

Welche Akteure gibt es für echte Klimapolitik?

Karl Kollmann

In diesem Beitrag geht es darum, aus haushaltsökonomisch orientierter Perspektive und mit einem politisch-ökonomischen Zugang ausfindig zu machen, welche Hilfen private Haushalte (Verbraucher) benötigen, um in ein echtes nachhaltiges Handlungsfeld zu kommen. Die Gesellschaft und die Haushalte würden einen oder mehrere gesellschaftliche Akteure (Institutionen) benötigen, die ordnungspolitisch Suffizienzstrategien vertreten und die die Menschen motivational und orientierend unterstützen sowie gesellschaftliche Neuorientierungen herbeizuführen helfen. Allerdings gibt es, das ist das pessimistische Ergebnis, heute keinen solchen gesellschaftlichen Akteur.

1 Ausgangspunkt

Bislang gehen Klimawandel und Ressourcenverschwendung auf unserem Planeten ungebremsst weiter, wie schon seit 50, 60 Jahren, genauer: seit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert. An sich sinnvolle Initiativen, wie die UNO-Agenda 21 gegen den menschenverursachten Klimawandel, treten seit Jahren und bald Jahrzehnten auf der Stelle.

Evident ist, es muss etwas geschehen, und das dringend. Jedoch ebenso evident ist, es geschieht nichts. Oder es ist bestenfalls Kosmetik, wie die Vorschriften zur Energiekennzeichnung, die die Europäische Union beschäftigen (EU-Kommission 2011), und andere in Hinblick auf den Klimawandel rhetorisch aufgebauchte Vorschriften, wie etwa das Verbot der Glühlampe, das sich mittlerweile als kontraproduktiv und nichts anderes als ein Schwindel seitens der EU-Kommission herausstellt (Brake 2012), oder die flächendeckende Einführung von besonders gut überwachungsgerechten, teuren Smart Metern (Kollmann 2009) usw.

Auf der anderen Seite werden die privaten Haushalte zu nachhaltigem Konsum aufgefordert, an ihr Verantwortungsbewusstsein wird appelliert (Leitbild: Akteur für Nachhaltigkeit) (Kollmann 2010 a), jedoch werden sie dabei ohne eine begleitende ordnungs- und sozialpolitische Struktur allein gelassen.

Klimawandel und immenser Materialverbrauch bedrohen die Lebensräume der Menschen, daran ist nicht zu zweifeln (IPCC 2012).

2 Was tun?

Hier soll es um einen ersten Blick auf existenzielle Frage im Zusammenhang mit Klimawandel und Ressourcenverknappung gehen – nämlich: Wenn die internationale, globale und UNO-Ebene versagt, wer könnten dann die Akteure sein, die gesellschaftlichen Reformkräfte für eine vernünftige Umweltpolitik zumindest hier in Europa? Dabei

soll zuerst und auch in aller Kürze geklärt werden, wie eine vernünftige Klimapolitik im Kern aussehen müsste.

Maßnahmen gegen Klimawandel und Ressourcenverknappung müssen offensichtlich eine Umkehr der modernen Verschwendungs- und Wachstumswirtschaft bewirken. Das heißt, keinen Zuwachs mehr, in manchen Bereichen auch deutliche materielle Mengeneinschränkung (Linz 2006). „Effizienz allein ist nicht die Lösung. Es braucht ein zweites Konzept, um die Erderwärmung zu stoppen: Suffizienz. Das meint die Absicht, absolut und nicht nur relativ weniger Rohstoffe zu verbrauchen. Damit aber wird Klimaschutz schnell zu einem unangenehmen Thema. Denn Suffizienz bedeutet Nachdenken über den eigenen Konsum und darüber, ob wir wirklich alles brauchen, was wir uns leisten. Im Zweifel also Genügsamkeit oder – um ein Wort zu verwenden, das vielen wirklich Angst macht: Verzicht aus Einsicht in die Notwendigkeit.“ (Biermann 2007)

3 Effizienz allein nützt noch nichts

Effizienz nützt nicht viel, solange nicht auch die sogenannten Rebound-Effekte verhindert werden. Beispiel Verpackung: Tatsächlich sind Verpackungen in den letzten zwanzig Jahren technisch wesentlich effizienter geworden, dünner insbesondere, jedoch ist ihre Menge auch deutlich größer geworden. Der Mehrverbrauch an Verpackungsmaterial hat die technischen Effizienzsteigerungen völlig aufgeessen.

What players are there for genuine climate policies?

This article explores the tools private households (consumers) need to engage in genuinely sustainable behavior from the standpoint of household economics and in a political and economic sense. Society and households would need one or more societal players (institutions) to represent regulatory sufficiency strategies and support people as a source of motivation and orientation as well as to help to provide new societal orientation. The pessimistic finding, however, is that no such societal player exists today.

Dazu kommt die von nahezu allen als Lebensqualität empfundene Konsumsteigerung: selbst ebenfalls für einen Zwischenurlaub nach Mallorca fliegen wollen, jetzt, wo das endlich billig geworden ist. Ein Motorrad für Ausflüge im Sommer, sich ab und zu australischen Wein leisten, da der so gut geschmeckt hat, und dann ein zweiter Computer in der Wohnung. Dieser zweite Computer hebt schon den Energieverbrauch deutlich über die Einsparungseffekte durch die EU-verordnete Zwangsbeleuchtung mit Energiesparlampen auf.

