

04/2010, 26.02.2010

„Risiko“ oder „Gefahr“? Experten trennen nicht einheitlich

Zwei BfR-Studien zur Verwendung der Begriffe in der Risikokommunikation

Macht es einen Unterschied, ob von einem Stoff ein Risiko oder eine Gefahr ausgeht? Für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die Risiken im Bereich des gesundheitlichen Verbraucherschutzes bewerten, ist diese Unterscheidung von großer Bedeutung, für gesellschaftliche Akteure, die diese Bewertungen nutzen, spielt sie hingegen keine Rolle. Dies ist eines der Ergebnisse zweier Studien des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR). Im Rahmen des Projektes „Evaluierung der Kommunikation über die Unterschiede zwischen ‚risk‘ und ‚hazard““ wurde die bisherige Risikokommunikation des BfR daraufhin untersucht, wie Experten und Laien mit diesen beiden Begriffen in der Praxis umgehen. Für das Projekt „Kommunikation von Risiko und Gefährdungspotential“ wurden Experten aus Wirtschaft, Umwelt- und Verbraucherverbänden sowie Behörden befragt, wie sie die Begriffe verwenden. Die Ergebnisse beider Studien liegen nun vor. „Die Studienergebnisse liefern uns wichtige Erkenntnisse für die Risikokommunikation“, sagt Professor Dr. Dr. Andreas Hensel, Präsident des BfR. „Sie muss sich auch sprachlich noch stärker an ihren Zielgruppen ausrichten.“

Wenn es in der Kommunikation über Risiken zwischen Behörden, Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen und der Öffentlichkeit zu Missverständnissen kommt, könnte eine Ursache in der unterschiedlichen Verwendung der Begriffe „Risiko“ und „Gefahr“ bzw. „Gefährdungspotential“ liegen. Davon gehen die beiden Studien aus, die im Auftrag des BfR am Forschungszentrum Jülich GmbH und am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung gGmbH in Zusammenarbeit mit der Dialogik gGmbH durchgeführt wurden. Die Evaluation der Risikokommunikation des BfR und ihre Fortentwicklung standen im Mittelpunkt der Untersuchungen.

BfR-Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die Risiken im Bereich des gesundheitlichen Verbraucherschutzes bewerten, trennen die beiden Begriffe: Die „Gefahr“ bzw. das „Gefährdungspotential“ bezeichnet die Schädlichkeit eines Stoffes an sich, zum Beispiel, ob er giftig, reizend oder ätzend ist. Daraus kann eine bestimmte Wirkung resultieren, zum Beispiel eine krebserregende oder erbgutschädigende. Ein „Risiko“ besteht jedoch erst dann, wenn der Mensch mit einem gefährlichen Stoff überhaupt in Kontakt kommt. Dabei spielt die Art des Kontaktes (Aufnahme über die Nahrung, die Haut oder die Atemwege) ebenso eine Rolle wie die Menge des Stoffes. In der Wissenschaft spricht man dabei von Exposition. Ein Risiko ist somit aus toxikologischer Sicht das Produkt aus Gefährdungspotential und Exposition.

Die Ergebnisse der Studien zeigen, dass die Begriffe „Risiko“ und „Gefahr“ von den verschiedenen wissenschaftlichen Bereichen wie Naturwissenschaften, Sozial- und Geisteswissenschaften unterschiedlich gehandhabt werden und dort jeweils eindeutig definiert sind.

Gesellschaftliche Akteure, die auf wissenschaftliche Risikobewertungen zurückgreifen und diese weiter kommunizieren, wie Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen und Laien, treffen diese Unterscheidung in der Regel nicht. Sie verwenden die Begriffe nach eigenen Kriterien.

Die Auswertung der Befragung von Vertretern aus Behörden, der Wirtschaft und Nichtregierungsorganisationen ergab, dass die unterschiedliche Verwendung der beiden Begriffe überwiegend konzeptionell und strategisch begründet ist: Die Begriffe werden mitunter gezielt für eigene Botschaften genutzt, um somit ein Risiko eher als geringfügig oder bedeutsam zu klassifizieren.



