

Risiken richtig verstehen

Zusammenfassung

Risiken richtig verstehen

Die Verbraucher werden heutzutage durch die verschiedensten Quellen auf Risiken im täglichen Leben aufmerksam gemacht und dadurch zum großen Teil auch verunsichert. Deshalb besteht eine der größten Herausforderung für Regierungen, die Wissenschaft, die Wirtschaft sowie gesellschaftliche Interessengruppen darin, Risiken für Gesundheit und Wohlergehen des Menschen verstehbar zu machen. Auch die Kosmetikindustrie steht vor der Aufgabe, Risiken sachlich zu erklären und den Unterschied zwischen Risiko und Gefahr zu verdeutlichen.

In vielen Diskussionen rund um alltägliche Risiken für die menschliche Gesundheit und das menschliche Wohlergehen werden die Begriffe »Risiko« und »Gefahr« häufig synonym verwendet. Doch es besteht ein entscheidender Unterschied zwischen einem Risiko und einer Gefahr, denn

$$\text{Risiko} = \text{Gefahr} \times \text{Exposition.}$$

Risiko setzt das Vorhandensein einer Gefahr sowie die Exposition gegenüber dieser Gefahr voraus. Somit kennzeichnet ein Risiko die Wahrscheinlichkeit, dass ein Schaden tatsächlich entsteht. Das Vertrauen der Verbraucher in etablierte Experten befindet sich derzeit in einer Krise. Vorbei sind die Zeiten, in denen die Verbraucher instinktiv darauf vertrauten, dass Aussagen von Experten »wahr« sind. Hinzu kommt, dass sich in einer immer enger vernetzten Gesellschaft Informationen über das Internet unkontrolliert ausbreiten können. Dadurch rücken die alltäglichen – vermeintlichen oder tatsächlichen – Risiken für Gesundheit und Wohlergehen immer stärker in das öffentliche Bewusstsein. Tatsächlich sind die Menschen heute aber nicht mehr Alltagsgefahren ausgesetzt als früher. Im Gegenteil: Sie leben sicherer und gesünder als je zuvor. Ein wesentlicher Punkt in der Auseinandersetzung mit Risiken ist deshalb die richtige und sachliche Kommunikation, die es der Öffentlichkeit ermöglicht, Risiken richtig zu verstehen und einzuschätzen.

Gemeinsame Verantwortung für die Vertrauensbildung

Die Beschäftigung mit dem Begriff »Risiko« kann auch in der Kosmetikbranche leicht zum Verlust von Vertrauen in die Produkte oder deren Inhaltsstoffe führen. Daher müssen Wissenschaft, Industrie, Politik und Medien gemeinsam daran arbeiten, das Vertrauen der Verbraucher in die Sicherheit der Produkte zu verbessern. Die Verbraucher wollen den wissenschaftlichen Hintergrund der Produkte, die sie jeden Tag verwenden, gar nicht

völlig verstehen. Sie möchten die Verantwortung an Marken, Hersteller und den Handel delegieren und deren Entscheidungen vertrauen können.

Experten aus der Wissenschaft nehmen meistens eine neutrale Position ein. Eine ausgewogene Risikokommunikation seitens der Kosmetikindustrie ist notwendig, um das Vertrauen in eine funktionsfähige Wissenschaft und in Wissenschaftler selbst aufrechtzuerhalten. Dies bedeutet einen offenen und transparenten Meinungs austausch einerseits. Zum anderen muss es eine Ausgewogenheit bei den kritischen Auffassungen sowie klare, verständliche Empfehlungen geben. Innerhalb der Versorgungskette müssen alle gemeinsam Verantwortung für ein entschiedenes Auftreten übernehmen, um Ängste aufgrund unrichtiger Informationen zu zerstreuen.

Die entscheidende Rolle der Medien

Trotz der Skepsis vieler Verbraucher gegenüber der Berichterstattung in Presse, Funk und Fernsehen sind es die Medien, über die die meisten Vorstellungen in das allgemeine Bewusstsein dringen. Es sind auch die Medien, bei denen sich die Menschen in einer Krise oder Schrecksituation Informationen beschaffen. Die Medien werden oft wegen ihrer Sensationsberichterstattung über Gesundheitsängste angegriffen, obwohl das tatsächliche Risiko verhältnismäßig gering oder nicht nachgewiesen ist. Es wäre allerdings zu einfach, die Journalisten für alle Fehlentwicklungen allein verantwortlich zu machen. Alle Seiten müssen sich um eine angemessene Kommunikation zwischen Wissenschaft, Industrie und Medien bemühen.

Die Kosten einer ängstlichen Gesellschaft

Risiko gehört zu jeder Gesellschaft und zum Leben. Das Vermeiden einer Diskussion über Risiken kann ernsthafte Folgen in der Zukunft haben. Wird die Fähigkeit der Wissenschaft zur Verbesserung der Lebensqualität in Frage gestellt, hat das schädliche Auswirkungen und löst Widerstand gegen Innovationen aus. Eine unnötige Besorgnis über die »falschen« Risiken führt dazu, dass falsche Maßnahmen ergriffen werden, was wiederum unnötige Kosten verursacht.

Das Thema »Risiko« ist eine komplexe Angelegenheit, die für nahezu alle Industriezweige und Länder von Bedeutung ist. Eine offene Diskussion ist notwendig, um eine Zukunft zu vermeiden, in der Menschen in falscher Angst vor nachweislich sicheren alltäglichen Produkten leben.

