

Herausforderungen & Chancen der Kommunikation über Biokunststoffe – Erkenntnisse zur Wahrnehmung von Biokunststoffen in der Öffentlichkeit

Julia-Maria Blesin (HS Hannover)
Hamburg, 03.11.2017

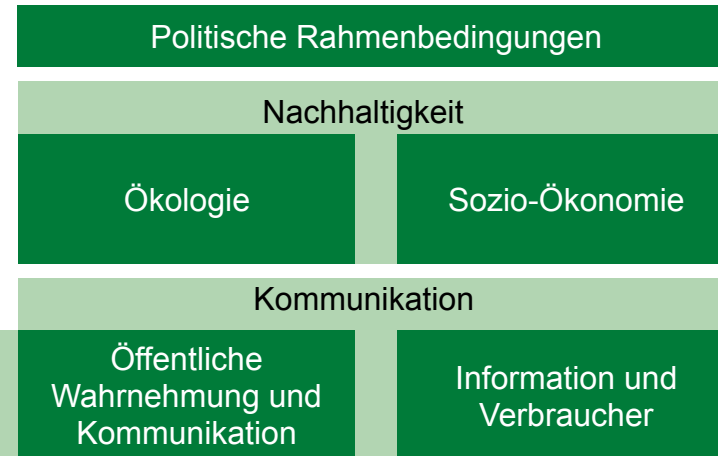
Zitationshinweis:

Blesin, Julia-Maria (2017): *Herausforderungen & Chancen der Kommunikation über Biokunststoffe – Erkenntnisse zur Wahrnehmung von Biokunststoffen in der Öffentlichkeit*. Präsentation, Fachaustausch von Lorentzen & Sievers „Biokunststoffe und Bioverpackungen“, Hamburg (November 2017)

Vorgestellt: BiNa



„Neue Wege, Strategien, Geschäfts- und Kommunikationsmodelle für Biokunststoffe als Baustein einer Nachhaltigen Wirtschaft“ (BiNa)



Die folgenden Ergebnisse stammen aus dem aktuellen Auswertungsstand

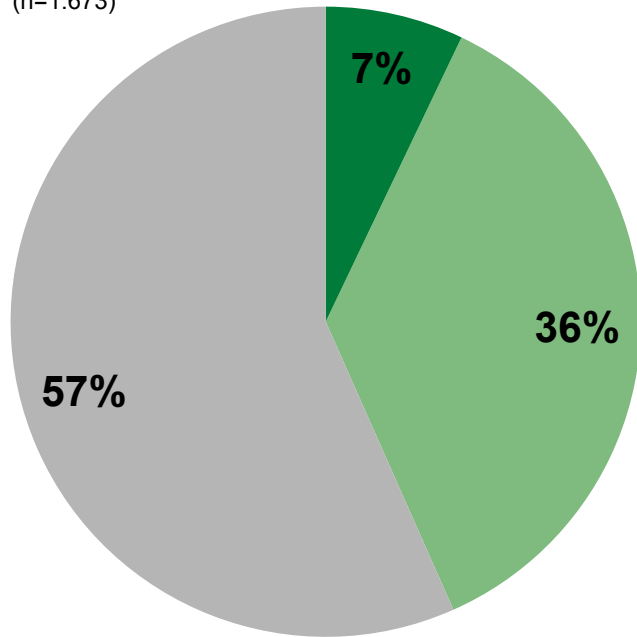
- **Gruppendiskussionen qualitativer Erhebungen** der Wahrnehmung von Biokunststoffen durch die Bevölkerung (n=24)
- einer **quantitativen Bevölkerungsbefragung** (Online-Access-Panel, n=1.673)
- Qualitative Erhebungen der Wahrnehmung von Biokunststoffen seitens relevanten Stakeholdern (Experteninterviews, n=20) und deren Kommunikation an die Öffentlichkeit (Webseitenanalyse, n=31)

FINDINGS & HERAUSFORDERUNGEN

WISSEN, INTERESSEN, ASSOZIATIONEN, EINSTELLUNGEN IN DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG UND SEITENS STAKEHOLDERN