Energieeffizienz nützt auch nichts, wenn die Lebensdauer der konsumelektronischen Spielzeuge oder des Autos nicht tatsächlich ausgenutzt wird, wenn also jährlich oder zweijährlich Mobiltelefon und Notebook gewechselt werden, oder das Auto alle fünf Jahre. Diese Form von Effizienzstrategie, nämlich die Lebensdauererschöpfung der mit viel Aufwand und Ressourcenverbrauch hergestellten Güter, vergessen übrigens die meisten Effizienz-Befürworter ziemlich „nachhaltig“. Und dabei könnte gerade das tatsächlich Eco-Design sein, ließe sich etwa in Richtung der EU-Kommission sagen. Aber genau hier sind wir am entscheidenden Punkt. Der heißt Wirtschaftswachstum.

Viele politische Akteure wissen zwar, dass wir um Suffizienz, also um eine massive Einschränkung der Umweltbelastungen, um Konsumverzicht, um eine Abkehr vom materiellen Wachstumsdogma nicht umhin kommen werden. Aber – wir wollen nicht darüber reden. Jetzt noch nicht. Zumal jetzt, in der Finanzkrise, Wachstum wichtig ist, um diese Krise zu überwinden.

4 Wachstumsfetischismus

Wer sind die Leute, die zwanghaft an wirtschaftlichem Wachstum festhalten und jeden Verzicht beherzt bis martialisch ablehnen? Zuerst natürlich die Industrie. Die alte Industrie, die neue Finanzindustrie, die Medienindustrie, die Militärindustrie, deren Manager, alle, die sich persönliche Gewinne versprechen. Aber ebenso die Arbeitnehmer, die Gewerkschaften, die Konsumenten, die Rentner, die Künstler, die Politiker in Gemeinde, Land, Bund und Europa, die Kranken, die Armen, die Obdachlosen, denn: „Geht's der Wirtschaft gut, geht's uns allen gut.“ (WKO 2009)

Gibt es Wachstum, gibt es mehr Spenden und mehr Lohn, neue Konsumangebote, vielleicht auch ein kleines Stück mehr bei den Renten. Mit Wachstum lässt sich ein Teil davon an die bisher zu kurz gekommenen verteilen. Das ist die Marktgesellschaft des letzten Jahrhunderts.

Island als Klein-Labor

Ein anschauliches Beispiel für den Typus dieser wachstumszentrierten Marktgesellschaften bietet Einar Mar Gudmundssons literarischer Bericht über Islands Ruin ab 2007. „Die sogenannte freie Marktwirtschaft, die uns und unser Wohlfahrtssystem befiehl, hatte (...) nicht nur den Kalten Krieg gewonnen, sondern auch den Krieg um die Sprache.“ (Gudmundsson 2010, S. 53) Genau das ist der Punkt: Das wirt-

schaftliche Denken des Postkapitalismus, des Neoliberalismus, hat auch die sozialen Strukturen und damit die Sprache erfasst. Mit Sprache (und mit Denken, das auf Sprache beruht) begreift man Wirklichkeit. Ist die Sprache umdefiniert, erfasst man Wirklichkeit nur in dieser umdefinierten Weise. In dieser Sprache sind Wachstum und Postkapitalismus „alternativenlos“.

5 Sprachverlust

Man kann heute nicht mehr richtig über wirtschaftliche Ausbeutung reden, auch nicht über das Versinken der politischen Akteure in Alternativenlosigkeit, und schon gar nicht über die Gier von Managern nach Boni und der Konsumenten (demgegenüber vergleichsweise bescheiden) nach einem billigen Preis, denn die Sprache hat sich gewandelt: Mehr Geld ist gut, mehr Konsum ist gut, und viel Konsum ist hohe Lebensqualität. Geld ist Leistung, bessere Leistung ist mehr Geld, mehr Gewinnchancen sind rechtens, Wachstum ist „heilig“ geworden, Kapitalismus religiös. Wer diese jahrzehntelang den Menschen eingeprägte Sprache nicht spricht, der wird auch nicht mehr richtig verstanden. Zurück zum Klimawandel.

6 Verzicht ist kein „ökologisches“ Thema

Umweltengagierte Menschen, im Folgenden ein Beispiel aus dem deutschen Ökoinstitut, kennen das Verzichtspröblem und das allesumfassende religiöse Wachstums-Mantra aus eigener Erfahrung: eine „Warnung vor Verzichtspröbende“ (Gröger 2011) wird empfohlen, denn sonst würden die meisten Menschen ziemlich grantig reagieren, zum einen. Zum andern jedoch „geht an der Notwendigkeit von Suffizienz kein Weg vorbei.“ Eine mögliche Lösung könnte sein, wie das auch in der Alltagspolitik üblich ist, das Ganze sprachlich hübsch einzupacken: „Neudefinition von Suffizienz: Attraktive Ziele setzen, die gesteigert werden können (z. B. Lebensqualität, freie Zeit, Geschmack).“ Noch mehr „Neusprech“ sozusagen.

Umweltengagierte Menschen trauen sich nicht, verkürzt gesagt, den anderen Menschen die Wahrheit zuzumuten, deren mögliche Reaktion wird gleich vorweggenommen. Dieses Muster – auch kritischer Organisationen – entspricht dabei dem der gesellschaftlichen Mainstream-Akteursgruppen, also vor allem den etablierten politischen Parteien: Es ist postdemokratische Politik (Crouch 2008), die an der modernen Mediengesellschaft, an PR-Beratern und an Meinungsumfragen ausgerichtet ist, und statt Gestaltung und Bildung in erster Linie Machterhalt (via repräsentative Demokratie) zum Ziel hat. Nur ja kein alles gefährdendes Umdenken, Umbrechen.

