

## Zur Diskussion

# Öffentlichkeitsarbeit – eine Chance für die Biologiedidaktik

Joachim Elsner

### **Kurzfassung**

*Am Beispiel der Öffentlichkeitsarbeit der Biologiedidaktik der Universität Dortmund über die populäre Vogelart Haussperling (*Passer domesticus*) wird exemplarisch aufgezeigt, wie fruchtbar eine konstruktive Zusammenarbeit mit Medienvertretern sein kann: für die Vogelart, für die Öffentlichkeit, für die Journalisten und nicht zuletzt für die initiierenden Biologiedidaktiker. Aus den Erfahrungen des eigenen Projekts werden praktische Anregungen gegeben.*

*Gerade die Biologiedidaktik ist prädestiniert für Öffentlichkeitsarbeit, da sie als die mit der Vermittlung von Biologie befasste Didaktikwissenschaft gegenüber der Fachwissenschaft einen Vorsprung in Vermittlungskompetenz besitzt.*

**Keywords:** *Öffentlichkeitsarbeit, Vermittlungskompetenz, Haussperling, Biologiedidaktik*

---

## 1 Einleitung

Am 12. November 2000 hielt Frau Dr. BRUNKHORST-HASENCLEVER vom zuständigen Landesministerium anlässlich der Jahrestagung der Biologiedidaktiker Nordrhein-Westfalens einen Vortrag zum Thema „Perspektiven der Fachdidaktik“ (BRUNKHORST-HASENCLEVER, 2000). Neben zwei anderen Aspekten legte sie in ihrer Rede die Schwerpunkte auf die Perspektiven von Fachdidaktik als

- Vermittlungswissenschaft sowie als
- Wissenschaft vom Wissenstransfer. Eine Aufgabe der Fachdidaktik sei es „... auf wissenschaftlicher Grundlage die Übersetzung von spezialisiertem Wissen der Fachdisziplin in den Zusammenhang von Schulwissen ...“ (S. 6) zu leisten. Weiterhin sollte Fachdidaktik das Wissen der Fachdisziplin in „... sachangemessener und verantworteter Kommunikation ...“ (S. 8) in die

Schulen, darüber hinaus in die gesamte Gesellschaft transferieren – ein Aufgabenfeld, das, so BRUNKHORST-HASENCLEVER, vor allem wirtschaftlichen Interessenagenturen und Instanzen überlassen wird.

Der Gießener Biologiedidaktiker BERCK bewies in seiner Erwiderung eine realistische Sicht und zeigte die Grenzen dieser visionären Ausführungen BRUNKHORST-HASENCLEVER`s auf (BERCK, 2001). Die Aktualität des Themas belegt die Tagung der Sektion Biologiedidaktik des vdbiol. e. V. im Jahre 2001 in Rendsburg mit dem Titel „Biowissenschaften in Schule und Öffentlichkeit“ (BAYRHUBER et al., 2001).

Sicherlich kann die Biologiedidaktik – gerade in Zeiten von Sparmaßnahmen der Öffentlichen Hand – nicht mit dem Etat von Wissenschaftsagenturen konkurrieren. Dennoch steht einer Öffentlichkeitsarbeit mit geringen Finanzmitteln nach Meinung des Autors nichts entgegen. Sie birgt zumindest die Chance dazu beizutragen, dass sich Lehrende in der universitären Biologiedidaktik auch in Zukunft gegenüber Kürzungsabsichten (bei Budget, Personal, Raumbedarf usw.) behaupten können. In ähnlicher Situation dürften sich auch die Schulen befinden, welche in wirtschaftlich problematischen Zeiten und in Zeiten langfristig sinkender Schülerzahlen ebenfalls einem erhöhten Konkurrenzdruck ausgesetzt sind. Als ein möglicher Lösungsansatz – es muss nicht unbedingt der „Königsweg“ sein – wird häufig eine das Image fördernde Öffentlichkeitsarbeit angesehen.

