

Trotz Kopenhagen – auf vielen schnellen Wegen zu neuen Gewohnheiten

Von Klaus Milke und Stefan Rostock¹

„Ich habe zwei Töchter und möchte gerne meine Enkel sehen,
Wenn wir aber so weitermachen wie bisher,
dann werde ich nicht in der Lage sein, meine Enkel zu sehen.“

*Mohamed Nasheed, Präsident der Malediven,
in Kopenhagen im Dezember 2009*

Direkt nach dem UN-Gipfel von Kopenhagen titelte die Wochenzeitung *Die Zeit*:

„Weltrettung vertagt“ und fuhr im Untertitel fort „Nur der Gipfel in Kopenhagen ist gescheitert, der Klimaschutz geht weiter. Jetzt muss noch die Politik den Anschluss finden“.² Damit hat sie wie auch andere richtig erkannt: Volle Kraft voraus, es gibt keine Alternative.

Alles mündet nach dem Scheitern der politischen Entscheidungsträger in Dänemarks Hauptstadt in der einen Frage: Wer organisiert nach Kopenhagen das große Aufbäumen? Denn eines ist klar: Die Naturgesetze lassen nicht mit sich verhandeln. Ein notwendiger Schritt lautet nun: Die EU sagt zu, ihre Treibhausgase um 30 Prozent bis 2020 zu verringern, ohne dies an Zusagen anderer Staaten zu knüpfen. Für Deutschland bedeutet dies, dass die im Koalitionsvertrag vereinbarten Reduktionen um 40 Prozent ohne Bedingungen bis 2020 mit einer konkreten, stringenten Politik hinterlegt werden müssen. Auch sollte überlegt werden, ob das Ziel nicht um die vor allem durch den stotternden Wirtschaftsmotor in 2009 „geschenkten“ knapp 7 Prozent Treibhausgasreduktionen erhöht werden kann.³ Es bleibt also auch nach Kopenhagen noch viel für die politischen Entscheidungsträger, aber gerade auch für die Zivilgesellschaft zu tun, insbesondere in der EU und in Deutschland.

¹ Dieser Beitrag fußt auf den Debatten der letzten Monate im gesamten Germanwatch-Team, vor allem aber den Erfahrungen innerhalb, aber auch außerhalb der Klimakonferenz im Dezember 2009. Die Autoren bedanken sich daher bei allen engagierten MitstreiterInnen bei Germanwatch für deren Anregungen, stellvertretend für alle anderen insbesondere bei Christoph Bals, Anne Koch, Lutz Morgenstern, Tilman Santarius, Rixa Schwarz und Manfred Treber. Für hilfreiche Anregungen zum Manuskript danken wir außerdem Larissa Neubauer und Gerold Kier

² Ulrich Schnabel, „Weltrettung vertagt“, in: *Die Zeit*, Nr. 53, 22.12.2009, S. 1.

³ Vgl. die ausführliche Analyse von Germanwatch zu den Ergebnissen von Kopenhagen: „Kopenhagener Klimagipfel verfehlt die zentralen Ziele – Wer organisiert das Aufbäumen gegen die kollektive Verantwortungslosigkeit?“, www.germanwatch.org/kliko/ks44.htm

Im Dezember 2010, in Mexiko, muss es nun das Abkommen geben, das in Kopenhagen verschoben wurde. Zugleich gilt es, den Prozess wirkungsvoller zu organisieren und mit Akribie und Intelligenz nun auch zu prüfen, welche anderen Bereiche in Gang gebracht werden müssen. Auch im Bereich der Wirtschaft⁴, des Konsums und der Kultur gibt es große Handlungsspielräume; diese können mutig genutzt, ergänzt und erweitert werden. Richtungsweisende Einstellungen und das nötige Bewusstsein sind in der deutschen Bevölkerung schon weit verbreitet, dies führt aber kaum zu einer grundlegenden Verhaltensänderung. Neues Handeln und neue Gewohnheiten sind unabdingbar. Bis spätestens 2050 müssen wir in den Industrieländern unser Wirtschafts- und Konsumsystem auf 100 Prozent Erneuerbare Energien umstellen. Nur so wird ein gefährlicher Klimawandel zu verhindern sein.

Wie steht es um das Klimabewusstsein der Deutschen?

Was das Handeln angeht, sind die Deutschen lange nicht so klimabewusst, wie sie selbst gerne glauben – dies zeigte zuletzt die Studie „Wie klimabewusst sind die Deutschen wirklich?“ der Philipps-Universität Marburg.⁵ Der darin durchgeführte Vergleich mit den anderen Ländern der EU zeigt, dass Deutschland in punkto Einstellungen tatsächlich in der europäischen Spitzengruppe liegt, aber in punkto Handeln sieht es weit weniger positiv aus. Besonders bemerkenswert: Eine gewisse Selbstzufriedenheit hat sich in Deutschland breit gemacht. Nirgendwo (außer in Irland) sind so viele Bürgerinnen und Bürger der Meinung, dass die Regierung doch schon genug im Kampf gegen den Klimawandel unternehme – und diese Stimmung – „Wir engagieren uns doch schon genug“ – herrscht auch bei vielen Bürgerinnen und Bürgern vor.

