

# Was muss sich in der Gesellschaft ändern, um den Nachhaltigkeitsgedanken umzusetzen?

Michael Wehrspaun/Martina Eick<sup>1</sup>

(Vortrag bei der Tagung „Wilde Zeiten. 10 Jahre ANU Bayern“ am 18.10.02 im Wildniscamp am Falkenstein, Nationalpark Bayerischer Wald)

## 1. Zur kulturellen Bedeutung von Umweltkommunikation

Der – uns von den Veranstaltern vorgegebene – Titel ist verführerisch: Er könnte dazu einladen, so etwas wie einen umfassenden ‚ethischen Forderungskatalog‘ aufzustellen, mit dem das wahre ökologische Verhalten einzufordern wäre. Passendes Material gäbe es zuhauf: Als das Umweltbundesamt im Jahr 1997 seine Studie „Nachhaltiges Deutschland“ veröffentlichte, da wurde am Beispiel mehrerer Handlungs- und Bedürfnisfelder (Energieverbrauch, landwirtschaftliche Produktion, Textilien und Mobilität) gezeigt, dass eine ökologische Effizienzrevolution nicht hinreichend sein kann, um echte Entlastungen für die Umwelt und Natur mit sich zu bringen – in der kürzlich vorgelegten Folgestudie waren beträchtliche (weitere) Effizienzgewinne zu vermelden, aber keine echte Umkehr der Trends, denn der Weg geht noch keineswegs tatsächlich in die Richtung der Nachhaltigkeit (vgl. UBA 1997 und 2002a).

Folglich wäre ein solcher ethischer Forderungskatalog auch nicht schwer zu begründen: Solange der Anstieg des individuellen Wohlstands und damit das größere Auto, der häufigere und in immer exotischere Länder führende Urlaub, das noch größere Einfamilienhaus in der noch grüneren Umgebung noch weiter draußen vor der Stadt usw. für die große Mehrheit der Menschen das Ziel der Wünsche – oder gar der Sinn des Lebens – bleiben, werden Effizienzgewinne, so eindrucklich sie (auch) in ökologischer Hinsicht immer sein mögen, schlicht vom weiteren Anstieg des Konsumniveaus aufgeessen werden... Oder sie schaufeln gewissermaßen nur verfügbares Einkommen für neue Ausgabenarten frei.

Müssen wir also nicht einfach unseren Mitmenschen gehörig ins Gewissen reden? Muss nicht einfach – wieder einmal – deutlich gemacht werden, dass Schluss zu sein hat mit Wohlstandsstreben und Konsumlust – jedenfalls soweit diese auf Kosten der Erhaltung von Natur und Umwelt gehen? In der Tat: Mit unseren Konsummustern kann es so nicht weiter

gehen! Und so wird es auch nicht weiter gehen, wie die sich verschärfenden globalen Problemfelder (aktuelles Stichwort: Klimawandel) zeigen, aber auch schon die schlichte Logik nahe legt, denn ein sozusagen ewig sich selber überbietendes Wachstum und ein darauf basierender Fortschritt sind (anscheinend) in der ökonomischen (Grenznutzen-)Theorie, aber nicht in der Realität denkbar.

Dabei wäre die Umorientierung durchaus schon heute machbar, und zwar ohne dass dabei ein echter Verlust von Lebensqualität auftreten müsste (vgl. UBA 2002b). Eine fleischarme und vorrangig auf frische Produkte aus der Region ausgerichtete Ernährungsweise, die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel wenn möglich, das Energiesparen im Haushalt und der sorgsame Umgang mit bevorzugt umweltschonenden Chemikalien – all das ist heute durchaus machbar, adäquate Angebote sind oft auch schon in Supermärkten zu haben, und wer so ausgerichtete Konsummuster als Weg des ‚Verzichts‘ sehen will, sollte auch berücksichtigen, dass ein atemloses Verfolgen der jeweils neuesten ‚Lifestyle‘-Trends oft mehr in Stress als in echtes Vergnügen ausarten kann...

Unser ethischer Forderungskatalog scheint sich jetzt schon abzurunden. Es stellt sich somit für uns an dieser Stelle die Frage: Wollen wir den Katalog nun ausarbeiten und füllen wir dem gemäß den Rest unserer Darlegungen mit dem nötigen Pathos (und natürlich mit dem dabei in der Regel verwendeten Unterbau von ‚harten‘ Zahlen und verlockenden Szenarien), um die absolute Notwendigkeit und Vernünftigkeit der im Katalog enthaltenen Verhaltensänderungsaufforderungen unmissverständlich – und alle denkbare Widerrede von vornherein abschmetternd – deutlich zu machen? Oder treten wir mit unseren Überlegungen gewissermaßen einen Schritt zurück und stellen uns einfach die Frage: Wenn die Problemlage eigentlich bekannt, die Umorientierungsmöglichkeiten im

<sup>1</sup> Umweltbundesamt, Fachgebiet I 2.2: Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Umweltfragen. Der dem vorliegenden Text zugrunde liegende Vortrag wurde auf der Tagung nur von Michael Wehrspaun präsentiert, aber gemeinsam vorbereitet und ausgearbeitet

Prinzip vorhanden, die ethische Herausforderung somit offenkundig ist – warum bewegen sich die herrschenden kulturellen und gesellschaftlichen Trends dann doch immer noch in eine völlig andere Richtung (vgl. UBA 2002b)?

