

Bericht zur Kommunikationsstrategie der Schweizer Kryosphärenmessnetze

*Erstellt durch die Universität Freiburg im Rahmen des GCOS Schweiz Kurzprojekts
„Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze“*

Andreas Linsbauer und Martin Hoelzle

GCOS Schweiz Kurzprojekts „Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze“

Die Universität Freiburg wurde durch die MeteoSchweiz im Rahmen von GCOS Schweiz mit der Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze betraut. Die Aufgaben der UniFR umfassen:

- Koordination aller vorbereitenden Arbeiten und Durchführung von zwei eintägigen Workshops mit Fachleuten der Domäne Kryosphäre (PERMOS, GLAMOS, Schneemonitoring) und Kommunikationsexperten der involvierten Institutionen) zwecks Diskussion einer gemeinsamen Kommunikationsstrategie der Kryosphärenmessnetze.
- Erarbeitung einer ersten, übergeordneten Kommunikationsstrategie für die Domäne „Kryosphäre“ basierend auf den Resultaten der Workshops, inkl. Empfehlungen, wie die Erkenntnisse der Workshops auf andere Domänen der Schweizer Klimabeobachtung übertragen werden können.
- Präsentation der Ergebnisse im Rahmen eines EKK-Meetings.
- Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit der MeteoSchweiz im Rahmen von GCOS Schweiz (im Rahmen des Projekts erarbeitete Graphiken und Texte dürfen verwendet werden).

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	3
2	Akteure und Rollen.....	4
2.1	Die einzelnen Kryosphären-Messnetze und ihre ausführenden Institutionen	4
2.2	Geldgeber	5
3	Bisherige Kommunikation	5
3.1	Probleme und Defizite der bisherigen Kommunikation.....	6
4	Elemente einer zukünftigen Kommunikationsstrategie.....	6
4.1	Zielgruppen/Adressaten der Kommunikation.....	7
4.2	Zweck und Absichten der Kommunikation	7
4.3	Kommunikationskanäle.....	7
4.4	Zuständigkeit, Verantwortlichkeit.....	8
5	Zusammenfassung der Erkenntnisse aus den Workshops.....	8
6	Fragebogen zu den Erkenntnissen aus den Workshops zwecks Diskussion der Projekt-Resultate an der EKK-Sitzung vom 8.11.2018	9
6.1	Auswertung und Diskussion der eingegangene Fragebogen	9
6.2	Zusammenfassung der Diskussion an der EKK-Sitzung	13
7	Schlussfolgerungen.....	14
7.1	Zusätzlicher Kommunikationsexpertin/Kommunikationsexperte	15
8	Empfehlungen für andere Domänen der Schweizer Klimabeobachtung.....	16
9	Anhänge.....	17
9.1	Anhang A:	17
9.2	Anhang B:	22
9.3	Anhang C:	28

Autoren: *Dr. Andreas Linsbauer* *Prof. Dr. Martin Hoelzle*
Departement Geowissenschaften, Gruppe Alpine Cryosphere & Geomorphology,
Université de Fribourg / Universität Freiburg
Chemin du Musée 4
1700 Fribourg
Tel: 026 300 90 32 *Tel: 026 300 90 22*
E-Mail: andreas.linsbauer@unifr.ch *E-Mail: martin.hoelzle@unifr.ch*

1 Einleitung

Die Expertenkommission für Kryosphärenmessnetze (EKK) hat die Aufgabe, die Veränderungen der alpinen Kryosphäre zu beobachten. Zudem ist sie für die Koordination der dafür errichteten langfristigen, nationalen Messnetze verantwortlich. Das integrale Schweizer Kryosphärenbeobachtungsnetz umfasst die Bereiche Schnee, Gletscher und Permafrost.

Schnee und Eis stellen elementare Umweltfaktoren für den Menschen (Klima, Wasserhaushalt, Naturgefahren, Bildung und Erziehung, Wirtschaft, etc.) dar. Deshalb ist die Beobachtung der alpinen Kryosphäre heute eine wichtige Komponente im gesamten Monitoring von bedeutenden klimabezogenen Faktoren. Die Elemente der Kryosphäre reagieren bekanntlich sehr sensibel auf steigende Temperaturen, werden daher häufig als Schlüsselemente in der Klimawandel-Debatte verwendet und gehören bei der globalen Klimabeobachtung zu den essentiellen Klimavariablen (ECVs). Das Interesse an den Daten der Kryosphärenmessnetze ist kontinuierlich gestiegen und der Bedarf diese zu erklären und korrekt in den Kontext zu setzen ist gross.

Die EKK koordiniert die Dokumentation und die wissenschaftliche Bearbeitung der erhobenen Daten. Neben der Bereitstellung zuverlässiger Daten für die Wissenschaft, liefert sie auch aufgearbeitete Informationen für Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit. Die erhobenen Daten sind von zentraler Bedeutung, welche für die Früherkennung möglicher Veränderungen im alpinen Raum genutzt werden können.

Die langfristige finanzielle Unterstützung für die Messreihen ist durch das Bundesamt für Umwelt (BAFU), das Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie MeteoSchweiz im Rahmen von GCOS Schweiz und die Schweizerische Akademie der Naturwissenschaften (SCNAT) sichergestellt. Die Messdaten zu Schnee, Gletscher und Permafrost werden durch das Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie (MeteoSchweiz), das Departement für Geowissenschaften, Universität Freiburg (UniFR), das Geographisches Institut, Universität Zürich (UZH), das Institut des dynamiques de la surface terrestre, Université de Lausanne (UniL), das Istituto scienze della Terra, Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI), die Meteodat GmbH, die Versuchsanstalt für Wasserbau, Hydrologie und Glaziologie (ETHZ) und das WSL-Institut für Schnee- und Lawinenforschung (SLF) erhoben.

An der Schweizer Kryosphärenbeobachtung sind sehr viele verschiedene Akteure und Institutionen beteiligt, welche verschiedene Interessen und Ziele verfolgen und eigenen Kommunikationsstrategien und –muster folgen. Der Austausch zwischen den Akteuren und Exponenten innerhalb der Kryosphärenbeobachtung ist freundschaftlich und sporadisch. Es fehlt aber eine gemeinsame Strategie und Koordination der Kommunikation an die Öffentlichkeit.

Die involvierten Partner der Kryosphärenmessnetze der Schweiz entwickeln deshalb ein gemeinsames Kommunikationskonzept. Das Ziel ist eine Festlegung der Strategie und die Koordination der Kommunikation unter dem Einsatz von verschiedenen Kommunikationskanälen. Dabei sollen die Leitprinzipien und wesentlichen Adressaten und Kanäle der Kommunikation sowie die Zuständigkeiten geregelt und in einem Grobkonzept festgehalten werden. Es sollen vor allem ergänzende Massnahmen zur bisherigen Kommunikation genannt und erarbeitet werden.

2 Akteure und Rollen

2.1 Die einzelnen Kryosphären-Messnetze und ihre ausführenden Institutionen

Die Kryosphärenbeobachtung ist in drei Domänen unterteilt, in welchen für die jeweilige Messgrösse die Daten gesammelt, archiviert und verwaltet werden:

- Schnee: Schneemessstationen Meteodat, MeteoSchweiz und SLF
- Gletscher: GLAMOS - Swiss Glacier Monitoring Network
- Permafrost: PERMOS - Swiss Permafrost Monitoring Network

Zurzeit bestehen verschiedene Datenarchive mit unterschiedlich langen Messreihen, welche im Rahmen der langfristigen Beobachtung der Kryosphäre in der Schweiz durch die verschiedenen Schneemessungen und die Messprogramme von GLAMOS und PERMOS über mehrere Jahre aufgenommen wurden. Entsprechend der historischen Entwicklung der einzelnen Messprogramme, sind diese Datenbanken pro Messnetz an einer Institution angesiedelt.

Schneemonitoring Schweiz

MeteoSchweiz und SLF betreiben und betreuen gemeinsam ein Netz von Schneemessstationen. Dazu gehören auch rund 70 klimatologisch schützenswerte Messreihen. Die Kommunikation zu Schnee beruht auf allen langjährigen Schneedatenreihen. Meteo-Schweiz ist eher an Schnee im Flachland und Schnee als ein meteorologisches Element unter vielen interessiert, das SLF eher an Schnee in den Alpen und Schnee als Faktor für Lawinen, Gletscher und Permafrost. Es herrscht eine gute Zusammenarbeit und Wissensaustausch zwischen MeteoSchweiz und SLF. Die Meteodat GmbH ist für die langjährige Schneemessreihe (Wasseräquivalent) Wägital verantwortlich. Die Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten sind mehr oder weniger klar geregelt. Die Institute der Schneebeobachtung sind:

- Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie MeteoSchweiz
- WSL-Institut für Schnee-und Lawinenforschung Davos SLF
- Meteodat GmbH

PERMOS

PERMOS hat die Aufgabe, den Zustand und die Veränderungen des Gebirgspermafrosts in der Schweiz langfristig zu dokumentieren. Das PERMOS-Messnetz wird vom PERMOS Office, das an der UniFR angesiedelt ist, koordiniert und vom PERMOS Steering Committee gesteuert. Die Messstrategie und -resultate werden im PERMOS Scientific Committee erarbeitet. Sechs universitäre Institutionen, die PERMOS Partnerinstitutionen, sind für die Datenerfassung und die Standortwartung verantwortlich und betreiben zusammen das PERMOS-Messnetz. Das Datenmanagement und die Berichterstattung sind Aufgabe des PERMOS Office. Die PERMOS Partnerinstitutionen in alphabetischer Reihenfolge:

- Departement für Geowissenschaften, Universität Freiburg (UniFR)
- Geographisches Institut, Universität Zürich (UZH)
- Institut des dynamiques de la surface terrestre, Université de Lausanne (Unil)
- Istituto scienze della Terra, Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana (SUPSI)
- Versuchsanstalt für Wasserbau, Hydrologie und Glaziologie (ETHZ)
- WSL-Institut für Schnee-und Lawinenforschung Davos (SLF)

GLAMOS

GLAMOS bezweckt die langfristige Dokumentation der Veränderungen der Schweizer Gletscher. Dabei liegt der Schwerpunkt in der Erhebung und der Bereitstellung einer repräsentativen Datengrundlage für vielseitige Bedürfnisse. Das GLAMOS-Messnetz wird vom GLAMOS-Office, das an der ETHZ angesiedelt ist, koordiniert und vom GLAMOS Steering Committee gesteuert. Die drei universitären

Institutionen (UniFr, UZH und ETH Zürich), sind für den Betrieb des GLAMOS-Office, für die Datenerfassung und –verarbeitung, die Messstandorte und das Reporting verantwortlich und betreiben zusammen das GLAMOS-Messnetz:

- Departement für Geowissenschaften, Universität Freiburg (UniFR)
- Geographisches Institut, Universität Zürich (UZH)
- Versuchsanstalt für Wasserbau, Hydrologie und Glaziologie (ETHZ)

EKK

Die Schweizer Schneemessungen, PERMOS und GLAMOS bilden zusammen das Schweizer Kryosphärenmessnetz, das durch die EKK koordiniert wird. MeteoSchweiz im Rahmen von GCOS Schweiz unterstützt das klimatologische Monitoring in Fällen, in welchen die langfristige Weiterführung von klimatologisch relevanten Messreihen nicht durch einen gesetzlichen Auftrag gesichert ist und keine andere Finanzierungsmöglichkeit besteht.

2.2 Geldgeber

Die langfristige Finanzierung eines Teils der Messreihen ist durch die folgenden drei Partner sichergestellt:

- Bundesamt für Umwelt (BAFU)
- MeteoSchweiz im Rahmen von GCOS Schweiz
- Schweizerischen Akademie der Naturwissenschaften (SCNAT)

3 Bisherige Kommunikation

Die bisherige Kommunikation der Kryosphärenmessnetze ist im Kommunikations-Jahresplan der Kryosphärenmessnetze zusammengefasst (siehe Abb. 1). Dieser Plan zeigt die eingesetzten Kommunikationskanäle und die zeitliche Komponente der Kommunikation. Bis anhin wurden vor allem klassische Formate der Kommunikation (Berichte, Publikationen, Medienmitteilungen, Webseiten) benutzt. Diese etablierte Kommunikation ist zielgerichtet und effektiv in Anbetracht der eingesetzten Ressourcen (Personal, Kommunikations-Knowhow, Art der Kommunikation).

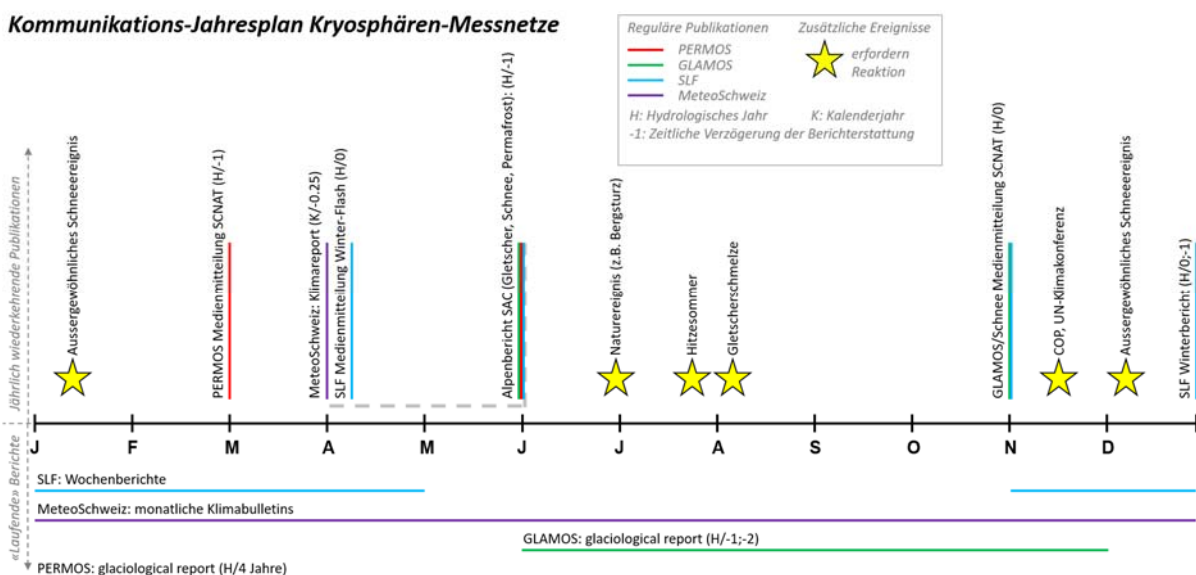


Abb. 1: Kommunikations-Jahresplan der Schweizerischen Kryosphärenmessnetze.

Es fällt aber auf, dass alle Messnetze (Schnee, GLAMOS, PERMOS) ihrem eigenen Zeitplan folgen, der auf die Saisonalität der beobachteten Elemente abgestimmt ist. Von gemeinsamen Medienmitteilungen von allen Messnetzen, wie das früher gemacht wurde, wird zurzeit abgesehen, da die zeitliche Verfügbarkeit der Daten sehr unterschiedlich ist, es dadurch oft zu inhaltlichen Missverständnissen von den unterschiedlichen Effekten des Klimas auf Schnee, Gletscher und Permafrost gekommen ist, oder z.B. nur über die Gletscher und nicht über Permafrost und Schnee berichtet wurde. Einzig für den Status-Bericht zu Schnee, Gletscher und Permafrost im SAC-Heft «Die Alpen» und auf der SCNAT-Themen Webseite «Schnee, Gletscher Permafrost» (www.kryosphäre.ch) treten die Schweizer Kryosphärenmessnetze gemeinsam auf.

Durch das organische Wachsen der Kryosphärenbeobachtung an den verschiedenen Instituten und die dezentrale Organisation gibt es bis jetzt nur einen begrenzten gemeinsamen und koordinierten Auftritt der Kryosphärenmessnetze (SAC-Heft, SCNAT-Portal). Erschwerend kommt hinzu, dass die Begriffe und Bedeutung der Veränderungen von Schnee, Gletscher und Permafrost als solches verstanden werden, aber der Begriff und die Bedeutung der «Kryosphäre» ausserhalb der Kryosphärenbeobachtung wenig bekannt ist.

Die bisherige Kommunikation ist darauf ausgelegt, den Zustand der Elemente der Kryosphäre anhand von erhobenen Daten zu beschreiben und zu erklären. Der Fokus liegt dabei auf der wissenschaftlich korrekten Datendarstellung und Interpretation (siehe Anhang A und B: Protokolle der Workshops).

3.1 Probleme und Defizite der bisherigen Kommunikation

- Es gibt nur einen sehr begrenzten gemeinsamen, koordinierten Auftritt als «Schweizer Kryosphärenmessnetz»
- Die Zielgruppen, die Inhalte, der Zweck und die Kanäle der Kommunikation können und sollen besser definiert werden.
- Die bisherige Kommunikation ist hauptsächlich auf die Präsentation von Daten ausgerichtet. Um Missverständnisse zu vermeiden, sollen diese Daten von den Wissenschaftlern erklärt werden. Dies kann aber repetitiv und unter Umständen für die Medien weniger attraktiv sein.
- Soziale Medien werden bis jetzt in der Kommunikation nicht eingesetzt – diese Kanäle haben einen anderen Zweck (z.B. Erhöhen der Sichtbarkeit, Interaktion) und bedienen ein anderes Publikum als die Tagespresse. Um ein breiteres (und vor allem auch jüngeres) Publikum zu erreichen, braucht es vermehrt Storytelling und häufigere Nachrichten auf sozialen Medien.
- Timing der Kommunikation: häufig korrespondiert der Peak des Medieninteresses nicht mit der Verfügbarkeit der Daten und dem Zeitpunkt der Kommunikation.
- Wissenschaftler/innen, welche Daten erheben und betreuen sind auch für die Kommunikation zuständig. Es gibt, abgesehen vom Reporting, keinen klar definierten Auftrag für die Kommunikation und nur limitierte Ressourcen dafür.

4 Elemente einer zukünftigen Kommunikationsstrategie

Die Workshops haben gezeigt, dass ein breitabgestütztes Bedürfnis für eine besser koordinierte Kommunikation besteht. Es soll ein Kommunikationskonzept erarbeitet werden, bei dem das «Wie» und «Was» der Kommunikation auf die möglichen Zielgruppen abgestimmt werden soll.

4.1 Zielgruppen/Adressaten der Kommunikation

Die **Zielgruppen und Adressaten der Kommunikation** der Kryosphärenmessnetze sind sehr unterschiedlich und **müssen besser definiert werden** (z.B. Alter, Erfahrung, Vorwissen). Je nach Ziel und Ausrichtung der Kommunikation wird eine andere Zielgruppe angesprochen. Die Kommunikation richtet sich daher an ein breites Spektrum von Adressaten (siehe Aufzählung unten), aber es ist nicht definiert, welches die wichtigsten Zielgruppen der Kommunikation sein sollen.