Der Begriff „Öffentlichkeitsarbeit“, oft auch als „Public Relation“ bezeichnet, ist unscharf bzw. vielfältig definiert (BARTHENHEIER, 1982 a, b). Öffentlichkeitsarbeit soll hier im weitesten betriebswirtschaftlichen Sinn als nach außen wirksame Selbstdarstellung verstanden sein. Diese reicht von der Öffentlichkeitsarbeit im engeren Sinn (z. B. Führung von Besuchergruppen, Kontakt mit Medienvertretern) bis hin zu der weitesten Auslegung, dass selbst die Innendarstellung (z. B. die Angestelltenzufriedenheit, der Ruf innerhalb der eigenen Institution) letztlich auch nach außen abstrahlt.

Lehrkräfte für Biologie an Schulen nutzen im Sinne von „Öffnung der Schule“ – nach Meinung des Autors – in viel stärkerem Maße als Universitäten die Öffentlichkeitsarbeit als Mittel der Eigendarstellung (Vorbilder beispielsweise in DALHOFF, 1997). Dies ist sicherlich auch abhängig von der lokalen Medienlandschaft. So mag „das Platzieren“ eines Artikels im Lokalteil einer Zeitung in nachrichtenärmeren ländlichen Räumen leichter fallen als in nachrichtenreichen Ballungsgebieten.

Biologiedidaktiker wie SCHIMPF & BERCK (1982, 400), HESSE & LUMER (2000, 145-146) beklagen, dass „biologische Kenntnisse, die für persönliche

und gesellschaftliche Entscheidungen dringend erforderlich sind“ in den Massenmedien (hier in Tages- und Wochenzeitschriften) nicht gemäß ihrer Bedeutung Berücksichtigung finden. Dies zu ändern wäre vielleicht auch eine Aufgabe der Biologiedidaktik – die Rede von Frau BRUNKHORST-HASENCLEVER weist ebenfalls in diese Richtung. Der Kongress in Rendsburg konnte m. E. allerdings zum Thema „Biologiedidaktik und Öffentlichkeitsarbeit“ nur wenig Erhellendes beitragen.

Sicherlich bemühen sich die allermeisten Biologiedidaktiker schon seit Jahren um eine positive Darstellung des eigenen Aufgabenspektrums. Hier sei ein Beispiel aus der „Fachgruppe Biologie und Didaktik der Biologie“ der Universität Dortmund vorgestellt.

## **2 Eine populäre Vogelart: Der Haussperling**

Die Vogelart Haussperling (*Passer domesticus*) ist den meisten Menschen in Mitteleuropa bekannt und vertraut. Trotz deutlicher lokaler und regionaler Bestandsrückgänge in den letzten 150 Jahren (ENGLER & BAUER, 2002) handelt es sich in Deutschland immer noch um eine der individuenstärksten Vogelarten. Der aktuelle Bestand des Haussperlings in Deutschland wird immerhin noch auf 4 -10 Mio. Brutpaare geschätzt. Dennoch steht diese Art seit dem Jahr 2002 auf der Vorwarnliste der Roten Liste der Brutvögel Deutschlands (BAUER et al., im Druck). Zudem hat sich kaum eine andere Vogelart im Laufe ihrer Evolution so sehr dem Menschen angeschlossen und sich den von ihm veränderten Lebensräumen angepasst (SUMMERS-SMITH, 1963, 1988). Diese Nähe zum Menschen führte zu einer Vielzahl von Mensch-Tier-Begegnungen, welche den Haussperling zu einer für die Umweltbildung äußerst geeigneten Tierart machen (ELSNER, 1996). Dies hat 1998 die Deutsche Wildtierstiftung e. V. bewogen, den Haussperling als „Zugpferd“ für ihre Öffentlichkeitsarbeit auszuwählen. Die Proklamation des Haussperlings zum „Vogel des Jahres 2002“ durch den Naturschutzbund (Nabu) Deutschland e. V. führte nach Aussage des Nabu-Vizepräsidenten Helmut OPITZ „zumindest zu einer der erfolgreichsten Nabu-Kampagnen dieser Art“.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Mündliche Mitteilung anlässlich des Artenschutzsymposiums zum „Vogel des Jahres 2002“ am 20. April 2002 in Berlin

