

»warum SO ... wenn es auch SO geht«

Zur Online-Offline-Diskrepanz der klimabezogenen Nachhaltigkeitskommunikation im öffentlichen Diskursraum Universität

Felix Böhm (Universität Kassel)

Abstract *This linguistic article provides insights into the findings of the research and educational project KCLICK – Klimacampus Kassel. It examines the communicative and discursive methods used by the University of Kassel to publicly present itself as a sustainable institution with a Green-Campus. The article contrasts the public digital communication on the university's website with a linguistic landscape corpus that records public analog sustainability communication on the campus. This approach reveals an online-offline discrepancy in the context of campus-focused sustainability communication.*

Keywords *climate discourse, linguistic landscape, strategic communication, sustainability, website, university campus*

Schlagworte *Klimadiskurs, Linguistic Landscape, Nachhaltigkeit, strategische Kommunikation, Universitätscampus, Website*

1 Einleitung

Bereits auf den Startseiten der Internetauftritte bundesdeutscher Universitäten finden sich Hinweise auf den Klimawandel, dessen katastrophale Folgen, darauf gerichtete Forschung und das eigene nachhaltige Handeln dieser Institutionen. Dazu zählen dauerhafte Menüreiter, z.B. »Energie« (Technische Universität Dortmund o.J.), »Energie & Nachhaltigkeit« (Freie Universität Berlin o.J.) oder »Nachhaltigkeit« (Universität Hamburg o.J.), und mit einem Link versehene Logos, etwa »Nature Positive Universities« (Georg-August-Universität Göttingen o.J.).

Einen solchen Menüreiter gibt es auch auf der Startseite der Universitätswebsite aus Kassel. Von dort aus öffnet sich ein Drop-down-Menü, das die Unterseite »Nachhaltiger Betrieb und Campus« verlinkt. Dort erklärt die Hochschule selbst, dass sie nicht weni-

ger als ein »Vordenker und Modell für einen gesellschaftlichen Wandel sein [möchte]. Um diese Vorbildfunktion einnehmen zu können, ist ihr besonders wichtig, sich in ihren Handlungsfeldern selbst schrittweise entsprechend der gesetzten Ziele zu entwickeln.« (UK 2024a) Hierfür hat die Universität mit dem Green Office »eine zentrale Koordinationsstelle zum Thema Nachhaltigkeit im Betrieb & Campus« eingerichtet, das »[d]urch die Erhöhung der Sichtbarkeit der Nachhaltigkeitsaktivitäten der Universität [...] wichtige Themen in die Universität kommunizieren und zur Sensibilisierung beitragen [soll]« (UK 2024b). Diese Selbstdarstellungen auf der offiziellen Website bilden nicht nur einen Teil der strategischen Nachhaltigkeitskommunikation der Universität Kassel, sie verbinden dabei in auffälliger Weise auch den Campus als institutionellen Ort mit dem nachhaltigen Handeln der Institution und der Kommunikation darüber.

Der hier anschließende sprachwissenschaftliche Beitrag gibt einen Einblick in die Ergebnisse des Forschungs- und Lehrprojekts *KLICK – Klimacampus Kassel*¹, indem er fragt, mit welchen kommunikativ-diskursiven Verfahren sich die Universität Kassel öffentlich als eine nachhaltige Institution mit einem Green-Campus inszeniert. Dabei kontrastiert er die auf der Website befindliche öffentliche digitale Kommunikation mit einem Linguistic-Landscape-Korpus, das die öffentliche analoge Nachhaltigkeitskommunikation auf dem Zentralcampus erfasst. Dadurch kann eine Online-Offline-Diskrepanz im Kontext der auf den Campus gerichteten Nachhaltigkeitskommunikation aufgezeigt werden.

2 Klimawandel und Nachhaltigkeitskommunikation

Der vorliegende Beitrag folgt nicht der »landläufige[n] Überzeugung [...], dass die Veränderung des Klimas ein Umweltproblem darstelle und damit als Teil der Natur ausschließlich in den exploratorischen und explanatorischen Zuständigkeitsbereich der Naturwissenschaften falle« (Böhnert 2021, o. S.). Denn diese Überzeugung, den Klimawandel im Sinne Bruno Latours (2004) als *Matter of Fact* zu perspektivieren, wird dem komplexen, vielschichtigen Phänomen und den damit verbundenen Herausforderungen nicht gerecht (vgl. Böhnert 2021). Stattdessen beruht der Beitrag auf Latours Ansatz, den Klimawandel als *Matter of Concern* zu begreifen, der es ermöglicht, sprachwissenschaftliche Analysen wie auch andere Vorhaben aus den Geistes-, Kultur- und Sozialwissenschaften zur naturwissenschaftlichen Forschung als komplementär zu verstehen. Den Klimawandel als *Matter of Concern* zu perspektivieren, bedeutet, dieses Phänomen

nicht bloß als faktenhaft isolierbares Ding [zu] erfassen, auf das verwiesen und über das referiert werden kann. Als *Matter of Concern* ist die Klimakrise eine Versammlung oder Zusammenkunft »Gathering« von Ideen, Mächten², Akteur*innen, Praktiken und Schauplätzen, die entsteht und sich entwickelt, indem sie einem eine Angele-

1 Das Korpus wurde von Studierenden der Universität Kassel im Rahmen des Seminars »Die Sprache der Klimawandel: Klima und Campus« erhoben (s. Böhm et al. 2024). Ihnen möchte ich für ihr Engagement herzlich danken!

2 Latour (2004, 232) verwendet den Begriff *powers*, der sich alternativ auch mit »Gewalten« übersetzen ließe.

genheit ist, man sich um sie kümmert, sich um sie sorgt und besorgt ist (Böhnert 2021, o. S.).

Dadurch geraten unweigerlich der Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs sowie die »komplexen soziokulturellen und gesellschaftspolitischen Verflechtungen in das Blickfeld« (Böhnert 2022, 43), die typischerweise nicht im primären Erkenntnisinteresse naturwissenschaftlicher Forschung liegen, denn es sind diese, in denen das Gathering typischerweise sprachlich-kommunikativ stattfindet und zu beobachten ist. Dieses Verständnis dient in den folgenden beiden Kapiteln als Ausgangspunkt dafür, das sprachwissenschaftliche Erkenntnisinteresse herzuleiten, theoretisch-diskursiv zu verorten und dadurch die Korpusanalyse vorzubereiten, die das Zentrum des Beitrags bildet.

3 Von der strategischen Kommunikation zur Nachhaltigkeitskommunikation

Wenn im Folgenden die strategische Kommunikation der Universität Kassel auf der eigenen Website analysiert wird, dann ist wie auch in anderen Kontexten davon auszugehen, dass diese Korpustexte nicht jeder für sich einflussfrei im freien Möglichkeitsraum entstanden sind. Stattdessen ist davon auszugehen, dass sie wenigstens durch die von Valentina Roether et al. (2024, 247) herausgearbeitete Trias geprägt sind, d.h. durch spezifische Praktiken der strategischen Kommunikation, Besonderheiten des Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurses sowie die jeweiligen Handlungsmöglichkeiten (insbesondere Constraints und Affordanzen, vgl. Marx und Weidacher 2020, 74), die das digitale, hypertextuelle, multimodale Kommunikationsmedium bietet.

Mit Blick auf strategische Kommunikation von Wirtschaftsunternehmen haben sprachwissenschaftliche Analysen gezeigt, dass die öffentliche Selbstbescheinigung ökologisch-nachhaltigen Handelns gegenwärtig einen festen Bestandteil der strategischen Kommunikation darstellt (vgl. Rocco 2017; Schwegler 2018; Reimann 2021). Die in der Einleitung skizzierten Beobachtungen zu Universitätswebsites legen allerdings nahe, dass sich dieser Befund auch auf Universitäten als Institution übertragen lässt. Der vorliegende Beitrag ergänzt daher einen bestehenden Forschungsdiskurs, indem er denjenigen Teil der Kommunikation der Universität Kassel untersucht, der an der Schnittstelle von Hochschulleitung und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit die öffentliche Wahrnehmung der Institution betrifft und diese als positiv erscheinen lassen soll.

In den nicht nur wissenschaftlichen Publikationen zur strategischen Kommunikation wird vielfach auch nach dem Erfolg von spezifischen kommunikativen Strategien gefragt (z.B. Fährnich et al. 2019, 10; HRK 2022). Als erfolgreich können dabei solche zielgerichteten Handlungsweisen gelten, die die kommunizierende Institution in der Außenwahrnehmung als in besonderer Weise gewappnet erscheinen lassen, gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen begegnen zu können. Zu diesen Herausforderungen zählen auch der Klimawandel und seine katastrophalen Folgen, sobald diese in der strategischen Kommunikation thematisiert werden und die Institution etwa durch die Selbstbescheinigung nachhaltigen Handelns darauf unmittelbar reagiert.