- Wissenschaft
- Schulen, Bildung / jüngere Generation
- Medien
- (interessierte) Öffentlichkeit
- Politiker, Entscheidungsträger
- Wirtschaft (z.B. Tourismus, Versicherungen, Lobby-Organisationen)
- Non-Profit-Organisationen
- betroffene Gemeinschaften
- Administration (Bundesämter, Kantone, Gemeinden)
- Stakeholder (Auftrag-, Geldgeber)

4.2 Zweck und Absichten der Kommunikation

Der Zweck/die Ausrichtung der Kommunikation definiert, welche Zielgruppe angesprochen werden soll. Da die Veränderungen in der Kryosphäre sehr eng mit dem Klimawandel verknüpft ist, ergibt sich ein breites Feld an möglichen Kommunikationsabsichten:

- Vorstellen der neuesten Messdaten
- Informationen über den Zustand der Kryosphäre
- Datensammlung, Datenbank, Datenarchivierung zu langjährigen Messreihen
- Informationen für betroffene Gemeinschaften
- Fachwissen und Erklärungen zum Klimawandel und der Kryosphäre
- Datengrundlage für Entscheidungsträger (in vom Klimawandel betroffenen Sektoren)
- Bewusstseinsförderung für den Klimawandel, Anstossen von Verhaltensänderungen
- Sensibilisieren und Engagieren von Mitmenschen
- Legitimation für die Steuerzahler (warum brauchen wir ein Monitoring Messnetz)
- Sichtbarkeit und Anerkennung für Akteure (Wissenschaft, Geldgeber)

4.3 Kommunikationskanäle

Um eine definierte Zielgruppe zu erreichen, muss der richtige Kommunikationskanal bespielt werden. Die **Kommunikationskanäle**, die in **Zukunft** genutzt werden sollen/können sind:

- Webseite (Bilder, interaktive Graphiken, Daten, wenig Text)
- Medienmitteilung (Verweis auf neue Daten, Webseite; bzw. Berichte)
- Berichte/Publicationen (gesicherte Informationen und Graphiken, viel Text; als Print und on-line Versionen)
- Soziale Medien (z.B. Twitter, Facebook: News, Bilder, story telling)
- Events (z.B. Press release on site)

4.4 Zuständigkeit, Verantwortlichkeit

Die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze werden für den Bereich Schnee durch das SLF und MeteoSchweiz und für die Bereiche Gletscher und Permafrost durch die «Messnetz-Offices» von GLAMOS und PERMOS betrieben. Die in den «Offices» beschäftigten Personen sind in erster Linie Wissenschaftler und ihre Hauptaufgabe ist es die Daten zu erheben, zu bearbeiten, zu analysieren, zu archivieren und zu publizieren. Die Kommunikation ist in den letzten Jahren immer wichtiger und auch anspruchsvoller geworden und fordert immer mehr Zeit. Die Kommunikation wird nach bestem Wissen und Können betrieben, aber mit den vorhandenen Ressourcen können die Bedürfnisse, welche an die heutige Kommunikation gestellt werden, nicht mehr zufriedenstellend erfüllt werden.

Die beiden Workshops haben klar zum Ausdruck gebracht, dass die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze unbedingt gestärkt werden muss. Im Rahmen der vorhandenen Ressourcen übernimmt das Personal der «Messnetz-Offices» verschiedene Aufgaben der Kommunikation wie Medienarbeit, Interviews, Erstellen von Berichten, Graphiken, Bildern, pflegen von Webseiten. **Zusätzlich zu den «Messnetz-Offices», braucht es aber eine Fachperson in Kommunikation, welche in der Lage ist, die Lücke zwischen der Wissenschaft und den verschiedenen Adressaten mit zielgerichteter Kommunikation zu füllen und insbesondere im Bereich der Sozialen Medien aktiv zu werden.** Zudem soll diese Medienfachperson die Hintergrundorganisation der Kommunikation übernehmen (Verteilen von Mitteilungen, Umleiten der Medienanfragen an den richtigen Adressaten) und in der Medienwelt gut vernetzt sein.

5 Zusammenfassung der Erkenntnisse aus den Workshops

Das GCOS Schweiz Kurzprojekt „Erarbeitung einer Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze“ hat ermöglicht, die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze kritisch zu beleuchten. In diesem Rahmen konnten zwei Workshops organisiert werden mit der Teilnahme von Exponenten der verschiedenen Monitoring Netzwerke zusammen mit Kommunikationsexperten der involvierten Institutionen. Es kann festgehalten werden, dass die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze von den «Messnetz-Offices» nach bestem Wissen und Gewissen, aber mit limitierten Ressourcen für die steigenden Ansprüche, gemacht wird. An den Workshops konnten Probleme und Defizite festgestellt werden und es hat sich gezeigt, dass ein breit abgestütztes Bedürfnis vorhanden ist, die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze besser zu koordinieren, Synergien zu nutzen und eine gemeinsame Strategie aufzubauen. Um den Anforderungen einer zukunftsgerichteten Kommunikation gerecht zu werden, stehen folgende Forderungen an die Stakeholder und Entscheidungsträger der Kryosphärenmessnetze im Raum:

- Ausarbeiten eines gemeinsamen und koordinierten Kommunikationskonzeptes für die Kryosphärenmessnetze, insbesondere:
 - Definieren/Priorisieren der Zielgruppen für die Kommunikation
 - Definieren/Priorisieren der Absichten der Kommunikation
 - Definieren/Priorisieren der einzusetzenden Kommunikationskanäle
- Erstellen eines Profils für die Kommunikationsfachperson
- Bereitstellen von zusätzlichen Mitteln für eine Kommunikationsfachperson

6 Fragebogen zu den Erkenntnissen aus den Workshops zwecks Diskussion der Projekt-Resultate an der EKK-Sitzung vom 8.11.2018

Vorgängig zur Sitzung der EKK am 8.11.2018 bei der Swisstopo in Bern wurde eine erste Version des Projektberichtes zusammen mit einem kurzen Fragebogen zu den ersten Erkenntnissen aus dem Bericht an die Mitglieder der EKK verschickt. Die ausgefüllten Fragebogen wurden vor der EKK-Sitzung ausgewertet, mit dem Ziel ein Stimmungsbild der Mitglieder der EKK einzuholen, welches als Grundlage für die Diskussion diene. Im Rahmen der EKK-Sitzung wurden die Erkenntnisse des Projektes nochmals kurz vorgestellt und die Resultate der Workshops und aus dem Fragebogen sowie die gestellten Forderungen präsentiert und diskutiert.

Die EKK ist eine Expertengruppe der SCNAT. Sie setzt sich zusammen aus anerkannten Experten für das Monitoring in den Bereichen Schnee, Gletscher und Permafrost, sowie den damit verbundenen Forschungsbereichen. Die Gruppe besteht aus Mitarbeitenden der verschiedenen Universitäten, Forschungsanstalten und Bundesämtern.

Die Mitglieder der EKK haben einen akademischen Hintergrund und sind Experten in ihren Fachbereichen. Eine Kommunikationsexpertin oder Kommunikationsexperte ist nicht Teil des Gremiums.

6.1 Auswertung und Diskussion der eingegangene Fragebogen

Bis Sitzungsende sind 10 ausgefüllte Fragebogen aus dem Kreis der EKK-Mitglieder eingegangen (kompletter Fragebogen, siehe Anhang). Im Folgenden werden die Auswertungen der wichtigsten Elemente des Fragebogens dargestellt.

1. Festlegung eine Kommunikationsstrategie

Die beiden Workshops haben klar zum Ausdruck gebracht, dass die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze unbedingt gestärkt werden muss. **Das Ziel ist eine Festlegung der Strategie und die Koordination der Kommunikation unter dem Einsatz von verschiedenen Kommunikationskanälen.** Dabei sollen die Leitprinzipien und wesentlichen Adressaten und Kanäle der Kommunikation sowie die Zuständigkeiten geregelt und in einem Grobkonzept festgehalten werden. Es sollen vor allem ergänzende Massnahmen zur bisherigen Kommunikation genannt und erarbeitet werden.

Ich bin mit diesem Ziel einverstanden:

4 ja 5 eher ja 1 eher nein nein

Abb. 2: Ausschnitt aus dem Fragebogen: Frage und Nennungen zum Ziel der Festlegung einer Kommunikationsstrategie.

Die grosse Mehrheit der Mitglieder der EKK unterstützt das Ziel, eine Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze der Schweiz auszuarbeiten. Eine Person ist eher skeptisch eingestellt und ist zufrieden mit der Kommunikation im bisherigen Rahmen.

2. Zielgruppen

Die **Zielgruppen und Adressaten der Kommunikation** der Kryosphärenmessnetze können besser definiert werden. Welches sind die wichtigsten Zielgruppen, die durch die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze erreicht werden sollen?

Zielgruppen	<i>sehr wichtig</i>					<i>nicht relevant</i>				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Wissenschaft	5	4	3	2	1					
Schulen, Bildung / junge Leute	5	4	3	2	1					
Medien	5	4	3	2	1					
(interessierte) Öffentlichkeit	5	4	3	2	1					
Politiker, Entscheidungsträger	5	4	3	2	1					
Wirtschaft (z.B. Tourismus, Versicherungen)	5	4	3	2	1					
Non-Profit-Organisationen	5	4	3	2	1					
betroffene Gemeinschaften	5	4	3	2	1					
Administration (Bunde, Kantone, Gemeinden)	5	4	3	2	1					
Stakeholder (Auftrag-, Geldgeber)	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					

Abb. 3: Ausschnitt aus dem Fragebogen: Frage und zu wertende Zielgruppen/Adressaten

Tabelle 1 stellt das Ranking der Zielgruppen basierend auf den eingegangenen Fragebogen der Mitglieder der EKK dar. Gemäss der Auswertung bilden die Öffentlichkeit und die Medien die primären Zielgruppen der Kommunikation. Aber auch die jüngeren Generationen, Schulen, Politiker und Stakeholder stellen eine wichtige Zielgruppe dar.