■ Einführung

Die Risikodiskussion hängt eng mit der so genannten »Angstgesellschaft« zusammen. Risiko ist zu einer ständigen Sorge geworden, was die permanente Medienberichterstattung über die Gefahren des modernen Lebens beweist; sie reicht von Gesundheits- oder Umweltängsten bis hin zu Ängsten vor Verbrechen oder den Gefahren des Reisens. Diese Diskussion findet vor dem Hintergrund wissenschaftlicher Entwicklungen statt, die sich unmittelbar auf die Verbraucher auswirken, z.B. in der Biotechnologie und der Genetik, sowie in der sich verändernden europäischen Chemikalien-Gesetzgebung.

Die deutsche Kosmetikindustrie, die sich im Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V. (IKW) zusammengeschlossen hat, möchte im Zuge ihres Verantwortungsbewusstseins einen Beitrag zur Risikodiskussion leisten und die aus ihrer Sicht wichtigen Aspekte einbringen.

Die Kosmetikindustrie stellt mit ihren Produkten täglich eine Verbindung zwischen Wissenschaft und Verbrauchern her. Sie agiert damit an vorderster Front der Risikodebatte und steht vor der Aufgabe, die Sicherheit der Produkte sowie den Begriff des Risikos in seiner tatsächlichen Bedeutung darzustellen und den Unterschied zwischen Risiko und Gefahr zu verdeutlichen.

In der Politik konzentriert sich die Debatte über Risikokommunikation auf die Notwendigkeit, die Verbraucher verstärkt mit einzubeziehen. Vorherrschende Meinung ist, dass Regierungen und Unternehmen in der Vergangenheit nicht ausreichend Informationen bereitgestellt und den gegenseitigen Dialog nicht genügend gefördert haben. Dadurch verfügten die Verbraucher nicht über die notwendigen Mittel, um die Risiken des täglichen Lebens zu verstehen.

Aus Sicht der Kosmetikindustrie ist diese Darstellungsweise jedoch unvollständig. In der heutigen komplizierten und unter Zeitdruck stehenden Gesellschaft erwarten die Menschen nicht, dass sie über alle Fakten verfügen und in jede Entscheidung über ihr persönliches Risiko eingebunden werden. Sie müssen in der Lage sein, die Bewertung von Risiken an solche Institutionen zu delegieren, de-

nen sie vertrauen. Deswegen glauben wir, dass nicht noch mehr Informationen zur Verfügung gestellt werden müssen, sondern dass eine bessere Kommunikation notwendig ist. Das heißt, es müssen neue Wege gefunden werden, um wissenschaftliche Fakten in eindeutige und auch für Laien verständliche und glaubwürdige Maßnahmen zu übersetzen. Damit einhergehen müssen Mut und Entschlossenheit, um das erforderliche Vertrauen zu gewinnen.

■ Die verängstigte Gesellschaft

Sorgen wir uns zu Tode?

Erstaunlicherweise ist die reichste, langlebige, bestgeschützte und ressourcenreichste Zivilisation auf dem besten Wege dazu, auch die ängstlichste zu werden.

Das Vertrauen in die etablierten wissenschaftlichen Experten ist in einer Krise. Gleichzeitig sind sich die Menschen der alltäglichen Risiken für ihre Gesundheit und ihr Wohlergehen bewusster denn je. Das zeigen weit verbreitete Ängste, z.B. vor gentechnisch veränderten Lebensmitteln oder BSE. Immer neue wissenschaftliche Studien geben jeden Tag neue, häufig widersprüchliche Empfehlungen. Es stellt sich die Frage, warum sich die Menschen derart viele Sorgen um Risiken machen, die offenkundig übertrieben dargestellt werden.

Zunehmende Komplexität von Wissenschaft und Technik

Möglicherweise hängen die Ängste mit der immer größer werdenden Komplexität von Wissenschaft und Technik zusammen. Die Menschen haben Angst vor den rasanten Veränderungen und befürchten, dass die Gesellschaft heute Risiken eingeht, deren langfristige Folgen nicht überschaubar sind.

Das ist jedoch nur ein Teil der Antwort. Jahrhundertlang war es gesellschaftlicher Konsens, dass der mögliche Nutzen des wissenschaftlichen Fortschritts größer ist als seine potenziellen Gefahren. Dieses Verständnis hat sich trotz der immer besseren Lebensbedingungen inzwischen geändert. Viele Menschen wollen heute nicht akzeptieren, dass es vie-

les gibt, das sie nicht verstehen und dass sie stattdessen Experten und gesetzlichen Regelungen vertrauen sollten.

Im Gegenteil: Sie vertrauen nicht mehr ohne weiteres darauf, dass Experten die Wahrheit sagen. Wirtschaftsführer, Politiker und Journalisten haben nur noch das Vertrauen von weniger als einem Viertel der Bevölkerung. Der Wissenschaft im Allgemeinen trauen etwa 2/3 der Bevölkerung. Dieser Wert sinkt auf 48 %, wenn Wissenschaftler für die Industrie tätig sind.

