

Es fehlt ein Glied in der Klimaschutz-Kette

Über die Wichtigkeit der Bevölkerung beim Klimaschutz

Ein Aufruf von Dr. Peter Hasbach

Ein absurder Zustand hält uns gefangen: wir erleben zunehmend die Folgen des Klimawandels, aber wir reagieren träge. Wir wirken zögerlich. Warum?

Immer öfter sehen wir klimatisch bedingte Katastrophen auf der Welt, auch vor der eigenen Haustür. Dennoch werden wir nicht schneller!

Obwohl Tempo machen das oberste Gebot sein sollte.

Allseits werden Gründe für die bedrohliche Langsamkeit beim Klimaschutz analysiert: Der Zielkonflikt zwischen „Wohlstand bewahren“ und „Klima schützen“, die aktuellen Kriege überall auf der Welt, die Machtansprüche, die finanziellen Möglichkeiten der Reichen gegen die Ansprüche der Schwachen. All das mögen Gründe sein, warum Klimaschutz ausgebremst wird.

Klimaforscher drängen auf ein deutlich schnelleres Handeln. Sogar Gerichtsentscheidungen sprechen eine deutliche Sprache. Das Verfassungsgericht mahnt. Dennoch engagiert sich Deutschland viel zu wenig im Klimaschutz.

Was sind die Gründe? Und was müsste passieren, damit Politik und Gesellschaft den Ernst der Lage in Tatkraft umsetzen?

Hier die These: Erst wenn die Breite der Bevölkerung den Klimaschutz als Herausforderung annimmt, kommt er voran. Die Bevölkerung ist der Akteur, der alles Engagement verbindet und verstärkt. Die Kette eines starken Klimaschutzes muss mit der Bevölkerung geschlossen werden.

Befassen sich nicht ziemlich alle großen Akteure mit den Herausforderungen des Klimawandels? Die Politik, die Wissenschaft, Unternehmen und ihre Verbände, Vereine und Initiativen und auch die Presse?

Offensichtlich zu wenig, denn die Resonanz der Gesellschaft auf das, was diese Akteure leisten, ist schwach. Erfolgreicher Klimaschutz ist auf die Resonanz der Gesellschaft angewiesen.

Die Politik mobilisiert nicht.

Die derzeitige Politik verhält sich nahezu kontraproduktiv: Es dominieren subjektive Motive und affekthafte Vorschläge oder Konzepte. Obwohl der Klimaschutz Verfassungsrang hat, wird er von der Regierung fast unterlaufen. Parteilassung und Wählerstimmen scheinen wichtiger.

Gerade in Krisen zeigen sich die Nachteile demokratischer Strukturen und Verhaltensweisen. Die Demokratie stößt in ihrer Wirkfähigkeit an ihre Grenzen. Wir erinnern uns an Frau Merkels „Wir schaffen das!“, als es 2015 um die Bewältigung der Flüchtlingskrise ging. Es klang so beruhigend. Aber es funktionierte nur in den engagierten Teilbereichen unserer Gesellschaft. Aufwecken und aufklären wäre gefordert gewesen, doch Saumseligkeit wurde verordnet. Welch würdelose Politik daraus erwuchs, ist bekannt.

Ähnlich äußern sich Politiker vor der drohenden Klimakatastrophe. „Wir müssen die Menschen mitnehmen!“, hört man große Namen sagen. Aber sie tun es nicht. Sie lassen die Bevölkerung mit ihren Sorgen im Stich. Und die Parteien, vor allem die Volksparteien, belassen es bei Positionskämpfen zur Befriedigung ihrer Wähler.

Dabei wäre die Politik das Zugpferd im Gespann aller, die zusammen den Karren aus dem Dreck ziehen!

Die Mehrheit ist passiv.

Man muss das Verhalten der Bevölkerung beim Klimaschutz nicht lange analysieren, um festzustellen, dass ihre Sorge um unser Klima nicht wächst. Die Verkaufszahlen von Flugtickets, die Abhängigkeit vom Verbrenner-Auto und das allgemeine Konsumverhalten sprechen eine klare Sprache.

Die Klimaschutz-Bewegung ist eine Minderheit. Die große Mehrheit ist Zuschauer, skeptisch gegenüber Aktivisten und fassungslos bei manchen Aktionen.

Können wir in der Bevölkerung eine andere Einstellung zum Klimawandel erwarten? Jahrzehnte andauerndes Wirtschaftswachstum verführte zur Sorglosigkeit. Worum es den allermeisten ging, waren Wohlstand und Lebensstil. Andere Sorgen gab es selten im öffentlichen Diskurs. Und Störenfriede wollte man nicht.

