

DOKUMENTATIONEN

12/2017

Große Transformation und die Medien – Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation

Tagungsbericht

DOKUMENTATIONEN 12/2017

Umweltforschungsplan des
Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Forschungskennzahl 3717 11 108 0

Große Transformation und die Medien – Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation

von

Dipl.-Verw.Wiss. Roland Zieschank
Forschungszentrum für Umweltpolitik/Freie Universität Berlin, Berlin

Manfred Ronzheimer
Freier Wissenschaftsjournalist, Berlin

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber:

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
info@umweltbundesamt.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt

Durchführung der Studie:

Forschungszentrum für Umweltpolitik/Freie Universität Berlin
Innestrasse 22
14195 Berlin

Manfred Ronzheimer
Freier Wissenschaftsjournalist, Berlin
Lauterstraße 35
12159 Berlin

Abschlussdatum:

November 2017

Redaktion:

Fachgebiet I 1.1 Grundsatzfragen, Nachhaltigkeitsstrategie, -szenarien,
Ressourcenschonung
Martina Eick

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>

ISSN 2199-6571

Dessau-Roßlau, Dezember 2017

Das diesem Bericht zu Grunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit unter der Forschungskennzahl 3717 11 108 0 finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung

In Zusammenarbeit von Forschungszentrum für Umweltpolitik an der FU Berlin, der Evangelischen Akademie Berlin und dem Wissenschaftsjournalisten Manfred Ronzheimer 2017 fand am 10. und 11. Juli 2017 eine Tagung zum Thema „*Große Transformation und die Medien. Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation*“ statt, mit Unterstützung des BMUB/UBA sowie dem Bund für Umwelt und Naturschutz und der Bundeszentrale für Politische Bildung. Sie ist die dritte in einer Veranstaltungsreihe und befasst sich mit der Frage, welche neuen Kommunikationsstrategien bei politischen Akteuren, auf Seiten der Wissenschaft und Zivilgesellschaft, aber auch in den Medien schon entstehen und noch entstehen müssten, um einer "Großen Transformation" den Weg zu ebnen.

Denn über die letzten Jahre hinweg sind immer neue Studien, Forschungsberichte und „good practise“-Beispiele vorgestellt worden, die einen Beitrag zu dieser "Großen Transformation" leisten könnten: Verknüpfung der Energie- mit der Verkehrswende, neues Wirtschaften im Zeichen der planetaren Grenzen sowie anspruchsvolle Empfehlungen für eine Nachhaltigkeitspolitik oder für zukünftige gesellschaftliche Wohlfahrt stellen einige Schwerpunkte dar. Wie aber können die notwendigerweise komplexen Zusammenhänge kommuniziert werden – und zwar nicht allein auf der Problemseite, also den Herausforderungen, welchen sich Gesellschaften im Anthropozän stellen müssen, sondern vor allem auf der *Lösungsseite*?

Während viele Erkenntnisse im Lichte der Wissenschaft standen, verblieben sie gleichzeitig im Schatten der (Massen-)Medien. Recht deutlich zeichnet sich als Restriktion ein Strukturwandel in der Medienlandschaft ab, sowohl ökonomisch, technisch, sozial und kulturell, mit weitreichenden Implikationen insbesondere für die klassischen Printmedien und ihre Rolle im demokratischen Gemeinwesen.

Umweltpolitik ist inzwischen (auch) Gesellschaftspolitik und tangiert mehr oder weniger fast alle Lebensbereiche - notwendig ist umso mehr ein gesellschaftlicher Resonanzraum für Diskurse, anstehende Entscheidungen und Umorientierungen.

Wie dieser öffentliche Resonanzraum unterstützt werden könnte, sollte nicht zuletzt am Beispiel der Ambivalenz permanenten wirtschaftlichen Wachstums erörtert werden. Es ging um die Fähigkeit des Mediensystems, diese Informationen sowohl aufzunehmen als auch in diverse Empfängerkreise zu transportieren. Dazu wurden auch neue Erzählweisen (Narrative) einbezogen, die den Medienbereich übersteigen, weil sie gesamtgesellschaftliche Bewusstseinslagen abbilden und beeinflussen.

Hierzu wurden Expertinnen und Experten sowie Vertreterinnen und Vertreter aus der Praxis in den Bereichen Umweltpolitik, Medien und NGOs eingeladen. Aus dem Diskurs sollen Schlussfolgerungen für den weiteren Umgang mit dem Thema eines umweltpolitischen Wissenstransfers gezogen werden.

Abstract

The conference on the subject of the “*Great Transformation and the Media. Alternatives to Growth as a Model of Communication*” took place on the 10th and 11th of July 2017. It was a collaboration between the Environmental Policy Research Centre, Freie Universität, Berlin, the Evangelical Academy Berlin and the science journalist Manfred Ronzheimer, and with support from the BMUB/UBA as well as the Friends of the Earth Germany and the Federal Agency for Civic Education. The third in a series of events, it addressed the question of what new communication strategies already exist or need to be created by political agents, in the areas of science and society and also by the media in order to pave the way to the “Great Transformation”.

In recent years increasingly more new studies, research reports and examples of “good practice” have been presented which could contribute to this “Great Transformation”: linking the energy and transport transitions, new economic activity acknowledging Planetary Boundaries as well as ambitious recommendations for sustainability policy or for future social welfare present just some of the areas of focus. But how can the inevitably complex relationships be communicated – not only about the problems or the challenges that societies in the Anthropocene must face, but also regarding the *solutions*.

The many findings are illuminated by science, but at the same time remain in the shadows when it comes to the (mass) media. This presents a very significant restriction to structural change in the media landscape, economically but also technical, socially and culturally with far-reaching implications, in particular, for classical print media and its role in democratic polity.

In the meantime, environmental policy has (also) become social policy and affects almost all areas of life to a greater or lesser extent – so it is even more necessary to find social resonance for discourse, upcoming decisions and reorientation.

How this public resonance can be supported should be addressed, not least of all, as an example of the ambivalence of permanent economic growth. It is about the ability of the media system to both embrace this information and to convey it to diverse audiences. In addition, new narratives will be included which go beyond the media, because they depict and influence the macro-social consciousness.

For this purpose, experts, representatives from the fields of environmental policy, media and NGOs were invited. The discourse led to conclusions being reached for further work on the topic of environmental knowledge transfer.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis.....	10
Zusammenfassung.....	12
Summary	18
1 Einleitung: Anlass für die Tagung am 10./11. Juli 2017	24
2 Kontext und Hintergrund	24
2.1 Tagungsprogramm 2017.....	28
3 Anmerkungen zum Aufbau und der Struktur des Tagungsprogramms.....	36
3.1 Kurzporträts der Referentinnen und Referenten.....	37
4 Beiträge der Referenten und Referentinnen.....	39
4.1 Wachstum über alles. Zur Etablierung eines Paradigmas durch die Medien Ferdinand Knauß, Wirtschaftswoche, Düsseldorf	39
4.2 Alternative 1: Die Große Transformation – wie wird sie in Wissenschaft, Politik und Gesellschaft kommuniziert? Prof. Dr. Kai Niebert, Präsident des DNR, Univ. Zürich.....	41
4.3 Alternative 2: Der Nationale Wohlfahrtsindex (NWI): Resonanz und Ignoranz Roland Zieschank, Forschungszentrum für Umweltpolitik, Berlin	42
4.4 Alternative 3: Wachstum im Wandel – Erfahrungen mit der Kommunikation integrierter Nachhaltigkeitspolitik in Österreich. Mag. Elisabeth Freytag-Rigler, Ministerium für ein lebenswertes Österreich, Wien	44
4.5 „Der gut informierte Bürger“ (A. Schütz) – Die Umweltbewusstseinsstudie als Spiegel. Michael Marten / Dr. Rainer Benthin, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit Dr. Gerd Scholl, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung, Berlin.....	46
4.6 Grüner Journalismus – Zum Spannungsfeld zwischen Neutralität und Transformation. Prof. Dr. Torsten Schäfer, Hochschule Darmstadt.....	49
4.7 Wie kommt das Anthropozän in die Redaktion? Petra Pinzler, Die ZEIT	53
4.8 Eine gesellschaftsdienliche Perspektive für die (neuen) Medien. Prof. Dr. Thomas Leif, SWR Fernsehen, Wiesbaden.....	56
4.9 Mediengenossenschaften als neuer Baustein der Informationsgesellschaft. Karl- Heinz Ruch, Geschäftsführer der Tageszeitung (taz), Berlin.....	58
4.10 Partizipativer Journalismus – Bürger schreiben über Zukunftsthemen. Manfred Ronzheimer, Journalist, Berlin	59
4.11 ‚Suffizienz in Kommunen‘ – Die Kommunikation zu einem Kern nachhaltigen Wirtschaftens. Christine Wenzl, Bund für Umwelt- und Naturschutz (BUND), Berlin	61
4.12 Die Kommunikation zur Wachstumswende. Prof. Dr. Hermann Ott, Projekt Fokus Wachstumswende (und Wuppertal-Institut) Berlin	63
4.13 Ökotopia – Rückblick auf eine ökologische Zukunftsvision.....	64