### 3 Die eigene Öffentlichkeitsarbeit

Schon während der Feldforschung u. a. zur Verhaltensökologie von Haussperlingen in zoologischen Gärten im Rahmen des Diplom- und späteren Promotionsvorhabens des Autors (ELSNER, 1996) ergaben sich früh Zufallskontakte zur Presse. Daraus entwickelte sich eine Reihe von in der Öffentlichkeit wirksamen Aktivitäten (s. Tabelle 1). Es wurden die Kommunikationsmittel Zeitung, Hörfunk und Fernsehen genutzt, um

- einerseits die eigenen Forschungsaktivitäten an die Öffentlichkeit zu tragen,
- andererseits der populären Wissensvermittlung über diese interessante Vogelart zu dienen.

Die Anbahnung der Kontakte erwies sich als Selbstläufer. Unter Journalisten wurde der Tipp einer „lohnenden Story“ weitergegeben. In keinem Fall musste eine Redaktion vom Autor oder von anderen Personen für einen Beitrag „motiviert“ werden. Auch war die Pressestelle der Universität in keinem Fall beteiligt. Von Vorteil erwiesen sich sicherlich die traditionell guten Kontakte der zoologischen Gärten zu den Medienvertretern. Die Berichterstattung in sämtlichen Medien war stets mit der Person des Autors als Vogelkundler verbunden, weil die Journalisten ausnahmslos die Einbindung seiner Person in den Kontext wünschten. So flossen nebenbei auch Informationen über die beteiligte Universität ein. Der fachliche Inhalt bezog sich nicht auf ein spezielles Thema (also beispielsweise nicht ausschließlich auf Verhaltenskunde oder Artenschutz), sondern deckte ein breites, auf die Vogelart Haussperling bezogenes Spektrum oberflächlich ab.

Die Resonanz aus dem Kreis der weit gestreuten Rezipienten konnte nur qualitativ erfasst werden, insbesondere durch Anfragen bei sämtlichen beteiligten Redaktionen bzw. bei den Autoren der Beiträge. Als Indikator für eine starke Reaktion der Rezipienten zum Thema diente die Zahl der Leser-, Hörer- bzw. Zuschauerreaktionen bei den Zeitungs- und Rundfunkredaktionen und beim Forscher selbst. Exaktes Datenmaterial war hierzu aus diversen Gründen in den Redaktionen leider nicht zu erhalten.

Die Reaktionen auf die Medienbeiträge wurden – nach den Aussagen der erfahrenen Journalisten und Redakteure – in allen Fällen intuitiv als „stark“ bzw. „überdurchschnittlich hoch“ eingestuft. Das Leitthema „Information über den Haussperling“ (auf das sich offenbar alle Reaktionen bezogen) sprach das Publikum auch in emotionaler Hinsicht an (ELSNER, 1996).



# Spatz heißt korrekt gar nicht Spatz

Jeder kennt ihn, selbst kleinen Kindern ist er ein Begriff – der Spatz. Lateinisch heißt er *Passa domesticus* Linné, zu deutsch Haussperling. Joachim Elsner hat ihm bislang zwölf Monate seines Lebens gewidmet und seine Diplomarbeit im Fach Biologie dazu verfaßt.

Doch damit nicht genug, der 28jährige schreibt nun auch noch seine Doktorarbeit über die kleinen Tschilper. „Ach, sie meinen den jungen Mann mit der Dauerkarte“, stellt die Frau an der Kasse des Bochumer Tierparks fest. Mindestens zweimal wöchentlich zeigt er sie vor.

