

was möglich ist, und dem, was tatsächlich getan wird. Der Verbraucher ist ein unsicherer Verbündeter und unsicherer Wähler, er schickt widersprüchliche Signale an Unternehmen und Politik. Er könnte die Welt verändern, aber er tut sicher nicht genug.

Meinen Sie all die Menschen, die grün wählen, aber jedes Wochenende mit Billigfliegern irgendwohin fliegen?

Klar gibt es viel Hedonismus, an dem ich verzweifeln könnte. Aber wir leben alle mit unseren Widersprüchen. Viele meiner Freunde z. B. haben „das Projekt“, in diesem Jahr „endlich“ zu einem Ökostromanbieter zu wechseln, aber keine Zeit für die drei Minuten, die man dafür benötigt. Die Masse der Menschen ist leider träge und so desinteressiert, dass sie die Welt nur noch im Privatfernsehen an sich ranlassen. Mich ärgert das aber jeden Tag. Dass die Bewussteren, die theoretisch alles wissen, auch viel zu wenig tun, ist fast noch schlimmer.

Ist der Klimaschutz nicht auch eine Frage des Geldes?

Null. Die Diskussion stehe ich locker durch. Tiefkühlpizzen und Wurst in der Plastikverpackung sind letztlich nicht viel billiger als vernünftiges Essen. Wir haben auf unserem Portal extrem viele Leute, die nicht so viel Geld haben – Hartz-IV-Empfänger, die viel bewusster leben als das Akademikerpaar in Prenzlauer Berg oder Schwabing, das einen viel höheren CO2-Fußabdruck hat.

Sie reden viel mit Managern über die Entwicklung nachhaltiger Produkte. Gibt es in den Unternehmen ein Umdenken?

Absolut. Ich spüre in Teilen der Wirtschaft einen grundlegenden Wandel im Bewusstsein. Viele Manager leben mit einer Ahnung, was da auf uns alle zukommt. Das Internet ist ein zusätzlicher Treiber, weil das Web 2.0 in kürzester Zeit die Reputation eines Unternehmens zerstören kann. Wenn sich früher ein Konsument beschwerte, hat man ihm eine Entschuldigung und eine Kiste Freibier geschickt. Heute ist der Unmut öffentlich. Das führt dazu, dass Unternehmen sich dem Dialog stellen und reagieren müssen.

Betreiben nicht die meisten eher eine Art »Green-Washing« – also bloße Imagepflege – anstatt wirklich etwas für den Klimaschutz zu machen? Wenn beispielsweise zwischen den ganzen Klamotten, die von Westkonzernen konventionell in Dritte-Welt-Ländern hergestellt wurden, ein paar fair gehandelte T-Shirts hängen?

Viele schon, aber eben nicht alle. Es gibt mittlerweile große Textilunternehmen, die aus eigenem Antrieb den gesamten Baumwollmarkt revolutionieren. Weil sie wissen, dass Baumwolle eine der größten Ökosünden der Welt ist. Und nun setzen sie mit ihrem Handeln Maßstäbe und die gesamte Branche unter Druck. Meine Hoffnung ist, dass eine solche Firmenpolitik der Normalfall wird und Unternehmen, denen das völlig egal ist, stigmatisiert werden. Es gab nie so ernsthafte Gespräche mit Unternehmen, wie in diesem Moment, und das gibt mir Auftrieb.

So ein Umdenken kann aber dauern ...

Es gibt schon ein massives Umdenken. Auf vielen Führungsebenen gibt es bereits eine neue Generation, die sehr von diesem Thema berührt und dafür zu begeistern ist. Die sind mit der Umwelt- und Friedensbewegung aufgewachsen und sind elektrisiert

von den Möglichkeiten, die sie als Unternehmer haben. Ich habe ja lange in der Werbung gearbeitet, und früher gab es viel verhärtetere Fronten. Auf der einen Seite hieß es „Scheiß Großkonzerne“, auf der anderen „Scheiß Ökos“. Das ist mittlerweile alles durchlässiger geworden.

Darum setze ich auch auf engagierte Kooperationen und nicht auf Konfrontation und Frontenbildung.

Wollen Sie damit sagen, dass die Konzerne weiter sind als die Verbraucher?

In Teilen zumindest ernsthafter bei der Sache. Und man muss feststellen, dass viele Nachhaltigkeitsanstrengungen der Firmen vom Verbraucher nicht honoriert werden. Es gibt ja in der Textilindustrie z. B. Unternehmen, die aus innerem Antrieb organic cotton anbieten, und der Kunde kauft dann doch wieder das Shirt für drei Euro. Und stellen sie sich vor, was passieren würde, wenn wir alle bei McDonald's und Burger King nur noch vegetarische Gerichte bestellen würden.

