

Rückblick auf die Öffentlichkeitsarbeit der FGF

Wissen zu schaffen und zu vernetzen war die Hauptaufgabe der FGF – Wissen in verständlicher Form weiterzugeben der zweite Auftrag an den Verein. Wie hat die FGF diese Aufgabe angepackt, wie haben sich Strategie und Maßnahmen entwickelt, und wie lautet das Fazit? Ein kurzer Rückblick auf die Öffentlichkeitsarbeit der FGF.

Gabi Conrad

Die Aufgabe von Öffentlichkeitsarbeit ist es, die Kommunikation zwischen einer Organisation und der Öffentlichkeit zu planen, durchzuführen und weiterzuentwickeln. Ziel ist dabei, ein positives Image aufzubauen und Vertrauen in die Arbeit der Organisation und deren Botschaften zu erreichen. Für die FGF lautete die Aufgabe laut ihrer Satzung: „Die Aufklärung der Öffentlichkeit über die elektromagnetische Verträglichkeit in der Umwelt (EMVU) und die sachliche Diskussion darüber sowie die gegenseitige Information der Mitglieder zum Thema EMVU“. Aber nur wer selbst gut informiert ist, kann auch gut informieren. Sollen die Botschaften beim Empfänger ankommen, müssen sie informativ, verständlich und glaubwürdig sein. Besonders

die Glaubwürdigkeit des Informierenden spielt bei kontrovers diskutierten Themen, wie dem der FGF, eine entscheidende Rolle für die Akzeptanz der Informationen durch die Öffentlichkeit.

Anfänge und Zielkonflikt

Nach ihrer Gründung im Jahr 1992 stand die FGF zunächst vor der Aufgabe, sich entsprechend ihres Selbstverständnisses als „Stimme der Wissenschaft“ in der Öffentlichkeit zu positionieren. Dazu musste sie sich eine Wissensbasis schaffen, Strukturen aufbauen und Instrumente für die Öffentlichkeitsarbeit entwickeln. Dabei konnte sie auf die Fachkenntnisse und das Know-how ihrer Mitglieder zurückgreifen, deren Vertreter in der Arbeitsgruppe Öffentlichkeitsarbeit (AG Ö) den Vorstand und die Geschäftsstelle der FGF



bei der Planung und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit begleiteten – und das bis zum heutigen Tag. Die Ziele waren also definiert, das Handwerkszeug stand bereit.

Zunächst lag der Arbeitsschwerpunkt auf einem breiten Ansatz strategischer Pressearbeit mit dem Ziel, die FGF als Forschungseinrichtung sowie kompetenten und unabhängigen Ansprechpartner zu Themen der biologischen Wirkung elektromagnetischer Felder bekannt zu machen. Flankiert wurde diese intensive Pressearbeit durch die Herausgabe von Informationsmedien, von denen die meisten – in veränderter Form – bis heute noch erscheinen, wie zum Beispiel der „Newsletter“ und die wöchentliche „Infoline“. Schwerpunkte der Berichterstattung waren FGF-Forschung und -aktivitäten. Das Informationsangebot wurde im Laufe der Jahre kontinuierlich ausgebaut und weiterentwickelt, Layout von Printprodukten und Internetpräsenz mehrmals angepasst.

Aber nicht nur das äußere Erscheinungsbild der Medien, sondern auch Strategie und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit änderten sich. Ein Grund dafür war der Konflikt zwischen dem Anspruch der FGF als seriöse Forschungsplattform und dem Vorwurf, die FGF betreibe industriegezielte Lobbyarbeit und beeinflusse die Berichterstattung in ihrem Sinne. Ein weiterer Grund waren die Entwicklungen im Umfeld der FGF.