**Bericht 3. Lokalseite**



Handzahn sind einige Haussperlinge im Bochumer Tierpark.

waz-Bild: Hartmut Beifuß

Abb. 1: Der erste Zeitungsartikel (WAZ, 30.07.1994, Größenverhältnisse bei Wiedergabe verändert). Dieses Beispiel soll die Art und Weise der populärwissenschaftlichen Vermittlung durch die Medienvertreter aufzeigen (Bericht umseitig).

# Doktorand ist den Spatzen auf der Spur

Wissenschaftler haben den Vogel bisher kaum beachtet

**Von Sonnenaufgang bis Sonnenuntergang beobachtet Joachim Elsner Tiere im Tierpark. Aber nicht die Zootiere, sondern den einfachen Haussperling.**

Dieser hat hier, so weiß der Biologe inzwischen, einen idealen Lebensraum. Sehr sozial, gesellig und intelligent seien sie. „Ich hole mal eine Waffel“, meint Joachim Elsner, „dann sehen Sie, wie piffig die sind.“

Kaum liegt die duftende Leckerei vor ihm, umschwirren ihn seine Forschungsobjekte. Haussperlinge hocken auf dem Eulenkäfig, den Sträuchern und dem niedrigen Zaun. Vorsichtig wagt sich ein im Vergleich zu den Männchen unauffällig graubraun gemustertes Weibchen in die Nähe des Tisches.

Erst hockt es auf der Stuhllehne, dann sucht es aus sicherer Distanz den Blickkontakt zum edlen Spender. Es können durchaus einige Minuten vergehen. Doch dann: Schwupps! Schnappt es sich das Waffelstück und fliegt auf

und davon. Die Kollegen starren hinterher, einige versuchen, ihr die Beute abzujaagen, andere trauen sich nun auch ran an die Waffel.

„Normalerweise flüchten die Haussperlinge spätestens, wenn man näher als sieben Meter an sie herankommt. Wenn sie aber Futter haben

## Der kleine fliegende Überlebenskünstler frift fast alles

wollen, sind sie sehr zutraulich, sie kommen sogar auf die Hand“, beschreibt der Diplom-Biologe die Allesfresser.

In seiner Arbeit hat er die Sperlingsvögel im Bochumer Tierpark und dem Gelsenkirchener Ruhr-Zoo unter die Lupe genommen. „So unterschiedlich die Räume sind, in denen die beiden Gruppen leben, so unterschiedlich sind auch die Tiere“, erzählt Joachim Elsner.

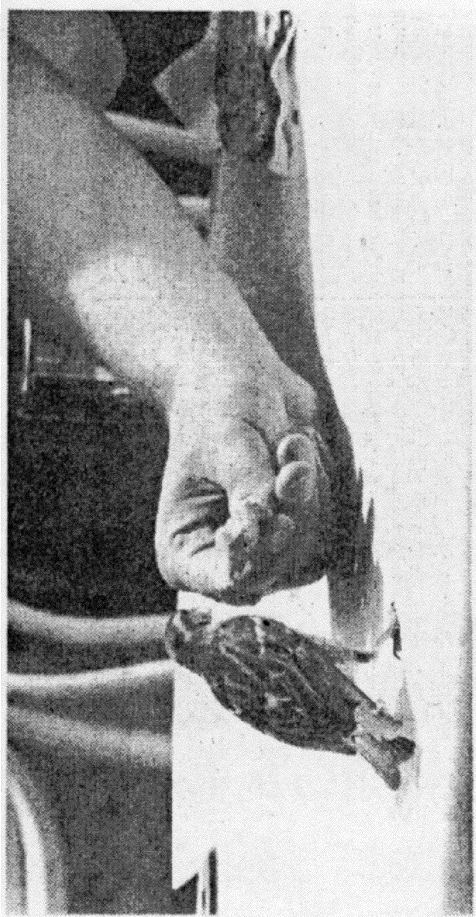
Mit viel Zuneigung schildert er Eigenheiten der Vögel: „Hier in Bochum kennen die Haussperlinge kaum Angst.