Ein weiteres Ergebnis der Studie ist die Differenz zwischen dem „Wir“ und dem „Ich“, die bei vielen Fragen der empirischen Untersuchungen augenscheinlich ist. So ist die große Mehrheit zwar der Meinung, „wir Bürger müssen mehr für den Klimaschutz tun“, bzw. „wir können durch unser Kaufverhalten viel bewegen“; doch faktisch setzen dies nur relativ wenige um. Offenbar schließt das „Wir“ die eigene Person nicht ein. Alle in der Studie abgefragten klimarelevanten Verhaltensweisen werden in Deutschland zwar etwas häufiger praktiziert als im europäischen Durchschnitt, doch belegen die Deutschen in keinem einzigen

⁴ Vgl. z. B. den letztjährigen Bericht zur Lage der Welt 2009: *Ein Planet vor der Überhitzung*.

⁵ Dies ist das Ergebnis eines Vergleichs der 27 EU-Länder, der von der Arbeitsgruppe Methoden und Evaluation der Philipps-Universität Marburg (Leitung Prof. Dr. Udo Kuckartz) vorgenommen wurde. Die Forscher haben die neuesten von der Europäischen Kommission erhobenen Daten (Eurobarometer-Studien) intensiv ausgewertet und auf der neuen Webseite www.klimabewusstsein.de zusammengestellt.

Fall den Spitzenplatz. Faktisch handeln viel zu wenige und das meist nur auf mehr oder weniger symbolische Weise, indem die eine oder andere umweltfreundliche Handlung gelegentlich praktiziert wird. Fatalerweise werden solche Handlungen recht oft vor dem eigenen Gewissen wieder „ausgeglichen“, etwa nach dem Motto: „Ich war so gut, ich darf jetzt auch mal fliegen.“ So sinken die Emissionen aber nicht im notwendigen Ausmaß. Zwischen der allgemein bekundeten Bereitschaft und dem Handeln im Alltag klafft also eine gewaltige Lücke. In der Eurobarometerstudie sagen zum Beispiel 75 Prozent der Europäer, dass sie umweltfreundliche Produkte kaufen, aber nur 17 Prozent der gleichen Personen haben dies im letzten Monat tatsächlich getan.

Die Nachhaltigkeit muss in die Nordkurve der Fußballstadien

Doch es gibt auch Qualitätssprünge. Inzwischen werden ganz neue Milieus der Gesellschaft erreicht. Schauspieler und Musikschafter melden sich zunehmend in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz zu Wort: Beispielhaft zu nennen sind Leonardo DiCaprio, Daniel Brühl, Marie-Luise Marjan alias Mutter Beimer aus der Lindenstraße, die Band Juli, die Rolling Stones und die Berliner Philharmoniker. Auch Udo Jürgens greift das Thema mit seinem Song „5 Minuten vor 12“ auf. Sogar in die Fußballstadien zieht das Thema Klimaschutz und Nachhaltigkeit ein.

So hat der HSV im Juni 2009 mit der Herausgabe des ersten Nachhaltigkeitsberichtes eines Bundesligavereins Farbe bekannt. Am 5.12.2009 – zwei Tage vor dem Kopenhagen-Gipfel – stand das Heimspiel gegen 1899 Hoffenheim vor 50.000 Zuschauern unter dem gleichen Slogan wie der bundesweite Klimaaktionstag der deutschen Klima-Allianz⁶: „ACT NOW – KLIMASCHUTZ JETZT“. Der HSV bekennt sich zum Klimaschutz und gleicht nun alle Geschäftsflüge über atmosfair⁷ aus. Außerdem wechselte er zu einem Ökostromanbieter, und auch die in einer Auflage von 70.000 Exemplaren erscheinende Stadionzeitung widmete sich im Dezember diesem Thema. Bundesumweltminister Dr. Norbert Röttgen reiste eigens mit der Bahn an und richtete zusammen mit dem Vereinsvorsitzenden Bernd Hoffmann vor dem Spiel im Stadion dringliche Worte an die Fans, um die Wichtigkeit des Klimagipfels in Kopenhagen und des Klimaschutzes zu verdeutlichen. Außerdem wurde in der Halbzeit der Kurzfilm *Die Rechnung* von Peter Wedel⁸ gezeigt, in dem verschiedene Lebensstile

⁶ www.die-klima-allianz.de

⁷ www.atmosfair.de

⁸ Siehe www.germanwatch.org/klima/film09 mit den Schauspielern Benno Fürmann, Ina Paule Klink, Christophe Linéré, Bjarne Mädel, Kenn Philipps, Christoph Tomanek,

gegeneinander stehen. Der Klimawissenschaftler Prof. Hartmut Graß gab ein Halbzeitinterview. Auch die HSV-Spieler, wie zum Beispiel Marcel Jansen bei der Ankündigungspressekonferenz, beteiligen sich an der langfristig angelegten Initiative.⁹

