

Tagungsbeitrag zu: Jahrestagung der
DBG Kommission V
Titel der Tagung: Böden - eine endliche
Ressource
Veranstalter: DBG, September 2009,
Bonn
Berichte der DBG (nicht begutachtete
online Publikation) <http://www.dbges.de>

Böden des Jahres 2010: Stadtböden als ökologischer und kultureller Wert sowie "des-Jahres-Kampagnen" im Vergleich

Andreas Lehmann¹ und Karl Stahr¹

Schlüsselworte: Boden des Jahres, Öffentlichkeitsarbeit, Reichweite

Stadtböden als ökologischer und kultureller Wert

Das Kuratorium "Boden des Jahres" hat für 2010 die Stadtböden für ihre Kampagne ausgewählt. Die Arbeitsgruppe "Urbane Böden" und das Kuratorium sind bei der Vorbereitung der Kampagne aktiv. Kernpunkte und Perspektiven dieser Arbeiten werden hier vorgestellt.

Indem sich die "Boden des Jahres"-Kampagne an eine breite Öffentlichkeit richtet, stellt sich die Frage, wie das Thema Stadtböden vermittelbar ist. Angesichts dessen, dass Böden und Stadtböden im Besonderen bei der Mehrzahl der Bevölkerung kein Schwerpunktthema der schulischen Ausbildung ist oder war, müssen Anknüpfungspunkte gefunden werden, um für das Thema (Stadt-) Böden zu interessieren.

Nach Einschätzung des Autors eignen sich hierfür insbesondere folgende Aspekte (S: trifft insbesondere für Stadtböden zu):

- Vermittler der Landschaftsgeschichte
- Vermittler der Kulturgeschichte (S)
- allgegenwärtig und jederzeit erfahrbar (S)

¹ Institut für Bodenkunde und Standortlehre, Universität Hohenheim (310), D-70593 Stuttgart, as@uni-hohenheim.de

- Farben, Ästhetik und Haptik
- Lebensgrundlage
- unbekannt und Neugier erweckend
- Ursprünglichkeit
- dünne Haut der Erde

die folgenden Punkte sprechen vorwiegend Bodenkundler an

- Funktionalität
- Rolle im Stoffkreislauf
- Komplexität (S)

Konkrete Ansätze, den ökologischen und kulturellen Wert von Stadtböden zu vermitteln, sind:

- gemeinsame Stadtführungen von Bodenkundlern und Historikern
- historische Artefakte (Porzellan, Glas, Knochen, ...) aus Böden zeigen
- Tiefenmarkierungen mit kulturellen Zeitmarken bei Bodenprofilen, Bodenexponaten oder Fotografien bei aufgeschütteten Böden (s. Abb. 1 bis 3)



Abb. 1: Ein aufgeschütteter Boden in Stuttgart über datiertem Kriegsschutt aus dem Jahr der

Zündung der ersten
Wasserstoffbombe



Abb. 2: Ein Rostocker Stadtboden mit einer Ascheschicht des Stadtrands im Jahre 1677 und dem Hinweis auf das Eröffnungsjahr des ersten deutschen Kaffeehauses in Hamburg. Zugleich war 1677 das Geburtsjahr des als »Türkenlouis« bekannten Markgrafs Ludwig Wilhelm I. von Baden-Baden, ein Oberbefehlshaber im Großen Türkenkrieg in

dem die Osmanen aus Rumänien
zurück gedrängt wurden.



Abb. 2: Ein während des Baus einer Tiefgarage aufgeschlossener Stadtboden über Auenbodenhorizonten in Ulm. Dieser Boden legt über eine Tiefe von 3 m über 1.000 Jahre Natur- und Kulturgeschichte offen. Die datierbaren Tiefen sind mit Hinweisen auf populäre Zeitergebnisse ergänzt.

Weitere Möglichkeiten, den ökologischen und kulturellen Wert von Stadtböden zu vermitteln, sind beispielsweise:

- Gerüche humoser, oxidativer, reduktiver oder mineralölbelasteter Horizonte zu demonstrieren
- Korngrößen, Aschen, Humus, Artefakte oder Wurzelfilz fühlbar machen
- Kressewachstum auf Substraten wie Bauschutt beobachtbar zu machen

"des Jahres"-Kampagnen im Vergleich

Über die Popularität der "Boden des Jahres"-Kampagne ist bisher wenig bekannt. Diesem Informationsbedarf wurde durch Internet-Recherchen nachgekommen. Hierzu wurden Vergleiche mit weiteren 24 "des Jahres"-Kampagnen zu Naturobjekten angestellt.

Bei einem einfachen Vergleich der Zahl an **Google**-Treffern im September 2009 ist der "Boden des Jahres" nach "Stauede" und "Arzneipflanze" drittplatziert. Allerdings ist die Aussagekraft der Google-Trefferzahlen wenig aussagekräftig, da sie durch die Zahl der gespiegelten Websites verzerrt wird. Wird bei der Google-Suche die Zahl der sehr ähnlichen Treffer nicht berücksichtigt, so fällt der "Boden des Jahres" auf Platz 17 zurück. Damit ist eine Aussage zur quantitativen Internetpräsenz der "Boden des Jahres"-Kampagne gemacht.