Manche schlüpfen sogar in die Käfige ihrer natürlichen Feinde und klauen das Futter.“ Inzwischen kennt er auch einige Tiere mit individuellen Merkmalen. Weibschwanz Nr. 1 etwa hält sich überwiegend am Pferdestall auf.

In der spärlichen Forschungsliteratur geistern Berichte über Haussperlinge, die in den unmöglichsten Lagen überleben: Im 20. Stock des Empire-State-Building oder 640 Meter unter der Erde in einem Bergwerk in Yorkshire – Überlebenskünstler eben.

Und wie kommt jemand dazu, sich so intensiv mit diesen „Allerweltsvögeln“ zu beschäftigen? „Ich besuche den Tierpark seit ich 13 bin. Die Sperlinge, damals waren hier auch noch Feldsperlinge, sind mir immer aufgefallen. Als ich im Studium feststellte, daß es nur sehr wenig Untersuchungen über sie gibt, hatte ich mein Thema“, erklärt Joachim Elsner, dessen Doktorarbeit übrigens im Fach Erziehungswissenschaften und Biologie entsteht.

**Barbara Löcherbach**



Magisch anziehend findet das Sperlingsweibchen das Stück Waffel in der Hand von Joachim Elsner. Doch zuvor heißt es: „Schau mir in die Augen, Kleines!“ waz-Bilder: Hartmut Beifuß



**Tabelle 1:** Eingesetzte Medien und Richtwerte für die Rezipientenzahl (soweit recherchierbar)

Medien	Zeit	Richtwerte Rezipientenzahl
Lokalzeitung (WAZ)	30.07.1994	~11.000 verkaufte Ex.
Lokalzeitung (RN)	05.08.1995	~7.000 verkaufte Ex.
Lokalzeitung (WAZ)	10.11.1995	~10.000 verkaufte Ex.
Lokalzeitung (RN)	11.11.1995	~6.000 verkaufte Ex.
kostenfreie Lokalzeitung (Stadtspiegel Bochum)	11.11.1995	152.000 verteilte Ex.
kostenfreies Magazin für Stellensuchende zw. 16 und 29 J. (Jobs & Tops)	18.09.1997	~10.000 verteilte Ex.
überregionales Wochenend-Magazin als Beilage zur Lokalzeitung (Das Bunte Journal)	09.09.2000	~550.000 verkaufte Ex.
Live-Interview im Lokalfunk (Ruhrwelle)	14.06.1995, 11.00-12.00 Uhr mit Unterbrechungen	maximaler Hörerkreis: 380.000 Personen
Fernseh-Reportage (3 min) Erstausstrahlung (WDR, Regionalstudio Dortmund)	30.05.1995 ~19.40 Uhr	Einschaltzahl: 650.000 Haushalte
zwei Wiederholungen (WDR, NRW-weit)	31.05.1995 nach Mitternacht	Einschaltzahl: ~110.000 Haushalte
Fernseh-Reportage (Offener Kanal Dortmund) Erstausstrahlung	26.08.1996 20.00 Uhr	maximaler Zuschauerkreis: 440.000 Haushalte
1. Wiederholung	26.08.1996 ~23.00 Uhr	
2. Wiederholung	31.08.1996 ~16.00 Uhr	

**Akronyme und Abkürzungen der Tabelle:** WAZ = Westdeutsche Allgemeine Zeitung, RN = Ruhr Nachrichten, Ex. = Exemplare

Das anhaltende Medieninteresse selbst ist ein sicheres Indiz für eine – zumindest angenommene – hohe Resonanz in der jeweiligen Zielgruppe. Um das Thema dennoch nicht zu „verbrennen“, findet zurzeit (Stand 2001-2002) parallel zur Nabu-Kampagne keine eigene Öffentlichkeitsarbeit zum Thema statt.

