

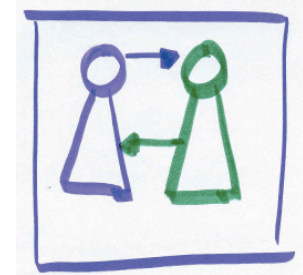
Risikokommunikation am BfR

PD Dr. Gaby-Fleur Böll

Risikokommunikation am BfR

Kommunikation

schön, dass mal drüber geredet wurde oder Strategie?



Partizipation

Akrobatik, Alibi oder Interaktion?



Evaluation

Aktionismus oder Reflexion?

Wissenschaft im Dienste der Gesundheit am BfR



- **Risiken: bewerten, erforschen, kommunizieren, managing-Vorschläge**
- **Zuständigkeiten der Abteilungen am BfR**
- **Arbeitsgebiete innerhalb der Abteilung Risikokommunikation**
- **Theorie und Praxis der Risikokommunikation des BfR**

Vom Gesundheitsamt zum Forschungsinstitut

- Kaiserliches Gesundheitsamt (1876-1919)
- Reichsgesundheitsamt (1919-45)

Personal und Budget BfR 2008

- ca. **700 Mitarbeiter/innen**, davon etwa **600 wissenschaftlich tätig**
- Jahresetat **53 Millionen €** (Forschung ~ **6 Mio €**)
- Drittmittel-Einwerbung ~ **2,7 Mio €** (davon **2,0 Mio €** EU-Projekte)

bga

Bundesgesundheitsamt (1952-1994)

bgrv

Bundesinstitut für gesundheitlichen Verbraucherschutz und Veterinärmedizin (1994-2002)



Risiken erkennen – Gesundheit schützen

Bundesinstitut für
Risikobewertung

Gesetz zur Neuorganisation des gesundheitlichen Verbraucherschutzes und der Lebensmittelsicherheit, 08/2002

