

Bezeichnung: Umfrage zum Klimawandel in West Sussex

Stichwörter: Sensibilisierung; Sprache; Qualität; Quantität; Repräsentation

Zielgruppe: Kommunikationsmitarbeiter; Projekte zum Klimawandel

Empfehlungen aus der ESPACE-Strategie, auf die der Leitfaden sich bezieht:	1.	2.	3.X	4.	5.	6.	7.
	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.

Inhalte der Strategieempfehlungen, die der Leitfaden aufgreift:

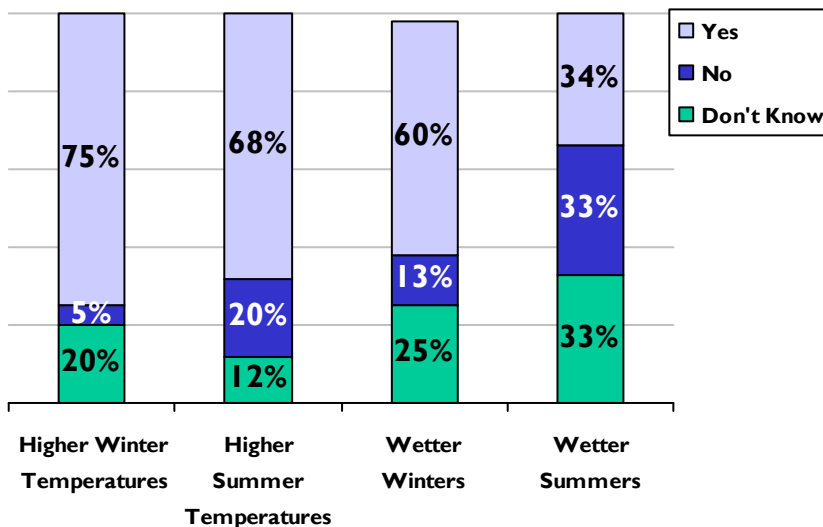
3. Bei jeder Sensibilisierungskampagne ist es wichtig, zunächst den aktuellen Wissensstand in der Bevölkerung zu ermitteln. Anhand dieses Bezugswerts kann später beurteilt werden, ob die Kampagne erfolgreich war.

Überblick:

Im Rahmen der Umfrage sollte ermittelt werden, wie stark das Bewusstsein für die Folgen des Klimawandels in der Bevölkerung ist. In der ersten qualitativen Phase ging es darum, zu ermitteln, welche Begriffe im Zusammenhang mit dem Thema verwendet und verstanden werden. Die Ergebnisse dieser Phase dienen als Input für alle weiteren Sensibilisierungsmaßnahmen. Die Wiederholung dieses Prozesses in Belgien erlaubt auch eine transnationale Sicht auf die Thematik.

Foto/Abbildung/Karte:

Im Rahmen der Umfrage zum Klimawandel wurde untersucht, wie groß der Anteil der Bevölkerung ist, der in den letzten 10 Jahren eine Veränderung der Temperaturen und Niederschläge wahrgenommen hat.



Beschreibung:

Offt erschwert der Gebrauch verwirrender Fachbegriffe eine effektive Kommunikationsarbeit. Wer eine Sensibilisierungskampagne erfolgreich durchführen möchte, muss sich früh damit befassen, welche Sprache er verwenden will. Im Rahmen des Projekts wurde ein Marktforschungsbüro damit beauftragt, eine Reihe qualitativer Gesprächsrunden und detaillierter Interviews durchzuführen. An den Gruppengesprächen nahmen verschiedene Personen aus unterschiedlichen Bereichen der Gesellschaft teil. Ziel dieser qualitativen Phase war es:

- Einblicke in die Problematik im Zusammenhang mit dem Begriff „Klimawandel“ und diesem Phänomen zu gewinnen;
- Leitlinien für die quantitative Phase der Studie zu formulieren; Empfehlungen für Art und Inhalt der Fragestellungen in den Befragungen zu erarbeiten;
- In Belgien wurde derselbe Ansatz gewählt, wobei hier leichte Unterschiede in Bezug auf das Verständnis der verwendeten Begriffe zu beobachten waren. Diese transnationalen Unterschiede sollten weiter untersucht werden.

Anhand der Ergebnisse dieser ersten Gesprächsrunden wurden die quantitative Phase der Studie und die zu ergreifenden Sensibilisierungsmaßnahmen entwickelt.

Sind die Verständigungsschwierigkeiten aus dem Wege geräumt, muss ermittelt werden, wie die breite Öffentlichkeit über das Thema denkt. Hierzu ist eine quantitative Umfrage durchzuführen. Diese sollte möglichst weitgehend auf den Ergebnissen der qualitativen Phase aufbauen. Wenn in der Umfrage Begriffe verwendet werden, die allgemein verstanden werden, ist mit wesentlich zuverlässigeren Umfrageergebnissen in der qualitativen Phase zu rechnen. Logistisch betrachtet bildet die quantitative Phase das Rückgrat der Studie. Es wurden zwei umfangreiche Umfragen unter rund 1.500 Anwohnern durchgeführt (meist persönliche Gespräche, teilweise telefonische Befragungen). Die erste Umfrage wurde im Mai 2004 durchgeführt, die zweite im Spätsommer 2006. Letztere beschränkte sich auf persönliche Gespräche, da diese Art der Kommunikation wesentlich zuverlässigere Ergebnisse liefert. Angesichts der Zahl der befragten Personen gelten die Ergebnisse als statistisch relevant.

Bei der Auswahl der Orte, in denen die Umfragen durchgeführt wurden, wurde mit einer städtischen und einer ländlichen Region, einer Küsten- und einer Wirtschaftsregion auf eine ausgewogene geographische Streuung geachtet. Zudem anhand von Faktoren wie Alter, Geschlecht, sozialwirtschaftliche Situation, Erwerbsfähigkeit, Beschäftigung usw. die Unterschiede in Bezug auf die Wahrnehmung, das Risikobewusstsein und die Haltung innerhalb der verschiedenen gesellschaftlichen Bereiche des County hervorgehoben. So konnten Wissenslücken aufgezeigt und Ansatzpunkte für die Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Klimawandel identifiziert werden.

Weitere Informationen

In englischer Sprache.

Ergebnisse der WSCC Community Awareness Survey. 2004.

Ergebnisse der WSCC Community Awareness Survey. 2007.

Präsentation von Umfrageergebnissen einschl. Analyse, 2007.