Als eine verbreitete erfolgversprechende Strategie gilt der Einigkeitsdiskurs im Sinne von Ronald Hartz und Stephan Halbscheid (2008, 120). Dieser zeichnet sich im Kern durch eine *top-down* veranlasste, gesteuerte und kontrollierte kommunikative »Inszenierung einer gemeinsamen Realität« (Morgan 2000, 186) unter Verwendung »normativ-orientierende[r]« (Ebert 2001, 32) Textsorten wie z.B. dem Leitbild, der Leitlinien oder dem *Mission Statement* aus. Handlungsleitend ist dabei der Leitspruch: Nur wenn wir mit einer Stimme sprechen, sind wir stark genug, den Herausforderungen zu trotzen. Damit steht der Einigkeitsdiskurs in einem Spannungsverhältnis mit anderen Leitideen, etwa aus dem klimawissenschaftlichen Diskurs, die ein besonderes Erfolgspotenzial in der möglichst großen Partizipation der Mitglieder einer sozialen Gruppe (Unternehmen, Institution, Organisation etc.) an Aushandlungs- und Entscheidungsfindungsprozessen sieht. Dabei wird dieses Erfolgspotenzial selbst und gerade dann angenommen, wenn diese kontrovers und konflikthaft geführt werden, also nicht per se eine Einigkeit besteht, die sich in die Öffentlichkeit hinein kommunizieren ließe. Denn erst durch Partizipation, so das Argument, können die Mitglieder die Entscheidungen besser nachvollziehen, tragen diese deshalb auch stärker mit und beteiligen sich somit in besonderer Weise daran, den Herausforderungen zu trotzen (vgl. Hamann et al. 2013, 111).

Unabhängig davon, ob die strategische Kommunikation einer Universität stärker die interne Einigkeit oder die Partizipation in den Vordergrund stellt, hat die öffentliche kommunikative Anerkennung des Klimawandels als krisenhaftes Phänomen und die Selbstpräsentation der eigenen Nachhaltigkeit in Bezug darauf unweigerlich wenigstens drei Konsequenzen. Indem sich die Universität diskursiv am Gathering im Sinne von Latour (2004) und Martin Böhnert (2021; 2022) beteiligt,

- tritt sie in einen diskursiven Handlungsraum ein, in dem sie nicht solitär handelt, sondern »in dem unterschiedliche Diskursakteur*innen öffentlich agieren und den Diskurs durch serielle und diskursive Ereignisse erst konstituieren« (Spieß 2011, 111; Busch 2018, 390), dabei ihre Meinungen vorbringen, ihren eigenen Standpunkt vertreten, andere Standpunkte verbreiten, befürworten oder kritisieren etc.
- positioniert sie sich unweigerlich in einem gesellschaftlich relevanten, nach wie vor stark polarisierten und polarisierenden Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs (Tereick 2016, 277; Roether et al. 2024, 255). Die strategische Nachhaltigkeitskommunikation offenbart nämlich, dass die Institution den Klimawandel als Fakt und Herausforderung anerkennt. Damit ist die spezifische strategische Nachhaltigkeitskommunikation selbst Grund, Anlass und Legitimation dafür, dass die so kommunizierende Institution nachhaltig handelt und darüber kommuniziert.
- transportiert sie Ideen in die Öffentlichkeit und prägt Vorstellungen darüber, wo und wie soziale Gruppen sinnvoll auf den Klimawandel reagieren und dessen katastrophale Folgen verhindern können. Als erste implizite Konsequenz daraus präsentiert sie sich nicht nur als eine Akteurin des Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurses, sondern auch als eine handlungsmächtige Akteurin mit Blick auf Aspekte des komplexen Phänomens Klimawandel, das über die Kommunikation weit hinausgeht. Als zweite Konsequenz daraus konstruiert sie den Campus, auf dem sie das eigene nachhaltige Handeln verortet, als einen Schauplatz des Klimawandels.

Wenn der vorliegende Beitrag exemplarisch die strategische Kommunikation der Universität Kassel untersucht, gibt dies Auskunft über die sprachlich-kommunikative Beteiligung der Institution am Gathering. Die kontrastive Konzeption der Analyse trägt dabei dem Umstand in besonderer Weise Rechnung, dass Formen von Öffentlichkeit zwar sowohl in digitalen als auch analogen Räumen vorliegen können, sich daraus aber nicht ableitet, dass strategische Nachhaltigkeitskommunikation auch gleichermaßen in diesen unterschiedlichen Räumen stattfinden würde.

4 Vom Universitätscampus zum Klimawandel

Wie sich in der Einleitung andeutet und die weitergehende Analyse noch genauer zeigen wird, verknüpfte die Universität Kassel in ihrer strategischen Nachhaltigkeitskommunikation in auffälliger Weise nachhaltiges Handeln mit dem institutionellen Ort: dem Universitätscampus. Dadurch motiviert wird in der folgenden Analyse, wie im nachfolgenden Kapitel noch genauer dargestellt, ein Teilkorpus, das die strategische Kommunikation des universitätseigenen Green Office auf der Webpräsenz der Universität umfasst, mit einem zweiten Teilkorpus kontrastiert, das einen Einblick in den auf dem Campus visuell beobachtbaren Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs ermöglicht.

Bei einem solchen Campus handelt es sich um ein komplexes räumliches Konstrukt, das in ganz unterschiedlicher Hinsicht perspektiviert und charakterisiert werden kann, so etwa als Lebens- und Handlungsraum, als Kommunikations- und Diskursraum, als geografischer Raum mit bestimmbarer Lage und Ausdehnung, als architektonischer und infrastruktureller Raum, als analoger und vielfach digitalisierter Raum, als institutioneller, aber durch ansässiges Gewerbe und Wohnungen auch als privatwirtschaftlicher und privater Raum, als ein zumindest teilweise öffentlich zugänglicher, aber zum Teil auch geschlossener Raum. Dies trifft auch auf den Zentralkampus der Universität Kassel zu, der im Zentrum der weiteren Untersuchung steht. Dieser Zentralkampus (s. Lageplan in Abb. 2) beheimatet auf engem Raum und räumlich nicht strikt voneinander separiert die Universitätsverwaltung, die Fachbereiche 01 Humanwissenschaften, 02 Geistes- und Kulturwissenschaften, 05 Gesellschaftswissenschaften, 06 Architektur – Stadtplanung – Landschaftsplanung, 07 Wirtschaftswissenschaften, 14 Bauingenieur- und Umweltingenieurwesen und FB 15 Maschinenbau. Darüber hinaus finden sich dort u.a. zahlreiche (z.T. fachbereichsübergreifend genutzte) Räume für Lehrveranstaltungen, die Universitätsbibliothek, Wohnungen für Studierende, eine Mensa, Cafés des Studierendenwerks und AstAs, der universitätseigene Science Park für Unternehmensgründungen, das Kulturzentrum Färberei, die universitätseigene Kita, die Selbsthilfe-Fahrradwerkstatt des AstAs, ein Schreibwarenladen und ein Kiosk.

Diese hier lediglich skizzierte räumliche Vielschichtigkeit und Komplexität des Universitätscampus lässt eine Vielfalt an Diskursen und diskursbezogenen Beiträgen, Akteur*innen, Positionen, Wissensbeständen, Adressat*innen, Medien, Praktiken etc. erwarten – und weist somit die Merkmale eines Diskursraumes auf, die auch Constanze Spieß (2011, 111) benennt. Die Folge ist, dass die Institution samt deren strategischer Kommunikation an und über diesen Ort ebenso erwartbar nicht alleine steht, sondern sich gegenüber anderem bemühen muss, wahrgenommen zu werden, und diskursiv be-

haupten muss. Wie sich zeigen wird, gilt dies auch für den Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs auf dem und über den Zentralcampus der Universität Kassel. Es ist neben der strategischen Kommunikation der Universität Kassel auch dieser Diskurs, der kommunikativ den Zentralcampus als einen Schauplatz des Klimawandels konstruiert, obwohl dessen krisenhafte Folgen dort im globalen Vergleich (bislang) nicht in besonders drastischer Weise in Erscheinung treten.

Anders als in sprachwissenschaftlichen Arbeiten durchaus üblich (z.B. Spieß 2011; Bender et al. 2022; Gredel 2024) wird im Kontext der nachfolgenden Analyse *Diskurs>raum* nicht als Metapher für alle möglichen, auch abstrakten Verständnisse von Raum verwendet. Stattdessen wird damit ein konkreter Ort, der Zentralcampus der Universität Kassel, bezeichnet, der auf einer Landkarte gefunden werden, der körperlich betreten und auch wieder verlassen werden kann. Dieser Ort wird sprachwissenschaftlich als Linguistic Landscape perspektiviert.