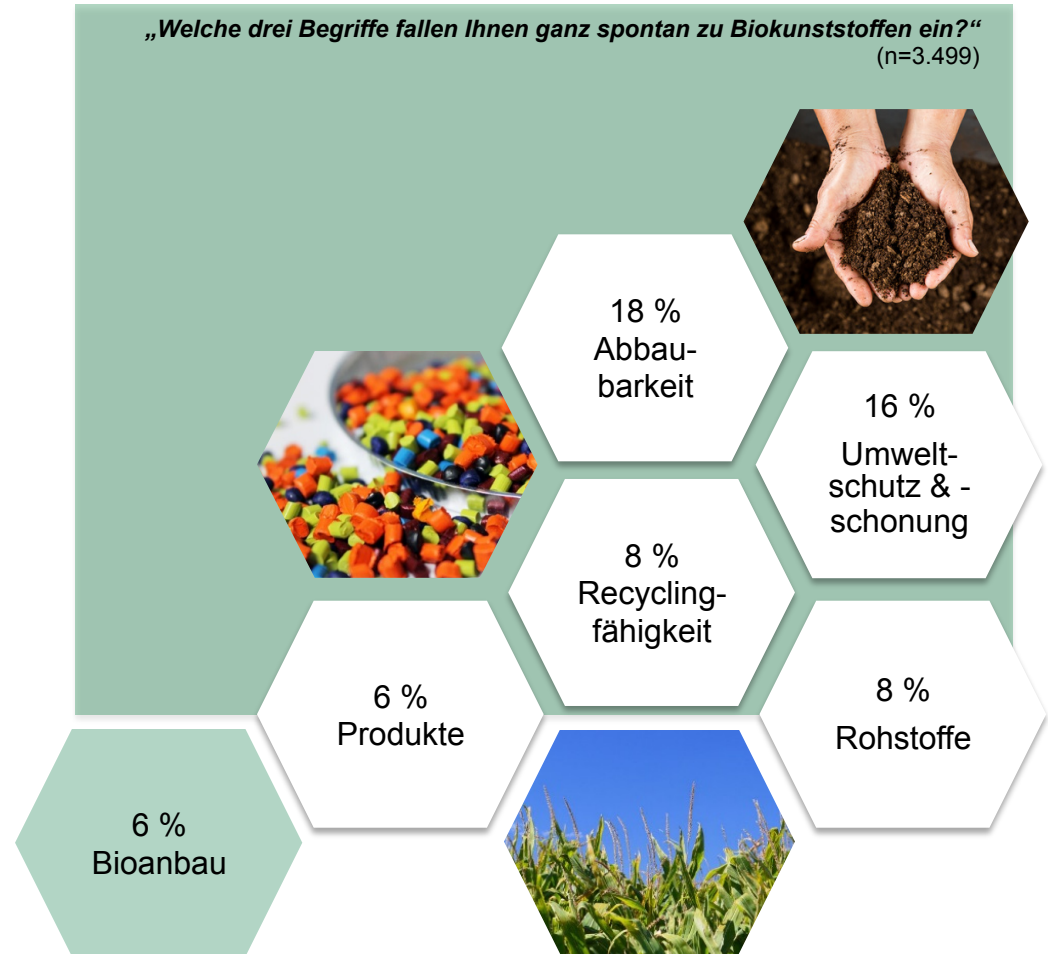
BEVÖLKERUNGSWAHRNEHMUNG: Niedrige Bekanntheit, hohe Erwartungen.

„Haben Sie schon einmal von Biokunststoffen gehört?“
(n=1.673)



- Ja, ich habe schon einmal von Biokunststoffen gehört und weiß genau was das ist.
- Ja, ich habe schon einmal davon gehört.
- Nein, ich habe noch nie davon gehört.