4.14	Was ist die grüne Erzählung? – Narrationsformate in der Politik. Ole Meinefeld, Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin	66
4.15	Innovationen im Bereich Bildung für Nachhaltige Entwicklung. Dr. Joachim Borner, Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung gGmbH, Berlin	67
4.16	Wissenskommunikation: Prinzip Hoffnung oder aktive Zukunftsvorsorge? MinDirig. Wilfried Kraus, Leiter der Abteilung „Nachhaltigkeit, Klima, Energie“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, Bonn.....	69
4.17	Podiumsdiskussion: Rendezvous mit der Zukunft – Narrative für die Große Transformation. Christian Füller, Chefredakteur ‚der Freitag‘ Berlin, Michael Müller, Parl. Staatssekretär a.D.; Vorsitzender Kommission Lagerung hoch radioaktiver Abfallstoffe, Berlin, Ernst-Christoph Stolper, stellv. Bundesvorsitzender des BUND, Berlin.....	73
5	Synthese der Ergebnisse	76
6	Ausblick	83
7	Anlagen: Kurzberichte zu den Tagungen 2015 und 2016 auf Schwanenwerder	88
7.1	Tagung „Große Transformation und ihre Kommunikation: Ein Change-Prozess im Schatten der Medien“, 1. – 2. Juni 2015, Berlin.....	88
7.2	Tagung „Blackout Planet“: Die Große Transformation und das Schweigen der Medien, 20. – 21. Juni 2016, Berlin	97
8	Quellenverzeichnis	109

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mag. Freytag-Rigler.....	44
Abbildung 2: Live-Schaltung zu Dr. Leif.....	56
Abb 3: Klein, Ronzheimer, Quistorp (v.l.).....	64
Abbildung 4: MinDirig. Kraus.....	69
Abbildung 5: Stolper, Zieschank, Müller, Ronzheimer, Füller.....	73
Abbildung 6: Diskussion mit dem Publikum.....	75
Abbildung 7: Tagung 2015.....	95
Abbildung 8: Teilnehmer/Mittagspause der Tagung.....	96

Abkürzungsverzeichnis

BfN	Bundesamt für Naturschutz
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
BMVI	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
BNE	Bildung für Nachhaltige Entwicklung
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
CETA	Comprehensive Economic and Trade Agreement
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DNR	Deutscher Naturschutzring
EU	Europäische Union
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
FCKW	Fluorchlorkohlenwasserstoffe
FEST	Forschungsstätte der Evangelischen Studiengemeinschaft
FFU	Forschungszentrum für Umweltpolitik an der Freien Universität Berlin
FONA	Forschung für Nachhaltige Entwicklung
G20	Gruppe der zwanzig wichtigsten Industrie- und Schwellenländer
GDP	Gross domestic product – Bruttoinlandsprodukt
IfK	Institut für Konjunkturforschung
Ifo	Institut für Wirtschaftsforschung
IÖW	Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung
KMGNE	Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung
NGOs	Non governmental organisations – Nicht-Regierungsorganisationen
NWI	Nationaler Wohlfahrtsindex
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OEEC	Organisation für europäische wirtschaftliche Zusammenarbeit
ONS	Office for National Statistics, statistisches Amt des Vereinigten Königreichs
SDGs	Sustainable Development Goals

SRU	Sachverständigenrat für Umweltfragen
SWR	Südwestrundfunk
taz	die Tageszeitung, Berlin
TTIP	Transatlantic Trade and Investment Partnership – Transatlantisches Freihandelsabkommen
UBA	Umweltbundesamt
UFZ	Umweltforschungszentrum Halle-Leipzig
USA	United States of America
VDW	Vereinigung Deutscher Wissenschaftler
WASCAL	Westafrikanisches Klimazentrum
WBGU	Wissenschaftlicher Beirat Globale Umweltveränderung der Bundesregierung
WÖM	Wissenschaft, Öffentlichkeit, Medien

Zusammenfassung

Am 10. und 11. Juli 2017 fand in der Ev. Bildungsstätte auf Schwanenwerder die Tagung „Große Transformation und die Medien – Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation“ statt.

Die Tagung beleuchtete die Rolle der Medien im anstehenden Transformationsprozess, ein gewisses Versagen bei der Darstellung komplexer Sachverhalte und fragte, wie alternative gesellschaftliche Leitideen initiiert und kommuniziert werden können, die von einem anderen Fortschritt erzählen. Dies betrifft nicht allein die Medien, sondern auch Wissenschaft und Politik stehen vor neuen Herausforderungen der Kommunikation von Lösungsstrategien.

Die Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert. Die Umweltprobleme unserer Zeit sind so gravierend, dass in vielen Fällen die ‚Planetary Boundaries‘ – die ökologischen Belastungsgrenzen – bereits überschritten sind. Es bleibt nicht mehr viel Zeit, um Umweltschäden zu beheben und den Klimawandel aufzuhalten. Neben den Bereichen Energie, Verkehr und Landwirtschaft sind dringend weitere grundlegende Veränderungen nötig: ein Umdenken in Richtung weniger Wachstum, einer „Grünen Wirtschaft“ und letztlich auch weniger Massenkonsum.

Optimistisch kann stimmen, dass es viele Lösungsansätze gibt, die in der Wissenschaft wie auch in der zivilgesellschaftlichen Praxis erarbeitet worden sind. Allerdings werden diese Ansätze viel zu wenig in der Öffentlichkeit diskutiert. Es braucht für ein Umdenken und Umsteuern eine rege gesellschaftliche Debatte und übergreifende Akzeptanz. Die Tagung beschäftigte sich daher zentral mit der Frage, wie über die Medien Lösungsansätze besser kommuniziert werden können.

Die Tagung war bereits der dritte Teil einer Veranstaltungsreihe zum Thema „Große Transformation“ und deren politische Kommunikation, die in den Jahren 2015 und 2016 am gleichen Ort in Schwanenwerder stattfanden. Die ersten beiden Teile nahmen die jeweiligen Aktivitäten der Wissenschaft und der Politik in den Fokus, während es nun vor allem um neue Kommunikationsstrategien ging.

Die Veranstaltung mit rund 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern richtete sich eher an ein Fachpublikum: An Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Vertreterinnen und Vertreter aus dem Bereich der zivilgesellschaftlichen Organisationen, der Politik und der Medien. Willkommen waren auch Bürgerinnen und Bürger, die ein Interesse am Thema einer grüneren Wirtschaft und Fragen ihrer besseren Kommunikation haben.

Ausgangspunkt: Wirtschaftswachstum als Katalysator des Anthropozäns

Im ersten Block gab der Düsseldorfer Wirtschaftsjournalist Ferdinand Knauß (Wirtschaftswoche) in einem Einführungsbeitrag unter dem Titel „Wachstum über alles. Zur Etablierung eines Paradigmas durch die Medien“ einen historischen Überblick über die Entwicklung des Wachstumsbegriffs, aus dem er einen Appell an Wirtschaftsjournalisten und Wirtschaftsjournalistinnen und auch die Wirtschaftspolitik ableitete, wieder ein Geschichtsbewusstsein zu entwickeln, um das Wachstumsparadigma zu überwinden. Knauß nannte als „tieferen Grund“ für diese Fixierung „die historische Blindheit des Wirtschaftsjournalismus nicht nur gegenüber der Geschichte, sondern auch gegenüber der historischen Bedingtheit der eigenen Überzeugung.“ Auch in Wirtschaftslexika fehle jede historische Einordnung des Wachstumsbegriffs. Ein Bewusstsein dafür zu gewinnen, dass Wirtschaftswachstum ein geschichtlich bedingtes Phänomen ist, sei gleichzeitig eine Voraussetzung dafür, sich zukünftig davon zu verabschieden.

Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Moderne

Als eine Antwort auf die Frage nach Alternativen zu einem quantitativen Verständnis von Wohlstandssteigerung hob der Züricher Nachhaltigkeitswissenschaftler Kai Niebert die Rolle der Semantik hervor – die Suche nach und Verbreitung von verständlichen Begriffen. Die komplexen Probleme und Lösungswege, die sich im Zusammenhang mit Anthropozän und Nachhaltigkeit stellen, müssten auf für alle verständliche Begriffe heruntergebrochen werden. So schlug Niebert vor, nicht mehr vom „Kohleausstieg“ zu sprechen, sondern von „sauberer Energie“, nicht mehr von der „Ökosteuer“, sondern von einer „Verschmutzungsabgabe“, nicht mehr von „Dekarbonisierung“, sondern von der „Erneuerung der Infrastruktur“.

Als Beispiel einer direkten Wissensvermittlung, mittels Netzwerken und persönlicher Kommunikation, wurde von Roland Zieschank vom Forschungszentrum für Umweltpolitik an der FU Berlin der ‚Nationale Wohlfahrtsindex‘ angeführt. Dieser, das Bruttoinlandsprodukt ergänzende, aber den gesellschaftlichen Wohlstand um ökologische und soziale Folgekosten bereinigte Index entstand zwar aus einem UBA-Forschungsvorhaben, inzwischen ist er aber als ein konzeptioneller wie gleichermaßen empirischer Einstieg in Diskurse und Entscheidungen zu einer anderen Wohlfahrtsentwicklung in Deutschland bekannt geworden. Ein im wissenschaftlichen Raum entstandenes Indikatoreninstrument hat sich somit „über die Zeit als ein geeignetes Kommunikationsinstrument für den gesellschaftlichen Raum erwiesen.“

Elisabeth Freytag-Rigler vom Ministerium für ein lebenswertes Österreich in Wien stellte die Initiative „Wachstum im Wandel“ vor, die vom österreichischen Ministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft initiiert wurde und mehr als 20 Organisationen vereint, die sich explizit mit Fragen zu Wachstum, Wohlstand und Lebensqualität auseinandersetzen. Das aus deutscher Sicht ungewöhnliche und insofern innovative Spektrum reicht beispielsweise vom Bundesministerium für Finanzen über die österreichische Nationalbank bis hin zum Handelskonzern REWE-Group und der Europäischen Umweltagentur. Inzwischen ist die Initiative auf europäischer Ebene angekommen, wo Frau Freytag-Rigler in vielen Gruppierungen und auf mehreren Ebenen mitarbeitet. Herz der Initiative sind Konferenzen, aber auch Zukunftsdossiers, Stakeholder-Dialoge oder Publikationen. Diese Aktivitäten in Österreich zeigen, dass es nicht nur inhaltliche Überlegungen zu einem neuen Verständnis von wirtschaftlicher Entwicklung gibt, sondern auch die Integration solcher Konzepte in andere staatliche Einrichtungen und in Teile der Gesellschaft ein gutes Stück vorangekommen ist – zumindest von der Informationsseite her.

Wer erzählt die Geschichten zur Großen Transformation? Beispiele aus Politik, Wissenschaft und Medien

Im zweiten Tagungsblock stellten Michael Marten und Rainer Benthin vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, sowie Gerd Scholl vom Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung die Ergebnisse der neuen Umweltbewusstseinsstudie für Deutschland vor. Sie ergab, dass das Problembewusstsein in der deutschen Bevölkerung für Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes gleichbleibend hoch ist und für die Mehrheit der Befragten ein „Weiter so“ keine Lösung darstellt. Allerdings war die Mehrheit der Befragten 2016 vom künftigen Erfolg der Klimapolitik noch nicht überzeugt. Es werde zu wenig für Umwelt- und Klimaschutz getan. Stärkere Beachtung findet inzwischen, dass Umwelt und Klimaschutz immer mehr auch eine Frage der sozialen Gerechtigkeit sind. Die Umweltbewusstseinsstudien stellen gewissermaßen einen Spiegel der gesellschaftlichen Resonanz auf ökologische Problemlagen wie auch notwendige Abhilfestrategien dar – auf diese Weise geben sie auch Impulse für Kommunikationsaktivitäten des Umweltministeriums und des Umweltbundesamtes.

Torsten Schäfer, der an der Hochschule Darmstadt eine Professur für Journalismus innehat, stützte in seinem Vortrag zum Thema „Grüner Journalismus: Spannungsfeld zwischen Neutralität und Transformation“ die semantische Kritik von Niebert. Begriffe wie „Große Transformation“ oder „Anthropozän“

seien in der Bevölkerung kaum oder nicht bekannt, da es sich quasi um „Szenebegriffe“ der Wissenschaft handele. Daher müssten Journalisten eine Sprache finden, mit der sie die Leser erreichen können. Schäfer sprach sich gleichwohl für die Benutzung des Begriffs der Nachhaltigkeit aus, weil dieser „bereits tiefen Eingang in regionale, nationale und globale Rechtsregime, Politikprogramme und Märkte und Unternehmen gefunden“ habe. Nachhaltigkeit muss hierbei über die ökologische und ökonomische Dimension hinaus gedacht werden und auch soziale Gerechtigkeit mit einbeziehen. Im Einzelnen lieferte Schäfer detaillierte Vorstellungen zur Entwicklung der kommunikativen Seite.

Auch wenn die Wissenschaft immer mehr Indizien zur Faktizität des Anthropozäns sammelt, spiegelt sich diese Situation kaum, in jedem Fall aber zuwenig in den Medien selbst und dringt als Beschreibung der Gegenwart nicht bis in den Kern der Zeitschriftenredaktionen vor, wie die ZEIT-Redakteurin Petra Pinzler aus der journalistischen Praxis berichtete. Der Sachverhalt erscheine zu groß und zu komplex, um schnell in einen Newsstrom integrierbar zu sein, oder dem imaginären Leser verständlich vermittelbar zu sein. Überspitzt formuliert, leben die Menschen zwar inzwischen im Anthropozän und unterliegen massiven ökologischen Veränderungen, aber darüber schreiben können viele Massenmedien nicht.

So bleibt es häufig noch bei medialen Facetten und Splittern, bestenfalls beispielhaften Geschichten und Berichten. Andererseits gibt es auch Zeichen für ein Umdenken in Redaktionen, beispielhafte Lösungen – etwa zur Verkehrswende – könnten aufgegriffen und in größere Zusammenhänge gestellt werden. Anzustreben sei außerdem eine Form des "Hintergrundbewusstseins" von Nachhaltigkeit, das dann in die verschiedenen Sparten der Redaktionen und die tägliche Erstellung von Artikeln einfließen sollte.

Der Wandel in der Medienlandschaft und die neuen Akteure

Im dritten Tagungsblock wurde eingangs ein übergreifender Bogen geschlagen, weil unter dem Leitmotiv der Tagung gleichfalls der Aspekt zum Tragen kommt, den Begriff der gesellschaftlichen Verantwortung (auch) der Medien neu zu denken. Sie sind im Zusammenhang mit Transformationsprozessen nicht mehr nur begleitender Kommentator, der quasi nachgelagert Ideen, Trends oder Lösungsstrategien verfolgt, sondern es stellt sich die Frage, wie antizipativ, oder in der Terminologie der Umweltpolitik: „vorsorgeorientiert“ Zeitungen und andere Medien sich mit einigen Zukunftsfragen befassen. Diese Haltung kann durchaus als Weiterentwicklung der Wächterrolle des Journalismus verstanden werden: So rechtzeitig Lösungen von Seiten der Wissenschaft und der Politik einzufordern, dass noch Handlungsspielräume bestehen, bevor die ökologischen Veränderungen selbst dies erfordern würden oder gar keine Spielräume mehr existieren. Hierzu brachte der Journalist Thomas Leif vom Südwestrundfunk Fernsehen in Mainz in seinem Vortrag „Eine gesellschaftliche Perspektive für die (neuen) Medien“ grundsätzliche Erörterungen ein, die bis in den Bereich der Medienpolitik reichten. Er fordert in einer plakativen Formulierung einen Journalismus mit "mehr Content und weniger Konfetti". Seine fundierte Kritik an den gegenwärtigen Funktionsweisen der Massenmedien und neue Vorschläge für einen qualitativ höherwertigen (Wissenschafts-)journalismus sind in dieser konzentrierten Darstellung wegweisend.