Einfluss auf das öffentliche Bewusstsein haben auch die veränderten Lebensumstände der postindustriellen Gesellschaft. Intelligentes Arbeiten hat Priorität und die Arbeitstechniken, die gelehrt und gefördert werden, sind eher analytisch als repetitiv. Diese Fertigkeiten werden auch in anderen Lebensbereichen angewendet, was beispielsweise dazu führt, dass die Verantwortung für den Umgang mit Risiken nicht mehr automatisch auf Dritte übertragen wird. Die Menschen möchten die Informationen haben, um dies selbst in die Hand zu nehmen. Andererseits fehlt ihnen aber auch meist der entsprechende naturwissenschaftliche Hintergrund, der zu einer kompetenten Beurteilung eines vermuteten Risikos notwendig wäre.

Die vernetzte Gesellschaft

Der Zugriff auf Informationen spielt eine bedeutende Rolle für die Einstellung zum Risiko. Die Kombination aus ständiger Informationsüberflutung in einer zunehmend vernetzten Gesellschaft und die wachsende Bereitschaft, Dinge in Frage zu stellen, führen verständlicherweise zu einer Unsicherheit, woher Informationen beschafft werden sollen.

Das Internet hat die Informationsflut, der die Öffentlichkeit ausgesetzt ist, noch verstärkt. Es gibt jedem die Möglichkeit, Informationen zu verbreiten, die von allen anderen gelesen werden können. Diese Informationen sind weder kontrolliert noch abgesichert; dennoch messen die Menschen dem, was sie auf ihrem Computerbildschirm sehen, Glaubwürdigkeit bei. Die Welt ist zum globalen Dorf geworden, in dem Gerüchte, Behauptungen und Lügen eine bisher nicht gekannte Verbreitung finden.

Das Risiko verstehbar machen

Die Gesellschaft setzt sich immer öfter mit Risiken auseinander, die eigentlich zu vernachlässigen sind. Sie befasst sich mit unmittelbaren Risiken und solchen, über die am häufigsten berichtet wird, anstatt auf die wirklich relevanten Risiken einzugehen. Lungenkrebs beispielsweise wird heute für weitaus mehr Todesfälle verantwortlich gemacht als noch vor 50 Jahren. Obwohl Lungenkrebs vermutlich nahezu vollständig auf das Rauchen zurückzuführen ist, rauchen viele Menschen trotzdem weiter – das Risiko ist bekannt und wird vielfach bewusst in Kauf genommen. Umgekehrt gehen die Fallzahlen vieler anderer Krebsarten zurück, und zwar genau diejenigen, zu denen die Medien große Ängste schüren.

Die Einstellung zum Risiko

Die Haltung des Einzelnen zum Risiko hängt von vielen verschiedenen Faktoren ab. Zwei Schlüsselfaktoren spielen dabei eine wichtige Rolle:

1. Ist das Risiko freiwillig oder unfreiwillig?
2. Ist es ein bekanntes, sichtbares oder ein unbekanntes, nicht sichtbares Risiko?

Angst diktiert diese beiden Faktoren – ebenso die Aufmerksamkeit der Medien. Die Strahlung von Mobiltelefonen beispielsweise ist ein unfreiwilliges Risiko, weil der Nutzer ihr ungefragt ausgesetzt

wird. Das Ausmaß des Risikos ist nicht bekannt, da eventuelle langfristige Auswirkungen bislang nicht erkennbar sind. Demgegenüber stehen Risiken, die z.B. Extremsportler trotz der möglichen sehr viel gravierenderen Folgen ganz bewusst in Kauf nehmen. Die bloße Kenntnis eines Risikos hat also nicht unbedingt ein »risikobewusstes« Verhalten zur Folge. Die Öffentlichkeit benötigt daher eine Hilfestellung bei der richtigen Bewertung von Risiken.

Die Illusion des Nullrisikos (1)

In den 50er bis 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts herrschte in der Bevölkerung eine weit verbreitete Angst davor, dass Krebs vor allem durch synthetische Stoffe in der Nahrung verursacht wird. Es wurde daher versucht, selbst geringste Konzentrationen an Stoffen, die sich bei hohen Dosierungen im Tierversuch als carcinogen erwiesen hatten, aus Lebensmitteln zu verbannen. Gleichzeitig machte die analytische Chemie geradezu unglaubliche Fortschritte. Immer mehr Stoffe wurden in immer geringeren Konzentrationen in Lebensmitteln entdeckt, von deren Existenz man bis dato nichts gewusst hatte. Doch warum sterben wir nicht alle bereits in jungen Lebensjahren an Krebs, obwohl scheinbar eine immer größer werdende Vielzahl an potenziell krebserregenden Stoffen auf uns einwirkt, die im Übrigen ganz überwiegend natürlicher Herkunft sind? Eine nähere Beleuchtung des Risiko-

kos liefert die Antwort: Auch für krebs-erzeugende Stoffe gibt es eindeutige Wirkungsschwellen – und das Risiko ist hier vielfach vernachlässigbar gering. Aber ein Nullrisiko ist und bleibt eine Illusion.

Die Kommunikation des Risikos**Der Beitrag der Industrie**

Die Risikodebatte beginnt bei den täglichen Entscheidungen der Verbraucher über das, was sie einkaufen, was sie essen, wohin sie reisen, was sie für ihre Gesundheit und ihren Lebensstil tun. Ziel muss immer der aufgeklärte, verantwortungsbewusste Verbraucher sein. Die Notwendigkeit, Verbraucher in eine offene und transparente Diskussion über Risiken einzubeziehen, ist unbestritten. Der entscheidende Aspekt ist aber, auf welche Art und Weise Informationen kommuniziert werden.