Wird die Zahl der Aufrufe der **Wikipedia**-Artikel zu ökologischen „des-Jahres-Kampagnen“ im August 2009 betrachtet, rangiert der "Boden des Jahres" auf Platz 20. Die Zahl der Wikipedia-Aufrufe spiegelt die Reichweite der Kampagne innerhalb der Wikipedia-Nutzer wider. Ist also eine Maßzahl in welchem Umfang eine Gemeinschaft gebildeter Internet-Nutzer von der "Boden des Jahres"-Kampagne erreicht werden.

Der Verlauf der Aufrufe des Wikipedia-Artikels "Boden des Jahres" seit Februar 2008 zeigt deutlich einen Anstieg der Aufrufe im Monat Dezember, in dem der Boden des Jahres vorgestellt wird. Beim Vergleich des Zeitraumes Februar 2009 bis August 2009 läßt sich ein leichter

Zuwachs der Aufrufe um 5% verzeichnen.

Eine Aussage zur Wahrnehmung der "Boden des Jahres"-Kampagne durch die öffentlich-rechtliche Berichterstattung in den Sendeanstalten der **ARD** ist durch die Zahl der Treffer auf den entsprechenden Websites möglich. Hierbei läßt sich hervorheben, dass der "Boden des Jahres" zu den 20 von 25 wahrgenommenen Kampagnen zu zählen ist. Ungleich umfangreicher wird in der ARD von den Kampagnen zu Baum, Heilpflanze, Vogel, Staude, Blume und Orchidee berichtet.

Bei der Recherche auf der Website der Wochenzeitung **ZEIT** gehört der "Boden des Jahres" zu der kleinen Gruppe der 9 "des Jahres"-Kampagnen, die dort ermittelbar sind. Neben dem Boden fanden Baum, Blume, Flusslandschaft, Gefährdete Nutztierart, Landschaft, Tier und Vogel Eingang in die Wochenzeitung. Weitere 16 Kampagnen werden auf www.zeit.de nicht erwähnt. Damit scheint die Kampagne "Boden des Jahres" besonders für die Bevölkerungsgruppe interessant zu sein, die sich um Information durch das Lesen einer Zeitung bemüht.

Vergleichende Charakterisierung ausgewählter „des-Jahres-Kampagnen“

In Tabelle 1 sind 4 ausgewählte "des Jahres Kampagnen" vergleichend dargestellt. Der "Vogel des Jahres" wurde ausgewählt, da er die erste derartige Kampagne darstellt. Flusslandschaft und Landschaft repräsentieren zwei Kampagnen, die sich wie der Boden abiotischen Objekten widmen. Hervorzuheben ist, dass der "Boden des Jahres" die jüngste und einzigste von Experten betriebene Kampagne ist. Außer ihr können alle Kampagnen auf eine hohe Zahl lokal aktiver Gruppen zurück greifen. Nur die "Boden des Jahres"-Kampagne greift nicht auf professioneller Unterstützung bei der Öffentlichkeitsarbeit zurück.

Tab. 1: Vergleichende Charakterisierung ausgewählter „des-Jahres-Kampagnen“

	Flussland- schaft des Jahres (Naturfreunde Deutschland)	Landschaft des Jahres (Naturfreunde Internationale)	Vogel des Jahres (NABU)	Boden des Jahres (DBG)
Mitgliederzahl	75.000	500.000	450.000	2.000
überwiegend	Laien	Laien	Laien	Experten
hohe Zahl lokal aktiver Gruppen	ja	ja	ja	nein
Mitmach-Aktionen	ja	nein	ja	nein
professionelle Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit	wenig	wenig	ja	nein
wichtigste Aktion	Vernetzung	Vernetzung, Weiterbildung	Broschüre	Aktivitäten zum Tag des Bodens
Leitung	ehrenamtlich	hauptamtlich	hauptamtlich	ehrenamtlich
eingeworbene Mittel - Umfang, Quelle	gering, Sparkassen	beträchtlich, EU	gering, divers	gering, divers
Vernetzung mit anderen Kampagnen	nein	nein	ja	nein
seit	2000	1989	1971	2005

Fazit

Als persönliches und vorläufiges Fazit der Verfasser lassen sich folgende Punkte zur Vorbereitung der "Boden des Jahres" Kampagne des Jahr 2010, dem Jahr der Stadtböden, festhalten:

Defizite

- geringe Vernetzung mit anderen ökologisch orientierten NGO's
- wenig kontinuierliches Informieren und Arbeiten
- Konsortium versieht wenig konkrete Aufgaben

Stärken

- bottom up-Aktionen (Aufruf zu Aktionen)
- zunehmende Vernetzung innerhalb der Bodenkunde und Planung
- gute öffentliche Wahrnehmung der Aktivitäten einer relativ kleinen NGO

Perspektiven

- professionelle Unterstützung der Öffentlichkeitsarbeit der DBG
- Ausweisen von Stadt-Natur-Schutzgebieten

Weblinks

Aufruf zu Aktionen zu den Stadtböden als Böden des Jahres 2010

<http://www.dbges.de/wb/pages/posts/boden-des-jahres-2010-aufruf-zu-aktionen84.php>

Dieser Artikel mit Grafiken zum Kapitel "des Jahres"-Kampagnen im Vergleich

<https://www.uni-hohenheim.de/soil/Aldbg09.pdf>