Binding Preis für
BIODIVERSITÄT

Dokumentation Fachveranstaltung «Die Farbe der Stadt ist Grün»

Documentation du colloque "La couleur de la ville est le vert".

Fazit :

Die Biodiversitätsförderung ist für viele Akteursgruppen eigentlich mit grossen Chancen verbunden. Es können neue Märkte für ArealentwicklerInnen, LandschaftsarchitektInnen und AusbildnerInnen erschlossen, Kundenbindungen verstärkt, die Attraktivität von Städten/Gemeinden für Neuzuzüger und Firmen aufgrund erhöhter Lebensqualität erhöht, Immobilienwerte gesteigert, Leerstände vermindert, neue Finanzquellen erschlossen werden. Die Fischbowls sowie die ganze Fachveranstaltung bestätigten sehr schön das Paradigma, wonach «*Jedes ungelöste gesellschaftliche oder globale Problem eigentlich nichts anderes ist als eine grosse unentdeckte Marktchance (Peter Drucker)».*

Diese Chancen werden von der Mehrzahl der Vertretenden relevanter Akteursgruppen mit Gestaltungsmacht noch kaum wahrgenommen. Erste First Mover bei InvestorInnen, ArealentwicklerInnen, Städten haben die Chancen erkannt und machen sich auf den Weg, diese zu nutzen. Sie haben allerdings nicht unbedingt ein Interesse, ihren Vorteil des First Movers zu teilen. Andere Vertreter der Akteursgruppen betreiben Biodiversitätsförderung nicht oder nur defensiv, weil sie von Zielkonflikten zu ihrem Kerngeschäft ausgehen, und sie versuchen entsprechend Schäden vor allem beim Image zu minimieren. Die Förderer der Biodiversitätsförderung in Wissenschaft, Beratung und Bildung setzen sich vor allem mit Hürden auseinander (Der Tisch der Landschaftsarchitekten führt bspw. keine Chancen auf, zeigt was man möchte und warum dies nur schwerlich geht; Ähnliches wäre fast am Tisch der Bildung passiert).

Solange die Akteursgruppen mit Gestaltungsmacht (Investoren, Arealentwickler, öffentliche Hand) die Biodiversitätsförderung nicht zum Gegenstand Ihrer Strategie und Ihres operativen Geschäfts machen, und ein entsprechender Zug in Richtung Biodiversitätsförderung seitens Branchen und Akteursgruppen ausserhalb der Bubble von NGO und Wissenschaft entsteht, wie dies beim Klimathema vor ca. 20 Jahren geschah, bleibt Biodiversitätsförderung im Siedlungsraum ein Nischenthema und die Wirkung beschränkt auf den Zustand, den wir heute mit marginalen Flächen mit zweifelhafter Qualität antreffen.

NGO und Wissenschaft können einen Beitrag zur Transformation leisten, indem sie nebst dem Aufzeigen der Folgeschäden des Biodiversitätsverlustes für die Gesellschaft auch die Chancen der Biodiversitätsförderung für relevante Akteursgruppen vertieft analysieren, belegen und verbreiten helfen.

Conclusion :

a promotion de la biodiversité est en fait liée à de grandes opportunités pour de nombreux groupes d'acteurs. Il est possible d'ouvrir de nouveaux marchés pour les développeurs de sites, les architectes paysagistes et les formateurs, de renforcer les liens avec les clients, d'augmenter l'attractivité des villes/communes pour les nouveaux arrivants et les entreprises en raison d'une meilleure qualité de vie, d'augmenter la valeur des biens immobiliers, de réduire le nombre de logements vacants et de trouver de nouvelles sources de financement. Les «Fischbowls» ainsi l'ensemble du colloque ont très bien confirmé le paradigme selon lequel «*tout problème social ou global non résolu n'est en fait rien d'autre qu'une grande opportunité de marché non découverte (Peter Drucker)* ».