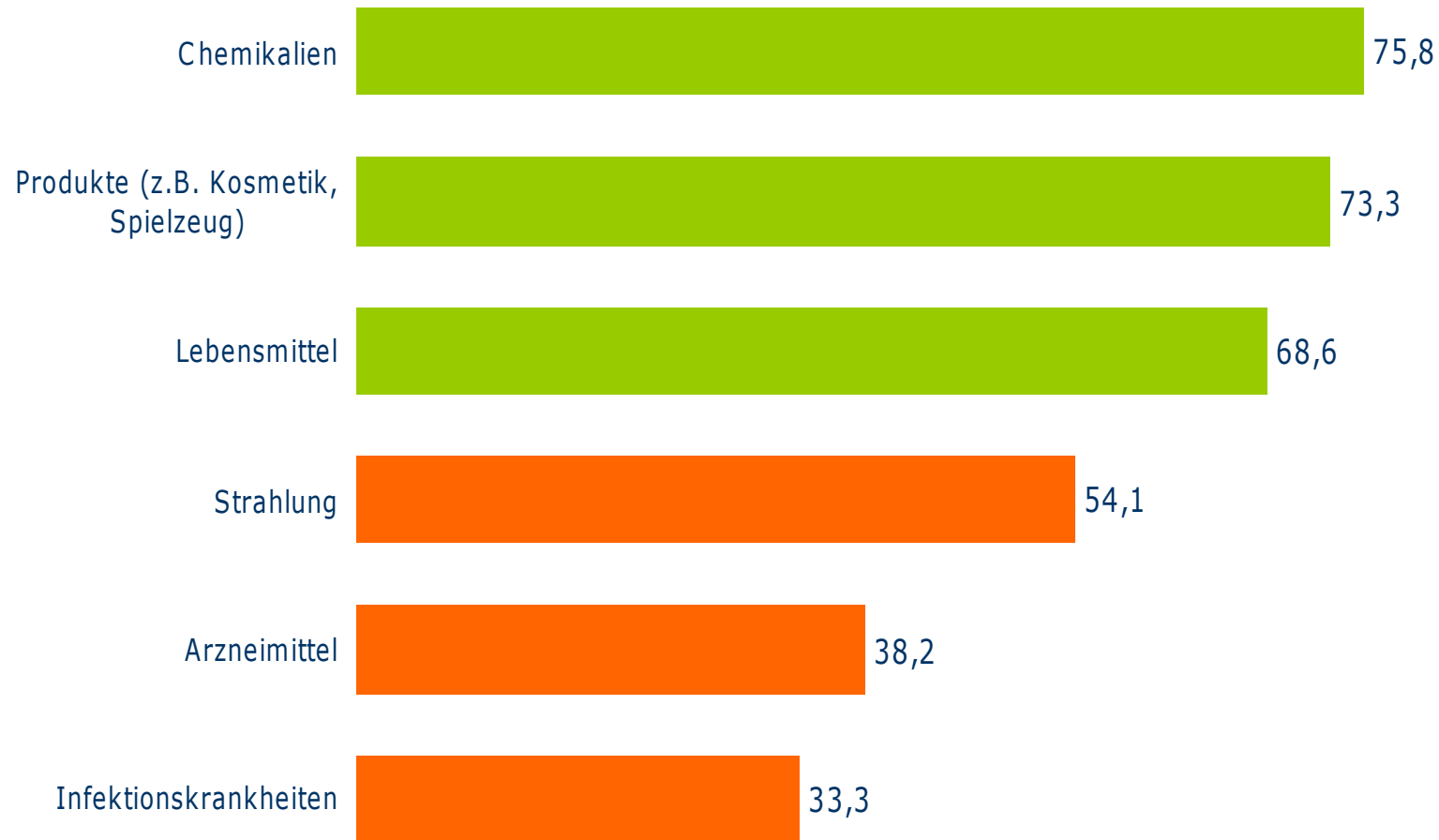


Bundesamt für
Verbraucherschutz und
Lebensmittelsicherheit

BVL

Risikomanagement

Kenntnis der Arbeitsfelder des BfR (gestützte Frage) Experten (n = 400)



Angaben in Prozent

Kenntnis der Arbeitsfelder des BfR (gestützte Frage)

Bevölkerung (n = 1.200)



Angaben in Prozent

Zuständigkeiten des Bundesinstituts für Risikobewertung

- **Biologische Sicherheit**
- **Lebensmittelsicherheit**
- **Chemikaliensicherheit**
- **Produktsicherheit**

Gesundheitlicher Verbraucherschutz



Risikokommunikation am BfR

definiert das **BfR-Gründungsgesetz** als

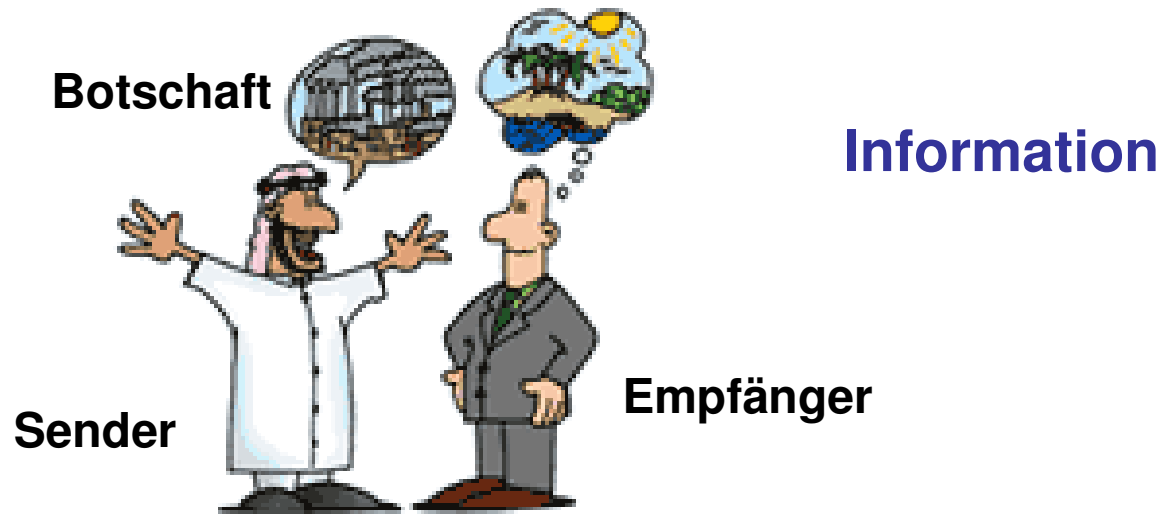
„einen kontinuierlichen und **interaktiven** Prozess der Öffnung der Bewertungsarbeit und deren Ergebnisse gegenüber der **Öffentlichkeit**, der **Wissenschaft** und anderen **beteiligten** oder **interessierten Kreisen**“