Um den Anspruch als seriöse Forschungsplattform nicht weiter zu gefährden, überarbeitete die FGF im Jahr 1999 ihre Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit. Wichtigste Änderung: Die FGF verbreitet in Zukunft keine eigenen Standpunkte mehr und kommuniziert Forschungsergebnisse nur noch ohne eigene Bewertung. In der Folge wurde die breite Pressearbeit eingeschränkt und die Inhalte der FGF-Medien der Neutralität verpflichtet. Der FGF-Newsletter setzte nach dieser Entscheidung verstärkt auf Autorenbeiträge und ließ die Forscher selbst sprechen, wodurch sich auch der Themenrahmen kontinuierlich erweiterte. Um die Rolle der FGF als aktuelle und umfassende Informationsquelle zum Thema EMVU weiter auszubauen, kam eine aktive und systematische Recherche des Themenumfeldes hinzu. Auf dieser Basis konnte die aktuelle Berichterstattung ausgeweitet und optimiert werden. Zur Erleichterung und Intensivierung der internen Kommunikation wurde für die Mitglieder der FGF im Jahr 2001 ein Intranet in Betrieb genommen.

Entwicklungen im Umfeld der FGF

1992, im Gründungsjahr der FGF, gab es erst wenige Funkmasten, wenig Mobiltelefonierer, eine überschaubare Anzahl von Studien zum Thema – und die FGF war noch eine der wenigen Organisationen, die sich kommunikativ und in der Forschung dem Thema der biologischen Wirkung hochfrequenter elektromagnetischer Felder widmete. Mit dem fortschreitenden Netzaufbau, der Versteigerung der UMTS-Lizenzen im Jahr 2000 und der breiten Nutzung der Mobiltelefonie wurde die Frage nach einer möglichen gesundheitlichen Beeinträchtigung durch hochfrequente Felder aber immer häufiger gestellt und in den Medien thematisiert. Als Reaktion darauf intensivierten Industrie und Politik ihre Forschungs- und Informationsaktivitäten, beispielsweise im Zuge der Umsetzung der freiwilligen Selbstverpflichtung der Mobilfunknetzbetreiber aus dem Jahr 2001. Das Informationszentrum Mobilfunk (IZMF) als professioneller Kommunikator für Bürger und Kommunen nahm seine Arbeit auf, weitere nationale und internationale Kommunikationsinitiativen folgten. Auch nationale und internationale Behörden verstärkten ihre Informationsaktivitäten.

1992	Forschungsgemeinschaft Funk e. V. (FGF)
1996	Forum Mobilkommunikation (FMK), Österreich
2001	Informationszentrum Mobilfunk (IZMF)
	Webseite „Elektrosmoginfo“ von R.-D. Wölfle
2003	Forum Mobil, Schweiz
	Webseite „Mobilfunk-Information“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (bis 2009)
2004	Webseite „Forum-Elektrosmog“ Informationsportal der Verbraucherverbände (bis 2009)
2005	EMF-Portal des femu Aachen

Start von Kommunikationsinitiativen zu EMVU-Themen im deutschsprachigen Raum.

Kommunikationskonzept 2004

Immer mehr Informationsangebote zum Thema EMF und Gesundheit, das Internet hat sich als zentrale Informationsplattform etabliert, die Wissenschaft trägt immer mehr Daten zu einer gefestigten Wissensbasis zusammen. Ein Umfeld in Bewegung – und Grund für die FGF ihre Aktivitäten und Maßnahmen in der Öffentlichkeitsarbeit auf den Prüfstand zu stellen. Im Mittelpunkt der im Jahr 2004 hierzu angestoßenen Strategiediskussion zur Öffentlichkeitsar-

beit stand deshalb die Frage, ob die FGF mit ihrer Arbeit die definierten kommunikativen Ziele des Vereins erreicht, nämlich:

