

Forschungsplattform BiNa



Teilprojekt III: Wahrnehmung & Kommunikation

Leitung: Prof. Dr. Wiebke Möhring

Mitarbeit: Julia-Maria Blesin

1. Unternehmensworkshop „Nachhaltigkeit und Biokunststoffe“
TU Braunschweig – IWF, 11.11.2015

Biokunststoff – Kommunikationsoutput



Abfallvermeidung **Wegwerfgesellschaft**

ökologisch **Versorgungssicherheit**

Landuse Feedstock Marine Littering

Plastikpartikel **Ökobilanz**

biobasiert **Nachhaltigkeit Umweltschutz**

Ressourcenverschwendung

Ressourcenschonung Greenwashing

kompostierbar **Zukunftslösung**

Biokunststoff in den Medien – Alles grün(washing)?

Deutung	Wirtschaft: Versorgungssicherheit & Potenziale	Umweltethik: Öko-Flopp und „Nur ein Schein von Grün“	Konflikt: Staatliche Regulierung
Themen	<ul style="list-style-type: none"> • Alternative zu erdölbasiertem Plastik • Befriedigung von Konsumentenbedürfnissen • Wirtschaftspotenzial im In- und Ausland • Erfolgreiche Anwendung in der Medizintechnik 	<ul style="list-style-type: none"> • Greenwashing-Skandale • Konsequenzen aus dem landwirtschaftlichen Großanbau der Grundstoffe • Gentechnikeinsatz • Kontroversen bei der Wiederverwertung • Nahrungs- und Futtermittelkonkurrenz • Konsum- und Verpackungsgesellschaft • Plastik – „das Schlechte“ 	<ul style="list-style-type: none"> • Verbot von Monokulturen • nationale Bioökonomie-Strategie • Ausnahmeregelung der Verpackungsverordnung für Biotüten • „Nationale Diskussion“ über Bioplastik als Flächenkonkurrent verantwortlich für Nahrungsmittelverknappung • Förderung von Bioraffinerien

Abb.: Exemplarische Deutungsmuster der quantitativ-qualitativen Inhaltsanalyse „Das Bild von Bioplastik in den Medien. Eine medieninhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel der Wochenzeitung "Die Zeit". (Blesin, 2014)

Öffentliche Meinung – Relevanz für B2B & B2C Unternehmen



- Der öffentliche Diskurs über Biokunststoff wird nicht allein durch die Biokunststoffindustrie geführt.
- Die kommunikativ nahegelegten Deutungsmuster variieren je nach Akteur. Es finden sich sowohl positive als auch negative Bewertungen.

Forschungsstand – Biokunststoffkommunikation

Wahrnehmung

- ✓ Vielzahl an Erkenntnissen zu Einstellungen und Verhalten gegenüber **nachhaltigem Konsum** und **Umweltbewusstsein**

(Kleinhüchelkotten & Wegener, 2008; Edelman, 2011; Tomorrow Focus Media, 2012; Otto Group Trendstudie, 2013; Hefner, 2013; BMUB, 2014)

- ✓ Analyse von Anwendungen weißer Biotechnologie unter wissenschaftlich-technischen sowie ökonomischen, nicht aber kommunikativen Gesichtspunkten

(Dechema, 2004; Umweltbundesamt, 2006; Opinion Leader, 2009; TAB, 2010; biotechnologie.de, 2012; ebd. 2014)

- ✓ **Wahrnehmung von Biokunststoff** bisher insbesondere aus der Perspektive der Konsum- und Marktforschung (**Kauf- und Zahlungsbereitschaft, Labelling...**) und **produktbezogen auf Verpackungsmaterialien** und **Biotüten**

(Kurka & Menrad, 2009; Rumm, Klein, Zapilko, & Menrad, 2013; Kainz, Klein & Menrad, 2014; Victor Group, 2015)

- **keine repräsentativen Analysen zur öffentlichen Wahrnehmung von Biokunststoffen im Allgemeinen**

Forschungsstand – Biokunststoffkommunikation

Kommunikation

- ✓ Kommunikator-Studien zu Informations- und Kommunikationsstrategien fokussieren auf Biokunststoffprodukte aus dem B2B Bereich (Menrad, Decker & Thoni, 2009; Goldenits, 2012)

- **keine** Publikation vergleichender Analysen der **Haltungen anderer Stakeholder** gegenüber Biokunststoff