Die sprachwissenschaftliche Linguistic-Landscape-Forschung geht grundlegend davon aus, dass »Schrift« (wie auch andere visuelle Zeichen) vielfach nicht nur »unauflöslich mit dem Objekt, auf dem sie angebracht ist, oder dem Ort, an dem sich dieses Objekt befindet, verbunden [ist]«, sondern auch »ohne diese Dingfestigkeit und/oder Lokalisierung gar nicht verstanden werden [kann]« (Auer 2010, 272). Daraus folgt weitergehend die Annahme, dass sprachlich-kommunikatives Handeln sowie die Konzeption und Wahrnehmung von Räumen in einem wechselseitigen Bedingungsverhältnis stehen (Domke 2014, 61–63): Räume werden durch Sprache und Kommunikation erzeugt und geprägt (»Raum durch Sprache«); zugleich beeinflussen Räume wiederum die in ihr stattfindende Kommunikation (»Sprache im Raum«, Domke 2014, 62). Dabei ist das Bedingungsverhältnis durch eine Vielfalt im Raum platzierter und wahrnehmbarer Kommunikate, verstanden als »Sehflächen« im Sinne von Schmitz (2016, 31), geprägt:

- indexikalische, also sich dezidiert auf den Raum beziehende (z.B. Wegweiser, Verkehrsschilder), wie nicht-indexikalische (z.B. Produktwerbung) Kommunikate
- offiziell angebrachte/aufgestellte (z.B. Schilder, Gedenktafeln) wie transgressive (z.B. Aufkleber, Plakate, Graffiti) Kommunikate
- ortsgebundene (z.B. Plakette) wie bewegliche (z.B. Aufsteller) Kommunikate
- dauerhafte (z.B. Steinmetzarbeiten, Metallgravuren) wie schnell vergängliche (z.B. Kreidehinweise) Kommunikate
- vollständige (z.B. erst neu angebracht), beschädigte/beseitigte (z.B. durch Abreißen, Übermalen) wie einander überlappende (z.B. durch Überkleben) Kommunikate

Diese Systematik wurde als grundlegende, die Datenerhebung leitende Heuristik im Rahmen des Projektseminars als Ergebnis einer Zusammenführung bestehender Systematiken (insbes. Scollon und Scollon 2003, 20–21; Auer 2010, 276–280; Lingscape.app o.J.) entwickelt. Dabei liegt der Fokus darauf, »die Mannigfaltigkeit des kommunikativen Handelns« (Reisigl 2020, 14) in öffentlichen Räumen als kommunikativer Teil des Latour'schen Gatherings nicht nur gezielt wahrnehmbar und systematisch erfassbar zu machen, sondern sie anschließend auch einzeln und vor dem Hintergrund ihrer räumlichen Situierung zu analysieren, wie es das Ziel der Linguistic-Landscape-Forschung ist. Dass diese Kommunikate räumliche Ensembles bilden oder Aspekte von Dialogizität

(Schmitz und Ziegler 2016, 475–497) aufweisen können, liegt dabei auf der Hand, bedarf ebenfalls einer darauf ausgerichteten Analyse.

Der vergleichsweise junge Forschungsdiskurs der Linguistic-Landscape-Forschung ist vor allem durch Arbeiten geprägt, die insbesondere Fragen der Mehrsprachigkeit (Gorter 2006) oder seltener auch Macht (Schmitz 2018) im öffentlichen Raum in den Blick nehmen. Dabei geraten ganz unterschiedliche Orte wie z.B. Schulen (Androutsopoulos und Kuhlee 2021), Bahnhöfe, Innenstädte, Flughäfen (Domke 2014) oder auch ganze Stadtviertel (Ziegler et al. 2018) in den sprachwissenschaftlichen Zugriff. Ein Universitätscampus steht dabei nur in vergleichsweise sehr wenigen, weltweit verstreuten Arbeiten (z.B. Kyushu University, Japan: J.-J. Wang 2015; Mae Fah Luang University, Thailand: Chuaychoowong 2019; Henan Institute of Technology, China: X. Wang 2023) im Fokus, was die Übertragbarkeit deren Befunde auf das vorliegende Vorhaben erschwert. Selbiges trifft auch auf die wenigen Projekte zu, die eine Verbindung von Linguistic-Landscape-Forschung und sprachwissenschaftlichen Zugängen zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs herstellen (z.B. Kosatica 2024; Maseko und Siziba 2024), wobei letztere Arbeiten wiederum keinen Universitätscampus als Linguistic Landscape analysieren. Dementsprechend kann das vorliegende Vorhaben nicht auf umfassende Vorarbeiten zurückgreifen.

5 Korpus & Methodik

Der vorliegende Beitrag verfolgt das dargestellte Erkenntnisinteresse mittels zweier Teilkorpora. Das *Teilkorpus Web* (Screenshots, n=20) umfasst alle am Erhebungstag (30.09.2024) öffentlich einsehbaren, vom Green Office der Universität Kassel gestalteten Unterseiten der offiziellen Website der Universität Kassel, die unter der Überschrift »Nachhaltiger Betrieb und Campus« (UK 2024a) für das vorliegende Erkenntnisinteresse von Bedeutung sind. Anhand dieses *Teilkorpus Web* wird im Folgenden untersucht, wie mittels kommunikativ-diskursiver Verfahren der Green-Campus als institutioneller Ort der Nachhaltigkeit konstruiert wird. Im Analysefokus steht dabei die geschriebene Sprache ebenso wie das multimodale Design.

Das *Teilkorpus Web* wird mit Daten aus dem Linguistic-Landscape-Projekt *KLICK – Klimacampus Kassel* kontrastiert. Das zweite *Teilkorpus KLICK* (Fotografien, n=205) wurde mithilfe der App Lingscape (Universität Luxemburg) erstellt und enthält alle Kommunikate mit Bezug zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs, unabhängig von der jeweiligen Autor*innenschaft, die am Erhebungstag (06.08.2024) auf dem öffentlich zugänglichen Außenbereich des Zentralkampus der Universität Kassel von den Studierenden eines germanistischen Blockseminars aufgefundenen werden konnten (Böhm et al. 2024, o. S.). Die Analyse des *Teilkorpus KLICK* ermöglicht daher Einblicke darin, wie die Institution auf dem Campus in Hinblick auf Fragen der Nachhaltigkeit kommunikativ-diskursiv agiert und sich positioniert. Der außerhalb der Vorlesungszeit liegende Erhebungstag und die Seminarform wurden gewählt, um das Korpus möglichst an einem einzigen Tag erheben und somit zeitliche Veränderungen der Linguistic Landscape weitestgehend ausschließen zu können. Dabei wurde in Kauf genommen, dass an der Universität Kassel typischerweise mit Abschluss der Vorlesungszeit zahlreiche Plakate und

Aushänge, die zum Beispiel auf bereits vergangene Veranstaltungen hinweisen, entfernt werden.

Die kontrastive Analyse beider Korpora verfolgt eine Verbindung von Diskursanalyse und Linguistic-Landscape-Forschung. Dazu werden die einzelnen multimodalen Kommunikate, verstanden als »Sehflächen« (Schmitz 2016, 31), zunächst mittels besonderer Berücksichtigung ihrer multimodalen Verfasstheit sprechhandlungstheoretisch fundiert analysiert (Stöckl 2016, 22–25; Reisigl 2020, 18–23; Böhm und Gätje 2021, 136–149), bevor sie in den räumlichen und diskursiven Kontext eingeordnet werden. Die folgenden beiden Analysekapitel geben primär einen Einblick in die Analyseergebnisse.

6 Analyse 1: Institutionelle Nachhaltigkeitskommunikation

Auf der Website der Universität Kassel findet sich eine strategische Nachhaltigkeitskommunikation, die, wie in der Einleitung bereits zitiert, als interne, d.h. als eine in die Institution hinein gerichtete Kommunikation durch das Green Office an die Mitglieder der Universität Kassel beschrieben ist. Mit dieser monologischen, unidirektionalen Kommunikation über Nachhaltigkeitsaktivitäten der Institution, die insbesondere den Standort, also den Campus, betreffen, »will das Green Office wichtige Themen in die Universität kommunizieren und zur Sensibilisierung beitragen« (UK 2024b). Diese Selbstbeschreibung steht allerdings offenkundig im Konflikt mit der Wahl der öffentlichen Website als Kommunikationsmedium, die im Gegensatz etwa zum Intranet frei zugänglich von der gesamten digitalen Öffentlichkeit rezipiert werden kann (vgl. Tab. 1). Entsprechend kann eine erweiterte, nicht auf der Website explizit benannte Zielsetzung angenommen werden, nämlich der öffentlichkeitswirksamen Information und Imagebildung im Bereich der Nachhaltigkeit. Dies zeigt sich auch im Rahmen der nachfolgenden Analyse.

Tabelle 1: Merkmale der strategischen Nachhaltigkeitskommunikation der Universität Kassel.

	interne Kommunikation	externe Kommunikation
Autor*in	Green Office als offizielle Abteilung der Institution	= Green Office als offizielle Abteilung der Institution
Adressat*innen	die Institution (unspezifisch)	die digitale Öffentlichkeit
Medium	öffentliche Website	= öffentliche Website
Gegenstand	Nachhaltigkeitsaktivitäten der Institution, die insb. den Standort der Institution betreffen	= Nachhaltigkeitsaktivitäten der Institution, die insb. den Standort der Institution betreffen
Ziel	Information und Sensibilisierung der Angehörigen der Institution	Information und Imagebildung

Diese öffentlichkeitswirksame Information und Imagebildung im Bereich der Nachhaltigkeit und über den Green-Campus führt unter dem Menüpunkt *Nachhaltiger Betrieb und Campus* zur Website *Green Office* und von dort auf sechs weitere Unterseiten, die zum Teil zu weiteren Seiten führen: *Team & Kontakt*, *Handlungsfelder*, *Mitmachen*, *Meine Uni tut was*, *Menschen & Netzwerke*, *Zahlen & Fakten*, *Newsletter*, *Infothek*. Diese Seiten sind vor allem durch drei Sprechhandlungstypen geprägt, die mit Reisigl (2020, 19) zu den für den Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs typischen gehören:

- *Assertiva*, d.h. Sprechhandlung mit informierender, wissensvermittelnder Funktion (z.B. »Seit ihrer Gründung setzt die Universität Kassel Schwerpunkte in den gesellschafts- und umweltbezogenen Disziplinen«, UK 2024c).
- *Direktiva*, d.h. Sprechhandlungen mit der Funktion, das Handeln von anderen zu beeinflussen (z.B. »Kommt zu unserer Mini-Ideenwerkstatt und zeigt uns eure Nachhaltigkeitsideen«, UK 2024d, o. S.).
- *Kommissiva*, d.h. Sprechhandlungen mit der Funktion, etwa durch eine Absichtserklärung oder Selbstverpflichtung das eigene Handeln zu beeinflussen (z.B. »Ziel ist es, Nachhaltigkeit als Querschnittsthema in sämtliche Betriebsabläufe zu verankern«, UK 2024e).

