

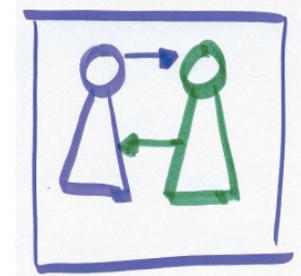
# **Risikokommunikation am BfR**

**PD Dr. Gaby-Fleur Böll**

# Risikokommunikation am BfR

## Kommunikation

**schön, dass mal drüber geredet wurde oder Strategie?**



## Partizipation

**Akrobatik, Alibi oder Interaktion?**



## Evaluation

**Aktionismus oder Reflexion?**

# Wissenschaft im Dienste der Gesundheit am BfR



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

# Vom Gesundheitsamt zum Forschungsinstitut

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

## Personal und Budget BfR 2008

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

**bga**

Bundesgesundheitsamt (1952-1994)

**bgrv**

Bundesinstitut für gesundheitlichen Verbraucherschutz und Veterinärmedizin (1994-2002)



Risiken erkennen – Gesundheit schützen

Bundesinstitut für  
**Risikobewertung**

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

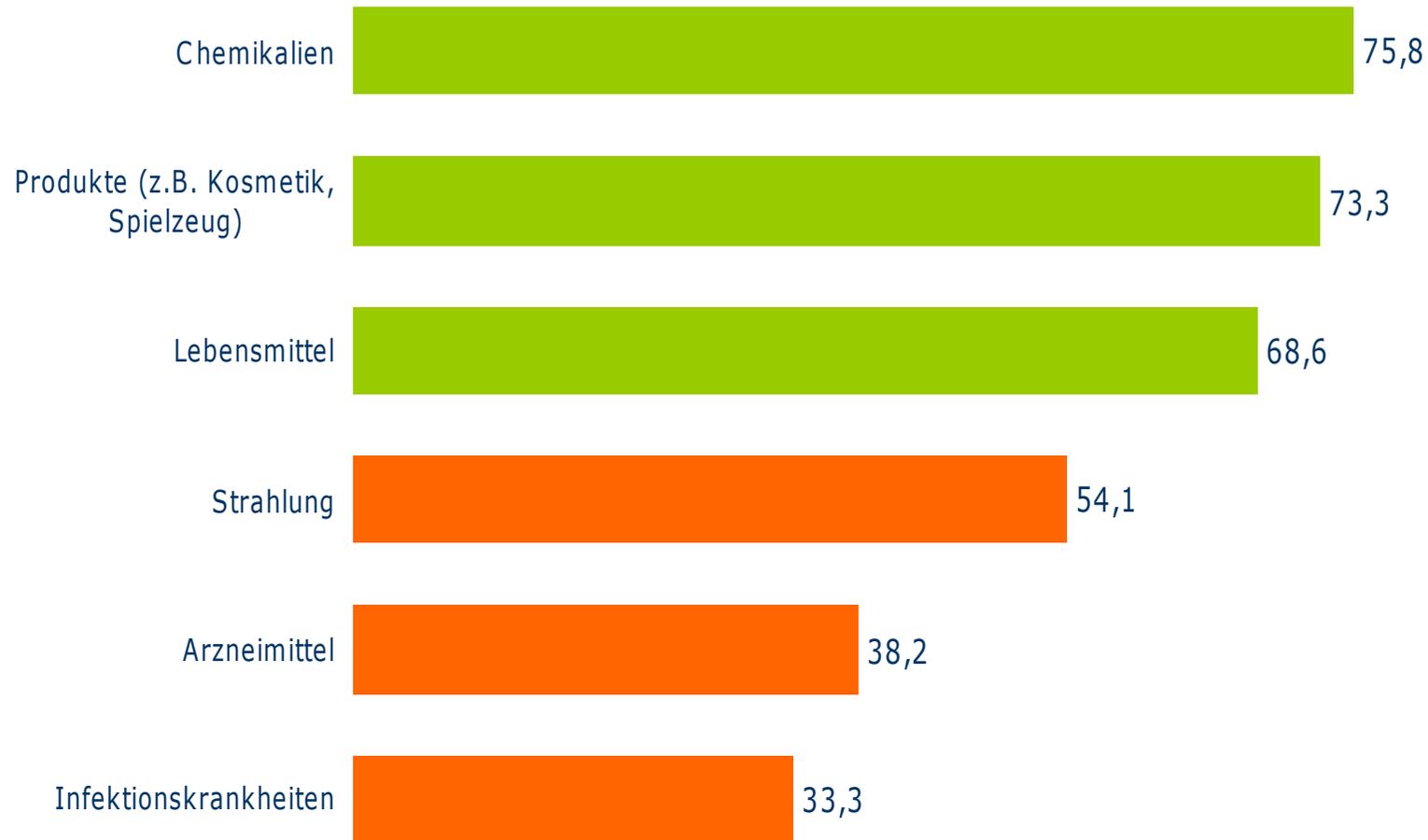


Bundesamt für  
Verbraucherschutz und  
Lebensmittelsicherheit

BVL

**Risikomanagement**

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