Auch beim Bundesligisten Mainz 05 bewegt sich einiges in Richtung Klimaschutz. Niko Bungert, 23-jähriger Kicker in der im Herbst 2009 überaus erfolgreichen Mannschaft, gilt bei Trainer, Team und Fans als abgeklärter „Abwehrstabilisator“. Der Innenverteidiger wird nun vom FSV Mainz 05 und dessen Haupt- und Trikotsponsor Entega als „Klimabotschafter“ zum Angriff aufs Spielfeld geschickt. Die Fußballer vom FSV Mainz 05 wurden insgesamt symbolisch zu „Klima-Verteidigern“. Während der Welt-Klimakonferenz in Kopenhagen sind die Rheinessen mit der entsprechenden Trikotaufschrift im Bundesliga-Heimspiel am 13. Dezember gegen den VfB Stuttgart angetreten. Denn auch die 05er beteiligen sich am Wettstreit, „erster klimaneutraler Verein“ der Fußballbundesliga zu werden. „Wir wollen den Verein durch Vermeidung, Verminderung und Kompensation klimaneutral stellen“, sagte Vereinspräsident Harald Strutz. Dafür wird ein „Klimawart“ eingestellt, der am 1. Januar 2010 seinen Dienst angetreten hat. Der Klimawart von Mainz 05, so Strutz, soll künftig die Klimaschutzinitiativen des Vereins koordinieren und überwachen.¹⁰

Zwei Beispiele, die Schule machen sollten, gerade im WM-Jahr von Südafrika. Es wäre an der Zeit, dass auch der DFB entscheidet, die Flüge dorthin auszugleichen.

Mindestens drei Aspekte sind in diesem Zusammenhang wichtig:

- Wenn prominente Vorbilder anders handeln, hat dies einen besonderen Anreiz, dem im eigenen Alltag nachzueifern.
- Die Vorreiter sorgen dafür, dass auch andere Prominente (und Vereine) sich veranlasst sehen, zu prüfen, warum sie denn nicht mitmachen.
- Die Vorreiter müssen sich gefallen lassen, dass nachgeprüft wird, ob Wort und Tat auch übereinstimmen.

Die Schiefe Ebene: Hindernisse für neue Verhaltensweisen beseitigen

Die ökologischen Stresssituationen verschärfen sich. Der Expansionsdrang und der Wachstumswang des nun nahezu globalisierten kapitalistischen Wirtschaftssystems haben dieses an Grenzen oder sogar über Grenzen hinaus geführt, die zunehmend auch innerhalb des

⁹ www.hsv.de/verein/meldungen/verein/csr/klimaschutz-im-zeichen-der-raute

¹⁰ www.mainz05.de/news_details.html?&tx_ttnews%5Btt_news%5D=4963&cHash=c2508f32df

Systems selbst als bedrohlich registriert werden. Gehörten zunächst Wissenschaftler und Umweltbewegte, einige Jahre später Versicherungskonzerne und Zukunftsbranchen zu den Warnern, so ist die Erkenntnis, dass wir uns Grenzen nähern und damit größere Systembrüche provozieren, mittlerweile weitgehend akzeptiert. Dabei drohen beispielsweise im Klimasystem beim Überschreiten bestimmter Erwärmungsschwellen ganze Kontinente irreversibel in neue, bedrohliche Zustände zu kippen („Kipp-Punkte“). Doch bereits vorher können durch Überschwemmungen, Dürren und Starkregenereignisse soziale Systeme an die Grenzen ihrer Fähigkeit gelangen, mit Belastungssituationen umzugehen. Migration, Gewalt, soziale Spannungen und letztlich der Zerfall von Staaten könnten die Folge sein.

