



WENN SICH BEIM ESSEN ETWAS ZUSAMMENBRAUT

**BEWÄHRTE REZEPTE FÜR  
DIE RISIKOKOMMUNIKATION**

## Index

<b>Vorwort der Beratungsgruppe „Risikokommunikation“ der EFSA</b>	<b>04</b>
<b>Vorwort von Anne-Laure Gassin, Vorsitzende der Arbeitsgruppe „Kommunikation“ des Beirats und Direktorin für Kommunikation der EFSA</b>	<b>05</b>
<b>I. Einführung und Ziele</b>	<b>06</b>
<b>II. Grundsätze guter Risikokommunikation</b>	<b>08</b>
II. 1. Die Grundsätze in der Praxis	10
<b>III. Faktoren, die Umfang und Art der Kommunikation beeinflussen</b>	<b>12</b>
III. 1. Das Ausmaß des Risikos aus der Kommunikationsperspektive	13
III. 2. Die Art der Gefahr	14
III. 3. Wer oder was ist betroffen?	14
III. 4. Betroffenheit von Menschen/Tieren/Pflanzen/Umwelt	15
III. 5. Grad der Exposition gegenüber der Gefahr/dem Risiko	16
III. 6. Möglichkeit der Risikosteuerung	16
III. 7. Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung	17
III. 8. Erforderlicher Kommunikationsumfang	18

<b>IV.</b>	<b>Instrumente und Kanäle</b>	<b>19</b>
	IV. 1. Medienbeziehungen	20
	IV. 2. Websites	21
	IV. 3. Veröffentlichungen in gedruckter Form	22
	IV. 4. Digitale Veröffentlichungen	23
	IV. 5. Sitzungen und Workshops	24
	IV. 6. Öffentliche Konsultationen	24
	IV. 7. Netzwerke mit Partnern/Ziel- und Interessengruppen	25
	IV. 8. Social Networks (Facebook, MySpace etc.)	26
	IV. 9. Blogs	27
	IV. 10. Mikroblogs (Twitter)	27
<b>V.</b>	<b>Aus Erfahrungen lernen</b>	<b>28</b>
	Die Risikobewertung der EFSA zum Klonen von Tieren	29
	Der themenbezogene Kommunikationsansatz der EFSA in Bezug auf lebensmittelbedingte Zoonosen	32
	Die Salzkampagne	35
	Forschungsprojekt der Universität Southampton über die Auswirkungen bestimmter synthetischer Lebensmittelfarben auf Kinder	38
	Q-Fieber in den Niederlanden: Offenheit und Transparenz	41
	Fallstudie zu Nahrungsergänzungsmitteln in Schweden	44
	Fallstudie zur Dioxinkrise in Irland	47
	Literaturhinweise	50
	Beispiele für weitere Leitlinien	51

## Vorwort der Beratungsgruppe „Risikokommunikation“ der EFSA

Das Ziel einer jeden Risikokommunikation besteht letztlich darin, Stakeholdern, Verbrauchern und der allgemeinen Öffentlichkeit die Gründe für risikobasierte Entscheidungen zu vermitteln, damit sie auf dieser Grundlage ausgewogen beurteilen können, in welcher Beziehung die diesbezüglichen Fakten zu ihren eigenen Interessen und Werten stehen. Risikokommunikation sollte nicht als Versuch angesehen werden, das Publikum von der darin geäußerten Einschätzung über die Tolerierbarkeit oder Zulässigkeit von Risiken zu überzeugen oder sie ihm aufzudrängen. Vielmehr soll sie den Adressaten helfen, sich ein fundiertes Urteil zu bilden und bewusst mit den Risiken umzugehen, denen sie in ihrem Leben ausgesetzt sind. Darüber hinaus ist eine effektive Risikokommunikation eine unabdingbare Voraussetzung für die aktive Teilnahme an aktuellen Diskursen über Risiken, insbesondere über Lebensmittelrisiken. Nur wer umfassend über Lebensmittelrisiken informiert wird und sich dieser Risiken bewusst ist, kann sinnvoll an Beteiligungsprogrammen mitwirken, die auf möglichst unmittelbare Mitspracherechte bei der Erarbeitung und Formulierung von Verordnungen und Standards ausgerichtet sind.

Eine gute Risikokommunikation kann viel zum Erfolg eines umfassenden und verantwortungsvollen Risikomanagementprogramms beitragen. Durch eine gute Risikokommunikation können wir (1) gewährleisten, dass sich die Verbraucher der mit einem Produkt verbundenen Risiken bewusst sind und es daher in sicherer Weise verwenden oder konsumieren, (2) das Vertrauen der Öffentlichkeit in eine angemessene Risi-

kobewertung und entsprechende Entscheidungen des Risikomanagements sowie die damit verbundenen Risiko-Nutzen-Abwägungen stärken, (3) dazu beitragen, dass die Öffentlichkeit Lebensmittelrisiken und die Standards zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit besser versteht, und (4) ausgewogene, sachlich richtige und geeignete Informationen zur Verfügung stellen, auf deren Grundlage sich die Verbraucher für diejenigen Optionen entscheiden können, die ihren eigenen Kriterien der „Risikoakzeptanz“ entsprechen.

Risikokommunikation muss folgenden Aufgabenstellungen gerecht werden:

- Information der Öffentlichkeit über Gefahren und Risiken (wobei der Unterschied zwischen Gefahren bzw. Gefährdungspotenzialen und Risiken hervorgehoben wird);
- Information der Öffentlichkeit über die Verfahren, nach denen Risikobewertungen und Risikomanagemententscheidungen erfolgen, wobei jeweils die beteiligten Akteure und ihre Methoden beschrieben werden;
- Gewährleistung einer wirksamen Kommunikation in beide Richtungen;
- Steigerung der Vertrauens- und Glaubwürdigkeit aller an der Risikobewertung und am Risikomanagement Beteiligten;
- Einbeziehung von Interessengruppen in die Verfahren und die Konfliktbeilegung.

Der Unterstützung dieser Ziele dienen vier allgemeine Richtlinien, die nicht nur für Lebensmittelrisiken, sondern für sämtliche Risikobereiche anwendbar sind:

- Nehmen Sie eingangs eine kritische Überprüfung Ihrer bisherigen Risikobewertung und Ihres bisherigen Risikomanagements vor.
- Entwickeln Sie ein integratives Programm für die Risikokommunikation, das von Anfang an das ständige Bemühen gewährleistet, die wichtigsten Interessengruppen, einschließlich der Verbraucher, in das Bewertungsverfahren einzubeziehen.
- Stimmen Sie die Kommunikation nicht auf die Bedürfnisse ihrer Urheber, sondern auf die Bedürfnisse des Zielpublikums ab.
- Holen Sie gezielt Feedback ein und werden Sie sich des Wandels von Wertvorstellungen und Präferenzen bewusst, um Ihr Kommunikationsprogramm entsprechend anzupassen und zu verfeinern.

Mit dem vorliegenden Dokument soll allen professionellen Risikomanagern und Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit im Lebensmittelsektor Hilfestellung bei der Entwicklung von Kommunikationsprogrammen gegeben werden, die diesen allgemeinen Ansprüchen genügen und auf die Bedürfnisse der vielfältigen Zielgruppen eingehen. Voraussetzungen für solche Programme sind sowohl hochwertige wissenschaftliche Informationen als auch eine angemessene Berücksichtigung der Werte und Präferenzen der Öffentlichkeit.

## Vorwort von Anne-Laure Gassin, Vorsitzende der Arbeitsgruppe „Kommunikation“ des Beirats und Direktorin für Kommunikation der EFSA

Handbücher zur Kommunikation und Einbeziehung von Interessengruppen gibt es bereits in großer Vielfalt. Einige sind ganz bestimmten Risikothemen gewidmet, beispielsweise dem Umgang mit radioaktiven Abfällen, elektromagnetischen Feldern oder Anlagen der chemischen Industrie. Das vorliegende Dokument soll nicht noch ein allgemeiner Ratgeber zur Risikokommunikation sein, sondern enthält gezielte Informationen für alle, die an Lebensmittelsicherheit, den Methoden der Risikobewertung und den Aufgaben der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) interessiert sind.

Diese Leitlinien werden, davon bin ich überzeugt, all denjenigen hervorragende Dienste leisten, die im Lebensmittelsektor und darüber hinaus für die Risikokommunikation zuständig sind. Sie beruhen auf umfangreichen Studien und langjährigen Erfahrungen und sind insbesondere für staatliche Stellen gedacht, die den Lebensmittelsektor beaufsichtigen. Außerdem zeigen sie sowohl innerhalb wie außerhalb der EFSA tätigen Risikobewertern und -managern auf, wie sie bei ihrer Tätigkeit auch den Anforderungen der Risikokommunikation Rechnung tragen können. Allen, die mit Risiken im Lebensmittelsektor befasst sind, sei diese Schrift als Pflichtlektüre empfohlen.

Parma, 2. April 2012  
Ortwin Renn

Gern verfasste ich das Vorwort für diese praktischen Leitlinien zur Risikokommunikation für Kommunikationsexperten in ganz Europa und darüber hinaus, die mit der anspruchsvollen Aufgabe betraut sind, über wissenschaftlich erwiesene Risiken zu informieren.

Die Kommunikation von Risiken, die mit der Lebensmittelkette verbunden sind, ist ein wesentlicher Bestandteil des Mandats der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA). Durch eine offene und transparente Risikokommunikation, die sich auf den unabhängigen Rat ihrer wissenschaftlichen Expertengremien stützt, trägt die EFSA zur Erhöhung der Lebensmittelsicherheit in Europa bei und stärkt das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Verfahren der Risikobewertung.

In ihrer Kommunikationsstrategie 2010-2013 betont die EFSA, dass das Vertrauen der Verbraucher in die Lebensmittelkette vor allem durch in sich schlüssige Botschaften gestärkt werden kann. Zu diesem Zweck arbeitet die EFSA über die Arbeitsgruppe „Kommunikation“ des Beirats (Advisory Forum Communications Working Group – AFCWG) mit den Kommunikationsabteilungen der nationalen Behörden für Lebensmittelsicherheit zusammen, um die Kooperation bei der Kommunikation zu Risiken entlang der Lebensmittelkette enger zu gestalten, fachlich besser zu begründen und die Kohärenz von Botschaften innerhalb der gesamten Europäischen Union (EU) zu fördern.

Dabei ist sich die EFSA durchaus bewusst, dass wissenschaftliche Ergebnisse nicht immer in einfache Empfehlungen umgesetzt werden können, die für Nichtwissenschaftler leicht zu verstehen und zu befolgen sind. In Anbetracht der Notwendigkeit, bewährte Verfahren auszutauschen, rief die EFSA gemeinsam mit den Mitgliedern der AFCWG das vorliegende Projekt ins Leben. Die Mitwirkung der Kollegen in den Mitgliedstaaten hat nicht nur dafür gesorgt, dass es tatsächlich eine gemeinsame Initiative darstellt, sondern es wurde auch gewährleistet, dass der Inhalt des Projekts für die gesamte EU relevant ist. Wir hoffen daher, dass diese Leitlinien für eine große Zahl an Kommunikatoren von Nutzen sein werden.

Wir haben uns dazu entschlossen, dieses Dokument in elektronischer Form zu erstellen, um es problemlos aktualisieren und um neue Fallstudien ergänzen zu können. Darüber wird die AFCWG der EFSA jährlich entscheiden.

Da diese Initiative von der Zusammenarbeit lebt, nehmen wir jegliche Rückmeldungen derjenigen, die diese Leitlinien in der Praxis anwenden, dankbar entgegen.

Anne-Laure Gassin



# Einführung und Ziele

---

Die vorliegenden Leitlinien sollen die Wahl angemessener Kommunikationsansätze in einer Vielzahl von Situationen erleichtern, die sich bei der Bewertung und der Kommunikation von Risiken im Zusammenhang mit der Lebensmittelsicherheit in Europa ergeben können. Das Ziel ist ein gemeinsamer Rahmen, anhand dessen Gesundheitsbehörden in verschiedenen Ländern Ansätze für die Kommunikation von Risiken entwickeln können.

In der Arbeitsgruppe „Kommunikation“ des EFSA-Beirats (AFCWG) arbeiten Kommunikatoren der EFSA, der Mitgliedstaaten und der Europäischen Kommission zusammen. Ein wesentliches Ziel dieser Gruppe ist eine bessere Zusammenarbeit und Abstimmung der Risikokommunikation, insbesondere zwischen Risikobewertern in den Mitgliedstaaten und der EFSA – so, wie es die Kommunikationsstrategie der EFSA als einen ihrer Schwerpunkte vorsieht.

Die vorliegenden Leitlinien gehen auf die Initiative dieser Gruppe zurück und sollen zwei wichtige Mängel beheben: 1) Die in der wissenschaftlichen Literatur niedergelegten Grundsätze müssen um praktische Hinweise ergänzt werden; und 2) zur Risikokommunikation im Bereich der Lebensmittelsicherheit gibt es wenig fachspezifische Literatur. Da die Gruppe bestrebt ist, aus Erfahrungen zu lernen und die Risikokommunikation im europäischen Lebensmittelsicherheitsystem zu verbessern, handelt es sich beim vorliegenden Leitfaden um ein lebendes Dokument, das in regelmäßigen Abständen überprüft und um praktische Fallstudien ergänzt werden soll.

Wie im Codex Alimentarius niedergelegt, ist Risikokommunikation „der Austausch von Informationen und Meinungen über Risiken und risikobezogene Faktoren zwischen Risikobewertern, Risikomanagern, Verbrauchern und anderen interessierten Kreisen“.

Innerhalb des europäischen Lebensmittelsicherheitsystems ist die Zuständigkeit für die Risikokommunikation sowohl auf EU- als auch auf nationaler Ebene (EFSA und Mitgliedstaaten) angesiedelt und obliegt auch den Risikomanagern auf diesen beiden Ebenen (Europäische Kommission und Mitgliedstaaten). Auf der europäischen Ebene sind Risikobewertungs- und Risikomanagementaufgaben unterschiedlichen Einrichtungen zugewiesen; in einigen Mitgliedstaaten werden beide Bereiche in derselben Einrichtung

zusammengefasst. Die vorliegenden Leitlinien enthalten keine spezifischen Empfehlungen für Risikomanager oder Risikobewerter, sondern sollen Kommunikatoren dabei helfen, in wissenschaftlich fundierter Weise über Risiken aufzuklären, und dem Leser die Lehren aus praktischen Fallstudien zur Verfügung stellen. Bei der Erstellung dieser Leitlinien sind wertvolle Hinweise aus der wissenschaftlichen Risikobewertung eingeflossen, denn sowohl Bewerter als auch Manager sind bei der Kommunikation von Risiken auf den Austausch und die Zusammenarbeit mit Kollegen aus der Wissenschaft angewiesen.

Angesichts der unterschiedlichen Strukturen und Herangehensweisen in den 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union gibt es keinen auf alle Situationen anwendbaren einheitlichen Ansatz. Außerdem muss berücksichtigt werden, dass sich die Risikowahrnehmung zwischen den verschiedenen Ländern zum Teil stark unterscheidet. Dies ist auf kulturelle, historische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Einflüsse sowie zahlreiche andere Faktoren zurückzuführen. Aus Untersuchungen der öffentlichen Meinung geht hervor, dass verschiedene Risiken je nach Land in ganz unterschiedlichem Maße Ängste auslösen. Darüber hinaus müssen Leitlinien zur Risikokommunikation im Lebensmittelbereich auch berücksichtigen, dass sich die Länder in ihrer Lebensmittelversorgung und ihren Ernährungsgewohnheiten ebenso unterscheiden wie in ihren Einstellungen gegenüber Lebensmitteln

und deren Einfluss auf die Gesundheit. Ferner haben die Kommunikatoren das gesellschaftliche und politische Umfeld zu beachten, in dem ihre Botschaften aufgenommen werden. Trotz dieser Unterschiede können Leitlinien einen Beitrag zur Entwicklung von Ansätzen leisten, die auf bewährten Praktiken und Grundsätzen basieren und auf verschiedene Themen und Szenarien anwendbar sind.

