

International Congress
Perspectives for Ecological Communication
1993
"Environmental Awareness and Mass Media"
Deutsches Hygiene-Museum, Dresden,
Germany
14 - 17 October 1993

Abschlußbericht



Patron/Schirmherr
Prof. Dr. Klaus Töpfer
Federal Environment Minister/Bundesminister für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit

© Deutsches Hygiene-Museum, Dresden, 1994

Project Director/Text:
Patrick Wilkinson

Design:
Dimitrios Ambatielos

This activity was made possible with the support of



Zusammenfassung

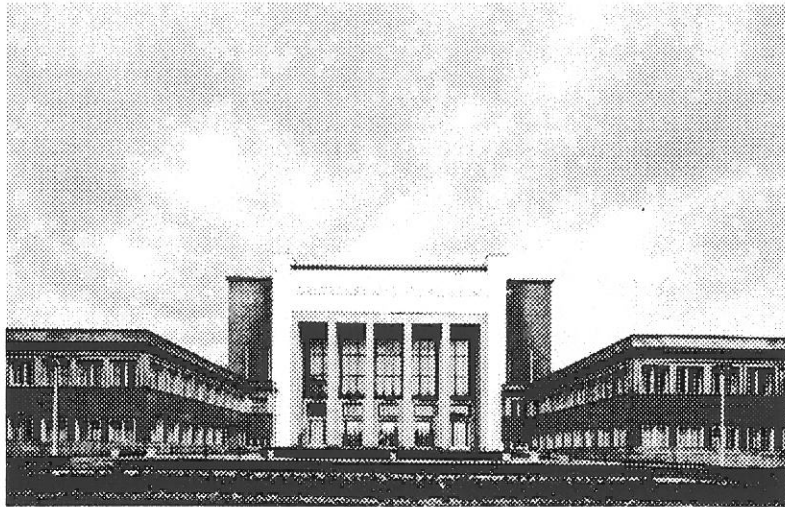
Vom 14. - 17. Oktober 1993 veranstaltete das Deutsche Hygiene-Museum Dresden den internationalen Kongreß "Perspektiven der Ökologischen Kommunikation: Umweltbewußtsein und Massenmedien". Der Kongreß stand unter der Schirmherrschaft von Bundesumweltminister Prof. Dr. Klaus Töpfer.

Die dreitägige Veranstaltung wurde vom Deutschen Hygiene-Museum organisiert und finanziell unterstützt von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt und der Europäischen Kommission sowie von Sponsoren aus der Privatwirtschaft. Zahlreichen Personen und Organisationen stellten uns Dienstleistungen und Arbeitskraft zur Verfügung.

Ziel des Kongresses war erstens die qualitative Analyse des Beitrages der Massenmedien zur Umwelterziehung und zur Steigerung des Umweltbewußtseins. Zweitens sollte die Möglichkeit geschaffen werden, die Verbesserung der Medienarbeit zu diesem Thema zu diskutieren. Zielgruppe des Kongresses waren Medien und Kommunikationsfachleute: Journalisten, Umweltgruppen, Werbeagenturen, PR- und Informationsreferenten der lokalen Verwaltung und des Bundes. Im Vordergrund standen hierbei 1) die Verbesserung des Erfahrungs- und Informationsaustausches zwischen Ost- und Westexperten; 2) ein Forum für EU-spezifische Themen in den Bereichen Umweltkommunikation und Umweltbewußtsein (insbesondere Tourismus als Medium der Umweltkommunikation) zu schaffen; und 3) Standortbestimmung und Zukunft der Umweltkommunikation in den neuen Bundesländern.

Der Kongreß umfaßte fünf öffentliche Ausstellungen zu Umweltthemen. Im Zusammenspiel mit den Seminaren, Workshops und Foren zeigten sie, wie unterschiedlich und vielfältig die Medien an das Thema Umwelt herangehen. Die Ausstellungen waren nach Sponsor, thematischem Schwerpunkt und Kommunikationsziel unterteilt. Ein Filmprogramm ermöglichte den Fachleuten und der Öffentlichkeit, sich auch mit diesem Medium anhand konkreter Beispiele auseinanderzusetzen. Produzenten und Regisseure waren anwesend.

