

Inhalt

Dank	9
1. Einleitung	11
1.1 Historische Konstellationen: zeitliche und räumliche Eingrenzung ..	12
1.2 Forschungsfragen und Untersuchungsziele	22
1.3 Ökokritische Geschichtsschreibung: Forschungsstand und Anschlussfähigkeit	24
1.4 Herangehensweise: Methoden, Recherchepraxis und Quellenbasis ..	31
2. Die Umwelt und das Moralische. Imaginations- und bildtheoretische Grundlagen für zwei Kategorien des Sozialimaginären	39
2.1 Das Umweltimaginäre: das Mensch-Welt-Verhältnis als Sozialimaginäres	40
2.2 Das visuelle Umweltimaginäre: die Wirkungspotenziale von Bildern und die Produktion der sozialimaginären Umwelt	46
2.3 Das Umweltmoralische: sozialimaginäre Moral und das visuelle Umweltimaginäre	55
3. Sozialimaginäre Konditionen der Umweltkommunikation (1958–1972) ..	61
3.1 Planetimaginarien: der Planet Erde als globalisierte und ökologisierte Einheit	61
3.2 Wirtschaftsimaginarien: Konsumsteigerung und Wirtschaftswachstum	69
3.3 Energieimaginarien: Ressourcenverfügbarkeit und die Transformation der Energiepolitik	75
3.4 Tierimaginarien: die Medialisierung asymmetrischer Mensch-Tier- Verhältnisse	80
4. Umweltschutz durch Öffentlichkeitsarbeit. Die Formierung der Umweltkommunikation (1969–1978)	89
4.1 „Umweltaufklärung“: staatliche Öffentlichkeitsarbeit als Instrument der „Umweltplanung“ und „Bewußtseinsbildung“	90
4.2 Unternehmerische Umweltkommunikation: Themenintegration und administrative Vorsprünge	106

4.3	Neue Interessensgruppen für die Umwelt: Öffentlichkeitsarbeit als legitimatorische Praxis für BBU und BUND	123
4.4	Zwischenfazit	140
5.	Das visuelle Umweltimaginäre zwischen Tradition und Transformation..	143
5.1	Staatliche Umweltkommunikation: die Bildpraxis der „Umweltaufklärung“	145
5.1.1	Visualisierte Umweltgesetze: die Plakatserie „Umwelt-Bilanz“ des Bundesinnenministeriums	145
5.1.2	Eine märchenhafte Umwelt: die Lichtenford-Serie des Bundesinnenministeriums	154
5.1.3	„Gutes“ Verhalten kennzeichnen: die Suche nach einem staatlichen Umweltgütezeichen	162
5.2	Unternehmerische Umweltkommunikation: Natur, Industrie und Technik als Bildsujets	165
5.2.1	Umwelt als Erlebnisraum: Aktivitäten im Freien auf den Titeln der RWE-Zeitschrift <i>Strom</i>	166
5.2.2	Industrialisierte Natur und technischer Umweltschutz: gemalte Industrielandschaften auf den Titeln der RWE-Zeitschrift <i>Verbund</i>	174
5.2.3	Umwelt als Arbeitswelt: technischer Umweltschutz und die „Humanisierung des Arbeitslebens“ im <i>Umwelt-Blick</i> von Henkel (1974 und 1975)	180
5.2.4	Zertifizierungssymbolik in der unternehmerischen Umweltkommunikation: die Umweltgütezeichen von Bayer und Henkel	184
5.3	Zivilgesellschaftliche Umweltkommunikation: zwischen traditionellen und alternativen Motiven	189
5.3.1	Der erste Kampagnenerfolg des BUND: der Bildband <i>Rettet die Vögel</i> (1978)	190
5.3.2	Protestfotos, DIY-Cartoons und Skandale aufdecken: Selbstwirksamkeit auf den Titeln der BBU-Mitgliederzeitschrift (1976 bis ca. 1980)	202
5.4	Zwischenfazit	212
6.	Öffentlichkeitsarbeit wird Umweltschutzhandeln. Die Profilierung der Umweltkommunikation (1978–1990)	215
6.1	„Umweltfreundliche Autos“: staatliche Umweltkommunikation und Verkehrspolitik	217

6.2	„Die Öffentlichkeitsarbeit muß neu beginnen“: unternehmerische Integrationsbemühungen durch offensive Umweltkommunikation bei Henkel und der IZE.....	228
6.3	Zwischen Selbstorganisation und Zentralisierung: Strukturmodi der BUND- und BBU-Umweltkommunikation	242
6.4	Zwischenfazit	258
7.	Die Technisierung und Handlungsorientierung des visuellen Umweltimaginären	261
7.1	Staatliche Umweltkommunikation: Umweltschutz und Alltagshandeln	266
7.1.1	Individualisierung und Lokalisierung: die Plakatserie „Umweltschutz zu Hause“ des Umweltbundesamtes (1987)....	267
7.1.2	Technischer Umweltschutz im Alltag: die Anzeigenserie „KAT sei Dank“ des Bundesumweltministeriums (1989)	275
7.1.3	Tier-Technik-Hybride als Schutzpersiflage: die Plakatserie von Aktion „Saubere Landschaft“ e. V., Bundesinnenministerium und Umweltbundesamt (1980er-Jahre)	281
7.2	Unternehmerische Umweltkommunikation: Umweltschutz und Unternehmenshandeln	287
7.2.1	Handlungsorte und -zeiten von Luftreinhaltung und Energieproduktion: die Anzeigenserie „Wir handeln“ der IZE (1984–1986)	289
7.2.2	Umweltverschmutzung als technisch lösbares Problem: die Anzeigenserie „Umwelt-Bilanz“ von RWE (1984–1988)	302
7.2.3	Urbane Nachbarschaft als räumliche und soziale Umwelt: die Henkel-Zeitschrift <i>rundrum</i> (1979–1991)	321
7.3	Zivilgesellschaftliche Umweltkommunikation: Umweltverschmutzung als anthropogene Einflussgröße	329
7.3.1	Staatsversagen und Regierungskritik: Cartoons und Karikaturen auf den Titelbildern des <i>BBU-Infodienstes</i>	330
7.3.2	Der ‚Faktor Mensch‘: der Idealzustand menschlicher Abwesenheit in den Titelbildern der BUND-Zeitschrift <i>Natur & Umwelt</i>	346
7.4	Zwischenfazit	357
8.	Synthese. Räumlichkeiten im Umweltimaginären der 1970er- und 1980er-Jahre	361
8.1	Nahräume	362
8.2	Zwischenräume	369
8.3	Fernräume	379

8 | Inhalt

9. Fazit. Die Entstehung visueller Umweltimaginarien in den 1970er- und 1980er-Jahren.....	383
10. Quellen- und Literaturverzeichnis.....	397