Das vorliegende Dokument ist kein Handbuch für die Krisenkommunikation, sondern ein Instrument zum Austausch bewährter Praktiken der Risikokommunikation im breiteren Sinne. Leser, die mehr über die Tätigkeit der EFSA in Krisensituationen erfahren möchten, sollten die „Procedures for responding to urgent advice needs“ („Vorgehensweisen bei dringendem Beratungsbedarf“) der Behörde konsultieren, die im Internet unter folgender Adresse zu finden sind:

<http://www.efsa.europa.eu/de/supporting/pub/102e.htm>



# Grundsätze guter Risikokommunikation

---

**1 Offenheit**

Offenheit ist eine unverzichtbare Grundlage für eine gute Risikokommunikation und für den Ruf einer jeden Organisation. Ratschläge und Maßnahmen im Zusammenhang mit Risiken der Lebensmittelsicherheit stoßen nur dann auf Vertrauen, wenn Risikobewertungen rechtzeitig veröffentlicht und die Entscheidungsgrundlagen zugänglich gemacht werden. Außerdem ist ein offener Dialog mit Interessengruppen und Betroffenen eine wesentliche Voraussetzung für die Schaffung von Vertrauen in das Verfahren der Risikobewertung.

**2 Transparenz**

Transparenz steht in engem Zusammenhang mit Offenheit und ist für den Aufbau von Vertrauen und Zuversicht ebenso wichtig. Transparenz bei der Entscheidungsfindung und Erläuterungen zur Arbeitsweise, zur Führung und zu den Entscheidungsstrukturen einer Organisation sind ebenfalls von wesentlicher Bedeutung. Aus der Kommunikation muss stets eindeutig hervorgehen, in welchen Bereichen der Risikobewertung noch Unsicherheiten bestehen, ob und wie diese durch den Risikobewerter und/oder Risikomanager behoben werden können und was sie für die öffentliche Gesundheit bedeuten.

**3 Unabhängigkeit**

Die Kommunikation von Risiken wird dann als besonders glaubwürdig wahrgenommen, wenn diejenigen, die die Risiken bewerten und kommunizieren, nachweislich unabhängig sind von politischen Entschei-

dungsträgern, Vertretern der Industrie, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder anderen Kreisen mit materiellen Interessen.

Die EFSA legt größten Wert auf die Unparteilichkeit ihrer wissenschaftlichen Beratung und hat durchgängig Mechanismen und Arbeitsabläufe geschaffen, die die Unabhängigkeit und Integrität ihrer wissenschaftlichen Arbeit gewährleisten. Diese sind in den Richtlinien zu Unabhängigkeit und wissenschaftlichen Entscheidungsfindungsprozessen niedergelegt, die der Verwaltungsrat der EFSA im Dezember 2011 verabschiedet hat (<http://www.efsa.europa.eu/de/aboutefsa/keydocs.htm>). Im März 2012 veröffentlichte die EFSA zudem Durchführungsbestimmungen für die Umsetzung von Interessenerklärungen. Diese Bestimmungen stellen einen der Eckpfeiler der vorgenannten Richtlinien dar, mit denen nun allen an der Arbeit der EFSA Beteiligten noch klarere, transparentere und zuverlässigere allgemeine Grundsätze zur Verfügung stehen (<http://www.efsa.europa.eu/de/aboutefsa/keydocs.htm>).

**4 Reaktionsschnelle**

Eine zeitnahe und präzise Kommunikation auch dann, wenn nicht alle Fakten vorliegen, trägt langfristig dazu bei, dass die Informationsquelle als glaubwürdig und zuverlässig angesehen wird. Oftmals ist es von entscheidender Bedeutung, dass die Kommunikation frühzeitig erfolgt.

## II.1. Die Grundsätze in der Praxis

Grundsätze allein gewährleisten noch keine gute Risikokommunikation. Die Qualität des wissenschaftlichen Ausgangsmaterials ist von elementarer Bedeutung, denn auf diese Grundlage stützen sich alle Aspekte der Risikokommunikation. Wenn aber in der Praxis Fachinformationen auf einer Website veröffentlicht werden, die für deren Leserschaft kaum zu verstehen sind, oder wenn versäumt wird, betroffene Gruppen umfassend zu informieren, dann werden die Grundsätze guter Risikokommunikation nicht verwirklicht. Dasselbe gilt für schlecht geschriebene Pressemitteilungen. Qualität und Angemessenheit der Kommunikationsprodukte sind ebenso wichtig wie die dahinterstehenden Grundsätze.

### 1 Veröffentlichung aller wichtigen Dokumente

Offenheit und Transparenz bringen die Verpflichtung mit sich, Risikobewertungen zu veröffentlichen, damit alle wichtigen Zielgruppen die wissenschaftlichen Ergebnisse einsehen können. Sitzungsprotokolle, Vorträge auf wichtigen Veranstaltungen und sonstige Unterlagen müssen auf einer Website zugänglich gemacht werden, um Bewusstsein, Verständnis, Vertrauen und Zuversicht zu erzeugen.

Bewährte Praktiken auf diesem Gebiet veranschaulicht die Fallstudie zur *Dioxinkrise in Irland*.

### 2 Klare und verwertbare Kommunikation

Eine sorgfältige Übersetzung wissenschaftlicher Befunde in eine relativ einfache Sprache, die Risikomanager,

Interessengruppen und die breite Öffentlichkeit auch ohne fachliche Vorbildung verstehen können, ist unverzichtbar. Wenn ein Risiko nicht in einfachen Worten erläutert wird, dann kann es falsch verstanden oder fehlinterpretiert werden. Wissenschaftliche Ergebnisse sind für die Zielgruppen nur dann nützlich und nutzbar, wenn sich ihnen deren Relevanz erschließt, und dies kann oftmals schon dadurch erreicht werden, dass Kontext und Hintergründe der wissenschaftlichen Beschäftigung mit einem Thema erläutert werden.

Bewährte Praktiken auf diesem Gebiet veranschaulichen die Fallstudien zur *Salzkampagne* und zu *Zoonosen*.

### 3 Zeitnahe Kommunikation

Risikobewertungen und damit zusammenhängende Botschaften müssen im Anschluss an ihre Erstellung so früh wie möglich veröffentlicht werden, um fundierte Entscheidungen und Maßnahmen zu erlauben. Wenn es um die Bewertung eines erheblichen Risikos geht, dann sind unangebrachte Ängste oder Verwirrung auslösende Informationslücken umso wahrscheinlicher, je größer der zeitliche Abstand zwischen der Kommunikation zur Risikobewertung und dem Risikomanagement ist. Die für die Risikokommunikation Verantwortlichen müssen ausgehend von diesem Zusammenhang mögliche Zeitlücken voraussehen. Dies gilt insbesondere für den Fall eines langen zeitlichen Abstands zwischen der Risikobewertung und den Maßnahmen des Risikomanagements, was deutlich macht, dass beide Bereiche eng zusammenarbeiten

und ihre Tätigkeit aufeinander abstimmen müssen.

Bewährte Praktiken auf diesem Gebiet veranschaulicht die Fallstudie zu *Nahrungsergänzungsmitteln*.

### 4 Dialog zwischen Risikobewertern und Risikomanagern

Risikobewerter sind auf einen engen Austausch mit Risikomanagern angewiesen. Beispielsweise benötigen sie Richtlinien und Leitfäden für ihre Risikobewertungen, die so deutlich abgefasst sind, dass brauchbare und verständliche Schlussfolgerungen erstellt werden können. Wenn Risikobewerter und Risikomanager die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen gebührend berücksichtigen, können sie ermitteln, für welche benachbarten Interessensbereiche ein wissenschaftliches Gutachten von Belang sein könnte. Wenn sie voraussehen, welche Fragen eine Risikobewertung auslösen wird, dann können sie dafür sorgen, dass sich die Leitfäden und Richtlinien sowohl an wissenschaftlichen als auch an kommunikativen Erfordernissen orientieren und zugleich für das Risikomanagement verwendbar sind.

Im Falle eines möglichen Risikos geht es den meisten Betroffenen – Risikomanagern, Industrievertretern, NGOs oder Verbrauchern – darum zu erfahren, worin das Risiko besteht, welche Gegenmaßnahmen ergriffen werden sollen und was sie selbst tun können oder sollten. Die Kommunikation dieser Informationen ist die Aufgabe der Risikomanager, und der Dialog schafft die Voraussetzungen für gemeinsame Botschaften.

Bewährte Praktiken auf diesem Gebiet veranschaulicht die Fallstudie zur *Dioxinkrise in Irland*.

### **5 Dialog mit Interessenvertretern – Zielgruppen verstehen**

Wechselseitiger Austausch und Dialog sind für eine gute Kommunikationspraxis unerlässlich. Die Kenntnis der Bedürfnisse und Anliegen sowohl der Interessenvertreter als auch anderer Zielgruppen ist wesentlich, um die Wirkung der Kommunikationsaktivitäten zu maximieren.

Bewährte Praktiken auf diesem Gebiet veranschaulichen die Fallstudie zum *Klonen von Tieren* und zum *Q-Fieber*.

### **6 Eingestehen und Übermitteln von Ungewissheit**

Nicht immer lassen sich über ein Risiko klare Aussagen treffen. Doch auch dann gelten die Grundsätze der Offenheit und Transparenz. So sollten bestehende Ungewissheiten eingeräumt und beschrieben werden, zum Beispiel durch den Hinweis auf fehlende Daten oder methodische Probleme. Zugleich sollte erwähnt werden, welche Maßnahmen im Hinblick auf diese Ungewissheiten ergriffen werden, so dass der jeweilige Adressatenkreis die Zusicherung erhält, dass an der Reduzierung der Ungewissheit gearbeitet wird.

Bewährte Praktiken auf diesem Gebiet veranschaulichen *sämtliche Fallstudien*.

Einrichtungen, die den vorstehend genannten Grundsätzen und Arbeitsweisen in ihrer täglichen Praxis Rechnung tragen, schaffen gute Voraussetzungen für den Aufbau von Glaubwürdigkeit und Vertrauen. Eine effektive Risikokommunikation benötigt vor allem gute Kommunikatoren (Wissenschaftler und Kommunikationsexperten), die in der Lage sind, wissenschaftliche Erkenntnisse in aussagekräftige Botschaften zu übersetzen und an unterschiedlichste Zielgruppen zu vermitteln, so dass die Ergebnisse einer Risikobewertung verstehbar und somit auch nutzbar werden.



# Faktoren, die Umfang und Art der Kommunikation beeinflussen

In diesen Leitlinien sollen die wesentlichen Faktoren dargestellt werden, die bei Erwägungen im Hinblick auf Art und Umfang der Kommunikationstätigkeit zu berücksichtigen sind. Entscheidungen hinsichtlich der Risikokommunikation können per se keine exakte Wissenschaft sein, und es besteht stets ein gewisser Ermessensspielraum. Eine gründliche und systematische Prüfung aller relevanten Faktoren kann jedoch dazu beitragen, die Entscheidung auf eine solide Grundlage zu stellen. Manche Faktoren, die bei der Entscheidungsfindung eine Rolle spielen, beziehen sich ausschließlich auf wissenschaftliche Erkenntnisse, beispielsweise auf die feststellbaren Gefahren und Risiken, die mit einer entsprechenden Exposition verbunden sind. Die Risikowahrnehmung ist stets zu berücksichtigen, insbesondere jedoch dann, wenn ein mögliches Risiko für eine besonders sensible Gruppe wie Kinder oder Säuglinge bestehen könnte. Im weiteren Umfeld können auch die Ansichten und Befindlichkeiten von politischen Gruppen oder Interessenvertretern als Faktoren berücksichtigt werden, ebenso wie Risikomanagementmaßnahmen, die möglicherweise bereits zur Reduktion potenzieller Risiken ergriffen wurden.

In diesem Abschnitt werden die Faktoren zusammengefasst, die sich sowohl aus theoretischer wie praktischer Hinsicht als entscheidend im Hinblick auf die Auswahl angemessener Maßnahmen der Risikokommunikation erwiesen haben. Alle diese Faktoren sind zu berücksichtigen, doch nicht jeder Faktor mag für jedes Szenario relevant sein. Auch schließen sich die Faktoren nicht unbedingt wechselseitig aus. Die für die Kommunikation Verantwortlichen sollten zudem stets bedenken, dass die hier vorgestellten Faktoren zwar zur Vereinfachung einer äußerst komplexen Aufgabe entwickelt wurden, bei manchen Szenarien aber mitunter mehrere Faktoren zu berücksichtigen sind.

Am Ende jedes Abschnitts sind eine Reihe von Fragen aufgeführt, die in der Praxis helfen sollen, den geeigneten Kommunikationsansatz zu finden.

### III.1. Das Ausmaß des Risikos aus der Kommunikationsperspektive

Zunächst muss der für die Kommunikation Verantwortliche feststellen, welche Art von Information vermittelt werden soll: die Antwort auf eine dringlich angeforderte Risikobewertung, die Ergebnisse einer Literaturobwohl, einer Gefahrenbeurteilung oder einer umfassenden Risikobewertung, etc. Vor diesem Hintergrund kann dann mit Blick auf die öffentliche Gesundheit der Rahmen abgesteckt werden, innerhalb dessen die Kommunikationsentscheidungen getroffen werden.

An diesem Punkt ist es wichtig, den Unterschied zwischen Gefahr bzw. Gefährdungspotenzial (*hazard*) und Risiko (*risk*) zu beachten. Diese Begriffe werden fälschlicherweise oft gleichgesetzt; doch das Gefährdungspotenzial ist definiert als die Fähigkeit eines Organismus oder Stoffes, eine schädliche Wirkung zu entfalten. Unter einem Risiko hingegen versteht man die Wahrscheinlichkeit, dass solche schädlichen Wirkungen eintreten, die unter Berücksichtigung

<sup>1</sup> Die vier Stufen des Risikobewertungsprozesses:

- i. Feststellung der möglichen Gefahrenquelle (*hazard identification*): Ermittlung des biologischen, chemischen und physikalischen Agens, das zu gesundheitsschädlichen Auswirkungen führen kann und möglicherweise in bestimmten Lebens- oder Futtermitteln bzw. einer Gruppe von Lebens- oder Futtermitteln vorkommt.
- ii. Beschreibung der Gefahr bzw. des Gefährdungspotenzials (*hazard characterisation*): Qualitative und/oder quantitative Einschätzung der gesundheitsschädlichen Auswirkungen der möglicherweise in Lebens- oder Futtermitteln vorhandenen biologischen, chemischen oder physikalischen Gefahrenquelle.
- iii. Expositionsabschätzung (*exposure assessment*): Quantitative Abschätzung der wahrscheinlichen Exposition von Mensch und Tier gegenüber Lebens- oder Futtermitteln ausgehend vom möglichen Vorhandensein der biologischen, chemischen und physikalischen Gefahrenquelle in diesen Lebens- oder Futtermitteln.
- iv. Risikocharakterisierung (*risk characterisation*): Qualitative und/oder quantitative Abschätzung (unter Berücksichtigung der damit verbundenen Unsicherheit) der Häufigkeit und Schwere der bekannten oder potenziellen Gesundheitsschäden in einer bestimmten Bevölkerungsgruppe auf Grundlage der Feststellung der Gefahrenquelle, der Beschreibung des Gefährdungspotenzials und der Expositionsabschätzung.

der möglichen Exposition gegenüber der jeweiligen Gefahr ermittelt wird. Als Gefährdungspotenzial bezeichnet man beispielsweise das Vorkommen des Schwermetalls Cadmium in Lebensmitteln. Das Risiko besteht in diesem Fall in der Wahrscheinlichkeit, dass ein Mensch durch die Exposition gegenüber Cadmium in seiner Nahrung Schaden nimmt.