Eine betriebswirtschaftliche Sichtweise innerhalb des Mediensektors war der Beitrag des Geschäftsführers der „tageszeitung“ (taz), Karl-Heinz Ruch aus Berlin. Ruch stellte am Beispiel der taz dar, wie seit 1979 innerhalb des deutschen Mediensystems ein alternatives publizistisches Projekt aufgebaut wurde und durch Leserfinanzierung und weitgehende Werbefreiheit bis heute trotz Zeitungskrise überleben konnte. Als eine Zukunftsgarantie erweist sich der Übergang zum Genossenschaftsmodell, das dem Verlag eine finanziell gesicherte Handlungsbasis ermöglicht. Die Genossenschaft ist nicht nur

eine Alternative zum allein an Markt und Quote ausgerichteten traditionellen Modell der Medienlandschaft, sondern auch eine Option für neue Gründungsprojekte im Medienbereich.

Der Berliner Wissenschaftsjournalist Manfred Ronzheimer stellte in seinem Vortrag die theoretischen Grundlagen eines „Transformationsjournalismus“ und praktische Erfahrungen mit „partizipativem Journalismus“ unter Einbeziehung von „Bürgerreportern“ vor. Über Themen der Transformation werde angesichts ihrer globalen Bedeutung viel zu wenig in den Medien berichtet, stellte Ronzheimer fest. Ein „transformativer Journalismus“ nehme sich dieser Inhalte in neuer Weise an, indem er sowohl die Dimension der Bedrohung als auch konkrete Transformations-Ansätze von Bürgern und Bürgerinnen darstelle. Zugleich ist dieser Ansatz des „partizipativen Journalismus“, der die Akteure des Wandels in die Medienproduktion direkt einbezieht, ein innovativer Beitrag zur Frage der zukünftigen Gestaltung des Mediensystems.

Am Beispiel des Aufbaus von wissenschaftlichen Plattformen zum Thema Suffizienz, die nun in Eigenregie von Umweltverbänden betrieben werden, zeigt sich gleichfalls eine neue Entwicklung, nämlich der Transfer von Wissen über einen wichtigen Teilbereich einer Großen Transformation, welcher nicht mehr auf die Möglichkeiten der traditionellen Medien setzt, sondern die sozialen Medien und das Internet direkt nutzt. Christine Wenzl vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) zeigte in ihrem Beitrag einerseits, dass Suffizienzstrategien eine wichtige Alternativbotschaft gegenüber dem eingangs skizzierten Wachstumsimperativ darstellen können. Und andererseits, dass unter Nutzung neuer Medienformate (Social Media) eigene Wissenstransferkapazitäten zu „good practise“-Beispielen in und für Kommunen internetbasiert bereitgestellt werden können.

Der Beitrag von Hermann Ott vom Wuppertal-Institut in seiner Eigenschaft als Leiter des Projekts „Fokus Wachstumswende“ illustrierte an diesem drittmittelfinanzierten Projekt, wie die Kooperation zwischen Umweltbundesamt, einer Forschergruppe, zivilen Verbänden und Journalistinnen die Kommunikation einer komplexen Fragestellung unterstützen kann. So gab es als Resultat des Projekts einen Crashkurs für Journalisten zur Problematik des quantitativen Wirtschaftswachstums und die Ergebnisse zum Forschungsthema Wachstumswende wurden u.a. im Rahmen eines Parlamentarischen Abends der Öffentlichkeit vorgestellt.

Utopien als Anker für Erzählungen?

In der Abendveranstaltung wurde in unterschiedlichen medialen Formaten das Buch „Ökotopia“ des US-amerikanischen Autors Ernest Callenbach vorgestellt. Es handelt sich um einen ökologischen Zukunftsroman aus dem Jahr 1975, der die politische Abspaltung des US-Westküste und den Aufbau einer autarken ökologischen Republik schildert. In der narrativen Form eines Tagebuch-Romans wurde die Vision einer entmaterialisierten, vom Wachstumsparadigma befreiten, nachhaltigen Gesellschaftsordnung entworfen. Das Buch wurde über eine Million mal verkauft und hatte enorme Wirkung auf die junge Umweltbewegung jener Jahre, bis hin zu den deutschen Grünen.

Anschließend wurde mit Dr. Thomas Klein (Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung) und Eva Quistorp, die als Mitgründerin der Partei „Die Grünen“ Ernest Callenbach selbst noch persönlich kennengelernt hatte, die Relevanz des Buches für die heutige Zeit erörtert. Eine Fragestellung war, ob sich der narrative Ansatz zur Beschreibung einer alternativen Gesellschaft für die weitere Bewusstseinsbildung besser eignet als ein rein faktenorientiertes Sachbuch. Und: wie sollten die heutigen großen ökologischen Herausforderungen in vergleichbarer Weise erzählt und transportiert werden?

Auf dem Weg zu neuen Erzählungen

Im vierten Tagungsblock am zweiten Tag, der sich schwerpunktmäßig mit dem Kommunikationsansatz „Narration“ beschäftigte, ging Ole Meinefeld von der Heinrich-Böll-Stiftung auf die Diskussionen über eine neue „grüne Erzählung“ ein, die nach dem schlechten Abschneiden von Bündnis90/die Grünen bei der Bundestagswahl 2013 geführt wurden. Eine Rolle spielte dabei der „Veggie-Day“ und das Image der Grünen als „Verbots-Partei“, die die Bürgerinnen und Bürger in ihrem Verhalten bevormunden wolle. Um bei der Bevölkerung mehr Begeisterung für eine gesellschaftliche Transformation zu erreichen, so Meinefeld, müssten Begründungsketten bereitstehen, die verständlich machen, warum Maßnahmen, die fallweise mit Einschränkungen oder Verboten einhergehen, auch notwendig sind. Dies lasse sich deutlich besser erreichen, wenn die ökologischen Notwendigkeiten nicht als Kritik moderner Errungenschaften formuliert werden, sondern als „eine bessere Form der Modernisierung“. Erzählungen müssen somit positiv formuliert werden. Statt die Erzählung des Abbaus fossiler Energieerzeugung sollte die Erzählung des technologischen Wandels gewählt werden, statt Verzicht sollte von „Generationengerechtigkeit“ gesprochen werden. Erneut wurde damit die Relevanz der Semantik und der Entwicklung guter Begriffsbildung unterstrichen.

Für Joachim Borner, Geschäftsführer des Bildungsträgers Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung, sind Narrative „Erzählweisen in einem gesellschaftlichen Diskurs“, die auch – wie im Fall der Nachhaltigkeit – eine „zielbeschreibende Orientierung“ beinhalten können. Narrative hätten den Vorteil, dass sie wegen ihrer gefühlsbezogenen Anteile und Stilmittel (z.B. Personalisierung) besser vom Rezipienten aufgenommen werden als rein faktenbasierte Informationsangebote, dadurch auch Kontexte verständlicher machen und die Möglichkeit eröffnen, das Erfahrene in eigene Handlungsmuster einzubauen. Mehrere Vorschläge befassen sich damit, wie über die Vorteile von „Geschichten“ – einem Kulturgut in allen Gesellschaften – nicht nur Informationen, sondern auch ein Wandel der Einstellungen verbreitet werden kann. Besonders hervorgehoben werden von ihm „Erzählungen aus der Zukunft“, welche Erfolge eines gelungenen Transformationsprozesses darstellen und so bis in das Hier und Jetzt zurückwirken könnten.