Das hohe Maß an Mitarbeit "auf Tauschbasis" und die Nutzung der existierenden technischen Ausstattung des Museums ermöglichten die kosteneffektive Realisierung des Programms. Alle Kosten wurden durch die bereitstehenden Finanzmittel gedeckt. Ein Defizit entstand nicht.



Das Deutsche Hygiene-Museum, Dresden, gegründet 1912. Das vom Wilhelm Kreis entworfene Museumsgebäude wurde 1930 eröffnet.

The German Hygiene Museum in Dresden was founded in 1912. The building, designed by Wilhelm Kreis, was opened in 1930.

Im Rahmen des Kongresses sollte der Beitrag der Massenmedien zur Entwicklung und Förderung von Umweltbewußtsein qualitativ analysiert werden. Es sollte weiterhin ein Forum geschaffen werden, in dem die Medien diskutieren können, wie sie diese Aufgabe noch effektiver bewältigen.

Ziele

Themenschwerpunkte

Seit 1988 hat es keine bundesweite Bestandsaufnahme zu Rolle und Funktion der Medien im Prozeß der Umweltbewußtseinsbildung gegeben. Das letzte Treffen in Kiel brachte Fachleute aus Wissenschaft, Medien, Wirtschaft, Regierung und Organisationen zusammen. Seit der Wiedervereinigung bestand der Bedarf, diese Fragen neu anzugehen und dabei den Veränderungen in der Medienlandschaft, der Politik und der Wirtschaft der neuen Bundesländer genauso Rechnung zu tragen wie dem Einfluß der alten auf die neuen Bundesländer. Aus diesem Grund befaßte sich ein Themenschwerpunkt mit der Debatte um "Medien und Umweltbewußtsein" in ganz Deutschland.

Unter den Medienfachleuten, besonders den Journalisten, herrschte erhebliches Unbehagen über die Qualität des Umweltjournalismus. Die Qualitätsprobleme wurzeln u.a. im Mangel an Vertrauen, Seriösität (Professionalismus) und faktischer Richtigkeit, sowie im Widerspruch zwischen lokaler und globaler Kommunikation. Auch die allgemein beobachtbare Mediensättigung spielt eine Rolle. Der Kongreß ermöglichte Journalisten und denen, die die Qualität des Journalismus prüfen (Forschung und Interessengruppen), diese Probleme zu diskutieren, Empfehlungen auszusprechen und Erfahrungen auszutauschen. Als Resultat des Kongresses wurde eine internationale Vereinigung der Umweltjournalisten gegründet, um diese Fragen innerhalb der Berufsgruppe zu bearbeiten.

Den Bereichen "Kommerzielle und kulturelle Kommunikation" wurde besondere Beachtung geschenkt. Werbung,

PR und Tourismus als interessierte Formen der Umweltkommunikation und Kunst und Design als Ausdruck einer "Umweltästhetik" waren Thema spezieller Symposien, Workshops und Ausstellungen.

Die regionale Bestandsaufnahme stellte ein weiteres Ziel des Kongresses dar. Aufgrund der Nähe Dresdens und Sachsens zu einem ökologischen "Krisengebiet" Mitteleuropas sollten explizit Teilnehmer aus Polen, der Tschechischen Republik und der Slowakei eingeladen werden. Zur Deckung deren Reisekosten wurden Mittel bereitgestellt.

Außenwirkung

Das Deutsche Hygiene-Museum, ein Landesmuseum des Freistaates Sachsen, das als "modernes Zentrum der Gesundheitskommunikation" fungieren soll, organisierte den Kongreß als Pilotprojekt im Rahmen der Entwicklung geeigneter Instrumentarien zur Förderung der Umwelterziehung. Als klassisches Massenmedium blickt das Museum zurück auf eine lange Tradition in der Vermittlung komplexer wissenschaftlicher und gesundheitsbezogener Themen durch Ausstellungen und andere Veranstaltungen. Im Rahmen der Modernisierung des Museums nach dem Zusammenbruch der DDR wurde eine unmittelbares Engagement in Umweltfragen beschlossen. "Über seine traditionelle Pflicht der Förderung der Gesundheitspflege und des gesunden Lebens hinausgehend, dient das Museum als Forum für Themen der modernen Zivilisation, Naturwissenschaften und Kultur." Mit dem Projekt konnte das Museum seine Relevanz in der externen Debatte festigen und gleichzeitig als Moderator zwischen Wirtschaft, Medien und Wissenschaft, Umweltgruppen und Regierung wirken. In scharfem Gegensatz zu klassischen Veranstaltungen, die Wissenschaftler und Laien/Aktivisten oder Vertreter der Wirtschaft getrennt ansprechen, diskutierten während des Kongresses Fachleute aus allen Bereichen miteinander.