»Die Verbraucher möchten nichts über Risiko wissen, sie möchten etwas über Sicherheit wissen«.

Dr. Angelika Tritscher,
Weltgesundheitsorganisation (WHO)

Das »Recht auf Wissen«

Gibt es ein »Recht auf Wissen?« Selbstverständlich dürfen Verbraucher eine offene und ehrliche Kommunikation erwarten. Es wäre aber nicht sinnvoll, Verbraucher in alle Entscheidungen, von denen sie irgendwie betroffen sein könnten, einzubinden. Es wäre unter Umständen sogar gefährlich, sie schon bei kleinsten wissenschaftlichen Ungewissheiten mit Informationen zu überschütten. Dies würde nur unnötige Ängste und Zweifel hervorrufen.

Erst umfangreiches Fachwissen und Erfahrung geben Testergebnissen einen Sinn und entscheiden über ihre Bedeutung. Leider wird heute gerade diese qualitative Bewertungsmethode in Frage gestellt und droht dadurch verloren zu gehen.

Einbindung der Verbraucher

Das menschliche Verhalten ist gleichermaßen von Wahrnehmungen und Fakten

Das Vorsorgeprinzip

Das Vorsorgeprinzip ist ein Element der gesellschaftlichen Risikofixierung. Das Prinzip plädiert für die Einleitung von Vorsorgemaßnahmen, sobald sich eine Schadensgefahr abzeichnet, selbst wenn die Beziehung zwischen Ursache und Wirkung nicht wissenschaftlich erwiesen ist. Das Prinzip basiert auf der Annahme, dass die Gesellschaft mit vielen neuen, komplexen Risiken konfrontiert ist, vor denen sie gegebenenfalls geschützt werden muss. Es gibt allerdings auch diejenige Position, die das Vorsorgeprinzip für einen Hemmschuh des wissenschaftlichen Fortschritts hält. Dennoch ist das Vorsorgeprinzip tief im öffentlichen Bewusstsein verankert und dürfte in zukünftigen politischen Entscheidungsprozessen weiterhin eine gewichtige Rolle spielen.

Die Kosmetikindustrie zielt nicht auf die Abschaffung des Vorsorgeprinzips. Sie begreift es als Chance. Wenn es von allen Beteiligten angenommen und vernünftig eingesetzt wird, kann es helfen, das öffentliche Vertrauen in die Wissenschaft wieder herzustellen. Wichtig dabei ist Ausgewogenheit: Vorsicht ist manchmal unverzichtbar, darf aber nicht dazu führen, dass die Gesellschaft sich »zu Tode ängstigt«.

bestimmt. Die Risikokommunikation kann sich deshalb nicht nur auf die Bereitstellung von Fakten beschränken. Die Wahrnehmung – beispielsweise, welche wissenschaftlichen Entwicklungen vom ethischen Standpunkt gesehen wünschenswert wären – ist zusammen mit wissenschaftlichen Fakten ein wichtiger Teil der Risikobewertung.

Gefährlich wird es, wenn bei der Risikobewertung die Wahrnehmung dominiert. Zwar muss eine ausgewogene Betrachtungsweise durch die Berücksichtigung der öffentlichen Meinung sichergestellt werden; andererseits stehen aber auch die Experten in der Verantwortung, eine wissenschaftlich fundierte Wahrnehmungswiese zu fordern.

Die richtigen Informationsquellen

Das Vertrauen in die Wissenschaftler ist geringer geworden. Heute werden auch diejenigen in Frage gestellt, die früher als Autoritäten galten, ihre Motive und ihre Unabhängigkeit in Zweifel gezogen. Im Gegenzug ist in den vergangenen Jahren der Einfluss gesellschaftlicher Interessengruppen, die sich selbst als wissenschaftliche Alternative darstellen, permanent gewachsen. Eine neue Art von Expertentum – Verbraucherexperten, Umweltexperten und Experten, die sich in Kampagnen zu bestimmten Themen engagieren – spielen heute eine größere Rolle im Entscheidungsprozess.

Die Verbraucher suchen natürlich eher Informationen bei denjenigen, die – scheinbar oder tatsächlich – keine persönlichen Interessen haben. Spekulationen darüber, welche Wissenschaftler den objektivsten Ansatz haben, können jedoch zu falschen Annahmen verleiten. Selbst Greenpeace hat zugegeben, dass gesellschaftliche Interessengruppen gelegentlich opportunistisch sein können (2). Auch können die Ergebnisse eines wissenschaftlichen Experiments gravierender dargestellt werden als sie tatsächlich sind, wenn die Autoren im Wettbewerb um die Finanzierung weiterer Forschungsprojekte stehen.

Verantwortung für Risikokommunikation

Es ist ein schmaler Grat zwischen dem Eingehen auf die Besorgnisse der Ver-

braucher und dem Reagieren auf Vorurteile. Manche Supermarktketten sind z.B. sehr schnell bereit, ganze Produktlinien aus den Regalen zu nehmen, wenn auch nur der geringste Zweifel an der Sicherheit der Inhaltsstoffe geäußert wird. In einzelnen Fällen ist das absolut berechtigt, in den meisten jedoch eine nicht erforderliche Reaktion auf fehlerhafte Informationen. Der Handel mit seiner bisher nie gekannten Vertrauensstellung muss daher eng mit den Herstellern zusammenarbeiten, damit die Verbraucher auch weiterhin vertrauensvoll ihre Entscheidungen treffen.

