PAPER Environmental Communication

Sustainable University - Umweltkommunikation und Innovationen an Hochschulen im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung

Prof. Dr. Gerd Michelsen, Dr. Jasmin Godemann
Institut für Umweltkommunikation (INFU)
Universität Lüneburg

Nachhaltigkeit als Herausforderung für Universitäten

Seit 1994 existiert auf europäischer Ebene ein übergreifendes Konzept zur Implementierung und Umsetzung des Leitbildes einer nachhaltigen Entwicklung in den Hochschulbereich. Es wurde von der European University Association (EUA) formuliert und unter der Bezeichnung „COPERNICUS (CO-operation Programme in Europe for Research on Nature and Industry through Coordinated University Studies) - The University Charter for Sustainable Development“ verabschiedet. Mit der Unterzeichnung der Copernicus-Charta verpflichten sich die Universitäten, die Prinzipien anzuerkennen und das Leitbild Nachhaltigkeit in das gesamte System Hochschule zu implementieren. Über das Copernicus-Netzwerk können vorhandene Erfahrungen auf europäischer Ebene genutzt und für alle Hochschulen verfügbar gemacht werden. Von den rund 550 in der EUA zusammengeschlossenen europäischen Hochschulen haben inzwischen 296 die Copernicus-Charta unterzeichnet. Deutschland mit 38 Hochschulen bzw. hochschulnahen Einrichtung ist das am stärksten vertretene Land.

Kommunikation und Nachhaltigkeit

Kommunikation in bezug auf Nachhaltigkeit meint mehr als reine Informationsvermittlung bzw. Wissenstransfer. Vielmehr geht es um *„Austausch von Informationen, Meinungen, Gründen, Wertvorstellungen und Zielen mit Blick auf ein per definitionem interpretationsoffenes und konkretisierungsbedürftiges Leitbild, nicht um die Übermittlung einer fest umrissenen und klar definierten Zielvorgabe“* (Lass / Reusswig 2001: 19). Umweltkommunikation wird in bisherigen Diskussionszusammenhängen häufig verstanden als Thematisierungsform von Fragestellungen, die sich im weitesten Sinne auf Umweltzustände, -entwicklungen und -politik beziehen (Wehrspaun / Wehrspaun 1998: 41). Des Weiteren wird Umweltkommunikation auch als ökologischer Diskurs begriffen, dessen Rahmung derzeit das Leitbild einer nachhaltigen

Entwicklung darstellt (Brand / Eder / Poferl 1997). Umweltkommunikation im hochschulischen Bereich kann dieser Logik folgend als Kommunikation verstanden werden, die sich direkt und indirekt auf das Nachhaltigkeitsleitbild bezieht und sich in allen Bereichen der Universität niederschlägt.

Innerhalb der Gesellschaft ist das Konzept Nachhaltigkeit weitgehend unbekannt, obwohl es mittlerweile seit mehr als 10 Jahren innerhalb der Wissenschaften diskutiert wird (Kuckartz 2000). Die Auseinandersetzung mit dem Leitbild der Nachhaltigkeit findet demnach weitgehend in Expertenkreisen statt. Es lässt sich ein eindeutiges Kommunikations- und Diffusionsdefizit des Nachhaltigkeitsleitbildes konstatieren, was grundsätzlich im Widerspruch zum Konzept selbst steht, das im Kern auf breiter Mitwirkung aller gesellschaftlich relevanten Akteure basiert (Lass / Reusswig 2001: 14). Hinzu kommt dass umweltpolitische Maßnahmen auf zunehmende Akzeptanzproblemen bei der Bevölkerung stoßen und Strategien notwendig werden, die Transparenz schaffen und die Relevanz der Maßnahmen nachvollziehbar macht, so dass sie weniger auf Ablehnung stoßen. Da Kommunikation dabei eine zentrale Größe darstellt, werden spezifische Umweltkommunikationskonzepte erforderlich. Die noch nicht vollzogene Verankerung des Leitbildes der Nachhaltigkeit in den gesellschaftlichen Diskurs und die bisher fehlende Wahrnehmung von nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten innerhalb der Gesellschaft steht in unmittelbaren Zusammenhang mit einer bisher unzufriedenstellenden Praxis der Umweltkommunikation im Sinne einer Meinungs- und Willensbildung. D.h. der Grund für den bisher geringen Bekanntheitsgrad des Leitbildes einer nachhaltigen Entwicklung ist in der bisherigen Praxis der Kommunikatoren des Feldes der Umweltkommunikation zu suchen. Die Komplexität der heutigen Umweltproblematik nimmt stetig zu und macht eine interdisziplinäre Herangehensweise notwendig. Entsprechend ist das Konzept einer nachhaltigen Entwicklung global und zukunftsbezogen konzipiert. Umweltprobleme sind kausal, zeitlich und räumlich sehr häufig nur indirekt mit den jeweiligen Ursachen verknüpft und in ihrer Komplexität heute nur schwer im Alltag nachvollziehbar (langfristige Wirkung). Ein direktes Erfahren ist kaum möglich, so dass über Kommunikationsprozesse, bspw. an Universitäten, Umweltbelange sowie Ziele, Notwendigkeiten und Konsequenzen einer nachhaltigen Entwicklung Eingang in die alltägliche Lebenswelt finden müssen. Die Verankerung der Idee einer nachhaltigen Entwicklung in den universitären Kontext hat zur Folge, dass Erfahrungsräume geschaffen werden, die eine reflexive Auseinandersetzung mit dem Leitbild ermöglichen. Universitäten sind Orte, an

denen Menschen ausgebildet und sozialisiert werden, die gesellschaftliche Schlüsselpositionen ausfüllen sollen - die Schaffung von Lernorten, an denen zukunftsfähige Lebensstile generiert und über mögliche Zukunftsentwürfe kommuniziert werden kann, gewinnt bei dem Vorhaben, Nachhaltigkeit gesellschaftlich resonanzfähig zu machen, daher zunehmend an Bedeutung.