7 Kein Wachstum ist „ökonomisch“ undenkbar

Wie tief in die innerste Denkstruktur Wirtschaftswachstum als *conditio sine qua non* verankert ist, zeigt sich am Verständnis und Selbstverständnis von Managern großer Konzerne. Paradigmatisch dafür der Nestlé-Verwaltungsrats-Vorsitzende Peter Brabeck-Letmathe (di Lorenzo 2012). „Glauben Sie,“ fragt der

Interviewer in gewisser, demutsvoller Geste vor dem Riesenkonzern, „dass ewiges Wachstum möglich, vor allem aber sinnvoll ist?“ „Das ist, glaube ich, ein Naturgesetz. Wenn Sie aufhören zu wachsen, beginnen Sie zu sterben. Einer Firma muss man Wachstum zugestehen.“ So oder ähnlich konditioniert antworten viele Manager. Das Schlimme dabei ist, sie glauben selbst auch daran.

Wenden wir uns von den Ökologen und den Managern ab und den Ökonomen und einem Interview zu, das ein prominenter österreichischer Wirtschaftsforscher, Prof. Karl Aiginger, Leiter des österreichischen WIFO (Wirtschaftsforschungsinstitut, eine von den Sozialpartnern und der öffentlichen Hand getragene Forschungs- und Beratungseinrichtung), der Tageszeitung „Kurier“ kürzlich gegeben hat (Klaffl 2011). Die hier geäußerte Meinung ist typisch für nachdenkliche, traditionelle Ökonomen.

Kurier: Kann es Ihrer Meinung nach eine Wirtschaftswelt ohne Wachstum geben?

Karl Aiginger: In Entwicklungs- und Schwellenländern bedeutet Wachstum weniger Armut und weniger Kindersterblichkeit. In Industrieländern ist Nullwachstum im Prinzip vorstellbar, aber bei einer ganz anderen Umverteilung. Die niederen Einkommensgruppen wollen sicher mehr verdienen, die oberen Einkommensgruppen müssten also absolut verlieren.

Das klingt auf längere Sicht machbar ...

Es ist deshalb sehr schwierig, weil unsere Sozialsysteme daran geknüpft sind, dass es Wachstum gibt. Ein Pensionsystem ohne Wirtschaftswachstum würde bedeuten, dass man viel mehr einzahlen müsste. Und fragen Sie einmal, was die Leute wollen. Die Menschen votieren meist für höheres Wachstum, weil es höheres Einkommen bedeutet.

Eine Umstellung auf Nullwachstum ist also praktisch unmöglich?

Praktisch ja, und wenn, dann würde die Umstellung Jahrzehnte dauern. Damit der technische Fortschritt (Fabriken ohne Menschen, Anm.d. Autors), den wir haben, sich nicht in Form steigender Arbeitslosigkeit niederschlägt, brauchen wir Wirtschaftswachstum. Unter Raten von zwei Prozent steigt die Arbeitslosigkeit, das haben viele Forschungen gezeigt.

Der am Mainstream orientierte, aber nicht marktreligiöse Ökonom meint also, ohne Wirtschaftswachstum geht nichts in dieser Gesellschaft – an sich ginge es schon, aber praktisch geht es eben nicht mehr. Man muss für dieses Interview dankbar sein, da es die klimapolitischen Probleme kurz und bündig offenlegt: Wirtschaftswachstum ist eine Art von religiösem Dogma geworden. Nur einige wenige heterodoxe Ökonomen, aber kaum ein Politiker, Öko-Gruppierungen oder Grünpolitiker trauen sich, trotz besseren Wissens, das V-Wort auszusprechen und damit das Mantra „Wachstum“ infrage zu stellen.

8 Trotzdem: Suffizienz wäre möglich

Suffizienz, also nicht nur Nullwachstum, sondern die Reduktion der gegenwärtigen Produktionsmenge an Konsumgütern und der ressourcenverzehrenden Dienstleistungen (beispielsweise Flüge¹) wäre möglich, wenn dies gegen die kurzfristigen Interessen der Untermehnen (und der Arbeitnehmer wie Verbraucher) durchgesetzt würde. Der Arbeitsplatzverlust in einer schrumpfenden Wirtschaft, also steigende Arbeitslosigkeit, ließe sich durch eine breit angelegte Arbeitszeitverkürzung abfangen. Erwerbsarbeit, daran ist zu erinnern, ist nicht per se Lust, sondern oft Last, und im Regelfall nicht der Ausdruck eines schlechthin zufriedenstellenden Lebens. Darum haben früher fortschrittliche Kräfte, Gewerkschaften, für Arbeitszeitverkürzung, (mehr) Urlaub und eine kürzere Lebensarbeitszeit gekämpft. In den letzten Jahren, so der Eindruck, scheinen diese Ideen verlorengegangen zu sein.

Unser Güterverschleiß ist nicht existenziell notwendig

- Wenn Güter weniger oft gekauft werden müssen, da sie länger nutzbar sind oder länger genutzt werden, wäre auch keine wesentliche Verschlechterung der Lebensqualität der Menschen zu befürchten.
- Im Bayrischen Wald, statt auf den Malediven Urlaub zu machen, beeinträchtigt die Lebensqualität von Menschen wohl nicht in einer existenziell bedrohlichen Weise.
- Das T-Shirt um lächerliche 3,99 Euro, das die ostasiatische 14-Studentag-Arbeiterin mit ihrer Sklaverei durch europäische Textildiskontketten möglich macht, ist für ein zufriedenstellendes Leben in Mitteleuropa auch nicht essenziell.
- Und Lebensmittel, die unmittelbar konsumiert werden, machen heute gerade einmal zwölf Prozent des Konsumbudgets aus, und davon wird noch ein Viertel weggeworfen. Sie sind damit kein gravierendes Problem für einen Suffizienz-Pfad.