Angaben in Prozent

# Kenntnis der Arbeitsfelder des BfR (gestützte Frage)

**Bevölkerung** (n = 1.200)



Angaben in Prozent

# Zuständigkeiten des Bundesinstituts für Risikobewertung

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

## Gesundheitlicher Verbraucherschutz



# Risikokommunikation am BfR

definiert das **BfR-Gründungsgesetz** als

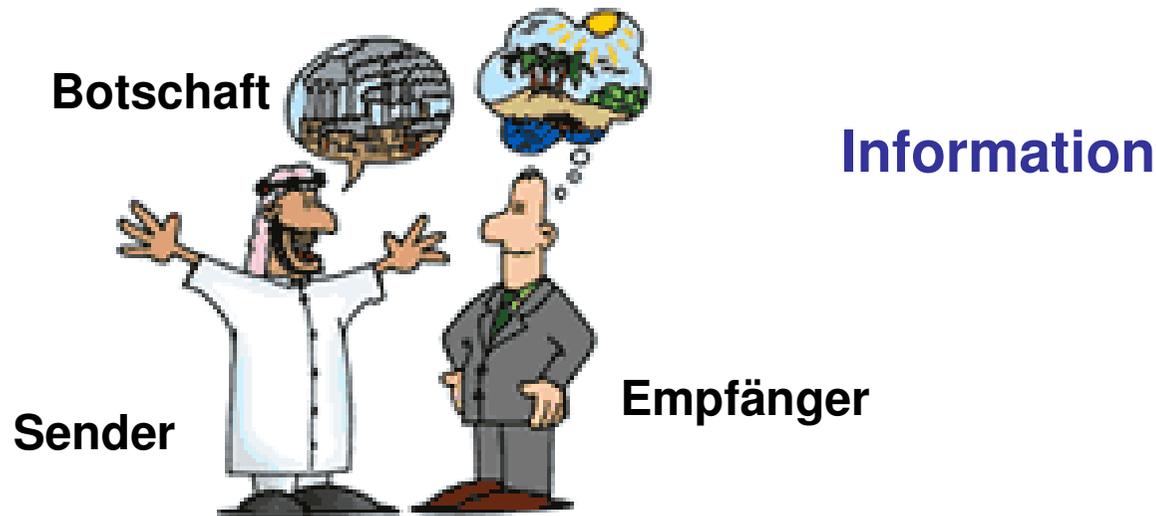
„einen kontinuierlichen und **interaktiven** Prozess der Öffnung der Bewertungsarbeit und deren Ergebnisse gegenüber der **Öffentlichkeit**, der **Wissenschaft** und anderen **beteiligten** oder **interessierten Kreisen**“

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

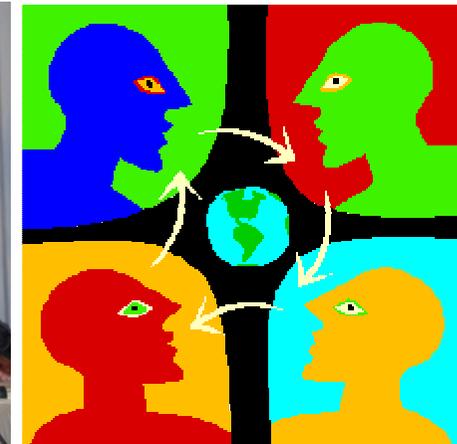
„Der Ausdruck **Risikokommunikation** bezeichnet (..) den **Austausch** von Informationen und Meinungen über Gefahren und Risiken, risikobezogene Faktoren und Risikowahrnehmung zwischen **Risikobewertern**, **Risikomanagern**, **Verbrauchern**, **Lebensmittel-** und **Futtermittelunternehmen**, **Wissenschaftlern**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