Innenwirkung

Zusätzlich zu den genannten allgemeinen Zielen verfolgte das Museum auch spezifische "interne" Ziele. Allein die Organisation des Kongresses brachte Kontakte zu Bürgerinitiativen, Fachleuten und anderen Museen. Außerdem sollten potentielle Kooperationspartner auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene identifiziert werden, um gemeinsam weitere Projekte im Bereich Ökologische Kommunikation in Angriff zu nehmen. Das Museum wollte damit seine zukünftige Richtung klarer festlegen, um auf diesem Gebiet einen originären Beitrag zu leisten.

1991 gab das Museum eine Durchführbarkeitsstudie in Auftrag, die die Möglichkeiten eines Kongresses "Umweltbewußtsein und Massenmedien" ausloten und gegebenenfalls Schritte zu dessen Realisierung entwickeln sollte. Die Studie, erstellt von Prof. Dr. Gerhard Haan (Freie Universität Berlin) und Patrick Wilkinson, MA, (Institute for Advanced Cultural Studies), empfahl einen dreitägigen Kongreß. Eckpunkte des vorgeschlagenen Kongresses waren die qualitative Analyse des Beitrages der Medien zur Entwicklung und Förderung des Umweltbewußtseins und die Schaffung eines Forums, in dem diskutiert wird, wie die Medien diese Aufgabe effektiver erfüllen können. Weiterhin sollte der Kongreß thematisch umfassend und in der Auswahl der Referenten und Zielgruppen repräsentativ angelegt sein.

Die Studie machte Vorschläge zu Umfang, Struktur und Kosten des Kongresses. Diese Vorschläge wurden, mit einigen Veränderungen, vom Museum angenommen. Sowohl die Deutsche Bundesstiftung Umwelt als auch die Europäische Kommission bewilligten die Ko-Finanzierungsanträge des Museums. Die Organisation des Kongresses begann mit der formalen Zusage der Geldgeber.

Organisation

Das Kongreßteam setzte sich aus einem Projektleiter (Vollzeit), einem Assistenten der Projektleitung (Teilzeit) und je einem Vollzeit- und Teilzeit-Assistenten zusammen. Zur Dauer des Kongresses wurde ein Presseleiter eingestellt. Externe Planungsunterstützung gab die Arbeitsgruppe "Ökologie und Pädagogik" der Freien Universität Berlin unter der Leitung von Prof. Dr. Gerhard de Haan.

Management

Das Managementteam umfaßte folgenden Personen:

Harriet Hauger, Assistentin der Projektleitung: verantwortlich für die Ausstellungen und den Themenschwerpunkt "Umwelt und Museum"

Wolfgang Lupp, Projektassistent: technische Unterstützung der Ausstellungen und der Medienmesse

Johannes Rasch, Presseliaison: Pressebetreuung vor und während des Kongresses

Steffi Schwandt, Projektassistentin: Anmeldungen und Koordination für internationale Umweltjournalisten

Patrick Wilkinson, Projektleiter: Gesamtkoordination, Budgetkontrolle, Programmentwicklung, Sponsorenakquise und Logistik.

Das Personal der Ausstellungs- und technischen Abteilung des Museums leistete erhebliche Hilfe während des gesamten Projektes.

Wissenschaftliche Unterstützung

Prof. Dr. Gerhard de Haan (Freie Universität Berlin) zeichnete verantwortlich für die wissenschaftliche Konzeption des Projektes und beriet das Management in der Auswahl der Referenten, der Programmstruktur und der Vorbereitung der Dokumentation. Prof. de Haan übernahm auch die redaktionelle Bearbeitung der Dokumentation. Weitere wissenschaftliche Hilfe leistete die Arbeitsgruppe "Ökologie und Pädagogik" des Fachbereichs Erziehungswissenschaften der Freien Universität Berlin.