Die Medienarbeit wirkte bis in die eigene Universität hinein. Von der einfachen Interessenbekundung bis zur intensiven Diskussion über fachliche Inhalte reichte die Reaktion der Angestellten (nichtwissenschaftliche wie wissenschaftliche zu etwa gleichen Anteilen, 12 von 21). Dieser universitätsinterne Ansehensgewinn hat in Dortmund möglicherweise einen deutlichen Beitrag zum Erhalt der dortigen Biologiedidaktik geleistet.

## **4 Qualitative „Kosten/Nutzen-Abschätzung“ beim Einsatz verschiedener Medien**

Ein Blick auf die Rezipientenzahlen in Tabelle 1 zeigt, dass die verschiedenen Medien eine unterschiedliche Breitenwirkung erzielten.

### **4.1 Fachvortrag**

Der (nicht nur) an den Universitäten weit verbreitete Fachvortrag in für die Öffentlichkeit zugänglichen Veranstaltungen erreicht nur eine begrenzte Zuhörerzahl. Gemessen an dem intensiven persönlichen Einsatz des fachlich spezialisierten Vortragenden (allein oft eine Stunde Redezeit, zusätzlich eine Diskussion, der eventuelle Reiseaufwand usw.) ist die Wirksamkeit eher als gering einzustufen – selbst wenn so genannte Multiplikatoren im Publikum sitzen. Dies ist jedenfalls die Erfahrung aus vierzehn in den Jahren 1995-1998 gehaltenen Vorträgen zum Thema „Haussperling“.

### **4.2 Zeitschriftenartikel**

Wie auch der Vortrag erreichen die an der Universität in gutem Ruf stehenden Veröffentlichungen in (meist begutachteten) Fachorganen nur ein erlesenes Fachpublikum bzw. bei populärwissenschaftlichen Schriften stark am Fach interessierte Laien.

Lesen verlangt i. d. R. eine höhere persönliche Anteilnahme und Konzentration als die Aufnahme audiovisueller Beiträge (z. B. SCHERER, 1988). Dies gilt auch für die regionalen Tageszeitungen. Bei den Beiträgen über den Haussperling steigerten sie zudem die Aufmerksamkeit ihrer Leserschaft durch

den lokalen Bezug. In allen Artikeln wurden Text und Bilder bewusst volksnah-locker<sup>2</sup>, aber dennoch an der Sache orientiert und möglichst Emotionen auslösend gehalten, um so einen weiten Leserkreis anzusprechen. Dieser Schreibstil förderte das umweltpädagogische Anliegen, die Leser zu einer selbstständigen Begegnung mit dem Naturphänomen im Freien zu motivieren.

Der Aufwand von einem meist halbstündigen Interview und einer etwa ebenso lange dauernden Fotosession war gemessen an der großen Breitenwirkung verhältnismäßig gering.

### **4.3 Hörfunk**

Vor allem jüngere Menschen favorisieren den Hörfunk (SCHERER, 1988). Dabei wird eher nach einer bestimmten Zeitspanne als nach Inhalten ausgewählt (SCHERER, 1988). So gelangt man als Hörer oft auch an nicht erwartete Informationen.

Die Zuhörerresonanz war im Vergleich zu den anderen eingesetzten Medien am geringsten. Dies mag daran liegen, dass die Konzentration auf den Inhalt einer Radiosendung häufig von anderen Aktivitäten überlagert wird. Radio ist nämlich nach HÜTHER et al. (1990) ein „Nebenbei“-Medium mit knappen Informationsteilen, vorrangig jedoch unterhaltenden und musikalischen Programmen.

### **4.4 Fernsehreportagen**

Das Fernsehen ist das am intensivsten genutzte und auch am positivsten beurteilte Medium (HÜTHER et al., 1990). Es ist am bequemsten zu rezipieren. Trotzdem kann das Anschauen von Fernsehbeiträgen auch kognitiv anregen und zur Eigenaktivität motivieren (MOSER, 1995). Die Kombination von gebotenen Informationen und geweckten Emotionen nutzt der enormen Medienwirkung des Fernsehens. Laut SCHERER (1988) hat das Medium Fernsehen wohl deshalb einen so großen Einfluss, weil die Menschen freiwillig und unbewusst die dort präsentierten Ansichten und Vorstellungen übernehmen.