Dass wir die Frage, was sich in der Gesellschaft ändern müsse, um den Nachhaltigkeitsgedanken durchzusetzen, also doch nicht mit einem solchen Katalog zu beantworten versuchen, hat somit vor allem damit zu tun, wie wir das gegenwärtige Verhältnis zwischen der Umweltkommunikation einerseits sowie den dominanten kulturellen Trends andererseits einschätzen. In der ‚Öko-Szene‘ ist es ja durchaus üblich, das Ideal des ‚richtigen‘ ökologischen Verhaltens der herrschenden Kultur möglichst polar entgegen zu setzen. Im Extrem – das leider gar nicht so selten vorkommt – entsteht dann eine krasse Schwarzweißzeichnung: Auf der einen Seite die am Rande des Abgrunds taumelnde ‚Überfluss- und Spaßgesellschaft‘, welche die Gefahren verleugnet, die Risiken dauernd erhöht, die stete Steigerung von Konsum und Genuss über alles stellt, keinen Gemeinsinn und keine Solidarität (mehr) kennt... Auf der anderen Seite können sich dann die widerständigen Reste verantwortungsbereiter Menschen wiedererkennen, welche sich die Ehrfurcht vor der Schöpfung, die Liebe zur Natur und die Sehnsucht nach der ‚Einen Welt‘ erhalten haben... Die ethischen Forderungskataloge in Sachen ökologischer Umorientierung, so sinnvoll und gut begründet ihre einzelnen Inhalte immer sein mögen, bringen daher die Gefahr mit sich, solche Verhärtungen der öffentlichen (Umwelt-)Kommunikation letztendlich sogar noch zu befördern.

Aus diesen Beobachtungen und Überlegungen gewinnen wir unsere zentrale These: Es sind eben diese Verhärtungen der diskursiven Auseinandersetzung, die eine Verallgemeinerung und Veralltäglichsung von ökologisch aufgeklärten und verantwortbaren Verhaltensweisen so erschweren. Was sich somit in der Gesellschaft vor allem ändern muss, sind die einschlägigen Kommunikationsformen, d.h. die noch immer herrschenden Muster der Umweltkommunikation. Diese Problemstellung wollen wir in unserem Beitrag weiter vertiefen. Den Schwerpunkt legen wir dabei auf die Frage, welche Ansatzpunkte für eine veränderte Umweltkommunikation wir sehen – denn dass diese eine wesentliche kulturelle Bedeutung hat, ist einerseits eine Banalität, andererseits aber – aus Gründen, die wir herauszuarbeiten versuchen wollen – noch immer problematisch und keineswegs allgemein klar.

## **2. Neue (kommunikative) Herausforderungen durch die nationale Nachhaltigkeitsstrategie**

Spätestens seit bei der Konferenz der Vereinten Nationen 1992 in Rio de Janeiro die „Agenda 21“, das weltweite Aktionsprogramm für das 21. Jahrhundert, beschlossen wurde, sollte allgemein klar geworden sein, dass eine ökologische Umorientierung mehr bedeutet als nur eine Intensivierung des Umwelt- und Naturschutzes. Im Grunde stellt die Agenda 21 ein umfassendes kulturelles Reformprogramm dar. Es wird dabei auch kein Zweifel daran gelassen, dass die „Verände-

rung der Konsumgewohnheiten“ (so bekanntlich der Titel des Kapitel 4 der Agenda 21) vor allem in die Verantwortung der hochindustrialisierten Staaten fällt. Das ist auch im „Plan of Implementation“ der kürzlich abgehaltenen Folgekonferenz, dem World Summit on Sustainable Development in Johannesburg, ausdrücklich bestätigt worden.

In Deutschland ist im Vorfeld der Johannesburg-Konferenz eine nationale Nachhaltigkeitsstrategie ausgearbeitet und von der Bundesregierung beschlossen worden (BR 2002). Dabei ist sowohl das Kapitel, in dem das zugrunde liegende Leitbild der nachhaltigen Entwicklung erläutert wird, als auch der konkrete Kern der Strategie, nämlich die Aufstellung von 21 zentralen Entwicklungszielen und darauf bezogenen Schlüsselindikatoren, verschiedenen Themen zugeordnet worden. Diese sind: Generationengerechtigkeit, Lebensqualität, sozialer Zusammenhalt sowie internationale Verantwortung. Darüber hinaus werden noch sieben Handlungsschwerpunkte für eine nachhaltige Entwicklung beschrieben: Energieeffizienz und Klimaschutz, umweltschonende Mobilität, Strukturwandel im Ernährungsbereich, Gestaltung des demografischen Wandels, Bildungsoffensive und Hochschulreform, Förderung von Innovationen in der Wirtschaft sowie Verminderung des Flächenverbrauchs durch eine nachhaltige Siedlungsentwicklung.

Im Themenfeld Generationengerechtigkeit enthalten sind u.a. die konkreten Ziele für die Ressourcenschonung (langfristig soll die „Faktor 4“-Vision, nämlich die Verdoppelung des Wohlstands bei einer Halbierung des Ressourcenverbrauchs, realisiert werden, kurzfristig soll die Energie- und Rohstoffproduktivität gegenüber 1990 bzw. 1994 etwa verdoppelt werden), für den Klimaschutz (u.a. ist bis 2005 eine Minderung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 25% gegenüber 1990 angestrebt), für den Ausbau der erneuerbaren Energien (deren Anteil soll bis 2010 gegenüber 2000 am Strom auf 12,5%, am Primärenergieverbrauch auf 4,2% erhöht werden) sowie für die Flächeninanspruchnahme (Reduktion auf max. 30ha/Tag bis 2020 gegenüber dem rund Vierfachen heute). Im Bereich Lebensqualität wird u.a. das Ziel für die weitere Förderung des ökologischen Landbaus angeführt: Dessen Anteil soll bis 2010 auf 20% der Gesamtanbaufläche ausgedehnt werden. Weitere Ziele und Indikatoren sind für so unterschiedliche Problemfelder wie Artenvielfalt, Abbau der Staatsverschuldung, Gesundheitsvorsorge, Kriminalitätsbekämpfung, Familienpolitik, Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern, Integration ausländischer Mitbürger, Entwicklungszusammenarbeit u.a. definiert worden. Für alle diese Ziele soll ein Monitoring zwecks Erfolgskontrolle durchgeführt werden, das alle zwei Jahre einen Bericht der Bundesregierung zur Veränderung in den genannten Bereichen und den Fortschritten bei der Umsetzung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie vorsieht.