Kooperationspartner

Weitere Unterstützung gewährten das Amt für Umweltschutz Dresden, die Grüne Liga, Dresden, das sächsische Ministerium für Umwelt und Landesentwicklung, das Bauhaus Dessau, die Journalisten-Aktion Umwelt, World Wide Fund for Nature, Ökomeia Institut, Freiburg i.B., United Nations Environment Programme, Rheinland-Pfälzische Landeszentrale für Umweltaufklärung, Mainz. Diese Institutionen und Organisationen stellten Zeit, Ressourcen, Information und Personal zur Verfügung, die wesentlich zum Erfolg des Kongresses beitrugen.

Programmstruktur

Der Kongreß war wie folgt strukturiert:

Wissenschaftliche Veranstaltungen: Symposien und Workshops mit dem Ziel, Schlüsselthemen zu identifizieren und deren praktische und thematische Weiterführung einzuleiten (vgl. Programm). Sieben Symposien und 14 reguläre Workshops begleiteten sie. Der Kongreß wurde mit einer Eröffnungsansprache in Deutsch und Englisch eingeleitet, gefolgt von einer Podiumsdiskussion.

Ausstellungen: Fünf Ausstellungen zu den Themen Umwelt und Medien aus den verschiedensten Institutionen waren etwa drei Monate lang der Öffentlichkeit zugänglich (von circa zwei Wochen vor bis zwei Monate nach dem Kongreß).

Begleitprogramm: Filme, eine Medienmesse, selbständige Programmeinheiten, Treffen und Vorführungen bildeten das Begleitprogramm. Zu erwähnen sind hier insbesondere: Die Journalisten-Aktion Umwelt lud zu einer Veranstaltung, bei der ein internationaler Verband der Umweltjournalisten gegründet werden sollte. Das Treffen wurde von Journalisten aus 26 Ländern besucht. Das Europäische Umweltbüro veranstaltete ein Treffen zu Fragen der europäischen Schwertransportpolitik mit dem sächsischen Umweltminister Arnold Vaatz. Die Hans Schwarzkopf GmbH, Hamburg, sponsorte einen Vortrag und eine Podiumsdiskussion zum

Thema "Ästhetik und Ökologie" mit Prof. Dr. Peter Sloterdijk. Das Ökimedia Institut Freiburg präsentierte ein zweitägiges Filmprogramm mit preisgekrönten Umweltfilmen und deren Regisseuren und Produzenten. Die Grüne Liga und das sächsische Ministerium für Umwelt und Entwicklung organisierte zwei Exkursionen für Journalisten und Kongreßteilnehmer zu ökologisch bedeutenden Orten in der Nähe von Dresden.

Durchführung

Allgemeines

Die Organisation des Kongresses war in vier Phasen unterteilt:

Forschung und Planung im Vorfeld
Oktober 1992-Februar 1993

Entwurf des Programmkonzeptes
Februar 1993-Mai 1993

Anfrage bei den Referenten
Mai 1993-August 1993

Werbung
Juli 1993-September 1993

Programmdurchführung
Oktober 1993-November 1993

Dokumentation und Evaluierung
Dezember 1993-Juni 1994

Programm

Das Kernprogramm bestand aus sieben Symposien (allgemeine thematische Debatten) und 14 Workshops. Zwei Workshops per Symposium widmeten sich der detaillierten und praktischen Diskussion der Fragen, die während des jeweiligen Symposiums angeschnitten worden waren. Es wurde grundsätzlich versucht, Repräsentanten jeder relevanten Zielgruppe als Referenten zu gewinnen, um potentielle

Interessenskonflikte und -koalitionen so darzustellen, wie sie sich in der Gesellschaft als Ganzes zeigen könnten. So bestand z.B. das Symposium "Umweltkommunikation durch Produkte" aus Repräsentanten der Bereiche Design, Marketing, Einzelhandel, Produktion und Umweltgruppen. Dadurch konnte man sich mit jeder Phase des Produktlebenszyklus aus der Perspektive der Umweltkonsequenzen und der kommunikativen Wirkung auseinandersetzen. Außerdem wurden weitmöglichst nationale und lokale Diskussionspartner gewählt, z.B. Vertreter aus Sachsen, aus einer nationalen Organisation und einem weiteren EU-Mitgliedsland oder anderer internationaler Teilnehmer (z.B. USA, Indien, Peru). Durch diese Kombination wurde erreicht, daß sich trotz der Tatsache, daß sich viele Diskussions Teilnehmer untereinander kannten, neue und unverbrauchte Fragenstellungen und Antworten erschlossen.