Blickt man die letzten Jahrzehnte zurück, haben von der Wachstumsgesellschaft nur die Wohlhabenden, die großen Unternehmen und die Finanzindustrie profitiert, die Hälfte der Bevölkerung mit den kleineren Einkommen gar nicht, deren Realeinkommen stagnierten oder fielen sogar. Als Ausgleich gab es Billigtextilien, Gratiszeitungen, Massentierhaltungshühner und kommerzielles Fernsehen – also Werbung mit etwas Programm dazwischen.

Zurück zu einer umfassenderen Perspektive. Warum wird heute keine vernünftige Klimapolitik gemacht, obschon alle grundsätzlich dafür sind, und warum wird die notwendige Strategie dazu: Förderung von Suffizienz, Arbeitszeitverkürzung und eine bessere Verteilung der Einkommen, nicht aufgegriffen?

¹ Ein Flug einer Person von Mitteleuropa nach Nordamerika und retour produziert über vier Tonnen CO₂; die Gesamt-CO₂-Belastung eines Mitteleuropäers beträgt rund elf Tonnen CO₂ im Jahr.

Postdemokratie und mehrfache Abhängigkeiten

Die gesellschaftlichen Erklärungsmuster, das Denken der gesellschaftlichen Akteure war immer schon wirtschaftsorientiert; da hat sich seit dem 19. Jahrhundert wenig geändert. Vereinfachte traditionelle Ökonomie hat die Alltagsverständnisse geprägt (der Slogan, der das herrschende Verständnis recht gut zusammenfasst, wurde schon erwähnt: „Geht’s der Wirtschaft gut, geht’s uns allen gut“) und damit auch die Sprache der Akteure, der Parteien, der Interessensverbände, der NGO und natürlich der Medien.

Boulevardmedien vereinfachen unsere Wirklichkeit, fassen „gefühlte“ Alltagsmeinungen zusammen, anstatt die komplexe Wirklichkeit zu strukturieren und zu erläutern. Medien sind nicht per se die „Vierte Gewalt“ zur Sicherung von Demokratie, wie sie sich selbst gerne darstellen. Große Teile der Medien leisten ansehnliche Beiträge zur Veroberflächlichung von Politik, zur Verfestigung von Vorurteilen und zum Festfrieren von konventionellen Haltungen und Denkhorizonten.

Dies betrifft auch die institutionellen Akteure in Gesellschaften, also Parteien, Interessensverbände, NGO. Auf ihrer – heute meist medial orientierten – Diskursebene gilt ein vereinfachtes neoklassisches oder keynesianisches Wirtschaftsverständnis, oft von neoliberalen Vorstellungen überformt, eine achtzig und viele Jahre ältere Wirtschaftssprache. Und: Auf dieser Diskursebene muss vor allem pragmatisch gesprochen werden, langfristige Ziele spielen dann keine Rolle mehr (Kollmann 2011 b).

9 Wer wären denn mögliche Akteure?

Noch einmal zurück zu möglichen Akteuren für eine nachhaltige Klimapolitik. Diese Akteure müssten Themen – wie erwähnt Suffizienz, Arbeitszeitverkürzung und eine bessere Verteilung des aktuellen Bestandes an Einkommen und Lebenschancen – wirksam thematisieren können und durchsetzen wollen. Akteure, das wären Interessensgruppen, also eine gebündelte und legitimierte „Stimme“ von Interessen, die aus ihrem Vertretungsanspruch heraus agieren. Das grundsätzliche Problem dieser Organisationen ist, dass zu dem Zeitpunkt, wenn sie schon groß sind, Zielveränderungen nur langsam erfolgen können, auch dann, wenn vehemente interne Kräfte in eine Veränderungsrichtung zerren. Organisationen sind wie schwere Frachtschiffe, deren Kurs nur langsam steuerbar ist, vor allem auch, da sie auf die Substanz, ihre Mitglieder, Rücksicht nehmen (müssen bzw. wollen). Darüber hinaus sind sie im Regelfall selbstreferentiell. Wer Zugang finden will, ist genötigt, sich den tradierten Zielen, Konventionen und Denkmustern zu unterwerfen; sie sind oft wenig aufnahmebereit für neue Themen, Ideen oder Denkfiguren. Kirchen, politische Parteien und andere Organisationen ähneln sich in dieser Struktur.

9.1 Warum braucht es überhaupt Akteure?

Ein Einschub. Wirklichkeit heute ist eine hochkomplexe Angelegenheit, wenn sie nicht nur aus der Perspektive passiver

Konsumenten gesehen wird, die sich Nachrichten, News, sozusagen einfach „reinziehen“, sondern wenn es um Gestaltung geht. An sich mögen Menschen Lebensfelder nach ihren Vorstellungen gestalten, und sie sind hier meist auch bereit, mehrheitliche Verständnisse zu akzeptieren.

Die Unzufriedenheit mit den politischen Systemen ist heute sehr hoch, und ein wesentlicher Grund dafür ist, dass es keine Rückkopplungen mehr zwischen Bürgern und großer Politik gibt. Diese große Unzufriedenheit ist relativ neu, die dahinterliegende Struktur jedoch alt. Bürgermeinungen brauchen kraftvolle Stimmen, die gehört werden können, das sind sozusagen politisch-ökonomische Grundtatsachen. Genau deshalb haben sich Menschen organisiert und sind Organisationen, wie politische Parteien oder die Gewerkschaften, entstanden (Kirsch 1993). Natürlich kann sich, mit hohem Einsatz, eine Bürgerinitiative durchsetzen und etwa ein Kernkraftwerk in Österreich verhindern – jedoch entsteht so etwas im Regelfall erst, wenn es keinen ansprechbaren Akteur, keine Organisation gibt, die diese Interessen vertritt.

