

Von der Hirnforschung über die Ökologie bis zur Informationstechnologie: Wer die Welt verstehen will, muss durchschauen, wie Netzwerke funktionieren – insbesondere in einer Zeit globaler Krisen. Klimaschutz bedarf eines planetarischen Denkens und gewinnt durch neuartige Vernetzungen an Kraft und Charme: quer über Nationen, Kulturen und Religionen hinweg.

Redaktion: Martin Tauss

Von Hannah Horsten

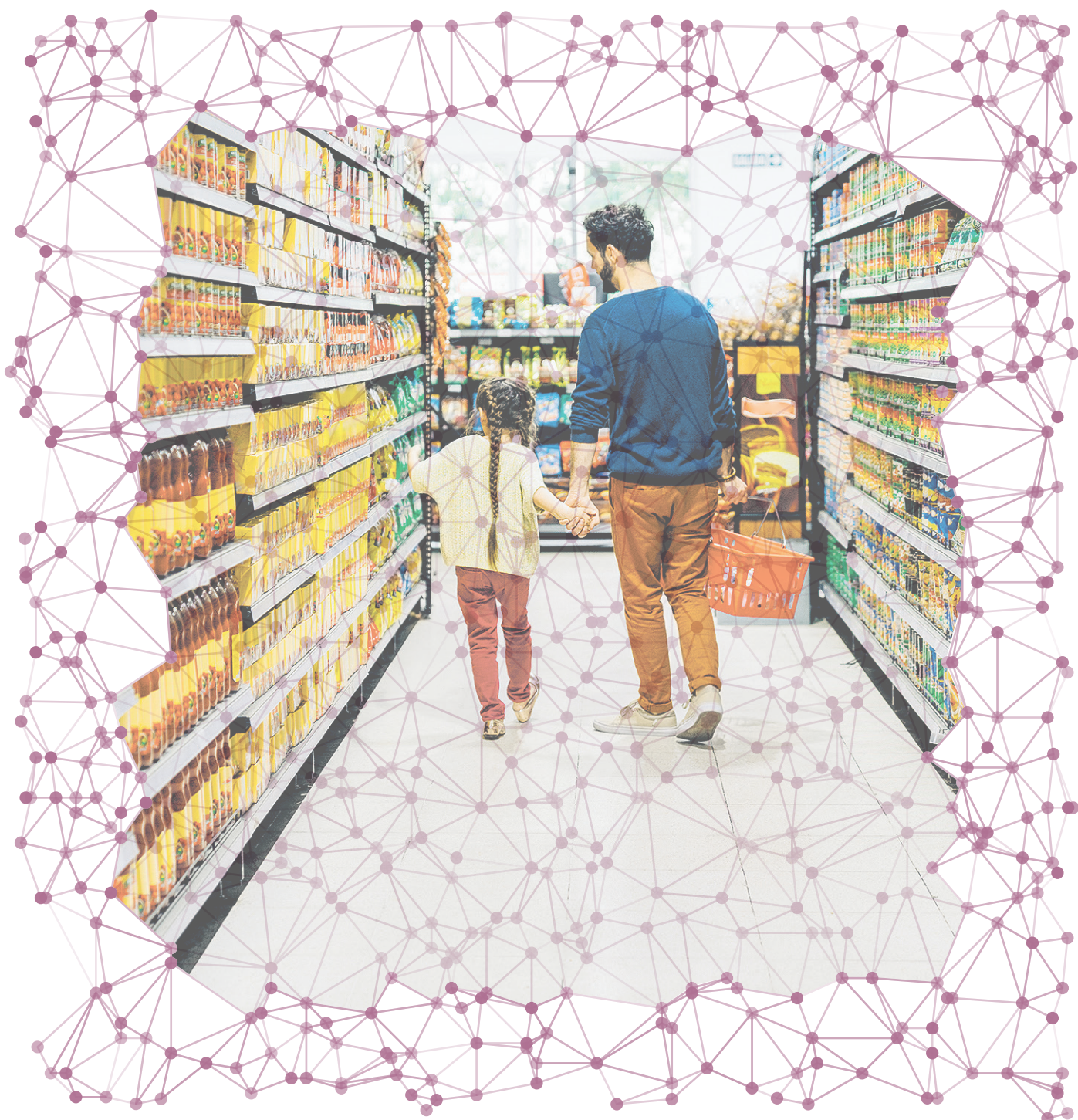
Ohne Netzwerke würde unsere Welt nicht so aussehen, wie wir sie kennen. Wahrscheinlich würde es uns als Menschheit dann gar nicht geben. Seit jeher gehen verschiedene Organismen in der Natur Symbiosen ein, vernetzen sich, leben und arbeiten zusammen, um Ökosysteme aufrechtzuerhalten. Diese Ökosysteme sind heute jedoch weltweit einer immensen Bedrohung ausgesetzt: der Klimakrise.