Ces opportunités sont encore à peine perçues par la majorité des représentants des groupes d'acteurs importants ayant un pouvoir de décision. Les premiers acteurs parmi les investisseurs, les développeurs de sites et les villes ont reconnu les opportunités et s'apprêtent à les saisir. Cependant, ils n'ont pas forcément intérêt à partager leur avantage de «first mover». D'autres représentants des groupes d'acteurs ne pratiquent pas la promotion de la biodiversité ou ne le font que de manière défensive, parce qu'ils partent du principe qu'il y a des conflits d'objectifs avec leur activité principale et qu'ils essaient de minimiser les dommages, surtout en termes d'image. Les promoteurs de la promotion de la biodiversité dans les domaines de la science, du conseil et de la formation se penchent surtout sur les obstacles (la table des architectes paysagistes n'énumère par exemple aucune opportunité, montre ce que l'on souhaite et pourquoi cela n'est que difficilement réalisable ; une situation similaire a failli se produire à la table de la formation).

Tant que les groupes d'acteurs disposant d'un pouvoir de décision (investisseurs, développeurs de sites, pouvoirs publics) ne feront pas de la promotion de la biodiversité l'objet de leur stratégie et de leurs activités opérationnelles, et qu'un mouvement correspondant en direction de la promotion de la biodiversité ne se produira pas de la part des branches et des groupes d'acteurs en dehors de la bulle des ONG et de la science, comme cela s'est produit il y a environ 20 ans pour le thème du climat, la promotion de la biodiversité dans les zones urbaines restera un thème de niche et son effet se limitera à la situation que nous connaissons aujourd'hui avec des surfaces marginales de qualité douteuse.

Les ONG et la science peuvent contribuer à la transformation en analysant de manière approfondie, en démontrant et en diffusant les opportunités de la promotion de la biodiversité pour les groupes d'acteurs concernés, en plus de la mise en évidence des dommages consécutifs à la perte de la biodiversité pour la société.

Fishbowl Akteursgruppe Arealentwickler (Silvan Bohnet, Leiter Entwicklung Halter AG Entwicklungen, Mitglied der Jury; Moderation Monika Wirth, Geschäftsführerin Sophie und Karl Binding Stiftung)

- Was sind die Chancen, die Anreize für ArealentwicklerInnen, Biodiversitätsförderung zu betreiben?
    - Langfristige Bindung der Käufer-, Mieter- und Nutzergruppen
    - Imagegewinn
    - Labels als Verkaufsargument

- Wo sind die Hebel der ArealentwicklerInnen für die Biodiversitätsförderung?
    - Weit- und umsichtige strategische Planung (Megatrends antizipieren)
    - Weit- und umsichtige Gestaltung von Wettbewerben
    - Verfahren beschleunigen
    - Allgemeine Hebel: Politik und Verwaltung müssen Rechtsgrundlagen und Normen schaffen

- Welches sind die Hürden für ArealentwicklerInnen bei der Biodiversitätsförderung?
    - Lange Planungsdauer, die der gesellschaftlichen Entwicklung hinterherhinkt
    - Diverse Zielkonflikte wie Siedlungsentwicklung nach Innen/Dichte vs. Freiraum, Nachhaltigkeit (Konzentration auf Gebäudelabels, PV-Anlagen auf Dach, an Fassaden), Parkierungsanlagen, Feuerwehrzufahrten u.a.m.
    - Zu wenig Kenntnisse über Chancen der Biodiversität; die Diskussion über Biodiversität ist immer noch zu «akademisch», noch nicht Allgemeinwissen und an der Basis angekommen

- Konkrete Handlungsansätze?
    - Im Kontakt mit den InvestorInnen auf die Bedeutung und die Chancen von biodiverser Aussengestaltung hinweisen (Bewusstsein schaffen)
    - Aussenraum zuerst planen (vor Gebäuden > «Aussenraum first»)
    - Partizipative Ansätze: Bei Projektentwicklung Einbezug von Käufer-, Mieter- und Nutzergruppen mit Interesse an biodiverser Aussengestaltung
    - Möglichst konstruktiver Umgang mit Interessenskonflikten, aktive Lösungssuche
    - Austausch und Kommunikation innerhalb der ArealentwicklerInnen (Best Practice zeigen)