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

# Risikokommunikation im Vergleich zur reinen Pressearbeit



**partizipativer Dialog**



# Kommunikation von Risiken

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



Wissenschaft

Politik



NGOs

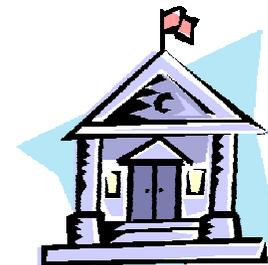


non profit



Verbraucher

Wirtschaft



öffentliche  
Institutionen

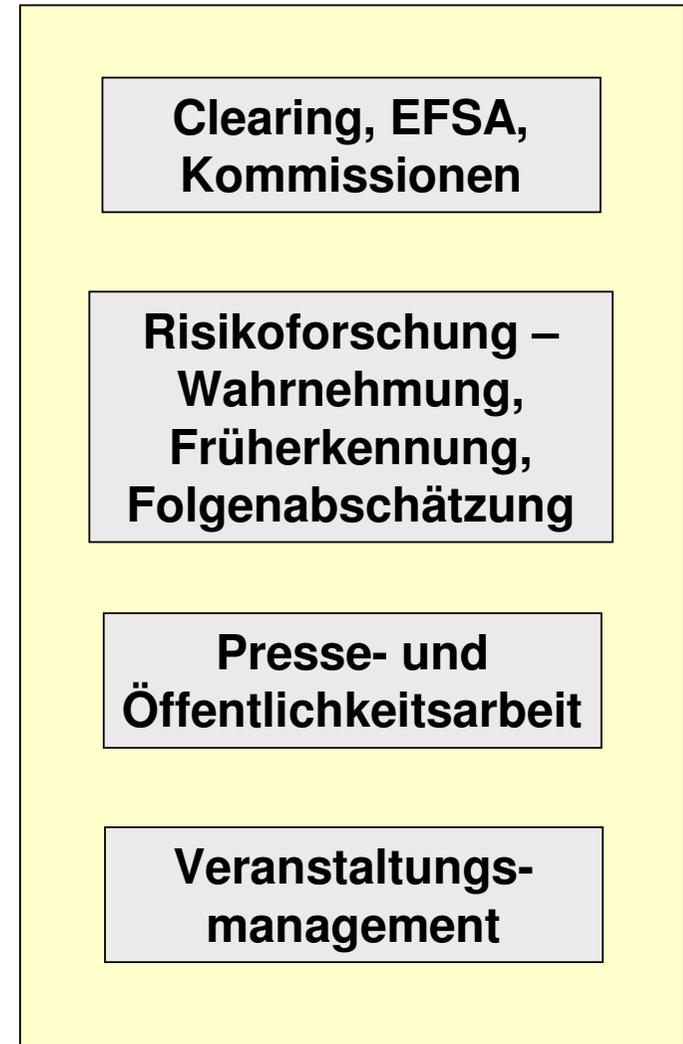
# Abteilung Risikokommunikation

## Personal

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

## Zuständigkeit innerhalb des BfR

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



# Risikokommunikation: nationale/ internationale Koordination

- Das BfR ist die nationale Koordinierungsstelle (**Focal Point**) für die Europäische Lebensmittelsicherheitsbehörde **EFSA** in Deutschland
  - Bündelung von Sachverstand und Interessen in Deutschland
  - Zusammenarbeit mit Schwester-Institutionen anderer Länder
  - Harmonisierung innerhalb Europas z. B. bei Risikobewertungen
- **Clearing** beim BfR beinhaltet die **Koordination** der fachlichen Arbeit innerhalb des Instituts (**intern**) sowie in Deutschland (**extern**): Klärung bzw. Abgrenzung der Zuständigkeiten und Kooperationen des Bundes, der Länder und der Bundesinstitute
- Das BfR hat ein nationales **Experten-Netzwerk** etabliert, das in Fragen der Risikobewertung in derzeit 14 **Kommissionen** zusätzlichen externen Sachverstand einbringt
  - Pflanzenschutzmittel und ihre Rückstände
  - Kosmetische Mittel
  - Biologische Gefahren
  - Lebensmittelzusatzstoffe, Aromastoffe und Verarbeitungshilfsstoffe
  - 10 weitere Kommissionen



# Risikokommunikation: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## Etablierung **klassischer Instrumente** der Kommunikation