Acht der heißesten zehn Jahre, die jemals gemessen wurden, fanden im letzten Jahrzehnt statt. Die anderen beiden in dem davor. Die Klimakrise ist kein Problem der Zukunft, sie ist bereits aktuell und stellt ein zunehmendes Problem für unsere Lebensräume dar. Umso absurder wirkt die Strategie, dieser Krise mit Individualentscheidungen entgegenzutreten – gerade in einer Welt, die durch die moderne Technik noch vernetzter ist als jemals zuvor. Aber genau diese Individualisierung findet derzeit global statt.

Die Wissenschaft ist sich einig: Wir Menschen sind schuld an der Veränderung des Klimas. Wo Schuld ist, liegt auch eine Verantwortung. Aber wer genau muss sich dieser stellen? Online kann auf diversen Websites der „ökologische Fußabdruck“ berechnet werden: Indem Fragen über das Konsumverhalten gestellt werden, wird hinterher verdeutlicht, wie viele Erdbälle es bräuchte, wenn alle Menschen denselben Ressourcenverbrauch hätten wie man selbst. Das Ergebnis sorgt in den meisten Fällen für ein schlechtes Gewissen, da die Quittung unserer Lebensweise höher ausfällt, als planetare Ressourcen zur Verfügung stehen. Doch selbst wenn die klimafreundlichsten Optionen gewählt werden, die innerhalb des Programms zur Verfügung stehen, ist das Ergebnis höher als eins.

Der graue Fußabdruck

Denn was nicht ausgeklammert werden darf, ist der sogenannte graue Fußabdruck. Dieser umfasst jene Ressourcen, auf die wir als Einzelpersonen keinen Einfluss haben können. Er entsteht nämlich aus der Infrastruktur, die uns umgibt und als Gesellschaft verbindet. „Der graue Fußabdruck führt dazu, dass selbst vegane Personen, die überhaupt nicht Auto fahren, nicht fliegen, also sehr konsequent einen nachhaltigen Lebensstil verfolgen, dass selbst diese Leute einen Ressourcenverbrauch haben, der doppelt so hoch ist, als es die planetaren Ressourcen hergeben“, erklärt Mirijam Mock. Sie forscht am Institut für Gesellschaftswandel und Nachhaltigkeit (IGN) der Wirtschaftsuniversität Wien. Mock betont, dass individuelle Umstellungen des eigenen Lebensstils wichtig für die Bewusstseinsbildung sind, die Klimakrise jedoch strukturelle Ursachen hat – und somit dringend auch strukturelle Lösungen benötigt.



„Umweltsünden“

Die Forschung zeigt: Der Hebel, den Personen durch ihre individuellen Konsumententscheidungen in der Hand haben, ist um ein Vielfaches kleiner als jener von Unternehmen und Institutionen.

Collage: Rainer Messelklinger (unter Verwendung eines Bildes von Stock/FrankRampott und Stock/Portra)

Die Klimakrise darf nicht auf die Schultern der Individuen abgewälzt werden. Denn wirksamer Wandel beruht auf kollektiven Impulsen und neuartigen Netzwerkeffekten.

Ich allein für das 2-Grad-Ziel?

In der breiten Kommunikation findet sich dieser Ansatz jedoch nur selten wieder. Vielmehr wird der Sachverhalt in Optionen verpackt, bei denen Konsumierende die Rolle des Züngleins an der Waage einzunehmen scheinen. Sie sollen nun zwischen mehr oder weniger „klimafreundlich“ und „klimaschädlich“ entscheiden: einfach selbst ein bisschen weniger Fleisch essen, weniger heizen, mal mit dem Rad fahren – dann schaffen wir das alle auch. Irgendwie eben. Dieses Bild resultiert laut Mock aus einem bewussten Abschieben der Verantwortung seitens der wirtschaftlichen und politischen Akteure. „Politik ist auf eine Legislaturperiode ausgelegt. Nichts ist unpopulärer als die Maßnahmen, die es wahrscheinlich brauchen würde.“ Die Folge: Unternehmen nutzen die Situation für ihre eigenen wirtschaftlichen Vorteile aus.