Verordnung EG 178/2002 (EU-Lebensmittelrecht), Art. 13:

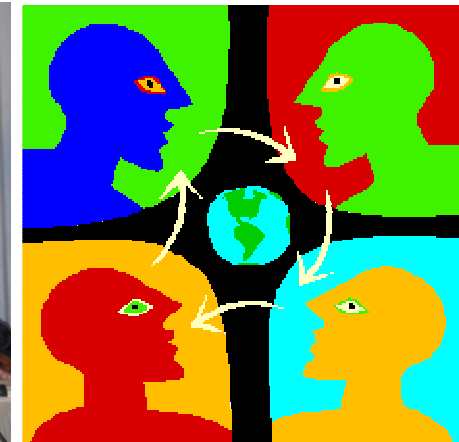
„Der Ausdruck **Risikokommunikation** bezeichnet (..) den **Austausch** von Informationen und Meinungen über Gefahren und Risiken, risikobezogene Faktoren und Risikowahrnehmung zwischen **Risikobewertern**, **Risikomanagern**, **Verbrauchern**, **Lebensmittel-** und **Futtermittelunternehmen**, **Wissenschaftlern** und anderen **interessierten Kreisen**“

➔ **Auftrag zur Partizipation an das gesamte Bundesinstitut**

Risikokommunikation im Vergleich zur reinen Pressearbeit



partizipativer Dialog



Kommunikation von Risiken

- **mehrdimensional, partizipativ, transparent, proaktiv**
- **gezielte, gestufte** Einbindung verschiedener **Interessengruppen**
- Einsatz von **Multiplikatoren** (Ärzte, Apotheker, Lehrer, Erzieher)
- **Informationskanäle** (Broschüren, Internet, TV, Kino)
- Einbeziehen differenzierter **Wahrnehmungen** und **irrationalen Handelns**