Die Studien geben Aufschluss über die Argumentationsmuster der wesentlichen Interessengruppen, und wie deren Kommunikation über Risiken angelegt ist. Die Ergebnisse der Befragungen liefern Hinweise darauf, auf welche Weise sich die verschiedenen Akteure in den Prozess der Risikokommunikation eingebunden sehen wollen und wie die Kommunikation somit künftig weiter verbessert werden kann.

Aus den Ergebnissen der Untersuchungen folgt: Innerhalb von Expertengremien sind die Begriffe „Gefahr“ und „Risiko“ genau definiert. Für die Öffentlichkeit sollten Risikobewertungen jenseits dieser Begrifflichkeiten jedoch stets verständlich präsentiert und in einem Dialog mit Rückkopplungsmöglichkeit vermittelt werden. Da die Unterscheidung zwischen den Begriffen „Gefahr“ und „Risiko“ den vorliegenden Untersuchungen zufolge für Experten aus der Wirtschaft, aus Nichtregierungsorganisationen und für Laien eher unerheblich ist, sollte dies in der Risikokommunikation generell Berücksichtigung finden.

Die Studien sind als Band 02/2009 und Band 01/2010 in der Reihe BfR-Wissenschaft erschienen und bei der Pressestelle des BfR erhältlich: publikationen@bfr.bund.de, Fax 030-18412-4970. Sie stehen unter www.bfr.bund.de auch zum kostenlosen Herunterladen zur Verfügung.

ende bfr-p

Dokumente

- [Kommunikation von Risiko und Gefährdungspotenzial aus Sicht verschiedener Stakeholder \(BfR-Wissenschaft 01/2010 vom 22.02.2010\)](#)  1124.2 KB
- [Evaluierung der Kommunikation über die Unterschiede zwischen „risk“ und „hazard“ \(BfR-Wissenschaft 02/2009 vom 06.04.2009\)](#)  1374 KB

Online-Umfrage: Wie bekannt sind Lebensmittelrisiken?



09.07.2008 (food-monitor) - Tropft beim Grillen Fett in die Glut, können krebsauslösende Stoffe entstehen. Wird Geflügelfleisch nicht ganz durchgebraten, besteht die Gefahr einer Salmonellen-Vergiftung. Das BfR informiert regelmäßig über Gesundheitsrisiken, die unter anderem von Lebensmitteln ausgehen können. Aber kommen diese Informationen bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern auch tatsächlich an? Das BfR hat dazu eine Online-Umfrage in Auftrag gegeben.

Die Online-Umfrage ist Teil einer Evaluationsstudie, die das unabhängige Berliner Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung (IZT) derzeit für das BfR durchführt. Neben der Risikobewertung ist es eine zentrale Aufgabe des BfR, Verbraucherinnen und Verbraucher

durch eine angemessene Risikokommunikation in die Lage zu versetzen, eigenverantwortliche Entscheidungen zu treffen. Zur Bewertung der Effektivität der Risikokommunikation sind empirische Evaluationen unerlässlich.

Ziel der Evaluationsstudie

Ziel dieser Evaluationsstudie ist es zum einen, das Erreichen der Kommunikationsziele „Verständlichkeit, Transparenz und Nutzbarkeit“ zu überprüfen. Als Untersuchungsmaterial dienen die gesundheitlichen Bewertungen und Stellungnahmen des BfR.

Das zweite Ziel des Vorhabens ist eine Analyse der Effekte dieser Kommunikation: Welche Risikowahrnehmung resultiert aus dem Lesen der Stellungnahmen und Bewertungen? Dabei ist von besonderem Interesse, ob und in welcher Weise der Bekanntheitsgrad des jeweiligen Risikos die Kommunikationseffekte beeinflusst. Die Studie soll erstmals systematisch untersuchen, in welcher Weise sich die Bekanntheit der Risiken auf die Effekte institutioneller Risikokommunikation auswirkt und daraus konkrete Empfehlungen für die Risikokommunikation des BfR ableiten.

Die Evaluationsstudie soll bis Ende Januar 2009 abgeschlossen sein.