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



# Risikokommunikation: adäquate Veranstaltungsformate

## Partizipation als Alleinstellungsmerkmal im Wissenschaftsbereich

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



## Vorhandene Formate

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

# Risikokommunikation: Risikoforschung - Wahrnehmung, Früherkennung, Folgenabschätzung

## Aufgaben und Ziele

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

## Forschungsschwerpunkte

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



# Neue Strategien der Risikokommunikation

## Etablierung von Veranstaltungsformaten

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



## Wissenschaftliche Projekte zur Risikokommunikation

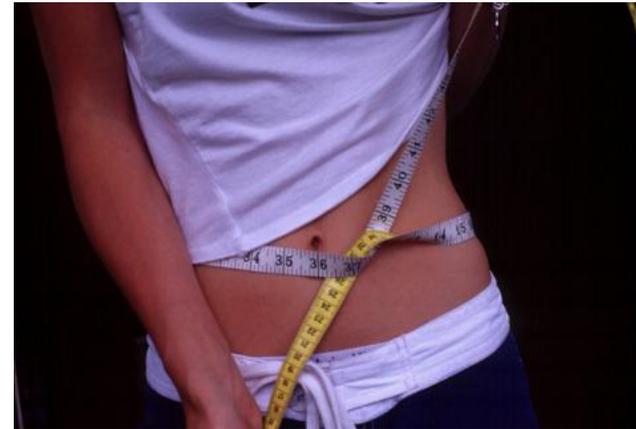
- Bevölkerungsbefragungen
- Delphi-Verfahren (Experten-Befragungen)
- Arbeit in Fokusgruppen
- Medienanalysen
- Projekte zum wording
- Internet-Analysen
- Zielgruppenanalysen
- Evaluierung von Maßnahmen