Die Risikobewertung erfolgt normalerweise in vier Stufen: i) Feststellung der möglichen Gefahrenquelle (*hazard identification*), ii) Beschreibung der Gefahr bzw. des Gefährdungspotenzials (*hazard characterisation*), iii) Expositionsabschätzung (*exposure assessment*), iv) Risikocharakterisierung (*risk characterisation*). Die Terminologie, die auf dem Gebiet der Risikobewertung zur Beschreibung des Risikoausmaßes verwendet wird, ist sehr vielfältig und für Laien bisweilen schwer zu durchschauen. Die Kommunikation wird dadurch erschwert. **Unter dem Aspekt der Risikokommunikation** und für diese Leitlinien haben wir sie auf fünf einfache Kategorien heruntergebrochen:

- nicht erkennbar/zu vernachlässigen
- gering
- mittel
- hoch
- nicht bekannt

Dabei ist zu beachten, dass es sich bei diesen Kategorien nicht um eine wissenschaftliche Klassifizierung handelt, sondern um eine Zuordnung, die vom Kommunikator – zusammen mit seinen wissenschaftlichen Kollegen – zu treffen ist, um Art und Umfang der erforderlichen Kommunikationsaktivitäten zu bestimmen.

All diese Kategorien können mit Unsicherheiten behaftet sein. Bei der Kommunikation ist es dann wichtig, die Ursachen dieser Unsicherheiten zu benennen, beispielsweise einen Mangel an Daten oder die Grenzen der statistischen Modellierung.

Mindestens eine der genannten Kategorien dürfte auf alle denkbaren Risikoszenarien anwendbar sein; sie sind als Ausgangspunkt für Überlegungen zur Wahl des Kommunikationsansatzes gedacht, bei denen auch die nachfolgenden Faktoren berücksichtigt werden. Die Höhe des Risikos sollte unter dem Aspekt der Kommunikation gemeinsam mit wissenschaftlichen Kollegen ermittelt werden.

#### Auf einen Blick:

- Worin besteht das Gefährdungspotenzial?
- Was wissen wir über damit verbundene Risiken? Liegt bereits eine wissenschaftliche Risikobewertung vor?
- Wer hat die Risikobewertung vorgenommen? Stammen die ersten wissenschaftlichen Informationen aus einer zuverlässigen Quelle?
- Hat jemand bereits über dieses Risiko informiert, und wenn ja, wer?
- Gibt es Dritte (beispielsweise NGOs, Wirtschaftsverbände, Verbraucherorganisationen, Berufsverbände im Gesundheitswesen etc.), die über Informationen verfügen und zur Risikokommunikation beitragen könnten?

## III.2. Die Art der Gefahr

Gefahren bzw. Gefährdungspotenziale können ganz unterschiedliche Formen annehmen. Im Bereich der Lebensmittelsicherheit können sie sich etwa auf Stoffe, Erzeugnisse, Verarbeitungsverfahren, Technologien oder Umstände (z.B. Tierschutzbedingungen) beziehen. Dies wirkt sich auch auf den Kommunikationsbedarf aus, insbesondere da bestimmte Gefahren bzw. Stoffe eher Ängste auslösen als andere (z.B. der Einsatz von künstlichen Lebensmittelzusätzen im Gegensatz zu natürlichen Inhaltsstoffen). Manche Gefahren bzw. Gefährdungspotenziale sind einfach weithin bekannt. Sie finden daher in den Medien, der Politik oder dem öffentlichen Gesundheitswesen potenziell mehr Beachtung und lösen bei Verbrauchern, der Industrie und NGOs mehr Aktivitäten aus.

Folgende Faktoren wurden ermittelt:

Der Ursprung der Gefahr (beispielsweise eines Stoffes):

- natürlich vorkommend
- Lebensmitteln zugesetzt oder bei ihrer Verarbeitung entstehend

Der Ort, an dem die Gefahr vorkommt oder auftritt:

- in einem Erzeugnis/Markenprodukt, das häufig in Privathaushalten oder zur Lebensmittelherstellung verwendet wird
- in einer breiten Palette von Produkten
- in wenigen Produkten
- nach EU-Recht gesetzlich verboten/geregelt

### Auf einen Blick:

- **Handelt es sich um einen natürlichen oder künstlichen Stoff?**
- **Ergibt sich das Gefährdungspotenzial aus der natürlichen Beschaffenheit oder aus der Anwendung einer bestimmten Technologie?**
- **Wird die Verarbeitungstechnologie aufgrund des damit einhergehenden möglichen Risikos als nicht akzeptabel wahrgenommen?**
- **Gibt es eine akzeptable Alternative zu der Technologie, die mit dem Risiko verbunden ist?**

### Auf einen Blick:

- **Wie viele Menschen werden wahrscheinlich von dem Risiko betroffen sein?**
- **Welche Teile der Gesellschaft werden wahrscheinlich von dem Risiko betroffen sein? Befinden sich darunter sensible Gruppen wie Kinder oder ältere Menschen?**
- **Wie wirkt sich das Risiko auf die Umwelt aus?**
- **Wie wirkt sich das Risiko auf Pflanzen aus?**
- **Wie wirkt sich das Risiko auf Tiere aus?**

## III.3. Wer oder was ist betroffen?

Die Frage, wer oder was von der Gefahr oder dem Risiko betroffen ist, hat Auswirkungen auf die Risikowahrnehmung. Dies beeinflusst wiederum die Wahl der Zielgruppen und der Kommunikationskanäle. So kann eine Kommunikationsmaßnahme, die auf eine bestimmte von dem Risiko betroffene Gruppe abzielt, präziser abgefasst sein als allgemeine Botschaften an ein unbekanntes Publikum. Sind bestimmte sensible Gruppen wie Kinder oder Säuglinge betroffen, sind Aufmerksamkeit und Besorgnis der Ziel- und Interessengruppen sowie der Medien zudem oftmals gesteigert. Für die Bestimmung des zu erwartenden Interesses und der möglichen Zielgruppenansätze für die Kommunikation wurden folgende Kategorien als häufig relevant erkannt:

- |                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| ▪ Verbraucher allgemein | ▪ Gefährdete Gruppen |
| - Männer                | - Säuglinge          |
| - Frauen                | - Kinder             |
| ▪ Pflanzen              | - Schwangere         |
| ▪ Tiere                 | - ältere Menschen    |
| ▪ Umwelt                | - sonstige           |

### Ausmaß des Risikos?

- **Auswirkungen auf viele Menschen/biologische Arten/Regionen**
- **Nicht bekannt/„Lotteriefekt“**
- **Auswirkungen auf wenige Menschen/biologische Arten/Regionen**

### III.4. Betroffenheit von Menschen/ Tieren/Pflanzen/Umwelt

Die Betroffenheit von Menschen/Tieren/Pflanzen/Umwelt ist ein weiterer wichtiger Faktor, der bei der Wahl von Kommunikationsansätzen zu berücksichtigen ist. Er hängt eng mit dem Ausmaß des Risikos zusammen, betrifft aber insbesondere den Risikotypus sowie die Wahrnehmung von und Reaktion auf unterschiedliche Risiken. Dies ist deshalb wichtig, weil beispielsweise akute Risiken im Gegensatz zu Risiken, die mit chronischen Erkrankungen beim Menschen verbunden sind, besonders dringlich und direkt zu kommunizieren sind. So kann es schwierig sein, das Interesse auf den Umstand zu lenken, dass bestimmte Faktoren der Ernährung und des Lebensstils das Risiko koronarer Herzerkrankungen langsam, aber stetig erhöhen, da dieses Risiko nicht unmittelbar droht und die Zielgruppen bisweilen glauben, davon nicht betroffen zu sein.

Für den Risikotypus wurden folgende fünf Kategorien ermittelt:

- akute/unmittelbare Gesundheitsrisiken, die lebensbedrohlich sein könnten (z. B. Lebensmittelvergiftung)
- lebensbedrohliche Risiken ohne unmittelbare Wirkung (z. B. Exposition gegenüber Stoffen mit karzinogener Wirkung)
- chronische/langfristige Gesundheitsrisiken (z. B. Allergien, Fettleibigkeit)
- unbekannt
- nicht als Risiko gewertet

#### Auf einen Blick:

- Wie unmittelbar ist das Risiko im Hinblick auf seine Auswirkungen auf die Gesundheit von Mensch oder Tier bzw. auf die Umwelt?
- Wie schwerwiegend ist das Risiko hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die Gesundheit von Mensch oder Tier bzw. auf die Umwelt?
- Weicht die Bewertung von Unmittelbarkeit und Schwere des Risikos durch wissenschaftliche Experten von der möglichen Wahrnehmung der Öffentlichkeit (Laien) ab?

### Verschieden Risikoansätze

#### Experten

- Gehen von Risikobewertung aus
- Objektive und allgemeine Fragestellung
- Analytische Betrachtungsweise
- Stellen Risiken und Nutzen einander gegenüber

#### Öffentlichkeit

- Geht von Risikowahrnehmung aus
- Fragt: „Was bedeutet das für mich?“
- Möchte Antworten auf Bedenken
- Stellt Risiken Angst und Wut gegenüber

### III.5. Grad der Exposition gegenüber der Gefahr/dem Risiko

Dieser Faktor spielt für Kommunikationsentscheidungen eine wichtige Rolle, wobei der Unterschied zwischen Gefahr/Gefährdungspotenzial und Risiko oft schwer zu vermitteln ist. Eine Gefahr bzw. ein Gefährdungspotenzial muss nicht zwangsläufig ein Risiko darstellen, wenn wir ihr nicht oder nicht in einem so hohen Maße ausgesetzt sind, dass aus dem Gefährdungspotenzial ein reales Risiko wird.

Hinzu kommt das wichtige Element der Wahlfreiheit: Persönliche Vorlieben oder Aufklärungskampagnen können dazu führen, dass Verbraucher ihre Exposition gegenüber einer potenziellen Gefahr und dem damit verbundenen Risiko selbst steuern (z. B. im Hinblick auf die Folgen des Salzkonsums für den Blutdruck). In Zeiten wirtschaftlicher Sparmaßnahmen ist ferner zu berücksichtigen, dass auch die Kaufkraft zunehmenden Einfluss auf die Konsumententscheidungen der Verbraucher haben kann. Ein kleines Risiko, das mit einer breiten Exposition verbunden ist, kann bisweilen bedeutende Ausmaße annehmen, sodass ein erhöhter Kommunikationsbedarf entsteht, damit die Menschen nach Möglichkeit das Risiko meiden und die Risikomanager geeignete Maßnahmen ergreifen können. Außerdem sollte bei der Kommunikation unbedingt der Zeitfaktor angesprochen werden, d. h. die Dauer der Exposition gegenüber einer oder mehreren Gefahren- bzw. Risikoquellen.

- keine Exposition
- begrenzte Exposition
- breite Exposition
- Exposition betrifft bestimmte Gruppen
- Exposition nicht bekannt

#### Auf einen Blick:

- Wie hoch ist die Exposition der Verbraucher gegenüber der Gefahrenquelle?
- Keine Exposition, begrenzt, breit, unbekannt, unterschiedlich für verschiedene Bevölkerungsgruppen?
- Was sind die Auswirkungen oder möglichen Folgen einer dauerhaften Exposition für die Gesundheit von Mensch oder Tier bzw. die Umwelt?

#### Auf einen Blick:

- Kann die Exposition der Bevölkerung gegenüber der Gefahr/dem Risiko vermieden werden? Erfolgt die Exposition freiwillig oder unfreiwillig?
- Ist zu erwarten, dass bestimmte Gruppen innerhalb der Bevölkerung der Exposition auf verschiedene Weise ausgesetzt werden?
- Kann sich der Einzelne vor einer möglichen Exposition schützen (z. B. durch Reduzierung der Fettzufuhr bei seiner Ernährung)?
- Können die Behörden Maßnahmen treffen, um das Risiko zu vermeiden oder zu mindern?

### III.6. Möglichkeit der Risikosteuerung

Dieser Faktor kann die Einstellungen gegenüber Risiken stark beeinflussen und hat auch Rückwirkungen auf die Optionen für das Risikomanagement, einschließlich der individuell wählbaren Optionen. Beides muss bei der Wahl geeigneter Kommunikationsformen berücksichtigt werden. Folgende Faktoren sind als wesentlich für die Entscheidungsfindung bei dieser Wahl ermittelt worden:

Das Risiko ist:

- für den Einzelnen vermeidbar
- für den Einzelnen nicht vermeidbar
- Risikomanagementmaßnahmen greifen
- Risikomanagementmaßnahmen greifen nicht bzw. ein klarer Ansatz ist nicht unmittelbar erkennbar/verfügbar
- Risikomanagementmaßnahmen sind nicht anwendbar/nicht erforderlich (etwa wenn es sich um ein Risiko handelt, das wahrgenommen wird, aber nicht wissenschaftlich erwiesen ist)

### III.7. Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung

Es gibt noch eine Vielzahl weiterer Faktoren, die sich auf die Risikowahrnehmung auswirken können und bei der Planung von Kommunikationsansätzen zu berücksichtigen sind. Besonders hervorzuheben sind hierbei kohärente Botschaften.

Folgende Faktoren lassen die Kommunikation zu einer besonders schwierigen Aufgabe werden:

- Der Stoff/das Erzeugnis/die Technologie/die Erkenntnis ist:
  - neu/neuartig
  - Gegenstand abweichender wissenschaftlicher Gutachten
  - Gegenstand abweichender politischer Meinungen
  - Gegenstand nachdrücklicher/abweichender Meinungen von Interessengruppen
  - von öffentlichem Interesse
  - von geringem öffentlichem Interesse, jedoch mit einem realen Risiko behaftet

#### Auf einen Blick:

- Ist das Risiko neu?
- Gab es früher bereits ähnliche Vorkommnisse?
- Wurde dieses oder ein ähnliches Risiko schon einmal kommuniziert?
- Wenn ja, wie wird das Risiko mittlerweile wahrgenommen?
- Gibt es zurzeit öffentliche Gesundheitskampagnen zu dem betreffenden Risiko oder werden zurzeit Informationen darüber verbreitet?
- Berichten die Nachrichten über das Risiko (oder ähnliche Risiken), das gerade kommuniziert wird? Wie werden diese Berichte von der Öffentlichkeit aufgenommen?
- Gibt es unterschiedliche wissenschaftliche Einschätzungen über das Risiko?

### III.8. Erforderlicher Kommunikationsumfang

Aus der Bewertung der Faktoren zur Bestimmung möglicher Kommunikationsansätze ergeben sich sowohl Umfang als auch Art der Kommunikation. Die nachstehende einfache Definition verschiedener Stufen des Kommunikationsumfangs dient als grundlegender Rahmen zur Einordnung verschiedener Kommunikationsansätze. In einem nachfolgenden Abschnitt zu Instrumenten und Kanälen wird die Frage behandelt, welche Kommunikationsarten diesen verschiedenen Stufen (unter Berücksichtigung der vorgestellten Faktoren) am besten entsprechen. Folgende Stufen des Kommunikationsumfangs sind ermittelt worden (die Beispiele dienen nur zur Veranschaulichung und können je nach Zielgruppe/n variieren):

- geringe Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/geringes öffentliches Interesse (z. B. Zusatzstoffe zur Verwendung in Tierfutter)
- geringe Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/starkes öffentliches Interesse (z. B. Stoffe wie genetisch veränderte Organismen oder Lebensmittelfarben, deren Marktzulassung erst nach einer Risikobewertung erfolgen kann)
- mittlere Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/mittleres öffentliches Interesse (z. B. Salzkonsum)
- starke Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/geringes öffentliches Interesse (z. B. Verunreinigung von Lebensmitteln mit *Salmonella* oder *Campylobacter*)

- starke Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/starkes öffentliches Interesse (z. B. die Infektionen mit EHEC 0104:H4 in Deutschland und Frankreich 2011)

Diese Klassifizierung ist zwar einfach, erlaubt aber in den meisten Fällen eine grobe Unterscheidung der Ansätze. Auch wenn Auswirkungen und Interesse gering sind, sollten dennoch Transparenz und Offenheit grundsätzlich gewahrt bleiben und beispielsweise eine Risikobewertung veröffentlicht werden.

Wenn starke Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit oder ein starkes öffentliches Interesse zu erwarten sind, dann gilt es, umfassende und vorbeugende Kommunikationsinitiativen zu ergreifen. Bei einer Einordnung im mittleren Bereich kann eine gezielte, vorbeugende Aktivität angezeigt sein.