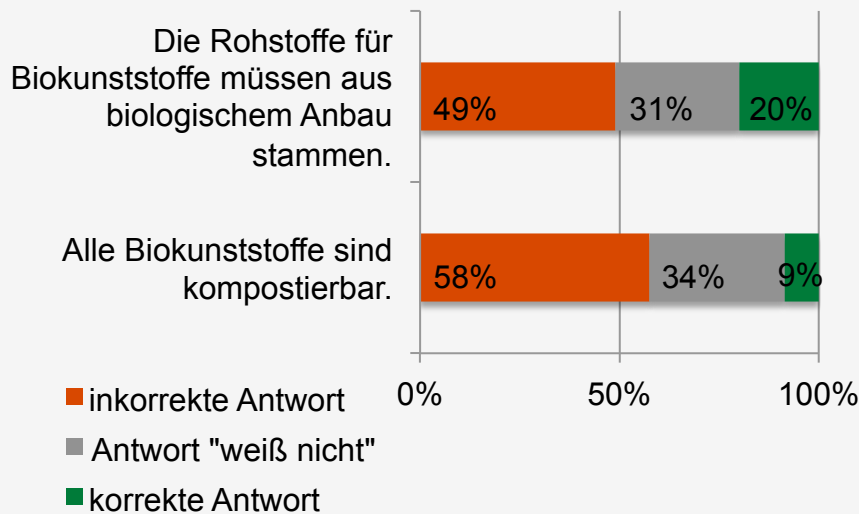
„Welche drei Begriffe fallen Ihnen ganz spontan zu Biokunststoffen ein?“
(n=3.499)



BIOKUNSTSTOFFE: Ein missverstandener Begriff.

BEVÖLKERUNG

„Bioplastik ist ja schon ein Widerspruch für mich. Plastik ist was Künstliches und Bio ist biologisch. Also Bioplastik, das passt nicht zusammen.“ weiblich, 52 Jahre



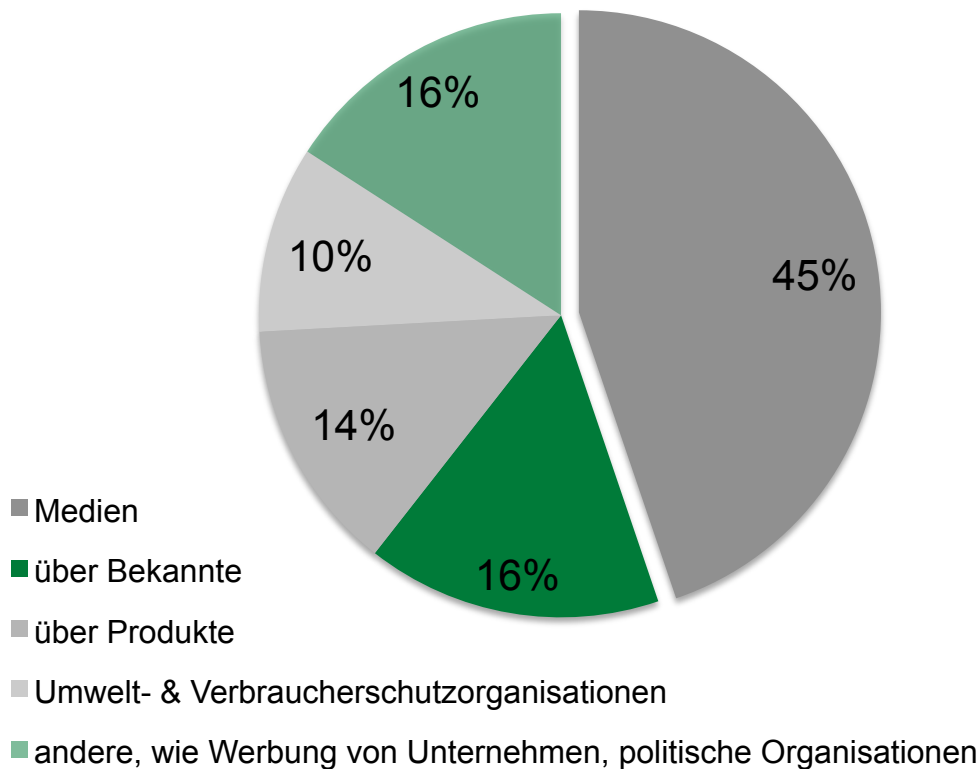
Durchschnittliche Verteilung der
"weiß nicht", inkorrekten und korrekten Antworten (n=1.673)