Umfrage zur Bekanntheit von Lebensmittel-Risiken: <http://www.izt.de/bfr>

Quelle: BfR

<http://www.food-monitor.de/kommunikation/2008/07/2008-07-online-umfrage-lebensmittelrisiken.html>

DLG-Lebensmitteltage 2008: Vertrauensmarkt Lebensmittel Die neue Rolle der Lebensmittelhersteller – Erstmals DLG-Forum „Food-Kommunikation“



08.07.2008 (food-monitor) - Die DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft) veranstaltet 2008 zum dritten Mal ihre Lebensmitteltage in Frankfurt am Main und in Bad Soden. Das Zukunfts- und Diskussionsforum der Lebensmittelbranche kann auch in diesem Jahr ein Fachprogramm mit hochkarätigen Referenten aus Ernährungswirtschaft, Wissenschaft, Kommunikation sowie Trendforschung vorweisen. Höhepunkt der zweitägigen Veranstaltung wird die große Vortragstagung am Donnerstag, dem 9. Oktober 2008, sein. Unter dem Generalthema „Profil durch Verantwortung – Die neue Rolle der Lebensmittelhersteller“ werden die in der Branche intensiv diskutierten Fragen rund um das Thema Vertrauensmarkt Lebensmittel behandelt. Weitere Branchenforen zu aktuellen Themen aus den Bereichen Backwaren, Getränke und Molkereiprodukte, Fleischwaren und Fresh-Convenience ergänzen das Programm. Das Tagungsprogramm mit den Anmeldeunterlagen ist im Internet abrufbar unter www.DLG.org/Lebensmitteltage.

Vertrauen ist ein zentraler Faktor für den zukünftigen Unternehmenserfolg der Lebensmittelhersteller, so lautet die Botschaft zahlreicher Markt- und Trendforscher. Denn Essen und Ernährung stehen verstärkt im Fokus des öffentlichen Interesses. Damit wird die Nachfrage nach Informationen und nach Transparenz weiter zunehmen. Lebensmittelsicherheit, glaubwürdige Kommunikation, aber auch soziales und ökologisches

Engagement sind hier zentrale strategische Felder, auf denen sich die Unternehmen als verantwortungsvolle Partner des Verbrauchers profilieren können.

Nie zuvor prägten jedoch so viele unterschiedliche Einflüsse gesellschaftlicher Rahmenbedingungen die Entwicklung der Lebensmittelmärkte. Gesundheit, Globalisierung, Neo-Ökologie sind Mega-Trends, mit denen sich Lebensmittelproduzenten auseinandersetzen müssen, wenn es um die nachhaltige Profilierung ihrer Marken und Produkte im „Vertrauensmarkt Lebensmittel“ geht. Gezielt werden sich die DLG-Lebensmitteltage 2008 deshalb mit folgenden Fragen befassen: Welche Herausforderungen ergeben sich aus den „neuen Verantwortungsprofilen“ für Hersteller von Lebensmitteln? Wie stellen sich Produzenten und der Lebensmitteleinzelhandel darauf ein? Was bedeuten die Verbrauchererwartungen für die Wahrnehmung von Lebensmitteln, für Marketing und für die Kommunikation? Wodurch zeichnen sich erfolgreiche Konzepte aus?

Vertrauensmarkt Lebensmittel im Fokus

Im Rahmen der großen Vortragstagung geben Sigrid Peter-Leipold, geschäftsführende Gesellschafterin der Privatbrauerei Peter KG und der Bionade GmbH (Ostheim/Rhön), und Hans-Jürgen Matern, Leiter Qualitätssicherung der Metro Group AG (Düsseldorf), als Referenten Einblicke in die unternehmerische Praxis, wenn es um die Frage geht, das Thema für den Konsumenten erlebbar in Produkt- und Qualitätskonzepte umzusetzen. „Soziale Verantwortung“ als Grundlage unternehmerischen Erfolgs steht im Mittelpunkt des Vortrags von Gerhard Keller, Personaldirektor der August Storck KG (Halle/Westfalen). Dagmar Freifrau von Cramm schließlich, Fachjournalistin für Ernährung und Ernährungswissenschaften und Mitglied im Präsidium Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) thematisiert in ihrem Vortrag, welche Vorstellungen der Verbraucher hat, wenn es um die Aspekte „Glaubwürdigkeit“ und „Verantwortung“ von Lebensmittelherstellern sowie ihren Produkten geht, und welche Trends und Herausforderungen sich daraus ableiten lassen.