Wissenschaft

Politik



NGOs



non profit



Verbraucher

Wirtschaft



öffentliche
Institutionen

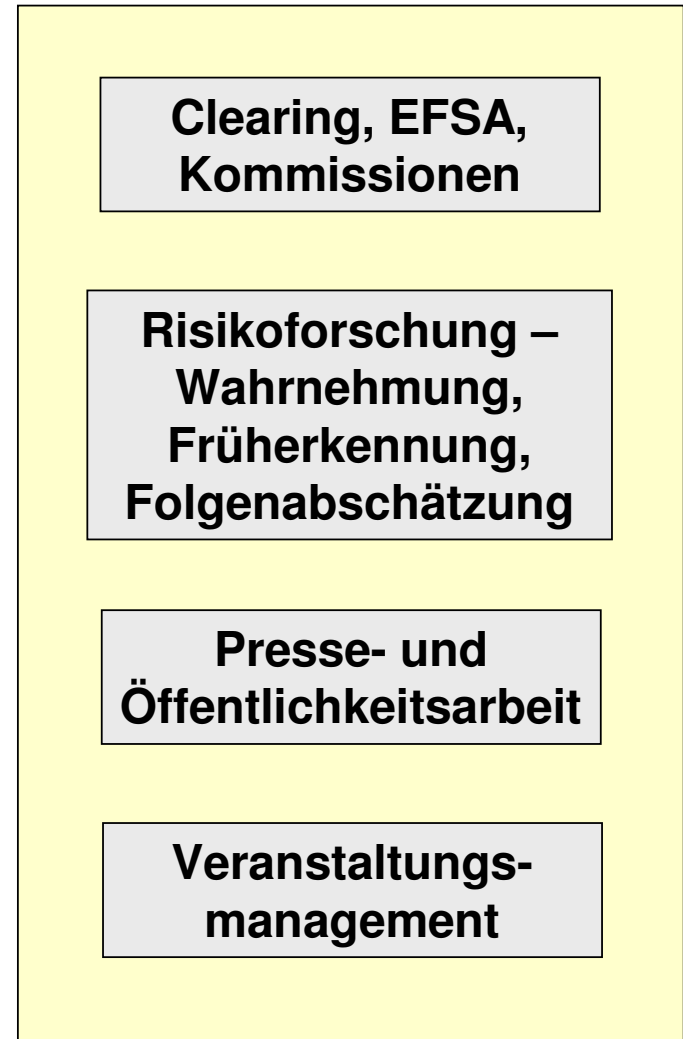
Abteilung Risikokommunikation

Personal

- 30 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- interdisziplinäres Team aus den Bereichen Biologie, Biochemie, Toxikologie, Agrarwissenschaften, Soziologie, Psychologie, Jura, Kommunikationswissenschaften

Zuständigkeit innerhalb des BfR

- Koordinierung
- Service
- Risikoforschung an der Schnittstelle von Natur- zu Geistes-/Sozialwissenschaften



Risikokommunikation: nationale/ internationale Koordination

- Das BfR ist die nationale Koordinierungsstelle (**Focal Point**) für die Europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde **EFSA** in Deutschland
 - Bündelung von Sachverstand und Interessen in Deutschland
 - Zusammenarbeit mit Schwester-Institutionen anderer Länder
 - Harmonisierung innerhalb Europas z. B. bei Risikobewertungen



- **Clearing** beim BfR beinhaltet die **Koordination** der fachlichen Arbeit innerhalb des Instituts (**intern**) sowie in Deutschland (**extern**): Klärung bzw. Abgrenzung der Zuständigkeiten und Kooperationen des Bundes, der Länder und der Bundesinstitute
- Das BfR hat ein nationales **Experten-Netzwerk** etabliert, das in Fragen der Risikobewertung in derzeit 14 **Kommissionen** zusätzlichen externen Sachverstand einbringt
 - Pflanzenschutzmittel und ihre Rückstände
 - Kosmetische Mittel
 - Biologische Gefahren
 - Lebensmittelzusatzstoffe, Aromastoffe und Verarbeitungshilfsstoffe
 - 10 weitere Kommissionen



Risikokommunikation: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Etablierung **klassischer Instrumente** der Kommunikation

- **Präsentation** des Instituts und seiner Arbeit in der Öffentlichkeit, der Fachöffentlichkeit und in den Medien (Presseinformationen und Pressekonferenzen)
- Darstellung der wissenschaftlichen Arbeitsergebnisse des BfR in allgemeinverständliche **Informationen** für die Öffentlichkeit
- Laienverständliche **Kommunikation** von Risiken und wissenschaftlichen Inhalten gegenüber Medien, Multiplikatoren, Bürgern und anderen Stakeholdern
 - www.bfr.bund.de als zweisprachige Internetseite (u. a. Kolumne 'Kontrovers diskutiert')
 - Publikationsreihen für Verbraucher und verschiedene Stakeholdergruppen
 - Audiovisuelle Medien (Fotos, Filme, Ausstellungen)
 - Öffentlichkeitsorientierte Veranstaltungsreihen
 - Utensilien mit BfR-Logo (Visitenkarten, Anstecker)



Risikokommunikation: adäquate Veranstaltungsformate

Partizipation als Alleinstellungsmerkmal im Wissenschaftsbereich

- **Positionierung** des BfR als **Plattform** für einen **partizipativen Dialog** mit **Stakeholdern** aus Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, öffentlichen Institutionen, Verbänden und der Verbraucherschaft
- Etablierung neuer **Veranstaltungsformate**
- **Evaluierung** vergangener Veranstaltungen