Wilfried Kraus vom Bundesministerium für Bildung und Forschung stellte die Punkte Langfristigkeit und Partizipation in den Mittelpunkt. Diese kommen in der forschungspolitischen Praxis in den Programmen „FONA“ (Forschung für Nachhaltigkeit) und „Kopernikus“ (Energiewendeforschung) zum Ausdruck, die in Umsetzung und Wirkung auf Jahrzehnte hin angelegt seien. Immer wichtiger werde hier auch die Beteiligung von betroffenen Bürgerinnen und Bürgern sowie Experten und Expertinnen im Rahmen von Forschungsprozessen. Dazu sei auch die Wissenschaftskommunikation geändert worden, um eine bessere Ansprache der Bevölkerung zu erreichen. Jedenfalls reiche es inzwischen nicht mehr, dass die Wissenschaft Lösungswege ausarbeitet, die Medien und die Bevölkerung aber kaum etwas davon erführen. Als Konkretisierungsbeispiele führte Kraus die Erstellung von kommunalen Klimakatastern an – zur langfristigen Vorbereitung auf negative Auswirkungen des Klimawandels, sowie die Entwicklung einer nachhaltig ausgerichteten Finanzwirtschaft.

Podiumsdiskussion: Narrative für die Große Transformation

Die Tagung schloss mit einer Podiumsdiskussion, an der sich Michael Müller, Parlamentarischer Staatssekretär a.D., Vorsitzender der Kommission Lagerung hochradioaktiver Abfallstoffe, Berlin, Ernst-Christoph Stolper, stellv. Bundesvorsitzender des BUND, Berlin sowie Christian Füller, Chefredakteur der Wochenzeitschrift „der Freitag“, Berlin, beteiligten. Die Podiumsdiskussion erörterte in der Moderation durch Manfred Ronzheimer und Roland Zieschank aus unterschiedlichen Blickwinkeln die Frage nach den Möglichkeiten für eine bessere Kommunikation von Themenstellungen der Großen Transformation in die Gesellschaft und in die Politik hinein. Diese Kommunikation sollte sich nicht nur

auf Informationsweitergabe beschränken, sondern auch Motivation und Anleitung zur praktischen Veränderung beinhalten.

Müller machte den umfassenden zivilisationsgeschichtlichen Zusammenhang deutlich, in dem der Transformationsdiskurs stehe. Das zentrale Thema der europäischen Moderne sei die soziale Emanzipation, die Befreiung des Menschen gewesen, was letztlich zum Weltmodell der Demokratie wurde. Der Fehler bestehe darin, dass der Weg zu dieser Emanzipation über technische Modernisierung heute als Selbstzweck betrachtet und die ökologischen Begrenzungen missachtet würden. Beides gelte es auf neue Weise zu verbinden: „Wir müssen eine Idee finden, wie die ökologische Debatte zur Debatte über die Zukunft der Gesellschaft wird“.

Stolper präferierte den Begriff „Werte“ anstelle von „Narrativen“, da es die Werte seien, die auch das Verhalten lenkten. Laut Stolper entwickelt sich Politik an Widersprüchen. Transformationen sind somit keine harmonischen Übergänge, sondern durchaus konfliktreiche Prozesse. Dies bedeute vor allem, dass auf Umweltverschmutzer konkreter Druck in der Öffentlichkeit ausgeübt wird. Die von Stolper über den BUND mitorganisierten Demonstrationen gegen das TTIP-Handelsabkommen sind ein Beispiel dafür, wie zivilgesellschaftliche Organisationen über den Protest auf der Straße letztlich erfolgreich politischen Druck ausüben können, und dies bei einem durchaus komplexen und nicht eindimensionalen Thema.

Für Füller geht es bei der Transformation nicht so sehr um einen großen Plan, sondern es handelt sich um eine harte Auseinandersetzung, um einen Kampf. Die Presseverlage verfolgten zwar keine Mission. Aber ihre Aufgabe sei es, auch solche Themen in die gesellschaftliche Diskussion zu bringen, die von der Politik bisher nicht oder unterwertig behandelt werden. Dabei gehe es auch um Verständlichkeit; wobei zentrale Begriffe für einen gesellschaftlichen Diskurs nicht geeignet seien: Das Tagungsthema selbst ist absolut nicht weiter vermittelbar, war Füllers prononciertes Statement. – Allerdings sollte die Tagung aus Sicht der Veranstalter ja genau diese Problematik erst auf die Agenda bringen. In der journalistischen Praxis sei es aber, dies kann als zukunftsweisendes Statement angesehen werden, durchaus möglich, komplexe Themen auch in leseraffine Formate zu übersetzen. Dazu zählen nicht zuletzt narrative Formate: „Der Long read ist im Kommen“, so der Chefredakteur des „Freitag“.

Als eine große Hürde wurde auch in dieser Runde die Spannung zwischen Begriffen der (wissenschaftlichen) „Community“ und den Strukturzwängen der Medien identifiziert: Die Begrifflichkeit der Großen Transformation, die sich wenig zur Nutzung in populären Medien eignet, da sie für viele Leserinnen und Leser eine Schranke der Unverständlichkeit aufbaut und damit die Auflagen nicht fördert. Gleiches gilt auch für die Begriffe des „Anthropozäns“, der „Suffizienz“ und in Teilen auch für die „Nachhaltigkeit“. Das Transformations-Vokabular hält zum einen viele Journalisten und Journalistinnen davon ab, sich mit diesen Themen zu beschäftigen; zum zweiten verlangt es verstärkte „Übersetzungsarbeit“ aus einer fachlichen in eine allgemein verständliche Sprache. Als verständnisfördernd wurde wiederum der erzählende Kommunikationsansatz des „Narrativ“ angesehen, da er einzelne Fakten in einen Sinnzusammenhang stellt.

Insgesamt herrschte in der Abschlussrunde Konsens, dass für die politischen Debatten im öffentlichen Raum die Medien wieder eine wichtige katalytische Rolle spielen müssten. Neben dem Publikum, das über verständliche und narrativ-eingängige publizistische Formate anzusprechen sei, müssten besondere Konfliktthemen für die politische Auseinandersetzung von der Presse aus eigenem Antrieb aufgegriffen und gezielt an die Teil-Leserschaft der politischen Entscheidungsträger (und Entscheidungsträgerinnen) kommuniziert werden. Dazu sollte auch vermehrt eine Sensibilisierung des klassischen Politik- und Parlaments-Journalismus für den Bereich der Nachhaltigkeits- und Transformations-Themen erreicht werden. Dies wiederum bedingt auch eine gewisse Neuorientierung des Wissenschaftssystems in Richtung gesellschaftlicher Kommunikation von Forschungsergebnissen, welche die negativen Begleiterscheinungen des Anthropozäns analysieren und die eigentlich in vielen Bereichen ausgearbeiteten Lösungsvorschläge in der Gesellschaft stärker zur Diskussion stellen.

Summary

The conference on “Great Transformation and the Media” took place on 10th and 11th of July 2017 at the Schwanenwerder Evangelical educational centre.

The conference investigated the role of the media in the upcoming transformation processes, its failure to present complex issues and asked how alternative social guidelines describing a different kind of progress can be initiated. The media, but also science and politics are faced with new challenges of communication and strategic solutions.

The circumstances have changed significantly over the last decades. The environmental problems of our time are so serious, that in many cases the ‘Planetary Boundaries’ – the ecological breaking points – have already been exceeded. There is not much time left to resolve environmental damage and to impede climate change. As well as in the areas of energy, transport and agriculture, urgent fundamental changes are necessary: a rethink towards less growth, a “green economy” and ultimately less mass consumption.

It may be optimistically true, that there are many possible solutions that have been scientifically developed and applied by society. However, these approaches are not discussed enough in the public arena. A broad social acceptance is necessary for a shift in thinking and a change in politics. Thus, the conference was primarily concerned with the issue of how possible solutions and approaches could be better communicated by the media.

The conference was the third part in a series of events on the theme of “Great Transformation” and its political communication, which also took place in 2015 and 2016 at the same location in Schwanenwerder. The first two events focused on science and politics, whereas this time the focus was on communication strategies.

Around 80 people participated in the event, which was primarily aimed at specialists: scientists, representatives from the areas of social organisations, politics and the media. Citizens interested in the topic of a greener economy and with questions around a better communication of this were also welcome.