Branchenspezifische Fachforen

Das umfangreiche öffentliche Fachprogramm stellt bereits am Mittwoch, dem 8. Oktober 2008, einen weiteren Schwerpunkt der DLG-Lebensmitteltage dar. Darin werden aktuelle Fragestellungen aus den Perspektiven verschiedener Branchen diskutiert. Für die Foren zu den Bereichen Backwaren, Getränke und Molkereiprodukte, Fleischwaren und Fresh-Convenience konnten namhafte Experten aus den jeweiligen Branchen gewonnen werden. Zum ersten Mal wird die DLG auch ein Forum zum Thema „Food-Kommunikation“ durchführen.

Das vollständige Programm der DLG-Lebensmitteltage 2008 am 8. und 9. Oktober in Frankfurt am Main und Bad Soden können Interessenten bei der DLG, Eschborner Landstraße 122, 60489 Frankfurt am Main, Tel. 069/24788-351, Fax 069/24788-115, E-Mail: food@DLG.org anfordern. Das Programm mit den Anmeldeformularen ist auch im Internet abrufbar unter www.DLG.org/Lebensmitteltage. DLG-Mitglieder haben kostenfreien Eintritt zu dieser Tagung.

Guido Oppenhäuser, Pressereferent, Eschborner Landstr. 122, D-60489 Frankfurt
Tel.: +49 (0) 69 / 24788-213, Fax: +49 (0) 69 / 24788-112,
G.Oppenhaeuser@dlg.org ; <http://www.dlg.org>

23/2008, 18.11.2008

Risikobewertung und Risikokommunikation: Gute Noten für das BfR

Neue BfR-Publikationen über Risikowahrnehmung und Vertrauen in Institutionen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes veröffentlicht

Der gesundheitliche Verbraucherschutz ist nach Ansicht der deutschen Bevölkerung nach wie vor eine zentrale Aufgabe des Staates. Dies ist eines der Ergebnisse der zweiten repräsentativen Befragung der deutschen Bevölkerung zur Bekanntheit des Bundesinstituts für Risikobewertung. Die Umfrage war Bestandteil einer Studie, in der neben gut 1000 repräsentativ ausgewählten Bürgerinnen und Bürgern auch 400 Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft, Verbraucherverbänden und den Medien befragt wurden. „Die Ergebnisse sind positiv“, sagt BfR-Präsident Professor Dr. Dr. Andreas Hensel. „Bei unseren Zielgruppen haben wir unsere Bekanntheit deutlich gesteigert, und auch in der Allgemeinbevölkerung sind wir inzwischen wesentlich bekannter als bei unserer ersten Umfrage vor vier Jahren. Im Übrigen wird unsere Arbeit von Fachleuten wie Laien als gut bewertet.“ Nachholbedarf gibt es allerdings im Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Bei den Medienvertretern sollte sich das Institut noch besser positionieren - als die Institution in Deutschland, die gesundheitliche Risiken bei Lebensmitteln und verbrauchernahen Produkten nach wissenschaftlichen Kriterien beurteilt, unabhängig von politischen und wirtschaftlichen Interessen.

Mit der „Zweitevaluation der Bekanntheit des Bundesinstituts für Risikobewertung“ war die Agentur für Markt- und Sozialforschung „aproxima“ in Weimar beauftragt. Sie befragte im Frühjahr 2008 repräsentativ ausgewählte Bürgerinnen und Bürger sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft, Verbraucherverbänden und Medien zu Institutionen, Aufgaben, Informationsquellen und besonders relevanten Themen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes.

Im ersten Fragenkomplex ging es um die Einstellung der Befragten zum gesundheitlichen Verbraucherschutz. Sowohl die Allgemeinbevölkerung als auch die speziellen Zielgruppen des BfR waren der Meinung, dass der Schutz der Gesundheit eine zentrale Aufgabe des Staates sei. Bei den größten gesundheitlichen Risiken für die eigene Person setzten sie allerdings unterschiedliche Prioritäten. Während die Allgemeinbevölkerung den Bereich Umweltverschmutzung, radioaktive Strahlung und Klimawandel gefolgt von Lebensmitteln und den Kosten und Leistungen im Gesundheitssystem als die drei größten Gesundheitsrisiken ansah, setzten die befragten Fachleute aus den Zielgruppen die ungesunde Lebensweise auf den ersten Platz, gefolgt vom Themenfeld Umweltverschmutzung,