So blieb die Breite der Bevölkerung bis heute auch in der zunehmenden Klimakrise passiv, in vielen Teilen ignorant. Dabei sollte sie der Resonanzboden sein, aus dem sich Gemeinsamkeit und Tatkraft entwickeln. Sie könnte die laute Stimme werden, die die großen gesellschaftlichen Akteure zusammenruft.

Die Wissenschaft hat Akzeptanzprobleme.

Seriöse Wissenschaft ist sorgfältig. Deshalb gehört Eile nicht zu ihrer Mentalität. Zudem will sie sachlich und unparteiisch auftreten. Das braucht sie zum Überleben.

Bei alledem ist sich die große Mehrheit aus Physik, Geo-, Agrar- und anderen Wissenschaften einig: die Klimakrise ist erwiesen. Klar und deutlich mahnen sie, welche Folgen sich ergeben, falls die Menschheit weiter so untätig bleibt.

Leider haben sich große Teile der Wissenschaft in den Netzen der wirtschaftlichen Abhängigkeit verfangen – mit dem Ergebnis geschwundener Vertrauenswürdigkeit. So geraten die eindeutigsten Erkenntnisse und Hochrechnungen des Klimawandels leicht unter die Räder der Disputanten. Studien und Gegenstudien zum Klimawandel verwirren in ihrer Flut mehr, als dass sie helfen. So machen Populisten das Geschäft.

In dieser Kakophonie kann die Wissenschaft im Klimaschutz keine Führungsrolle einnehmen. Ihr bleibt die schwache Rolle des Rat- und Impulsgebers von der Seitenlinie.

Die Wirtschaft hängt zu sehr am Geld.

„Jede Krise ist auch eine Chance.“ Das sagen, je nach Branche, viele Unternehmen auch im Klimawandel. Mit innovativen Ansätzen, Unternehmenssinn und Marketinginstrumenten greifen sie nach neuen Geschäftsideen. Sie bauen regenerative Energiequellen oder investieren in Transformationen. Währenddessen sorgen sich andere um ihr Geschäftskonzept und verschieben Schwerpunkte.

Wie glaubwürdig kann die Wirtschaft als Retter in der Not werden? In den 80er und 90er Jahren ritten Unternehmen auf der Modewelle des CSR (Corporate Social Responsibility). Entwicklungsabteilungen begeisterten sich am Modewort „Sustainability“. Heute wird ESG (Environmental, Social and Governance) gejubelt, v/o als Sau durchs Dorf der Wirtschaft getrieben. Man möchte hoffen, dass langfristig diese und kommende Ansätze zur Klimarettung beitragen. Aus der Erfahrung der vergangenen Jahre ist eine Führungsrolle der Wirtschaft für einen beschleunigten Klimaschutz aber nicht zu erwarten. Woher denn auch: außer in der Green-Tech-Branchen und anderen nachhaltigen Branchen bremsst im Wettbewerb der Firmen die Shareholder-Maxime den Klimaschutz weiter aus.

Solange Großkonzerne und Wirtschaftsverbände im Klimaschutz vor allem eine Portfolio-Ergänzung oder ein Marketinginstrument sehen, kann man von der deutschen Wirtschaft keinen verantwortungsbewussten Klimaschutz erwarten.

Die Presse berichtet und feuert Positionen an.

Unser demokratisches Verständnis erlaubt bzw. fordert Meinungsvielfalt. Davon lebt unsere pluralistische Gesellschaft, das bereichert sie und das macht sie so lebenswert.

Aber was produziert unsere Presse- und Medienwelt in der Klimakrise? Sorgt gerade sie nicht dafür, dass der Pluralismus zur öffentlichen Verwirrung ausartet?

Dass sich große Presse- und Medienunternehmen im gemeinsamen Kampf gegen die Klimakrise zusammentun, kann man nicht erwarten.

Die Klimabewegung erlebt ihre Grenzen.

In Deutschland soll es ca. 1.000 bis 2.000 Vereine und Initiativen geben, die sich ausschließlich für den Klimaschutz engagieren. Viele andere sind in Umweltfragen thematisch breiter und im Auftritt breiter aufgestellt. Die 4 großen Umweltverbände BUND, Greenpeace, NABU und WWF setzen sich massiv für den Klimaschutz ein, arbeiten aber öffentlich erkennbar nicht zusammen.

Vor dem Hintergrund der politischen Entwicklung fragt sich derzeit die Klimabewegung besorgt, mit welchen Aktionen und Formaten sie in Politik und Gesellschaft mehr bewegen kann. „Die gesellschaftliche Debatte zur Bewältigung der Klimakrise, die wir bisher geführt haben, ist an ihre Grenzen gelangt.“ So heißt es in der Grazer Charta der Klimakommunikation vom 26.5.2024. Und weiter: „In immer drastischerer Form vor den bedrohlichen Veränderungen des Klimasystems zu warnen, greift zu kurz.“

So diskutiert die Klimabewegung aktuell, wie sie den Weg „raus aus der Blase“ findet. Schade, dass sie sich damit so schwer tut. So bunt und heterogen die Klimabewegung ist, wird sie sich weiter schwer tun, den Klimaschutz organisatorisch zu bündeln.