In der hochkomplexen Art, wie Nationalstaaten oder die EU heute organisiert sind, genügt keine lokale Bürgerinitiative, um Gehör zu finden. Die selbstreferentiellen Direktoren in der EU, die EU-Parlamentarier, die Polit-Kommissare der EU, sie alle sind von einer Basis viel zu weit weg, um bürgerinitiativen Stimmen hören zu können. Was sie hören, sind PR-geschulte Lobbys. Auch Medien wirken hier als system-referentielle Verstärker: Nur was wirklich gewichtig scheint, wird berichtet. Doch zurück zu den möglichen Akteuren.

9.2 Die Verbraucher

Von Unternehmensvertretern wird heute oft auf „die Verbraucher“ gezeitigt und gemeint, die Verbraucher hätten es ja in ihrer Wahl, sozusagen aus ihrem Gestaltungswillen heraus, durch Nachfrage das Angebot zu bestimmen. Wenn die Menschen das wollen, sollen eben die Verbraucher für Nachhaltigkeit am Markt optieren.

Das ist so natürlich Unfug, denn „Verbraucher“ sind ja alle, und Märkte werden nicht nach papierenen-theoretischen Modellen gestaltet, sondern nach Interessen und der faktischen Macht, die eigenen Interessen durchzusetzen (Kollmann 1993). Verbraucher sind Beobachter der allgemeinen Lage und (meist sehr bescheidene) Egoisten, die gerne ihren persönlichen Vorteil im Auge haben. Noch dazu mit extrem beschränktem, erschreckend geringem wirtschaftlichem, technischem Wissen oder politischem Interesse. Im Grunde sind sie in ihrer Gesamtheit (als mögliche organisationale Entität) ziemlich hilflos, auch wenn sie sich subjektiv im Einzelfall für stimmfähig halten mögen.

Das Wichtigste aber: Verbraucherinteressen heute sind in einem hohen Maß fragmentiert und: Konsum findet in der Freizeit statt. Freizeit ist eine zu kostbare Angelegenheit, um sie in die Durchsetzung konkreter Verbraucherinteressen zu „investieren“. Nur einmal hat es in den 1980er-Jahren eine kleine Gruppe von Verbrauchern geschafft, bei einem Unternehmen

formal mitzuwirken. Das waren die „Citroenists“, Besitzer von Autos der Marke Citroen, die sich in Frankreich zusammengeschlossen und es kurzfristig bis zu einem Sitz im Aufsichtsrat des Herstellers geschafft haben. Diese Initiative gab es allerdings nur kurz (Kollmann 2010 b).

Durch den Zerfall in viele lose Milieus sind „die Verbraucher“ an sich überhaupt kein politisch-ökonomisch relevanter Akteur, sondern eine zwar durchaus differenzierte, jedoch unberechenbare „Masse“. Ein dezidiertes Verbraucherinteresse an sich gibt es in vielen Fällen nicht (mehr).

Das ist übrigens auch eines der Probleme von Verbraucherorganisationen heute.

9.3 Medien

Für Medien gilt im Prinzip das Gleiche wie für Verbraucher oder Leser – sie zerfallen in „Milieus“, deren Interessen (qua Lesergruppen) unterschiedlich sind. Von anspruchslos und unterhaltungsorientiert bis anspruchsvoll im Sinn einer reflektierten Berichterstattung.

Sich von den heutigen Medien viel an Unterstützung für einen Rekurs auf Ökologie und Nachhaltigkeit zu erwarten, wäre eine Illusion. Moderne Medien sind an Leserzahlen orientiert, das typische Beispiel ist das sogenannte Privatfernsehen, das ja nicht dazu geschaffen wurde, eine Bildungskonkurrenz zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen zu eröffnen, sondern um Geld zu verdienen. Die USA haben diese postdemokratische Struktur vorgezeichnet: mit allem, was sich irgendwie anbietet, Geld verdienen (Kollmann 2012 b). Egal, ob es das „gegenseitige Gängelungsverhalten der Bürger“ (Jensen 2009), die künstliche Aufregung um seichte Fernsehunterhaltung oder die Jagd nach „Schnäppchen“ ist.

9.4 Politische Parteien

Sie sind die gestaltenden Kräfte in repräsentativen Demokratien, sie bilden Regierungen und machen Gesetze auf nationaler Ebene. Für konservative Parteien wäre das Thema Nachhaltigkeit, in Hinblick auf ihre Klientel, wohl kein Thema. Bleiben also sozialdemokratische, linke und grüne Parteien, die auch schon von ihrer grundsätzlichen historischen Reichweite dafür infrage kämen.

Jedoch sind auch sie schon zu sehr in eine auf Wählerzustimmung verfaßte Medienstruktur verfangen, um hier aus der „kurzfristigen Wählerfalle“ herauskommen zu können. Außerdem haben Parteien längst ihre Aktivitäten im Bereich politischer Bildung aufgegeben, und sie werden bei dem hohen Misstrauen, mit dem die Bevölkerung der Politik gegenübersteht (Kollmann, Kautsch 2011), kaum komplexe neue Felder bearbeiten wollen, die zudem mit viel Bildungsarbeit verbunden wären. Suffizienzziele und Arbeitszeitverkürzung sinnvoll durchzusetzen, benötigte umfassende Bildungsarbeit.

Das betrifft auch die „freie Zeit“ der Menschen, denn mehr Freizeit bedeutet heute meist mehr Konsum, da die Mehrheiten konsumbasierte Freizeitmuster gewöhnt sind.