Trotz dieses sehr knappen Blicks auf die künftigen Vorgaben und Leitlinien der deutschen Strategie zur nachhaltigen Entwicklung ist, wie wir hoffen, doch eines deutlich geworden: Damit steht der ökologische Diskurs, und nicht zuletzt auch die Umweltbildung, vor erheblichen neuen Herausforderun-

gen. Denn Gestaltungsaufgaben dieser Art lassen sich nicht durch ein Unterlassen bewältigen. Es kann folglich nicht mehr hinreichen, wie in großen Teilen der Umweltkommunikation bisher üblich, nur auf die Modernitätskritik zu setzen und damit zu suggerieren, die ökologische Wende könnte durch eine Art ‚Zurück zur Natur‘ erreicht werden.

Freilich wird auch die Sensibilisierung der Menschen für die Belange und Gefährdungen der Natur(ressourcen) weiterhin einen wichtigen Stellenwert einnehmen – es müssen aber auch Mittel und Wege gefunden werden, die es erlauben, die Menschen davon zu überzeugen, dass die Ökologisierung von Produktions- und Konsummustern auf ein konsequentes Modernisierungsprogramm hinausläuft. Und es muss gesehen werden, dass die Umweltpolitik in einem Kontext von politischen Herausforderungen steht, bei dem es gilt, immer verschiedenen Zielstellungen gleichzeitig gerecht zu werden, und auch Zielkonflikte auf eine Weise zu lösen sind, die weder auf Kosten der Ökologie noch zu Lasten der sozialen Gerechtigkeit geht.

Damit sind erhebliche neue Chancen für die Umweltkommunikation und Umweltbildung verbunden, denn auch im Text der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie selber wird immer wieder ein grundlegender Umstand erwähnt: Ein solches Programm kann nicht etwa die Regierung allein durchsetzen – der Weg zur Nachhaltigkeit hängt ganz wesentlich davon ab, dass die Strategie zu einer gesamtgesellschaftlichen und allgemein kulturellen Aufgabe wird. Daher wurden bereits während der Erarbeitung der Strategie zwei öffentliche Dialogphasen und ein Konsultationsprozess mit wichtigen gesellschaftlichen Gruppen (Wissenschaftler, Kirchen, Umwelt- und Naturschutzverbände, Wirtschaft, Verbraucherschützer u.a.) organisiert und das Ergebnis dieser Diskussionsveranstaltungen sowie die dabei vorgebrachten Anregungen auch in den vorliegenden Text der Strategie integriert. Auf einen Vorschlag des – speziell für die Zwecke der Verbesserung der Umweltkommunikation eingerichteten – Rats für nachhaltige Entwicklung hin wurde darüber hinaus ein kleines Kapitel *„Kultur der Nachhaltigkeit entwickeln“* in die Strategie mit aufgenommen.

Darin wird zurecht festgestellt, dass die Nachhaltigkeit nicht einfach nur technokratisch definiert werden könne, sondern ein Gestaltungsauftrag dieser Art – der schließlich auf der Basis der recht anspruchsvollen Zukunftsvision des weltweiten friedlichen Zusammenlebens mit einem allgemein geteilten und doch umweltverträglichen Wohlstand aufbaut – auch der ganz spezifischen Förderung von Kreativität und Phantasie bedürfe. Dabei wird dann allerdings sehr auf die Förderung von zeitgenössischer Kunst und (der etablierten Kulturbetriebs-)Kultur gesetzt, denn erwartet wird vorrangig eine Signalwirkung der Kulturschaffenden für die Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens in der Gesellschaft.

So wichtig der Einbezug auch dieser sozialen Gruppen und Akteure in das kulturelle Reformprojekt ‚Umstellung auf eine nachhaltige Entwicklung‘ auch immer sein mag,

die Potenziale der kulturellen Dimension von Nachhaltigkeit sind damit bestimmt nicht erschöpft. Allerdings: Vor wir versuchen wollen, genauer herauszuarbeiten, was wir damit – und überhaupt mit dem Begriff einer ‚Kultur der Nachhaltigkeit‘ – meinen, sollen zunächst im folgenden Abschnitt die wichtigsten Merkmale des gegenwärtig in der Bevölkerung herrschenden Umweltbewusstseins kurz diskutiert werden. Es kann nämlich aus sozialwissenschaftlicher Sicht kaum übersehen werden, dass trotz aller Bemühungen um den Einbezug der Öffentlichkeit in die Entwicklung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie die dabei inszenierten Dialog- und Konsultationsprozesse den engeren Kreis der einschlägigen Politik- und Öko-Szene kaum überwunden haben. Die breite Bevölkerung ist davon noch kaum erreicht worden – und das dort herrschende Umweltbewusstsein ist daher auch kaum von diesem Prozess berührt oder gar beeinflusst worden. Wo aber könnten, wenn nicht beim in der Bevölkerung verbreiteten Umweltbewusstsein, die Anknüpfungspunkte für die wirklich allgemein-kulturelle Verankerung einer nationalen Nachhaltigkeitsstrategie liegen?