Professor de Haan beriet bei der Auswahl der Referenten. Als Kriterien galten, über Forschungsqualität und Renomé hinaus, die Repräsentanz relevanter Organisationen, Regionen, Forschungsmethoden und theoretischer oder gesellschaftlicher Interessen. Parteizugehörigkeit war irrelevant, da die parlamentarische Debatte im Kongreßkonzept keine Rolle spielte. Es wurde davon ausgegangen, daß qualitativ hochwertiger Umweltjournalismus im Interesse aller Parteien liegt. Insgesamt beteiligten sich 90 Referenten in den Podiumsdiskussionen und Workshops. Viele verzichteten auf ein Honorar, wodurch erhebliche Kosten gespart werden konnten.

Ausstellungen

Während des Kongresses wurden fünf Ausstellungen gezeigt: Ekoplakát, eine Ausstellung mit Plakaten zu Ökologie-Themen; DenkMal Auto, eine Fotoausstellung der Rheinland-pfälzischen Landeszentrale für Umweltaufklärung; Museum für Wegwerfkultur, Umweltkritische Kunst von Prof. Bernd Löbach; Umwelt Forum der Firma Mercedes Benz; und der Schwarzkopf Design Award 1992. Mit Ausnahme des

Museums für Wegwerfkultur erhielt das Deutsche Hygiene-Museum alle Ausstellungen als kostenlose Leihgabe, bzw. gegen eine geringe Aufwandsentschädigung. Harriet Hauger organisierte ein Symposium zu Umwelt und Museum. Die Hans Schwarzkopf GmbH spendete das "Schwarzkopf Forum" mit Prof. Sloterdijk als Begleitveranstaltung zum Schwarzkopf Design Award 1992. Wolfgang Lupp und die Abteilungen des Museums beaufsichtigten den technischen Teil der Ausstellungen und Veranstaltungen.

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Da die Medien einen Großteil der Zielgruppe ausmachten, wurde ein Pressebetreuer eingestellt, der die MedienvertreterInnen während des Kongresses selbst betreute. Johannes Rasch bereitete die Pressmaterialien vor, koordinierte Interviews, Fototermine und Aufnahme während des Kongresses und sorgte dafür, daß die Journalisten Zugang hatten zu den nötigen Ressourcen (Telefon, Fax, etc). Die gesamte Veranstaltung war so konzipiert, daß sie jederzeit Reportern und damit der Öffentlichkeit zugänglich war. Das Kongreß-Pressebüro koordinierte die Pressearbeit der Sponsoren und Kooperationspartner während des Kongresses.

Externe Beteiligung

Wie oben erwähnt, übernahmen Kooperationspartner die ganze oder teilweise Organisation verschiedener Programmteile. Dazu mußte den Partnern Zugang zu Raum und Ausrüstung verschaffen und ihre Arbeit koordiniert werden. Weiterhin wurden aushäusige Dienstleistungen in Anspruch genommen, die das DH-M nicht selbst stellen konnte (Filmausrüstung, Simultanübersetzung, Verpflegung). Bei der Koordination der externen Dienstleistungen stand die Kongreß- und Veranstaltungsabteilung des Museums unterstützend zur Verfügung.

Ergebnisse und Evaluierung sind derzeit noch vorläufig. Sie beziehen sich auf die bereits abgeschlossenen Segmente, versuchen aber auch eine Einschätzung der wahrscheinlichen Resultate der noch nicht abgeschlossenen Initiativen. Unsere subjektive Evaluierung kommt zu dem Ergebnis, daß die Mehrheit der Kongreßteilnehmer mit der Veranstaltung zufrieden oder sehr zufrieden war. Spezielle Kritikpunkte tauchten während des Kongresses auf, andere wurden schon im Vorfeld sichtbar.