Vorhandene Formate

- **BfR-Forum Verbraucherschutz**
- Expertengespräche
- **Statuskonferenzen**
- Wissenschaftliche Symposien
- **Verbraucherkonferenzen**
- Tag der offenen Tür
- Fortbildung für den öffentlichen Gesundheitsdienst ÖGD

Risikokommunikation: Risikoforschung - Wahrnehmung, Früherkennung, Folgenabschätzung

Aufgaben und Ziele

- Analyse der **Risikowahrnehmung** und deren Einbindung
- rechtzeitiges Erkennen, Charakterisieren und Quantifizieren sich abzeichnender Risiken (**Früherkennung**)
- **partizipativer Dialog** mit allen relevanten Stakeholdern
- **Evaluation** und Optimierung der Risikokommunikation
- Umgang mit **wissenschaftlicher Unsicherheit**

Forschungsschwerpunkte

- Risikowahrnehmung und –früherkennung in der **Nanotechnologie** (Delphi-Expertenbefragung, Verbraucherkonferenz, Verbraucherbefragung, Medien-/Internet-Analyse)
- **Medienwirkungsforschung**
- **Evaluation** der Kommunikation der Begriffe „risk“ und „hazard“
- Kommunikation der Risiken von **Nahrungsergänzungsmitteln**



Neue Strategien der Risikokommunikation

Etablierung von Veranstaltungsformaten

- Sachverständigen-Gespräche
- Stakeholder-Konferenzen
- BfR-Forum Verbraucherschutz
- Verbraucherkonferenzen
- Status-Konferenzen



Wissenschaftliche Projekte zur Risikokommunikation

- Bevölkerungsbefragungen
- Delphi-Verfahren (Experten-Befragungen)
- Arbeit in Fokusgruppen
- Medienanalysen
- Projekte zum wording
- Internet-Analysen
- Zielgruppenanalysen
- Evaluierung von Maßnahmen



Zielgruppen beim Thema Nahrungsergänzungsmittel



Schulkinder



junge Mädchen



junge Männer



Senioren

➔ **Exempel für zielgruppenorientierte Risikokommunikation**

Erreichbarkeit von Zielgruppen

Friedrich, der Frustrierte

- vermeidet Auseinandersetzung
- geht selten zum Arzt
- ‘Was kann man denn überhaupt noch essen?’
- keine aktive Informationsaufnahme



Draufgänger Dragon

- lebt spaßorientiert
- schmeißt lieber mal eine Pille ein
- intensiver Internet-Nutzer
- ‘Was mich nicht umbringt, macht mich härter’



Die ängstliche Anne

- wägt immer lange ab, fragt lieber
- nutzt alle Vorsorgeuntersuchungen
- ‘Nur getestete Waren sind gut’
- verschlingt Informationen

- Information, Wahrnehmung, Irrationalität
- Informationskanäle (Broschüren, Internet, TV, Kino)
- Multiplikatoren (Ärzte, Apotheker, Lehrer, Erzieher)

Verteilung von Verbrauchertypen nach Repräsentativbefragung (Thema Acrylamid)