### **3. Zum Stand des Umweltbewusstseins in Deutschland**

Gemäß der aktuellen Version der regelmäßig alle zwei Jahre von Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt in Auftrag gegebenen und veröffentlichten Repräsentativumfrage zum *„Umweltbewusstsein in Deutschland“* ist dieses zur Zeit durch folgende Merkmale gekennzeichnet (vgl. BMU/UBA 2002):

#### **Der politische Stellenwert des Umweltschutzes und die Nah/fern-Differenz**

Bei der Frage nach der Bedeutsamkeit politischer Aufgabenbereiche haben 51% der Befragten die Antwortvorgabe *„für wirksamen Umweltschutz sorgen“* als *„sehr wichtig“* eingestuft und weitere 42% als *„eher wichtig“*, wobei allerdings der Umweltschutz erst an 8. Stelle kommt, und beispielsweise auch der neu in die Fragebatterie aufgenommene Aufgabenbereich *„Bildungsangebote verbessern“* im Rahmen dieser Fragestellung noch vor ihm liegt.

Folglich sind die einzelnen Gebiete des Umweltschutzes zwar ein wichtiges politisches Anliegen der Bevölkerung geblieben: Aber das hat, obwohl die Fortschritte der Umweltpolitik sehr ambivalent beurteilt werden (s.u.), bislang keine konkreten Auswirkungen auf das Wohlfühlen hier und heute: Nur 15% fühlen sich zur Zeit nicht wohl in Deutschland, dagegen 24% sogar *„ausgesprochen wohl“*. Folglich schlagen sich die – von der breiten Bevölkerung durchaus als solche gesehenen – Umweltprobleme in den alltäglichen Orientierungsweisen noch kaum nieder.

Außerdem hat sich die Einschätzung der Umweltverhältnisse in Deutschland – wie bereits seit Beginn der 90er Jahre als regelmäßiger Trend zu beobachten – noch einmal erheblich verbessert. In Bezug auf Westdeutschland sind es über 80%,

die eine ‚sehr gute‘ oder ‚recht gute‘ Qualität konstatieren. Im Hinblick auf die Verhältnisse in den neuen Bundesländern gibt es allerdings immer noch starke Differenzen: 66% der in Ostdeutschland wohnenden Befragten, aber nur 38% der aus den alten Bundesländern geben hier eine entsprechend optimistische Beurteilung ab.

Ganz anders sieht das Bild nun aber aus, wendet man sich den Einschätzungen der globalen Situation und den ebenfalls abgefragten Zukunftseinschätzungen zu. Den Zustand der globalen Umwelt halten 80% der Befragten für schlecht, davon 12% sogar für ‚sehr schlecht‘. Und es dominiert eine ziemlich negative Zukunftssicht in der Bevölkerung. Für die nächsten 25 Jahre rechnen sogar über zwei Drittel der Befragten mit starken oder sogar sehr starken Gesundheitsbelastungen durch Umweltprobleme. An der Spitze der Risikowahrnehmung liegen dabei Atomkraftwerke, radioaktiver Müll, der Klimawandel und die Gentechnik. Folglich herrscht eine große Nah/fern-Differenz bei der Einschätzung der Umweltqualitäten, und zwar relativ zu den verschiedenen Problematisierungsstufen: Wer die (räumlich und zeitlich) nahen Umweltzustände kritischer sieht, schätzt die globalen und ferneren jeweils noch kritischer ein.

#### Generelle Einstellungen zur Umweltpolitik und Bereitschaft zu eigenen Beiträgen

Die Fortschritte beim Umweltschutz werden uneinheitlich bewertet: Bei der Gewässerreinigung sieht fast jeder zweite Befragte (43%) große Fortschritte, bei der Energieeinsparung und der Sauberkeit der Luft gilt das nur mehr für etwa jeden Vierten. Dagegen fällt die Beurteilung des Klimaschutzes sehr viel skeptischer aus: hier konstatieren 25% sogar, es sei *„eher schlimmer geworden“*.

Obwohl in der Bevölkerung also durchaus gesehen wird, dass Fortschritte prinzipiell möglich sind (und sich auch konkret auf die Umweltverhältnisse niederschlagen), herrscht offenkundig viel Skepsis im Hinblick auf die Möglichkeiten der heutigen Politik, eine adäquate und wirksame Zukunftssicherung zu gewährleisten. Dementsprechend sind 85% der Bevölkerung davon überzeugt, dass sich die Erdatmosphäre erwärmen wird und fast ebenso viele glauben, dass die globale Umweltverschmutzung noch zunehmen wird.

Konsequenterweise: Mit 54% erwartet weiterhin – wenn auch mit leichten Abschwächungen – die Mehrheit der Befragten beim ‚Weitermachen wie bisher‘ die Umweltkatastrophe. Und 69% glauben, dass sich die Bevölkerungsmehrheit noch nicht umweltbewusst genug verhält. Blickt man dabei auf die statistischen Merkmale der Befragten, dann zeigt sich: Das Alter beeinflusst mittlerweile die generellen Umwelteinstellungen weniger als das Geschlecht oder die aktuelle Lebensphase: so sind Familien mit Kindern deutlich umweltorientierter als Singles jeden Alters. Das Fungieren als Vorbild ist bei Familien mit Kindern nahe liegender Weise gewichtiger als bei kinderlosen. Auch mit steigender Bildung erhöhen sich die eigenen Handlungsbereitschaften, die zudem bei Frauen

ausgeprägter sind als bei Männern.

