere Infos:

www.pusch.ch/themaumwelt



Priska Messmer
Projektleiterin Kommunikation,
Pusch, Zürich,
priska.messmer@pusch.ch,
www.pusch.ch