So kann auf der Website des britischen Ölkonzerns BP ebenfalls der eigene CO₂-Fußabdruck berechnet werden. Und

es geht noch viel weiter: BP stellt das Programm nicht nur zur Verfügung, sondern war maßgeblich an dessen Popularität beteiligt. Zu Beginn der 2000er Jahre beauftragte der Konzern eine große PR-Kampagne rund um die Kohlenstoff-bezogenen „Fußabdrücke“ von Einzelpersonen.

Erfolgreiche PR-Strategie

Mehr als ein Drittel der globalen Emissionen von Treibhausgasen geht allerdings auf die Kappe von gerade einmal 20 Konzernen – BP belegt hierbei den sechsten Platz. Der CO₂-Fußabdruck eines Unternehmens könne zwar genauso ermittelt werden, erläutert Mock; es sei aber gerade der individuelle Fußabdruck, der massenhafte Bekanntheit erlangt hat und heute in Schulen und Aufklärungskampagnen vermittelt wird. Das Resultat sei eine Verzerrung des Themas in der öffentlichen Wahrnehmung. Und eine Verschiebung von einem gemeinschaftlichen Problem hin zu einem privaten.

Denn der Hebel, den Personen durch ihre individuellen Konsumententscheidungen in der Hand haben, ist um ein Vielfaches kleiner als jener, den ein Unternehmen betätigen kann. Angesichts vieler Studien ist für Mock klar: „Individuen dürfen sich

nicht nur als Konsumierende verstehen. Sondern als Bürger und Bürgerinnen, die auch durch Protestaktionen politisch aktiv werden können und nicht nur durch eine Abstimmung an der Ladenkasse. Ja, wir brauchen eine Reduktion der Ressourcen und Emissionen. Aber wie diese zustande kommt, beschränkt sich nicht allein auf Suffizienz im Sinne der ‚Umweltsünden‘ eines Individuums“, sagt die Forscherin: „Vielmehr geht es um eine Reorganisation des Alltagslebens und somit von sozialen Praktiken.“ Mock betont, dass die größte Veränderung, die Einzelpersonen hinsichtlich Klimaschutz bewirken können, in Netzwerken stattfindet. Ein Beispiel: Die Siegel, die biologische Produkte kennzeichnen, wurden ebenfalls erst als Antwort auf Forderungen seitens der Bürger und Bürgerinnen ins Leben gerufen.

Zusammenschlüsse sind dann erfolgreich, wenn daraus Netzwerkeffekte entstehen: So schaffen es politische Bewegungen in den Mainstream. Exemplarisch dafür sind „Fridays for Future“. Das Netzwerk aus Studierenden, Schülern und Schülerinnen erreichte binnen weniger Monate des Jahres 2019 weltweite Bekanntheit. Gleich beim ersten globalen Klimastreik am 15. März jenes Jahres fanden laut Organisatoren mehr als 2000 Proteste in über 125 Ländern statt. „Fridays for Future“ sind auch ein Beispiel dafür, wie die Wirkung von sozialen Netzwerken in kürzester Zeit internationale Protestbündnisse entstehen lassen kann. ☹

Eine Krux dahinter bleibt jedoch. Nämlich, dass viele Menschen bei weitem nicht über die persönlichen, zeitlichen oder mentalen Ressourcen verfügen, um sich in der Freizeit in Klimaschutznetzwerken zu engagieren. Das sei der Grund, so Mock, dass viele Bewegungen nur Nischeninitiativen bleiben. Die Nachhaltigkeitsforscherin fügt allerdings hinzu: „Unsere beschleunigte Arbeitsgesellschaft ist ebenfalls nicht etwas, das einfach so gegeben ist. Sie ist genauso eine Praxis des Aushandelns – wie der Konsum selbst auch.“



Was „Fridays for Future“ so erfolgreich gemacht hat, analysiert Manuela Tomic im Artikel „Ein Stoff für Hollywood“ (5.8.2020), auf [furche.at](https://www.furche.at).



„Lebensstiländerungen sind wichtig für die Bewusstseinsbildung, die Klimakrise hat aber strukturelle Ursachen – und braucht strukturelle Lösungen.“ Mirijam Mock