Inwiefern diese Sprechhandlungstypen die strategische Kommunikation prägen, soll im Folgenden anhand der Seite *Meine Uni tut was* veranschaulicht werden. Prominent gesetzt stellt dies umfangreich und facettenreich das nachhaltige Handeln der Universität Kassel dar. Entlang von zehn Kategorien (Abfall, Bauen, Beschaffung, biologische Vielfalt, Energie, Mobilität, Umweltforschung, Umweltlehre, Veranstaltungen, Wasser) werden »Maßnahmen und Projekte [...] näher erläutert« (UK 2024f). Für jede Kategorie gibt es einen informierenden Teil, an den sich bei sechs Kategorien die Überschriften »Was du noch tun kannst« und »Was wir noch tun wollen« anschließen. Bereits die sich wiederholende Überschriften lassen die Universität Kassel als eine Institution erscheinen, mit der der sich die Mitglieder stark identifizieren (»Meine Uni«), sie einander mit auf Augenhöhe begegnen (duzen) und die ihren Mitgliedern positive Handlungsmöglichkeiten eröffnet, statt strikte Vorgaben oder Verbote zu formulieren (Modalverben). Per Mausklick auf diese Überschriften werden weitere nach Einzelmaßnahmen geordnete, in der Regel listenhaft formulierte Absätze oder Listen sichtbar. Diese weisen einen normativ-orientierenden Charakter auf und beziehen sich zum Teil auf berufliches Handeln in der Institution und auf dem Green-Campus, zum Teil aber auch auf nicht-berufliches Handeln (z.B. »Nutze öffentliche Bücherschränke«, UK 2024f).

Obwohl die Formulierung der Überschriften die Verwendung spezifischer Sprechhandlungstypen erwartbar machen könnte, ist keine konsequente Zuordnung von einem bestimmten Sprechhandlungstyp zu einer bestimmten Überschrift festzustellen. So findet sich zum Beispiel in der Kategorie Wasser unter der Überschrift »Was du noch tun kannst« der Spiegelstrich: »Spar Wasser und schone Ressourcen, z.B. indem du anstatt Wasserflaschen zu kaufen, Leitungswasser trinkst und dafür unsere Trinkwasserspender nutzt« (UK 2024f). Hierbei handelt es sich im Einklang mit der Überschrift um eine direkte Sprechhandlung. Wenn hingegen in der Kategorie Mobilität unter derselben Überschrift ein Spiegelstrich lautet: »Klimafreundlichen Verkehrsmitteln den Vor-

zug geben (Bus und Bahn sind in ihrer Klimabilanz dem Auto und dem Inlandsflieger überlegen)« (UK 2024f), dann ist dort die direktive Sprechhandlung in der Klammer um eine assertive ergänzt, die durch die Wissensvermittlung die nachhaltige Komponente des angeregten Handelns erklärt. Die Überschrift »Was wir noch tun wollen« lässt kommissive Sprechhandlungen erwarten. Auch dies ist aber nicht in jedem Fall umgesetzt. So findet sich zum Beispiel in der Kategorie Abfall der Spiegelstrich »Pilotprojekt mit drei Pfandringen zum Sammeln von Pfandflaschen an Mülleimern vor der Mensa. Die Idee ist, dass keine Pfandflaschen im Restmüllbehälter landen (Prinzip Mülltrennung), sondern recycelt werden, das ist ökonomisch, ökologisch und sozial! Mach mit!« (UK 2024f), der einen kommissiven, einen assertiven und einen direktiven Teil aufweist. Die Folge ist, dass zum Teil unklar bleibt, inwiefern die Institution oder ihre Mitglieder auf dem Green-Campus bereits etwas getan haben oder noch tun werden und ob der Green-Campus bereits Gegenwart ist oder noch in der Zukunft liegt. Dies wird verstärkt durch die sprachlich verknäppte, elliptische und dadurch tempusbefreite Form sowie das Fehlen von Datumsangaben. So bleibt etwa offen, ob das »Pilotprojekt mit drei Pfandringen« (UK 2024f), gedacht vom Zeitpunkt der Datenerhebung, für die Zukunft geplant ist oder gerade stattfindet.

Die Institution adressiert mittels dieser Sprechhandlungen ihre Mitglieder, ohne zwischen verschiedenen Statusgruppen zu unterscheiden. Dass es insbesondere eine Universität dadurch auszeichnet, dass ihre Mitglieder über unterschiedliches Professionswissen und Kompetenzen verfügen, findet dabei keine Berücksichtigung. Auffällig ist in diesem Zusammenhang erstens, dass vielfach auf Gemeinplätze nachhaltigen Handelns referiert wird, etwa mit Blick auf Fragen der Mülltrennung und des Pfandflaschensystems (BMU 2018). Zweitens sind die Spiegelstriche – z. B.: »Achte auf Siegel wie Blauer Engel für Recyclingpapier« (UK 2024f) – so allgemein formuliert, dass sie sowohl an diejenigen Mitglieder der Institution gerichtet sein können, deren institutionelle Aufgaben in dem betreffenden Handlungsfeld liegen (hier z. B.: Beschaffung von Papier), als auch an solche Mitglieder, auf die dies nicht zutrifft, oder die digitale Öffentlichkeit (hier z. B.: außeruniversitäre Papierkäufe).

Wie sich nach dieser schlaglichtartigen Darstellung festhalten lässt, inszeniert sich die Universität Kassel auf dieser und den weiteren vom Green Office verantworteten Seiten als eine Institution, die als ihre Aufgabe versteht, ihre Mitglieder öffentlich über nachhaltiges Handeln aufzuklären und dazu aufzurufen. Dabei verfolgt sie in mehrfacher Hinsicht die Strategie eines Einigkeitsdiskurses, insbesondere indem auf der Website zwar Maßnahmen und Projekte vorgestellt werden sowie Handlungsabsichten und -appelle realisiert sind, darüber aber keine Debatte stattfinden kann und stattfindet. Zur Mitgestaltung wird zwar aufgerufen (z. B. »Wir brauchen eure Ideen!«, UK 2024g), doch findet diese in anderen medialen Kontexten (z. B. »Das Ideen-Telefon!«, UK 2024h) oder im analogen Raum (Sustain Groups, Projektseminar, Ideenwerkstatt, Projektfabrik, vgl. UK 2024g) statt, ohne dass öffentlich einsehbar ist, was genau dort getan und besprochen wird. Da partizipative Möglichkeiten, die auch eine Website bieten kann, nicht genutzt werden, muss im Rahmen dieser Analyse offenbleiben, welchen Einfluss die Mitglieder der Institution tatsächlich haben.

Bisher nicht berücksichtigt wurde das multimodale Design der vom Green Office verantworteten Websites. Das multimodale Design weist neben Textblöcken und Listen

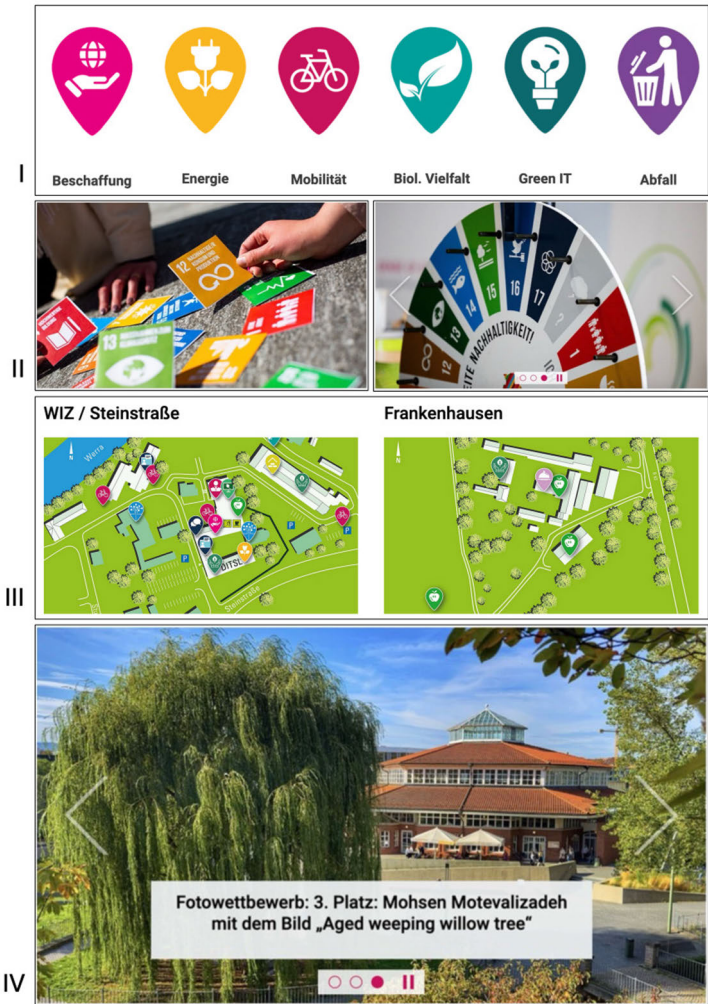
auch verschiedene visuelle und vereinzelt audiovisuelle Elemente (Videos) auf. Mit Blick auf Aspekte der Nachhaltigkeit und des Green-Campus sind besonders drei visuelle Designelemente relevant:

