



ZIT-Kommunikations-Projekt: „Weißt du wieviel?“

Das Projekt verfolgt **zwei Ziele**. Erstens die Sammlung gesellschaftlich wichtiger Umweltfragen in möglichst vielfältiger Weise und zweitens der Aufbau der zur Beantwortung der Fragen benötigten Datenbank mit Umweltdaten.

Die Forderung nach Veröffentlichung von Umweltdaten entspricht den aktuellen gesellschaftlichen Trends und ist auf den politischen Agenden und Zielformulierungen präsent. Dabei handelt es sich allerdings vorrangig um Emissions-, Immissionswerte oder ähnliche, zum Beispiel katasterbezogene Daten, mit denen Laien im Alltag wenig anfangen können.

Umweltzahlen, die Antworten auf brennende, z.T. trivial erscheinende „Fragen mit Umweltrelevanz“ geben, sind kaum öffentlich zugänglich, insbesondere nicht für Nicht-Life-Cycle-Assessment-SpezialistInnen.

Wir sprechen von Fragen des Typs: „Ist Liftfahren umweltfreundlicher als Treppensteigen, wenn dabei das gesamte Stiegenhaus beleuchtet wird oder die nötigen Kalorien mit fetten tierischen Produkten ersetzt werden?“ oder „Hat Eismachen mit der eigener Eismaschine daheim, oder das ‚Eis beim Italiener‘ oder ein Eis aus dem Supermarkt einen kleineren Fußabdruck“ oder „soll ein 110 km/h Energiespar-Fahrer auf der Autobahn beim Überholen eines LKW besser kurz und kräftig Gas geben oder langsam mit sorgsamem Gasfuß überholen?“ und viele, ähnlich gelagerte Fragen, die uns im alltäglichen Umgang mit Menschen jeder Altersgruppe und Vorbildung begegnen.

Die wenigen verfügbaren Daten befinden sich in schwer verständlichen, z.T. kostenpflichtigen Datenbanken (z.B. GEMIS, EcoInvent) oder gut versteckt in umfangreichen wissenschaftlichen Publikationen.

Ziel dieses Projektes ist es, das (zumindest teilweise) vorhandene Wissen zu Umweltrelevanz verschiedenster alltäglicher Aktivitäten/Prozesse/Produkte der Öffentlichkeit über eine Web-Plattform zugänglich zu machen, und durch den Zugang über „Umweltfragen“ das Interesse an solchen Fragestellungen bzw. den Antworten zugrundeliegenden technischen und naturwissenschaftlichen Zusammenhängen zu wecken.

Es gilt dabei auch zentral zu vermitteln, dass in den meisten Fällen sowohl die Technologie als auch das Verhalten bei der Nutzung von Bedeutung für die Auswirkungen ist. Allgemein betrachtet ist die Umwelt-Wirkung ja immer das Produkt aus Anzahl der Personen, Menge des Konsums pro Person und der Auswirkung pro Konsum (Technologiefaktor). Dies oft als „IPAT Formel“ bezeichnete Erkenntnis ist noch erstaunlich wenig weit verbreitet. Da die Anzahl der KonsumentInnen insgesamt kurzfristig kaum zu beeinflussen ist, bleibt nur eine Verringerung des jeweiligen Konsums pro Person sowie - von zentraler Bedeutung - eine Verringerung der Auswirkung pro Konsum oder Dienstleistung - also eine Verbesserung der eingesetzten Technologien.

Eine **Kommunikationskampagne** zur Identifikation der besten Umweltfragen setzt dabei den Anfang der Verbreitung dieser allgemeinen Einsichten. Gemeinsam mit Medien, Museen und pädagogisch/didaktischen Institutionen sollen v.a. SchülerInnen und StudentInnen angesprochen und zum Nachdenken und Mitmachen aktiviert werden.

Neben moderner Web-Kommunikation soll es auch eine Postkarte geben, die auf die Kampagne und die Plattform hinweist. Mit dieser können Fragen im Umweltkontext von UserInnen eingebracht



werden. Beispiele: „Wie lange dauert es bis sich eine PV Anlage auszahlt , gemessen in Geld, in Energie, in Footprint, ... ?“, „Wie viel % von ...?“, „Was ist besser als ...?“.

WissenschaftlerInnen/ExpertInnen beantworten die interessantesten Fragen soweit möglich bzw. verknüpfen die Fragen mit bereits auf der Plattform eingepflegten Umweltzahlen bzw. ihren Publikationen. So können sie wenig bekanntes Wissen in die interessierte Öffentlichkeit transportieren.

Vielen Fragen werden freilich unbeantwortet bleiben – aber auch die Nicht-Beantwortbarkeit einer Frage soll thematisiert bzw. erklärt werden, bzw. wird aufgezeigt, wo es noch Wissenslücken gibt und warum. So kann ein Pool an interessanten Forschungsfragen entstehen, der z.B. im Rahmen von Diplomarbeiten weiter bearbeitet werden könnte.

Der Wettbewerb soll in mehreren Kategorien (z.B. Volksschule, Unterstufe, Oberstufe, StudentInnen, LehrerInnen, KonsumentInnen, Business,...) ausgetragen werden. Am Ende des Fragen-Wettbewerbs werden die jeweils drei interessantesten Fragen prämiert und die Diskussion darum medial veröffentlicht.

Bei genügend breiter Unterstützung durch Partner-Institutionen kann die Preisverleihung für die klügsten Fragen am Ende des Projektes als große Gala aufgezogen werden.

Zielgruppen:

Im Unterschied zu den wenigen existierenden Datenbanken im Ökobereich richtet sich die Umweltfragen-Umweltzahlen-Plattform nicht an ExpertInnen, sondern primär an PädagogInnen, SchülerInnen und StudentInnen, welchen der Zugang zu Datenbanken und auch spezifisches Wissen zur Interpretation von irgendwo im Netz vorgefundenen Publikationen fehlt. Journalisten und Journalistinnen könnten durch die Plattform ihre Recherche-Arbeit verkürzen und MitarbeiterInnen in Werbeagenturen können hier quantitative Daten für branchen- oder produktspezifische Werbung sammeln. Damit diese als Zielgruppe angesprochen werden können, werden zusätzliche Informationen zu Daten, wie Systemgrenzen, Datenqualität, regionaler und zeitlicher Bezug, Online-Quelle, abgebildet und auch für Nicht-ExpertInnen verständlich dargestellt. Für PädagogInnen werden Ideen aufbereitet, wie sie Umweltfragen und Umweltzahlen im Unterricht einbauen können.

Projektkoordination: Verein Plattform Footprint

Projektpartnerschaften: akaryon GmbH (Tool und Website, Webkommunikation) und ExpertInnen aus dem Bereich der Mitglieder der Plattform Footprint und des Netzwerkes Footprinting

Weitere Zusammenarbeit mit: Wissenschaftskommunikationsinstitutionen, Wiener Universitäten und Forschungseinrichtungen, PartnerInnen aus dem Bereich Bildung und Medien, Museen

Projektzeitraum: 1.12.2013 – 31.11.2014

Gefördert von: ZIT Kommunikation

