

Infopaket 5

Verbraucher und Öffentlichkeit

Informationsblatt 5.3 – Öffentliche Wahrnehmung und Verbraucherakzeptanz von landwirtschaftlichen Produkten, die mit wiederaufbereitetem Wasser bewässert werden



SUWANU EUROPE ist ein H2020- Projekt zur Förderung des effektiven Austauschs von Wissen, Erfahrung und Kompetenzen zwischen Praktikern und relevanten Akteuren im Bereich der Nutzung von aufbereitetem Wasser in der Landwirtschaft. Dieses Informationsblatt ist Teil von insgesamt 5 Informationsblättern im Infopaket 5, das sich an Verbraucher und die allgemeine Öffentlichkeit richtet und das sich auf die Relevanz der öffentlichen Wahrnehmung bei der Nutzung von wiederaufbereitetem Wasser in der Landwirtschaft konzentriert. Es werden die Hauptfaktoren analysiert, die diese beeinflussen, sowie die Strategien zur Öffentlichkeitsarbeit, die implementiert werden können, um eine positive Resonanz auf diese Art von Projekten zu erzielen.

1. Einleitung

Wiederaufbereitetes Wasser wurde in den letzten 50 Jahren weltweit für verschiedene Zwecke verwendet, von Brauchwasser bis Trinkwasser. Die Erfahrung dieser Projekte zeigt, dass die öffentliche Akzeptanz ein Schlüsselement ist, um den Erfolg der Initiativen zu gewährleisten. Außerdem haben viele gescheiterte Projekte gezeigt, dass eine negative öffentliche Wahrnehmung ein technisch gut entwickeltes Projekt vereiteln kann. Daher stellt dieses Informationsblatt die wichtigsten Elemente vor, die mit der Akzeptanz der Öffentlichkeit für die Wiederverwendung von Wasser in der Landwirtschaft verbunden sind und gibt nützliche Tipps, um eine positive Beziehung zur Öffentlichkeit aufzubauen.

2. Faktoren, die die öffentliche Wahrnehmung beeinflussen

Die vorhandene Forschung liefert ein allgemeines Bild der Schlüsselemente, die an der öffentlichen Wahrnehmung beteiligt sind. Sie sind miteinander verknüpft und können in jedem Kontext erheblich variieren. Die folgende Tabelle fasst die wichtigsten Faktoren zusammen.

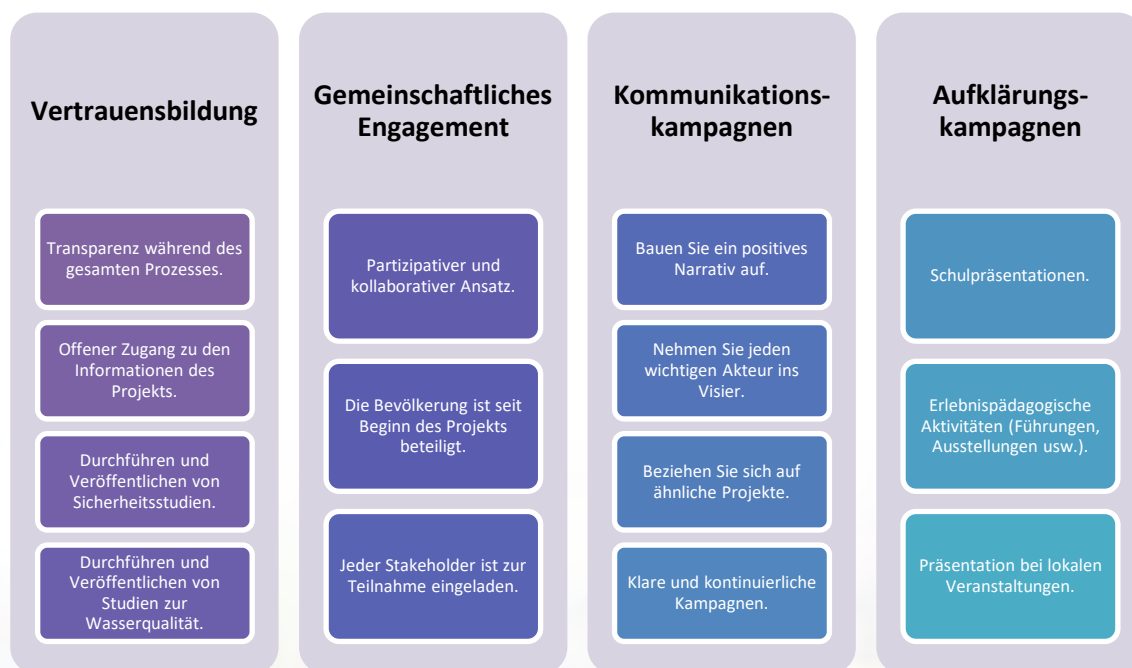
| Faktor | Eigenschaften | Antwort der politischen Entscheidungsträger |
|-----------------------------------|---|--|
| Ekelfaktor | Psychologische Barriere, die durch die Abstoßung / Ekelgefühle im Zusammenhang mit der Quelle des Wassers entsteht. Schwierigkeit, die Quelle (aufbereitetes Abwasser) vom Endprodukt (wiedergewonnenes Wasser) zu trennen. | Erstellen Sie eine positive Darstellung, vermeiden Sie den Hinweis auf Abwasser. |
| Risiko-bedenken | Bedenken hinsichtlich der öffentlichen Gesundheit, insbesondere bei von Kindern verzehrten Pflanzen, die mit aufbereitetem Wasser bewässert werden. Angst vor möglichen langfristig unbekanntem Auswirkungen. | Durchführung von Sicherheitsstudien über wiederaufbereitetes Wasser mit renommierten und anerkannten Organisationen (wissenschaftliche Einrichtungen, Universitäten, usw.) |
| Quelle und Qualität des Wassers | Misstrauen gegenüber aufbereitetem Wasser aufgrund des Mangels an Wissen und Kontrolle über die Quelle und die Qualität des Wassers. | Erläutern Sie die Kriterien und die Methodik zur Messung der Wasserqualität und erklären Sie den Prozess der Wasserrückgewinnung. |
| Auswirkungen auf essbare Pflanzen | Bessere Reaktion auf Pflanzen, die nicht für den menschlichen Verzehr bestimmt sind. Die Art der vor dem Verzehr erforderlichen Verarbeitung – Kochen, Schälen usw. – beeinflusst die Akzeptanz. | Durchführung von Sicherheitsstudien über Pflanzen, die mit wiederaufbereitetem Wasser bewässert werden, mit anerkannten Organisationen. |
| Vertrauen in öffentliche Stellen | Die Öffentlichkeit ist eher bereit, eine Wiederverwendung zu akzeptieren, wenn die verantwortlichen Institutionen vertrauenswürdig, verantwortungsbewusst und um das Gemeinwohl besorgt sind. | Stellen Sie die Transparenz und Fairness der Wiederverwendungsprojekte sicher. Bauen Sie Allianzen mit den wichtigsten Stakeholdern auf. |
| Wasserknappheit | Gebiete, die mit Wasserknappheit konfrontiert sind, sind offener für die Wiederverwendung von Wasser, vor allem wenn bereits ein soziales Bewusstsein vorhanden ist. | Schärfen Sie das Bewusstsein für Wasserknappheit und die Vorteile nicht-konventioneller Quellen. |
| Wasserkosten | Die Öffentlichkeit hat die Erwartung, weniger zu bezahlen, weil das Wasser als von geringerer Qualität angesehen wird. | Analysieren Sie die Marktfähigkeit des Ernteguts und arbeiten Sie mit den Erzeugern zusammen, um deren Engagement sicherzustellen. |

