EMAS als Instrument der Umweltkommunikation

Im Auftrag des BMLFUW wurde durch den "Forschungsschwerpunkt Nachhaltigkeit" an der WU Wien eine Meta-Analyse von Evaluationsstudien zu Umweltmanagementsystemen durchgeführt. Die zentralen Fragen dabei lauteten: Kann der ökologische Nutzen von UMS belegt werden? Welche ökonomischen Effekte werden dadurch erzielt? Wie wird der Image-Nutzen bewertet? Welche Methoden sind zur Evaluation der o.g. Fragestellungen geeignet?

Als Ausgangsbasis zur Diskussion von EMAS als Instrument der Umweltkommunikation werden die wesentlichsten Ergebnisse der Meta-Analyse präsentiert.

Ein Umweltmanagementsystem (UMS) nach der EMAS-Verordnung (Verordnung (EG) Nr. 761/2001 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. März 2001 über die freiwillige Beteiligung von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung) beinhaltet sowohl die Umweltinformation als auch deren Kommunikation. Ein wichtiges Instrument ist dabei die EMAS-Umwelterklärung. Die Bedeutung einer Unterscheidung von Kommunikation und Information im Zusammenhang mit UMS wird rasch erkennbar:

Umweltinformation: ausgehend von einem Informationsbedürfnis interessierter Bürger an Umweltdaten wird versucht diesem durch regelmäßige, verlässliche, detaillierte und transparente Information zu entsprechen. Durch öffentliche Kontrolle soll Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit hergestellt werden. Mitunter herrschen bei Betrieben auch diffuse Ängste vor "zu viel Öffentlichkeit", weswegen Umweltmanagementsysteme mit geringerer Publizität herangezogen werden (z.B. ISO 14.001). Im Zuge der freiwilligen Teilnahme von Organisationen an EMAS ist eine Umwelterklärung zu erstellen und zu veröffentlichen. Auf diesem Wege sollen Umweltinformationen offensiver kommuniziert und bürgernäher gestaltet werden. Umweltinformation setzt daher ein aktives Interesse der Adressaten voraus, diese Informationen auch zu beschaffen und zu interpretieren. Nach Aussage vieler Betriebe ist das öffentliche Interesse an Umweltinformationen jedoch gering.

Umweltkommunikation: Umweltkommunikation geht über reine Information hinaus, geht aktiver an die Adressaten heran, vermittelt Botschaften und Image. Um Interesse wecken zu können, müssen Zielgruppe, Ziel und Gegenstand der Botschaften festgelegt sein. Als Teilbereich des Marketing setzt Kommunikationspolitik einen Zusammenhang mit einem klar definierten "Produkt UMS" voraus (während Preispolitik und Distributionspolitik hier nicht weiter behandelt werden). Die Botschaft kann von den konkreten Umweltschutz-Aktivitäten im Rahmen des UMS bis zum umweltfreundlichen Image des gesamten Unternehmens reichen, welches durch die Einzelmaßnahmen untermauert wird. Der vieldimensionale Nutzen von UMS erschwert jedoch seine Profilierung in der Kommunikation. In der Praxis werden UMS zumeist von Qualitätsmanagern und/oder technisch-naturwissenschaftlich ausgebildeten Umweltbeauftragten gehandhabt. Die Anstrengungen in den Betrieben konzentrieren sich überwiegend auf den Aufbau und die Fortführung des UMS, während vielfach der Umweltkommunikation zu wenig Beachtung geschenkt wird bzw. diese als Aufgabe staatlicher Stellen gesehen wird. Eine öffentlich finanzierte, zielgruppenunspezifische, branchenübergreifende und direkt an die "breite Bevölkerung" gerichtete Kampagne entspräche jedoch nicht der derzeitigen Struktur und Beteiligung am Gemeinschaftssystem EMAS. Viel effizienter erscheint hingegen die rechtzeitige Einbindung von Kommunikationsprofis in den Betrieben, welche die individuelle Situation berücksichtigen, zielgruppenspezifische Kommunikation planen und umsetzen und diese kontinuierlich aufrecht erhalten können.

So zeigt sich schließlich, dass UMS und insbesondere EMAS ein geeignetes Instrumentarium für Umweltinformation und –kommunikation bietet, die Nutzung dieses Potentials derzeit aber noch nicht hinreichend ausgeschöpft wird. Zur stärkeren Integration des UMS in das betriebliche Marketing bietet das BMLFUW eine EMAS-Plattform an, die allen Interessenten offen steht und im Zuge derer bereits mehrere Workshops veranstaltet wurden.

Mag. André Martinuzzi; Forschungsschwerpunkt Nachhaltigkeit und Umweltmanagement der Wirtschaftsuniverstität Wien;
e-mail: andre.martinuzzi@wu-wien.ac.at

DI Andreas Tschulik, Mag. Armin Pecher; Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft; Abt. VI/7;
e-mail: andreas.tschulik@bmlfuw.gv.at; armin.pecher@bmlfuw.gv.at