Ziele

Übergreifendes Ziel der Veranstaltung war es, Rolle und Funktion der Medien im Prozeß der Umweltbewußtseinsbildung zu bestimmen und die Qualität ihres Beitrages zu analysieren. Die Referate und Diskussionsbeiträge repräsentierten eine Vielfalt an Meinungen, Methoden und Ansätzen zum Themenkomplex. Da die Abschlußdokumentation noch nicht in ihrer Endfassung vorliegt, ist es zu früh für ein abschließendes Fazit. Dennoch kann schon jetzt davon ausgegangen werden, daß Bedarf besteht für erhöhte berufliche Qualitätsstandards und -maßstäbe und für engere Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Gliedern der Kommunikationskette (z.B. durch die Gründung eines internationalen Verbandes der Umweltjournalisten und die gewünschte engere Zusammenarbeit zwischen ökologischen Anforderungen und anderen menschlichen Bedürfnissen (Design und ästhetisch ansprechende Produktgestaltung). Die Mediensaturierung stellt die Effektivität der Katastrophensignale in beiden Teilen Deutschlands in Frage. Allerdings müssen alternative Formen des Umweltjournalismus noch entwickelt werden. Das Problem des Vertrauensverlustes in Wirtschaft und Regierung kann nicht durch clevere Marketingstrategien und Hochglanzbroschüren übertüncht oder gar beseitigt werden: es handelt sich um echte Probleme und Konflikte, die offen ausge tragen werden müssen.

Auf regionaler Ebene ist ein engerer Kontakt und systematischer Erfahrungsaustausch zwischen Organisationen unbedingt erforderlich.

Unter den Journalisten besteht nach wie vor ein Konflikt zwischen "advocacy" Journalismus und "objektivem" Qualitätsjournalismus (Genauigkeit in der Recherche und zielgruppengerechter Stil). Dieser Konflikt kann als transatlantisches Problem gewertet werden, das teilweise die spezielle Informationskultur der USA reflektiert.

Wirtschaftsfaktoren spielten in der Qualität der Kommunikation und der Formulierung der Agenda eine wesentliche Rolle. Dabei ging es nicht nur um die platte Gleichung "arme Länder = wenig oder kein Interesse an der Umwelt". Vielmehr sieht sich oftmals die Oppositionspresse in einer sehr schwierigen Lage, verstärkt durch die feindliche/unkooperative Informationspolitik von Regierung und Wirtschaft. Auch tauchten nationale und internationale Konflikte in der Frage der Formulierung der Agenda auf.

Planungsqualität

Die Planung und Durchführung des Kongresses bestand aus einer Vielzahl von Aufgaben, die über die Auswahl und Einladung der Referenten, Werbung und Programmgestaltung hinausgingen.

Ein Hauptproblem lag in der Unterbringung der Teilnehmer und Referenten in Quartieren, die ein akzeptables Preis-Leistungsverhältnis boten. Dresden ist eine beliebte Kongreßstadt, die aber erst langsam genügend Hotelkapazitäten in den entsprechenden Preis-/Leistungskategorien schafft. Die Struktur der Teilnehmer wurde mitgeprägt durch die recht hohen Hotelkosten und die manchmal umständliche Verkehrsinfrastruktur der neuen Bundesländer. Diese Bedingungen werden sich im Laufe der Zeit ändern, je mehr Hotelkapazität in der Stadt zur Verfügung steht.

Die zweite Schwierigkeit lag im geringen Bekanntheitsgrad des Deutschen Hygiene-Museums in den alten Bundes-

ländern und im Ausland, was historisch durch die Isolation der DDR von Westdeutschland und der EU bedingt ist. Mit zusätzlichem Werbeaufwand kann die Namenserkennung erhöht und die Positionierung und Verbindung mit Umweltfragen gestärkt werden. Der Kongreß erreichte unter den Umweltjournalisten eine kritische Masse, so daß in Zukunft das DHM und "Umwelt" leichter in Verbindung gebracht werden.

Aufgrund der zahlreichen ausländischen Teilnehmer gewann die Frage der Simultanübersetzung an Bedeutung. Englisch war die zweite Kongreßsprache. Das Kernprogramm konnte fast durchweg mit Simultanübersetzung durchgeführt werden. Verschieden Programmteile wurden nicht übersetzt oder nur mit ad hoc verpflichteten Dolmetschern. Bei zukünftigen Veranstaltungen sollte auf jeden Fall ein umfassender Dolmetscherservice bereitgestellt werden. Da viele der deutschen Teilnehmer auch Englisch sprachen, war es oft möglich, auf intensive Übersetzung zu verzichten und die Beiträge nur in Englisch vorzutragen.