Jedoch: Das aktuelle Handeln ist den enormen Herausforderungen nicht angemessen. Es stellt sich die Frage, auf welcher Ebene, von welcher Akteursgruppe die notwendigen wirkmächtigen Veränderungen initiiert werden können. Nach dem Scheitern von Kopenhagen rufen viele nach dem Verbraucher, der¹¹ es nun richten soll. Vieles kann der Bürger als Verbraucher, Wähler, Geldanleger etc. mitgestalten, doch dürfen seine Möglichkeiten auch nicht überschätzt werden. Ernst Ulrich von Weizsäcker hat den Begriff der „Schiefen Ebene“ eingeführt. Die „Schiefe Ebene“ beschreibt die Schwierigkeit der Verbraucher, in einer nicht-nachhaltigen Gesellschaft nachhaltig zu leben und zu wirtschaften. Es ist in vielen Bereichen derzeit noch einfacher, billiger und näherliegender sich nicht klimaverträglich zu verhalten. Die billige Urlaubsreise ist zumeist die All-inclusive-Flugreise, der eigene Pkw ungeprüft die Standardlösung für die privaten und beruflichen Mobilitätsanforderungen. Klimafreundliches Verhalten erfordert heutzutage noch einen längeren Prozess, in dem sich Verbraucher informieren und auf eine längere Suche nach entsprechenden Produkten begeben müssen. Erst wenn das preiswertere, leichter zu erreichende und modernere auch gleichzeitig das nachhaltigere, klimafreundlichere Produkt oder die Dienstleistung ist, haben wir den Kampf gegen die „Schiefe Ebene“ gewonnen. Politische Entscheidungen müssen den Bürgern den Weg zur 100-Prozent-Erneuerbaren-Gesellschaft bis 2050 erleichtern, das heißt: mit neuen Rahmenseetzungen den Steigungswinkel der schiefen Ebene, gegen die wir anlaufen müssen, verringern. An Ideen mangelt es dazu nicht. Lediglich an politischem Umsetzungswillen. Hierfür braucht es aber wiederum Druck und Rückendeckung aus der Bevölkerung – beides ist bislang oftmals unzureichend vorhanden.

¹¹ Um den Text nicht zu verkomplizieren, haben wir uns auf die männliche Grundform beschränkt. Selbstverständlich sind in allen Fällen Personen beiderlei Geschlechts gemeint, soweit nicht ausdrücklich anders angegeben.

Insbesondere nachdem die Klimakonferenz von Kopenhagen ihre Ziele nicht erreicht hat, verschärft sich die Debatte darüber, ob im Rahmen des UN-Systems – aber auch mit den einzelnen demokratischen Nationalstaaten und ihren Legislaturperioden, mit ihrem wahltaktischen Handeln und zum Teil langsamen Strukturen – rechtzeitig und umfassend auf die Herausforderung des globalen Klimawandels reagiert werden kann. Die Antwort liegt in mehr Demokratie als in weniger. In einer Demokratie ist der politische Wille eine erneuerbare Ressource. Je mehr Menschen sich an politischen Prozessen beteiligen, desto mehr Beteiligung, Rückhalt und Transparenz braucht der kommende soziale und kulturelle Wandel, denn er wird nicht geringe Veränderungen und auch Übergangshärten mit sich bringen.

Soziale und kulturelle Veränderungen haben ihre Treiber in der Gesellschaft

Aus vielen belächelten Pilotprojekten der nachhaltigen Entwicklung sind in den vergangenen Jahren gut eingeführte, teilweise in Gesetze überführte Standards geworden. Ein gutes Beispiel ist in Deutschland das Erneuerbare-Energien-Gesetz, das zu einem Exportschlager in der Welt geworden ist. Nachhaltigkeitsdenken und Umweltschutz, insbesondere Klima- und Ressourcenschutz, fangen an, die Art, wie wir wohnen, wie wir uns fortbewegen und uns ernähren, zu verändern. Längst verstehen wir dies nicht mehr nur als ökologische Herausforderung, sondern als Notwendigkeit im Sinne globaler Gerechtigkeit und zunehmend auch als wirtschaftliche Chance. Die Globalisierung umfassender Krisen und ihre Wechselwirkungen machen deutlich, dass die Erdbevölkerung unter bestimmten Bedingungen nur gemeinsam eine Zukunft und Wohlstand hat – oder aber gemeinsam leidet. Die Hauptbetroffenen des Klimawandels sind die armen Menschen überall, aber insbesondere in den Ländern des Südens. Die Auswirkungen von Krisen in Afrika und Asien werden global spürbar werden. Auch die europäische Mittelmeerregion leidet schon heute unter immer massiveren Einschränkungen. Keine Frage, die weltweiten sozialen Konsequenzen werden auch Europa nicht unberührt lassen.

Beispielbereich 1: Veränderungen in der Mobilität

War noch vor wenigen Jahren der Kinderanhänger am Rad echten Ökos vorbehalten, findet man heute, zumindest im städtischen Raum, vor der Kita und dem Kindergarten kaum mehr einen Parkplatz fürs Fahrrad mit Kinderanhänger. Im Mobilitätsbereich zeigen sich vielversprechende Veränderungen. Der Anteil der Wegstrecken, die mit dem Rad, zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden, nimmt zu. Dieser Zuwachs ist besonders groß in den Altersgruppen der 10- bis 24-jährigen. In den Großstädten

Deutschlands lebt etwa ein Drittel der Haushalte ohne eigenes Auto. Je höher der Urbanisierungsgrad und je besser das ÖPNV-Angebot, desto mehr Haushalte finden sich in dieser Gruppe. In Berlin liegt der Anteil der Haushalte ohne eigenen Pkw bereits bei 41 Prozent.¹²