„Also "Biokunststoff" ist einfach schon mal positiv assoziiert. Klingt halt so wie Bio-Lebensmittel, auch wenn es eben konventionell erzeugt wurde. Und unsere Kunden fragen: "Ja, warum habt ihr immer noch Plastikverpackungen? Nehmt doch Bioplastik". Das wird für die eher als ganz, ganz einfache Superlösung, **ohne es zu hinterfragen.**“ HANDEL

„[...] Also die schwere Aufgabe ist eigentlich, eine Bezeichnung zu finden, die klar macht, das ist was Gutes für die Umwelt, ja, aber dass es eben nicht in die Biotonne gehört.“ ENTSORGUNG

BEVÖLKERUNGSWAHRNEHMUNG: Medien Informationsquelle Nr. 1

„Wo haben Sie bisher etwas über Biokunststoffe erfahren?“
Mehrfachauswahl, n=1.299



Am meisten **vertraut** werden aber Aussagen zu Biokunststoffen von

- Verbraucher- und Umweltschutzorganisationen (52 %*)
- öffentlichen Forschungseinrichtungen (21 %*)
- Unternehmen, die mit Biokunststoffen arbeiten (11 %*)

*Mehrfachauswahl, n=4.678

BEVÖLKERUNG

TOP & LAST 3 Interessierende Themen

Mehrfachnennung (n=4.457) bei Befragten n=1.607

19%	Material- und Produkteigenschaften
17%	Informationen und Hinweise zur Recyclingfähigkeit
16%	Informationen und Hinweise zur Bioabbaubarkeit
5%	soziale Auswirkungen
6%	Bedarf von Ackerfläche für den Rohstoffanbau
7%	Einsatz von Gentechnik bei der Rohstoffproduktion

STAKEHOLDER

LANDNUTZUNG

„Wie viel Land brauchen Sie dafür? Sie müssen berücksichtigen: Kann ich das nachhaltig bewirtschaften langfristig? [...] Das ist ein riesiger, noch nach wie vor unverstandener Prozess.“ B2B UNTERNEHMEN

ÖKOBILANZIERUNG

„[...] dass zum Einen die verschiedenen Ausgangsmaterialien auch gegeneinander bewertet werden – **Biokunststoffe versus konventionelle Kunststoffe** – und zum anderen verschiedene Biokunststoffmaterialien gegeneinander. Welche haben wo **Vorzüge**?“ HANDEL

MARKT & VERARBEITUNG

„Es wird immer nur über **Produktkapazitäten** gesprochen. Wie viel ist denn wirklich an Produkten da?“ VERBAND