Fishbowl Akteursgruppe Investoren
(Thomas Hügli, Senior Sustainability Expert, AXA Schweiz; Moderation Lena Wunderlin, Projektleiterin Umwelt und Soziales Sophie und Karl Binding Stiftung)

- Was sind die Chancen, die Anreize für Investoren, Biodiversitätsförderung zu betreiben?
    - Langfristige Vorsorgegarantien (diversifiziertes Anlageportfolio, langfristige Planung der Entwicklungen, Anliegen der AnlegerInnen)
    - Werterhaltung
    - Labels
    - Finanzziele (Zufriedenheit der MieterInnen führt zu weniger Wohnungswechseln, weniger Schäden etc.)
    - Biodiversität als das neue «Klima».
- Wo sind die Hebel der InvestorInnen für die Biodiversitätsförderung?
    - Grosses Anlagevermögen
    - Immobilienportfolio
    - Biodiversität bereits im Baubeschrieb aufnehmen
    - Bausumme konkret für Biodiversität zur Verfügung stellen (als Kostenfaktor einbauen)
- Welches sind die Hürden für InvestorInnen bei der Biodiversitätsförderung?
    - Langfristige Anreize für InvestorInnen noch zu wenig klar kommuniziert
    - Biodiversitätsprofis kommen kaum an InvestorInnen heran
    - Kein Investor macht mehr, als z.B. Labels vorschreiben und bei Labels kann bisher die Biodiversität häufig umgangen werden.
- Konkrete Handlungsansätze?
    - Biodiversität als Jahresthema beim Versicherungsverband
    - Wissen von SwissRe an andere Versicherungen herantragen
    - Argumentationslinie für langfristige Strategie klar formulieren und kommunizieren (Regulator, Werterhaltung, Wohnqualität, Reputation)
    - Druck von allen anderen Akteursgruppen auf InvestorInnen aufbauen (LandschaftsarchitektInnen, EntwicklerInnen, BiodiversitätsexpertInnen, Behörden)
    - Schlagworte wie «es ist zu teuer» loswerden indem Biodiversität von Anfang an mitgedacht wird.
    - Biodiversitäts-spezifische Labels wie z.B. Natur und Wirtschaft noch stärker kommunizieren

Fishbowl Akteursgruppe Landschaftsarchitektur
(Ramel Pfäffli, Landschaftsarchitektin, Atelier Oririi; Moderation Daniel Lehmann Pollheimer, Mitglied der Jury)