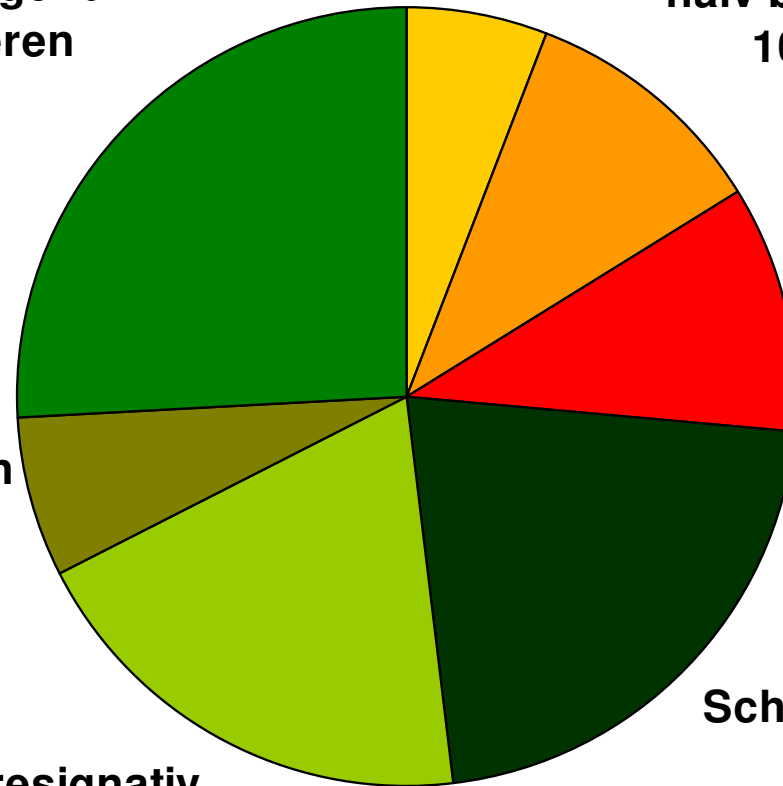
rechtfertigend
bilanzieren
26%

leugnen
6%

naiv bleiben
10%

überfordert
reagieren
10%

pragmatisch
reagieren
7%



Schuld zuweisen
22%

resignativ
relativieren
19%



Typ 1 **Leugnung**: *“Ich kenne keinen, der an Acrylamid gestorben ist!”*

Umgang mit dem Risiko

- **Leugnen**
- **Ausblenden** mit Sprüchen

Umgang mit Ernährungsfragen

- **wenig Interesse** für Informationen über Lebensmittelrisiken
- **Beharren** auf vertrauten Ernährungs- und Zubereitungstraditionen
- Betonung positiver **Ernährungsmythen**

Typische Reaktionsmuster und Argumentationsebenen

“Die Informationen über Acrylamid sind so widersprüchlich, dass man das Thema nicht ernst nehmen kann.“

“Meine Oma hat immer gesagt, auf etwas Verbranntes freut sich der Magen den ganzen Tag.“



Wahrnehmung von Risiken: Typisierungen

... versuche, mir das mit meinem Wissen aus Physik, Chemie und Biologie begreifbar zu machen

... wird das menschliche Leben revolutionieren

... bekomme den totalen Horror, dass die Teilchen in meinen Körper eindringen sein können

... hätte nicht gedacht, so viel Neues zu lernen über ein Gebiet, das ich bisher kaum kannte