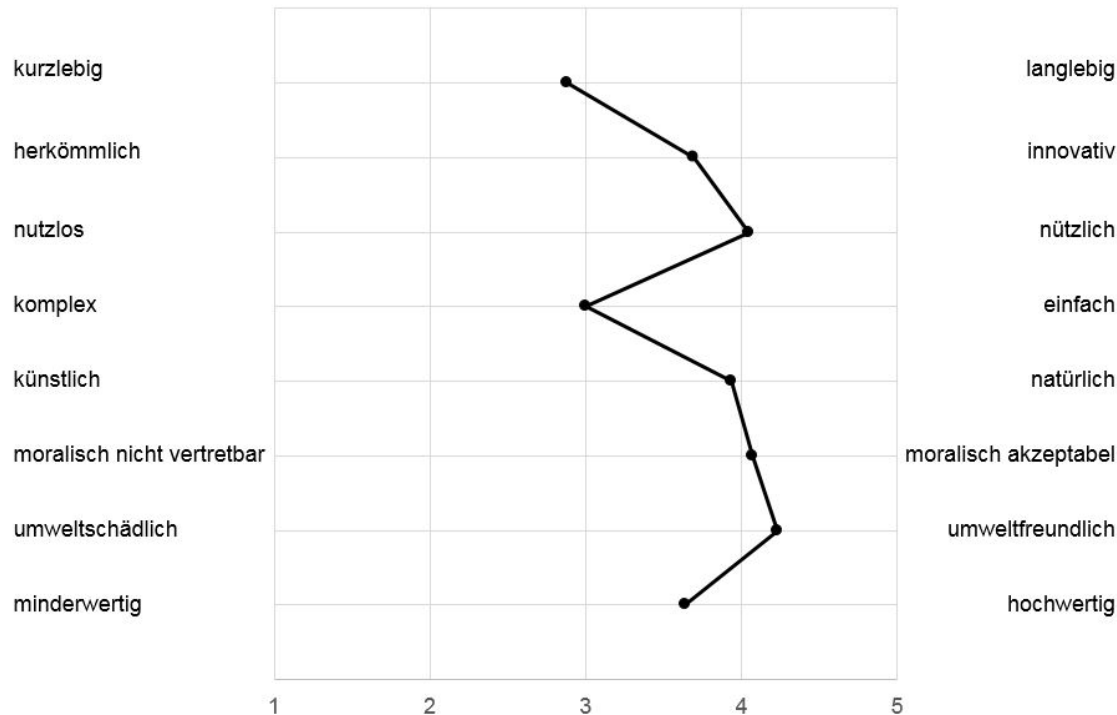
Wie sind **die Anforderungen** des Kunden? Welchen **herkömmlichen Kunststoff** hätte er verwendet, wenn er keinen Bio-Werkstoff verwendet hätte?
„Funktioniert das **Upscaling** – kann ich davon auch mal fünf Tonnen bestellen oder ist das noch im Versuchsstadium? Wie **isind die Einsatzmöglichkeiten**? Kann ich es verarbeiten?“ VERARBEITER

ENTSORGUNG & VERWERTUNG

„Wie verhält sich das Polymer dann auf den großen Maschinen? Und die spannendste Frage: Kann ich das Polymer hinterher als **Rezyklat** wieder im Markt absetzen?“ ENTSORGUNG

BEVÖLKERUNGSWAHRNEHMUNG: Komplex und kurzlebig, aber insgesamt gut!

Polaritätsprofil: Biokunststoffen zugeschriebene Eigenschaften
Darstellung von Mittelwerten; 1=trifft zu, 2=trifft eher zu, 3=weder noch, 4=trifft eher zu, 5=trifft zu; n=1.673)



63 % „Nach allem, was ich bisher weiß oder erfahren habe,
bewerte ich Biokunststoffe als eher/sehr positiv.“

34 % bewerten Biokunststoffe sowohl positiv als auch negativ. (n=1.673)

BEVÖLKERUNGSWAHRNEHMUNG: „Erdöl ist begrenzt. Das ist ein wichtiges Argument...“



Hohe
Standard-
abweichung
bei Contra
Argumenten

Überzeugend

- ✓ Der Kauf von Produkten aus Biokunststoffen hilft, **fossile Ressourcen (Erdöl) zu schonen** (Ø 4,27).
- ✓ Langfristiges Ziel soll es sein, **Biokunststoffe aus nicht-essbaren Pflanzenresten** herzustellen (Ø 4,21).
- ✓ Biokunststoffe können **genauso viel aushalten** wie herkömmliche Kunststoffe (Ø 4,14).

Hält ab

- ✗ Manche Produkte aus bioabbaubaren Kunststoffen (z.B. Plastikflaschen) sind in der Natur **erst nach Jahrzehnten vollständig abgebaut** (Ø 2,47).
- ✗ Biokunststoffe sind **nicht per se umweltfreundlicher** als herkömmliche Kunststoffe (Ø 2,6).
- ✗ Mais als Basis für Biokunststoffe kann **von gentechnisch veränderten Pflanzen** stammen (Ø 2,68).