Unübersehbar ist auch: Für größere Teile der Bevölkerung (v.a. geprägt durch: keine Kinder im Haus, niedriger Bildungsstand, eher männlichen Geschlechts) verliert das Thema ‚Umwelt‘ nun auch normativ an Gewicht, d.h. der generelle soziale Druck, für den Umweltschutz und seine Belange sein zu müssen, nimmt tendenziell in den letzten Jahren ab.

Ein erstes (Zwischen-)Fazit: Die Umweltprobleme gelten für die Bevölkerung vor allem als (globale) Zukunftsprobleme. Das gilt allgemein – deutliche soziale Differenzen treten da auf, wo die eigenen Mitwirkungsbereitschaften relevant werden. Umso wichtiger wäre eine adäquate Umweltkommunikation, die auch die Chancen einer ökologischen Umorientierung, sowohl in der Umweltpolitik als auch in den alltäglichen Lebensstilen, aufzuzeigen vermag. Aber eben daran scheint es vor allem zu fehlen, was durch weitere Umfrageergebnisse deutlich bestätigt wird.

#### Diskrepanzen zwischen anerkannten Prinzipien und umstrittenen Umsetzungen

Der Bekanntheitsgrad des Begriffes ‚Nachhaltige Entwicklung‘ ist zwischen den Jahren 2000 und 2002 in einem nur sehr unbefriedigenden Ausmaß angestiegen: nämlich von 13% auf nun 28%. Dabei ist der Anstieg hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass der in der Umfrage 2000 noch ungewöhnlich hohe Anteil der ‚Weiß nicht‘-Antworten wieder auf das dabei übliche Maß geschrumpft ist. Aber die Zustimmung zu den Prinzipien des Leitbildes der Nachhaltigkeit (Ressourcenschonung sowie inter- und intragenerationelle Gerechtigkeit) ist weiterhin sogar sehr hoch. Die ausgeprägtesten Zustimmungen finden sich bei religiös Orientierten und bei Familien mit Kindern.

Eine ähnliche Diskrepanz zwischen der (generellen) Akzeptanz der prinzipiellen Leitbildinhalte und der (oft sehr kritischen) Einstellung gegenüber der umweltpolitischen Ausgestaltung und Benennung dieser Inhalte findet sich im Hinblick auf die ökologische Steuerreform. Das Prinzip, für erhöhten Umweltverbrauch auch mehr zahlen zu müssen, wird zwar von 79% bejaht, aber 68% bewerten die Ökosteuer als sozial ungerecht, wohl weil sie die verschiedenen sozialen Gruppen unterschiedlich hart trifft, also nach breit geteilter Meinung v.a. die weniger Begüterten belastet. Fast zwei Drittel (und das sind 7% mehr als 2000) konstatieren, dass die Ökosteuer keinen Beitrag zur Lösung der Umweltprobleme leistet. Kritik wird vor allem an der Verwendung der Mittel zur Verbilligung des Faktors Arbeit geübt.

Dabei ist die durchaus vorhandene hohe potenzielle Zahlungsbereitschaft für einen verbesserten Umweltschutz nur leicht rückläufig, wobei besonders interessant ist, dass hier weniger das Einkommen als die generelle Pro-Umwelt-Einstellung entscheidend ist. Die 58%, die bereit wären, Abstriche von ihrem derzeitigen Lebensstandard zugunsten des verbesserten Umweltschutzes zu akzeptieren, sind allerdings 7% weniger als noch vor 2 Jahren.

### Die Umweltengagierten und die Widersprüche des ökologischen Alltags

Mittels 7 Indikatoren (Mitgliedschaft in Natur- oder Umweltschutzgruppe, Geldspende für Umweltschutz im letzten Jahr, Kenntnis des Begriffs Nachhaltige Entwicklung, hohe Zahlungsbereitschaft, häufige Information über Fachzeitschriften, Motto ‚Vorbild sein‘, hohe Verantwortlichkeit für den Umweltschutz beim Einzelnen), von denen aber nur drei erfüllt sein mussten, wurde in der Umfrage 2002 die spezielle Teilgruppe der Umweltengagierten identifiziert. Mit 474 Personen sind das etwa 20% der Stichprobe. Sie leben bevorzugt in Großstädten und sehr kleinen Gemeinden, ihre soziale Lage lässt sich als ‚Neue Mitte‘ beschreiben. Sie sind oft religiös orientiert und sie beurteilen die Umweltqualität erheblich kritischer, sehen sich selbst stärker umweltbelastet (trotz meist besserer Wohnlage) und gefährdet (v.a. durch Atomkraftwerke).

Sie sind besser informiert (z.B. Naturschutzgesetz), sind stärker sensibilisiert hinsichtlich Klimawandel und befürworten stärker als der Durchschnitt eine Vorreiterrolle Deutschlands beim Klimaschutz. Ihre Haltung zur Ökosteuer ist weniger negativ, 54% befürworten sie generell. Lieber wäre ihnen allerdings die direkte Verwendung für innovative Umweltschutzprojekte und erneuerbare Energien (weniger für die Umweltschadensbekämpfung oder den Ausbau des ÖPNV).

Die Widersprüche, welche eine ökologische Orientierung heute noch im Alltag erzeugen kann, wird bei dieser Teilgruppe besonders im Problembereich Mobilität/Verkehr deutlich. Denn die Umweltengagierten (und jüngeren Befragten) nutzen zwar die Bahn am meisten, haben aber auch einen hohen Automobilitätsgrad. Und: Umweltengagierte nutzen sogar auch (allerdings geringfügig) öfter das Flugzeug. Die Erklärung liegt einfach darin, dass einerseits die Umweltengagierten als Vertreter der ‚Neuen Mitte‘ über die besseren sozialen Bedingungen verfügen, also ihnen eine höhere allgemeine Mobilität möglich ist, und dass andererseits die verschiedenen Mobilitätsformen sich gemäß den Ergebnissen dieser Umfrage nicht etwa gegenseitig ausschließen, sondern genau umgekehrt: Wer häufig das Auto nutzt, fährt auch häufiger Bahn, also nicht alternativ, sondern sich wechselseitig steigernd, und er fliegt auch häufiger.