Tabelle 1: Umfrage Resultat nach Punkten zu den Zielgruppen.

Zielgruppen	Punkte	Rang
(interessierte) Öffentlichkeit	43	1
Medien	42	2
Schulen, Bildung / junge Leute	39	3
Politiker, Entscheidungsträger	39	4
Stakeholder (Auftrag-, Geldgeber)	39	5
Wissenschaft	36	6
Administration (Bund, Kantone, Gemeinden)	36	7
Wirtschaft (z.B. Tourismus, Versicherungen)	34	8
betroffene Gemeinschaften	29	9
Non-Profit-Organisationen	26	10

3. Zweck und Absichten

Zweck und Absichten der Kommunikation definieren welche Zielgruppen angesprochen werden sollen. Welche der möglichen Kommunikations-Absichten soll durch die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze prioritär behandelt werden?

Zweck und Absichten der Kommunikation	<i>sehr wichtig</i>					<i>nicht relevant</i>				
Vorstellen der neuesten Messdaten	5	4	3	2	1					
Informationen über den Zustand der Kryosphäre	5	4	3	2	1					
Datensammlung, Datenbank, Datenarchivierung zu langjährigen Messreihen	5	4	3	2	1					
Informationen für betroffene Gemeinschaften	5	4	3	2	1					
Fachwissen und Erklärungen zum Klimawandel und der Kryosphäre	5	4	3	2	1					
Datengrundlage für Entscheidungsträger (in vom Klimawandel betroffenen Sektoren)	5	4	3	2	1					
Bewusstseinsförderung für den Klimawandel, Anstossen von Verhaltensänderungen	5	4	3	2	1					
Sensibilisieren und Engagieren von Mitmenschen	5	4	3	2	1					
Legitimation für die Steuerzahler (warum brauchen wir ein Monitoring Messnetz)	5	4	3	2	1					
Sichtbarkeit und Anerkennung für Akteure (Wissenschaft, Geldgeber)	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					

Abb. 4: Ausschnitt aus dem Fragebogen: Frage und zu wertende Zwecke/Absichten

Die Auswertung der EKK-Fragebogen zeigt in Tabelle 2, dass Zweck und Absicht der Kommunikation der Kryosphärenmessnetze vor allem darin bestehen sollen, die neusten Messdaten vorzustellen und über den Zustand der Kryosphäre zu informieren. Zudem soll Fachwissen zur Kryosphäre und zum Klimawandel erklärt werden.

Zweck und Absicht der Kommunikation sind eng an die Zielgruppe gekoppelt. Die Priorisierten Absichten der Kommunikation passen gut zu den oben genannten Zielgruppen.

Tabelle 2: Umfrage Resultat nach Punkten zu Zweck und Absicht.

Zweck und Absichten	<i>Punkte</i>	<i>Rang</i>
Vorstellen der neuesten Messdaten	47	1
Informationen über den Zustand der Kryosphäre	46	2
Fachwissen und Erklärungen zum Klimawandel / Kryosphäre	41	3
Datengrundlage für Entscheidungsträger	37	4
Sichtbarkeit und Anerkennung für Akteure	36	5
Bewusstseinsförderung Klimawandel, Verhaltensänderungen	34	6
Legitimation für die Steuerzahler	33	7
Sensibilisieren und Engagieren von Mitmenschen	32	8
Datensammlung, Datenbank, Datenarchivierung	30	9
Informationen für betroffene Gemeinschaften	28	10

4. Kommunikationskanäle

Um eine definierte Zielgruppe zu erreichen muss der richtige Kommunikationskanal bespielt werden. Welche **Kommunikationskanäle** sollen in Zukunft durch die Kryosphärenmessnetze genutzt werden?

Kommunikationskanäle	sehr wichtig				nicht relevant
Webseite (Bilder, interaktive Graphiken, Daten, wenig Text)	5	4	3	2	1
Medienmitteilung (Verweis auf neue Daten, Webseite; bzw. Berichte)	5	4	3	2	1
Berichte/Publicationen (gesicherte Informationen und Graphiken, viel Text; als print und online Versionen)	5	4	3	2	1
social media (z.B. Twitter, Facebook: story telling, News, Bilder)	5	4	3	2	1
_____	5	4	3	2	1
_____	5	4	3	2	1
_____	5	4	3	2	1

Abb. 5: Ausschnitt aus dem Fragebogen: Frage und zu wertende Kommunikationskanäle

Tabelle 3: Umfrage Resultat nach Punkten zu den Kommunikationskanälen.

Kommunikationskanäle	Punkte	Rang
Webseite	42	1
Medienmitteilung	39	2
Berichte/Publicationen	27	3
Soziale Medien	26	4

Tabelle 3 zeigt, dass nach wie vor die Webseite und klassische Medienmitteilungen die wichtigsten Kommunikationskanäle sind, bzw. sein sollen. Aber auch hier gilt, dass das sehr eng an Zielgruppe und Absicht der Kommunikation gekoppelt ist. Sollte man zum Schluss kommen, jüngere Generationen ansprechen zu wollen (Änderung von Zielgruppe und Absicht) hat das einen direkten Einfluss auf die Wahl der Kommunikationskanäle.

Soziale Medien haben gemäss Fragebogen für die Mitglieder der EKK keine sehr hohe Priorität für die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze (siehe dazu auch die folgende Diskussion). Das kann zu einem gewissen Teil sicher auch darauf zurückgeführt werden, dass die Mitglieder der EKK soziale Medien selten nutzen und daher wenig Berührungspunkte mit dieser Art der Kommunikation haben.

5. Forderung Fachperson Kommunikation

Der Workshop hat zum Ausdruck gebracht, dass es für die Kryosphärenmessnetze eine zusätzliche **Fachperson Kommunikation** braucht, welche in der Lage ist die Lücke zwischen der Wissenschaft und den verschiedenen Adressaten mit zielgerichteter Kommunikation zu füllen und insbesondere im Bereich der «social media» aktiv zu werden.

Ich bin mit dieser Forderung einverstanden:

3 ja **5** eher ja **1** eher nein **1** nein

Abb. 6: Ausschnitt aus dem Fragebogen: Frage und Nennungen zur Forderung nach einer Fachperson Kommunikation.

8 von 10 Mitglieder der EKK stehen der Forderung nach einer Fachperson Kommunikation positiv gegenüber, während eine Person skeptisch eingestellt ist und eine Person diese Forderung ablehnt. Die eher negativ eingestellten Personen brachten vor, dass zuerst die Synergien mit den bestehenden Kommunikations-Fachstellen besser genutzt werden soll, bzw. solche Ressourcen an einem anderen Ort besser eingesetzt werden könnten.

6.2 Zusammenfassung der Diskussion an der EKK-Sitzung

Nach der Vorstellung von Projekt, Bericht und Auswertung des Fragebogens wurden einige Punkte innerhalb des EKK-Gremiums diskutiert. Aufgrund der zeitlichen Limiten der Sitzung konnte nicht jeder einzelne Punkt im Detail diskutiert werden. Die drei wichtigsten Punkte der Diskussion sind in der Folge festgehalten:

1. Kommunikationsstrategie und Fachperson Kommunikation

Die EKK ist sich im Grundsatz einig, dass die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze gestärkt werden soll und weiter an einer gemeinsamen Strategie gearbeitet werden soll. Von der EKK wird auch anerkannt, dass die «Messnetz-Offices» bereits viele Ressourcen in die Kommunikation investieren und dass sich dieser Anteil in Zukunft nicht erhöhen soll. Dahingehend wird die Forderung nach einer Fachperson Kommunikation mehrheitlich unterstützt. Es gibt allerdings auch Bedenken dazu z.B. dass diese Ressourcen besser anderswo eingesetzt werden können, oder dass nicht klar ist, ob eine solche Fachstelle Arbeit abnimmt oder schafft. Obwohl sich die SCNAT vorstellen könnte, eine Fachperson Kommunikation aufzunehmen, sind im Moment keine Ressourcen vorhanden um diese Forderung zu erfüllen.

2. Soziale Medien

Soziale Medien werden im Rahmen der Kommunikation der Kryosphärenmessnetze kaum eingesetzt. Die Reichweite über die klassischen Medien ist allerdings beträchtlich und das generiert auch Posts in den sozialen Medien. Für die Zukunft ist aber zu bedenken, dass die jüngere Generation keine klassischen Medien mehr benutzen, sondern sich vor allem über soziale Medien informieren. Diese Generation wird n auch mit zunehmendem Alter vor allem soziale Medien nutzen und weniger klassische Medien. Um die kommenden Generationen durch die Kommunikation zu erreichen und nicht zu verlieren, ist es also wichtig bereits jetzt die Kommunikation über die sozialen Medien zu verstärken.

3. Synergien mit Kommunikationsstellen der Institutionen

Die Kommunikationsstellen der involvierten Institutionen sind vor allem interessiert, den Erfolg und die Erkenntnisse der eigenen Institution zu kommunizieren. In diesem Rahmen kann das Kryosphärenmessnetz auch auf die Hilfe der Kommunikationsstellen zählen. Diese Stellen können aber nicht für die Kryosphärenmessnetze als solches kommunizieren, sondern machen dies unter dem Namen der jeweiligen Institution. Wichtig ist aber, dass die Kommunikationsabteilungen in die Wissenschaftler investieren und sie in der Kommunikation ausbilden und Medienkurse anbieten.