... stärker an den Fortschritt glauben

Analoge Veranschaulichung

Entwicklungsverweigerung

... von modernen Technologien halte ich nichts

Visionen 6%

4% 1%

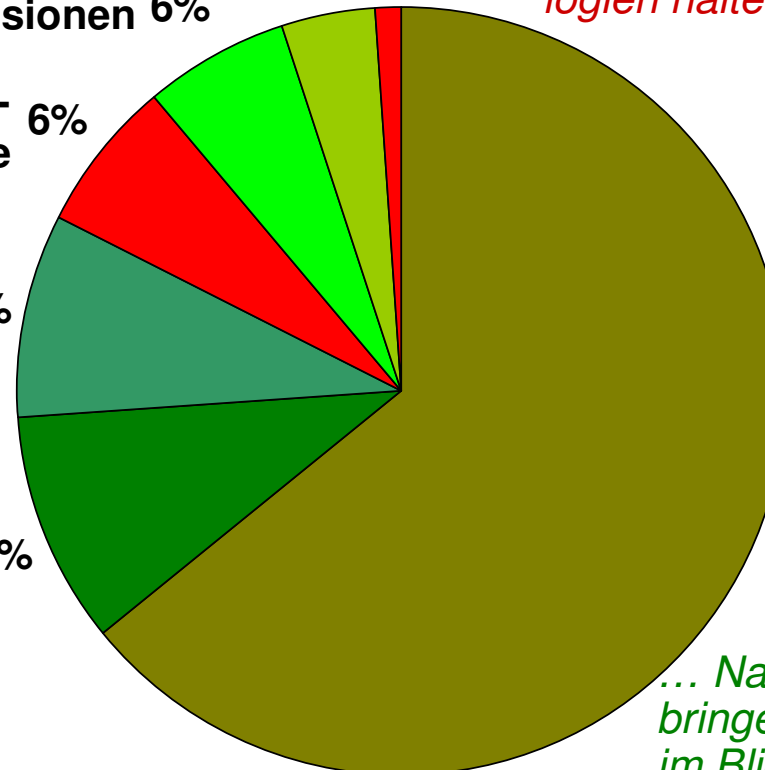
**Verkehrungs-
ängste 6%**

**Erkenntnis-
offenheit 9%**

**Naiver
Optimismus 10%**

64% Pragmatismus

... Nanotechnologie voranbringen, aber auch evt. Risiken im Blick behalten



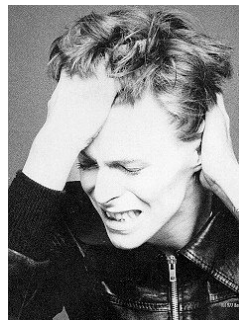
Verbrauchertypen Nanotechnologie

BfR, 2007, Bevölkerungsbefragung zur Nanotechnologie (n = 1.000)

Anknüpfungspunkte für die Risikokommunikation

Zielgruppen

- Was kann optimiert werden, um die jeweiligen **Zielgruppen** zu erreichen?
- Welche Zielgruppen jenseits der typischen Einteilungen gibt es (**Risikowahrnehmungstypen**)?
- Wie können dabei **Rollen-Heterogenitäten** berücksichtigt werden (z. B. Managerin, Mutter, Extremsportlerin)?
- Wie kann die Risikokommunikation sich darauf einstellen, dass es **Unterschiede** in **Wahrnehmung** und **Verhalten** gibt?



Risikokommunikation: Veranstaltungen und Projekte

Wissenschaftlicher Austausch und Information



Workshops – Wissenschaftliche Tagung - Konferenzen

Präsentation und Diskussion von BfR-Arbeitsergebnissen mit **Experten**;
Vertreter der Stakeholder und der Öffentlichkeit im Publikum

- Wissenschaftliche Bewertung von **Formaldehyd**: Neue Perspektiven für den Verbraucherschutz?
- **Folsäurestatus** in Europa und Möglichkeiten der Intervention
- **Hygienemanagement in Krankenhausküchen** – Maßnahmen zur Verhütung und Aufklärung lebensmittelbedingter Krankheitsausbrüche
- **Kontaktallergien** – Epidemiologie, molekulare Mechanismen, *in vitro* Tests, Regulation

➔ **scientific community mit Fokus Verbraucherschutz**

Risikokommunikation: Veranstaltungen und Projekte

Information und Aufklärung



Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen

Information interessierter Kreise über die Arbeitsergebnisse des BfR

- **Grüne Woche**
- Tag der **offenen Tür**
- Lange Nacht der **Wissenschaften**
- Fortbildung für den öffentlichen Gesundheitsdienst **ÖGD**
(gemeinsam mit RKI, UBA und anderen Bundesinstituten für Gesundheitsämter, Arzneimittelüberwachung, Lebensmittelüberwachung und Veterinärverwaltung)

➔ Nutzen von Multiplikatoren

Risikokommunikation: BfR-Veranstaltungsformate

Information und Diskussion

‘BfR-Forum Verbraucherschutz‘

Präsentation und Diskussion von BfR-Arbeitsergebnissen mit **Experten** und **Stakeholdern**



- **EU-Chemikalienrecht** und Verbraucherschutz
- Mehrfachrückstände von **Pflanzenschutzmitteln** in Lebensmitteln
- Nährwertprofile als Voraussetzung für **Health claims**
- **Pflanzliche Stoffe** - gesund und giftig zugleich?
- **Verbrauchernahe Produkte** – Sicherheit trotz Produktvielfalt
- **Nanotechnologie** im Fokus des gesundheitlichen Verbraucherschutzes

➔ **BfR als öffentliche Plattform für Stakeholder-Austausch**

Risikokommunikation: BfR-Veranstaltungsformate



Diskussion und Dialog

Stakeholdermeetings

Diskussion von grundsätzlichen, fachübergreifenden, gesellschaftspolitischen Themen mit **Stakeholdern, Öffentlichkeit und Medien**

- **Risiko-Nutzen-Analyse**
- Was **kostet** eine **Krise**?
- Rechtfertigen **gefühlte Risiken** staatliches Handeln?
- **Sicherer** als sicher – Nulltoleranz oder Werbung?