Es ist ja auch eher unglaublich, wenn eine Burger-Bude plötzlich Tofu anbietet ...

Ich bin auf Wirkung geeicht, die moralische Bewertung überlass ich anderen. Mein Beitrag ist es, möglichst viele Unternehmen davon zu überzeugen, auf Bioprodukte zu setzen.

Reden wir mal über die Utopisten. Ist Ihre Firma das Portal für das kleine gute Gewissen zwischendurch?

Der Mensch funktioniert nicht über Einsicht und nicht sehr lange über Angst. Für mich ist strategischer Konsum ein trojanisches Pferd. Ich muss niedrigschwellige Angebote machen, damit sich die Leute überhaupt mit dem Thema beschäftigen. Manchmal versuche ich auch schon mal, einen Trend herbeizureden. Der neuste Trend ist z. B. Sommerfrische vor den Toren der Stadt. Ich sage dann: Hey Leute, ihr müsst nicht immer in den Flieger steigen – in der Hoffnung auf die Neugier der Menschen. Das ist ein mühsames Geschäft, denn nicht mal die Grünen-Wähler wollen verzichten. Deswegen fangen wir klein an – in der Hoffnung, dass man die Verbraucher damit anfixt, um irgendwann die Dosis zu erhöhen und sagen zu können: Du, wir müssen dir mal ein Geheimnis verraten. So ganz ohne Verzicht geht's doch nicht.

„Die Wirtschaftsinstitute machen ständig Fehler“



Das Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) berät vor allem Politiker in Fragen des globalen Wandels, der Klimawirkung und der nachhaltigen Entwicklung. Natur- und Sozialwissenschaftler erarbeiten hier gemeinsam Grundlagen für zukünftiges Handeln von Staaten, Gemeinden und Unternehmen. Fritz Reusswig ist seit 15 Jahren beim PIK und beschäftigt sich u. a. mit der Zukunftsfähigkeit der Städte in Zeiten des Klimawandels. Welche Rolle kann die Wissenschaft jenseits der Politberatung spielen und wie kann sie gesellschaftliches Handeln beeinflussen?

Herr Reusswig. Wir haben Mai, draußen regnet es, die Temperatur liegt bei neun Grad. Können Sie manchmal die Menschen verstehen, die an der Erderwärmung zweifeln?

Wetter ist ein stochastisches Phänomen – unterliegt also auch oft Zufallserscheinungen – das Klima aber können wir relativ gut voraussagen. Auch im Jahr 2050, wenn wir vielleicht zwei Grad Erderwärmung haben werden, wird es noch kalte Winter geben. Für mich waren die Klagen über den kalten Winter eher der Beweis für die Erwärmung. 1980 hätte sich nämlich niemand über einen normalen Winter gewundert, aber in den letzten Jahren haben wir so suppe warme Perioden gehabt, dass uns die Kälte in diesem Jahr ganz ungewöhnlich vorkam.

Auftrieb bekommen die Klimaskeptiker aber auch dadurch, dass der Weltklimarat das Verschwinden der Himalaya-Gletscher um rund 300 Jahre vorverlegt hat.

Ja, das ist ein ärgerlicher Fehler gewesen, aber jeder weiß, dass man Tausende von Seiten wieder und wieder lesen kann, und dennoch kann es am Schluss Fehler geben. Seltsam ist doch, dass Jahr für Jahr die Wirtschaftsinstitute Prognosen veröffentlichen, mit denen sie oft danebenliegen und dennoch werden sie immer wieder aufs Neue zitiert – gerade von den Zeitungen. Niemand kommt auf die Idee, an deren Glaubwürdigkeit zu zweifeln. Wenn aber der Klimarat einen Zahlendreher liefert und auf tausend Seiten statt 2035 einmal 2350 schreibt, schreien alle auf. Die Empörung hört sich ja fast an, als wäre der Himalaya gerettet, wenn wir den Fehler korrigieren.

Wie sehr hat die Glaubwürdigkeit der Wissenschaft gelitten?

Er wurde natürlich politisch instrumentalisiert. In den USA ist laut neuesten Umfragen die Überzeugung, dass es überhaupt einen Klimawandel gibt, deutlich zurückgegangen. Dabei war der Wert sogar in den letzten Bush-Jahren deutlich gestiegen und 2007 schließlich in die Nähe der Umfrageergebnisse in Europa gerückt – dort hat man immer schon daran geglaubt. Aber nun hat sich der Wind durch die Diskussion um den Weltklimarat gedreht, und zwar dramatischerweise nicht bei denen, die immer skeptisch waren – die haben schon vorher nichts kapiert, sondern bei den politisch Aufgeklärten und gut Informierten.