Für öffentlich geförderte Organisationen ist ein angemessener Mitteleinsatz von besonderer Bedeutung. Aus diesem Grund können die Kategorien „geringe Auswirkungen/starkes Interesse“ und „starke Auswirkungen/geringes Interesse“ dann zu Problemen führen, wenn unverhältnismäßig große Ressourcen für wissenschaftlich nicht nachgewiesene Risiken aufgewendet werden, weil diese in den Medien thematisiert werden. Gleichzeitig fehlen diese Ressourcen dann für die Aufklärung der Bevölkerung über tatsächliche Gefahren für die öffentliche Gesundheit.

Unabhängig von den Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit und den Interessen Dritter müssen Kommunikatoren mit den wissenschaftlichen Fakten vertraut sein. Hintergrundinformationen sind zur Verfügung zu stellen, und für die Risikokommunikation Verantwortliche sollten in der Lage sein, Fragen von Laien dem Ausmaß des Risikos entsprechend zu beantworten, beispielsweise: „Ja, dies ist möglich, aber nicht wahrscheinlich, weil ...“

#### Auf einen Blick:

- Welche Auswirkungen hat das Risiko wahrscheinlich auf das Zielpublikum, mit dem Sie kommunizieren möchten?
- Wie stark dürfte das Interesse dieses Publikums an dem betreffenden Risiko ausgeprägt sein?
- Stehen die Auswirkungen des Risikos in einem sinnvollen Verhältnis zu dem Interesse, das das Zielpublikum zum Ausdruck bringt?
- Ist zu erwarten, dass sich das Publikum für die Ursachen des Risikos interessiert und/oder aktiv an seiner Bewältigung beteiligt (z. B. bei ernährungsbedingten Risiken)?
- Ist zu erwarten, dass das Publikum selbst Maßnahmen ergreifen möchte, um eine Exposition gegenüber dem Risiko zu vermeiden?

# IV

## Instrumente und Kanäle

---

Wir müssen diejenigen Instrumente und Kanäle wählen, die für die jeweilige Aufgabe am besten geeignet sind. Als Erstes müssen die Kommunikationsziele klar und das Zielpublikum bekannt sein. Auf dieser Grundlage können angemessene Kernbotschaften formuliert werden. Anschließend werden geeignete Instrumente bestimmt und aus verschiedenen Optionen geeignete Kanäle ausgewählt. Eine Pressemitteilung ist nicht für alle Themen oder alle Zielgruppen angebracht.

Dieser Abschnitt enthält keine Vorgaben, sondern veranschaulicht Einsatzmöglichkeiten verschiedener Instrumente. Bei der Formulierung der Botschaften und der Wahl geeigneter Instrumente und Kanäle sollten stets auch Unterschiede zwischen verschiedenen Ländern berücksichtigt werden.



## Medienbeziehungen

Es gibt ganz unterschiedliche Arten von Medien, und die für die Risikokommunikation Verantwortlichen sollten deren Interesse richtig einschätzen, sodass sie Pressemitteilungen nur an diejenigen verschicken, die an dem betreffenden Bereich besonders interessiert sind. Doch gute Beziehungen zu den Medien allein sind noch keine Erfolgsgarantie; sie müssen auch von einer guten Website flankiert werden, die Zugang zu hochwertigen Hintergrundinformationen bietet.

### GEEIGNET FÜR

- dringende Botschaften, die die öffentliche Gesundheit betreffen, insbesondere zu akuten Gesundheitsrisiken (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Kontakt zu den Nachrichtenredaktionen von Rundfunkanstalten, Interviews etc.);
- Themen, die von großer Wichtigkeit sind und in der Öffentlichkeit auf großes Interesse stoßen (Pressemitteilungen, Interviews, Features etc., Kontakt zu Medien, die für das betreffende Thema relevant sind);
- **Achtung:** Bereits in krisenfreien Zeiten müssen die erforderlichen Ressourcen in die Beziehungen zu den Medien investiert werden, um wirksam vorbeugend tätig werden zu können.

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- sonstige Arten und Stufen von Risiken, beispielsweise Änderungen des Risikoausmaßes. Beugen Sie der Möglichkeit vor, dass sich die Medien auch dann auf Krebs und andere Angstthemen konzentrieren, wenn das Risiko minimal ist. Machen Sie gerade bei solchen Szenarien vorbeugend von den Medien Gebrauch, wenn wirklich neue Erkenntnisse zu vermelden sind.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- geringe Risiken, bei denen kein Handlungs- oder Beratungsbedarf besteht; geringes Interesse – kein Nachrichtenwert!
- Berichte über Einrichtungen und Verfahren, die zwar für andere Interessengruppen, nicht aber für die Medien (mit Ausnahme einiger spezialisierter Fachmedien) von Interesse sind.

## 2

## Websites

**GEEIGNET FÜR**

- Kommunikation mit einem breiten Publikum, bei der es nicht in erster Linie auf Feedback ankommt; Websites bilden einen unverzichtbaren Bestandteil im Zusammenspiel mit verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen (Kommunikationsmix);
- alle Risikostufen, und sie gewähren allen interessierten Zielgruppen kostenlosen Zugang zu verschiedenen Informationsarten (z. B. von häufig gestellten Fragen bis hin zu umfassenden wissenschaftlichen Gutachten);
- insbesondere für die Publikation zeitkritischer Inhalte, die regelmäßig überarbeitet/geändert werden müssen;

**NICHT GEEIGNET FÜR**

- ermöglichen das problemlose Hinzufügen ergänzender Informationen;
  - ermöglichen Links zu anderen einschlägigen Akteuren;
  - stellen Informationen in den richtigen Zusammenhang;
  - größere Reichweite durch digitale Feeds;
  - die Veröffentlichung elektronischer Dokumente in verschiedenen Formaten, beispielsweise PDF, Word etc. (sofern sie von erläuterten Webtexten begleitet werden).
- den Austausch mit Zielgruppen und das Einholen von Feedback, es sei denn, es werden besondere Anwendungen eingesetzt, mit denen Besucher der Website gezielte Rückmeldungen zu ganz bestimmten Fragen geben können (z. B. öffentliche Konsultationen, die online durchgeführt werden).

3

## Veröffentlichungen in gedruckter Form

---

### GEEIGNET FÜR

- das Erreichen ganz bestimmter Zielgruppen mit eigens auf sie zugeschnittenen Botschaften (Newsletter, Periodika, Broschüren) über verwaltete Mailinglisten, den Vertrieb auf Konferenzen etc.;
- wichtige Dokumente von wesentlicher Bedeutung, die den finanziellen Aufwand rechtfertigen, der mit Druck, Herstellung und Vertrieb verbunden ist (Strategien, Jahresberichte, Kompendien wissenschaftlicher Daten);
- Inhalte, die nicht zeitkritisch sind oder bei denen über längere Zeit keine erheblichen Veränderungen zu erwarten sind;
- geeignet für Länder oder Ziel- und Interessengruppen mit begrenztem Internetzugang.

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- besondere Anzeigen, mit denen Leser bei Bedarf auf Online-Inhalte aufmerksam gemacht werden.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- dringende Bekanntgaben hoher Risiken für die öffentliche Gesundheit, da Druck und Herstellung eine gewisse Zeit erfordern.



## Digitale Veröffentlichungen

---

### GEEIGNET FÜR

- das Erreichen ganz bestimmter Zielgruppen mit eigens auf sie zugeschnittenen Botschaften (Newsletter, Periodika, Broschüren) über verwaltete Mailinglisten, den Vertrieb auf Konferenzen usw.;
- zeitkritische Inhalte, da die Kosten für Aktualisierungen geringer sind als bei Veröffentlichungen in gedruckter Form.

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- das Erregen von Aufmerksamkeit durch eine auffällige grafische Gestaltung, um bei wichtigen Meldungen die Leserschaft zu vergrößern.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- wichtige Dokumente von wesentlicher Bedeutung in Anbetracht des finanziellen Aufwands, der mit Herstellung und Vertrieb verbunden ist (Strategien, Jahresberichte, Kompendien wissenschaftlicher Daten).

## 5

## Sitzungen und Workshops

**GEEIGNET FÜR**

- den Austausch mit wichtigen Zielgruppen über kritische Themen, bei denen Diskussionsbedarf besteht und fundierte Entscheidungen erforderlich sind.

**MANCHMAL GEEIGNET FÜR**

- den Austausch von Informationen und Begründungen für bestimmte Entscheidungen, die bereits getroffen wurden.

**NICHT GEEIGNET FÜR**

- das Erreichen einer großen Zahl Menschen in einem großen geografischen Gebiet, obwohl dieses Problem mit einem gewissen finanziellen Aufwand durch Webübertragung gelöst werden kann;
- kurzfristige Bekanntgaben, da logistische und organisatorische Einschränkungen bestehen.

## 6

## Öffentliche Konsultationen

**GEEIGNET FÜR**

- das Einholen unterschiedlicher Sichtweisen zu möglicherweise kontroversen oder komplizierten Fragen, bei denen das Endergebnis durch die Auswertung und Berücksichtigung von Feedback beeinflusst wird;
- das Testen von Botschaften auf ihre Wirkung auf verschiedene Zielgruppen.

**MANCHMAL GEEIGNET FÜR**

- die Erleichterung des Dialogs zwischen verschiedenen Interessengruppen.

**NICHT GEEIGNET FÜR**

- die Anforderung von Feedback, sofern nicht die Absicht besteht, dieses in das Endergebnis einfließen zu lassen.



## Netzwerke mit Partnern/Ziel- und Interessengruppen

---

### GEEIGNET FÜR

- das Anhören unterschiedlicher Sichtweisen;
- die Gewinnung einer genaueren Vorstellung darüber, in welchem Umfeld die Organisation tätig ist;
- den Aufbau von Beziehungen und den Dialog mit wichtigen Organisationen, die ein Interesse an der Sicherheit der Lebensmittelkette in Europa haben;
- die Einholung von Informationen zur Gestaltung von Richtlinien/Prioritäten/Arbeitsprogrammen der Organisation.

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- die Information von Ziel- und Interessengruppen über laufende Aktivitäten;
- die Weiterverbreitung wichtiger Botschaften über die Kommunikationsinstrumente und -kanäle der Ziel- und Interessengruppen selbst.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- die Einholung von Ansichten/Beiträgen, die nicht in das Endergebnis einfließen sollen.

---



---



---



---



## Social Networks (Facebook, MySpace etc.)

---

### GEEIGNET FÜR

- die schnelle Weitergabe von Informationen und den Austausch mit interessierten Kreisen;
- einfache, begrenzte Botschaften, die eine große Bandbreite an Verbrauchern erreichen müssen;
- kann aufgrund von Diskussionen der Internetgemeinde ein sehr wirkungsvolles Mittel sein, Verhaltensänderungen herbeizuführen;
- kann das Erreichen neuer Zielgruppen unterstützen.

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- den informellen Austausch mit Verbrauchern.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- die Reproduktion der Inhalte, die auf der Website der Organisation angeboten werden;
- sensible Themen, wenn nicht ausreichend Personal bereitsteht, um die Diskussionen zu betreuen und den Bedürfnissen des Social Networks gerecht zu werden.



## Blogs

### GEEIGNET FÜR

- die Weitergabe von Informationen über alle möglichen Arten von Risiken und den Austausch mit interessierten Kreisen;
- den Austausch begründeter Stellungnahmen, die einen aktuellen Stand zusammenfassen;
- die Verbreitung von Botschaften von bleibendem Wert (im Gegensatz zu Mikroblogs ist der Zugriff auf Archive möglich).

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- die schnelle Verbreitung neuer Nachrichten.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- die Kommunikation in nur eine Richtung – die Kommunikatoren müssen darauf vorbereitet sein, Erläuterungen nachzuliefern und Fragen zu beantworten, sowie über die entsprechende Einsatzbereitschaft und die nötigen Ressourcen verfügen;
- die Reproduktion der Inhalte, die auf der Website der Organisation angeboten werden.



## Mikroblogs (Twitter)

### GEEIGNET FÜR

- die schnelle Verbreitung themenbezogener Meldungen (höchstens 140 Zeichen) an interessierte Nutzer;
- das Hinleiten von Teilnehmern zu Online-Inhalten, die mehr Informationen und mehr Hintergrund bieten;
- eine unverfälschte Verbreitung der ursprünglichen Botschaft durch die Weiterleitungsfunktion.

### MANCHMAL GEEIGNET FÜR

- das Informieren von Nutzern über aktuelle Nachrichten, Aktualisierungen, Veröffentlichungen etc.;
- den begrenzten Austausch mit interessierten Kreisen;
- den Test von Konzepten mit Nutzern, die das Blog regelmäßig verfolgen.

### NICHT GEEIGNET FÜR

- das Einholen detaillierten Feedbacks der Nutzer. Die Zahl der Zeichen ist begrenzt, und der Schwerpunkt dieser Online-Foren liegt nicht auf dem Dialog;
- die Reproduktion der Inhalte, die auf der Website der Organisation angeboten werden.



# Aus Erfahrungen lernen

---

In diesem Abschnitt berichten Kommunikatoren der EFSA und Vertreter der Mitgliedstaaten aus der Arbeitsgruppe „Kommunikation“ des Beirats (AFCWG) über ihre Erfahrungen und die Lehren, die sie daraus gezogen haben, indem sie anhand von Beispielen aufzeigen, wie zu verschiedenen Zwecken unterschiedliche Instrumente und Kanäle verwendet wurden. Die Fallstudien bieten wertvolle Einblicke in die Art und Weise, wie Organisationen mit den Kommunikationsaspekten wichtiger, die Sicherheit der europäischen Lebensmittelkette betreffenden Themen der letzten Jahre umgingen. Da die vorliegenden Leitlinien ein lebendes Dokument sind, werden die Fallstudien regelmäßig auf den neuesten Stand gebracht, um neuen Entwicklungen Rechnung zu tragen und bewährte Verfahrensweisen vorzustellen.

# Die Risikobewertung der EFSA zum Klonen von Tieren

Juli 2008



## Hintergrundinformationen

Beim Klonen von Tieren geht es darum, ein Tier zu erzeugen, welches im Wesentlichen eine Kopie des Ausgangstiers ist. Die hierzu am häufigsten verwendete Methode ist der sogenannte somatische Zellkerntransfer (*somatic cell nucleus transfer* – SCNT). Dabei wird eine genetische Kopie eines Tiers durch Ersetzen des Kerns einer unbefruchteten Eizelle durch den Zellkern einer somatischen Zelle (Körperzelle) des Tiers erzeugt, um einen Embryo zu erhalten. Der Embryo wird dann in ein Ersatzmuttertier verpflanzt, in dessen Gebärmutter er sich bis zur Geburt entwickelt. Pflanzen werden seit vielen Jahren durch Klonen erzeugt. So wird es seit geraumer Zeit für bestimmte Obst- und Gemüsesorten, etwa Bananen, kommerziell in größerem Maßstab praktiziert.

In einigen Ländern außerhalb der EU werden Techniken zum Klonen von Tieren eingesetzt, und mehrere Behörden für Lebensmittelsicherheit haben wissenschaftliche Empfehlungen zu diesem Thema herausgegeben.

Nach einer öffentlichen Konsultation verabschiedete die EFSA im Juli 2008 ein wissenschaftliches Gutachten über die Auswirkungen des Klonens von Tieren auf die Lebensmittelsicherheit, die Tiergesundheit und das Wohlergehen von Tieren sowie die Umwelt. In der Folge verabschiedete die EFSA in den Jahren 2009, 2010 und 2012 Stellungnahmen, in denen sie die Schlussfolgerungen und Empfehlungen aus dem Gutachten des Jahres 2008 bekräftigte. Das Gutachten und beide Stellungnahmen gingen auf ein Ersuchen der Europäischen Kommission um Beratung zu diesem Thema zurück.