Diese kurzen Schlaglichter auf das heute verbreitete Umweltbewusstsein sollten an dieser Stelle nur deutlich machen, dass in der breiten Bevölkerung die Umweltpolitik noch kaum als eine gesellschaftliche und soziokulturelle Gestaltungsaufgabe verstanden wird. Dabei sind für einen solchen ‚Bewusstseinswandel‘ durchaus die nötigen Anknüpfungspunkte vorhanden. Auch das zeigt sich recht klar in der aktuellen Repräsentativumfrage: So wurden beispielsweise bei einer offenen Frage nach den wichtigsten Assoziationen mit dem Begriff ‚Fortschritt‘ zwar nach wie vor die technische Entwicklung, Forschung und Wissenschaft genannt, aber am häufigsten wurde die Verbesserung im Umweltschutz angeführt. Dies ist ein klarer Beleg für die fortbestehende ökologische Sensibilisierung der Bevölkerung.

Vor allem hat aber auch diese Umfrage wieder – stärker noch als alle bisherigen – die weiterbestehenden sehr großen Informationsdefizite und Verständnisprobleme in der Bevölkerung gegenüber den Anliegen und Chancen des Umweltschutzes deutlich gemacht. Insofern ist es nicht sehr verwunderlich, dass der öffentliche Diskussionsprozess bei der Entwicklung und Festlegung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie weitgehend an der breiten Bevölkerung vorbei gegangen ist. Das ist keine gute Voraussetzung für deren Realisierungschancen.

Die Frage der Akzeptanz von umweltpolitischen Maßnahmen wird aller Voraussicht nach zunehmend wichtiger werden – und sie muss besser als bisher mit dem Gerechtigkeitsbedürfnis der Menschen (in ökologischer, ökonomischer und sozialer Hinsicht) ausbalanciert werden. Das wird im Zentrum der zukünftigen Umweltkommunikation stehen müssen. Das bedeutet aber auch, dass nicht immer nur die ökonomischen (Grenznutzen-)Aspekte bei der Kommunikation hervorgehoben werden dürfen – das kann sogar leicht in ein grundlegendes „Marginalitätssparadox“ führen (vgl. Wehrspaun/Wehrspaun 2002a): Denn individuelle Nutzeneinschätzungen sind in der konkreten Alltagspraxis der Menschen von deren grundlegenden Präferenzen und Werthaltungen abhängig, und es macht wenig Sinn, wenn Ratschläge für ökologisches Verhalten, auch wenn diese real ökonomische Einspareffekte mit sich bringen würden, den Kontext und die Symbolwerte der jeweiligen Lebensstile nicht adäquat berücksichtigen. Dazu als konkretes Beispiel: Wird dem Fahrer eines eleganten und schnellen, dementsprechend teuren Sportwagens klar zu machen versucht, dass er durch eine ‚defensive Fahrweise‘ etwas Benzingeld einsparen kann, so wird der sich auch fragen müssen, ob so etwas angesichts des hohen Anschaffungspreises seines Gefährtes überhaupt irgendeinen Sinn macht – schließlich war es unter anderem gerade die Möglichkeit des ‚sportlichen Fahrens‘ die das Vehikel so teuer gemacht hat.

Tatsächlich ist die Umweltkommunikation heute in der steten Gefahr, sich in einer Art von ‚kulturellem Teufelskreis‘ zu verstricken (vgl. UBA 2002b, S. 263): Die oben angesprochenen – sich in der Nah/fern-Differenz des Umweltbewusstseins konkretisierenden – massiven Zukunftsängste, die noch immer mit der ökologischen Problematik verbunden sind, erzeugen bei vielen Menschen das Gefühl, sich in einer auswegslosen Situation zu befinden. Folglich erscheinen die eigenen Handlungsbeiträge als bestenfalls unbedeutend, schlimmstenfalls als selbst auferlegte individuelle Benachteiligen, die zur allgemeinen Gefährdung noch dazu kommen. Und so breitet sich der allgemeine Eindruck aus, dass in Wirklichkeit doch nichts getan wird, jedenfalls nicht ernsthaft. Vor allem an die Adresse von Politik und Wirtschaft werden ja auch in den Massenmedien ständig solche Vorwürfe gerichtet.

Gegen reale Maßnahmen bricht dann freilich schnell empörter Protest aus, nicht selten durch interessierte Kreise in der Kommunikationsform einer ‚normativen Überbietung‘ verbreitet – denn man kann ja gegen jede Maßnahme, beispielsweise gegen jede konkrete Ausgestaltung einer ökologischen

Steuerreform, immer vorbringen: Da stehe doch nur ‚Öko‘ drauf, da sei ja gar nicht wirklich ‚Öko‘ drin...