Muss sich also an der Arbeit der Wissenschaftler etwas ändern?

Man kann sich immer verbessern, die Qualität mehr sichern. Aber ich halte nichts davon, noch wissenschaftlicher zu werden und sich mit dem IPCC von der Politikberatung abzulösen. Da würde ein hohes Gut verspielt, nämlich all die Schnittstellen zur Politik, an denen sich viel Sachverstand bündelt. Ohne das würde der Weltklimarat politisch bedeutungslos und zu einem wissenschaftlichen Gremium, das nicht gehört wird.

Kritik gibt es auch am Zwei-Grad-Ziel, weil schon 1,5 Grad Erwärmung dramatisch sind. Ist diese Zahl wissenschaftlich begründet oder ein politisches Konstrukt?

Sie ist eine Mischung aus wissenschaftlicher Aussage und politischer Bewertung. Die Wissenschaft kann nur die Natur beobachten, ohne zu bewerten. Die Politik kann die Menschen fragen: Wann tut es denn weh bei euch und was ist es euch wert, die Erwärmung zu begrenzen. Diese beiden Sphären müssen zusammenkommen und so ist auch das Zwei-Grad-Ziel entstanden. Es ist also ein Fehler, diese zwei Grad als einen wissenschaftlich exakten Wert zu verkaufen. Es ist viel notwendiger zu zeigen, dass es einen Wissenschafts- und einen Bewertungsanteil gibt.

Fühlen Sie sich als Wissenschaftler von der Politik vereinnahmt?

Das wirft im Falle der Klimadiskussion die Frage auf, ob es in der Politik einen vernünftigen Diskurs im Sinne des Gemeinwohls gibt oder nur wissenschaftliche Erkenntnisse manipuliert werden. Ich glaube an das Erste. Wir müssen aber aufpassen, dass wir nicht zur Kolonne der Lobbys werden. Es geht ja überall um handfeste ökonomische Interessen. Die einen sagen, wir benötigen Atomenergie, weil die CO2-neutral ist, andere sagen, wir kommen mit den regenerativen Energien hin. Da muss man unabhängig bleiben.

Wissenschaftler haben doch ein besseres Image als Politiker. Wäre es nicht an der Zeit, direkter mit den Menschen zu kommunizieren?

Ja, wir müssen offensiver werden. Wissenschaftler beraten Staaten, sie beraten nicht Unternehmen, nicht die Bürger. Die Berichte des Weltklimarats sind für die Entscheidungsträger in der Politik gedacht. Man müsste eigene Formate bilden, damit auch Kommunen und Bürger den Weltklimabericht durchdringen. Wenn ich fünf Prozent der Bevölkerung erreiche – über das Internet, über Blogs, über Zeitschriften – würde das die Akzeptanz schon deutlich erhöhen. Die Frage ist aber, wer das alles bezahlt.

Gerät der Klimaschutz durch den wirtschaftlichen Abschwung und einen schwachen Euro unter Druck?

Das ist schon so. Wenn der Euro stark ist, bleibt auch der Klimaschutz auf der Agenda, in wirtschaftlich schwachen Zeiten könnte er weggespart werden. Ich kann sogar verstehen, dass der Klimaschutz für einen Arbeitslosen nicht so wichtig ist wie ein neuer Job. Es muss aber eine Instanz geben, die uns immer wieder daran erinnert, wie wichtig der Erhalt der Erde und der Kampf gegen die Erderwärmung sind.

Gewarnt wird doch schon genug. Fehlt es nicht eher an verbindlichen Abmachungen, wie sie sich viele Menschen von der Konferenz in Kopenhagen erhofft haben?

Es stimmt mich schon bedenklich, dass trotz der Fünf-vor-Zwölf-Stimmung in Kopenhagen nichts herausgekommen ist. Das könnte schon demotivierend sein für die einzelnen Bürger. Aber umgekehrt kann man auch sagen, dass es klüger ist, über machbare Sachen zu reden, als über den großen globalen Konsens. Dann redet man eben über den Erhalt der Wälder oder über regenerative Energien. Gefragt sind pragmatische Lösungen für Städte, Kommunen und den Bürger. Der Großraum London hat mehr CO2-Emissionen als ganz Griechenland – London sitzt aber bei solchen Konferenzen nicht mit am Tisch. Wir können also unterhalb der globalen Ebene durchaus jede Menge machen und erreichen. ←

Wer hat Angst vor CO2? Eine Straßen-Umfrage fluter.de