Doch die Autoindustrie reagiert zu langsam auf die Herausforderung einer zukunftsfähigen Mobilität in einer sich ändernden Gesellschaft. Die Autohersteller wurden dazu auch noch mit der Abwrackprämie „belohnt“. Die Internationale Automobilausstellung IAA 2009 in Frankfurt zeigte deutlich, dass die Trendwende nur langsam die Branche erreicht. Kanzlerin Merkel mahnte eine klimafreundlichere Mobilität an, und die Verbraucherverbände zeigten deutlich neue Möglichkeiten. Jeder Hersteller präsentierte auf der IAA sein ökologisches Feigenblatt, doch der große Wandel lässt noch auf sich warten. Der SPD-Parteivorsitzende Sigmar Gabriel geißelte schon als Umweltminister große Dienstwagen als „Viagra in Chrom“¹³, überdimensionierte Pkw sind geächtet wie Pelzmäntel. Doch negative Kritik allein genügt nicht. Lösungen müssen entwickelt werden – vor allem was den öffentlichen Verkehr angeht. In Frankreich erlebt die Straßenbahn eine vielbeachtete Renaissance, die auch zu einer Vitalisierung der Innenstädte führt. Carsharing ist ein weiterer, immer häufiger genutzter Ansatz. Andere neue Ideen müssen folgen und Orientierung in anderen Teilen der Welt kann dabei hilfreich sein: Wie werden sich Asiens Rikschas umwelt- und nutzerfreundlich weiterentwickeln, und was können Europa und Deutschland davon lernen? Global nimmt der Urbanisierungsgrad zu. Zukunftsfähige Mobilität kann gerade für Schwellen- und Entwicklungsländer innovative Impulse geben.

Beim Flugverkehr erleben wir die Schiefelage besonders: Flugverkehr ist von Steuern auf Treibstoffe befreit, die beim Super-Benzin für Pkw auf dem derzeitigen Preisniveau von 131,9 Cent pro Liter 87 Cent oder etwas mehr als 65 Prozent ausmachen.¹⁴ Die EU-Kommission hat entschieden, eine Obergrenze für den CO₂-Ausstoß aller Flugzeuge einzuführen, die EU-Flughäfen anfliegen. Zudem nimmt der Luftverkehr am Emissionshandel in der EU ab 2012 teil.¹⁵ Aufgrund der zu hohen Gesamtmenge der erlaubten Emissionen für die Unternehmen bleibt die ökologische Lenkungswirkung aber gering. Da für die Festlegung der Flugpreise andere Faktoren entscheidender sind, wird der Kunde den Emissionshandel, so wie er hier eingeführt wird, kaum in den Flugpreisen spüren, er wird auch nicht zu der

¹² Aus: Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2009), Mobilität in Deutschland 2008 (MID 2008).

¹³ U. a. www.derwesten.de/nachrichten/nrz/2008/6/21/news-57078551/detail.html

¹⁴ Vgl. www.aral.de/aral/genericarticle.do?categoryId=4001111&contentId=7054318

¹⁵ Vgl. www.euractiv.com/de/klimawandel/luftfahrt-emissionshandel/article-140030

notwendigen Abnahme des stark wachsenden Flugverkehrs führen. Das Ausweichen auf die Schiene zum Beispiel innerhalb Europas ist naheliegend, doch verpasst die Deutsche Bahn derweilen die Gelegenheit, mit bekannten Ideen (Serviceorientierung, Deutschlandtakt, attraktive Fahrpreisangebote etc.) oder auf innovative Weise (z.B. stärkere Privatsphäre für Geschäftsreisende in Abteilen) zusätzlich Fahrgäste anzulocken.

Beispielbereich 2: Ernährung: Versteckte Treibhausgasemissionen sichtbar machen

Kaum jemand kennt die CO₂-Budgets unterschiedlicher Ernährungsweisen. Mindestens 18 Prozent der vom Menschen verursachten Treibhausgase sind auf Tierhaltung zurückzuführen.¹⁶ Fleisch ist zusammen mit Milchprodukten ein großer Posten in der Treibhausgasbilanz unserer Ernährung, aber nicht der einzige.¹⁷ Herstellung, Grad der Weiterverarbeitung und Art sowie Länge der Transportwege sind andere wichtige Faktoren, welche die Treibhausgasbilanz beeinflussen. Das Ziel heißt: Lokale und saisonale Produkte bevorzugen und weniger Fleisch und Milchprodukte kaufen; und auch dann das regionale Angebot von biologischen Erzeugern bevorzugen. Oft geht eine Umstellung auf eine Ernährung mit weniger Fleisch und Milchprodukten einher mit dem Kauf von saisonalen Produkten aus lokalem Anbau.¹⁸ Klimaschutz schmeckt! Unser Ernährungsbudget unterscheidet sich stark von dem in anderen europäischen Ländern, kaum wird anteilig so wenig für Lebensmittel ausgegeben wie in Deutschland. Doch das Einkaufsverhalten ändert sich. Der Umsatz mit fair gehandelten Produkten stieg von 2007 auf 2008 um über 50 Prozent.¹⁹ Durch Verbrauchernachfrage haben fast alle Discounter Bio- und fair gehandelte Produkte in ihr Sortiment aufgenommen. Noch vor kurzem war der Bioladen Hort des individualisierten Einkaufserlebnisses in urbanen Nischen, doch hat sich der Biosupermarkt jetzt breit durchgesetzt. Der Trend geht zu biologisch produzierten und fair gehandelten Produkten. Flugmangos, Wintererdbeeren, Treibhausschnittblumen etc. dürften so mittelfristig aus den Regalen verbannt werden.