- Auf den Seiten *Green Office* (UK 2024b), *Meine Uni tut was* (UK 2024f) und *Green:Campus* (UK 2024i) finden sich in der Regel weiße, jeweils mit einer eigenen Farbe hinterlegte Piktogramme, deren Gestaltung in auffälliger Weise von dem äußerst prominenten Corporate Design der 17 *Sustainable Development Goals* (SDGs) der UNO inspiriert ist (vgl. Abb. 1, I). Auch visuelle Repräsentationen der SDGs finden sich auf den Seiten *Mitmachen* (UK 2024g), *Go:Green* (UK 2024j) und *Projektseminar* (UK 2024k) als zentraler Bestandteil von Fotos wieder, sei es auf quadratischen Kärtchen oder einem Glücksrad (vgl. Abb. 1, II). Dies schafft einen visuellen Anschluss zum weltpolitischen Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs.
- Auf der Seite *Green:Campus* als Unterseite von Handlungsfelder (UK 2024e) finden sich »nachhaltige[] Campuskarten« zu vier Standorten der Universität – nicht aber zum Zentralcampus –, die »einen umfassenden Überblick über eine Vielzahl von Einrichtungen, Projekten, Forschungs- und Lehrangeboten im Bereich Nachhaltigkeit [bieten]« (UK 2024i) sollen. Diese Karten sind grün grundiert. Ihr visueller Eindruck wird also in hohem Maße durch eine Farbe dominiert, die »in vielen Kulturen mit den jedes Jahr neu sprießenden Pflanzentrieben in Verbindung gebracht und im übertragenen Sinn mit neu entstehendem Leben, mit Überleben und mit Wachstum« (Welsch/Liebmann 2012, 64–65) verbunden wird. Dieser Farbsymbolik entsprechend ist eine Bedeutung des Adjektivs *grün* »die Natur, die natürlichen Ressourcen schonend, erhaltend; mit (Verbrauch von) weniger als üblichen natürlichen Ressourcen hergestellt« (DWDs o.J.) Bereits die grüne Grundierung dieser Karten weist daher die jeweiligen Standorte als im großen Umfang natürlich und ökologisch aus – und zwar unabhängig davon, ob jeweils Grünflächen vorliegen oder nicht (vgl. Abb. 1, III).
- Der öffentliche Teil des Zentralcampus ist in auffälliger Weise visuell mittels Fotos als sommerliche Idylle repräsentiert (vgl. Abb. 1, IV), die allerdings vielfach weder im unmittelbaren textuellen Kontext noch durch den ALT-Text eindeutig räumlich verortet werden. Bei Sonnenschein und blauem Himmel gesellen sich dabei in einer Form Pflanzen in frischem Grün zu den Backsteinbauten der Universität, die an touristische Werbung erinnert. Von den anderen Jahreszeiten ist im Korpus allein der Winter mit lediglich einem Foto explizit repräsentiert, das wiederum nicht den Zentralcampus zeigt: Im Schnee wird von Mitgliedern der Institution eine neue Solaranlage präsentiert (*Green:Energy*, UK 2024l).

Diese visuellen Elemente des multimodalen Designs stehen im Einklang mit den schriftsprachlichen Teilen der vom Green Office verantworteten Website. Das Green Office weist die Universität Kassel in der strategischen Kommunikation somit multimodal als eine nachhaltig handelnde Institution mit einem durch Nachhaltigkeit geprägten Campus aus. Insgesamt wird der Green-Campus dabei für die digitale Öffentlichkeit als ein Ort konstruiert, der als Idylle keinen Mangel, keine Klimaschäden und auch keine fehlende Nachhaltigkeit erkennen lässt, der ein Ergebnis gemeinschaftlichen nachhaltigen Handelns ist und bei dem die Institution eine handlungskoordinierte

und -anleitende Rolle einnimmt. Dabei verweist die Website auf verschiedene Orte und Zeiten, sodass unklar bleibt, inwiefern der Green-Campus gegenwärtig existiert. Dies deutet auf das Ziel der Imagebildung hin statt etwa auf eine Dokumentation oder Analyse der Gegebenheiten vor Ort.

Abbildung 1: Beispiele für multimodale Designelemente der institutionellen Nachhaltigkeitskommunikation auf den vom Green Office gestalteten Unterseiten der offiziellen Website der Universität Kassel (eigene Darstellung unter Verwendung von Screenshots, Teilkorpus Web).



7 Analyse 2: Nachhaltigkeitskommunikation auf dem Campus

Im Gegensatz zum ersten Teil der Analyse nimmt der zweite keinen digitalen Teil, sondern denjenigen Teil des Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurses in den Blick, der auf dem öffentlich zugänglichen Außenbereich des Zentralscampus der Universität Kassel zu beobachten ist.

Abbildung 2: Beispiele für institutionelle Beiträge zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs und Lageplan des Zentralscampus mit Verortung aller Diskursbeiträge im Korpus (Punkte); Verortung von institutionellen Einrichtungen: zentrale Universitätsverwaltung (ZUV), Green Office (GO); Verortung von Diskursbeiträgen: Green Office (G), weitere Abteilungen der Institution (U), Kritik an der Institution (K); Verortung der von der Kritik betroffenen versiegelten Flächen (gestrichelte Linie) (eigene Darstellung unter Verwendung von Fotos, Teilkorpus KLICK, genannte Urheber: Universität Kassel, AstA der Universität Kassel, Fachbereich 06 der Universität Kassel, sowie von Kartenmaterial von lingscape.uni.lu und OpenStreetMap [ODbL]).



Auf dem Lageplan in Abb. 2 verortet jeder Punkt eines der 205 Kommunikate auf dem Zentralkampus, die im Rahmen der Datenerhebung als Beiträge zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs identifiziert und mittels der App Lingscape erfasst worden sind. Auf diesem Zentralkampus ist sowohl die zentrale Universitätsverwaltung (ZUV) als auch das Green Office (GO) beheimatet.

Abbildung 3: Beispiele für nicht durch die Institution verantwortete Beiträge zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs mit Angabe mehrmaligen Vorkommens (eigene Darstellung unter Verwendung von Fotos, Teilkorpus KLIICK, Urhebererschaft auf Plaketen/Aufklebern angegeben).



Das Green Office ist auf dem Campus durch drei Diskursbeiträge repräsentiert, die sich in unmittelbarer Nähe zu dessen Räumlichkeiten befinden: Ein Hinweisschild auf das Office selbst und zwei Veranstaltungsplakate an dessen Glastür. Weitere drei Diskursbeiträge auf dem Campus lassen sich mittelbar, d.h. lediglich mittels der auf der

Website dargestellten Projekte mit dem Green Office, in Verbindung bringen. Logo und Name des Green Office finden darauf keine Verwendung. Darüber hinaus finden sich acht weitere Diskursbeiträge, die eindeutig der Institution Universität Kassel zugeordnet werden können, wenn auch nicht einmal mittelbar dem Green Office. Dazu gehört auch ein Veranstaltungsplakat zu einer literaturwissenschaftlichen Tagung »Futurische Idyllen«, das an drei verschiedenen Orten platziert worden ist. Somit weisen lediglich vierzehn von 205 Diskursbeiträgen eine Urheberschaft der Institution auf. Eine spezifische räumliche Anordnung ist dabei nicht zu erkennen.

Demgegenüber stehen 163 Diskursbeiträge, allesamt Plakate und Aufkleber, die innerhalb von wenigstens dreizehn Jahren von unterschiedlichen aktivistischen Gruppierungen auf dem Campus platziert worden sind (vgl. z.B. Abb. 3). Darunter am häufigsten vertreten sind Fridays for Future, Students for Future, Klimacamp Kassel, Extinction Rebellion und Cycassel. Der Aktivismus dominiert also quantitativ und vielstimmig den visuell beobachtbaren Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs auf dem Campus – nicht die Institution Universität Kassel.

Dieser Überblick soll im Folgenden um zwei spezifischere Beobachtungen ergänzt werden. Erstens finden sich auf dem Zentralcampus zwei Diskursbeiträge in Postergröße, die das Handeln der Institution kritisieren (vgl. Abb. 4). Beide Diskursbeiträge sind als zweiteilige Sehfläche konzipiert, verbunden durch mathematische Operatoren (+, =) oder eine syntaktische Einbettung (»warum SO ... wenn es auch SO geht«).