7 Schlussfolgerungen

Workshops, Fragebogen, EKK-Sitzung und die damit einhergehenden Diskussionen haben offengelegt, dass die bisherige Kommunikation der «Messnetz-Offices» mit den limitierten Ressourcen zweckmässig und zielgerichtet ist und nach bestem Wissen und Gewissen gemacht wird. Aber es konnte auch gezeigt werden, dass Probleme und Defizite bestehen (siehe entsprechendes Kapitel im Bericht) und generell die Anforderungen an die Kommunikation steigen. Mit den vorhandenen Ressourcen können die Bedürfnisse, welche an die heutige Kommunikation gestellt werden, nicht mehr zufriedenstellend erfüllt werden.

Die Arbeiten und Diskussionen dieses Projektes haben gezeigt, dass ein breit abgestütztes Bedürfnis besteht, die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze besser zu koordinieren, mehr Synergien zu nutzen und eine gemeinsame übergeordnete Strategie aufzubauen.

Als erstes müssen die Zielgruppen, Inhalte und Zweck der Kommunikation besser definiert werden. Der Fragebogen innerhalb des kleinen Gremiums der EKK-Mitglieder (10 ausgewertete Fragebogen) hat gezeigt, dass das Vorstellen der neusten Messdaten und die Informationen über den Zustand der Kryosphäre zuhanden von Öffentlichkeit, Medien und Bildung zu den Kernanliegen der Kommunikation gehören soll. Als Kommunikationskanäle sollen dazu Webseiten und Medienmitteilungen genutzt werden. Es wird aber auch anerkannt, dass die Kommunikation über soziale Medien angegangen werden soll und die allgemeine Kommunikation und das Storytelling gestärkt werden soll.

Ein zentrales Resultat dieses Projektes ist die Forderung zur Schaffung einer Kommunikationsfachstelle für die Kryosphären Messnetze. Diese Fachperson in Kommunikation wäre zuständig für die Hintergrundorganisation und Koordination der Kommunikation, wäre Ansprechperson für (Medien-) Anfragen und würde proaktiv Kommunikationsaktionen planen und Soziale Medien bedienen. Sinnvollerweise wäre diese Fachstelle an einem «neutralen» Ort wie der SCNAT angesiedelt. (Siehe dazu das Profil zu dieser Fachstelle weiter unten.)

Auch wenn diese Forderung breit unterstützt wird, ist es gegenwärtig schwierig die Mittel für eine solche Fachstelle bereit zu stellen. Die Diskussion, wie so eine Stelle finanziert werden soll, konnte im Rahmen der Workshops und der EKK-Sitzung nicht geführt werden. Die Forderung zuhanden der Stakeholder ist nun aber deponiert und kann/soll weiter diskutiert werden.

Unabhängig von der Schaffung einer Fachstelle Kommunikation gibt es weitere Vorschläge und Aktivitäten, wie die Kommunikationsaktivitäten der Kryosphärenmessnetze weiterentwickelt werden können.

- Bis zum 31. Januar 2019 wird bei GCOS Schweiz ein Proposals eingereicht, zur Weiterentwicklung und Stärkung der Kommunikation der Kryosphärenmessnetze: <https://www.meteoswiss.admin.ch/home/research-and-cooperation/international-cooperation/gcos/call-for-proposals.html>
- Die EKK lädt ein/e Kommunikationsexperte/in ein um weitere Schritte zu diskutieren.
- Die Kommunikationsexperten der jeweiligen Institutionen werden vermehrt und enger eingebunden um gemeinsame Medienmitteilungen und Medienaktionen zu planen.
- Bei der Aushandlung von Verträgen und Finanzierungen soll die Komponente Kommunikation mitberücksichtigt werden.
- Kommunikation soll zukünftig auch in Forschungsprojekten mitberücksichtigt werden.
- Das Personal der «Messbüro-Offices» bilden sich in Kommunikation weiter, besuchen Medienkurse und starten erste Aktivitäten in den soziale Medien, wie z.B. Twitter.

7.1 Zusätzlicher Kommunikationsexpertin/Kommunikationsexperte

Profil:

- Ausgebildete Fachperson in Kommunikation
- Geübt im Umgang und Einsatz verschiedener Kommunikationsmittel/kanäle
- Grosse Erfahrung im Einsatz von soziale Medien
- Kennt die Schweizer Medienlandschaft und ist darin gut vernetzt
- Bringt Hintergrundwissen zu den Kryosphärenelementen mit

Aufgaben:

- Koordination der Kommunikation der Kryosphärenmessnetze
- Hintergrundorganisation der Kommunikation
- Hat über die Aktivitäten der Messnetze (z.B. Feldkampagnen, Datenveröffentlichung) Kenntnis und nutzt das für die Kommunikation (Storytelling)
- Ansprechperson für (Medien-) Anfragen
- Führt eine Liste von Experten für (Medien-) Anfragen
- Plant proaktiv Kommunikationsaktionen (in Zusammenarbeit mit Messnetzen)

Bedingungen/Kosten:

- ist direkt der EKK unterstellt
- sitzt an einem «neutralen» Ort (ideal: SCNAT)
- 40-50% Stelle
- zusätzliche Finanzierung zu den Messnetzen

8 Empfehlungen für andere Domänen der Schweizer Klimabeobachtung

Dieses Projekt diene dazu, die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze zu evaluieren und die Grundlagen für eine übergeordnete gemeinsame Kommunikationsstrategie zu erarbeiten. Die gewonnenen Erkenntnisse gelten daher vor allem für die Kryosphärenmessnetze. Darauf basierend können Gedankenanstösse und Empfehlungen für die Kommunikation andere Domänen der Schweizer Klimabeobachtung formuliert werden.

Gibt es Kryosphärenmessnetz übergreifende Erkenntnisse?

- Für jede Art der Kommunikation (sowohl aktive wie passive Kommunikation, d.h. z.B. Medienmitteilung oder Medienanfragen) muss zuerst die Zielgruppe, die Absicht und der Kommunikationskanal definiert werden.
- Beobachtungen werden hauptsächlich von Wissenschaftlern gemacht, die an den Daten interessiert sind. Die Kommunikation ist nicht deren Kernkompetenz und –Interesse, trotzdem sollen und müssen sie ihre Beobachtungen in der Öffentlichkeit vertreten.
- Es lohnt sich Wissenschaftler in Kommunikation und im Umgang mit Medien zu schulen.
- Die beobachtenden Wissenschaftler brauchen professionelle Unterstützung in der Kommunikation.
- Wichtig ist bei der Kommunikation den richtigen Ton, die richtige Balance zu finden, zwischen den Prognosen, Szenarien und Vergleiche und der Aufforderung nach Verhaltensänderungen.
- Anfragen sollen an die zuständigen Experten weitergeleitet werden, d.h. es wäre gut eine Liste zur Hand zu haben mit Experten für die verschiedenen Domänen und Messreihen.
- Es braucht vor allem eine bessere Absprache zwischen den Forschern (keine Widersprüche, klar definierte Kompetenzen, Erreichbarkeiten).
- Für die Öffentlichkeit können auch die Personen hinter den Ergebnissen und Beobachtungen von Interesse sein. Persönlichen Erlebnisse und Einschätzungen oder Emotionen von Forschern dürfen auch in die Kommunikation einfließen, müssen dabei aber klar als solche deklariert werden.

Gibt es Potential für Synergien mit anderen Domänen des Klimasystems?

- Die Kryosphäre ist eng mit dem Klima und der Hydrologie verlinkt, es gibt die Möglichkeit die Kryosphäre als Teil des Klimasystems und des Wasserhaushalts darzustellen.
- Ergebnisse aus der Beobachtung könnten aus der Perspektive einer anderen Domäne kommuniziert werden (z.B. Veränderungen der Kryosphäre in Bezug auf den Wasserhaushalt).
- Es bestehen bereits gute Kontakte zu ProClim und der Schweizerischen Hydrologischen Kommission (CHy).
- Häufige Medienanfragen betreffen zukünftige Klimaszenarien: Wird es wärmer? Wird es trockener? Hat es weniger Schnee? etc.

Ist es sinnvoll schweizweite eine Kommunikation zur Gesamtheit des Klimasystems zu definieren?

- Das wird zum Teil schon durch ProClim, OcCC und durch MeteoSchweiz abgedeckt, ABER noch nicht mit der richtigen Kompetenz in den sozialen Medien.
- Zum Klimasystem wird schon sehr viel kommuniziert, aber die Klimassystem-Beobachtung kommt eher zu kurz. Es gilt auch den beobachtenden Institutionen zu mehr Visibilität zu verhelfen.
- eine schweizweite Kommunikation ist wohl kaum realisierbar.