Dabei sind zwei Elemente von Bedeutung:

1. *Vertrauen in die Entwicklung neuer Produkte bzw. den wissenschaftlichen Fortschritt wecken.*

Die Verbraucher wissen im Allgemeinen nicht, welchen umfangreichen Regelungen die Branche unterliegt. Sie glauben vielmehr, dass es kaum Reglementierung gibt. Es muss daher mehr Aufklärung erfolgen, nach welchen Regeln Branchen wie die kosmetische Industrie arbeiten und welchen strengen Prüfungen sämtliche Inhaltsstoffe und auch die fertigen Produkte durchlaufen müssen.

2. *Das Vertrauen in die Produkte selbst aufrechterhalten.*

Die Unternehmen müssen zeigen, dass sie Vertrauen in die Sicherheit der Produkte und die ihnen zugrunde liegende Wissenschaft haben. Die Industrie muss eine Führungsrolle dabei übernehmen, der Öffentlichkeit die Wissenschaft zu erklären.

Die Industrie kann nur dann das Vertrauen in eine funktionsfähige Wissenschaft und die Glaubwürdigkeit wissenschaftlicher Experten aufrechterhalten, wenn ihre Risikokommunikation ausgewogen ist. Diese Kommunikation muss offen und transparent sein, aber auch kritische Auffassungen mit einbeziehen und Hilfestellungen in einer klaren, verständlichen Sprache bieten. Wo heute einzelne Gruppen um das Vertrauen des Verbrauchers konkurrieren, ist eine en-

gere Zusammenarbeit zwischen Herstellern, Handel, Verbrauchergruppen und Behörden wünschenswert, um das Vertrauen in die Experten im Allgemeinen wieder herzustellen.

»Wer darauf besteht, alles erst mit absoluter Klarheit zu sehen, bevor er entscheidet, wird niemals entscheiden.«
Anonymus

■ Risiko oder Gefahr

Die Herausforderung für die Industrie

Im Mittelpunkt der Risikodiskussion steht oftmals das Wort »chemisch«. Mehr als jeder andere wird dieser Begriff mit einem Risiko in Verbindung gebracht, einem Risiko, das nicht kontrolliert oder verstanden werden kann. Der entscheidende Unterschied zwischen Risiko und Gefahr ist nirgendwo so relevant wie in der chemischen Industrie.

Die Begriffe Risiko und Gefahr werden häufig synonym verwendet. Dabei gibt es einen entscheidenden Unterschied zwischen beiden. Das Verständnis dieses Unterschieds ist von grundlegender Bedeutung für eine aufgeklärte Debatte über die Sicherheit von chemischen Erzeugnissen und Prozessen.

Risiko = Gefahr x Exposition

Risiko setzt das Vorhandensein einer Gefahr sowie die Exposition gegenüber dieser Gefahr voraus. Somit kennzeichnet ein Risiko die Wahrscheinlichkeit, dass ein Schaden tatsächlich entsteht. Ein gefährliches Tier z.B. kann als »Gefahr« gesehen werden. Wenn das Tier frei herumläuft, kann es auf Menschen in seiner Umgebung treffen. Es besteht also ein Risiko, dass diese Menschen angegriffen werden. Wenn das Tier jedoch in einem geschlossenen Käfig ist, bleibt es »gefährlich«, aber niemand ist einer Gefahr ausgesetzt. Daher gibt es auch kein Risiko.

Analog macht die Tatsache, dass beispielsweise 250 Gramm eines Stoffes zur Vergiftung führen würden, diese

Substanz noch nicht zu einem Gift. Kochsalz würde zum Beispiel – in dieser Menge eingenommen – tödlich wirken, aber die Aufnahme von geringen Mengen ist von wesentlicher Bedeutung für die menschliche Gesundheit.

»Alle Dinge sind Gift und nichts ist ohne Gift. Allein die Dosis macht, dass ein Ding kein Gift ist.«
(Paracelsus, 1493 – 1541)

Alle Inhaltsstoffe, die in der kosmetischen Industrie zum Einsatz kommen, müssen die strengen europäischen Bestimmungen zum Verbraucherschutz und zum Schutz der Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter erfüllen. Die eingesetzten Verfahren berücksichtigen so genannte Sicherheitsmargen, das heißt, sie berücksichtigen Umstände mit einer weit höheren Exposition als unter den tatsächlichen Bedingungen. Dibutylphthalat beispielsweise wird bislang in künstlichen Fingernägeln mit einer Sicherheitsmarge von 1 500 verwendet. Um gefährlich zu sein, müsste eine Person diesem Stoff 1 500 x stärker ausgesetzt sein als bei maximalem normalen Gebrauch. Dennoch wird Dibutylphthalat in eine Reihe mit jenen Stoffen gestellt, die nach der neuen EU-Gesetzgebung wegen ihrer potenziell krebserregenden, erbgutverändernden oder fortpflanzungsbeeinträchtigenden Eigenschaften als »gefährlich« klassifiziert werden. Aufgrund einer potenziellen Gefährdung, die niemals ein Risiko für die menschliche Gesundheit darstellen würde, wird dieser Stoff zukünftig nicht mehr eingesetzt. Viele Ängste vor kosmetischen Inhaltsstoffen basieren auf falsch verstandenen oder überholten Informationen oder auf Forschungsergebnissen, die nicht unabhängig validiert worden sind; andere sind sachlich unbegründet. Die Ängste entstehen, weil dem Verbraucher das Fachwissen über die betroffenen Substanzen fehlt.