Agenda 21 und Universität Lüneburg

Vor diesem Hintergrund ist das Projekt „Agenda 21 und Universität Lüneburg„ zu sehen, das zum einen ein Entwicklungsprojekt darstellt, mit dem gewisse Veränderungen an der Universität wie zum Beispiel die Einführung eines Umweltmanagementsystems, die Erprobung eines interdisziplinären Studienangebots zu Fragen der Nachhaltigkeit, die energetische Optimierung der Universität oder die Einrichtung eines Agenda-Cafés vorangebracht wurden. Es ist zum anderen aber auch ein Forschungsprojekt, in dem untersucht wurde, welche weiterführenden Konsequenzen mit der Durchführung eines Öko-Audits für eine öffentliche Einrichtung wie die Universität zu berücksichtigen sind, in der nicht nur Stoffströme fließen, sondern deren „Hauptprodukt„ examinierte Hochschulabsolventen sind: also, die Universität als Produzent von Bildung und Ausbildung. Weiterhin wurde untersucht, wie ein freiwilliges Studienprogramm „Nachhaltigkeit“ unter dem Aspekt von Interdisziplinarität zu strukturieren ist, auf welche Resonanz es bei den Studierenden, aber auch bei den Lehrenden stößt und oder welche berufliche Relevanz es haben kann.

Innerhalb eines solchen Projektes nimmt Kommunikation eine zentrale Rolle ein und die Entwicklung von Kommunikationsstrategien zur Verbreitung der Idee einer nachhaltigen Entwicklung im universitären Kontext stellt eine Herausforderung dar.

Um die verschiedenartigen Kommunikationskanäle und das Spektrum der in diesem Projekt realisierten nachhaltigkeitsorientierten Umweltkommunikation zu verdeutlichen, werden die einzelnen Elemente des Gesamtvorhabens kurz angedeutet:

- Öko-Audit und Zertifizierung: Hier ging es um die Validierung der Universität nach der EMAS - Verordnung, wobei in diesem Teilprojekt die HIS GmbH sehr eng einbezogen ist.
- Gestaltung der Lebenswelt Hochschule: dieses Teilprojekt beschäftigte sich u.a. mit der sozialen Frage nach Kommunikation und Versorgung (Regionenbezug) als Teil des universitären Agenda-Prozesses.

- Nachhaltigkeit und Kunst: in diesem Teilprojekt ging es um die Rolle von Kunst im Kontext von Nachhaltigkeit und die Frage, ob ein künstlerisches Projekt zur Nachhaltigkeit öffentliche Aufmerksamkeit erreichen kann.
- Lehre, Interdisziplinarität und Nachhaltigkeit: Hier wurde ein studien- und fächerübergreifendes Studienprogramm entwickelt und erprobt, das allen Studierenden als zusätzliche Qualifizierungsmöglichkeit angeboten wurde.
- Energetische Optimierung der Hochschule und projektorientierte Lehre mit dem Ziel, die Situation an der Universität durch technische und nicht-technische Maßnahmen weiter zu verbessern.
- Information, Öffentlichkeitsarbeit und Transfer: Es wurde u.a. versucht, Angehörigen der Universität und der allgemeinen Öffentlichkeit das Verständnis von Nachhaltigkeit nahe zu bringen. Hierzu wurde eigens eine Zeitung ins Leben gerufen (Campus Courier).
- Internetprojekt NANE: Diese Internetportal - ein Nachhaltigkeitsnetzwerk - wurde als Kommunikationsplattform genutzt und fokussierte die Nutzung neuer Medien im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung.

Literatur:

Kuckartz, U. (2000): Umweltbewusstsein in Deutschland 2000. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin (BMU/UBA).

Lass, W. / Reusswig, F. (2002): Nachhaltigkeit und Umweltkommunikation. Ein Forschungsprojekt auf der Suche nach sozialwissenschaftlichen Perspektiven. In: Umweltbundesamt (Hrsg.): Perspektiven für die Verankerung des Nachhaltigkeitsleitbildes in der Umweltkommunikation. Chancen, Barrieren und Potenziale der Sozialwissenschaften. Berlin, S.13-36.

Wehrspaun, M / Wehrspaun, Ch. (1998): Die Bedeutung der Umweltkommunikation für die Förderung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins. In: Studenteninitiative Wirtschaft und Umwelt e.V. (Hrsg.) Umweltsensibilisierung – Gefahr erkannt –Gefahr gebannt? Münster, S. 39-92.