Beispielbereich 3: Klimaschutz rund um Wohnung und Gebäude

¹⁶ Der von der FAO in „Livestock's long shadow“ (FAO, 2006) ermittelte Wert von 18 Prozent Anteil der Fleischproduktion an anthropogenen Treibhausgasemissionen wird oft als Referenz verwendet, jedoch in einigen Rezensionen als zu niedrig bewertet; der vom Worldwatch Institute 2009 angegebene Wert von 51 Prozent dagegen als überhöht. Quellen: www.fao.org/docrep/010/a0701e/a0701e00.htm; www.worldwatch.org/files/pdf/Livestock%20and%20Climate%20Change.pdf

¹⁷ Man beachte: Butter verursacht pro Gramm etwa sieben Mal so viele THG-Emissionen wie Geflügel und Schweinefleisch und immerhin fast doppelt so viel wie Rindfleisch! Käse verursacht pro Gramm doppelt so viel wie Schweineschinken. Quelle: Pendor CO₂-Zähler 2007

¹⁸ www.verbraucherfuersklima.de/cps/rde/xchg/projektlima/hs.xsl/klimaschutz_schmeckt_artikel.htm

¹⁹ www.transfair.org/presse/detailseite-presse/browse/4/article/45/50-prozent-p.html

Am 1. Januar 2010 ist in Deutschland ein bislang kaum beachteter Paragraph in Kraft getreten, der eine technische Revolution auslösen kann: Der Paragraph 21b des Energiewirtschaftsgesetzes. Er schreibt vor, dass in Zukunft alle Neubauten und grundsanierten Häuser mit einem intelligenten Stromzähler ausgestattet werden müssen, einem „Smart Meter“. Im Gegensatz zu den alten Zählern messen Smart Meter den Stromverbrauch kontinuierlich über den Tagesverlauf, manche sogar sekundengenau. Damit wird erkennbar, wann wie viel Strom verbraucht wird. So kann der Hausbesitzer in günstigen Fällen den Stromverbrauch um 10 Prozent drücken, indem er die Niedrigpreisphasen nutzt.²⁰ Im Gebäudebereich steckt in der Bundesrepublik über den Strombereich hinaus noch ein riesiges Potenzial an Energieeinsparungen. Der Wärmemarkt wird oft als „schlafender Riese“ bezeichnet, weil das enorme Potenzial für Energieeinsparung und Klimaschutz durch moderne Heizungssysteme, Gebäudedämmung und Erneuerbare Energien bislang vor allem im Bereich der Altbauten kaum genutzt wird. Der Fokus muss dabei auf dem Gebäudebestand liegen, der wesentlich bedeutsamer ist als der Neubaubereich. Mit dem Integrierten Energie- und Klimaprogramm (IEKP) hat der Bundestag neue Rahmenbedingungen im Wärmesektor beschlossen, die ab 2009 in Kraft treten.²¹ Im Bereich der Neubauten haben diese und weitere Energieeffizienz- und Klimaschutzvorschriften der letzten Jahre weitreichende Wirkungen gehabt und werden sie in den nächsten Jahren noch entfalten. Bestehende Vorschriften schöpfen das Maß des technisch Umsetzbaren bei weitem noch nicht aus. Große Effekte können erreicht werden, wenn hier in den Rahmenbedingungen nachgebessert wird. Das Null-Energie-Haus oder das Energie-Plus-Haus sind längst aus den Kinderschuhen raus und haben sich bewährt. Der Gesetzgeber sollte hier nachjustieren.

Beispielbereich 4: Klimaschutz als Bildungsherausforderung

In den letzten Jahren hat das Wissen und das Bewusstsein der Verbraucher in Umwelt- und Klimafragen zugenommen. Aber nur wenige Verbraucher stellen ihr Verhalten bezüglich ihres Einkaufs-, ihres Mobilitäts- oder ihres Geldanlageverhaltens entsprechend um. Die Bildungsforschung steht vor dem Dilemma, dass Gesellschaften mit hohem Bildungsstand auch einen hohen Ressourcen- und Energieverbrauch aufweisen. Wissen führt nicht zwangsläufig zum Handeln. Unser Handeln wird viel stärker von sozialen Erwartungen, kulturellen Prägungen und gesellschaftlichen Werten bestimmt, als viele Umweltpädagogen