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Für Tiere hoch</li> <li>▪ Bedenken hinsichtlich der Lebensmittelsicherheit unwahrscheinlich</li> <li>▪ Gewisse Unwägbarkeiten bleiben bestehen.</li> </ul>	<i>Zurzeit hohes Risiko, das allerdings durch technologische Fortschritte zurückgehen könnte.</i>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Geringe Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/starkes öffentliches Interesse</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen/ Tieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiere – akute und lebensbedrohliche Auswirkungen auf Muttertiere und Nachkommen</li> <li>▪ Menschen – Bedenken hinsichtlich der Lebensmittelsicherheit unwahrscheinlich</li> </ul>	<i>Hohes Risiko für Tiergesundheit und mögliche Beeinträchtigung des Wohlergehens der Tiere, z. B. Large-Offspring-Syndrom (übermäßiges Größenwachstum des Nachwuchses).</i>
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begrenzte oder keine Exposition</li> </ul>	<i>Da die Technologie in Europa noch wenig eingesetzt wird, sind die Auswirkungen auf Tiere begrenzt und noch nicht in die Nahrungskette vorgedrungen; daher noch keine Auswirkungen auf den Menschen.</i>
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kann durch Risikomanagement bewältigt werden</li> </ul>	<i>Unwägbarkeiten in einigen Bereichen des Risikomanagements in Bezug auf die Identifizierung und Verfolgung von geklonten Tieren (2. Generation) in der Lebensmittelkette.</i>
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Künstlich hergestellt, jedoch noch nicht breit eingesetzt</li> </ul>	
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tiere</li> <li>▪ zurzeit keine/wenige Menschen</li> </ul>	
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenstand abweichender/nachdrücklicher politischer Standpunkte und Meinungen von Interessengruppen, von öffentlichem Interesse</li> <li>▪ Probleme bei der Nachverfolgbarkeit</li> </ul>	<i>Große Debatten über Ethik in der Öffentlichkeit und seitens Interessengruppen.</i>

**Erörterung**

Umfassende vorbereitende Arbeiten waren erforderlich. Problembereiche sind die hohe Sichtbarkeit, die nachdrücklichen Meinungen der Interessengruppen, das emotionale Potenzial und erhebliche Unwägbarkeiten. Außerdem bestehen Zusammenhänge zu Problemkreisen jenseits des Einflussbereichs der EFSA, die Anlass zu Verwirrung bieten könnten, wenn nicht durch frühzeitige Kommunikation neben inhaltlichen Fragen auch Rollen und Verfahrensweisen erläutert werden.

**Schlussfolgerungen zum erforderlichen Kommunikationsumfang**

Bedarf an umfassender vorbeugender Kommunikation, die sich an ein breites Publikum aus Experten und Laien richtet

**Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationsinstrumenten und -kanälen**

Starke Einbeziehung der Medien, Unterrichtung der Medien über die Einschätzung der EFSA, breit angelegter Dialog mit den Interessengruppen im Rahmen einer großen Initiative zur öffentlichen Konsultation

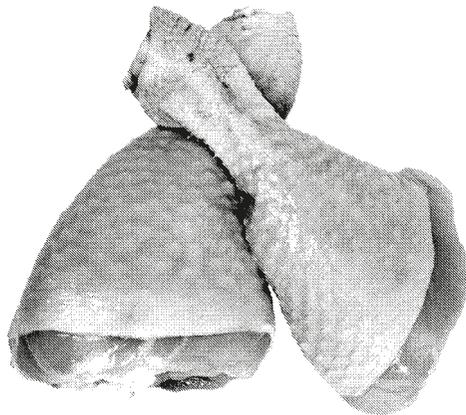
**ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE**

Dieser Ansatz fand ein positives Echo. Für die EFSA war wichtig, dass ihre Rolle von weiten Kreisen verstanden wurde und dass die Behörde weder für ethische oder gesellschaftliche Probleme noch für Entscheidungen über das Risikomanagement zuständig war.

Für die Vermittlung der Parameter ihres Aufgabenbereichs war besonders förderlich, dass die Europäische Kommission nicht nur die EFSA um wissenschaftliche Empfehlungen ersucht, sondern

sich gleichzeitig auch an die Europäische Gruppe für Ethik gewandt hatte. Die Konsultation schuf ein besseres Verständnis und führte zu kleinen, aber wichtigen Änderungen des endgültigen Gutachtens gegenüber dem Entwurf (z. B. bezüglich Unwägbarkeiten), die sehr gut aufgenommen wurden. Es hat sich ausgezahlt, bei einem derart wichtigen und sensiblen Thema offensiv und sichtbar zu sein (Definition der Rolle der EFSA, Konsultation, Einbeziehung der Interessengruppen).

# Der themenbezogene Kommunikationsansatz der EFSA in Bezug auf lebensmittelbedingte Zoonosen



## Hintergrundinformationen

Zoonosen sind Infektionen oder Erkrankungen, die direkt oder indirekt zwischen Tier und Mensch übertragen werden können. Lebensmittelbedingte Zoonosen werden durch den Verzehr von Nahrungsmitteln oder Trinkwasser übertragen, die mit krankheitserregenden Mikroorganismen wie Bakterien, bakteriellen Toxinen und Parasiten verunreinigt sind. Die Schwere dieser Erkrankungen beim Menschen reicht von leichten Symptomen bis hin zu lebensbedrohlichen Zuständen. Die Risiken einer Kontamination bestehen entlang der gesamten Lebensmittelkette, vom Erzeuger bis zum Verbraucher, und erfordern deshalb Prävention und Kontrolle auf deren gesamter Länge.

Lebensmittelbedingte Zoonosen stellen eine erhebliche und weit verbreitete Bedrohung der öffentlichen Gesundheit dar. In der Europäischen Union werden jährlich über 320 000 Erkrankungen bei Menschen gemeldet, wobei die tatsächliche Zahl weitaus höher sein dürfte. Ein koordinierter Ansatz aller EU-Akteure in Bezug auf Zoonosen hat dazu beigetragen, die Zahl der Salmonellose-Fälle beim Menschen in der EU innerhalb von fünf Jahren (2004-2009) nahezu zu halbieren. Die EFSA trägt zum Schutz der Verbraucher vor dieser Gefährdung der öffentlichen Gesundheit bei, indem sie im Hinblick auf die Aspekte dieser Erkrankungen, die die Gesundheit des Menschen und die

Lebensmittelsicherheit betreffen, unabhängige wissenschaftliche Unterstützung und Beratung bietet und die diesbezüglichen Fortschritte in der EU überwacht.

Entsprechend der Kommunikationsstrategie der EFSA wurden Zoonosen als ein wesentlicher Themenbereich für Kommunikationsaktivitäten ausgewählt. Für die kommenden Jahre wurde ein langfristiger Kommunikationsplan erarbeitet, im Rahmen dessen über bestimmte Schwerpunktthemen (*Salmonella* und Antibiotikaresistenzen) aufgeklärt werden soll; dieser Plan sieht wichtige interne und externe Meilensteine sowie geeignete Kommunikationskanäle für die jeweiligen Zielgruppen vor. Auf der Grundlage dieses Plans wurden eine Reihe von Aktivitäten entfaltet: Für die Website der EFSA wurde ein umfassendes Informationspaket über Zoonosen zusammengestellt, das einen Überblick über diese Erkrankungen bietet und alle wichtigen Ergebnisse zusammenführt; für ausgewählte Themen wurden Factsheets erstellt, die auf wichtigen Veranstaltungen eingesetzt und an Interessengruppen verteilt werden können; und Medienaktivitäten befassten sich gezielt mit der Veröffentlichung von Schlüsselergebnissen. Zu einem späteren Zeitpunkt sollen noch kurze Online-Videos zur Aufklärung über Zoonosen erstellt werden, und zusätzliche Kommunikationsaktivitäten werden erwogen.

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hohes Risiko für Menschen je nach Art der Zoonose und nach Bevölkerungsgruppe</li> </ul>	<i>Jährlich werden mehr als 190 000 Fälle von Campylobakteriose und mehr als 100 000 Fälle von Salmonellose bei Menschen gemeldet, und es ist von einer hohen Dunkelziffer auszugehen. Andere Krankheitserreger werden zwar seltener gemeldet, können jedoch insbesondere bei gefährdeten Gruppen schwere gesundheitliche Schäden hervorrufen (Listeria beispielsweise ist mit einer erhöhten Mortalitätsrate bei älteren Bevölkerungsgruppen verbunden).</i>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Starke Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/geringes öffentliches Interesse. Mit Ausnahme von Krisensituationen (wie dem EHEC-Ausbruch in Europa 2011) machen sich Verbraucher im Allgemeinen keine allzu großen Sorgen um bakterielle Verunreinigungen von Lebensmitteln, und auch Interessengruppen sind verhältnismäßig wenig engagiert.</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen/Tieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menschen können betroffen sein, wenn sie verunreinigte Lebensmittel zu sich nehmen.</li> </ul>	<i>Ein sorgfältiger Umgang mit rohem Fleisch und anderen rohen Lebensmitteln, gründliches Durchgaren und gute Küchenhygiene können dem Risiko, das von diesen Mikroorganismen ausgeht, vorbeugen oder es senken.</i>
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verhältnismäßig breite Exposition durch unterschiedliche Lebensmittel</li> </ul>	<i>Verschiedene Lebensmittel wie Eier, rohes Fleisch und Gemüse können mit pathogenen Mikroorganismen verunreinigt sein.</i>
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Risikosteuerung und Fortschrittsüberwachung setzen einen integrierten Ansatz von Risikomanagern und Risikobewertern voraus.</li> </ul>	<i>Die Steuerung des Risikos setzt voraus, dass das Vorkommen pathogener Bakterien bei Tieren, die zur Lebensmittelerzeugung genutzt werden, sowie daraus hergestellten Produkten verringert wird und dass die Verbraucher über einen sicheren Umgang mit Lebensmitteln aufgeklärt werden.</i>
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pathogene Bakterien, bakterielle Toxine, Parasiten</li> </ul>	<i>Viele dieser Mikroorganismen sind häufig in den Eingeweiden von gesunden Lebensmittel erzeugenden Tieren zu finden.</i>
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EU-Verbraucher, Tiere</li> </ul>	
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Auswirkungen von Zoonosen sind in der EU wenig bekannt; die Sorgen der Verbraucher gelten eher chemischen als biologischen Gefahren.</li> </ul>	<i>Wenn es nicht zu einer großen Zahl lebensmittelbedingter Erkrankungen kommt, finden Zoonosen und die Maßnahmen der EU zu deren Bekämpfung in den Medien für gewöhnlich weniger Beachtung als andere Themen der Lebensmittelsicherheit.</i>

### Erörterung

Die Erarbeitung eines umfassenden Kommunikationsansatzes für Zoonosen bedurfte einer gründlichen, langfristigen Planung, einschließlich der Ermittlung wesentlicher externer Fragestellungen und Ereignisse in diesem Bereich. Ein hohes Maß an Vorbereitungsarbeit war erforderlich, um zusammenfassende Informationen zu erstellen, die allen Zielgruppen den Hintergrund näher bringen. Ausgehend von den Meilensteinen, die in der Planungsphase festgelegt worden waren, konzentrierte sich die Medienarbeit auf wesentliche wissenschaftliche Ergebnisse des Jahres 2011.

### Schlussfolgerungen zum erforderlichen Kommunikationsumfang

Das Risiko lebensmittelbedingter Zoonosen stellt eine bedeutende Bedrohung der öffentlichen Gesundheit dar, doch im Vergleich zu anderen Themen, die viel Aufmerksamkeit finden, ist das öffentliche Interesse eher gering. Die wirtschaftliche Belastung durch Zoonosen in der EU ist beträchtlich (sie wird beispielsweise für Salmonellen beim Menschen auf bis zu 3 Mrd. EUR geschätzt). Aus diesen Gründen war es angezeigt, die Initiative zu ergreifen und neben der Medienarbeit zu ausgewählten wissenschaftlichen Ergebnissen, die sich hauptsächlich an Fachjournalisten richtet, zusätzliche Kommunikationsmaterialien für Laien zu erstellen.

### Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationsinstrumenten und -kanälen

Eine umfassende Behandlung des Themas setzte voraus, dass eine Vielzahl unterschiedlichster Kommunikationsinstrumente und -kanäle genutzt wurde. Zur Vermittlung zusammenfassender Informationen an alle Zielgruppen wurden Online-Kommunikationsaktivitäten und Factsheets als geeignetste Mittel ausgewählt. In Bezug auf bestimmte Themen wurden Medienaktivitäten genutzt, die sich an das Fachpublikum richteten. Des Weiteren soll die Kommunikation durch neue Werkzeuge wie Online-Videos unterstützt werden.

## ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE

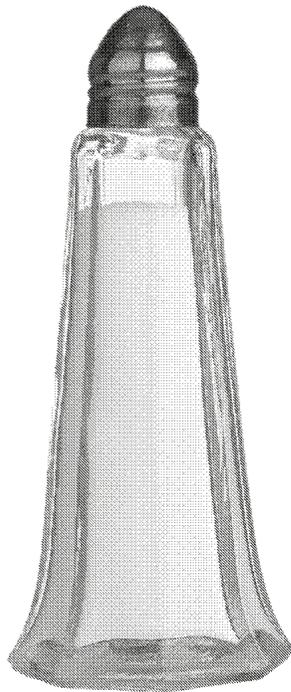
Der thematische Kommunikationsansatz der EFSA zu lebensmittelbedingten Zoonosen wird derzeit noch weiterentwickelt, und die Ergebnisse sollen in den kommenden Jahren gründlich bewertet werden. Als wesentlicher Akteur, der in Europa zur Bekämpfung lebensmittelbedingter Zoonosen beiträgt, befindet sich die Behörde in einer äußerst günstigen Ausgangslage, den Mitgliedstaaten, Interessengruppen und sonstigen interessierten Kreisen wertvolle Informationen zukommen zu lassen, die über die Risiken dieser Zoonosen für die öffentliche Gesundheit aufklären. Insbesondere das umfassende allgemeine Informationspaket, das auf der Webseite der EFSA veröffentlicht wurde, sowie

die Factsheets und Videos fanden ein positives Echo. Darüber hinaus dienen diese Informationen innerhalb der Behörde als umfassende Referenzmaterialien, die von verschiedenen Referaten zu unterschiedlichen Zwecken genutzt werden (z. B. bei der Beantwortung externer Anfragen oder auf Veranstaltungen).

Das Ziel dieses umfassenden Ansatzes besteht darin, in naher Zukunft alle Zielgruppen der EFSA für diese Bedrohung der öffentlichen Gesundheit zu sensibilisieren und ihnen zu vermitteln, welche Rolle die EFSA gemeinsam mit anderen Akteuren in der EU bei der Bekämpfung dieser Gefahr spielt und welche Fortschritte sie dabei bislang erreicht hat.

# Die Salzkampagne

Food Standards Agency (FSA),  
Vereinigtes Königreich, 2004 - 2009



## Hintergrundinformationen

Möglicherweise könnte die gesamte Bevölkerung des Vereinigten Königreichs dem Risiko eines zu hohen Salzkonsums ausgesetzt sein. Um die Salzaufnahme der Verbraucher spürbar zu beeinflussen, arbeitete die FSA mit Verbänden der Lebensmittelindustrie und des Gesundheitswesens im Vereinigten Königreich zusammen, um Änderungen der Produktzusammensetzung zu fördern und die Verbraucher über die mit einem überhöhten Salzkonsum verbundenen Gesundheitsrisiken aufzuklären. In Verbindung mit einer Initiative für ein Lebensmittelangebot mit geringerem Salzgehalt wurde eine Kampagne zur Sensibilisierung der Verbraucher eingeleitet. Im Jahr 2006 wurden zur Orientierung der Lebensmittelindustrie erstmals freiwillige Ziele für die Verringerung des Salzgehalts herausgegeben. Diese Ziele werden regelmäßig überprüft und überarbeitet, um einem geringeren täglichen Konsum stetig näher zu kommen.

