

Von Helden und Kaffeebohnen - Prof. Daniel Fischer forscht über Storytelling in der Nachhaltigkeitskommunikation

11.09.2017 Das Thema Nachhaltigkeit geht alle etwas an, erreicht aber noch zu wenige. Komplexe Zusammenhänge und verschiedene wissenschaftliche Zugänge machen die Inhalte oft schwer zugänglich. Daniel Fischer, Juniorprofessor für Nachhaltigkeitswissenschaft, will herausfinden, inwieweit gut erzählte Geschichten zum Thema Nachhaltigkeit zu mehr Aufmerksamkeit führen können.



Prof. Daniel Fischer trinkt gerne Kaffee. Der gebürtige Rheinländer weiß sehr genau, warum er und seine Kollegen vom Institut für Umweltkommunikation Bohnen direkt von einer Kooperative aus Lateinamerika beziehen: Sie sind in vielerlei Hinsicht nachhaltig - in Bezug auf den Anbau, den Handel, die Arbeitsbedingungen. „Gerade für Menschen, die Nachhaltigkeitsthemen reserviert gegenüberstehen, sind diese Aspekte aber relativ abstrakt“, sagt Fischer, „oft fehlt auch das Interesse.“ Denn nachhaltige Zusammenhänge sind häufig komplex, einfache Lösungen nicht verfügbar.

Für den Nachhaltigkeitswissenschaftler bietet sich aus diesem Grund eine andere Herangehensweise an: der erzählerische Blick auf die Probleme aus der Perspektive einer konkreten Person. „Beim Storytelling geht es immer um Helden, die man aufbaut. Sie stehen vor einem Problem, kommen aber am Ende zu einer Lösung“, erklärt der 37-Jährige. Beim Thema Kaffeeproduktion könnte im Zentrum der Geschichte ein Kleinbauer stehen, der Bohnen auf Monokulturbasis anbaut, wenig Geld bekommt, krank wird, dann aber auf ein anderes Modell setzt. Das wiederum

beinhaltet umweltschonende Anbaumethoden, bessere Erträge, eine gute Gesundheitsversorgung der Erntehelfer und damit einen zufriedenen Kaffeefarmer. „Diese Geschichte transportiert viel mehr“, findet Fischer, „sie führt zu einer intensiveren Auseinandersetzung, als die bloße Wiedergabe von Fakten oder eine Belehrung.“

Das weite Ziel: der aufgeklärte Konsument

Diese Form der Informationsvermittlung ist nicht neu. Storytelling wird derzeit in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen intensiv diskutiert und genutzt. „Es gibt aber bislang erstaunlich wenige Ansätze, das Thema Storytelling systematisch mit Fragen der Nachhaltigkeitskommunikation zu verknüpfen“, betont Daniel Fischer. Es fehlten zum Beispiel wissenschaftliche Befunde darüber, welche Wirkung das Geschichten-Erzählen tatsächlich hat. Genau das aber erforscht der Universitätsprofessor seit kurzem, das Forschungsprojekt „Storytelling in der Nachhaltigkeitskommunikation“ ist gerade erst von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt genehmigt worden. „Wir haben vor allem jungen Menschen im Alter zwischen 18 und 22 Jahren mit akademischem und nicht-akademischem Hintergrund im Fokus“, beschreibt Fischer, dabei gehe es auch um das Thema Aufmerksamkeit. Hinweise, dass das Erzählen einer Geschichte mehr Beachtung findet, liegen vor - ein Potential, das der Wissenschaftler nutzen möchte. „Wir werden Proband_innen narrative und nicht-narrative Texte vorlegen, um zu schauen, was die Darbietungsform etwa in Bezug auf die Aufmerksamkeit verändert.“ Aber auch mögliche Gefahren will das Team um Professor Fischer in den Blick nehmen. Geschichten neigen dazu, komplexe Inhalte zu vereinfachen. Deshalb sei es nötig zu verstehen, inwiefern Storytelling auch Fehlvorstellungen befördern können, erklärt Fischer.

Spannend findet er in dem Forschungsprojekt vor allem den transdisziplinären Ansatz. Denn das Projekt schließt verschiedene Perspektiven und Beteiligte ein. „Wir schauen nicht allein auf die bereits vorhandenen Kenntnisse aus der Forschung, sondern sprechen auch mit Praktiker_innen“, veranschaulicht Fischer. „Was können zum Beispiel Journalist_innen dazu sagen, inwiefern sie mit Storytelling die Aufmerksamkeit ihrer Leser_innen gewinnen? Welche Wirkerfahrung haben sie mit dem Erzählansatz gemacht?“ Es gehe in dem Forschungsprojekt darum, mit einer sinnvollen Kommunikationsform verschiedenen Zielgruppen zu erreichen, erläutert der Uniprofessor und erinnert daran: „Die Wissenschaft steht in postfaktischen Zeiten unter Druck.“

Das Thema der Forschungsarbeit ist Daniel Fischer ein persönliches Anliegen, die Möglichkeit, genau diesen Schwerpunkt zu wählen, verdanke er der Leuphana, sagt er: „Wenn ich mit Kollegen an anderen Universitäten vergleiche, habe ich hier viel Freiraum, zur Nachhaltigkeitskommunikation aus vielen Perspektiven zu forschen und zu lehren.“ Gerade in Bezug auf Inter- und Transdisziplinarität sei die Lüneburger Universität sehr weit vorne. Eine fortschrittliche Ausrichtung, die leider aber noch nicht überall Akzeptanz finde, bedauert der Wissenschaftler. „Auch wenn sich die

Förderlandschaft allmählich verändert, ist es gerade für uns Nachhaltigkeitswissenschaftler, die wir stark transdisziplinär arbeiten, nicht immer leicht, für diese Forschungsansätze Gelder zu akquirieren.“ Mit der Förderung seines aktuellen Forschungsprojekts verbindet Daniel Fischer die Hoffnung, mehr Menschen bei wichtigen Nachhaltigkeitsthemen erreichen und einbinden zu können. „Möglicherweise gelingt es, über das Geschichten-Erzählen das Bewusstsein zu schaffen, dass man als Bürger_in mitgestalten kann und muss“, überlegt er. Und vielleicht beginnen wissenschaftliche Meldungen über unmündige Konsument_innen in nicht allzu ferner Zukunft mit: „Es waren einmal...“

Mehr Informationen

- Homepage Prof. Daniel Fischer
- Forschungsthemen
- Arbeitsgruppe Nachhaltiger Konsum

Kontakt

Prof. Dr. Daniel Fischer

Universitätsallee 1, C40.216
21335 Lüneburg
Fon +49.4131.677-2927
Fax +49.4131.677-2819
daniel.fischer@leuphana.de

Autorin: Urte Modlich, Universitätskommunikation. Neuigkeiten aus der Universität und rund um Forschung, Lehre und Studium können an news@leuphana.de geschickt werden.

Datum: 11.09.2017

Kategorien: 1_Meldungen_Forschung, Fak_Nachhaltig_Meldungen, Nachhaltig_Meldungen, INFU_Meldungen

Autor: Urte Modlich

E-Mail: urte.modlich@leuphana.de