Starting Point: Economic Growth as Catalyst for Anthropocene

In the first block of the conference, Ferdinand Knauß, an economic journalist from Düsseldorf (Wirtschaftswoche, literally: business week), gave a keynote speech entitled, “Growth above all. The establishment of a paradigm by the media”, where he illustrated how the concept of growth has been developed historically. He made a plea to all economic journalists and economic politicians, to develop historical awareness once again in order to overcome the growth paradigm. Knauß named the “deeper reason” for this fixation on growth as “the historical blindness of economic journalism, not only regarding history, but also regarding the historical conditioning of its own convictions”. Any historical classification of the concept of growth is also missing in the economic lexicon. Gaining awareness that economic growth is a historically conditioned phenomenon, is at the same time a prerequisite to be able to bid farewell to it in the future.

Alternatives to Growth as a Model of Modernity

As a response to the question around the alternatives to a quantitative understanding of increasing prosperity, the scientist Kai Niebert who specialized in sustainability raised the role of semantics – the search for and the distribution of understandable concepts. The complex problems and the possible ways to solutions in the context of the Anthropocene and sustainability must be broken down into concepts that can be understood by everyone. As such, Niebert suggests no longer talking of “moving away

from coal” anymore but to speak of “clean energy” instead, not of an “eco tax” but rather about a “polluter levy”, not about “decarbonisation” but of the “renewal of infrastructure”.

As an example of direct distribution of information via networks and personal communication, Roland Zieschank from FFU at the FU Berlin quoted from the National Prosperity Index. The Index, complements the GDP, but is adjusted for the social prosperity in ecological and social subsequent costs and although it did indeed arise out of a research plan, in the meantime, it has become well known in Germany as a conceptual, and likewise, empirical starting point for the discourse and discussions about a different development of welfare. An indicator tool which was created within a scientific environment has thus “over time proven itself as a communication tool suited to the social environment”.

Elisabeth Freytag-Rigler from the The Austrian Federal Ministry of Agriculture, Forestry, Environment and Water Management presented the initiative “Growth in Transition”, which has been initiated by the Ministry and connects more than 20 organisations, to explicitly deal with questions around growth, prosperity and quality of life. This unusual spectrum, from a German perspective, spans from the Federal Ministry of Finance to the Austrian National Bank through to the REWE-Group of retail traders and the European Environment Agency.

The initiative has reached the European level, where Elisabeth Freytag-Rigler works in many groups and on many levels. The conferences are at the heart of the initiative, but so are the future dossiers, stakeholder dialogues and publications. These activities in Austria show that substantive discussions on a new understanding of economic development do exist and also that these concepts are integrated into other state institutions and parts of society and have made significant progress with regard to the areas of information dissemination.

Who tells the Stories of the Great Transformation? Examples from Politics, Science and the Media.

In the second block of the conference Michael Marten and Rainer Benthin from the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety as well as Gerd Scholl from the Institute for Ecological Economy presented the results of the new Study on Environmental Awareness and Behaviour in Germany. The results indicated that the awareness of the issues relating to the environment and climate protection within the German population has remained at the same level and for the majority of those questioned “keeping going” did not present a solution. However, the majority of those questioned were not yet convinced that the climate policy for the future would be successful. Too little is being done for the environment and climate protection. Greater consideration given to the topic found that environmental and climate protection is also increasingly an issue of social justice. The Study on Environmental Awareness and Behaviour presents a virtual mirror of the social resonance regarding ecological problem areas and also of the necessary relief strategies – in this way, the results of the study also give the impulse for communication activities by the environmental ministry and environmental agencies.

Torsten Schäfer, who holds a professorship for journalism from the Darmstadt University of Applied Sciences, supported Niebert's critique of semantics in his presentation on the topic of “Green Journalism: Area of tensions between neutrality and transformation”. Concepts like “Great Transformation” or “Anthropocene” are scarcely known amongst the general public, because they are almost considered “scene concepts” within science.

For this reason journalists must find a language in order to be able to reach their readers. Schäfer also spoke in favour of the use of the concept sustainability, because this has “already found a widespread use in regional, national, global regimes of law, political programs and markets and companies”. Sustainability must therefore be thought of beyond ecological and economic dimensions and must also include social justice. Schäfer delivered detailed ideas for the development of communications on individual issues.

The ZEIT editor Petra Pinzler, reported from her journalistic practice, that even as science gathers more and more evidence of the factuality of Anthropocene, the situation is barely reflected, or at least, not reflected enough in the media and does not penetrate all the way to the core of the newspaper editors' and the media's description of the present day. The issues seem to be too big and too complex to be able to be integrated quickly into a news-stream or to be conveyed to an imaginary reader. To put it very simply, in the meantime, people are living in Anthropocene and are subject to massive ecological changes, but many in the mass media cannot write about it. Thus, it often remains as facets and splinters in the media or, in the best case scenario, as exemplary stories and reports. On the other hand, there are also signs of a rethink by editors, for example, solutions – such as the shift to environmental friendly transport methods – could be taken up and presented within a larger context. A further goal would be a kind of “background awareness” of sustainability that would be embedded in the various sections of the editorial and the daily composition of articles.

The Change in the Media Landscape and the New Agents

At the start of the third block of the conference an overarching context was provided, because under the leitmotif of the conference, the aspect to rethink the concept of social responsibility (also) of the media came into effect.

In the context of the transformation processes, the media are no longer just an accompanying commentary following downstream ideas, trends and solutions, but rather it raises the question of how anticipative, or in the terminology of environmental policy: “prevention orientated” the newspapers and other media are in the way they address the questions around the future.

This stance can be understood as the further development of the watchdog function of journalism: to demand timely solutions from science and politics, so that there is still scope for action before the ecological changes themselves demand this action. With regard to this issue, the journalist Thomas Leif from Südwestrundfunk Fernsehen (a German regional television channel for Baden-Württemberg and Rhineland-Palatinate) in Mainz gave a speech introducing fundamental considerations which ranged all the way to media policy entitled “A social perspective for the (new) media”. With striking phrasing, he demanded “more content and less confetti” in journalism. This concentrated presentation of his well-founded critique of the current mass media operation models and his new suggestions for a qualitative, higher quality (scientific) journalism is ground-breaking.

On the other hand, a business management view from within the media sector was the contribution from the director of the “tageszeitung” (taz), Karl-Heinz Ruch from Berlin. Ruch presented the example of the taz, which since 1979 has built up an alternative publication project within the German media system, financed by the readership and largely free of advertising, that has been able to continue to survive until now despite the newspaper crisis. The transition to the co-operative model has proven to have future and has enabled the publisher a financially stable basis for action. The co-operative model is not only an alternative to the traditional market and quota orientated models of the media landscape, but also presents an option for new ventures launching themselves in the area of media.

In his speech, Berlin science journalist Manfred Ronzheimer presented the theoretical foundations of “transformational journalism” and practical experiences with “participative journalism” taking into account “civilian reporters”. Ronzheimer observes that, considering their global importance, there is far too little media reporting on themes of transformation. “Transformational journalism” would embrace this content in new ways, it would present both the dimension of the threats and also the concrete transformation approaches for society. At the same time this approach of “participative journalism”, which directly includes the agents of change in media production, is an innovative contribution to the question around the future design of media systems.

The example of scientific platforms on the topic of sufficiency, which have been developed and are now used in the directing of environmental organisations also demonstrate a new development, namely the knowledge transfer about an important area of the Great Transformation which is no longer dependent on the possibilities of traditional media, but instead uses social media and the internet directly. In her contribution, Christine Wenzl from the Friends of the Earth Germany (BUND) demonstrated the sufficiency strategies for important alternative messages against the growth imperatives outlined at the beginning of the conference on the one hand, and on the other hand, explained that by using new media formats (social media) knowledge transfer capacities regarding examples of “good practice” can be made available via the internet by and for communities.

The contribution from Hermann Ott from the Wuppertal-Institute in his capacity as head of the project “Fokus Wachstumswende” (a project with the intent of new, sustainable change of the economic system) used the project financed by third-party funds to illustrate how co-operation between the Federal Environmental Agency, a research group, civilian organisations and journalists can support the communication of a complex issue. An outcome of the project was a crash-course for journalists on the issue of quantitative economic growth and the results from research about degrowth and other information were presented to the public within the framework of a parliamentary evening.

Utopias as an Anchor for Narratives?

In the evening event, the book “Ecotopia” by American author Ernest Callenbach was presented using various media formats. It is an ecological, futuristic novel written in 1975 describing the political split of the West Coast of the USA and the development of a self-sufficient, ecological republic. Taking the narrative form of a diary-novel, it outlines a vision of a dematerialised, sustainable social order, free from the paradigm of growth. The book has sold more than one million copies and had an enormous effect on the young environmental movement of that year, reaching all the way to The Greens in Germany.