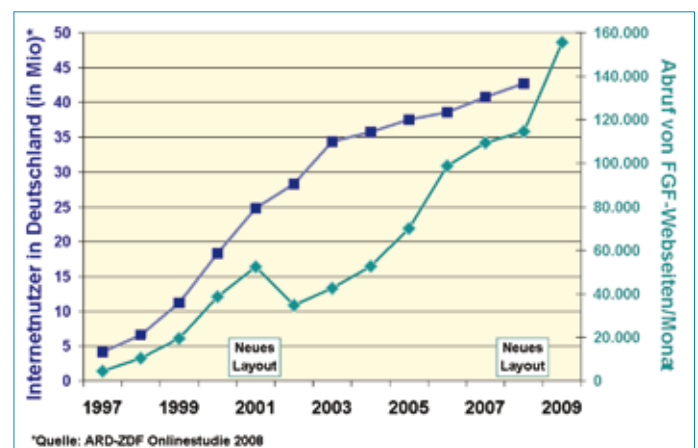
- kompetent und aktuell über das Thema Mobilfunk und Umwelt zu berichten
- wissenschaftliche Fachaussagen für die Öffentlichkeit verständlich zu machen
- über FGF- Forschungsergebnisse und Aktivitäten zu informieren
- die sachliche Diskussion zum Thema zu fördern.

Ergebnis der internen Bestandsaufnahme: Die FGF macht Öffentlichkeitsarbeit in einem komplizierten Umfeld. Kompliziert deshalb, weil sie sich im Spannungsfeld zwischen biomedizinischer Forschung, Risikodiskussion und Berichterstattung durch die Medien bewegt. Da dieses Umfeld ständig in Bewegung ist, wurde der FGF empfohlen, ihr Profil zu schärfen und sich noch klarer als „Stimme der Wissenschaft“ zu positionieren. Da sich mittlerweile eine ganze Reihe professioneller Informationsangebote für die breite Öffentlichkeit zum Thema etabliert hatte, wurde entschieden, dass diese nur noch via Multiplikatoren, also indirekt, zur Zielgruppe der FGF gehört. Informationen sollten also weniger nach dem Gießkannenprinzip verteilt werden, sondern gezielt und ergiebig an die definierten Dialoggruppen wie FGF-Mitglieder, Fachjournalisten und -institutionen. Zu den anschließenden Maßnahmen gehörte die jährliche aktive Teilnahme an der „Wissenswert“, der Fachkonferenz für Wissenschaftsjournalisten in Bremen, die Aussendung von Informationen zu FGF-Aktivitäten über den Informationsdienst Wissenschaft und der weitere Ausbau des FGF-Intranets. Darüber hinaus wurde das Internetangebot der FGF noch einmal komplett überarbeitet, wobei außerordentlicher Wert auf die systematische Darstellung des Themas EMVU gelegt wurde, was die Zugriffszahlen noch einmal stark ansteigen ließ.

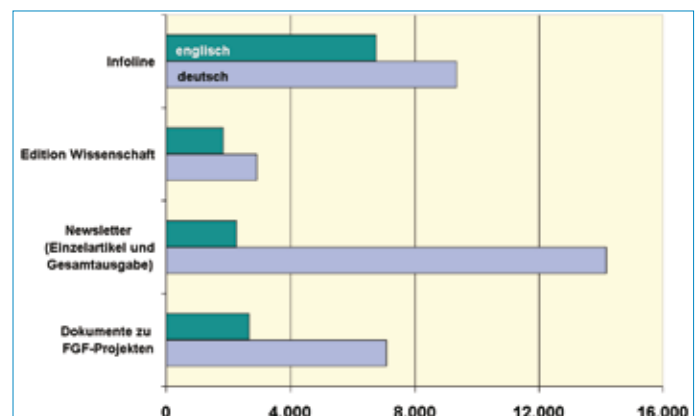
Nach der internen Bestandsaufnahme fragte die FGF aber auch die Nutzer ihres Informationsangebots nach deren Meinung. Das Ergebnis war erfreulich: Den FGF-Medien wurden insgesamt eine große Akzeptanz und ein hoher Nutzungsgrad bescheinigt. Gleichzeitig ergab das Feedback wichtige Hinweise auf Nutzerwünsche und Optimierungsmöglichkeiten. Das Konzept aus dem Jahr 2004 ist bis heute Richtschnur für die Kommunikationsaktivitäten der FGF.