# Zielgruppen beim Thema Nahrungsergänzungsmittel



**Schulkinder**



**junge Mädchen**



**junge Männer**



**Senioren**

➔ **Exempel für zielgruppenorientierte Risikokommunikation**

# Erreichbarkeit von Zielgruppen

## Friedrich, der Frustrierte

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



## Draufgänger Dragon

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



## Die ängstliche Anne

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

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

# Verteilung von Verbrauchertypen nach Repräsentativbefragung (Thema Acrylamid)



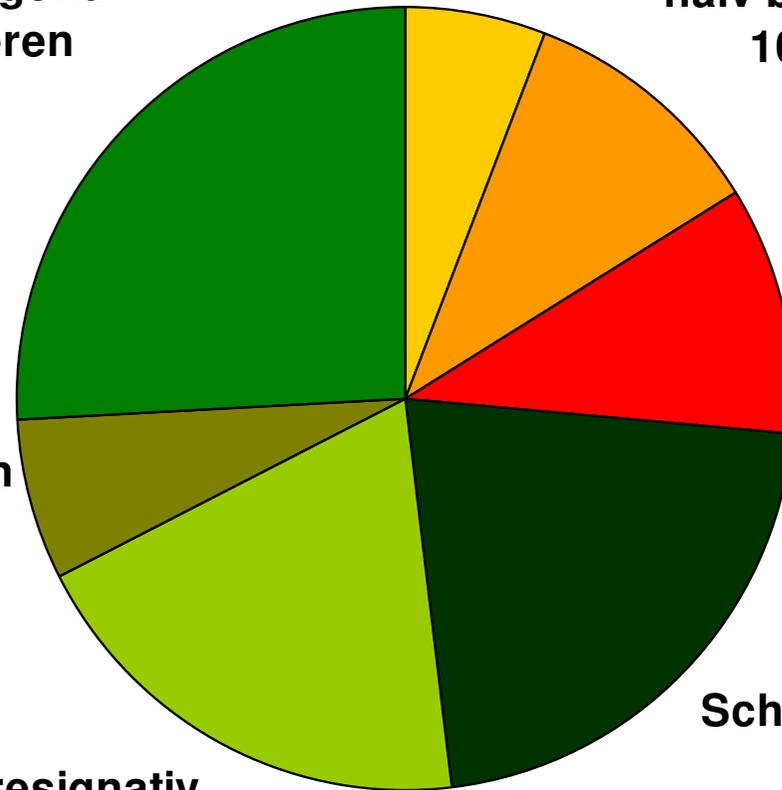
rechtfertigend  
bilanzieren  
26%

leugnen  
6%

naiv bleiben  
10%

überfordert  
reagieren  
10%

pragmatisch  
reagieren  
7%



Schuld zuweisen  
22%

resignativ  
relativieren  
19%



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

### **Umgang mit dem Risiko**

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

### **Umgang mit Ernährungsfragen**

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

### **Typische Reaktionsmuster und Argumentationsebenen**

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

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



# Wahrnehmung von Risiken: Typisierungen

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

*... wird das menschliche Leben revolutionieren*

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

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

*... stärker an den Fortschritt glauben*

**Analoge Veranschaulichung**

**Entwicklungsverweigerung**

*... von modernen Technologien halte ich nichts*

**Visionen 6%**

**4% 1%**

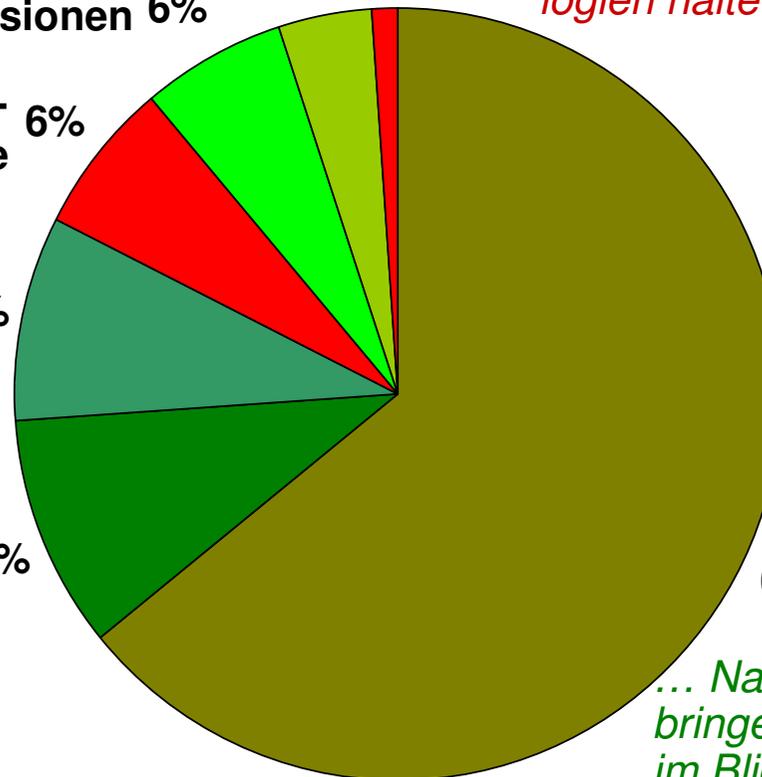
**Verkehrungs-  
ängste 6%**

**Erkenntnis-  
offenheit 9%**

**Naiver  
Optimismus 10%**

**64% Pragmatismus**

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



## Verbrauchertypen Nanotechnologie

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

# Anknüpfungspunkte für die Risikokommunikation

## Zielgruppen

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



# Risikokommunikation: Veranstaltungen und Projekte

Wissenschaftlicher Austausch und Information



## Workshops – Wissenschaftliche Tagung - Konferenzen

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

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

➔ **scientific community mit Fokus Verbraucherschutz**

# Risikokommunikation: Veranstaltungen und Projekte

## Information und Aufklärung



## Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen

Information interessierter Kreise über die Arbeitsergebnisse des BfR

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

## ➔ Nutzen von Multiplikatoren

# Risikokommunikation: BfR-Veranstaltungsformate

Information und Diskussion

## ‘BfR-Forum Verbraucherschutz‘

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



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

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

# Risikokommunikation: BfR-Veranstaltungsformate



## Diskussion und Dialog

### Stakeholdermeetings

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

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

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

# Risikokommunikation: Projekte

## Dialog und Partizipation

### Dialogische/Partizipative Instrumente

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



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

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

# Instrumente der partizipativen Risikokommunikation

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

## Verbraucherkonferenz

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

## Delphi-Verfahren

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

## Fokusgruppen

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

**→ Grenzen und Möglichkeiten von Partizipation (Demokratieverständnis)**

# Anforderungen an zielgerichtete Risikokommunikation

verständlich

adressatengerecht

zeitnah

kontinuierlich

umfassend



**Proaktivität** (Themen setzen) statt ad hoc Reaktion bei Krisen

**Konstruktivität** statt Destruktivität

**Glaubwürdigkeit** der Institution

**Risikomündigkeit** (Wahlfreiheit, Risiko-Nutzen-Abwägung)

# Danke

Oliver Pfirrmann

**prognos** AG

Berlin 

Ortwin Renn

**Dialogik** gGmbH

Stuttgart



Michael Zschiesche, Silke Domasch

**Unabhängiges Institut für Umweltfragen e. V.**

Berlin



Dirk Scheer, Ulrich Petschow, Gerd Scholl

**Institut für ökologische Wirtschaftsforschung**

Berlin



Astrid Epp

Rolf F. Hertel

Stefanie Kurzenhäuser

Torger Möller

Ellen Ulbig

René Zimmer

Abteilung Risikokommunikation



Risiken erkennen – Gesundheit schützen

**Bundesinstitut für Risikobewertung, Berlin**

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

**IZT** 

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



Johannes Simons  
Lebensmittel- und  
Ressourcenökonomik

**Universität Bonn**   
universität**bonn**

Matthias Kohring  
Frank Marcinkowski  
Institut für Kommunikations-  
wissenschaft