Beispiel für eine solche Fehlinterpretation ist Dihydrogenmonoxid. Dieser farb- und geruchlose Stoff wird als industrielles Lösungs- und Kühlmittel und auch in Atomkraftwerken einge-

setzt. Festes und dampfförmiges Dihydrogenmonoxid kann Verbrennungen hervorrufen; in flüssiger Form ist dieser Stoff jedes Jahr für zahlreiche Todesfälle unmittelbar verantwortlich. Man findet den Stoff in Krebswucherungen, er trägt zum sauren Regen bei und ist in der Umwelt allgegenwärtig. Müsste diese gefährliche Chemikalie nicht streng kontrolliert und reglementiert, wenn nicht sogar verboten werden?

Werden Fakten auf diese Weise dargestellt, sind alle mit der Schlussfolgerung einverstanden. Das Beispiel zeigt jedoch, wie die selektive Verwendung von Informationen Ängste und Sorgen hervorrufen kann, selbst wenn es sich um einen so lebenswichtigen und sicheren Stoff wie Wasser (H₂O) handelt, das in der chemischen Fachsprache auch als »Dihydrogenmonoxid« bezeichnet werden kann.

Die besondere Aufgabe der Industrie besteht darin, die am weitesten verbreiteten Mythen zu zerstören, um das Vertrauen in die vorhandenen Test- und Prüfverfahren zu erhöhen und Vertrauen in die Sicherheit der Produkte zu vermitteln, die von Millionen Menschen jeden Tag verwendet werden.

■ Sind die Journalisten schuld?

Die Rolle der Medien in der Risikokommunikation

Eine Darstellung des Themas Risikokommunikation wäre unvollständig, wenn sie sich nicht mit der bedeutenden Rolle der Medien befassen würde. In der öffentlichen Kommunikation über Risiken sind die Medien große Chance und gewichtige Herausforderung zugleich. Die Medien spielen eine entscheidende Rolle in der Wahrnehmung von Risiko und für die daraus resultierenden Handlungen. Eine unausgewogene Berichterstattung kann gravierende Folgen haben, beispielsweise das Ergreifen falscher vorbeugender Maßnahmen durch die Verbraucher oder die Konzentration der Behörden auf die falschen Risiken. Die Verbraucher sind Medienberichten gegenüber eher skeptisch, und Journalisten schneiden in Vertrauensumfragen re-

gelmäßig schlecht ab. Eine Mehrheit hält die Berichterstattung über risikobehaftete Produkte für übertrieben und unterstellt den Medien, dass es ihnen lediglich um das Geschäft mit der Angst geht. Gleichwohl gelangen über die Medien zweifellos die meisten Ansichten in das allgemeine Bewusstsein, und es sind auch die Medien, bei denen die Menschen in einer Krisensituation oder bei Ängsten Informationen suchen. Medien prägen die Einstellungen über das sozial Wünschenswerte oder die gesellschaftliche »Norm«, und sie haben unmittelbaren und mittelbaren Einfluss auf die politischen Entscheidungsträger.

Berichterstattung über Bedenken

Häufig stehen die Medien wegen ihrer Sensationsberichterstattung in der Kritik, wenn das tatsächliche Risiko verhältnismäßig gering oder nicht nachgewiesen ist. Es ist einfach, Journalisten für Beiträge zu kritisieren, deren Ungenauigkeit zu Fehlinterpretationen führt. Vernünftiger wäre allerdings das Bemühen um gegenseitiges Verstehen. Alle Seiten sollten nach geeigneten Kommunikationsformen zwischen Wissenschaft, Industrie und den Medien suchen.

Die grundsätzliche Kritik an der Art der Medienberichterstattung über Risiken konzentriert sich auf die folgenden Aspekte:

- **Nachrichten als kommerzielles Produkt**
Auch die Medien arbeiten unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten. Medien sind daher ständig von der Versuchung bedroht, Nachrichten und Informationen in einer Art und Weise darzustellen, dass sie ihre Produkte – Zeitungen, Zeitschriften, Internet-, Fernseh- und Hörfunkbeiträge – sowie ihre Organisation optimal vermarkten können.
- **Die übertriebene Vereinfachung von wissenschaftlichen Beiträgen oder Informationen**
Der Versuch, Informationen in einem kurzen Fernsehbeitrag oder einem lesbaren Zeitungsartikel zu vermitteln, führt unweigerlich zum Verlust an Differenziertheit. Ursache ist der permanente Gegensatz zwischen dem

Bedürfnis der Journalisten nach eindeutigen Antworten und der Unfähigkeit der Wissenschaftler, diese Antworten zu geben.

- Der Umgang mit Risikostatistiken
Vielfach werden statistische Angaben ohne Kontext veröffentlicht – z.B. die Darstellung eines vergleichbar großen Risikos oder die Angabe eines Bezugswertes, wie beispielsweise eine Steigerung im Vergleich zu ihrem Ausgangswert.
- Unausgewogenheit durch unzureichende Einbeziehung von Experten
Häufig basieren Beiträge auf Berichten oder Quellen, die nicht durch unabhängige Wissenschaftler überprüft worden sind.