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hoch für Menschen, die gewohnheitsmäßig Salz in großen Mengen zu sich nehmen</li> </ul>	<i>Im Anschluss an eine umfassende Risikobewertung zu Salz und den damit verbundenen gesundheitlichen Folgen bestätigte das unabhängige Scientific Advisory Committee on Nutrition (Wissenschaftlicher Beratungsausschuss für Ernährung) 2003, dass eine Verringerung der Salzaufnahme auf höchstens 6 g pro Tag der Bevölkerung als Ganzes zugutekommen würde. Für Kinder unter 11 Jahren wurde ein geringerer Höchstwert empfohlen.</i>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mittlere Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit/mittleres öffentliches Interesse</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen/Tieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chronisches Risiko</li> </ul>	<i>Der übermäßige Verzehr von Salz kann zu erhöhtem Blutdruck und damit zu einer Verdreifachung des Risikos von Herzerkrankungen oder Infarkt führen. Die Verringerung der täglichen Salzaufnahme im Vereinigten Königreich auf 6 g könnte durchschnittlich 20 200 vorzeitige Todesfälle pro Jahr verhindern.</i>
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Breite Exposition – Schätzungsweise 75 % des konsumierten Salzes stammt aus verarbeiteten Lebensmitteln, 10-15 % werden von den Verbrauchern hinzugefügt und 10-15 % sind als natürlicher Bestandteil in Lebensmitteln enthalten.</li> </ul>	<i>Als die Kampagne begann, konsumierten Erwachsene im Durchschnitt 9,5 g Salz pro Tag.</i>
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ständige Risikosteuerung erforderlich</li> </ul>	
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salz kommt in geringen Mengen natürlich in den meisten Lebensmitteln vor. Es ist auch in verarbeiteten Nahrungsmitteln enthalten und wird von den Verbrauchern selbst zu Lebensmitteln hinzugefügt.</li> </ul>	<i>Salz ist ein sehr bekanntes Produkt, und viele Menschen sind sich des Risikos, das mit einem hohen Verbrauch verbunden ist, möglicherweise gar nicht bewusst.</i>
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Da Salz in den meisten Lebensmitteln zu finden ist, kommt praktisch jeder Mensch täglich damit in Berührung.</li> </ul>	<i>Möglicherweise könnte die gesamte Bevölkerung dem Risiko eines zu hohen Salzkonsums ausgesetzt sein.</i>
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salz ist von geringem öffentlichem Interesse, jedoch mit einem realen Risiko behaftet. Dieses geringe Maß an Besorgnis ist zum Teil durch die Bekanntheit von Salz bedingt.</li> </ul>	<i>Salz spielt für den Geschmack von Lebensmitteln eine große Rolle, was ein Hindernis für Verhaltensänderungen darstellt.</i>

### Erörterung

Umfangreiche Vorbereitungsarbeiten waren erforderlich. Um Unterstützung für die Kampagne zu gewinnen, musste eine Vielzahl unterschiedlicher Interessengruppen angesprochen werden, darunter wichtige Wirtschaftsverbände, Sozialverbände und Nichtregierungsorganisationen. Alle Bereiche der Lebensmittelbranche – Einzelhändler, Hersteller, Handelsverbände, die Gastronomie und deren Zulieferer – unterstützten die Aufklärungskampagne über Salz und erklärten ihre Bereitschaft, den Salzgehalt von Lebensmitteln zu verringern und langfristig an diesem Programm mitzuwirken.

### Schlussfolgerungen zum erforderlichen Kommunikationsumfang

Obwohl das von Salz ausgehende Risiko das Leben der Menschen stark beeinflussen könnte, ist das Interesse daran recht gering. Es handelt sich um ein Risiko, das die gesamte Bevölkerung in erheblichem Maße betrifft, sich jedoch nur über lange Zeiträume hinweg bemerkbar macht. Aus diesen Gründen schien eine breit angelegte, vorbeugende Kommunikationsinitiative angebracht, die in mehreren Stufen durchgeführt wurde und eine große Bandbreite an Interessengruppen einbezog.

### Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationsinstrumenten und -kanälen

Die Kommunikationsinitiative konzentrierte sich auf Frauen im Alter von 35-65 Jahren. Zwar ist die Wahrscheinlichkeit einer Herzerkrankung oder eines Infarkts bei Männern höher als bei Frauen, doch in den meisten Familienhaushalten im Vereinigten Königreich entscheiden nach wie vor die Frauen maßgeblich über den Einkauf und die Zubereitung der Lebensmittel. Zur Vermittlung der Botschaften wurden verschiedene Medien genutzt, beispielsweise Werbespots im Fernsehen, Plakate, Artikel in Frauenzeitschriften und nationalen Zeitungen sowie Nachrichtenmeldungen.

Neben Online-Informationen, die sich in erster Linie an Verbraucher richteten, wurde in allen Phasen der Kampagne auch anderes Info-Material für Verbraucher erstellt, beispielsweise Broschüren, die dafür sensibilisieren sollten, welche Probleme bestehen und was zur Verringerung der Salzaufnahme getan werden kann.

Auch verschiedene Interessengruppen – sowohl aus der Lebensmittelbranche als auch aus dem Kreis der Nichtregierungsorganisationen – wurden tätig, um schwer zu erreichenden Gruppen die Aussagen der Kampagne näher zu bringen. Neben der regelmäßigen Übermittlung von Botschaften zur Salzreduzierung an örtliche Behörden sowie Partner im öffentlichen Gesundheitswesen und in der Lebensmittelbranche mittels gezielter elektronischer Bulletins und Publikationen arbeiteten die Teams in besonderen lokalen Projekten mit einer Reihe regionaler Partner zusammen, um für die Auswirkungen von Salz auf die Gesundheit zu sensibilisieren und den Salzverbrauch zu verringern.

### ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE

**Gezielte Urinalysen nach Abschluss der dritten Kampagnenphase ergaben, dass Erwachsene im Durchschnitt 8,6 g Salz pro Tag konsumierten, während es vor Beginn der Kampagne 9,5 g gewesen waren. Im Zuge einer Bewertung der Kampagne durch die Erfassung von Verhaltensänderungen anhand von Selbsteinschätzungen der Verbraucher ergab sich vor Beginn von Phase 4 folgende Ausgangslage:**

- die Zahl der Verbraucher, die ihren Salzkonsum verringerten, hatte sich um etwa ein Drittel erhöht;
- das Wissen, dass 6 g pro Tag empfohlen werden, hatte sich verzehnfacht;
- die Zahl der Verbraucher, die sich bemühten, anhand der Kennzeichnung von Lebensmitteln ihren Salzverbrauch zu senken, hatte sich verdoppelt.

# Forschungsprojekt der Universität Southampton über die Auswirkungen bestimmter synthetischer Lebensmittelfarben auf Kinder

Food Standards Agency (FSA), Vereinigtes  
Königreich – September 2007 bis April 2008



## Hintergrundinformationen

Im Jahr 2006 finanzierte die FSA eine Studie der Universität Southampton über die Auswirkungen zugesetzter synthetischer Lebensmittelfarbstoffe auf das Verhalten von Kindern. Die Ergebnisse der Studie, die am 6. September 2007 veröffentlicht wurden, lassen auf einen Zusammenhang zwischen sechs synthetischen Lebensmittelfarbstoffen sowie dem Konservierungsmittel Natriumbenzoat und verstärkter Hyperaktivität bei drei Jahre alten sowie bei acht bis neun Jahre alten Kindern in der allgemeinen Bevölkerung schließen. Bei den sechs Farbstoffen handelt es sich um Sunsetgelb (E110), Tartrazin (E102), Carmoisin (E122), Ponceau 4R (E124), Chinolingelb (E104) und Allurarot (E129).

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gering</li> </ul>	<p><i>Das Risiko wurde als gering eingestuft, da nur eine kleine Zahl der getesteten Kinder im Zusammenhang mit den betreffenden künstlichen Farbstoffen eine Hyperaktivität entwickelte.</i></p> <p><i>Ob eine Ursache-Wirkung-Beziehung vorliegt, ist ungewiss.</i></p>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Starke Auswirkungen/starkes Interesse</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen/ Tieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mögliches akutes Risiko. Wie aus der Studie hervorgeht, führt der Verzehr von Gemischen aus bestimmten synthetischen Lebensmittelfarbstoffen und dem Konservierungsmittel Natriumbenzoat bei einigen Kindern zu verstärkter Hyperaktivität.</li> </ul>	
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Breite Exposition</li> </ul>	<p><i>Die betreffenden künstlichen Farbstoffe wurden seinerzeit zahlreichen verschiedenen, meist stark gefärbten Lebensmitteln zugesetzt, beispielsweise einigen alkoholfreien Getränken, Süßigkeiten, Kuchen und Eiscreme, sodass diese Gefahr für die Kinder allgegenwärtig war.</i></p>
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Laut Gesetz müssen Lebensmittelzusatzstoffe auf dem Etikett des betreffenden Produkts angegeben werden, damit die Verbraucher die Möglichkeit haben, sie nach Wunsch zu meiden. Allerdings ist es unwahrscheinlich, dass Kinder und Eltern zur Steuerung dieses Risikos beim Einkauf das Etikett jedes einzelnen Produkts lesen. Außerdem ist anzunehmen, dass das Etikett bei etwa der Hälfte aller konsumierten Lebensmittel und Getränke nicht wahrgenommen wird.</li> </ul>	<p><i>Wenn die Industrie nichts unternimmt, um die Zusätze in verarbeiteten Lebensmitteln zu verringern, ist der einzelne Verbraucher nicht in der Lage, das potenzielle Risiko, das von ihnen ausgeht, vollkommen zu vermeiden.</i></p>
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittelfarbstoffe werden zahlreichen verschiedenen Produkten gezielt zugesetzt, um ihr Aussehen zu verbessern; Natriumbenzoat wird als Konservierungsmittel verwendet.</li> </ul>	
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kinder, genauer gesagt eine Untergruppe von Personen mit einer allgemeinen Empfindlichkeit gegenüber Lebensmittelzusatzstoffen im Allgemeinen oder Lebensmittelfarbstoffen im Besonderen</li> </ul>	<p><i>Kinder, die Symptome von Hyperaktivität an den Tag legen oder an Aufmerksamkeitsdefizit-Hyperaktivitätsstörung leiden, sind möglicherweise besonders gefährdet.</i></p>
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Synthetische Farbstoffe werden bisweilen als unnötig und potenziell gesundheitsschädlich wahrgenommen. Kurz nach der Veröffentlichung der Southampton-Studie im September 2007 startete die Zeitung <i>Daily Mail</i> eine Kampagne für das Verbot dieser Farbstoffe im Vereinigten Königreich.</li> </ul>	<p><i>Später wurde ein unzutreffender Vergleich zwischen den Farbstoffen und bleihaltigem Benzin getroffen, Zeitungen erschienen mit Schlagzeilen wie „Künstliche Farbstoffe ebenso schädlich für Kinder wie bleihaltiges Benzin“. Die Wahrnehmung des Risikos dieser Farbstoffe in den Augen der Öffentlichkeit wurde auf diese Weise zusätzlich verstärkt.</i></p>

### Erörterung

Vor der Veröffentlichung der Studie bedurfte es ausgiebiger Planungen, um sich auf die Reaktionen von Nichtregierungsorganisationen, der Industrie und sonstigen Interessengruppen vorzubereiten. Die Behörde reagierte zunächst zurückhaltend, da kein ursächlicher Zusammenhang zwischen dem Verzehr von Erzeugnissen, die diese Farbstoffe enthalten, und Hyperaktivität nachgewiesen worden war. Die Empfehlungen der Behörde betrafen in erster Linie praktische Hinweise für Eltern, wie sie ggf. Lebensmittel mit solchen Farbstoffzusätzen vermeiden könnten.

Nach Diskussionen im Verwaltungsrat und einer Prüfung der Studie durch die EFSA entschloss sich die FSA, dem zuständigen Ministern im Vereinigten Königreich zu empfehlen, dass die betreffenden Farbstoffe bis Ende 2009 auf freiwilliger Basis nicht mehr verwendet werden sollten. Dame Deirdre Hutton, die damalige Vorsitzende der FSA, erklärte: „Es ist die Pflicht der Behörde, den Interessen der Verbraucher Vorrang einzuräumen. Diese Zusatzstoffe verleihen den Lebensmitteln Farbe, nichts weiter. Angesichts der Ergebnisse der Southampton-Studie wäre es daher sinnvoll, sie aus Lebensmittel- und Getränkeprodukten zu entfernen. Die Industrie im Vereinigten Königreich hat die betreffenden Farbstoffe bereits in großem Umfang aus ihren Lebensmittelerzeugnissen verbannt; diese Entscheidung knüpft an die bereits geleistete Arbeit an und bestärkt die Industrie darin, diesen Weg weiter zu beschreiten.“

### Schlussfolgerungen zum erforderlichen Kommunikationsumfang

Für die Tage nach Veröffentlichung der Studie waren Zusammenkünfte mit Interessengruppen und interessierten Dritten anberaumt worden, für die auch häufig gestellte Fragen (FAQs) vorbereitet worden waren. Da nicht alle Kinder eine verstärkte Hyperaktivität aufgrund bestimmter Gemische von Zusatzstoffen an den Tag legten, beschloss die Behörde, zunächst gezielt diejenigen Eltern zu beraten, deren Kinder Symptome von Hyperaktivität zeigten. Später dehnte sie ihre Empfehlungen auf einen größeren Kreis von Verbrauchern aus, die zwar nicht unmittelbar vom Zusammenhang dieser Farbstoffe mit Hyperaktivität bei Kindern betroffen waren, aber dennoch die Maßnahmen der Behörde und die Bemühungen der Lebensmittelbranche um den Verzicht auf diese Stoffe als beruhigend empfinden würden.

### Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationsinstrumenten und -kanälen

Die Behörde richtete auf ihrer Website eine eigene Seite ein, die über die Maßnahmen der Industrie informierte, auf die Websites der betreffenden Unternehmen verwies und Telefonnummern von Verbraucherberatungsstellen enthielt. Weitere Informationen, die Verbrauchern ein besseres Verständnis der E-Bezeichnungen vermitteln sollten, stellte die Behörde auf ihrer Website „Eat well“ („Gut essen“) zur Verfügung. Die Behörde veröffentlicht auf ihrer Website weiterhin stets aktuelle Verzeichnisse der Caterer, Gaststätten, Hersteller, Einzelhändler und Produktlinien, die die sechs in der Southampton-Studie genannten Farbstoffe vermeiden.

## ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE

**Unmittelbar nach Erscheinen der Southampton-Studie hätte die Behörde ausführlicher vermitteln müssen, in welcher Weise sie auf die Lebensmittelindustrie einwirkte, damit diese Eltern frühzeitig ausführlicher informiert, um sie bei der Lebensmittelauswahl zu unterstützen. Darüber hinaus hat die Behörde womöglich nicht deutlich genug erläutert, aus welchen Gründen ein unmittelbares Verbot keine geeignete Lösung darstellte, nämlich in erster Linie,**

**weil kein erhebliches Risiko für die öffentliche Gesundheit bestand. Gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1333/2008, die im Juli 2010 in Kraft trat, muss bei der Kennzeichnung von Lebensmitteln, die einen oder mehr der sechs in der Southampton-Studie genannten Farbstoffe enthalten, die zusätzliche Angabe gemacht werden, dass sie Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern beeinträchtigen können.**

# Q-Fieber in den Niederlanden: Offenheit und Transparenz

2009



## Hintergrundinformationen

Das Q-Fieber war Ende 2009 eines der Hauptthemen in den niederländischen Medien. Die zunehmende Anzahl infizierter Menschen bot der Öffentlichkeit Anlass zu Besorgnis. Die politische Zuständigkeit für das Q-Fieber lag beim Ministerium für Landwirtschaft, Natur und Lebensmittelqualität (LNV) in Zusammenarbeit mit dem niederländischen Ministerium für Gesundheit, Wohlfahrt und Sport. Unter dem Aspekt des Tierschutzes war das Thema mit starken Emotionen behaftet, da Tausende trächtige Ziegen gekeult werden mussten. Die Durchführung der Keulung oblag der niederländischen Behörde für die Sicherheit von Lebensmitteln und Verbrauchergütern (VWA).