Aktueller Stand der FGF-Öffentlichkeitsarbeit

Informationen zu sammeln, zu verdichten und in Zusammenhänge zu stellen, das war in den letzten Jahren die Hauptaufgabe der FGF-Öffentlichkeitsarbeit. Sie hat eine breite, aktuelle Berichterstattung etabliert und mit Newsletterbeiträgen sowie der Edition Wissenschaft eine interdisziplinäre Wissensbasis aufgebaut, die allen Interessierten kostenlos zur Verfügung steht. Mit ihren Publikationen und Veranstaltungen hat sie dabei nicht nur reagiert, sondern agiert und die wissenschaftliche Diskussion angestoßen und begleitet. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Informationsveranstaltungen und wissenschaftlichen Workshops zu erwähnen, die seit dem Jahr 2001 in Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Partnern durchgeführt wurden. Ziel dieser Workshops war



Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland sowie der Nutzung des FGF-Internetangebots



Downloads pro Monat für ausgewählte Publikationen im Jahr 2008

es, zu einzelnen Fragestellungen der biologischen Wirkung elektromagnetischer Felder die maßgeblichen Forschergruppen an einen Tisch zu bringen, um unterschiedliche Standpunkte herauszuarbeiten und transparent darzustellen.

ten berücksichtigt wurden. Darüber hinaus ist es der FGF gelungen, auch mit Kritikern im Gespräch zu bleiben, die sich auf einer sachlichen Ebene mit der Thematik auseinandersetzen und die FGF offenbar als kompetenten Ansprechpartner anerkennen.

	1992	2009
Strategie	Aktive Positionierung als Forschungseinrichtung	Positionierung als sachliche Informationsquelle
Primäre Zielgruppen	- Breite Öffentlichkeit - National	- Fachöffentlichkeit - FGF-Mitglieder - International
Primäre Maßnahmen	- Aktive Pressearbeit - Eigene Statements - Grundlagenseminare	- Themenmonitoring/Newsservice - Infopool mit Autorenbeiträgen - Fachkongresse

Eckpunkte der Entwicklung der FGF-Öffentlichkeitsarbeit

Ist die FGF gehört worden? Hat sie Glaubwürdigkeit erlangt? Wie ist die Reichweite heute? Die quantitative Analyse zeigt, dass das FGF-Angebot sich weiter steigender Nachfrage erfreut.

Die Printausgabe des Newsletters wird vierteljährlich an fast 3500 Abonnenten verschickt, die wöchentliche Infoline hat circa 650 Abonnenten bei steigender Tendenz. Obwohl das Thema Mobilfunk und Gesundheit nicht mehr im Brennpunkt der Medienberichterstattung steht, wenden sich Journalisten und Bürger immer wieder an die FGF, wenn sie nach Detailinformationen zu aktuellen Studien oder dem Überblick über Detailthemen suchen. Hier konnte die FGF durch individuell zugeschnittene Informationen und persönliche Gespräche den wissenschaftlichen Standpunkt betonen und sicherlich dazu beitragen, dass bei der journalistischen Aufarbeitung möglichst viele Fak-

Fazit

Die FGF hat Konzept und Maßnahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit kontinuierlich den Aufgaben und Rahmenbedingungen angepasst und an ihrem Selbstverständnis als „Stimme der Wissenschaft“ ausgerichtet. Dabei hat sich die Strategie von einer aktiven Positionierung als Forschungseinrichtung hin zu einer Positionierung als sachliche Informationsquelle zu EMVU-Forschung und -diskussion entwickelt.

Ob die FGF mit ihrer Arbeit Glaubwürdigkeit erlangt hat, kann aus der Innensicht nicht beantwortet werden. Aber sie hat die ihr zur Verfügung stehenden Mittel im Bereich Öffentlichkeitsarbeit dazu genutzt, die vielen Facetten, Diskussionen und auch die Schwierigkeiten der wissenschaftlichen Forschung zur Wirkung elektromagnetischer Felder transparenter zu machen und damit eine breite Basis für die Meinungsbildung bereitzustellen.



Gabi Conrad

ist Fachwirtin für Public Relations (IHK).

Bei der FGF ist sie im Informationsmanagement sowie der in- und externen Kommunikation tätig.