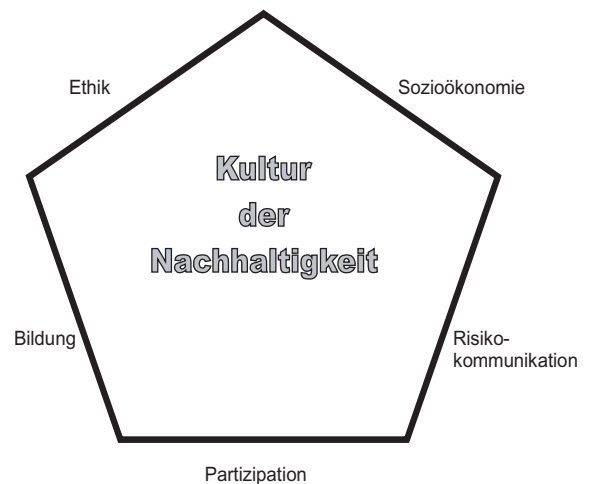
Letztendlich kann es dann dazu kommen, dass die Umweltkommunikation immer wieder sogar primär die Unzufriedenheit mit sich selber kommuniziert, ihre eigenen geistigen Wurzeln und manchmal sogar die realen Herausforderungen gewissermaßen unter den Teppich zu kehren versucht (vgl. Wehrspau/Wehrspau 2002b). Nicht selten soll dann heute die Anbiederung an das, was Teile der ‚Öko-Szene‘ für die Merkmale und Funktionsweisen der ‚Spaßgesellschaft‘ halten, die Abhilfe bringen. Geschieht das durch Reklameveranstaltungen der lauten und oberflächlichen Art, ist das Gegenteil einer Kultur der Nachhaltigkeit sozusagen auch innerhalb der Umweltkommunikation selber präsent: die (in der Tat nicht zu übersehende) herrschende Unkultur der Nichtnachhaltigkeit...

#### 4. Integratives Denken im Rahmen einer Kultur der Nachhaltigkeit

Wie könnte und sollte nun nach unserer Einschätzung der Weg in eine Kultur der Nachhaltigkeit aussehen? Indirekt haben wir darauf bereits eine generelle Antwort gegeben: Vor allem bedarf es eines erheblichen Modernisierungsschubs für die Umweltkommunikation. Denn die Probleme des Wissenstransfers müssen auch politisch sehr viel ernster genommen und konsequenter angegangen werden. Die Vermittlung von ‚Gestaltungskompetenz‘ kann nicht auf die schulische Umweltbildung beschränkt bleiben – eine echte und ernst zu nehmende ‚Bildung für Nachhaltigkeit‘ muss im Gegenteil ein Angebot zum lebenslangen Lernen umfassen, das sowohl bei der – ohnehin laufenden – Weiterentwicklung der Industrie- zu Informationsgesellschaften als auch bei der Ausbildung von nachhaltigkeitsorientierten Lebensstilen im konkreten Alltag adäquate Hilfestellungen leistet. Als Voraussetzung dafür ist zuerst eine Verankerung des Nachhaltigkeitsleitbildes innerhalb der Umweltkommunikation selber unabdingbar, wofür im Rahmen der sozialwissenschaftlichen Umweltforschung bereits brauchbare, aber noch viel zu selten auch wirklich genutzte Grundlagen erarbeitet worden sind (vgl. UBA 2001).

Abschließend wollen wir die dabei implizierten spezifischen Herausforderungen an einer Themenstellung exemplarisch verdeutlichen: der Entwicklung des integrativen Denkens. Dass dieses für ein wirkliches Verständnis der ökologischen Problematik nötig sei, wird niemand (mehr) ernsthaft bestreiten wollen. Tatsächlich funktioniert die herrschende Umweltkommunikation aber noch ganz anders. Hier ist sogar immer noch ein deutliches Auseinanderfallen der einzelnen Themen- und Problemstellungen festzustellen – mit der Folge, dass viel Energie verloren und viel reales Engagement gewissermaßen ins Leere geht...

Wir möchten unser diesbezügliches zentrales Argument mithilfe eines Schemas illustrieren (nach Wehrspau/Schoembs 2002):



Außerhalb dieser Figur – einem ‚Pentaprisma‘ – werden fünf grundlegende umweltpolitische Aufgabenstellungen für die Umweltkommunikation benannt, die alle aus der Agenda 21 sowie den meisten ihr folgenden umweltpolitischen Programmatiken – sei es aus amtlicher oder ‚zivilgesellschaftlicher‘ (z.B. verbandlicher) Quelle – herzuleiten sind:

- die Verankerung einer Umweltethik im Alltagsverhalten,
- die Umstellung auf dauerhaft-umweltgerechte und global verallgemeinerbare Produktions- und Konsummuster (= die sozialökonomische Aufgabenstellung),
- die Versachlichung der Risikokommunikation,
- die Erprobung und Institutionalisierung neuer Partizipationsformen sowie
- die Weiterentwicklung von Umweltaufklärung, -beratung und -bildung zu einer umfassenden Bildung für nachhaltige Entwicklung.

Der innere und systematische Zusammenhang zwischen diesen Aufgabenstellungen ist offenkundig sehr hoch – eigentlich handelt es sich nur um verschiedene Aspekte derselben Sache: Die Verankerung einer Umweltethik ist eine Voraussetzung für die entsprechende Umstellung der Produktions- und Konsummuster. Deren Durchsetzung und Verallgemeinerung bilden einen Beitrag zur Versachlichung der Risikokommunikation. Ohne eine Erprobung und Institutionalisierung neuer Partizipationsformen wird diese allerdings kaum funktionieren. Dazu ist wiederum die Weiterentwicklung zur Bildung für nachhaltige Entwicklung von grundlegender Bedeutung.