9 Anhänge

9.1 Anhang A:

Protokoll WS 1: Kommunikationsstrategie Kryosphärenmessnetze,
Montag, 29. Januar 2018, ETH Zürich (Seiten 18-21)

9.2 Anhang B:

Protocol WS 2: Swiss Cryosphere Monitoring Network, Communication Strategy,
13. June 2018, ETH Zürich, (Seiten 22-27)

9.3 Anhang C:

Fragebogen zur Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze, zuhanden EKK-Mitglieder
8. November 2018, Swisstopo Wabern (Seiten 28-30)

Protokoll WS 1: Kommunikationsstrategie Kryosphäremessnetze

Montag, 29. Januar 2018, 9.15-12.00 Uhr, Zürich, ETH, ML E13

Anwesend: M. Stalder, H. Rätzo, D. Farinotti, A. Vieli, C. Marty, A. Bauder, C. Pellet, M. Bizzozzero (Protokoll), A. Linsbauer (Protokoll)

Entschuldigt: F. Fontana, M. Philips, M. Hoelzle, M. Huss, J. Nötzli

1. Einleitung

- GCOS-Proposal: “Fostering the Outreach of the Swiss Cryosphere Monitoring Networks”
→ WP1: “Evaluation of the communication strategy” wird finanziert
- Vereinbarung GCOS-UniFR
 - Koordination und Durchführung von zwei Workshops
 - Erarbeitung einer ersten, übergeordneten Kommunikationsstrategie
 - Präsentation der Ergebnisse an einem EKK-Meeting
 - Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit der MeteoSchweiz
- Verantwortung: Andreas Linsbauer, Martin Hoelzle
- Aufgabe der EKK: **Die Expertenkommission für Kryosphärenmessnetze (EKK) hat die Aufgabe die Veränderungen der alpinen Kryosphäre zu beobachten. Zudem ist sie für die Betreuung der dafür errichteten langfristigen, nationalen Messnetze verantwortlich.**
 - Dokumentation und wissenschaftliche Bearbeitung von langjährigen Zeitreihen zu Schnee, Gletscher und Permafrost
 - Bereitstellung zuverlässiger Daten für die Wissenschaft
 - Liefern von aufgearbeitete Informationen für die Früherkennung von Veränderungen
- **Kommunikation Messresultate vs. Kommunikation Klimawandel**
→ Angestrebt wird eine kohärente Kommunikationsstrategie unter Einbezug von Kommunikationsexperten

2. Absicht und Ziele GCOS

- Kommunikation sowohl auf internationaler Ebene (GCOS IP) wie auch am letzten GCOS Schweiz Rundtisch ein Thema, das als sehr wichtig betrachtet wird.
- Strategie soll spezifisch für Kryosphäre-Netz sein
- Wieso braucht es Kommunikation überhaupt? → Öffentlichkeit und Politik sollen Kenntnis von der wichtigen Arbeit der Klimabeobachtung nehmen
- Was erwartet GCOS? → Kurzes prägnantes Dokument, welches die Kommunikations-Strategie zusammenfasst. Wie kann man die 3 Domänen verbinden, wo entstehen Synergien, wo ist individuelles Handeln gefragt.
- GCOS Kommunikation international: GCOS international hat ein Set von Climate Change Indicators definiert (also nicht nur Temp.) um Klimawandel zu kommunizieren.

3. Präsentationen

Kurz-Präsentationen pro Netzwerk (ca. 5 min, ca. 5 slides) zu folgenden Punkten:

- - Themen, Ziele und Zielpublikum
- - Kommunikationsaktivitäten / -kanäle
- - Verantwortung / Aufteilung
- - Jahresablauf / Zeitaufwand
- - Probleme / Defizite

Die Präsentationen (slides) sind vorhanden und wurden nicht protokolliert, sondern die daraus entstandenen Diskussionen festgehalten:

SNOMOS

- Es gibt kein SNOMOS → es gibt NBCN-S (Nationales Basic Climate Network for Snow)
- Absprache MeteoSchweiz Wetterblog und SLF Wochenbericht → Kein formelles Absprechen aber Wissensaustausch findet statt, beide Plattformen verweisen aufeinander. → Zuständigkeiten sind klar zB: MeteoSchweiz eher im Flachland. SLF eher Gletscher, Alpen usw.

GLAMOS

- Medienmitteilungen der drei Domänen sollten zeitlich abgestimmt werden. Damit nicht einige Themen mehr Aufmerksamkeit bekommen als andere.
- Problematik Gletscher Kommunikation:
 - Man kann erst Ende Winter erste Aussagen zum Massengewinn machen, und zusammenfassende Statements sind erst nach Sommer möglich. Aber Medien wollen kurzfristige Aussagen → Kommentare zu Tagen mit viel Schneefall/heissen Sommertagen → ist das jetzt gut/schlecht für den Gletscher
 - Repetitive Kommunikation (Gletscher schmelzen) → wird eintönig
 - Berichte von Personen, die nicht zuständig sind für Kommunikation über Gletscher → Falsche Ansprechpersonen → Muss man sich mehr als Ansprechperson vermarkten? Bsp: Problematik David Volken → Wird bei extremen Wetterevents angefragt, macht "unqualifizierte" Aussagen.
 - Zeit-Differenz: Medieninteresse oftmals bei Wetterevents gross. Diese Zeitpunkte korrelieren aber nicht mit den Zeitpunkten, an welchen man Aussagen zur Gletscherschmelze machen kann.
 - Aktive Berichterstattung: Oft wird auf Anfrage kommuniziert. Potential für mehr aktive Kommunikation vorhanden, allerdings → Ressourcen Problem.

Diskussion

Zeit-Differenz:

Wann Kommen Anfragen von den Medien und was können wir Ihnen dann bieten?

Sollte man Zeitpunkt der Messungen anpassen? Oder beispielsweise auf Anfrage Messungen machen. Oder an wenigen Stationen früher messen, damit man etwas zu kommunizieren hat → Dies wird zu einem gewissen Level gemacht (Aussagen nach Tendenzen) → aber macht nicht so viel Sinn und Ressourcen sind ein Problem.

Proaktiv informieren als Gegenmittel, anstatt nur Reaktiv handeln!

PERMOS

Diskussion zu digitalen oder print Berichten:

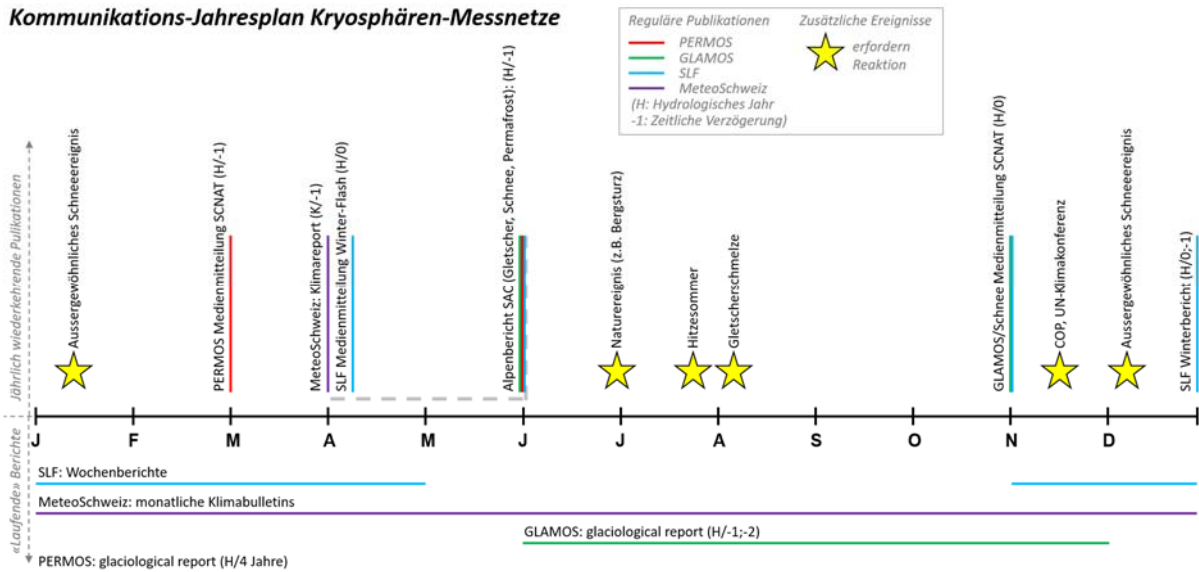
- PERMOS Bericht für breites Publikation? → Für das Fachpublikum, vergleichbar mit Gletscher Report. Ziel ist es den Bericht alle 4 Jahre zu veröffentlichen
- Alle 4 Jahre Bericht gedruckt, nur für Fachleute, zeitgemäss? → Geplant ist jährlich einen online Bericht (digital) mit Kernaussagen und Daten zu veröffentlichen.
- Zielpublikum Wissenschaftler brauchen die Daten digital nicht in einen Print-Bericht → Daten zum Bericht sind online,
- Werden Print Berichte noch gelesen oder als Nachschlagwerk benutzt?
- Print Berichte sind aus bibliothekarischen Gründen von Bedeutung → Archivierung. Bei Print Berichten wird vielleicht eher auf Richtigkeit geprüft
- Bei Print Berichten wichtig, dass Grafiken auch digital erhältlich sind

EKK Hugo Rätzo

- Verweis auf Spezialisten bei direkten Anfragen ans BAFU

4. Kommunikations-Jahresplan

Kommunikations-Jahresplan Kryosphären-Messnetze



5. Ziele, Themen, Probleme

Gemeinsame Sammlung möglicher Diskussionspunkte

Ziele

- Definiere: für wen machen wir das? (Medien, Publikum, Wissenschaft, ...)
- Definiere: Warum machen wir das? (Bildungsauftrag, Eigen-profil, Auftrag, ...)
- Was vermitteln?
- Wie vermitteln?
- Daten und Graphiken sollen schnell verfügbar sein → Ziele, Planung

Themen

- Wo gibt es Potential für Synergien (Ressourcen sharing)? Könnte man auch über das „gesamte“ Kryosphärenmessnetz kommunizieren?
- Mehr regelmässige Kommunikation während des ganzen Jahres
- Anerkennung Medienarbeit
- Zeitaufwand, wie kann Kom-Stelle unterstützt werden?
- Gibt es weitere Kommunikationskanäle (z.B. Erklär-Videos, social media)
- Sprache → De/Fr/It/En
- Zeit- / Personalressourcen

Probleme/Defizite

- Social media (Einsatz), Zeitgemässe Kommunikation erschliessen (Twitter, etc.)
- Welche outreach-Kanäle werden benutzt? Sollen benutzt werden?
- Online und digital vs. print
- Medienmitteilungen und Berichte werden zeitlich verzögert publiziert (z.B. Alpenbericht vom Vorjahr)
- Aktualität, Aktive Berichterstattung
- Reaktion auf Mediananfragen (Aktuelles)
- Mediananfragen treffen in spezifischen Momenten ein → Datenverfügbarkeit ist ein Problem
- Mediumgang
- Wer ist für was zuständig → Liste mit Experten führen
- Timing (1. Alpenbericht früher, 2. Info dann liefern, wenn gefragt – Sommerloch)

6. Diskussion im Plenum

Social media

- Zeitgemässe Kommunikation /Social media
- Welche Outreach Kanäle speisen mit welchen Informationen/Inhalte?
- Ressourcen (sehr aufwendig, wer macht das wann?)
- Zusammenspiel mit Kommunikationsleuten der Institutionen
- Gemeinsame social media Kanäle z.B. über SCNAT

Wer kommuniziert was, wie?