Abbildung 4: Zwei anonyme, die Institution kritisierende Beiträge zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs mit gestrichelter Hervorhebung gegenwärtig versiegelter Flächen auf dem Zentralcampus (eigene Darstellung unter Verwendung eines Fotos, Teilkorpus KLiCK; Plakate ohne Urheberchaftsnennungen).



Im oberen Teil ist jeweils ein Foto abgebildet, das einen beispielhaft ausgewählten Platz auf dem Zentralcampus zeigt (vgl. Abb. 4: gestrichelte Linie; s.a. Abb. 2). Der Boden ist darauf durch graue Steinplatten oder ebenso grauen Asphalt versiegelt und erinnert daher nicht an eine begrünte oder sonst wie grüne Idylle. Dies repräsentiert den fotografierbaren Jetztzustand des Campus. Im unteren Teil ist mittels Fotomontage ein abweichender Zustand dargestellt. An die Stelle der grauen Flächenversiegelung ist eine bepflanzte Variante eingefügt. Die hier kommunizierte Kritik ist daher mit der Darstellung einer nachhaltigeren Handlungsalternative verbunden.

Diese Diskursbeiträge stehen in deutlichem Kontrast zu der im *Teilkorpus Web* erhobenen digitalen strategischen Nachhaltigkeitskommunikation des Green Office der Universität Kassel. Denn die Kritik steht nicht im Einklang mit dem auf der Website zu beobachtbaren Einigkeitsdiskurs. Zudem ruft die Institution auf der Website ihre Mitglieder zu einem nachhaltigen Individualhandeln auf, diese Diskursbeiträge hingegen regen zu einer Veränderung des Handelns aufseiten der Institution an. Eine explizite Reaktion der Universitätsleitung, des Green Office oder von anderer Stelle findet sich im direkten Umfeld und auch sonst im Korpus nicht. Die Kritik bleibt unwidersprochen stehen. Kurz nach der Datenerhebung werden die Plakate vollständig abgerissen und entfernt, ohne dass an dieser Stelle rekonstruiert werden kann, wer dies aus welchem Grund tut.

Die zweite Ergänzung betrifft die auf dem Campus realisierten Sprechhandlungen. Während auf der Website mittels direkterer und kommissiver Sprechhandlungen zahlreiche Aufforderungen, Anleitungen und auch Selbstverpflichtungen zum nachhaltigen Handeln in der Institution, insbesondere mit Blick auf den Campus, zu beobachten sind, finden sich diese auf dem öffentlichen Teil des Zentralcampus nicht wieder. Stattdessen dominiert der direkte Sprechhandlungstyp *Veranstaltungshinweis*, der in 116 von 205 Diskursbeiträgen realisiert ist (vgl. Tab. 2). Dabei laden acht institutionelle Beiträge zu Vorträgen und Tagungen auf dem Campus ein. Auch die der Institution nahestehenden Students for Future tun dies elf Mal. Es sind ausschließlich diese insgesamt 19 Beiträge, die auf ein spezifisches Handeln auf dem Campus zielen.

Tabelle 2: Übersicht über die Beiträge zum Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs auf dem Zentralcampus mit besonderem Fokus auf Veranstaltungshinweise und den Orten der darin beworbenen Veranstaltungen (Teilkorpus KLICK).

Diskursbeiträge		Veranstaltungshinweise	
		Campus	extern
Institutionell (offiziell)	14	8	0
- Green Office	6	2	0
- Weitere	8	6	0

Diskursbeiträge		Veranstaltungshinweise	
Aktivistisch (transgressiv)	163	11	97
- <i>Fridays for Future</i>	43	0	37
- <i>Students for Future</i>	26	11	1
- <i>Klimacamp Kassel</i>	24	0	24
- <i>Extinction Rebellion</i>	11	0	10
- <i>Cycassel</i>	7	0	7
- <i>Weitere</i>	52	0	18
Sonstige	28	0	0
Σ	205	19	97

Aus dem aktivistischen Kontext bewerben stattdessen 97 Beiträge Veranstaltungen wie Protestcamps, Demonstrationen, die Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in München, den Hambacher Forst etc., die außerhalb des Zentralkampus stattfinden. Daran wird deutlich, dass die aktivistischen Beiträge nicht nur quantitativ den Diskurs dominieren, sondern auch im Gegensatz zur Website der Universität und den hier genannten institutionellen Diskursbeiträgen primär Orte außerhalb des Campus als für Klimaprotest und Nachhaltigkeit relevant setzen. Der Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs vor Ort lenkt also primär den Blick nach außen, nicht auf den Campus selbst.

Diese Analyse des *Teilkorpus KLiCK* verdeutlicht, dass sich die Institution und das Green-Office in ausgesprochen geringer Quantität am Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs auf dem Campus beteiligen. Institutionenseitig ist zudem das Fehlen einer einheitlichen Autor*innenschaft zu beobachten. Direktive Sprechhandlungen sind auf Einladungen zu universitären Veranstaltungen beschränkt. Eine Passung mit der Website liegt nicht oder allenfalls sehr eingeschränkt vor. Insgesamt führt dies dazu, dass im Gegensatz zur Website auf dem Campus kein zielgerichtetes strategisches Handeln der Institution auszumachen ist. Zusammenfassend lässt sich stattdessen festfesthalten, dass der Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs auf dem Zentralkampus dominiert ist durch

- transgressive Diskursbeiträge wie Aufkleber und Plakate,
- die Selbstpräsentation aktivistischer Gruppierungen aus den Bereichen Energiewende, Verkehrswende und Klimaschutz sowie
- Hinweise auf und Einladungen zu klima- und nachhaltigkeitsbezogenen Protestveranstaltungen außerhalb des Campus.

Der Zentralkampus wird also zum Zeitpunkt der Datenerhebung diskursiv nicht als ein Ort nachhaltigen Handelns konstruiert, sondern primär als Ort der Bewerbung und Rekrutierung für klima- und nachhaltigkeitsbezogenen Aktivismus. Der Green-Campus ist in dem – vom *Teilkorpus KLiCK* erfassten – vor Ort geführten Nachhaltigkeitsdiskurs nicht wiederzufinden.

8 Fazit und Diskussion

Der vorliegende Beitrag hat einen Einblick in die Ergebnisse des Forschungs- und Lehrprojekts *KLICK – Klimacampus Kassel* gegeben, indem er fragte, mit welchen kommunikativ-diskursiven Verfahren sich die Universität Kassel öffentlich als eine nachhaltige Institution mit einem Green-Campus inszeniert. Dazu kontrastierte der Beitrag die auf der Website befindliche, vom Green Office verantwortete öffentliche Kommunikation (*Teilkorpus Web*) mit einem Linguistic-Landscape-Korpus, das die öffentliche analoge Nachhaltigkeitskommunikation auf dem Zentralkampus erfasst (*Teilkorpus KLICK*).

Mittels der Perspektivierung des Klimawandels als *Matter of Concern* leitete der Beitrag grundlegend her, dass sprachwissenschaftliche Analysen einen zu naturwissenschaftlichen Arbeiten komplementären Beitrag zur Erforschung dieses komplexes Phänomens leisten können. Die sich anschließenden Kapitel dienten sowohl einer Verortung des eigentlichen Vorhabens im Forschungsdiskurs als auch eine forschungsbasierte, erkenntnisleitende Vorbereitung der Analysen. Hierbei standen erstens die strategische Nachhaltigkeitskommunikation von Institutionen, konkurrierende Annahmen über erfolgsversprechende Strategien und die besondere der Öffentlichkeit im Nachhaltigkeits- und Klimadiskurs im Fokus. Zweitens wurde der Universitätscampus, der in der untersuchten Nachhaltigkeitskommunikation der Universität Kassel in auffälliger Weise mit dem nachhaltigen Handeln der Institute verbunden wird, als komplexes räumliches Konstrukt und als Linguistic Landscape bestimmt. Dabei zeigte der Forschungsüberblick, dass der Universitätscampus bislang in der Linguistic-Landscape-Forschung allenfalls randseitig zum Gegenstand geworden ist.

Im Vergleich beider Teilkorpora zeigte sich mit Blick auf die untersuchte strategische Nachhaltigkeitskommunikation eine Online-Offline-Diskrepanz, die wenigstens das kommunikative *Was*, *Wozu* und *Wieviel* betrifft. In der öffentlichen, durch das Green Office verantworteten Kommunikation ist ein Primat des Digitalen festzustellen. Der Campus als öffentlicher Raum wird hingegen in der in den Teilkorpora erfassten strategischen Nachhaltigkeitskommunikation in auffällender Weise vernachlässigt.

Das Primat des Digitalen umfasst dabei weitergehend ein Primat der Einigkeit. Die erwartbare Vielstimmigkeit der Institution und deren Mitglieder ist im digitalen Raum der Website nicht abgebildet. Stattdessen wird mit einer einzigen Stimme gesprochen. Es dominieren normativ-orientierende Texte in Listenform, die nachhaltiges Handeln fokussieren und anleiten, sowie eine multimodale Inszenierung von institutionellen Orten als bereits nachhaltig. Eine Debatte darüber findet auf der Website nicht statt.