Eine große Anzahl von Studien konzentriert sich auf demografische Merkmale, jedoch konnte die Variabilität der Ergebnisse die öffentliche Akzeptanz nicht auf ein bestimmtes demografisches Kriterium zurückführen. Ein ähnliches Ergebnis wurde bei der Untersuchung der Umwelteinstellungen erzielt, bei der ein hohes Umweltbewusstsein keine positive Einstellung gegenüber der Verwendung von wiederaufbereitetem Wasser implizierte.

Darüber hinaus zeigt die Literatur den Mangel an eingehender Forschung zu den Faktoren, die die öffentliche Wahrnehmung beeinflussen, angesichts der Bedeutung der öffentlichen Akzeptanz für den Erfolg von Wasserwiederverwendungsprojekten.

3. Strategien zur Öffentlichkeitsarbeit

Die Auswertung vergangener erfolgreicher und gescheiterter Rückgewinnungsprojekte gibt Aufschluss über die wichtigsten Punkte, die berücksichtigt werden müssen, um das Vertrauen und die Unterstützung der Öffentlichkeit zu gewinnen. Die folgende Abbildung zeigt die Richtlinien für den Aufbau einer starken Strategie zur Einbeziehung der Öffentlichkeit.



Da jede Region und jeder Kontext anders ist, muss die Strategie die Besonderheiten der betroffenen Gemeinschaft und die Charakteristika des Rückgewinnungsprojekts berücksichtigen. Der Schlüssel zu diesen Richtlinien ist das Verständnis, dass die Öffentlichkeitsarbeit einen mehrdimensionalen und partizipativen Ansatz erfordert, um eine fruchtbare und dauerhafte Beziehung zwischen der Gemeinschaft, den Behörden und den am Rückgewinnungsprojekt beteiligten Stakeholdern zu erreichen.

Referenz/weitere Lektüre

Fielding, Kelly S.; Dolnicar, Sara; Schultz, Tracy (2018) "Public acceptance of recycled water", *International Journal of Water resources development*, DOI: 10.1080/07900627.2017.1419125.

Kemp, B.; Randle, M.J.; Hurlimann, A.; Dolnicar, S. (2012) "Community acceptance of recycled water - can we inoculate the public against scare campaigns?" *Journal of Public Affairs*, 12(4). Pp. 337-346.

Murni Po, J.; Kaeerecher, D.; Nancarrow, B.E. "Literature review of factors influencing public perceptions of water reuse" *CSIRO Land and Water*, Technical Report 54/03, December 2003.

Smith, H.M.; Brouwe, S.; Jeffrey, P.; Frijns, J. "Public responses to water reuse - understanding the evidence", *Journal of Environmental Management*, V 207, 1 February 2018, pp. 43 - 50.

KONTAKT:

Koordinator

Rafael Casielles (BIOAZUL SL)

Avenida Manuel Agustin Heredia nº18 1ª4 Málaga (SPAIN)

Mail | info@suwanu-europe.eu Website | www.suwanu-europe.eu

KONTAKT:

Verantwortlich für das Informationsblatt

Xana Rodríguez (CECU)

Calle Mayor nº 45, 2º, 28013, Madrid.

Mail | xana.rodriguez@cecu.es Website | www.suwanu-europe.eu



THIS PROJECT HAS RECEIVED FUNDING FROM
THE EUROPEAN UNION' HORIZON 2020 RESEARCH
AND INNOVATION PROGRAMME
UNDER GRANT AGREEMENT N. 818088