- Wo sind die Hebel der Landschaftsarchitektur (LA) für die Biodiversitätsförderung?
    - Konzepte und Werkzeuge, um nachhaltige Projekte zu gestalten, um sowohl die Umwelt als auch die soziale Dimension zu berücksichtigen
    - Mit gut durchdachten Raumkonzepten kann ein ausgewogenes Miteinander und Nebeneinander von Menschen, Tier und Pflanzen geschaffen werden.
    - Früh in der Planung mitwirken (Wurzelvolumen, Raumgefüge, Naturwerte erhalten, Vernetzung)
    - Integral denken und planen, kein Autorendenken mehr
    - Präsenz markieren, strategisch im richtigen Moment mitwirken
    - Biodiversität als selbstverständlicher Teil der Projektenwicklung verstehen
    - Fliessende Räume, Synergien nutzen, Funktionen nicht mehr Trennen
- Welches sind die Hürden für die LA bei der Biodiversitätsförderung?
    - Fehlendes Wissen und Angst vor Pflege und Unterhalt sowie veraltete Praxishandbücher (Tiefbauämter bei den Gemeinden, Verwaltungen) führen oft dazu, dass naturnahe Gestaltungsansätze verworfen werden müssen.
    - Umgestaltung ist viel schwieriger als eine Neuanlage, weil gewohnte Bildwirkungen verändert, oftmals «zerstört» werden müssen, bevor etwas Neues entstehen kann.
- Konkrete Handlungsansätze?
    - In der Projektenwicklung kann die LA den Dialog etablieren, um das Maximum für die Umwelt auszureizen und Bauherren zum Umdenken zu bewegen. Dazu braucht es aber in Zukunft mutigere Projektpartner (mehr Biodiversität = Mehr Mut für Dynamik und Prozess, einfacheres Bauen)
    - Landschaftsarchitektur als Infrastrukturleistung vermarkten
    - BGI (Blau grüne Infrastruktur) (z.B. unterstützt Grundwasserbildung, schützt vor Überschwemmungen, fördert Biodiversität, überbrückt Dürreperioden…)
    - Ökosystemleistungen quantitativ erfassen (z.B. Vegetationsmasse = kühlend, wasserspeichernd, gesundheitsfördernd…)
    - Tiefbau: Werkleitungsplanung unter dem Aspekt Baumförderung optimieren; Bauwerke besser bündeln und koordinieren
    - In Entwicklungs-, Planungs- und Bauprojekten sollte die LA vermehrt in den Lead, also vor der Architektur. Insbesondere die öffentliche Hand könnte hier ihre Vorbildfunktion wahrnehmen.
    - Der Umgang mit den Nutzenden ist wichtig ist und braucht mehr Aufmerksamkeit.
    - «Grün-blau» ist nicht als Luxusprodukt- oder nice-to-have-Narrativ zu verstärken, sondern es ist die unmittelbare Notwendigkeit und Werthaltigkeit für alle hervorzuheben.

Fishbowl Akteursgruppe Bildung und Beratung
(Nathalie Baumann, ZHAW; Moderation Peter Lehmann, Vizepräsident der Jury)

- Was sind die Chancen, die Anreize für Bildungsanbieter, Biodiversitätsförderung zu betreiben?
    - Neue Märkte bearbeiten und gewinnen, indem mit spezifischen Angeboten neue Zielgruppen wie die nachfolgend Genannten und weitere mit ausgewiesenem Bildungsbedürfnis adressiert werden.
    - Neue Finanzierungsquellen für Bildungsangebote erschliessen.
- Wo sind die Hebel der Bildung für die Biodiversitätsförderung?
    - Kompetenzvermittlung für Architekten, Planer, Facility-Manager, Hauswarte, …
    - Motivierung von Mieterinnen von Siedlungen/Quartieren.
    - Sensibilisierung von SchülerInnen, älteren Menschen, Menschen mit Migrationshintergrund.
- Welches sind die Hürden für Bildungsinstitutionen bei der Biodiversitätsförderung?
    - Institutionelle Hürden bei Fachhochschulen, starre Curricula mit wenig oder keinem Spielraum.
    - Lehrplan 21 mit Erfordernis Biodiv'förderung in vorgegebene Gefässe zu integrieren.
    - Kein oder schwieriger Zugang zu oben genannten Zielgruppen.
- Konkrete Handlungsansätze?
    - Über Gemeinschaftsprojekte mit Zielgruppen wie Architekten oder Facility-Manager relevante Erfahrungen sammeln, Vertrauen aufbauen mit den Adressatengruppen, Bildungsbedarf genau ausloten, spezifische Bildungsangebote aufbauen, und gemeinsame Vermittlungsstrategien entwickeln.
    - Ansprechen von Kindern und Mietern über spielerischen Zugang mit Events.
    - Sensibilisierung älteren Menschen, Menschen mit Migrationshintergrund in Kombination mit Urban Gardening/Farming.
    - Gewinnen von Jugendlichen über die selbstverantwortliche Bewirtschaftung von kommunalen Naturschutzgebieten, Kreierung von Ownership.