Q-Fieber ist eine Infektionskrankheit, die von Tieren auf den Menschen übertragen werden kann. In den Niederlanden sind infizierte Milchziegen und -schafe die Hauptquelle der Erkrankung beim Menschen. Die meisten Menschen stecken sich an, indem sie Luft einatmen, die mit dem erwiesenermaßen Q-Fieber erregenden Bakterium verunreinigt ist. Dieses Bakterium findet sich während der Ablamm- (Schafe) bzw. Abkitz-Saison (Ziegen) besonders häufig in der Luft. Es kann auch in Rohmilch, Gülle und Urin vorhanden sein. Im Fleisch von Ziegen oder Schafen hingegen kommt das Bakterium nicht vor. Andere Tiere (z. B. Kühe und Haustiere) können sich anstecken und die Infektion auf den Menschen übertragen. Dazu ist es in den Niederlanden selten gekommen. Im Freien kann das Bakterium noch über einen Zeitraum von Monaten bis Jahren hinweg eine Kontaminationsquelle darstellen.

Nur sehr selten wird die Erkrankung von einem Menschen auf den anderen übertragen. Mehr als die Hälfte der Personen, die sich mit Q-Fieber infizieren, zeigen so gut wie keine Symptome. Diejenigen, bei denen sich Symptome einstellen, leiden an Fieber und schweren Kopfschmerzen. Weitere mögliche Symptome sind Husten, Muskelschmerzen, Gelenkschmerzen, Schüttelfrost, nächtliche Schweißausbrüche, Teilnahmslosigkeit und Müdigkeit.

In schweren Fällen kann eine Lungenentzündung auftreten, die mit trockenem Husten und Schmerzen in der Brust einhergeht. Manche Menschen, die sich mit Q-Fieber infiziert haben, entwickeln eine Hepatitis. Männer erkranken häufiger an Q-Fieber als Frauen, und Raucher häufiger als Nichtraucher. Viele Menschen, die an Q-Fieber erkrankt waren, leiden nach ihrer Genesung noch längere Zeit an Müdigkeit.

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gering, bei erhöhten Risiko für Personen, die regelmäßig mit Schafen und Ziegen in Berührung kommen</li> </ul>	<i>Die Übertragung von Mensch zu Mensch ist äußerst selten.</i>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Starke Auswirkungen/starkes Interesse in den betroffenen Regionen</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen/ Tieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die meisten Menschen stecken sich an, indem sie Luft einatmen, die mit dem erwiesenermaßen Q-Fieber erregenden Bakterium verunreinigt ist. Dieses Bakterium findet sich während der Ablamm- (Schafe) bzw. Abkitz-Saison (Ziegen) besonders häufig in der Luft. Es kann auch in Rohmilch, Gülle und Urin vorhanden sein.</li> </ul>	<i>Im Fleisch von Ziegen oder Schafen kommt das Bakterium nicht vor. Andere Tiere (z. B. Kühe und Haustiere) können sich anstecken und die Infektion auf Menschen übertragen, die mit ihnen in Berührung kommen</i>
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mäßig. Nur Menschen, die regelmäßig mit Tieren in Berührung kommen</li> </ul>	<i>In den Niederlanden sind infizierte Milchziegen und -schafe die Hauptquelle der Erkrankung beim Menschen.</i>
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gering</li> </ul>	<i>Im Jahr 2008 wurden mehrere Maßnahmen zur Risikosteuerung ergriffen, weitere solche Maßnahmen kamen im Jahr 2009 hinzu; hierzu zählten die Impfpflicht für Ziegen- und Schaffarmen, die mit einem hohen Risiko behaftet sind, und die Keulung trächtiger Ziegen.</i>
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Das Bakterium, das erwiesenermaßen Q-Fieber auslöst</li> </ul>	
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menschen, die mit Tieren arbeiten oder direkt mit ihnen in Berührung kommen</li> </ul>	<p><i>Mehr als die Hälfte der Personen, die sich mit Q-Fieber infizieren, zeigt so gut wie keine Symptome. Diejenigen, bei denen sich Symptome einstellen, leiden an (anhaltendem) Fieber und schweren Kopfschmerzen. Weitere mögliche Symptome sind Husten, Muskelschmerzen, Gelenkschmerzen, Schüttelfrost, nächtliche Schweißausbrüche, Teilnahmslosigkeit und Müdigkeit.</i></p> <p><i>In schweren Fällen kann eine Lungenentzündung auftreten, die mit trockenem Husten und Schmerzen in der Brust einhergeht. Manche Menschen, die sich mit Q-Fieber infiziert haben, entwickeln eine Hepatitis. Männer erkranken häufiger an Q-Fieber als Frauen, und Raucher häufiger als Nichtraucher. Viele Menschen, die an Q-Fieber erkrankt waren, leiden nach ihrer Genesung noch längere Zeit an Müdigkeit.</i></p>
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Maßnahme zur Risikosteuerung bestand in der Keulung von 35 000 trächtigen Ziegen.</li> </ul>	<i>Diese von den zuständigen Behörden der Niederlande getroffene Entscheidung wurde von einer offenen und transparenten Kommunikation begleitet.</i>

### Erörterung

Der Tierschutz bot in den Niederlanden zunehmend Anlass zu Besorgnis, und die Behörden waren sich dieses Umstands bewusst. Da insbesondere die Amnionflüssigkeit und die Plazenta infizierter trächtiger Tiere große Mengen des Bakteriums enthalten kann, wurde beschlossen, auf befallenen Farmen die trächtigen Ziegen zu keulen. Dies musste jedoch auf eine respektvolle und ethisch vertretbare Weise geschehen, um dem Tierschutz Rechnung zu tragen. Aus diesem Grund wurde den Tieren zunächst ein Betäubungsmittel injiziert, bevor sie im Schlaf durch eine tödliche Injektion gekeult wurden. Die Tierärzte wurden entsprechend unterwiesen, und man legte Wert darauf, auf die Gefühle der betroffenen Landwirte Rücksicht zu nehmen. Eine solche Maßnahme wurde von einem Kamerateam gefilmt und dieses Filmmaterial dann an alle Fernsehsender und die wichtigsten Medien weitergegeben.

Damit sollte gezeigt werden, dass der Regierung der Tierschutz am Herzen liegt und sie sich des Leids der Ziegenbauern annimmt.

Die Kernbotschaft der Kommunikation lautete: *„Es ist sehr traurig, aber zum Schutz der menschlichen Gesundheit unumgänglich.“*

### Schlussfolgerungen zur erforderlichen Kommunikation

In Anbetracht der enormen Medienaufmerksamkeit in Bezug auf Q-Fieber und Tierschutz wurde beschlossen, am 21. Dezember 2009 die erste Keulung offen und

transparent zu zeigen. Vor diesem Datum wurden die Adressen der befallenen Ziegenbetriebe veröffentlicht und die Anwohner in ihrer Nähe unterrichtet.

### Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationsinstrumenten und -kanälen

Die Berichterstattung in den Medien war enorm: Alle wichtigen Nachrichtensendungen im Radio und Fernsehen berichteten noch am selben Tag über das Ereignis, ebenso alle überregionalen und regionalen Zeitungen am folgenden Tag. Die niederländische Behörde war mit dem Tonfall, der Darstellung, den Bildern und dem Inhalt der Berichterstattung sehr zufrieden. Die Kommunikation war äußerst wirkungsvoll; sie war gefühlsbetont, aber auch respektvoll und aufrichtig. Sie entsprach der ursprünglich angestrebten Offenheit und Transparenz. Die Kommunikationsstrategie und ihre Umsetzung führten sowohl intern als auch extern zu einem guten Ergebnis. Die ausgesprochen offene Herangehensweise war eine Hilfe für die Tierärzte und alle anderen an dieser emotional belastenden Maßnahme Beteiligten. Sie war auch von Verständnis für die Landwirte geprägt, deren Ziegen sich infiziert hatten.

In einem Zeitungsartikel (*Dagblad Pers*) wurde festgestellt, dass das Ministerium für Landwirtschaft, Natur und Lebensmittelqualität aus der negativen Berichterstattung über frühere Krisen im Zusammenhang mit der Schweinepest und der Maul- und Klauenseuche gelernt habe.

Nachrichten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks der Niederlande NOS (21. Dezember 2009): <http://nos.nl/artikel/124250-eerste-geiten-geruimd-op-brabantse-qkoortsbedrijven.html>

### ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE

**Von ausschlaggebender Bedeutung dafür, dass innerhalb so kurzer Zeit ein solches Ergebnis erreicht werden konnte, war die gute Zusammenarbeit zwischen der VWA und dem niederländischen Ministerium für Landwirtschaft, Natur und Lebensmittelqualität. Zwischen der Bekanntgabe der Maßnahmen und ihrem Beginn lagen nur wenige Tage.**

**Praktizierte Offenheit erfordert Mut.**

**Wenn es gute Gründe gibt, den Medien Exklusivrechte zu verweigern, verstehen sie dies. Sie sind dann zur Zusammenarbeit bereit.**

**Nur in sehr seltenen Sonderfällen kann der Umgang mit der Presse derart streng geregelt und die Berichterstattung in dieser Weise beschränkt werden. In anderen Fällen würde dies als Einschränkung der Pressefreiheit wahrgenommen. (Entsprechende Kritik äußerten der niederländische Verband der Chefredakteure sowie eine politische Partei.)**

**Offenheit und Transparenz steigern das Interesse der Journalisten.**

# Fallstudie zu Nahrungsergänzungsmitteln in Schweden



## Hintergrundinformationen

Am 25. Februar 2009 gab die schwedische Arzneimittelbehörde eine Warnung vor dem aus Kräutern gewonnenen Nahrungsergänzungsmittel Fortodol heraus. Nachdem bekannt geworden war, dass vier schwedische Patienten nach der Einnahme von Fortodol Leberschäden erlitten hatten, stellte die Behörde auf der Homepage ihrer Website Informationen ein. Einer dieser Patienten starb an akutem Leberversagen. Auch der norwegischen Arzneimittelbehörde waren Leberschädigungen bei fünf Patienten und ein Todesfall zur Kenntnis gebracht worden, die möglicherweise mit der Einnahme von Fortodol zusammenhängen.

Nahrungsergänzungsmittel sind Zubereitungen, mit denen Nährstoffe wie Vitamine, Mineralien, Ballaststoffe, Fettsäuren oder Aminosäuren zugeführt werden sollen, die in der normalen Nahrung eines Menschen fehlen oder nicht in hinreichender Menge vorhanden sind.

Die Richtlinie 2002/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über Nahrungsergänzungsmittel und deren Änderungen enthält harmonisierte Bestimmungen über die Kennzeichnung von Nahrungsergänzungsmitteln und besondere Vorschriften für darin enthaltene Vitamine und Mineralien. Sie wurde verabschiedet, um die Rechtsvorschriften zu harmonisieren und zu gewährleisten, dass diese Produkte sicher und mit einer sachgerechten Kennzeichnung versehen sind, um den Verbrauchern die Wahl zu erleichtern. Ungeachtet dieses Ziels wurden seit 1996 mehr als 250

Meldungen über Nahrungsergänzungsmittel in der Datenbank des Schnellwarnsystems für Lebensmittel und Futtermittel der Europäischen Union verzeichnet.

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unbekannt – nicht quantifizierbar, da keine Daten über den Verzehr verfügbar sind.</li> </ul>	<i>Der weltweite Vertrieb über den Internetmarkt lässt sich kaum erfassen, der Weg der Produkte ist schwer nachzuverfolgen, und sie lassen sich nicht ohne Weiteres auf nationaler Ebene vom Markt nehmen. Eine weitere Schwierigkeit ergibt sich aus dem Vertrieb ein und desselben Produkts unter verschiedenen Markennamen.</i>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mittlere Auswirkungen/mittleres Interesse</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen/ Tieren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Leberschäden, Symptome wie Appetitlosigkeit, Übelkeit, Erbrechen, Bauchschmerzen, dunkle Verfärbung des Urins, gelbe Verfärbung der Haut, ein Todesfall</li> </ul>	
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unbekannt – keine Daten über den Verzehr verfügbar</li> </ul>	
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Begrenzt – Empfehlung an die Öffentlichkeit, dieses Nahrungsergänzungsmittel nicht zu kaufen oder zu verwenden</li> </ul>	<i>Allgemeine Botschaft: Beim Kauf von Lebensmitteln oder Nahrungsergänzungsmitteln über das Internet sollten Verbraucher Vorsicht walten lassen.</i>
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nicht zugelassener Stoff. Analysen des Produkts (das in Mexiko aus wahrscheinlich aus Indien stammenden Rohstoffen hergestellt und in den USA abgefüllt worden war) ergaben, dass zwei der neun analysierten Chargen den Wirkstoff Nimesulid enthielten (ohne dass dies als Inhaltsstoff ausgewiesen worden war), der im Verdacht steht, für die schwerwiegenden Auswirkungen auf die öffentliche Gesundheit verantwortlich gewesen zu sein.</li> </ul>	<i>Dieser Fall zeigt, dass manche auf dem Markt vertriebene Zubereitungen gesundheitsschädliche Stoffe enthalten können. Das von solchen Erzeugnissen ausgehende Risiko ist schwer zu bewerten, da keine Daten über ihren Verzehr vorliegen.</i>
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Personen, die das Nahrungsergänzungsmittel Fortodol zu sich nahmen, das über das Internet und Reformhäuser vertrieben wird und angeblich Arthritis, Muskelschmerzen und Kopfschmerzen lindert</li> </ul>	
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dieses Nahrungsergänzungsmittel wurde in Reformhäusern angeboten und daher mit gesundheitlichem Wohlergehen in Zusammenhang gebracht.</li> </ul>	

### Erörterung

Dieser Fall zeigt, dass manche auf dem Markt vertriebene Zubereitungen gesundheitsschädliche Stoffe enthalten können. Das von solchen Produkten ausgehende Risiko ist schwer zu bewerten, da keine Daten über ihren Verbrauch vorliegen. Nahrungsergänzungsmittel, die möglicherweise verunreinigt sind, widerrechtlich vertrieben werden oder nicht zugelassene Stoffe bzw. neuartige Lebensmittelzutaten enthalten, können Auswirkungen auf zahlreiche Verbraucher nach sich ziehen. Der weltweite Vertrieb über den Internetmarkt lässt sich kaum erfassen. Daher ist es schwierig, die Produkte zurückzuverfolgen oder sie auf nationaler Ebene vom Markt zu nehmen. Eine weitere Schwierigkeit ergibt sich aus dem Verkauf ein und desselben Produkts unter verschiedenen Markennamen. Trotzdem stieß das Thema bei den Medien auf wenig Interesse.

### Schlussfolgerungen zum erforderlichen Kommunikationsumfang

Zahlreiche EU-Länder (Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland, Vereinigtes Königreich, Irland, Portugal, Spanien) ergriffen Maßnahmen, um das Produkt – das auch unter anderen Markennamen, die den Stoff enthalten, wie Donsbach Miradin, Lepicol Miradin, Leppin Miradin und Miradin, vertrieben wird – vom Markt zu nehmen.

Da das Produkt über das Internet vertrieben wurde, waren auch zahlreiche weitere Länder betroffen.

### Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationsinstrumenten und -kanälen

Keine Meldungen über Panik bei Verbrauchern. Nur wenige Medienanfragen.

Folgende Kernbotschaften wurden kommuniziert:

- Kaufen oder verwenden Sie dieses Nahrungsergänzungsmittel nicht;
- Bestellen Sie es nicht im Internet;
- Da dieses Produkt nicht als Arzneimittel, sondern als Nahrungsergänzungsmittel angeboten wird, besteht das Risiko, dass es über längere Zeiträume hinweg eingenommen wird;
- Wenn Sie an Appetitlosigkeit, Übelkeit, Erbrechen, Bauchschmerzen, dunkel verfärbtem Urin, gelb verfärbter Haut oder ähnlichen Symptomen leiden, sollten Sie Ihre Leber untersuchen lassen.