Kommunikation und Entwicklung

Das Journalistentreffen ist nur ein Beispiel, wie der Kongreß sein Kommunikationsziel erreicht hat. Die Pressebetreuung während des Kongresses brachte konkrete Resultate trotz der manchmal kurzfristigen Programmänderungen.

Viele der Kooperationspartner sprachen sich explizit für weitere Veranstaltungen mit dem DHM aus. Unzählige Anfragen nach Materialien, Kongreßprotokoll und weiteren Veröffentlichungen belegen, daß der Kongreß eine echte Lücke gefüllt, bzw. die Forschungslücke erst sichtbar gemacht hat. Da die Kongreßdokumentation noch nicht veröffentlicht wurde, kann derzeit keine genaue Bewertung durchgeführt werden.

Zusätzlich zur Veröffentlichung der Dokumentation oder einer Zusammenfassung der Kongreßresultate will das Museum die neuen Kontakte zu nationalen und internationa-

len Institutionen unbedingt weiterentwickeln. Die Resultate des Kongresses werden in die Vorbereitung zukünftiger Veranstaltungen einfließen. Wo immer möglich, sollen Folgeaktivitäten die Kongreß-Kontakte stärken und neue Kontakte knüpfen.

Ausgaben und Einnahmen

Eine Bilanz der Ausgaben und Einnahmen ist im Anhang beigefügt. Hauptpunkte der Struktur und der Finanzierung sind unten beschrieben.

Finanzstruktur

Der Kongreß sollte zu gleichen Teilen aus Museumsmitteln, externen öffentlichen Mitteln und Mitteln des Privatsektors finanziert werden.

Bis 1/3 Deutsches Hygiene-Museum

Bis 1/3 Externe Finanzierung aus öffentlichen oder quasi-öffentlichen Mitteln

Bis 1/3 aus Privatmitteln, ehrenamtlichen Leistungen, Tauschabkommen, Teilnahmegebühren und anderen Einnahmen.

Die Finanzierungsanträge an die Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Osnabrück, und die Europäische Kommission wurden bewilligt.

Die Teilnehmer konnten einen freiwilligen Beitrag zur Deckung der Kosten von DM 50, 75 oder 150 leisten. Den Teilnehmern aus Osteuropa wurden alle Gebühren erlassen. Viele Referenten verzichteten auf einen Teil oder das Gesamthonorar, um den Teilnehmern den Kongreßbesuch zu ermöglichen, die auf Hilfe angewiesen waren. Die Medienmesse wurde von den Ausstellern getragen.

Zu den Gratisleistungen gehörten Briefpapier, Poster, Getränke während des Kongresses, Gerätemieten (Kopierer, Telefon, etc.).

Alle Designleistungen wurden von Grey Düsseldorf (Poster, Briefkopf, Mappen, Kongreß-Logo) erbracht.

Eine Liste der Unterstützer ist im Programmteil beigefügt.

Einnahmen

Finanzierung durch:

Europäische Kommission	ECU 36.105,00
Deutsche Bundesstiftung Umwelt	DM 190.200,00

Ein Zuschuß des German Marshall Fund of the United States an die Journalisten-Aktion Umwelt teilfinanzierte die Kongreßteilnahme osteuropäischer Journalisten und deren logistische Unterstützung vor Ort.

Private Spenden, die das Beiprogramm, wie z.B. die Medienmesse, finanzierten, gelten nicht als Einnahmen des Kongresses.

Verschiedene Segmenten des Beiprogrammes trugen sich selbst und sind daher hier nicht aufgeführt.

**Balance sheet/Abrechnung
„Umweltbewußtsein und Massenmedien“
Deutsches Hygiene-Museum, Dresden**

As of/Stand 22. 6. 1994

Income/Einnahmen

190,200.00	Deutsche Bundesstiftung Umwelt
152,710.00	Deutsches Hygiene-Museum
69,000.00*	European Commission
=====	
411,910,00	Total

Expenditures/Ausgaben

31,387.00	Office expenses/Büro
206,897.00	Personnel/Personal
52,472,00	Advertising/Werbung
121,153.00	Operating expenses/Durchführung
=====	
411,910.00	Total

*Approximate conversion from ECU
Amounts rounded off to nearest DM/Summen in DM, aufgerundet