- Expertenliste als Ansprechpersonen → Themen spezifische Focal Points
- Was kommuniziert man/ Wo verweist man auf andere? → Zuständigkeiten
- Definition des Auftrags: für wen, warum...
- Digital/print → Form der Berichte?

Aktualität (siehe auch Diskussion in 3. – GLAMOS)

- Vorbereitet sein auf Aktualität mit Zwischenbilanzen, Standardantworten
- Grundausrüstung von Graphiken und Hintergrundinfos auf Webseiten zum download bereit (in guter Qualität)
- Wie kann man die Medien-Nachfrage im Sommer und nach extremen Wetterevents beantworten?
 - Grafiken und anschauliche Materialien gut zugänglich online stellen, speziell, zu Zeitpunkt wenn Nachfrage gross ist.
 - Anpassen der Webpage, aktuelle Themen auf der Hauptseite

Wie können wir von Kommunikationsexperten profitieren?

- Was ist Ihre Aufgabe? Was dürfen sollen wir tun?
- Wann und wie sollen die Kommunikationsstellen involviert werden?
- Qualitätssicherung
- Wege definieren – Standardprozedur festlegen
- Medientraining für Wissenschaftler

Weitere Punkte

- An welchem Punkt ist es nicht mehr monitoring?
- Fakten (Daten bereitstellen) vs. Vermittlung (Interpretation)
- Kommunikation Messresultate vs. Kommunikation Klimawandel

7. Themen/Organisation WS2

Termin Workshop 2: **Mittwoch 13. Juni 2018**, 9.15-17.00, ETH Zürich

Einladung: alle Personen die im Kryosphärenmonitoring tätig sind, sowie die

Kommunikationsexperten der involvierten Institutionen eingeladen (siehe Einladungsliste)

Ablauf der Organisation:

- Programm-Entwurf (Themen basierend aus WS1) ausarbeiten (A. Linsbauer)
- Vernehmlassung in der Runde der Teilnehmer von WS1
- Kontakt mit Kommunikationsexperten, Verteilung von Aufgaben
- Definitives Programm erstellen
- Einladung verschicken
- Durchführung Workshop
- Bericht erstellen

Swiss Cryosphere Monitoring Network

Communication Strategy – 2nd Workshop

13.06.2018, Zürich, ETH, HG F 33.1, 9.15-17.00

Protocol (A. Ghirlanda, A. Linsbauer)

Attending: MeteoSchweiz: M. Stalder, M. Gut, M. Bizzozzero; SCNAT: C. Preiswerk, M. Falk; BAFU: H. Rätzo, K. Kammer; swisstopo: R. Artuso, S. Klötzli; SLF: M. Heggli; UniFR: M. Hoelzle, R. Delaloye, M. Widmer, H. Machguth, A. Ghirlanda; ETH/WSL: D. Farinotti; UZH: S. Nussbaumer, C. Fischer, M. Seebauer; PERMOS: C. Pellet; GLAMOS: M. Huss, A. Bauder, A. Linsbauer; WGMS: M. Zemp; SystemX: D. Vonder Mühl; RISJ, Oxford University: J. Painter

Part 1: Climate change communication

1) Objectives Part 1

- Learn from communication experts about climate change communication.
- Discuss how scientific data and climate change should/can be communicated.
- Identify where the Swiss monitoring networks have room for improvement.

2) Keynote Lecture by James Painter

Important points to think about when communicating about climate change:

- Specification of the purpose (*why?*) of communication: 1) pass knowledge, 2) emotional buy in or 3) behavior change
- Definition of audience/target group as well as the messenger (*who?*)
- Test the effectiveness of the task beforehand
- Changes in the media context:
 - More and more smartphone, social media (mainly Facebook) and video consumption
 - Significant age differentiation in the use of the different media channels
 - Specific nature of the Swiss media context → 61% of people use smartphone (relatively high) and 75% read newspaper (relatively high)
- Rise of new players in environmental information → importance of digital media (e.g. BuzzFeed, The Huffington Post, Vice News). Swiss equivalent is Watson.
- Importance of visual content over long text (images, videos and infographics)
- Interactivity
- Role of emotion and values
 - Information/facts are not enough to get involvement and behavior change for the general public → the key to engagement are emotions, values and ideology
 - People engagement by showing them examples of what people similar to them do for climate change (importance of human narrative)

3) Input Monitoring networks: status-quo of communication

- Proposal “Fostering the Outreach of the Swiss Cryosphere Monitoring Networks”
 - WP1: Evaluation of the communication strategy

The Cryospheric Commission (CC)

- Supervision of all long-term national cryosphere monitoring network
- Documentation and scientific processing of collected data
- Production and communication of reliable scientific data → climate change communication
 - cryosphere.swiss / EKK webportal to explain selected monitored data by GLAMOS, PERMOS and SNOMOS to the general public

GCOS

- GCOS CH Strategy 2017-2016 → Raise the awareness and showcase the usefulness of GCOS Switzerland through targeted communication, education and enhanced engagement with stakeholders
- Pillar 4: enhance communication and outreach
- GCOS CH Outreach Konzept, goals:
 - Improved communication within the Swiss climate observation community
 - Positioning of GCOS Switzerland as: (1) THE Swiss climate observation system, (2) High quality and continuous data series, (3) Important contribution to the global climate observation system

SNOMOS

- Information: state of the snow
- Communication: weekly report about avalanche and snow situation in Switzerland, weather blog in MeteoSwiss, answering media requests about snow conditions

PERMOS

- Information: state of the permafrost in Switzerland (temperature, kinematics, resistivity)
- Communication through webpage, press release via SCNAT, reports

GLAMOS

- Information: state of glaciers
- Communication through webpage, press release via SCNAT, reports
- Identified problems: repetitive interaction with media and pseudo-experts delivering inaccurate results to the media
- Need for media communication improvement, especially in active communication

4) Reminder of important points/questions from the 1st Workshop

- Definition of the: why, for who, what and how to communicate
- Is it possible to communicate as a single body of “Swiss cryosphere monitoring network”?
- Where are the possible synergies for resources sharing?
- No use of social media for communication in Switzerland
- Production of a yearly plan of cryosphere monitoring communication (*c.f. Protocol WS 1*)
- Time mismatch → the peak in media attention in summer do not correspond to data results or data reporting periods. General problematic of the timing of communication.
- Data and graphics should be available easily on the web
- Online vs digital prints
- Which (other) communication channels?

5) Moderated panel discussion with communication experts

Topic: communication of scientific data and climate change

Communication experts: Painter James from Oxford University, Heggli Martin from SLF, Fischer Calista from UZH, Wildmer Marius from UniFR and Falk Marcel from SCNAT

Summary of discussed points:

i) Too diverse organisms/stakeholders in Switzerland → need to bring together different resources in a single entity in order to simplify communication for media, grow together

➔ Need for a centralization of cryosphere monitoring organisms

ii) *What are the roles of the different organisms in Switzerland?*

- What is the role of universities in the communication? How can they offer support? (e.g. social media)
- It is not the role of scientists to do communication alone → no financial, time and knowledge resources for this task (scientists are not communication experts)
- A communication strategy must be defined and communication officers need to be embedded
- Need for a responsible and central organism of communication

➔ Need for a clear definition of the roles inside the communication strategy (scientists, universities, communication officers, responsible communication organism)

iii) *What do we want to do as scientists in terms of communication?*

- Our task is to both provide correct data and communicate them in a way that the people understand them and get involved
- Only facts/data or also the story behind and raising emotions in order to aim for engagement?

➔ Need to define the why/what of the communication

iv) Communication requires time, expertise and money

- ➔ Need for financial resources to allocate specifically to communication

v) *How to get the interest of the media/general public? How not to leave the audience with fear with concerning results?*

- Raise people's emotions
 - Advantage of our field → emotions can easily come in the cryosphere field because the object of research is impressive/beautiful/value embedded.
 - Speaking as a scientists/human being → telling personal narratives
 - Tell local stories → regionalization to get to people's interest and values
 - New data every year to keep the media interest
 - Communication not only about climate change facts but also about how and why science is performed (purpose)
- ➔ Need to get the interest of the media/general public by not only delivering results but also showing the how and why science is performed and raising people's emotions and values.

vi) Active vs responsive communication

- Active communication side → lot of work to produce results, need for communication officers
- Responsive communication side → less resources (e.g. list of experts who can respond to the media).
- Both journalists and social media must be considered as communication channels

6) Findings from talk and discussion

Three key points:

- 1) Definition of the roles inside the communication strategy
- 2) Definition of the why/what of our communication
- 3) Definition of the target audience

Part 2: Communication strategy of the cryosphere monitoring network

7) Objectives Part 2

- Evaluate and shape a common communication strategy of the Swiss cryosphere monitoring network.
- Establishment of communication guidelines and feasible measures/actions.