- biotechnologie.de (2012): Weiße Biotechnologie. Chancen für eine biobasierte Wirtschaft. Hg. v. Bundesministerium für Forschung und Bildung. Berlin. Online verfügbar unter <https://www.biotechnologie.de/BIO/Redaktion/PDF/de/Broschueren/weisse-biotechnologie-2012,property=pdf,bereich=bio,sprache=de,rwb=true.pdf>, zuletzt geprüft am 22.06.2015.
- biotechnologie.de (2014): Die deutsche Biotechnologiebranche 2014. Online verfügbar unter <http://www.iwbio.de/fileadmin/Publikationen/IWBio-Publikationen/2014-umfrage.pdf>, zuletzt geprüft am 22.06.2015.
- Blesin, J.-M. (2014): Das Bild von Bioplastik in den Medien. Eine medieninhaltsanalytische Untersuchung am Beispiel der Wochenzeitung "Die Zeit". Unveröffentlichte Masterarbeit, 2014. Hochschule Hannover, Hannover.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (2014): Umweltbewusstsein in Deutschland 2014. Online verfügbar unter http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/umweltbewusstsein_in_d_utschland_2014.pdf, zuletzt geprüft am 17.06.2015.
- Büro für Technikfolgen-Abschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB) (2015): Weiße Biotechnologie. Stand und Perspektiven der industriellen Biotechnologie für nachhaltiges Wirtschaften. Online verfügbar unter <https://www.tab-beim-bundestag.de/de/untersuchungen/ul0023.html>, zuletzt aktualisiert am 13.04.2015, zuletzt geprüft am 22.06.2015.
- Dechema e.V. (2004): Weiße Biotechnologie: Chancen für Deutschland. Online verfügbar unter http://www.dechema.de/dechema_media/wbt04-view_image-1-called_by-dechema-original_site-dechema_eV-original_page-124930.pdf, zuletzt geprüft am 22.06.2015.
- Detzel, A.; Kauertz, B. & Derreza Greeven, C. (2012): Untersuchung der Umweltwirkungen von Verpackungen aus biologisch abbaubaren Kunststoffen. Online verfügbar unter <http://www.uba.de/uba-info-medien/3986.html>, zuletzt geprüft am 29.09.2015.
- Edelman (2011): Nachhaltigkeit im Kaufentscheid: Zwischen Egoismus und Altruismus? Gemeinschaftsstudie von Edelman und TheConsumerView.
- Goldenits, D. (2012): Produktverpackungen aus Biokunststoffen Eine qualitative Studie zur Bedeutung am österreichischen Frischgemüsemarkt. Diplomarbeit, 2012. Institut für Landtechnik, BOKU- Universität für Bodenkultur, Wien.
- Hefner, D. (2013): „Wie kriegen wir sie ins Boot?“ Eine Typologie zur Entwicklung von Kommunikationsstrategien zur Förderung umweltschützenden Verhaltens. In: *Medien und Kommunikation* 61 (3), S. 387–405.
- Kainz, U.; Klein, A.; Menrad, K. (2014): Kauf- und Zahlungsbereitschaft für Polyamide aus heimischen nachwachsenden Rohstoffen. Teilprojekt 10 des Graduiertenkollegs BayReChem 2050. Abschlussbericht. Wissenschaftszentrum Straubing. Straubing.
- Kleinhüchelkotten, S. & Wegner, E. (2008): Nachhaltigkeit kommunizieren. Zielgruppen, Zugänge, Methoden. 2. überarbeitete Auflage. Hg. v. Ecolog-Institut.
- Kurka, S. & Menrad, K. (2009): Market acceptance of biorefinery concepts amongst consumers. Projektbericht im EU-Projekt "Assessment of biorefinery concepts and the implications for agricultural and forestry policy" (BIOPOL). Wissenschaftszentrum Straubing. Online verfügbar unter http://www.biorefinery.nl/fileadmin/biopool/user/documents/PublicDeliverables/BIOPOL_D_2_1_3b_-_Final_180509.pdf, zuletzt geprüft am 30.09.2015.

Literaturverzeichnis



- Menrad, K.; Decker, T.; Thoni, B. (2009): Informations und Kommunikationsstrategien für Nachwachsende Rohstoffe / Bereich Biowerkstoffe – Hemmnisse, Ziele, Instrumente. Projektbericht für die Fachagentur für Nachwachsende Rohstoffe (FNR), Gülzow. Wissenschaftszentrum Straubing, 57 S.
- Opinion Leader (2009): Public perceptions of Industrial Biotechnology. A report prepared for the Department for Business Enterprise and Regulatory Reform (BERR) and Sciencewise. Online verfügbar unter <http://www.sciencewise-erc.org.uk/cms/assets/Uploads/Project-files/final-report.pdf>, zuletzt geprüft am 29.06.2015.
- Otto Group (2013): Lebensqualität - Konsumethik zwischen persönlichem Vorteil und sozialer Verantwortung. Otto Group Trendstudie 2013 4. Studie zum ethischen Konsum. Unter Mitarbeit von Prof. Peter Wippermann. Hg. v. Otto GmbH & Co KG. Online verfügbar unter http://www.ottogroup.com/media/docs/de/trendstudie/1_Otto_Group_Trendstudie_2013.pdf, zuletzt geprüft am 15.05.2015.
- Rumm, S.; Klein, A.; Zapilko, M.; Menrad, K (2013): Labelling for bio-based plastics. In: Jutta Geldermann und Matthias Schumann (Hrsg.). First International Conference on Resource Efficiency in Interorganizational Networks - ResEff 2013 -. Göttingen, 13. – 14. November 2013. Göttingen: Universitätsverlag, S. 403–413.
- Tomorrow Focus Media (2012): Social Trends Nachhaltigkeit. Tomorrow Focus Media. Online verfügbar unter http://download.tomorrow-focus-media.de/TFM_SocialTrends_Nachhaltigkeit.pdf, zuletzt geprüft am 02.11.2015.

Prof. Dr. Wiebke Möhring

Julia Blesin, M. A.

julia-maria.blesin@hs-hannover.de

0511 9296-2666

Hochschule Hannover

Expo Plaza 12

30539 Hannover