²⁰ Vgl. Energiewirtschaftsgesetz (EnWG), Paragraph 21b Abs. 3a

²¹ www.bmu.de/klimaschutz/downloads/doc/40515.php

www.bmu.de/erneuerbare_energien/gesetze/waermegesetz/ueberblick/doc/40556.php sowie erläuternd: www.baulinks.de/webplugin/2008/1frame.htm?1012.php4

dies wahrhaben wollen. Frühkindliche Erziehung spielt in der Bildung für Nachhaltige Entwicklung eine immer wichtigere Rolle, doch läuft uns die Zeit davon. Bis die heutigen Kindergartengänger Entscheidungsträger geworden sind, kann es bereits schlecht um ihre Zukunft stehen. Derzeit reagiert die Debatte auf diese Herausforderung mit Slogans wie „Klimaschutz muss ‚cool‘ werden“. Tradierte Systeme der Wissensvermittlung geraten an ihre Grenzen. Das Konsumverhalten der Babyboomer und ihr Erfahrungsschatz zur Lebensbewältigung bieten keine ausreichenden Lösungen für die Herausforderungen der Gegenwart oder gar der Zukunft. Aus dem Erfahrungsschatz der älteren Generation lernen? Die Wirtschaftswundergeneration mit ihren Idealen, Zielen und Lebensentwürfen („Jedes Auto, das ich mir kaufte, war größer als das vorherige...“) kann kein Maßstab für das Verhalten jetziger und kommender Generationen sein.

Ein möglicher Schluss aus diesen Beobachtungen mag sein, dass moderne Vorbilder eine immer wichtigere Rolle spielen können. Wenn der Mensch sich so stark an Seinesgleichen orientiert, dann haben Einzelne, die gute Ideen vorleben, eine potenziell enorme Einflussmöglichkeit auf ihre Umwelt. Lebe gut und berichte davon!

Eine andere Schlussfolgerung bezieht sich auf das Erlernen neuer Gewohnheiten. Einmal etwas zu tun, reicht nicht aus (z.B. nur ein einziges Mal einen Flug bei atmosfair auszugleichen). Verhaltensmuster und dauerhafte Gewohnheiten müssen sich ändern. Quer durch alle Altersgruppen muss viel handlungsorientierter pädagogisch gearbeitet werden. Da ist der Seniorenkreis, der sich auf der Fahrt mit Bus und Bahn zu Kaffee und Kuchen die Fahrkartenautomaten und das Preissystem erklären lässt; oder das Rockkonzert, das in der Umbaupause den Wechsel zu einem Ökostromanbieter samt verteiltem Formblatt erläutert. Daraus folgt die Notwendigkeit einer handlungsorientierten Bildungsoffensive vom Kindergarten an, über die Schulen und Universitäten bis hin zu Seniorengruppen für eine globale Verantwortung und nachhaltige Entwicklung.²²

Nachhaltigkeit und Klimaschutz als persönlicher Gewinn

Klimaschutz ist weit mehr als Einschränkung, Verzicht und Komplikation. Immer mehr Menschen nehmen Maßnahmen zur Nachhaltigkeit und zum Klimaschutz nicht länger als Belastung, sondern als Gewinn wahr: Durch finanziellen Nutzen, langfristig mehr Sicherheit

²² Vgl. den Ansatz von Germanwatch mit seiner Klimaexpedition, die mit Satellitenbildern in die Schulen kommt, das Klimaproblem sichtbar macht und mit den Schülerinnen und Schülern Handlungsoptionen erörtert: www.germanwatch.org/klima/ke

und eine Erhöhung der Lebensqualität. Klimaschutz hat viel zu tun mit Kosteneinsparungen. Bewusstes und nachhaltiges Handeln zahlt sich aus: in objektiv messbarer Lebensqualität sowie in Glücksgefühl und Zufriedenheit. Der häufige Vorwurf der „Verzichtsdebatte“ ist stark angstbehaftet. Wie bei einer Sucht wird das eigene Handeln, trotz hoher Verluste im materiellen, sozialen und gesundheitlichen Bereich, alternativlos der erkannten oder unbewussten Abhängigkeit untergeordnet. Und: Welcher Süchtige führt schon gerne eine Verzichtsdebatte, wenn es um die Befriedigung der Sucht geht? Zugrunde liegen dem notwendigen zukunftsfähigen Handeln oft gründliche Analysen des eigenen Lebensstils und Emissionseinsparungsmaßnahmen sowie Gerechtigkeitsfragen, auf deren Basis dann grundlegende und verhaltensweisende Entscheidungen getroffen werden können. Trennt man sich beispielsweise ein für alle Mal von seiner Ölheizung und setzt auf erneuerbare Energien oder von seinem Auto und entscheidet sich für den öffentlichen Nahverkehr und die Bahn, entzieht man sich täglich wiederkehrenden lästigen Entscheidungen.