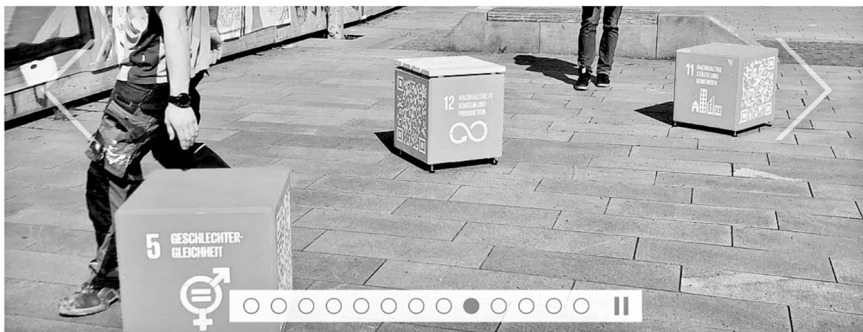
Dieses Primat der Einigkeit im Digitalen geht überdies mit einer monologischen, unidirektionalen Gestaltung der strategischen Kommunikation einher. Möglichkeiten der Beteiligung, von Kritik und Zustimmung sind in der Website nicht unmittelbar implementiert, obwohl dies technisch möglich wäre. Möglichkeiten der Partizipation werden stattdessen in sogenannte *Sustain Groups* mit Seminar- oder Workshopcharakter ausgelagert.

Der Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs auf dem Campus lässt die beiden letztgenannten Primat nicht erkennen. Zwar umfasst das *Teilkorpus KLICK* keine klimawandelleguerischen Diskursbeiträge oder Ähnliches, es besteht jedoch eine Vielfalt in Hinblick auf Autor*innen, insbesondere aktivistische Gruppierungen, thematische Schwer-

punkte (z.B. Atomkraft, Verkehr, Flächenversiegelung, Klimaschutz allgemein), Veranstaltungs- und Protestformen und Veranstaltungsorte. Darüber hinaus finden auch zwei Beiträge, die das institutionelle Handeln der Universität Kassel mit Blick auf Nachhaltigkeit kritisieren.

Wenn der vorliegende Beitrag, wie in der Einleitung angekündigt, damit einen ersten Einblick in die Ergebnisse des Forschungs- und Lehrprojekts *KLICK – Klimacampus Kassel* gegeben hat, bedeutet dies, dass die Korpusanalyse nicht abgeschlossen ist. Insbesondere die multimodale Feinanalyse der vielfältigen Diskursbeiträge aus dem Teilkorpus, insbesondere *KLICK*, speziell unter Berücksichtigung der jeweiligen räumlichen Ensembles, die sie bilden, steht bislang noch aus. Überdies ist die Analyse wenigstens in zweifacher Hinsicht limitiert. Denn, erstens, wie der Forschungsüberblick offengelegt hat, fehlt es bislang an Forschung, die den Diskursraum Universität unter nachhaltigkeits- und klimawandelbezogenen Fragestellungen analysiert. Somit kann vorliegend bislang zum Beispiel nicht reflektiert werden, inwiefern die Befunde für Universitäten im deutschsprachigen Raum typisch oder besonders sind.

Abbildung 5: Drei Sitzwürfel als Stationen des Nachhaltigkeitsrundgangs auf dem Zentralkampus (Screenshot, Universität Kassel [o.J.], kein Teil des Teilkorpus Web).



Zweitens führt die vorgenommene Datenerhebung notwendigerweise dazu, aktive Diskurse auf eine Momentaufnahme zu reduzieren. Der hier vorliegende Beitrag wird etwa ein Jahr nach der Datenerhebung finalisiert. Seitdem haben sich sowohl die vom Green Office verantwortete Website als auch der Zentralkampus als Linguistic Landscape verändert. Unter Mitwirkung des Green Office und auf dessen Website umfassend dokumentiert wurde zum Beispiel ein »Nachhaltigkeitsrundgang, der das Thema Nachhaltigkeit auf dem Campus entlang der 17 SDG-Ziele [sic!] der UN sichtbar, hörbar und erlebbar macht« (UK o.J.) entworfen. Die SDGs sind dadurch je durch einen auf dem Zentralkampus platzierten Sitzwürfel repräsentiert (vgl. z. B. Abb. 5)³, die nicht nur im SDG-Corporate Design gestaltet sind, sondern auch über einen QR-Code verfügen, mittels des-

3 Der Ausschnitt eines Screenshots von der Website der Universität Kassel (z.B. Abb. 5) dokumentiert mittels eines Fotos, dass die Sitzwürfel u.a. auf der versiegelten Fläche platziert worden sind, die in einem der beiden kritikübenden Diskursbeiträgen fokussiert wird (vgl. Abb. 2: nördliche gestrichelte Fläche; Abb. 4: linker Diskursbeitrag).

sen digital »interessante Informationen zu Ansprechpersonen, Einrichtungen, Projekten, Forschungs- und Lehrangeboten, Start-Ups, Kooperationspartner: innen [sic!] und zu Gruppen und Initiativen im Nachhaltigkeitsbereich abgerufen werden« (UK o.J.) können. Sowohl der Green Campus als auch die Institution als Diskursteilnehmende sind dadurch gegenwärtig auf dem Zentralkampus präsenter, als es die vorliegenden Korpusanalysen zeigen. Aus der Limitierung dieser Untersuchung eröffnen sich daher sowohl synchrone als diachrone Perspektiven zur Fortführung der diskursorientierten Linguistic-Landscape-Forschung.

9 Korpus

9.1 Teilkorpus Web

Universität Kassel [UK 2024a]. *Nachhaltiger Betrieb und Campus*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024b]. *Green Office*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024c]. *Zahlen & Fakten*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/zahlen-fakten.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024d]. *Ideenwerkstatt*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/mitmachen/ideenwerkstatt.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024e]. *Handlungsfelder*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/handlungsfelder.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024f]. *Meine Uni tut was*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/meine-uni-tut-was.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024g]. *Mitmachen*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/mitmachen.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024h]. *Team & Kontakt*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/team-kontakt.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024i]. *Green:Campus*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/handlungsfelder/greencampus.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024j]. *Go:Green*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/handlungsfelder/gogreen.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024k]. *Projektseminar*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/mitmachen/projektseminar.html>, abgerufen am 30. September 2024.

Universität Kassel [UK 2024l]. *Green:Energy*. Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/handlungsfelder/greenenergy.html>, abgerufen am 30. September 2024.

9.2 Teilkorpus KLICK

Lingscape-Datenbank. <https://lingscape-app.uni.lu/pin/list/>, abgerufen am 25. August 2025.

Lingscape-Übersichtskarte. <https://pinea.app.carto.com/map/e9fa4a07-43ac-4ac7-b7a5-27bfc913814a>, abgerufen am 25. August 2025.

10 Literatur

Androutsopoulos, Jannis und Franziska Kuhlee. »Die Sprachlandschaft des schulischen Raums. Ein diskursfunktionaler Ansatz für linguistische Schoolscape-Forschung am Beispiel eines Hamburger Gymnasiums.« *Zeitschrift für Angewandte Linguistik*, Bd. 75, 2021, S. 1–49.

Auer, Peter. »Sprachliche Landschaften. Die Strukturierung des öffentlichen Raums durch die geschriebene Sprache.« *Sprache intermedial. Stimme und Schrift, Bild und Ton*, hg. von Arnulf Deppermann und Angelika Linke, De Gruyter, 2010, S. 271–298.

Bender, Michael, Ruth M. Mell und Janina Wildfeuer. »Zur Spezifik digitaler Medien als Diskursraum: Materialität, Daten, Affordanzen.« *Diskurse – digital. Theorien, Methoden, Anwendungen*, hg. von Eva Gredel, De Gruyter, 2022, S. 27–46.

BMU – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. *Abfall. Arbeitsheft für Schülerinnen und Schüler – Grundschule*. BMU, 2018, https://www.bundesumweltministerium.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Bildungsmaterialien/gs_abfall_arbeitsblaetter_schueler.pdf, abgerufen am 25. August 2025.

Böhm, Felix und Olaf Gätje. »#Merkelmussweg« – Tweets im Wandel der Zeit. Eine schlagwort- und sprechhandlungstheoretische Analyse.« *recht extrem? Dynamiken in zivilgesellschaftlichen Räumen*, hg. von Julian Sehmer, Stephanie Simon, Jennifer Ten Elsen und Felix Thiele, Springer VS, 2021, S. 122–148.

Böhm, Felix, Tuba Ceviz, Zara Ceviz, Jasmin Engler, Melissa Görzen, Sarah Hagelstein, Hannah Kuhlmann, Tim Schade, Johannes Siebert, Felix Thielemann, Sarah Weinfurter und Christina Wiemers. »KLICK – Klimacampus Kassel.« *Climate Thinking – Ein Living Handbook*, hg. von Felix Böhm, Martin Böhnert und Paul Reszke, 2024, https://www.climate-thinking.de/index.php?title=KLICK_-_Klimacampus_Kassel, abgerufen am 25. August 2025.

Böhnert, Martin. *Climate Thinking: Klimakrise als ›Matter of Fact‹ oder ›Matter of Concern‹*, 2021, <https://philosophike.de/2021/12/climate-thinking-klimakrise-als-matter-of-fact-oder-matter-of-concern>, abgerufen am 25. August 2025.