Klimawandel und Strahlung; auf dem dritten Rang lagen die Lebensmittel. Herzkreislauferkrankungen, die heute die häufigste Todesursache in Deutschland sind, verwiesen hingegen beide Gruppen bei der Einstufung der größten gesundheitlichen Risiken auf die hinteren Plätze. Erfragt wurde auch, über welche Quellen sich Bürgerinnen und Bürger sowie Expertinnen und Experten zu Themen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes informieren. Ergebnis: Massenmedien sind die Hauptinformationskanäle beider Gruppen, gefolgt von Fachmedien. Wichtig ist für die Allgemeinbevölkerung auch der Arzt als Informationsvermittler, während für die Fachleute das berufliche Umfeld, Fachverbände und das Internet an dritter Stelle der Informationsquellen stehen. Auch die Bürgerinnen und Bürger und hier insbesondere die jüngeren Menschen informieren sich verstärkt über das Internet zu Fragen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes.

An zentraler Stelle der Umfrage stand der Bekanntheitsgrad des BfR im Vergleich zur Ersterhebung aus dem Jahr 2004. Hier stellte sich heraus, dass das BfR im Vergleich zu 2004 sowohl in der Bevölkerung als auch bei den Zielgruppen deutlich bekannter geworden ist. So kannten knapp 16 Prozent der befragten Bürgerinnen und Bürger den Namen des BfR, und knapp 70 Prozent davon wussten, dass sich das Institut mit Lebensmittelsicherheit und der Risikobewertung von Produkten beschäftigt. Die Vertreterinnen und Vertreter der Zielgruppen kannten das BfR zu 70 Prozent dem Namen nach, und 50 Prozent der Befragten waren mit den Aufgaben des Instituts vertraut. Aus diesem Kreis am besten informiert waren die Vertreterinnen und Vertreter von Wirtschafts- und Verbraucherverbänden, gefolgt von Politik und Wissenschaft. Im Gegensatz zur Befragung von 2004 fühlten sich die Medienvertreter überraschenderweise im Vergleich der Zielgruppen am schlechtesten informiert. Eine weitere wichtige Frage war, wie die Qualität der Arbeit des BfR beurteilt wird. Die Bevölkerung war hier grundsätzlich zufrieden, die Vertreterinnen und Vertreter der Zielgruppen erteilten sogar ein „Gut“, wobei die Politik die Arbeit des Instituts am besten beurteilte. Die „Zweitevaluation der Bekanntheit des Bundesinstitutes für Risikobewertung“ steht auf der Internetseite des BfR zur Verfügung.

Ebenfalls erschienen ist der Tagungsband „Rechtfertigen ‚gefühlte‘ Risiken staatliches Handeln?“, der die Vorträge der Festveranstaltung zum 5-jährigen Jubiläum des BfR umfasst. Neben den rein wissenschaftlichen Erkenntnissen über das Ausmaß eines gesundheitlichen Risikos - so der Tenor der Publikation - sind auch immer die aus wissenschaftlicher Sicht weitgehend unbegründeten, aber dennoch realen Ängste der Bevölkerung zu berücksichtigen. Um unerwünschte Folgen zu vermeiden, ist dementsprechend auch bei „gefühlten“ Risiken staatliches Handeln notwendig. Das heißt allerdings nicht, dass unter dieser Prämisse darauf verzichtet wird, den wissenschaftlichen Standpunkt einem breiten Publikum auf verständliche Weise zu vermitteln und nach wissenschaftlichen Kriterien zu entscheiden. Der Tagungsband kann in der Pressestelle des BfR zum Preis von 10 € angefordert oder kostenlos von der BfR-Internetseite heruntergeladen werden.

ende bfr-p

Dokumente

- [Zweitevaluation der Bekanntheit des Bundesinstitutes für Risikobewertung \(Abschlussbericht vom 10.09.2008\)](#)  1045.2 KB
- [Rechtfertigen „gefühlte“ Risiken staatliches Handeln? \(Tagungsband zur Festveranstaltung zum 5-jährigen Bestehen des BfR vom 07.11.2007\)](#)  2262.4 KB