Eine zentrale Frage ist also sicherlich angesichts des 2-Grad-Limits die nach dem richtigen Maß, nach dem Maßhalten und nach der Genügsamkeit (der sogenannten Suffizienz). Aber auch hier gilt, dass dies in Erinnerung an die „Schiefe Ebene“ nicht dem Einzelnen allein überlassen werden kann. Vielmehr geht es um eine neue Politik der Suffizienz im Energie- und Ressourcenbereich. Dazu muss es auf nationaler und bilateraler Ebene, in Staatengruppen und letztlich auch wieder auf der UN-Ebene verstärkten Austausch und Anstrengungen geben.

Die Klimaschutz-Kampagne der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände



Damit jeder Einzelne Klimaschutz im Alltag ohne Hürden umsetzen kann, treten die Verbraucherorganisationen seit 2009 erstmals in einer umfassenden und mehrjährigen Kampagne – „für mich. für dich. fürs klima.“ – gegenüber Politik und Wirtschaft für mehr

Informationen und bessere Rahmenbedingungen ein.²³ Denn der Handel sollte mehr klimaverträgliche Produkte ins Verkaufssortiment nehmen und die Hersteller mehr davon entwickeln. Der Bundesverband der Verbraucherzentralen gibt zusammen mit Kooperationspartnern Studien, Gutachten und Marktchecks in Auftrag. Gegen unlautere Werbung mit Klimaargumenten nutzt die Klimakampagne ihre juristischen Möglichkeiten. Man hat sich zusammengeschlossen, um Verbraucher zu klimafreundlicherem Handeln zu befähigen und zu ermuntern und so effektiv zum Klimaschutz beizutragen. Die Verbraucherorganisationen arbeiten auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene. Viele Angebote der Klimaschutzkampagne werden gemeinsam von allen Beteiligten ausgerichtet. Daneben gibt es zahlreiche Teilprojekte, mit denen die Verbände ihre jeweils eigenen Zielgruppen ansprechen und ihre Expertise und Erfahrungen einbringen. Hier machen Verbraucher deutlich: Klimafreundliches Handeln muss aufgrund der falschen Rahmenbedingungen leider immer noch gegen eine „Schiefe Ebene“ anrennen. Um dies zu ändern, brauchen Verbraucher Unterstützung von der Politik.

Kopenhagen kann der Startschuss zur 100-Prozent-Erneuerbaren-Gesellschaft gewesen sein

Vielleicht ist der Gipfel von Kopenhagen, obwohl er die notwendigen Ziele nicht erreicht hat, zu einem Aufwachen und Beginn geworden, denn nie zuvor haben sich derart viele Privatpersonen weltweit gegen den Klimawandel und für den System- und Gewohnheitswandel vereint gesehen. Die fröhliche und aufbruchsbereite Stimmung mit etwa 100.000 Menschen, die die Demonstration am 12. Dezember 2009 auf dem Platz vor dem Dänischen Parlament allein in Kopenhagen verbreitete, macht Hoffnung auf Kreativität und Innovation zur Beschreitung des Wegs aus der fossilen hin zur solaren Gesellschaft. Zwar fehlt auch nach dem zweiwöchigen Gipfeltreffen im Rahmen der UNO weiterhin ein völkerrechtlich verbindliches Regelwerk für die Zeit nach 2012, und wir wissen nicht, ob der Klimagipfel in Mexiko Ende 2010 dieses bringen wird. Doch zeigte die Präsenz der Zivilbevölkerung, dass Veränderungen nicht ausschließlich durch Beschlüsse von obersten Ebene erzeugt werden müssen. Diese Dynamik „von unten“ sollte gestützt und ausgebaut

²³ Vgl: www.verbraucherfuersklima.de – das Internet-Angebot der Kampagne „für mich. für dich. fürs klima.“ des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) bietet Tipps zum Klimaschutz daheim und unterwegs. Klimafreundliche Mobilität ist neben Ernährung und nachhaltiger Geldanlage Schwerpunktthema dieser Kampagne. Sie wird getragen vom Verbraucherzentrale Bundesverband, den 16 Verbraucherzentralen der Bundesländer, dem Deutschen Mieterbund (DMB), dem Verkehrsclub Deutschland (VCD), Germanwatch, der Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenverbände (BAGSO) sowie dem VerbraucherService (VS) im Deutschen Katholischen Frauenbund.

werden. Im zu Beginn erwähnten Artikel endet der Autor mit den Worten: „Das Ergebnis des globalen Experiments namens Klimaschutz ist also noch offen. Nie hatten wir mehr wissenschaftliche Einsicht, nie bessere Techniken und Kommunikationsmittel, die uns in Lichtgeschwindigkeit mit dem anderen Ende der Welt verbinden. Vielleicht lernt es die Menschheit im 21. Jahrhundert ja doch noch, dass sie auch im globalen Maßstab von einer besseren Kooperation nur profitieren kann.“ Dem ist nichts hinzuzufügen.

Klaus Milke ist Vorsitzender von Germanwatch; Stefan Rostock ist Referent bei Germanwatch für Informations- und Bildungsarbeit für Klima und Entwicklung.