In closing, Dr. Thomas Klein (Collegium for the Management and Design of Sustainable Development – KMGNE) and Eva Quistorp, who as co-founder of “The Greens” political party was able to meet Ernest Callenbach personally, discussed the relevance of the book for the present time. The question was whether the narrative approach to the description of an alternative society is better suited for far-reaching awareness raising than a purely fact orientated, non-fiction book. And: how should today’s major ecological challenges (Anthropocene) be narrated and conveyed in a comparable way?

On the Way to New Narratives

The fourth conference block on the second day, focused primarily on the communication approach of “narration”. Ole Meinefeld from the Heinrich-Böll-Foundation explained the discussion about a new “green narrative”, which took place after The Greens’ poor results in the 2013 Federal Election. A reason for this was the “Veggie Day” and the image of The Greens as a “prohibition party” which wanted to dictate the behaviour of citizens. According to Meinefeld, in order to gain citizens’ acceptance for a social transformation, the chain of reasoning must be available to clarify why the measures, which in some cases may be associated with restrictions or prohibition, are also necessary. This would be easier to achieve if the ecological necessity was not phrased as a critique of modern achievements, but as “a better kind of modernisation”. Thus, narratives must be positively worded. Instead of the narrative of the reduction of fossil fuels, the narrative of technological change should be chosen, instead of doing without “generational justice” should be talked about. The relevance of semantics and the development of a clearly understandable concept were again emphasised.

For Joachim Borner, director of the Collegium for the Management and Design of Sustainable Development, narratives are “story-telling in a social discourse” which also – as in the case of sustainability –

can contain a “goal orientated direction”. Narratives have the advantage that due to their emotive elements and style (e.g. personalisation) they are more easily absorbed by the recipients than a purely fact-based range of information and also because they make contexts clearer, opening up the possibility to integrate other people’s experiences into one’s own behavioural patterns. A number of recommendations deal with how via the virtue of “stories” – a cultural heritage in all societies – not only information, but also an attitudinal transformation can be spread. He especially highlighted the “narratives from the future” which present the outcomes of a successful transformation process and thus, can have an effect on the here and now.

Wilfried Kraus from the Federal Ministry of Education and Research placed the focus on the long-term and participation. These are expressed in the research policy practice of the programs Research for Sustainable Development (FONA) and “Kopernikus” (research on energy transition) which are invested in the research into the implementation and impacts for the coming decades.

The participation of affected citizens and experts within the scope of their research is also becoming increasingly important. This has also changed the way science is communicated in order to achieve a better discourse with the public. It is no longer adequate for science to be developing solutions, whilst the media and public barely find out anything about it. Kraus gave the concrete example of communal climate land registers – to use in the long-term preparation for the negative effects of climate change, such as the development of a sustainability aligned finance sector.

Podium Discussion: Narrative for the Great Transformation

The conference closed with a podium discussion with Michael Müller, retired parliamentary undersecretary and chair of the Commission for the Disposal of High-Level-Waste (Endlager-Kommission), Berlin, Ernst-Christoph Stolper, deputy chairperson of the Friends of the Earth Germany (BUND), Berlin and Christian Füller, Editor in Chief of der Freitag newspaper, Berlin.

Moderated by Manfred Ronzheimer and Roland Zieschank, the podium discussion debated the issue of possibilities for better communication of the Great Transformation to society and in politics from a range of perspectives. This communication should not only be limited to information sharing, but also incorporate motivation and guidance for changes in practice. Müller clarified the comprehensive civilisation-historical connection in which the transformation discourse stands. The central theme of European Modernity is social emancipation; it was the liberation of people that ultimately became the world model of democracy. The error exists therein, that the modernisation which led to this emancipation is now considered an end in itself and the ecological limitations are disregarded. It is effective to connect the two again in new ways, “We must find an idea to make the ecological debate the debate over the future of civilisation”.

Stolper preferred the concept “values” over “narratives” because values steer behaviour. According to Stolper, politics is wrapped around contradictions. Transformations are thus, not harmonious transitions, but thoroughly conflict-laden processes. This means specifically that tangible public pressure will be applied to environmental polluters. The demonstrations against TTIP trade agreements, which were co-organised by Stolper through The Friends of the Earth Germany (BUND), are an example of how civil society organisations can ultimately apply political pressure through protesting on the streets and do so on a topic, which is thoroughly complex, and not one-dimensional.

For Füller it is not so much about a big plan for the transformation, but rather about wrangling a tough fight. Indeed the press publishing houses do not follow a mission. But their job is also to present such themes for discussion in society, which until now have not been discussed in politics or have not been discussed satisfactorily. Therefore, it is also about being understandable and for this central concepts are not suitable for a broad discourse. Füller’s clear statement was that to some extent the conference theme itself is unable to be communicated further. However, from the perspective of the organisers,

the conference should put exactly these issues on the agenda. In journalistic practice, this can be seen as a trailblazing statement, that it is thoroughly possible, for complex themes to be translated into formats suitable for the reader. This also includes the narrative format, “The long read is upcoming”, according to the Editor-in-Chief of “der Freitag” newspaper.

A large hurdle was also identified in this round, which was the tension between concepts of the (scientific) “community” and the structural pressures of the media: the terminology of the Great Transformation, which is not well suited for use in popular media, as it creates a barrier of incomprehensibility and, as such, does not facilitate print runs. The same goes for the term “Anthropocene”, “sufficiency” and in part, also for “sustainability”. The transformation vocabulary firstly prevents many journalists from engaging with these themes; secondly it requires an increased level of “translation work” to change it from a specialist language into a language that can be generally understood. The communication approach of the “narrative” was seen as promoting understanding, because it connects individual facts with a contextual meaning.

Overall, there was consensus in the final round, that the media must play an important catalyst role for political debates in the public sphere. Besides reaching a broad audience with understandable and catchy narrative journalistic formats, particular themes of conflict for political analysis must be taken up by the press of their own accord and communicated in a targeted way to the readership of the political decision makers. In addition, an increased sensitising of classical political and parliamentary journalism in the areas of sustainability and transformation topics should be achieved. This, in turn, also necessitates a certain new orientation of the scientific systems towards communicating the research results which analyse the negative side effects of Anthropocene and firmly present the proposed solutions, which have been developed in many areas, to society for discussion.

1 Einleitung: Anlass für die Tagung am 10./11. Juli 2017

In der bereits erwähnten Zusammenarbeit von Forschungszentrum für Umweltpolitik an der FU Berlin, der Evangelischen Akademie zu Berlin und Wissenschaftsjournalisten wurde Ende 2016 eine weitere Tagung auf der Halbinsel Schwanenwerder in Berlin geplant. Mit Unterstützung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und dem Umweltbundesamt (UBA) konnte die Planung im Juli 2017 realisiert werden.

Die Tagung ist die dritte in einer Veranstaltungsreihe und befasst sich mit der Frage, welche neuen Kommunikationsstrategien bei politischen Akteuren, auf Seiten der Wissenschaft und Zivilgesellschaft, aber auch in den Medien schon entstehen und noch entstehen müssten, um einer "Großen Transformation" den Weg zu ebnen.

Denn über die letzten Jahre hinweg sind – auch unter Beteiligung des FFU – immer neue Studien, Forschungsberichte und „good practise“-Beispiele vorgestellt worden, die einen Beitrag zu dieser "Großen Transformation" leisten könnten: Verknüpfung der Energie- mit der Verkehrswende; neues Wirtschaften im Zeichen der planetaren Grenzen bis hin zu einer Green Economy, sowie anspruchsvolle Empfehlungen für eine Nachhaltigkeitspolitik oder für zukünftige gesellschaftliche Wohlfahrt stellen einige Schwerpunkte dar. Wie können aber die notwendigerweise komplexen Zusammenhänge kommuniziert werden – und zwar nicht allein auf der Problemseite, also bei den Herausforderungen, welchen sich moderne Gesellschaften jetzt stellen müssen, sondern vor allem auf der *Lösungsseite*?