28/2008, 17.12.2008

Theorie und Praxis der Risikokommunikation

Erstes BfR-Symposium Risikokommunikation in Berlin

Das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) hat den gesetzlichen Auftrag zur Risikokommunikation. Nach sechs Jahren, die das BfR mittlerweile besteht, nimmt es in diesem Bereich eine anerkannte Vorreiterrolle ein. Auf dem ersten BfR-Symposium Risikokommunikation in Berlin stellte die gleichnamige Abteilung die Ergebnisse ihrer wissenschaftlichen Arbeit der interessierten Fachöffentlichkeit vor und diskutierte mit Experten Anspruch und Wirklichkeit von Kommunikation, Evaluation und Partizipation. „Unsere Forschungsprojekte zeigen, dass die Art und Weise, wie Verbraucherinnen und Verbraucher Risiken wahrnehmen, Berücksichtigung finden muss, um Risiken effektiv zu kommunizieren“, sagt BfR-Präsident Professor Dr. Dr. Andreas Hensel. Als erfolgreiches bürgernahes Dialogverfahren wurde unter anderem das Instrument der Verbraucherkonferenz eingesetzt. Bewährt hat sich ebenfalls die regelmäßige Evaluation der Wirksamkeit der geleisteten Risikokommunikationsmaßnahmen.

Das erste BfR-Symposium Risikokommunikation knüpfte an aktuelle wissenschaftliche Diskussionen aus Psychologie, Soziologie und Kommunikationswissenschaften zu Risikowahrnehmung, Risikoeinschätzung und Risikokommunikation an. Rund 90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Verwaltung diskutierten etwaige Folgen für die Praxis der Risikokommunikation.

Da Verbraucherinnen und Verbraucher höchst unterschiedlich sind, haben sie auch unterschiedliche Ansprüche an Risikokommunikation. Die Kommunikation über Risiken muss demnach zielgruppenspezifisch erfolgen. Erfolgreiche Risikokommunikation kann auch Verhaltensänderungen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern bewirken. So zeigte eine BfR-Studie über das Verbraucherverhalten bezüglich Acrylamid in Lebensmitteln, dass sich die Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher gut über das Risiko durch Acrylamid informiert fühlt und immerhin etwa 30% ihre Verzehrsgewohnheiten aufgrund der diesbezüglichen Empfehlungen geändert haben.


Verbraucherinnen und Verbraucher beziehen ihre Informationen zu Lebensmittel- und Produktrisiken hauptsächlich aus den Massenmedien. Folglich beeinflusst die Darstellung dieser Risiken in den Medien ihre Risikowahrnehmung. Verbraucherinnen und Verbraucher nehmen beispielsweise Nanotechnologie überwiegend positiv wahr und versprechen sich davon Vorteile im Alltag und in der medizinischen Versorgung. Dies kann unter anderem auch dadurch beeinflusst sein, dass führende deutsche Tages- und Wochenzeitungen positiv über Nanotechnologie berichten und sich bislang hauptsächlich mit diesbezüglichen wissenschaftlichen Erkenntnissen befassen.

Als geeignetes Verfahren, mögliche Risiken neuer Technologien nicht nur unter Experten, sondern auch mit Verbraucherinnen und Verbrauchern zu diskutieren, hat sich für das BfR im Falle der Nanotechnologie die Verbraucherkonferenz erwiesen. Gleichwohl eignet sich dieses Instrument nicht für jedes Thema. Welches dialogische Verfahren das Mittel der Wahl ist, muss jeweils anhand der Thematik und ihres gesellschaftspolitischen Konfliktpotentials entschieden werden.

Solche partizipativen Dialogverfahren werden für das BfR auch künftig ein wichtiges Instrument der Risikokommunikation sein. Ziel ist ein Herstellen von Öffentlichkeit, gegenseitige Toleranz von möglicherweise konträren Standpunkten sowie öffentliches Vertrauen in gesellschaftspolitische Entscheidungen. Hierbei werden auch künftig alle jeweils beteiligten Interessengruppen aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik, Nichtregierungsorganisationen, Verbänden, öffentlichen Institutionen und der Verbraucherschaft aktiv eingebunden.

ende bfr-p

Dokumente

- [Evaluation, Kommunikation, Partizipation](#)  134.2 KB
- [Evaluation, Kommunikation, Partizipation - Die Bildergalerie](#)
- [Übersicht aller Präsentationen zum Ersten BfR-Symposium Risikokommunikation](#)

<http://www.bfr.bund.de/cd/27450>