8) World-café: evaluating communication strategy

Collection of opinion and thoughts around 5 main topics/questions

1) Target audience and purpose (why?) of communication

- Target audiences: Educational sector, scientists, young generation, economy, insurances, lobby (controversial), affected communities, (interested) public, policy makers, administration
- Purposes:
 - Data collection/repository
 - Legitimation for tax payers → why do we need a monitoring network
 - Visibility and credits for sponsoring agency and observers/scientists/monitoring institutions
 - Information about the latest state of the cryosphere
 - Information for affected communities (e.g. Tourism sector)
 - Knowledge and understanding of climate change and the cryosphere
 - Basis for decision in Climate Change affected sectors
 - Engaging the youth, the young scientists, raising enthusiasm, sensibilisation, early career promotion
 - Showing the need for behavioral change → awareness raising
- Depending on the purpose, a different target group needs to be addressed

2) Communication channels- which ones?

- First → select, define and differentiate the target audience (e.g. age, experience, knowledge)
- Social Media Platform (e.g. twitter) → doesn't go in depth but reaches a broad public
 - Effective to announce press release, link websites and tell stories
 - One common platform or one platform for each organism?
 - Allows the link with important NGOs in the environmental sector → visibility
- Use other existing communication channels: existing or mobile exhibition (museums), Radio Podcasts, MeteoSwiss App, Scientific magazines
- New communication channels requires funding, time and knowledge → communication experts

3) Form of communication – Online vs printed

- Both online information (more images, interactive) and prints (more information, texts) are good but they can contain different information
- Identification of *what* to communicate → first to define a strategy and set priorities
- Benefits of the reports: corrections (better quality).
- Prints: long term perspective, data safety
- How should data be archived?
- Print revival: people trust more well-printed data than a webpage.

4) How to communication - What should be improved and what is missing in our communication?

- Need for a well-defined communication strategy

- Advertising/illustration clips for each network (measurements, fields and key messages)
- Local stories, active communication
- Instead of press release, attract more journalists to press conference on site
- Researchers are not communication professionals → need of a communication officer for the whole cryosphere network as a reference who goes to the different networks to get stories.

5) *Timing of active and reactive communication*

- More storytelling through the year via social media
- During summer, no print products ready (except for snow) → be better prepared for reactive communication
- What message could we communicate in summer? Which facts or prognoses? → think about the message in advance
- Reactive communication: need for available material, info graphs, list of people, list of topics

9) **Synthesis: recommendations**

- There is a clear need for a better communication
- Elaborate a communication concept (why and what to communicate (data vs. story), define target audience, define the roles)
- Find a true educated communication officer/expert to bridge the gap between scientists and the outer world (payed on top of the offices)
- Find a potential home for a communication officer: GCOS? SCNAT? ProClim?
- Task of the communication officer: transmitting actively the scientific message to the general public (does communication work that scientists cannot do due to lack of knowledge/time/funding). The communication officer should know how to write/film/handle social media → need for different people working as a communication team?
- Scientists should still be able and willing for reactive communication (e.g. media work, reports, interviews)
- Stakeholder of monitoring networks have to decide about strategy and funding

10) **Next step** (Responsible: Andreas Linsbauer)

Elaborate a first communication concept / strategy for the cryosphere monitoring network based on the workshop outcomes and existing documents (e.g. communication concept of UNICOM UniFR).

- ➔ Draft the concept in iteration with offices and working group.
- ➔ Design a first profile for a communication officer (skills, tasks, home).
- ➔ Identify the links to existing networks of communication.
- ➔ List possible measures and their hypothetical costs.
- ➔ Presentation towards GCOS (report) and at the EKK meeting (Nov. 2018).

Fragebogen zur Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze

- Im Rahmen eines GCOS Kurzprojektes soll eine Kommunikationsstrategie für die Kryosphärenmessnetze erarbeitet werden.
- Kommunikation der Kryosphärenmessnetze bis anhin:
 - klassische Formate der Kommunikation (Berichte, Publikationen, Medienmitteilungen, Webseiten)
 - abgestimmt auf die Saisonalität der beobachteten Elemente
 - gemeinsame Kommunikation der Messnetzte im SAC-Heft und auf dem SCNAT-Kryosphärenportal
 - Fokus der Kommunikation: Kryosphärenelemente anhand von gesammelten Daten beschreiben und erklären, wissenschaftliche Darstellung
- Probleme/Defizite:
 - nur ein begrenzter gemeinsamer, koordinierter Auftritt als «Schweizer Kryosphärenmessnetz»
 - Kommunikation auf Präsentation von Daten ausgerichtet
 - «social media» werden nicht eingesetzt
 - Timing der Kommunikation (Medieninteresse korreliert nicht mit Datenverfügbarkeit)
 - Zielgruppen, Inhalte und Zweck der Kommunikation können besser definiert werden
 - Mit den vorhandenen Ressourcen können die Bedürfnisse, welche an die heutige Kommunikation gestellt werden, nicht mehr zufriedenstellend erfüllt werden

Die beiden Workshops haben klar zum Ausdruck gebracht, dass die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze unbedingt gestärkt werden muss. **Das Ziel ist eine Festlegung der Strategie und die Koordination der Kommunikation unter dem Einsatz von verschiedenen Kommunikationskanälen.** Dabei sollen die Leitprinzipien und wesentlichen Adressaten und Kanäle der Kommunikation sowie die Zuständigkeiten geregelt und in einem Grobkonzept festgehalten werden. Es sollen vor allem ergänzende Massnahmen zur bisherigen Kommunikation genannt und erarbeitet werden.

Ich bin mit diesem Ziel einverstanden:

ja eher ja eher nein nein

persönliche Bemerkungen zu diesem Ziel, dieser Forderung:

Name, Organisation, Funktion:

Die **Zielgruppen und Adressaten der Kommunikation** der Kryosphärenmessnetze können besser definiert werden. Welches sind die wichtigsten Zielgruppen, die durch die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze erreicht werden sollen?

Zielgruppen	<i>sehr wichtig</i>					<i>nicht relevant</i>				
Wissenschaft	5	4	3	2	1					
Schulen, Bildung / junge Leute	5	4	3	2	1					
Medien	5	4	3	2	1					
(interessierte) Öffentlichkeit	5	4	3	2	1					
Politiker, Entscheidungsträger	5	4	3	2	1					
Wirtschaft (z.B. Tourismus, Versicherungen)	5	4	3	2	1					
Non-Profit-Organisationen	5	4	3	2	1					
betroffene Gemeinschaften	5	4	3	2	1					
Administration (Bunde, Kantone, Gemeinden)	5	4	3	2	1					
Stakeholder (Auftrag-, Geldgeber)	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					

Zweck und Absichten der Kommunikation definieren welche Zielgruppen angesprochen werden sollen. Welche der möglichen Kommunikations-Absichten soll durch die Kommunikation der Kryosphärenmessnetze prioritär behandelt werden?

Zweck und Absichten der Kommunikation	<i>sehr wichtig</i>					<i>nicht relevant</i>				
Vorstellen der neuesten Messdaten	5	4	3	2	1					
Informationen über den Zustand der Kryosphäre	5	4	3	2	1					
Datensammlung, Datenbank, Datenarchivierung zu langjährigen Messreihen	5	4	3	2	1					
Informationen für betroffene Gemeinschaften	5	4	3	2	1					
Fachwissen und Erklärungen zum Klimawandel und der Kryosphäre	5	4	3	2	1					
Datengrundlage für Entscheidungsträger (in vom Klimawandel betroffenen Sektoren)	5	4	3	2	1					
Bewusstseinsförderung für den Klimawandel, Anstossen von Verhaltensänderungen	5	4	3	2	1					
Sensibilisieren und Engagieren von Mitmenschen	5	4	3	2	1					
Legitimation für die Steuerzahler (warum brauchen wir ein Monitoring Messnetz)	5	4	3	2	1					
Sichtbarkeit und Anerkennung für Akteure (Wissenschaft, Geldgeber)	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					
_____	5	4	3	2	1					

Um eine definierte Zielgruppe zu erreichen muss der richtige Kommunikationskanal bespielt werden. Welche **Kommunikationskanäle** sollen in Zukunft durch die Kryosphärenmessnetze genutzt werden?

Kommunikationskanäle	<i>sehr wichtig</i>				<i>nicht relevant</i>
Webseite (Bilder, interaktive Graphiken, Daten, wenig Text)	5	4	3	2	1
Medienmitteilung (Verweis auf neue Daten, Webseite; bzw. Berichte)	5	4	3	2	1
Berichte/Publicationen (gesicherte Informationen und Graphiken, viel Text; als print und online Versionen)	5	4	3	2	1
social media (z.B. Twitter, Facebook: story telling, News, Bilder)	5	4	3	2	1
_____	5	4	3	2	1
_____	5	4	3	2	1
_____	5	4	3	2	1

Der Workshop hat zum Ausdruck gebracht, dass es für die Kryosphärenmessnetze eine zusätzliche **Fachperson Kommunikation** braucht, welche in der Lage ist die Lücke zwischen der Wissenschaft und den verschiedenen Adressaten mit zielgerichteter Kommunikation zu füllen und insbesondere im Bereich der «social media» aktiv zu werden.

Ich bin mit dieser Forderung einverstanden:

- ja
 eher ja
 eher nein
 nein

Bemerkungen zu der Forderung nach einer **Fachperson in Kommunikation**:

Weiterführende Empfehlungen für andere Domänen der Schweizer Klimabeobachtung.

Gibt es Erkenntnisse die nicht nur für das Kryosphärenmessnetz anwendbar sind?

Gibt es Potential für Synergien mit andere Domänen des Klimasystems?

Wäre es Eurer Einschätzung nach sinnvoll schweizweit eine Kommunikation zur Gesamtheit des Klimasystems zu definieren?