Die Gesellschaft ist das fehlende Glied in der Kette.

Die Klimakrise ist kein operatives Problem. Sie bedroht unsere Existenz. Sie stellt den menschlichen Zusammenhalt auf eine gewaltige Probe. Deshalb genügen anderswo bewährte Prozesse und Strukturen nicht. Maßnahmen einzelner Akteure entfachen nicht die notwendige Kraft oder werden zwischen gegensätzlichen Positionen ausgebremst. Nein, es braucht ein energisches, umfassendes und gegen alle Widerstände resistentes Change-Projekt, an dem sich viele große Akteure beteiligen. Auch noch so engagierte Projekte einzelner Organisation bleiben verbindungslose Mosaiksteine ohne die nötige Akzeptanz aller. Klimaschutz gelingt nur gemeinsam!

Immer wieder hört man, die große Mehrheit der Bevölkerung ließe sich nicht für den Klimaschutz mobilisieren. Die Breite der Bevölkerung sei passiv. Vielleicht stimmte das bisher. Die emotionale Grundlage fehlte in großen Teilen der Klimadebatte, die immer noch von Zahlen, Grenzwerten und Zieljahren dominiert wird. Auch die Überzeugung, etwas verändern zu können, wurde nicht geweckt. Ist es also verwunderlich, dass sich nur Minderheiten im Klimaschutz engagieren?

Gelingt es, die Gesellschaft zum Mitmachen am Klimaschutz zu gewinnen? Kann sie der Resonanzboden einer neuen Klimakommunikation werden?

Die neue Kommunikation: Der Pier für den Klimaschutz

„Wir müssen die Menschen mitnehmen!“, heißt es. Also los! Eine neue Klimakommunikation muss entstehen. Sie muss zum Pier einer wachsenden, umfassenden Verständigung und zum Miteinander im Klimaschutz werden. Dort können alle großen Akteure andocken. Politik, Kommunen, Verbände, Vereine, Medien, Wirtschaft und Wissenschaft können dort ihre Beiträge zum Klimaschutz verbreiten.

Pier sollte ein Portfolio niederschwelliger, breit aufgestellter Formate der Beteiligung der Bevölkerung werden. Diese Formate sollen zum Miterleben all der Herausforderungen und Beiträge einladen. Wenn es gelingt, die Bevölkerung mit professionellen niederschwelligen Formaten zum Mitmachen anzuregen, wird sie den Klimaschutz als gemeinsames Projekt anerkennen.

Vor mehr als 50 Jahren wurde ein Fernsehquiz zum Pier für eine große Sache, die Millionen Menschen heute noch niederschwellig zur Teilnahme gewinnt. „Aktion Mensch“ (früher „Aktion Sorgenkind“) zeigt, wie über Jahrzehnte wiederkehrende, medienwirksame Formate eine breite Solidaritätskultur begründen können. Adäquate zeitgemäße Formate sollten heute analog und internetbasiert mit wenigen „Klicks“ zur Klimakommunikation einladen.

Fazit:

Der Klimaschutz steckt nicht nur in einer technischen oder politischen Sackgasse, sondern vor allem in einer Sackgasse der gesellschaftlichen Kommunikation. Die zentralen Akteure – Politik, Wirtschaft, Verbände, Wissenschaft und Medien – handeln und kommunizieren in ihren eigenen Logiken. Eine breite Bewegung in der Bevölkerung entfachen sie dabei nicht. Die Öffentlichkeit bleibt überwiegend Zuschauerin. Dabei muss sie das Zugpferd für Tempo und Tragfähigkeit der Veränderungen werden.

Dazu braucht es keine neue Großinstitution. Es braucht eine neue Plattform, auf der Menschen niederschwellig andocken, sich beteiligen und gemeinsam Klimaschutz erleben können. Dann erfahren sie, dass Klimaschutz wertvoll und gemeinschaftsstiftend ist.

Dies für eine lebenswerte Welt unserer Nachkommen zu organisieren ist wahrlich der Schweiß der Tüchtigen wert! Mein Aufruf an die großen Akteure unserer Gesellschaft: Gewinnt die Bevölkerung für den Klimaschutz!

Autor und Copyright:

Dr. Peter Hasbach
Physiker
Gründer und Vorsitzender des Vereins „[eure Welt e.V.](#)“

Tel.: 06353 / 989672
E-Mail: info@eure-welt-ev.de