- Böhnert, Martin. »THE SCIENCE IS CLEAR: CLIMATE ACTION NOW! Versuch einer Neubeurteilung des Verhältnisses von Natur und Kultur in der Klimakrise.« *Salzburger Jahrbuch für Philosophie*, Bd. 67, 2022, S. 27–49.
- Busch, Albert. »Diskurslinguistik und Vertikalität: Experten und Laien im Diskurs.« *Diskurslinguistik und Vertikalität: Experten und Laien im Diskurs*, hg. von Ingo H. Warnke, De Gruyter, 2018, S. 387–404.
- Chuaychoowong, Maneerat. »Linguistic Landscape on Campus: A Case Study of a Thai University.« *Proceedings of RSU Research Conference*, 2019, S. 1242–1249. doi:10.14458/RSU.res.2019.124.
- Domke, Christine. *Die Betextung des öffentlichen Raumes. Eine Studie zur Spezifik von Meso-Kommunikation am Beispiel von Bahnhöfen, Innenstädten und Flughäfen*. Universitätsverlag, 2014.
- DWDS – *Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache*. »grün«, DWDS, o.J., <https://www.dwds.de/wb/gr%C3%BCn>, abgerufen am 5. Januar 2026.
- Ebert, Helmut. »Formen und Funktionen unternehmenspolitischer und unternehmensphilosophischer Text«. *Kommunikationsmanagement. Strategien, Wissen, Lösungen*, hg. von Günter Bentele, Manfred Piwinger und Gregor Schönborn, Luchterhand, 2001, S. 1–36.
- Fährnrich, Borte, Julia Metag, Senja Post und Mike S. Schäfer. »Hochschulkommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. Einleitung.« *Forschungsfeld Hochschulkommunikation*, hg. v. Birte Fährnrich, Julia Metag, Senja Post und Mike S. Schäfer, Springer VS, 2019, S. 1–21.
- Freie Universität Berlin. [fu-berlin.de](https://www.fu-berlin.de/), FU Berlin, o.J., <https://www.fu-berlin.de/>, abgerufen am 25. August 2025.
- Georg-August-Universität Göttingen. [uni-goettingen.de](https://www.uni-goettingen.de/), Universität Göttingen, o.J., <https://www.uni-goettingen.de/>, abgerufen am 25. August 2025.
- Gorter, Durk. »Further Possibilities for Linguistic Landscape Research.« *Linguistic Landscape: A New Approach to Multilingualism*, hg. von Durk Gorter, Multilingual Matters, 2006, S. 81–89.
- Gredel, Eva. »YouTube als digitaler Diskursraum und Reflexionsgegenstand für sprach- und mediendidaktische Szenarien am Beispiel des Klimawandels.« *JournalLIPP*, Bd. 9, 2024, S. 10–29. doi:10.5282/journalipp/4903.
- Hamann, Alexandra, Claudia Zea-Schmidt und Reinhold R. Leinfelder. *Die große Transformation. Klima – Kriegen wir die Kurve?* Jacoby & Stuart, 2013.
- Hartz, Ronald und Stephan Habscheid. »Die Konstruktion von Konsens und Einigkeit in Organisationen – am Beispiel der Mitarbeiterzeitung«. *Organisationskommunikation. Grundlagen und Analysen der sprachlichen Inszenierung von Organisation*, hg. von Florian Menz und Andreas Müller, Hampp, 2008, S. 119–139.
- HRK – Hochschulrektorenkonferenz. *Hochschulkommunikation als strategische Aufgabe*. 10.05.2022, <https://www.hrk.de/positionen/beschluss/detail/hochschulkommunikation-als-strategische-aufgabe/>, abgerufen am 5. Januar 2026.
- Kosatica, Maida. »Semiotic landscape in a green capital. The political economy of sustainability and environment.« *Linguistic Landscape*, Bd. 10, Nr. 2, 2024, S. 136–165, doi:10.1075/ll.23016.kos.

- Latour, Bruno. »Why Has Critique Run out of Steam? From Matters of Fact to Matters of Concern.« *Critical Inquiry*, Bd. 30, 2004, S. 225–248.
- Lingscape.App. »Taxonomien für Projekte«, Universität Luxemburg, o.J. <https://lingscape.app/de/taxonomies/>, abgerufen am 5. Januar 2026.
- Marx, Konstanze und Georg Weidacher. *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. 2. Aufl., Narr, 2020.
- Maseko, Busani und Lihwa Siziba. »Environmental Conservation and the Bulawayo CBD as a Linguistic Landscape Construction: An Ecolinguistics Perspective.« *Journal of Asian and African Studies*, 2024, doi:10.1177/00219096241291054.
- Morgan, Gareth. *Bilder der Organisation*. Übersetzt v. Inge Olivia Wacker. 1986. 2. Aufl., Klett Cotta, 2000.
- Reimann, Sandra. »Werbung mit Nachhaltigkeit. Strategien der Unternehmenskommunikation aktuell.« *Natur, Umwelt, Nachhaltigkeit: Perspektiven auf Sprache, Diskurse und Kultur*, hg. von Anna Mattfeldt, Carolin Schwegler und Berbeli Wanning, De Gruyter, 2021, S. 217–220.
- Reisigl, Martin. »Zur Vielfalt und Widersprüchlichkeit des kommunikativen Handelns in Diskursen über die Klimakrise.« *Osnabrücker Beiträge zur Sprachtheorie (OBST)*, Bd. 97, 2020, S. 7–38.
- Rocco, Goranka. »Unternehmerische und städtische Nachhaltigkeitsberichte: eine textologisch-diskurslinguistische Betrachtung.« *Nachhaltige Stadtentwicklung. Infrastrukturen, Akteure, Diskurse*, hg. von Jens Ivo Engels, Nina Janich, Jochen Monstadt und Dieter Schott, Campus, 2017, S. 240–260.
- Roether, Valentina, Paul Reszke und Felix Böhm. »#Klima – Mediale Logiken eines Diskurses.« *Aptum. Zeitschrift für Sprachkritik und Sprachkultur*, Bd. 20, Nr. 3, 2024, S. 241–257.
- Schmitz, Ulrich. »Sehflächen. Sprache und Layout.« *Angemessenheit. Einsichten in Sprachgebräuche*, hg. von Jürgen Schiewe, Wallstein, 2016, S. 24–37.
- Schmitz, Ulrich. »Im Raume lesen wird die Macht. Zeichen der Macht im öffentlichen Raum des Ruhrgebiets.« *Multimodale Kommunikation im öffentlichen Raum. Texte und Textsorten zwischen Tradition und Innovation*, hg. von Steffen Pappert und Sascha Michel, ibidem, 2018, S. 133–158.
- Schmitz, Ulrich und Evelyn Ziegler. »Sichtbare Dialoge im öffentlichen Raum. Visual Dialogues in the Public Sphere.« *ZGL*, Bd. 44, Nr. 3, 2016, S. 469–502.
- Schwegler, Carolin. *Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft. Eine diskurslinguistische Untersuchung von Argumentationen und Kommunikationsstrategien*. Dissertation Universität Heidelberg, 2018.
- Scollon, Ron und Suzie Wong Scollon. *Discourses in Place: Language in the Material World*. Routledge, 2003.
- Stöckl, Hartmut. »Multimodalität – Semiotische und textlinguistische Grundlagen.« *Handbuch Sprache im multimodalen Kontext*, hg. von Nina-Maria Klug und Hartmut Stöckl, De Gruyter, 2016, S. 3–35.
- Spieß, Constanze. *Diskurshandlungen. Theorie und Methode linguistischer Diskursanalyse am Beispiel der Bioethikdebatte*. De Gruyter, 2011.
- Technische Universität Dortmund. [tu-dortmund.de](https://www.tu-dortmund.de/). TU Dortmund, o.J., <https://www.tu-dortmund.de/>, abgerufen am 25. August 2025.

- Tereick, Jana. *Klimawandel im Diskurs. Multimodale Diskursanalyse crossmedialer Korpora*. De Gruyter, 2016.
- Universität Hamburg. *uni-hamburg.de*. Universität Hamburg, o.J., <https://www.uni-hamburg.de/>, abgerufen am 25. August 2025.
- Universität Kassel. *Sustain Tour*, Universität Kassel, o.J., <https://www.uni-kassel.de/uni/nachhaltigkeit/nachhaltiger-betrieb-und-campus/green-office/meine-uni-tut-was/sustain-tour.html>, abgerufen am 25. August 2025.
- Wang, Jing-Jing. »Linguistic Landscape on Campus in Japan-A Case Study of Signs in Kyushu University.« *Intercultural Communication Studies*, Bd. 24, 2015, S. 134–144.
- Wang, Xudong. »Research on the Linguistic Landscape of University Campus.« *Lecture Notes on Language and Literature*, Bd. 6, Nr. 15, 2023, S. 1–6, doi:10.23977/langl.2023.061501.
- Welsch, Norbert und Claus Chr. Liebmann. *Farben. Natur Technik Kunst*. 3., verbess. und erw. Ausgabe. Springer, 2012.
- Ziegler, Evelyn, Heinz Eickmans, Ulrich Schmitz, Haci-Halil Uslucan, David H. Gehne, Sebastian Kurtenbach, Tirza Mühlen-Meyer und Irmi Wachendorff. *Metropolenzeichen: Atlas zur visuellen Mehrsprachigkeit der Metropole Ruhr*. UVRR, 2018.