Suffizienzziele, eine kritische Auseinandersetzung mit der Konsumgesellschaft, verträgt sich auch nicht mit kurzfristig orientiertem Pragmatismus, der heute die Politik politischer Parteien dominiert. Der Fraktionsführer der Sozialdemokraten im Europäischen Parlament droht mit diesem Realismus ziemlich unverhohlen: „Wobei es immer um Umsetzbarkeit geht. Ich habe nichts von linken Profilen, wenn es nicht überzeugend oder durchsetzbar erscheint.“ (Mayer 2012)

9.5 Gewerkschaften, Verbraucherorganisationen, NGO

Diese Verbände wären mögliche Akteure. Gewerkschaften haben die Arbeitszeitverkürzungen des letzten Jahrhunderts durchgesetzt, und sie haben inzwischen auch eine gewisse Sensibilität für Umweltfragen entwickelt (DGB 2010). Ihr interessenspolitischer Kernbereich ist allerdings der Erwerbsarbeitsplatz geblieben; für eine strukturell andere Interessenspolitik – und das wäre eine Suffizienz- oder Nachhaltigkeitspolitik zweifellos – werden sich Gewerkschaften nicht sehr begeistern können, auch hier dominiert Pragmatismus.

Und: Das Wachstumsparadigma ist gerade bei den Gewerkschaften ganz wesentlich mit ihren Kernzielen verschweißt: Verteilungspolitik qua Tariflohnerhöhungen, Arbeitsplatzsicherheit, neue Arbeitsplätze, betriebliche Mitbestimmung.

9.6 Verbraucherorganisationen

Sie haben sich schon früh mit Umweltfragen des Konsums beschäftigt. Und sie haben dabei ihr Leitbild gespalten. Einerseits die traditionelle „Opferperspektive“ (Verbraucher sind Opfer der Marktmacht der Anbieter) beibehalten, andererseits eine nachhaltigkeitsorientierte „Akteursperspektive“ (Verbraucher können mit dem Kauf nachhaltiger Güter alles in Richtung Nachhaltigkeit lenken) entwickelt (Kollmann 2010).

Jedoch sind auch Verbraucherorganisationen in den pragmatischen Diskurs von Interessenspolitik hineingezwungen. Sie müssen ihre Legitimität durch geschaffene pragmatische Fortschritte belegen und sich dabei in die Sprache und die Denkmodelle der interessenspolitischen Auseinandersetzungspartner (Ministerien, Unternehmerverbände, Medien, der EU) einfügen (Kollmann 2011 b). Damit landen sie in einer Gegenwart, in der Nichtwachstum, Arbeitszeitverkürzung und Umverteilung sprachlich und vorstellungsmäßig nicht vorgesehen sind.

9.7 Bleiben umweltorientierte NGO ...

Also Organisationen wie attac, Greenpeace, WWF, Global 2000 und viele andere. Können und wollen diese Umweltgruppen Suffizienzziele (und Arbeitszeitverkürzung sowie Umverteilung) glaubhaft vertreten, um so entsprechenden Druck auf andere Interessensorganisationen (Gewerkschaften, Verbraucherverbände) und politische Parteien in Hinblick auf ordnungspolitisches Handeln aufzubauen? Dies wäre ja die Funk-

tion von NGO: als Akteure auf andere, etablierte gesellschaftliche Akteure einzuwirken.

Versucht man den Aktivitäten dieser Gruppen hinterherzuspüren, fällt die Bilanz bescheiden aus. Es sind punktuelle Dinge, die sie in die Öffentlichkeit befördern, und sie dürften dabei die Grenzen der Aufnahmefähigkeit dieser Öffentlichkeit ganz gut kennen. Die Themen: Indianer und Fischfang, Wale; Tiger, Amazonas; Atomstrom und die Ölpest im Nigerdelta; Eurokrise, Neonazis, menschliches Banking; Kröten.

Diese Themen entsprechen den Sentiments der politikverdrossenen Bürger, und sie passen irgendwie zu den kommerziellen Keilmethoden, mit denen sich viele Umweltgruppen ihre Mitgliedsbeiträge sichern.

In vielen Dingen sind auch diese Öko-NGO den wirtschaftlichen Partikularinteressen der Unternehmensseite auf den Leim gegangen. Drei Dinge seien hier stellvertretend erwähnt: das Glühlampenverbot bzw. die zwangsweise Durchsetzung der Energiesparlampen, die Elektromobilität mit dem E-Auto und dem E-Fahrrad, schließlich die Kooperation mit den großen multinationalen Unternehmen (Huismann 2012).

Punktuelle Schwerpunkte, eine verstreute Politik – jedoch große strukturelle Veränderungen haben diese NGO's offenbar nicht im Sinn. Ihre Aktivitäten wirken eher als kritische Begleitmusik zum Alltag. Und man sieht sie ja auch bei den Weltklimakonferenzen auftreten – natürlich fliegen auch Umweltschützer gern einmal wohin, um mediengerecht für ihre spendengestützte Organisation Stellung zu nehmen.

9.8 Noch einmal zurück zu den Medien

Medien können massiven Einfluss auf ihre Leser (Hörer, Seher) nehmen, vor allem durch das Aufspringen auf Themen. Marc Brost hat das kürzlich (in einem anderen Zusammenhang) aus der Perspektive der Journalisten (auch von sog. Qualitätszeitungen) hübsch beschrieben (Brost 2012):

„Es ist etwas verrutscht in der journalistischen Arbeit: der Maßstab nämlich, welches Thema groß ist und welches klein; welches wichtig ist und welches nicht. Dazu gehört auch die Frage, wann aus einer Recherche eine Kampagne wird. (...) Die Verunsicherung vieler Medien darüber, was bei den Lesern oder Zuschauern (noch) zieht, führt dazu, dass Journalisten häufig das schreiben, was andere Journalisten schreiben. Herdentrieb nennt man das. Er wird verstärkt durch die Onlinemedien: Wenige Nachrichtenseiten geben am Morgen den Takt (und oft den zynischen Tonfall) des Tages vor. In den Printredaktionen wiederum werden Journalisten kaum dafür kritisiert, wenn in der eigenen Zeitung dieselben Fakten oder Einschätzungen stehen wie bei der Konkurrenz – wohl aber dann, wenn etwas fehlt, was die Konkurrenten haben. All das verstärkt den Gruppendruck.“