Allgemeine Botschaft: Beim Kauf von Lebensmitteln oder Nahrungsergänzungsmitteln über das Internet sollten Verbraucher Vorsicht walten lassen.

Diese Botschaften wurden über Online-Kommunikationskanäle und andere Medien verbreitet.

### ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE

**Stärken:** Zusammenarbeit der Mitgliedstaaten über das Europäische Schnellwarnsystem für Lebens- und Futtermittel (RASFF) sowie per E-Mail.

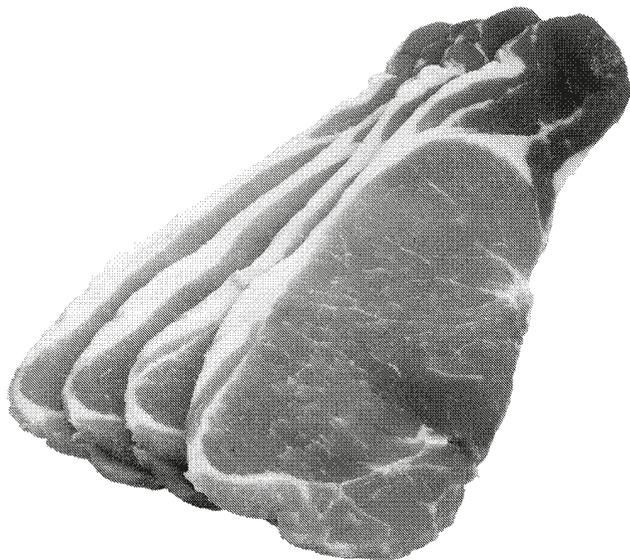
**Chancen:** Das anhaltend geringe Interesse der Medien an diesem Thema bot Gelegenheit zu umfassenden Erläuterungen über Online-Medien.

**Schwächen:** Zwischen der Bekanntgabe und der Entfernung des Produkts aus dem Markt verging geraume Zeit.

**Gefahren:** Einfluss des weltweiten Internetmarkts auf nationaler Ebene im Zusammenwirken mit Lifestyle-Trends, die Nahrungsergänzungsmittel begünstigen.

# Fallstudie zur Dioxinkrise in Irland

FSAI – Irische Behörde für  
Lebensmittelsicherheit, 2008



## Hintergrundinformationen

Dioxine sind eine Gruppe toxischer, persistenter chemischer Stoffe, die bei industriellen Verbrennungsprozessen und industriellen chemischen Verfahren als Nebenprodukte anfallen. Sie sind äußerst langlebig und bleiben daher in der Umwelt erhalten. Bis zu 90 % der Exposition des Menschen gegenüber Dioxinen geht auf den Verzehr dioxinhaltiger Lebensmittel zurück, bei denen es sich vorwiegend um Lebensmittel tierischen Ursprungs mit hohem Fettgehalt handelt, da sich die entsprechenden Verunreinigungen in Fettgeweben ansammeln. Dioxine können in Fleisch, Fisch, Eiern und Milch enthalten sein.

Die Krise begann, als bei Routinekontrollen PCB-Marker (Hinweise auf eine mögliche Verunreinigung mit Dioxin) in Schweinefleisch gefunden wurden. Im Zuge

weiterer Analysen wurden am 6. Dezember 2008 Dioxine in den Stichproben nachgewiesen. Schätzungen gingen davon aus, dass 10 % des Schweinefleischs in Irland von der Verunreinigung betroffen waren. Da die allgemeinen Schwierigkeiten bei der Rückverfolgbarkeit von Produkten in der Lebensmittelkette durch den Umstand vergrößert wurden, dass sämtliche irischen Schweine in wenigen Schlachthöfen geschlachtet und weiterverarbeitet werden, war es unmöglich, zwischen potenziell verunreinigten und nicht verunreinigten Erzeugnissen zu unterscheiden. Als Vorsorgemaßnahme und zum Schutz der öffentlichen Gesundheit erging daher ein Rückruf für sämtliche Produkte aus Schweinen, die zwischen dem 1. September und dem 6. Dezember in Irland geschlachtet worden waren.

Zu berücksichtigende Faktoren	Schlussfolgerungen	Anmerkungen
<b>Ausmaß des Risikos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gering – Verbraucher</li> </ul>	<i>Das Risiko für die öffentliche Gesundheit war gering, da ein Rückruf erging und die Exposition auf drei Monate begrenzt war, sodass sich die Körperlast (body burden) der Verbraucher nicht signifikant erhöhte.</i>
<b>Erforderlicher Kommunikationsumfang</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Starke Auswirkungen/starkes Interesse</li> </ul>	
<b>Betroffenheit von Menschen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dioxine sind toxische Chemikalien, die sich auf die Haut und das Immunsystem auswirken können und erwiesenermaßen karzinogen wirken.</li> </ul>	<i>Keine unmittelbaren Auswirkungen auf die Gesundheit, jedoch mögliche Erhöhung der Körperlast.</i>
<b>Exposition gegenüber der Gefahr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sehr begrenzte Exposition</li> </ul>	<i>Exposition begrenzt auf die Zeit vom 1. September bis 6. Dezember 2008.</i>
<b>Möglichkeit der Risikosteuerung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erfolgte durch Risikomanagemententscheidung zum Rückruf allen irischen Schweinefleischs und aller irischen Schweinefleischprodukte</li> </ul>	<i>Innerhalb von sechs Tagen wurden die betroffenen Produkte aus dem Handel genommen und nicht verunreinigte Schweinefleischerzeugnisse zurück in den Handel gebracht.</i>
<b>Art der Gefahr (z. B. des Stoffes)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alles irische Schweinefleisch und alle irischen Schweinefleischprodukte</li> </ul>	
<b>Betroffene</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Alle Verbraucher von irischem Schweinefleisch und irischen Schweinefleischprodukten</li> </ul>	
<b>Sonstige Faktoren im Zusammenhang mit der Risikowahrnehmung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Den Verbrauchern wurde empfohlen, sich wegen der Gesundheitsrisiken keine übermäßigen Sorgen zu machen. Einige Verbraucher stellten daraufhin die Frage, weshalb die Rückrufaktion durchgeführt wurde.</li> </ul>	

## Erörterung

Im Verlauf der Krise, bei der es zunächst um Verbraucherschutz gegangen war, verlagerte sich das Interesse zunächst von den Verbraucherrechten auf den Schutz bzw. die Schädigung der Branche sowie auf Entschädigungszahlungen und richtete sich schließlich auf die Rückkehr irischer Schweinefleischprodukte auf den Markt. Wie stets bei Themen von solcher Tragweite, meldeten sich in der Mediendebatte zahlreiche Stimmen zu Wort, die eine entsprechende Vielfalt an Meinungen zum Ausdruck brachten. Inmitten dieser aufgeheizten und verworrenen Atmosphäre blieb die FSAI bei ihrer klaren Botschaft. Den Verbrauchern wurde angeraten, sich wegen der Gesundheitsrisiken nicht unnötig zu beunruhigen; es gehe jedoch darum, dass in der Lebensmittelkette das Vorkommen von Dioxinen nicht zugelassen werden dürfe.

### Schlussfolgerungen zum erforderlichen Kommunikationsumfang

Das spezifische Kommunikationsziel bestand darin, die Verbraucher in angemessener Weise über die Risiken zu informieren. Darüber hinaus wurde die Regierung dahin gehend beraten, dass Dioxine in der Lebensmittelkette nicht geduldet werden dürften, und obwohl für die Personen, die im ermittelten Zeitraum vom 1. September bis zum 6. Dezember verunreinigtes Schweinefleisch zu sich genommen hatten, nur ein geringes oder gar kein unmittelbares Gesundheitsrisiko bestanden hätte, sei nicht hinnehmbar, dass Men-

schen weiterhin Dioxinen in Lebensmitteln ausgesetzt würden. Dies war die Botschaft, welche die FSAI durchgängig vermittelte. Darüber hinaus wurden folgende Zusatzbotschaften definiert:

- Die FSAI weist Einzelhändler und Erzeuger an, die betroffenen Produkte umgehend aus den Regalen zu nehmen. Außerdem erinnert sie die Branche an ihre rechtliche Verpflichtung, dieser Aufforderung nachzukommen.
- Den Verbrauchern wird empfohlen, zu überprüfen, ob sie solche Produkte bei sich zu Hause haben. Falls dies der Fall ist, sollten sie diese nicht verzehren. Sie sollten sie entsorgen oder zu ihrem Einzelhändler zurückbringen.
- Zum Schutz der Gesundheit und der Interessen der Verbraucher wird die FSAI auch weiterhin zügig handeln, um die betroffenen Produkte aus der Lebensmittelkette zu nehmen.
- Auf ihrer Website und über ihren telefonischen Beratungsdienst bietet die FSAI Informationen an.

### Schlussfolgerungen zu den geeigneten Kommunikationswerkzeugen und -kanälen

Durchgängige Beziehungen zu den Medien auf hoher Ebene, tägliche Mitteilungen an die Presse unter breiter Einbeziehung von Interessengruppen

## ERGEBNISSE & GEWONNENE ERKENNTNISSE

Der enorme Umfang der Berichterstattung in den Medien, der vielfach mit widersprüchlichen und/oder Sensationsmeldungen einherging, führte dazu, dass die Verbraucher mit Informationen überhäuft wurden und sich über das tatsächliche Risiko, das von der Krise ausging, nicht im Klaren waren. Inmitten dieser Informationsflut mussten die Behörden erhebliche Schwierigkeiten überwinden, um den Verbrauchern die richtige Botschaft zu vermitteln. Trotz der Masse an Informationen wurde das Vertrauen der Verbraucher in irische Lebensmittel rasch wiederhergestellt. Dies war zum Teil der EFSA und den Risikomanagern der EU zu verdanken, welche die irischen Behörden unterstützten. Das wachsende Vertrauen der Verbraucher kam darin zum Ausdruck, dass der Absatz von Schweinefleisch rasch wieder auf das Niveau aus der Zeit vor dem Lebensmittelskandal und sogar darüber hinaus anstieg.

## Literaturhinweise

- Fife Schaw, C. und Rowe, G., „**Public perceptions of everyday food hazards: A psychometric study**“ („Die Wahrnehmung alltäglicher lebensmittelbedingter Gefahren in der Öffentlichkeit: Eine psychometrische Studie“), in *Risk Analysis* Nr. 16(4), 1996, S. 487–500.
- Flynn, J., Slovic, P. und Kunreuther, H. (Hg.), „**Risk, media and stigma: Understanding public challenges to modern science and technology**“ („Risiko, Medien und Stigma: Weshalb die Öffentlichkeit die moderne Wissenschaft und Technologie infrage stellt“), Earthscan, London 2001.
- Frewer, L. J., Howard, C., Hedderley, D. und Shepherd, R., „**What determines trust in information about food-related risks? Underlying psychological constructs**“ („Wann sind Informationen über lebensmittelbedingte Risiken glaubwürdig? Die psychologischen Konstrukte im Hintergrund“), in *Risk Analysis* Nr. 16(4), 1996, S. 473–486.
- Gregory, J. und Miller, S., „**Science in public: Communication, culture and credibility**“ („Die Wissenschaft in der Öffentlichkeit: Kommunikation, Kultur und Glaubwürdigkeit“), Plenum Press, Cambridge 1998.
- Hansen, J., Holm, L., Frewer, L., Robinson, P. und Sande, P., „**Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks**“ („Jenseits des Wissensdefizits: Neue Forschungen über die Einstellungen von Laien und Experten gegenüber lebensmittelbedingten Risiken“), in *Appetite* Nr. 41, 2003, S. 111–121. S. 18.
- Harrabin, R., „**Risky business**“ („Riskante Geschäfte“), in *British Journalism Review* Nr. 15, 2004, S. 28–33.
- Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J. X. und Ratick, S., „**The social amplification of risk: A conceptual framework**“ („Die soziale Verstärkung des Risikos: Ein begrifflicher Rahmen“), in *Risk Analysis* Nr. 8(2), 1988, S. 178–187.
- Krystallis, A., Frewer, L. J., Rowe, G., Houghton, J. R., Kehagia, O. und Perrea, T., „**A perceptual divide? Consumer and expert attitudes to food risk management in Europe**“ („Gesplante Wahrnehmung? Haltungen von Verbrauchern und Experten gegenüber dem Risikomanagement in Europa“), in *Health, Risk & Society* Nr. 9(4), 2007, S. 407–424.
- Lofstedt, R. E., „**How we can make food risk communication better: Where are we and where are we going?**“ („Wie wir die Kommunikation über lebensmittelbedingte Risiken verbessern können: Wo stehen wir und wohin gehen wir?“), in *Journal of Risk Research* Nr. 9, 2006, S. 869–890.
- Renn, O., „**Risk communication and the social amplification of risk**“ („Risikokommunikation und die soziale Verstärkung des Risikos“), in Kasperson, R. E. und Stallen, P. J. M. (Hg.), *Communicating risks to the public: International perspectives* (Risikokommunikation gegenüber der Öffentlichkeit: Internationale Aussichten), Kluwer Academic, Dordrecht 1991, S. 457–481.
- Rosati, S. und Saba, A., „**The perception of risks associated with food-related hazards and the perceived reliability of sources of information**“ („Die Wahrnehmung von Risiken in Verbindung mit lebensmittelbedingten Gefahren und die wahrgenommene Zuverlässigkeit von Informationsquellen“), in *International Journal of Food Science and Technology* Nr. 39, 2004, S. 491–500.
- Slovic, P., „**Informing and educating the public about risk**“ („Die Öffentlichkeit über Risiken informieren und aufklären“), in *Risk Analysis* Nr. 6(4), 1986, S. 403–415.
- Slovic, P., „**Perception of risk**“ („Risikowahrnehmung“), in *Science* Nr. 236, 1987, S. 280–285.
- Slovic, P., „**Perceived risk, trust, and democracy**“ („Risiko, Vertrauen und Demokratie in der Wahrnehmung“), in *Risk Analysis* Nr. 13(6), 1993, S. 675–682. S. 44.
- Slovic, P., „**The perception of risk**“ („Risikowahrnehmung“), Earthscan, London 2000.

## Beispiele für weitere Leitlinien

Christensen, L. L., „**The hands on guide for science communicators**“ („Praktischer Leitfaden für Wissenschaftskommunikatoren“), Springer, Dordrecht 2007.

Europäische Kommission, „**Communicating science: A scientist's survival kit**“ („Kommunikation wissenschaftlicher Erkenntnisse: Überlebenshilfe für Wissenschaftler“), Europäische Kommission, Brüssel 2006. [http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/communicating-science\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/communicating-science_en.pdf)

Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen und Weltgesundheitsorganisation (FAO/WHO), „**The application of risk communication to food standards and safety matters**“ („Die Risikokommunikation in der Anwendung auf Lebensmittelstandards und Sicherheitsthemen“), FAO/WHO, Rom 1998. <http://www.fao.org/docrep/005/x1271e/X1271E00.HTM>

Science Media Centre, „**Communicating risk in a soundbite: A guide for scientists**“ („Risiken kurz und knapp kommunizieren: Ein Leitfaden für Wissenschaftler“), The Royal Institution of Great Britain, London 2002. <http://www.sciencemediacentre.org>

Social Issues Research Centre (SIRC), „**Guidelines on science and health communication**“ („Richtlinien für die Kommunikation auf den Gebieten Wissenschaft und Gesundheit“), SIRC, Oxford 2001. <http://www.sirc.org>

Social Issues Research Centre (SIRC), „**MESSENGER, Media, science and society; engagement and governance in Europe**“ („Medien, Wissenschaft und Gesellschaft; Engagement und Governance in Europa“), SIRC, Oxford 2006. <http://www.sirc.org>

The Royal Society, „**Scientists and the media: Guidelines for scientists working with the media and comments on a press code of practice**“ („Wissenschaftler und die Medien: Richtlinien für Wissenschaftler im Umgang mit den Medien und Anmerkungen zu Verhaltensregeln für die Presse“), The Royal Society, London 2000. <http://www.royalsoc.ac.uk>

[www.efsa.europa.eu/riskcomm](http://www.efsa.europa.eu/riskcomm)