„Ich hätte gedacht bei der ganzen Diskussion, dass es doch umweltfreundlicher ist, weil es sich irgendwie zersetzt, aber da bin ich jetzt ein bisschen schockiert.“
männlich, 62 Jahre

„Dann haben wir das Problem, dass der nicht biologisch abbaubare Biokunststoff trotzdem die Umwelt belastet. Das wäre dann vorgegaukelter Biokunststoff.“
weiblich, 23 Jahre

„Das ist doch das eine Übel mit dem anderen Übel auszutreiben.“
männlich, 43 Jahre

„Im Folgenden sehen Sie Aussagen verschiedener Organisationen zu Biokunststoffen. Bitte geben Sie pro Aussage an, ob Sie diese überzeugen (4, 5) oder davon abhalten (1, 2) würde, einen verstärkten Einsatz von Biokunststoffen zu unterstützen. Spielt die Aussage für Ihre Bewertung keine Rolle, wählen Sie ‚ist mir egal‘ (3).“ n=1.673

GEFÖRDERT VOM



IfBB
Institut für Biokunststoffe
und Bioverbundwerkstoffe



B.A.U.M.
NACHHALTIG
ÖKOLOGISCH
WIRTSCHAFTEN



**Technische
Universität
Braunschweig**



Fraunhofer
IBP



**HOCHSCHULE
HANNOVER**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS
Fakultät III
Medien, Information
und Design

**HOCHSCHULE
WEIHENSTEPHAN-TRIESDORF**
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



**Bundesministerium
für Bildung
und Forschung**

STAKEHOLDERWAHRNEHMUNG: NACHHALTIGKEIT & BIOKUNSTSTOFFE



- **WEITERHIN VERMUTUNG VON NAHRUNGSMITTELKONKURRENZ**

“[...] Eine wirkliche Konkurrenz von Rohstoffen für Biokunststoffe mit Nahrungsmitteln ist wissenschaftlich nicht begründet. Nichtsdestotrotz ist diese Information selbst in Fachkreisen und auch in Europa noch nicht durchgesickert [...] Es wird sehr emotional, wenn ein Thema mit Welthunger irgendwie in Assoziation gebracht wird. Das ist schwierig auszuräumen.“ B2C UNTERNEHMEN

- **SKEPSIS GEGENÜBER UMWELTVORTEILEN INSBESONDERE BEI HANDEL, NGOS UND POLITIK**

„Klar vermarkten die Hersteller das als die nachhaltige Innovation, aber ist es das wirklich oder nicht? Und wenn es dann so ist, warum gibt es dann immer noch keine öffentlich verfügbare Ökobilanz? Also das macht uns halt auch skeptisch, wenn Produkte teilweise schon so lange auf dem Markt sind und eigentlich die Nachhaltigkeit noch nicht wirklich belegt ist.“ HANDEL

- **FORDERUNG NACH ÖKOBILANZEN UND ANDERE STANDARDISIERTE METHODEN ALS BELEG FÜR NACHHALTIGKEITSCLAIMS**

„[...] es gibt zu viele Fragezeichen. Also ich warte tatsächlich auf Ökobilanzen. Also das würde uns sehr weiterhelfen.“ NGO

STAKEHOLDERWAHRNEHMUNG: LABEL IN DER BK KOMMUNIKATION



- **STANDARDS ALS GLAUBWÜRDIGE KOMMUNIKATIONSGRUNDLAGE**

→ Keimling, DIN Biobased/Vincotte

„Standards sind ganz, ganz wichtig für uns als Industrie. [...] weil uns das als Industrie ja die Sicherheit gibt, dass wir das, was wir kommunizieren, dass wir das auch nachweisen können. Und vor allen Dingen ganz wichtig auch, dass wir schwarze Schafe aussortieren können. [...]“ VERBAND