Dem nur knapp über 3 min dauernden Filmbericht des WDR gingen sechsstündige (!) Dreharbeiten (mit Tierfilm-Sequenzen, Interviews) voraus. Dieser hohe Aufwand wurde durch die stärkste Rezipienten-Resonanz belohnt.

---

<sup>2</sup> als Beispiel: „Doch damit nicht genug, der 28jährige schreibt nun auch noch seine Doktorarbeit über die kleinen Tschilper.“ (WAZ-Artikel vom 30.07.1994)

Die Amateur-Produktion des Offenen Kanals Dortmund folgte nicht der Logik professioneller Programmanbieter (z. B. keine exakte Vorbereitung auf Drehort und -termin). So soll es übrigens nach MOSER (1995) allgemein für diese Produktionen üblich sein. In Bezug auf Produktionsaufwand (nur eine Stunde) und Wirkung beim Publikum, meist im Umfeld der Produzierenden (MOSER, 1995), handelt es sich bei solch amateurhaften Akteuren um einen Sonderfall.

Neben der abgeschätzten Breitenwirkung und der Rezipientenzahl kann über die längerfristige Wirkung der transportierten Botschaften nur vage spekuliert werden. Eine gezielte Datenerhebung hat hierzu nicht stattgefunden.

Am deutlichsten gab es aber Hinweise durch Personen, die, von der Berichterstattung inspiriert, gezielt den persönlichen Kontakt mit dem Forscher vor Ort suchten – teils unter erheblichem Zeit- und Kostenaufwand (Anreisekosten, Zooeintritt, mehrfaches Aufsuchen). Die Betreuung dieses Personenkreises forderte einen nicht unbeträchtlichen Einsatz des Experten. Solche zusätzlichen Zeiten (in der Regel nicht unter 30 min!) sind bei einer derartigen Öffentlichkeitsarbeit von vornherein mit zu kalkulieren.

## 5 Fazit

Die beispielhaft vorgestellte Öffentlichkeitsarbeit soll aufzeigen, dass von der Kooperation mit den Medienvertretern die folgenden Akteure profitiert haben:

- die Vogelart Haussperling: über den Natur-/Artenschutz, hier konkret: Schaffen geeigneter Niststellen (ELSNER, 1996)
- die Journalisten, die stets auf der Suche nach publikumswirksamen Themen sind,
- der beteiligte zoologische Garten: hier der Tierpark Bochum, dessen „ungebetene Gäste“ in Wert gesetzt wurden und der mit dem Bau einer „Spatzen-Beobachtungsstation“ zur Umweltbildung beitrug sowie
- die initiiierende Biologiedidaktik, die in schwieriger Zeit einen inner- und außeruniversitären Ansehensgewinn verbuchen konnte.

Biologiedidaktik, als die mit der Vermittlung von Biologie befasste Didaktikwissenschaft (ESCHENHAGEN et al., 2001), ist besser als die biologischen Fachdisziplinen darauf vorbereitet, öffentlichkeitswirksame Aktivitäten zu entfalten bzw. zu initiieren. Ihr Vorsprung ist die größere Vermittlungskompetenz. Einer Kooperation mit den Fachwissenschaften und

dem an einschlägigen Erfahrungen reichen Wissenschaftsjournalismus steht dennoch nichts entgegen – ganz im Gegenteil.