Der Standpunkt der Medien

Bei aller Kritik müssen die Arbeitsumstände von Journalisten berücksichtigt werden. Nur wenige Journalisten sind ausgebildete Wissenschaftler, selbst unter denjenigen, die Gesundheits-, Wissenschafts- oder Umweltthemen bearbeiten. Industrie und Wissenschaft können nicht erwarten, dass Journalisten sich in der wissenschaftlichen und pseudowissenschaftlichen Forschung zurechtfinden und ihre Beiträge klar und eindeutig verfassen, wenn sie es nicht gelernt haben, die wissenschaftliche Stichhaltigkeit von Fakten zu beurteilen.

Ebenso häufig kommt es vor, dass Journalisten wegen Zeitdruck keine ausreichenden Informationen oder Einschätzungen von Experten zur Verfügung stehen. Um eine ausgewogene Darstellung aller Argumente zu erreichen, müssen den Journalisten die richtigen Informationen auf die richtige Weise bereitgestellt werden. Dies umso mehr, als Verbraucher, die über keine oder nur wenige Informationen verfügen, Risiken ernster wahrnehmen. »In der heutigen Kultur der 24-Stunden-Nachrichten führt ein Mangel an Informationen zu einem Vakuum, das Gerüchte und Spekulationen fördert« (3).

Die wirkungsvollste Antwort der Industrie und der Wissenschaft ist die Verbesserung der Risikokommunikation. Das bedeutet die Verwendung einer verständ-

lichen Sprache, die eindeutige Aufbereitung von Informationen sowie die Suche nach neuen Wegen, um einem Laienpublikum wissenschaftliche Prozesse zu erklären. Dabei ist stets im Auge zu behalten, dass auch Journalisten Verbraucher sind. Es bedeutet weiterhin, dass ständig kommuniziert werden muss, insbesondere in einer Krisensituation. Nur wenn alle Informationslücken gefüllt werden, lassen sich Vertrauen und Autorität aufrechterhalten.

■ Die langfristigen Folgen

Die Kosten der Untätigkeit

Risiko gehört zu jeder Gesellschaft. Wird eine Debatte darüber vermieden, kann dies ernste Konsequenzen haben. Diese sind in drei Bereiche unterteilt:

1. Die Kosten einer angsterfüllten Gesellschaft

Die zunehmende Ängstlichkeit hat auch eine große finanzielle Bedeutung, die weit über den betroffenen Industriezweig hinausgeht. Ein Schaden entsteht, wenn die Fähigkeit der Wissenschaft zur Verbesserung der Lebensqualität infrage gestellt wird und wenn es zum Widerstand gegen Innovationen kommt. Kosten entstehen auch durch die Folgen von Handlungen, die durch eine falsche Risikobeurteilung ausgelöst wurden.

Einer Studie des Biochemikers *Bruce Ames* zufolge sind über 99% aller Gifte und Schadstoffe in Pflanzen und Nahrungsmitteln bereits von Natur aus darin enthalten. Nur weniger als ein Prozent werden »künstlich« zugeetzt. Aber genau dieses eine Prozent erzeugt in Diskussionen um ein mögliches Risiko für die menschliche Gesundheit den weitaus größten Wirbel – mit der Folge, dass versucht wird, mit einem beträchtlichen Aufwand auch nur das kleinste Risiko bei bestimmten Gefahrenquellen, aber eben auch nur bei diesen, zu vermeiden. *Stephen Breyer* sagt hierzu in seinem viel beachteten Buch zum Thema Risikoregulierung (4): »Die Jagd nach diesem letzten Prozent kostet mehr, als sie nützt«. Und weiter: »Die Besei-

tigung dieses letzten Prozents bringt nichts als sinnlose technische Zwänge, hohe Kosten, beträchtlichen Überwachungsaufwand und endlose Debatten«.

2. Fehlleitung von Aufmerksamkeit und Ressourcen

Der Druck einer ängstlichen Öffentlichkeit kann ebenfalls dazu führen, dass Behörden und Unternehmen Ressourcen falsch einsetzen. So kann es vorkommen, dass aufgrund eines Betriebsunfalls mit Todesfolge hohe Beträge für eine spezielle Vorsorgemaßnahme aufgewendet werden, um die oftmals sehr unwahrscheinliche Wiederholung des gleichen Zwischenfalls zu verhindern. Würde die gleiche Summe für die Verbesserung der allgemeinen Gesundheit und Sicherheit ausgegeben, könnten weitaus mehr Unfälle verhindert werden.

Schreckensgeschichten zu einer bestimmten Chemikalie können dazu führen, dass diese durch eine Alternative ersetzt wird. In vielen Fällen bedeutet das, ein nicht bewiesenes Risiko durch ein anderes, eventuell noch unbekannteres zu ersetzen. Hals-über-Kopf-Reaktionen führen nicht unbedingt zu einem geringeren Risiko, sondern verlagern es lediglich.

3. Die Vernachlässigung künftigen Nutzens

Nach Ansicht der Entwicklungspsychologin Dr. *Helene Guldberg* hat die Geschichte gezeigt, dass wissenschaftlicher und technologischer Fortschritt häufig zu neuen Risiken führen kann, aber zugleich viele andere, ernstere Risiken verringert werden. Das belegen zahllose Beispiele von der Entwicklung von Impfstoffen, Organtransplantationen, Bluttransfusionen bis hin zur Chlorierung von Trinkwasser (5). Für Dr. *Guldberg* hemmt das Vorsorgeprinzip den wissenschaftlichen Fortschritt. Damit werde künftiger sozialer Nutzen, der heute noch nicht absehbar ist, unmöglich gemacht.