- **KEIMLING EHER NICHT FÜR VERBRAUCHERKOMMUNIKATION GEEIGNET**

→ mit „kompostierbar“ wird die Entsorgung in der Biotonne oder auf dem Hauskompost assoziiert

- **STANDARDS ALS GRUNDLAGE FÜR UMWELTSIEGEL**

→ z.B. Blauer Engel, EU Eco Label

→ Sinnvolle Kommunikationsmaßnahme bei begrenztem Verpackungsplatz, zur Absatzsteigerung und Orientierung für Verbraucher

„Unser Produkt ist von der Fläche her, was man da draufpacken kann, schon ziemlich begrenzt, also hört es da mit Labels schon fast auf. [...] Es gibt Studien dazu, dass du mit jeder Art von Gütesiegel, zumindest wenn es bekannt ist, deine Umsätze um 10 bis 20 Prozent steigern kannst im Vergleich zu ohne Siegel. [...] Es gibt Orientierung für den Verbraucher, dass das, was ich da kaufe, entsprechend auch getestet, geprüft, als besonders wertvoll erachtet wird über ein unabhängiges Siegel [...]“ B2C UNTERNEHMEN



IfBB
Institut für Biokunststoffe
und Bioverbundwerkstoffe



B.A.U.M.
NACHHALTIG
BIOLOGISCH
WIRTSCHAFTEN



**Technische
Universität
Braunschweig**



Fraunhofer
IBP



**HOCHSCHULE
HANNOVER**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS
Fakultät III
Medien, Information
und Design

**HOCHSCHULE
WEIHENSTEPHAN-TRIEDORF**
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



GEFÖRDERT VOM

**Bundesministerium
für Bildung
und Forschung**

FAZIT

CHANCEN FÜR DIE KOMMUNIKATION ÜBER BIOKUNSTSTOFFE

CHANCEN: Bekanntheit und Begriff



- **SPEZIFIZIERUNG DES BEGRIFFS IN DER VERBRAUCHERKOMMUNIKATION**
 - „Kunststoffe aus nachwachsenden Rohstoffen“
 - Rohstoffe nennen und Anteile angeben
- **TEILNAHME AM ÖFFENTLICHEN DISKURS**
 - Professionelle, reaktive UND proaktive Medienarbeit zu relevanten Themen
 - Öffentlichkeitsarbeit gen relevante Zielgruppen und Multiplikatoren, z.B. über eigen- oder fremdinitiierte Fachaustausche, Studienveröffentlichung, Teilnahme an Forschungsprojekten

CHANCEN: Informationsbedürfnisse



Zielgruppenspezifische Inhalte, Aufbereitung und Absender, die den jeweiligen Informationsbedürfnissen gerecht werden!

	Bevölkerung/Konsumenten	NGOs/Politik/Medien/Handel	BK-Produzenten/Verarbeiter/ Brandowner
Themen	v.a. anwendungsrelevante Informationen zu Materialeigenschaften und Entsorgung	Fragen der Nachhaltigkeit(sbewertung) insgesamt • Bioökonomie: Auswirkungen auf Umwelt und Soziales • Circular Economy: Entsorgung von Biokunststoffen	• technische Informationen zur Verarbeitung • Marktdaten (Produkte, Kontakte zu Produzenten/Verarbeiter)
Aufbereitung	• Komplexität reduzierend und anschaulich, z.B. über Storytelling & Label	• möglichst objektive, transparente Informationen, z.B. über Studien, LCAs, SLCAs	• spezifische Verarbeitungs- und Anwendungsszenarien, z.B. über „Biokunststoff-Konfigurator“
Absender	• Unternehmen, z.B. über Produkte und eigene Kanäle • NGOs als Fürsprecher	Forschungseinrichtungen oder Forschungsprojekte	Unternehmen der BK-Branche oder Branchenverbände, z.B. European Bioplastics

WAS KOMMUNIKATION NICHT LEISTEN KANN...



Eine positive Wahrnehmung von Biokunststoffen stellt nicht nur Anforderungen an die Kommunikation. Sondern: Mitdenken der späteren Kommunikationsstrategie bei der Entwicklung von Produkt- und Organisationsstrategien und der Produktentwicklung!