Boulevardmedien blasen heute allerdings minimale Treibstoffpreissteigerungen oder marginale Verbraucherpreisindexsteigerungen oft ins Unermessliche auf. Deren Leser, ohnedies nicht firm im Prozentrechnen oder grundsätzlichem Wirt-

schaftswissen (Kollmann 2011 a), fangen dann – gefühlt – zu toben an, und die Politik fühlt sich in der Folge meist veranlasst, diesen Anlässen und diesem Agendasetting hinterherzuspringen. So ist eine Suffizienzstrategie allerdings nicht zu schaffen.

10 Ernüchterung macht sich letztlich breit

Diese kleine Umschau gestaltete sich ziemlich ernüchternd. Wir wissen zwar, eine Umkehr beim Konsum, beim Wachstum, in der Struktur der Gesellschaften wäre dringend notwendig. Es gibt aber offenbar keine impulsgebenden und gestaltungsfähigen Akteure, die für eine starke Nachhaltigkeit, für Suffizienz (und ihre weiteren Ziele, wie Arbeitszeitverkürzung und Umverteilung) wirksam eintreten können oder wollen. Das ist auf den nationalen Ebenen so, auf der Europäischen Ebene ist es noch schlimmer, da die Agenda und die Diskursprache noch intensiver an dem Mantra vom Wachstum hängen. Eine politisch-ökonomische Analyse der europäischen Akteure, ihrer Arroganz und ihrer Selbstverliebtheit in die Projektion Europa steht übrigens noch aus.

Leider scheint es so: Auf längere Sicht muss man wohl echte Umweltpolitik, also die willentliche Korrektur der Lage des ausgebeuteten Planeten und eine bessere Zukunft der Menschen, als ziemlich unmöglich abschreiben. Jedenfalls finden sich heute keine relevanten gesellschaftlichen Akteure für ein solches Ziel.

Literatur

- Biermann, K (2007): Das V-Wort, in: Die Zeit 26/2007, 22. 7. 2007. <http://www.zeit.de/online/2007/26/Suffizienz/komplettansicht>
- Brake, M. (2012): Abschaffung der Glühbirne 2012 ... alles bloß ein hektischer Rechenfehler?, in: telepolis 16. 1. 2012. <http://www.heise.de/tp/blogs/2/151228>
- Brost, M. (2012): Eine Machtprobe, in: Die Zeit 3/2012, 12. 1. 2012, S. 1. <http://www.zeit.de/2012/03/01-Affaere-Wulff/komplettansicht>
- Crouch, C. (2008): Postdemokratie, Frankfurt 2008.
- UNO 2012 UNO, Agenda 21. <http://www.un.org/esa/dsd/agenda21/>
- DGB (2010): DGB – Nachhaltige Klima-, Energie- und Umweltpolitik 2010, <http://www.dgb.de/themen/+++co++9eb21c-bc27-11df-4160-00188b4dc422/@/@dossier.html>
- di Lorenzo, G. (2012): „Jean Ziegler hat recht!“, in: Die Zeit 5/2012, 26. 1. 2012. <http://www.zeit.de/2012/05/A-Brabeck-Letmathe/komplettansicht>
- EU-Kommission (2011): Energy Strategy for Europe, http://ec.europa.eu/energy/index_en.htm
- EU-Kommission (2012): Rechtsvorschriften zur Energieeffizienz. http://ec.europa.eu/energy/lumen/professional/legislation/index_de.htm
- Gudmundsson, E. (2010): Wie man ein Land in den Abgrund führt. Die Geschichte von Islands Ruin. München
- Gröger, J. (2011): Effiziente Suffizienz, Kongress: Stromeinsparung in Haushalten, Berlin 2. 12. 2011. Vortragsfolien <http://www.slideshare.net/Oeko-Institut/block-d-grgereffizientesuffizienz>
- IPCC (2012): (Intergovernmental Panel on Climate Change) der UNO, <http://www.ipcc.ch/>

Therapie des Burnout-Syndroms

Die Häufigkeit des Auftretens (Prävalenz), die Diagnostik und die Therapie des Burnout-Syndroms werden in der (Fach)Öffentlichkeit zunehmend diskutiert. Wissenschaftlich werden die unscharfe Definition und die Diagnostik des Burnout-Syndroms kritisiert. Zur Behandlung werden verschiedene Therapien mit unklarer Evidenz angeboten. Der Bericht des Health Technology Assessment (HTA, s. Kasten) befasste sich mit der Frage, welche Therapien zur Behandlung des Burnout-Syndroms eingesetzt werden, und wie wirksam diese sind.

Es wurden 17 Studien berücksichtigt. Die Studien sind sehr heterogen (Fallzahl, Stichprobe, Intervention, Messverfahren, Evidenzlevel) und haben aufgrund ihres Studiendesigns eine vergleichsweise hohe Evidenz. 13 Studien befassen sich mit der Wirkung von Psychotherapie und psychosozialen Interventionen (teilweise in Kombination mit anderen Techniken) auf die Reduktion von Burnout. Der Einsatz kognitiver Verhaltenstherapie (KVT) führt in der Mehrheit der Studien zu Verbesserungen der emotionalen Erschöpfung. Die Evidenz der Wirkung von Stressmanagementtraining auf die Reduktion des Burnout ist ebenso wie die Wirkung von Musiktherapie uneinheitlich. Zwei Studien zur Wirksamkeit der Qigong-Therapie kommen zu keinem eindeutigen Ergebnis.