➔ **Krisen vermeiden, bevor sie entstehen (non-events)**

Risikokommunikation: Projekte

Dialog und Partizipation

Dialogische/Partizipative Instrumente

Offene Diskussion über konsumentenrelevante Themen mit Experten und Laien; wissenschaftsbasierte Meinungsbildung; Aufschluss über die Risikowahrnehmung der Öffentlichkeit



- **BfR Verbraucherkonferenz** über Nanotechnologie in Lebensmitteln, Kosmetik und Textilien
- Delphi-Stakeholder-Befragung zur **Wahrnehmung und Priorisierung von Risiken** (Risiko-Ranking durch Wirtschaft, Politik, Medien, Verbraucherorganisationen)
- Repräsentative **Bevölkerungsbefragung** zur Nanotechnologie
- **Analyse** der **Medienberichterstattung** bzw. des **Internets** zur Kommunikation über Nanotechnologie
- Acrylamid in Lebensmitteln - ändert Risikokommunikation das **Verbraucherverhalten?**

➔ **direkte Einbindung von Stakeholdern und Verbrauchern, Analysen, Evaluierungen**

Instrumente der partizipativen Risikokommunikation

Ziel: Herstellen von Öffentlichkeit, Netzwerkbildung, öffentliches Vertrauen in Entscheidungen

Verbraucherkonferenz

Konsens bzw. konstruktiver Dissens bezüglich eines kontroversen Themas, Befragungen, abschließendes Votum (n = 15 bis 30 Laien)

Delphi-Verfahren

Darlegung von Meinungen und Optionen bei komplexen Themen, mehrstufige Fragebögen mit Rückkoppelung, Erstellen von Zukunftstrends (n > 100 Experten)

Fokusgruppen

Moderierte, strukturierte Argumentationsaustausche (n = 4 – 12 Stakeholder/Verbraucher pro Gruppe), geschützte Umgebung

→ Grenzen und Möglichkeiten von Partizipation (Demokratieverständnis)

Anforderungen an zielgerichtete Risikokommunikation

verständlich

adressatengerecht

zeitnah

kontinuierlich

umfassend



Proaktivität (Themen setzen) statt ad hoc Reaktion bei Krisen

Konstruktivität statt Destruktivität

Glaubwürdigkeit der Institution

Risikomündigkeit (Wahlfreiheit, Risiko-Nutzen-Abwägung)

Danke

Oliver Pfirrmann

prognos AG

Berlin 

Ortwin Renn

Dialogik gGmbH

Stuttgart



Michael Zschiesche, Silke Domasch

Unabhängiges Institut für Umweltfragen e. V.

Berlin



Dirk Scheer, Ulrich Petschow, Gerd Scholl

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung

Berlin



Astrid Epp

Rolf F. Hertel

Stefanie Kurzenhäuser

Torger Möller

Ellen Ulbig

René Zimmer

Abteilung Risikokommunikation



Risiken erkennen – Gesundheit schützen

Bundesinstitut für Risikobewertung, Berlin

Britta Oertel, Christian Köster,
Hannah Kosow, Tobias Mickler
Institut für Zukunftsstudien und
Technologiebewertung, Berlin

IZT 

Carl Vierboom, Ingo Härten
**Wirtschafts- und Kommuni-
kationspsychologie, Bonn**



Johannes Simons
Lebensmittel- und
Ressourcenökonomik

Universität Bonn 
universität**bonn**

Matthias Kohring
Frank Marcinkowski
Institut für Kommunikations-
wissenschaft