■ Schlussfolgerungen

Die Risikodebatte ist eine komplexe Diskussion, die für nahezu alle Industrie-

zweige und Länder relevant ist. Deshalb müssen sich alle mit dem Thema auseinandersetzen, um eine Zukunft zu vermeiden, in der Menschen in ständiger Angst vor sicheren alltäglichen Produkten leben.

- Die Wissenschaft muss eine Sprache finden, damit die nicht naturwissenschaftlich ausgebildete Öffentlichkeit – einschließlich der Journalisten – sie besser versteht. Eine klarere Kommunikation stellt auch sicher, dass andere Experten, z.B. aus gesellschaftlichen Interessengruppen, keinen unverhältnismäßig großen Einfluss ausüben können.
- Wir glauben, dass die Verbraucher nicht alle Fakten kennen und nicht bei jedem Thema ihr eigener »Risikomanager« sein können. Die Komplexität des modernen Lebens erfordert vielmehr, dass Menschen in der Lage sind, ihre Entscheidungen zu delegieren.
- Die allgemeine Ablehnung wissenschaftlicher Entwicklungen – wie z.B. gentechnisch veränderter Lebensmittel – liegt nicht an einem Informationsmangel der Öffentlichkeit über die wissenschaftlichen Details, sondern daran, dass sie über zu viele Informationen aus unterschiedlichen Quellen verfügt und dass sie den Experten nicht vertraut.
- Regierungen und Unternehmen müssen die Besorgnisse der Verbraucher ernst nehmen, ungeachtet dessen, ob sie auf allen verfügbaren Informationen basieren und in allen Punkten ausgewogen sind. Andernfalls entsteht der Eindruck, die Bereitstellung von zusätzlichen Informationen wäre alles, was getan werden müsste.

- Notwendig sind eine bessere Koordination zwischen den Experten und eindeutige Erklärungen anstelle der bloßen Bereitstellung von mehr Informationen. Behörden, Industrie und Wissenschaftler müssen Verantwortung übernehmen, damit die Verbraucher Risiken richtig verstehen – und das bedeutet, das Risiko zu relativieren, die dazugehörigen Prozesse zu erklären und die Gelegenheit zu nutzen, um eindeutige und sachkundige Empfehlungen auszusprechen.

Literatur

- (1) *Diehl, J.F.* (2003): Von Delaney zu de minimis – die Illusion des Nullrisikos, Deutsche Lebensmittel-Rundschau 9/2003, S. 359–365
- (2) Risikowahrnehmung: Wissenschaft, öffentliche Debatte und politisches Handeln, Konferenz der Europäischen Kommission, 4./5. Dezember 2003. Manuskripte und Präsentationen von:
David Byrne, EU-Kommissar für Gesundheit und Verbraucherschutz
Prof. George Gaskell, London School of Economics
Dr. Angelika Tritscher, Weltgesundheitsorganisation
Gordon Maddan, ASDA
Eric Gall, Greenpeace
Dr. Robert Coleman, Queen's University, Belfast
http://europa.eu.int/comm/food/risk_perception/
- (3) *Dibb, Sue* (November 2003): Winning the Risk Game: A three-point action plan for managing risks that affect consumers, National Consumer Council
- (4) *Breyer, Stephen* (1993): Breaking the vicious circle, Cambridge
- (5) *Guldberg, Helene* (1. Juli 2003): Challenging the precautionary principle, Artikel aus »Spiked«
- (6) CEFIC (2003): Risk and Hazard: How they differ
- (7) Chemicals Industry Association (2003): Risk: Its assessment control and management
- (8) *Cohl, H. Aaron* (1997): Are we scaring ourselves to death?, St Martin's Griffin
- (9) CTPA (2004): Making sense of risk
- (10) *Durodié, Bill* (11. Juli 2003): Gender Bending chemicals: facts and fiction, Artikel aus »Spiked«
- (11) *Durodié, Bill* (2003): The True Cost of Pre-cautionary Chemicals Regulation, Risk Analysis, Vol. 23, No. 2
- (12) *Glassner, Barry* (1999): The Culture of Fear; Why Americans are afraid of the wrong things, Basic Books
- (13) *Harrabin, Roger; Coote, Anna, & Allen, Jessica* (September 2003): Health in the News: Risk, reporting and media influence, Kings Fund Discussion Paper
- (14) Institute of Ideas (2002): Science: Can we trust the Experts? Hodder & Stoughton
- (15) Prof. *Denis McQuail*, Emeritus Professor, Department of Communication, University of Amsterdam (2003): Health News in the Mass Media: Some reflections of press roles and performance, Kings Fund
- (16) *Morris, Julian* (2002): Rethinking Risk and the Precautionary Principle, Butterworth Heinemann
- (17) *Nohynek, Gerhard* (2004): Ist natürlich gesund und chemisch krebserregend?, COSSMA 7/2004, S. 40–41
- (18) Opinion Leader Research (2003): The New Persuaders: the changing nature of influence
- (19) *Willmott, Michael & Nelson, William* (2003): Complicated Lives: Sophisticated consumers, intricate lifestyles, simple solutions, The Future Foundation, Wiley

Quelle:

IKW - Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e.V.
Karlstraße 21
60329 Frankfurt am Main
Email: info@ikw.org