Trotz einer Reihe von Studien mit hohen Evidenzleveln haben die Aussagen zur Wirksamkeit von Burnout-Therapien vorläufigen Charakter und sind von begrenzter Reichweite. Die Wirkung der Therapien, die zur Behandlung des Burnout-Syndroms eingesetzt werden, ist unzureichend erforscht. Es liegt nur zur Wirkung der KVT eine hinreichend große Anzahl von Studien vor, die die Wirksamkeit der KVT belegen. Es fehlen große langfristig angelegte experimentelle Studien, die die einzelnen Therapien in ihrer Wirkung vergleichen und evidenzbasiert evaluieren. Auch die ohne Einfluss einer bestimmten Therapie erreichte „natürliche“ Erholung ist näher zu untersuchen. Es ist außerdem zu prüfen, inwieweit Therapien und ihre mögliche Wirkung durch die Bedingungen am Arbeitsplatz und die Arbeitsplatzsituation konterkariert werden.

D. Korczak, M. Wastian., M. Schneider

Mit Health Technology Assessment (HTA) wird die systematische wissenschaftliche Bewertung gesundheitsrelevanter Maßnahmen (Impfungen, medizinische Behandlungen, Vorsorgemaßnahmen, etc.), bezeichnet. HTA untersucht die Wirksamkeit, Sicherheit und Wirtschaftlichkeit sowie soziale, ethische, juristische und organisatorische Auswirkungen einer gesundheitlichen Intervention und dient als Grundlage für Entscheidungen im Gesundheitssystem. Die Deutsche Agentur für Health Technology Assessment (DAHTA) des Deutschen Instituts für Medizinische Dokumentation und Information (DIMDI), Köln, veröffentlicht HTA-Berichte. Sie decken verschiedene Themen aus Prävention, Diagnostik, Therapie, Rehabilitation, Pflege oder Methodik ab. (Quelle: <http://www.dimdi.de/static/de/hta/index.htm>, 09.09.2012)

Fortsetzung von Seite 137

Huisman, W. (2012): Schwarzbuch WWF. Dunkle Geschäfte im Zeichen des Panda. Gütersloh

Jennsen, J. (2011): Unterwegs zur Plutokratie, in: Die Zeit 1. 9. 2011.

<http://www.zeit.de/2011/36/Finanzkrise-Demokratie/komplettansicht>

Kirsch, G. (1993): Neue Politische Ökonomie, Düsseldorf

Klafl, C. (2011): Aiginger: Zum Wirtschaftswachstum verdammt, in: Kurier, 29. 12. 2011, <http://kurier.at/wirtschaft/4479282-aiginger-zum-wirtschaftswachstum-verdammt.php>

Kollmann, K. (1993): Neuorientierte Verbraucherpolitik. Wien.

Kollmann, K. (2009): Die gestörte Elektro-EU, in: telepolis 27. 4. 2009, <http://www.heise.de/tp/artikel/30/30166/1.html>

Kollmann, K. (2010 a): Benötigt die Verbraucherpolitik eine Verbrauchertheorie? in: Wirtschaft und Gesellschaft 1/2010, S. 79 – 93.

Kollmann, K. (2010 b): Über KonsumentInnenmitbestimmung wurde immer wieder nachgedacht - allerdings umgesetzt wurde sie bislang nicht, in: Arbeit und Wirtschaft, 2/2010, http://www.arbeit-wirtschaft.at/Servlet/Content-Server?pagename=X03/Page/Index&n=X03_1_a_2010_02.a&cid=1266398066108

Kollmann, K., Kautsch I. (2011): Kaufsucht in Österreich – 2011. Kurzbericht zur achten österreichischen Kaufsuchtgefährdungstudie. Materialien Konsumentenpolitik 2/2011, Wien <http://www.arbeiterkammer.at/bilder/d163/kaufsucht11.pdf>.

Kollmann, K. (2011 a): Ein anderes Wirtschafts-Wissen brauchen wir!, in: te-

lepolis 07.08.2011, <http://www.heise.de/tp/artikel/35/35242/1.html>

Kollmann, K. (2011 b): Verbraucher, Verbraucherpolitik und Nachhaltigkeit, in: Holger Rogall (Hg.): Jahrbuch Nachhaltige Ökonomie 2011/2012, Marburg 2011, S. 333 – 354.

Kollmann, K. (2012): Island – das kleine kalte Labor, in telepolis, 26. 1. 2012, <http://www.heise.de/tp/artikel/36/36269/1.html>

Linz, M. (2006): Was wird dann aus der Wirtschaft? Über Suffizienz, Wirtschaftswachstum und Arbeitslosigkeit. Wuppertal Papers Nr. 157, Januar 2006, Wuppertal http://www.wupperinst.org/uploads/tx_wibeitrag/WP157.pdf

Mayer, T. (2012): Interview mit Hannes Swoboda, in: Der Standard, 13. 1.2012, <http://derstandard.at/1326466455034/Ich-will-eine-breitere-Auseinandersetzung-ueber-Europa-in-der-SPOe>

WKO (2009): Kampagne der Wirtschaftskammer Österreich 2009 ff., http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=360271&DstID=363

Univ. Prof. Ing. Dr. Karl Kollmann

AK-Wien, Stellv. Abteilungsleiter, Abt. Konsumentenpolitik
Institut für Technologie und Nachhaltiges Produktmanagement

Wirtschaftsuniversität Wien,

Postadresse: AK-Wien

Prinz Eugen Straße 20 – 22, 1040 Wien

Österreich

E-Mail: karl.kollmann@akwien.at