- **AUSWAHL DER ROHSTOFFE & ANBAUORT UND -METHODEN**

„Wo kommt das Material her? Dass keine Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion, dass keine Nutzungsänderungen – auch keine indirekten – stattfinden. Dass Biodiversität nicht drunter leidet. Das ist uns wichtig.“ POLITIK

- **REDUKTION & RECYCLING STATT (NUR) SUBSTITUTION**

„[...] Es muss weniger werden. Es muss wirklich weniger werden. Und wenn man sich die Verpackungsaufkommen anschaut, die STEIGEN und steigen und steigen. [...] Also wir würden sagen, wenn, dann schaut euch PP, PE, PET an. Guckt, dass es nicht zu sehr gemischt wird, dass man es recyceln kann.“ NGO

- **NACHHALTIGKEIT ALS UNTERNEHMERISCHES ZIEL**

„[...] Es kommt drauf an, wie das Thema im Unternehmen aufgehangen wird. Und ist es denn glaubwürdig? Passiert das glaubwürdig? [...] Auch wenn ein Unternehmen das vielleicht irgendwie anders machen wollte, das kriegen die ja nicht von heute auf morgen hin. Das ist viel zu komplex in den Ketten. Ich finde, es ist diese glaubwürdige Darstellung, dass man es versucht.“ NGO



IfBB
Institut für Biokunststoffe
und Bioverbundwerkstoffe



B.A.U.M.
NACHHALTIG
ÖKOLOGISCH
WIRTSCHAFTEN



Fraunhofer
IBP



**HOCHSCHULE
HANNOVER**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS
Fakultät III
Medien, Information
und Design



GEFÖRDERT VOM

**Bundesministerium
für Bildung
und Forschung**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Treten Sie in Kontakt.



Weitere Informationen zum BiNa Projekt sowie Veröffentlichungen laufender Forschung finden Sie unter biokunststoffe-nachhaltig.de

Bald zum Download verfügbar:

Deskriptive Ergebnisse zur Bevölkerungs- und Verbraucherwahrnehmung von Biokunststoffen: „**Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung in Deutschland zu Biokunststoffen**“



Julia-Maria Blesin, M.A.
Hochschule Hannover
Expo Plaza 12, 30539 Hannover
+49(0)511 9296-2666
julia-maria.blesin@hs-hannover.de

- Blesin, J.-M. & Möhring, W. (2016): Wissenschaftliche Innovationen als narrativer Gegenstand. Kommunikative Herausforderungen von biobasiertem Kunststoff an die Wissenschaftskommunikation. In: Friedrich Weltzien & Martin Scholz (ed.), *Die Sprache des Materials: Narrative – Theorien – Strategien*. Berlin: Dietrich-Reimer, 183-202.
- Blesin, J.-M.; Jaspersen, M. & Möhring, W. (2017): Boosting plastics' image? Communicative Challenges of Innovative Bioplastics. In: *e-plastory*, 2017.
- Blesin, J.-M. & Klein, F. (2017): *Status Quo: Bevölkerungs- und Verbraucherwahrnehmung von Biokunststoffen*. Präsentation, BiNa Kommunikationsworkshop „Herausforderungen und Chancen der Bevölkerungs- und Verbraucherkommunikation über Biokunststoffe“, Hannover (Februar 2017)
- European Bioplastics (2016): Accountability is Key – Environmental Communication Guide for Bioplastics. http://docs.european-bioplastics.org/publications/EUBP_Environmental_communications_guide.pdf [02 November 2017]
- Jaspersen, Miriam (2017): *Werbemittelanalyse: Eine Untersuchung der Produktkommunikation zu Biokunststoffen an der Hochschule Hannover*. Präsentation, BiNa Kommunikationsworkshop „Herausforderungen und Chancen der Bevölkerungs- und Verbraucherkommunikation über Biokunststoffe“, Hannover (Februar 2017)