Im Schema sind die entsprechenden Stichworte nun deswegen außerhalb der Figur angeordnet, um damit zu symbolisieren, wie die jeweiligen Diskussionen heute unserer Einschätzung nach in der Tat laufen: unkoordiniert, nebeneinanderher, aneinander vorbei, nicht selten sogar: gegeneinander abgeschottet, kurz: alles andere als integrativ orientiert. Eben deswegen funktionieren sie offenbar auch so schlecht. Und das wiederum verhindert, dass das Leitbild der Nachhaltigkeit als solches wirklich zur Geltung kommen kann.

Und nun stellen wir uns als eine Art Gedankenexperiment eine Situation vor, in der die entsprechenden Diskussionen in den Rahmen einer ‚Kultur der Nachhaltigkeit‘ eingebunden wären, also innerhalb des Pentaprisma stehen würden: Dann würden die einzelnen Diskurse sich gegenseitig befruchten können, sie würden tatsächlich nur mehr als bestimmte ‚Aspekte‘ eines inneren und systemischen Zusammenhanges erkennbar sein. Die praktischen Fortschritte im einen Bereich könnten als die Bedingungen der Möglichkeit für weitere Fortschritte in den anderen Bereichen wirksam werden.

In einer solchen Situation wäre integratives Denken verwirklicht. Allerdings müsste nach unserer Einschätzung dazu jede der fünf Aufgabenstellungen auf andere Art angegangen werden als das heute (noch) üblich ist. Jeder der Bereiche bedarf sozusagen eines je eigenen Paradigmenwandels: Die Umweltethik darf nicht mehr einfach aus Forderungen an die Mitmenschen im Hinblick auf das ‚richtige‘ ökologische Verhalten bestehen. Die Risikokommunikation müsste aus der Klemme zwischen Entlarfung einerseits sowie Ruhigstellung andererseits herausgeführt werden. Die neuen Partizipationsformen müssten wirkliche Mitgestaltungschancen eröffnen und damit vor allem auf die Förderung von zivilgesellschaftlichen Engagementpotenzialen abzielen.

Natürlich ist die Verbreitung integrativer Denkweisen nur ein Aspekt einer Kultur der Nachhaltigkeit – aber ein besonders wichtiger, denn für ein adäquates Verständnis der ökologischen Herausforderung von grundlegender Bedeutung. Und es gibt so etwas wie einen latenten Bedarf danach, wenn man die oben beschriebene Nah/fern-Differenz im Umweltbewusstsein und die damit verbundenen Zukunftsängste berücksichtigt. Was demnach ‚nur‘ noch zu leisten ist, ist die adäquate Aufnahme und Umsetzung dieser Herausforderung in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung...

### Literatur

- BR (2002): Die Bundesregierung, Hg., Perspektiven für Deutschland. Unsere Strategie für eine nachhaltige Entwicklung, Berlin (als Broschüre und pdf: [www.dialog-nachhaltigkeit.de](http://www.dialog-nachhaltigkeit.de))
- BMU/UBA (2002): Bundesumweltministerium/Umweltbundesamt, Hg., Umweltbewusstsein in Deutschland 2002, Ergebnisse einer Repräsentativumfrage (durchgeführt von U. Kuckartz in Kooperation mit EMNID), Berlin (als Broschüre und pdf: [www.umweltbewusstsein.de](http://www.umweltbewusstsein.de))
- UBA (1997): Umweltbundesamt, Hg., Nachhaltiges Deutschland. Wege zu einer dauerhaft-umweltgerechten Entwicklung, Berlin: Erich Schmidt-Verlag
- UBA (2001) Umweltbundesamt, Hg., Perspektiven für die Verankerung des Nachhaltigkeitsleitbildes in der Umweltkommunikation. Chancen, Barrieren und Potenziale der Sozialwissenschaften. Berlin: Erich Schmidt-Verlag, Reihe Berichte 4/01
- UBA (2002 a): Umweltbundesamt, Hg., Nachhaltige Entwicklung in Deutschland. Die Zukunft dauerhaft umweltgerecht gestalten, Berlin: Erich Schmidt-Verlag
- UBA (2002 b): Umweltbundesamt, Hg., Nachhaltige Konsummuster. Ein neues umweltpolitisches Handlungsfeld als Heraus-

forderung für die Umweltkommunikation. Mit einer Zielgruppenanalyse des Frankfurter Instituts für sozial-ökologische Forschung. Berlin: Erich Schmidt-Verlag, Reihe Berichte 6/02

- Wehrspaun, Michael/Harald Schoembs (2002): Die ‚Kluft‘ zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten als Herausforderung für die Umweltkommunikation. In: Axel Beyer, Hg., Fit für Nachhaltigkeit? Biologisch-anthropologische Grundlagen einer Bildung für nachhaltige Entwicklung, Opladen: Leske + Budrich, S. 141-162
- Wehrspaun, Michael/Charlotte Wehrspaun (2002a): Vom Marginalitätsparadox zur Kultivierung des Nachhaltigkeitsdiskurses – Wird es ernst mit dem Paradigmenwandel? In: GAIA 11, Nr. 2, S. 85-86
- Wehrspaun, Michael/Charlotte Wehrspaun (2002b): Von der Paradoxie des Fortschritts zum unvermittelten Leitbild der Nachhaltigkeit. In: Günter Altner/Heike Leitschuh-Fecht/Gerd Michelsen/ Udo E. Simonis/Ernst U. v.Weizsäcker, Hg., Jahrbuch Ökologie 2003, München: Beck, S. 38-59

### Kontakt

Dr. Michael Wehrspaun

Umweltbundesamt FG I 2.2:

Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Umweltfragen

Bismarckplatz 1

Postfach 33 00 22

14191 Berlin

Tel: 0 30 / 89 03 - 21 65

Fax: - 29 06

e-mail: [michael.wehrspaun@uba.de](mailto:michael.wehrspaun@uba.de)