## Zitierte Literatur

- BARTHENHEIER, G. (1982 a): Auf der Suche nach Identität. Zur historischen Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit / Public Relations. In: HAEDRICH, G., G. BARTHENHEIER & H. KLEINERT (Hrsg.): Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Walter de Gruyter, Berlin, New York, 3-14
- BARTHENHEIER, G. (1982 b): Zur Notwendigkeit von Öffentlichkeitsarbeit. Ansätze und Elemente zu einer allgemeinen Theorie der Öffentlichkeitsarbeit. In: HAEDRICH, G., G. BARTHENHEIER & H. KLEINERT (Hrsg.): Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Walter de Gruyter, Berlin, New York, 15-26
- BAUER, H.-G., P. BERTHOLD, P. BOYE, W. KNIEF, P. SÜDBECK & K. WITT [Nationales Gremium Rote Liste Vögel] (im Druck): Rote Liste der Vögel Deutschlands. 3., überarb. Fassung, Deutscher Rat für Vogelschutz e. V. & Naturschutzbund Deutschland e. V. (Hrsg.), Münster. Berichte zum Vogelschutz
- BAYRHUBER, H., K.-H. GEHLHAAR, U. HARMS, R. HEDEWIG, C. HÖBLE, S. KLAUTKE, R. KLEE, A. KROß, J. MAYER, H. PRECHTL, J. C. SCHLETTER, K. SCHLÜTER & H. VOGT (Hrsg./2001): Biowissenschaften in Schule und Öffentlichkeit. Tagungsband zur Jubiläumstagung zum 25jährigen Bestehen der Sektion Biologiedidaktik im vdbiol. IPN, Kiel
- BERCK, K.-H. (2001): Wissenschaft? Oder: eine kleine Verteidigung der Fachdidaktik. Zum Aufsatz von A. Brunkhorst-Hasenclever in dieser Zeitschrift. IDB **10**, 121-130
- BRUNKHORST-HASENCLEVER, A. (2000): Perspektiven der Fachdidaktik. IDB **9**, 1-9
- DALHOFF, B. (1997): Projekte zum Natur- und Umweltschutz und ihre Bedeutung für die Öffnung von Schule. Dissertation Universität Dortmund. Landesinstitut für Schule und Weiterbildung (LIS) (Hrsg.), Verlag Schule und Weiterbildung, Bönen
- ELSNER, J. (1996): Freilebende Haussperlinge (*Passer domesticus* L.) im Tierpark Bochum: ethologische Untersuchungen und Möglichkeiten der Anwendung für die Besucherpädagogik. Dissertation Universität Dortmund. Eigenverlag, Bochum
- ENGLER, B. & H.-G. BAUER (2002): Dokumentation eines starken Bestandsrückgangs beim Haussperling (*Passer domesticus*) in Deutschland auf Basis von Literaturangaben von 1850–2000. Die Vogelwelt **41** (3), 196-210
- ESCHENHAGEN, D., U. KATTMANN & D. RODI (Hrsg./2001): Fachdidaktik Biologie. 5. Aufl., Aulis-Deubner, Köln
- HESSE, M. & J. LUMER (2000): Biologische Themen in Wochenzeitschriften. MNU **53** (3), 2000, 138-146
- HÜTHER, J., B. SCHORB & C. BREHM-KLOTZ (Hrsg./1990): Grundbegriffe der Medienpädagogik: Wörterbuch für Studium und Praxis. 2. Aufl., Medien, Technik, Bildung Bd. 1. Expert-Verlag, Ehningen bei Böblingen
- MOSER, H. (1995): Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter. Leske & Budrich, Opladen
- SCHERER, B. (1988): Massenmedien und Alltag. In: DEMURRAY, E. (Red.): Medienwirklichkeit – Wirklichkeit. Schriftenreihe des Kreisjugendrings Nürnberg-Stadt Nr. 12, 44-60
- SCHIMPF, D. & K.-H. BERCK (1982): Zum Angebot biologischer Themen in Tageszeitungen. MNU **35** (7), 395-400
- SUMMERS-SMITH, D. (1963): The House Sparrow. The New Naturalist, London
- SUMMER-SMITH, J. D. (1988): The Sparrows. T & AD Poyser, Calton

**Verfasser:** Dr. Joachim Elsner, Universität Dortmund, FB 3 Chemie, Fachgruppe Biologie und Didaktik der Biologie, 44221 Dortmund, joachim.elsner@uni-dortmund.de