Während viele Erkenntnisse im Lichte der Wissenschaft standen, verblieben sie gleichzeitig im Schatten der (Massen-)Medien. Recht deutlich zeichnet sich als Restriktion ein Strukturwandel in der Medienlandschaft ab, sowohl ökonomisch, technisch, sozial und kulturell, mit weitreichenden Implikationen insbesondere für die klassischen Printmedien und ihre Rolle im demokratischen Gemeinwesen.

Umweltpolitik ist inzwischen häufig auch Gesellschaftspolitik und tangiert mehr oder weniger fast alle Lebensbereiche – notwendig ist heute mehr denn je ein gesellschaftlicher Resonanzraum für Diskurse, anstehende Entscheidungen und Umorientierungen.

Wie dieser öffentliche Resonanzraum unterstützt werden könnte, sollte nun am Beispiel der Ambivalenz permanenten wirtschaftlichen Wachstums erörtert werden.

Hierzu wurden Expertinnen und Experten sowie Vertreterinnen und Vertreter aus der Praxis in den Bereichen Umweltpolitik, Medien und Nicht-Regierungsorganisationen eingeladen. Aus dem Diskurs sollen Schlussfolgerungen für den weiteren Umgang mit dem Thema eines umweltpolitischen Wissenstransfers gezogen werden.

2 Kontext und Hintergrund

Seit einigen Jahren lässt sich die weltweite Situation mit dem Begriff des Anthropozäns charakterisieren: In diesem Verständnis ist nun die Menschheit in das Zentrum der weiteren planetaren Evolution gerückt, als die zentrale Kraft auf diesem Planeten. Man könnte demzufolge von einer „Zweiten Kopenikanischen Revolution“ reden.

Das Hauptproblem besteht dabei in den eingetretenen Folgen während der letzten 50 Jahre und den noch drastischeren erwartbaren Folgen: Denn in der Regel sind es negative Eingriffe, welche die planetaren Grenzen der Funktionsfähigkeit von Ökosystemen überschreiten (Steffen et al. 2015).

Angesichts der gigantischen Stoff- und Energieströme, die mittels der andauernden Orientierung an wirtschaftlichem Wachstum überall an diese Steigerungsraten gekoppelt sind, steht auch Umweltpolitik vor neuen Herausforderungen. Es gibt zahlreiche Lösungsvorschläge von Seiten Wissenschaft

und Politik: Viele Forschungsprojekte, die beispielsweise vom BMUB, dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) oder dem UBA initiiert worden sind, liefern positive Beiträge zur Erhaltung der Ökosysteme, zum Schutz des Klimas und der Meere, zu neuen Technologien und sozialen Innovationen – etwa im Bereich der Städte, die zukünftig ausschlaggebend sein werden, ob die Ideen von heute zu „Clean Cities“ in absehbarer Zeit die Wende bei den Umweltbelastungen bringen. Aber auch wichtige Beratungsgremien wie der Sachverständigenrat für Umweltfragen mit seinem letzten Gutachten zu einer integrativen Umweltpolitik spielen eine Rolle: Hier vor allem hinsichtlich Vorschlägen für ein gutes staatliches Handeln (SRU 2016).

Inzwischen liegen jedenfalls umfassende Strategien vor, Stichworte sind: Die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie (insbesondere die Neuauflage 2016), die in ihrer Bedeutung oft unterschätzte Nationale Strategie zur Erhaltung der Biologischen Vielfalt; Programme zur Ressourceneinsparung und Kreislaufwirtschaft; Aktivitäten zur Gestaltung von Green Growth (OECD 2011) und weiterführend Konzepte einer Green Economy oder einer Steady-State Economy (stellvertretend: O'Neill/Dietz/Jones 2010); die Gemeinwohlökonomie als Initiative „von unten“ oder das gegenwärtige Programm des Umweltministeriums mit dem Titel „Umweltpolitik 2030“ (BMUB 2016). Verbunden sind diese programmatischen Ausarbeitungen zunehmend mit der Umsetzung der UN-Nachhaltigkeitsziele (2016).

Die Frage einer kommunikativen Vermittlung stellt sich damit nicht nur für Wissenschaft und Forschung, sondern gleichermaßen und immer mehr für die Politik und die Verwaltung: Seien es Bundesministerien wie BMUB, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) sowie das Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) oder parlamentarische Gremien, das Bundeskanzleramt, Länderministerien und Einrichtungen auf regionaler oder kommunaler Ebene.

Zusammenfassend: Diese Veränderungen summieren sich im Prinzip zu einer Großen Transformation, und: diese ist auch notwendig. Transformation wird hier als eine übergreifende gesellschaftliche Auseinandersetzung verstanden, die sich zuspitzt, wenn Innovationen aus technologischen, politischen oder sozialen „Nischen“ versuchen, in den bestehenden ökonomischen oder gesellschaftlichen Mainstream zu gelangen; sei es bezogen auf die Mobilität (Verkehrswende), die politische Regulierung (Ausstieg aus Kernenergie und Kohle) oder bezogen auf politische Institutionen und die Beziehungen mit anderen Staaten. Der SRU spricht jüngst von einer „Vorreiterpolitik für die ökologische Transformation“. Genauso anspruchsvoll ist die Weiterentwicklung der sozialen Marktwirtschaft in Richtung „Kreislaufwirtschaft“ sowie einer „Green Economy“ einschließlich weiterer alternativer Wirtschaftsansätze (exemplarisch zu Transformationsansätzen: Göpel 2016).

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage nach der Rolle der Medien: Denn viele dieser Lösungsansätze sind nicht oder kaum in den Massenmedien präsent. Für das Projekt ist deshalb von Interesse, wie anspruchsvolle umweltpolitische Lösungsvorschläge beispielsweise zur Verkehrswende, dem Erhalt der Biodiversität, der Förderung einer ressourcenleichten Gesellschaft oder den globalen Nachhaltigkeitszielen von den Massenmedien aufgegriffen werden (oder auch nicht).

Anstelle eines Mittlers scheinen viele Medien nun faktisch eher eine Barriere geworden zu sein. Diese Situation trägt erheblich dazu bei, dass umfassendere Konzepte oder Handlungsvorschläge nicht ausreichend wahrgenommen werden, zumal häufig „Eventjournalismus“ (Zimmermann 2011) dominiert.

Stichwortartig gibt es hierfür mehrere Ursachen:

Digitalisierung, neue Medien mit Kurztexten und Kurzzeitgedächtnis, wo das Hier und Jetzt immer schneller von gestern ist und zu einem „Algorithmischen Strukturwandel“ der Öffentlichkeit führt (hierzu u.a. Hagen 2015), da die Aufmerksamkeit immer mehr von den Printmedien in das Internet wandert und sich das Geschäftsmodell der bisherigen Medien wandelt.

Die Beschleunigung im Redaktionsalltag verhindert eigene Recherchen, die Berücksichtigung von mehreren Quellen und vor allem von inhaltlichen Querbezügen. Ein Beispiel: Bekanntlich führt Konsum zu Umweltbelastungen, wenig bekannt ist indessen, wie viel davon im Ausland bereits entsteht – nach Berechnungen in der Schweiz liegen diese bereits in der Größenordnung von 40% des gesamten Belastungspotenzials, ähnliche Tendenzen zeichnen sich für Deutschland ab (beim Fahrzeugbau etwa bis zu 90% der Treibhausgas-Emissionen, siehe Jungmichel/Schampel/Weiss 2017).

Als provokante These lässt sich festhalten:

Wissenschaft ist einerseits eine der Voraussetzungen für eine Große Transformation (so auch Altmaier 2017), andererseits führt der Strukturwandel in den Medien zu einer Entkopplung von Wissenschaft und Kommunikation (Koch 2014).

Die Tagung sollte auf bisherigen Fragestellungen und auch Ergebnissen aufbauen:

- ▶ Die erste Veranstaltung auf Schwanenwerder im Jahr 2015 befasste sich primär mit den Herausforderungen für die wissenschaftliche Seite: Wie können komplexe Zusammenhänge kommuniziert werden – und zwar einerseits auf der „Problemseite“, also im Bereich der Darstellung von Veränderungen in städtischer Umwelt und von globalen Ökosystemen, und andererseits auf der „Lösungsseite“. Das Wissenschaftssystem hat gerade in den letzten Jahren eine Vielzahl neuer Studien, Forschungen und „good practise“-Beispiele ausgearbeitet, welche einen Beitrag zur Großen Transformation leisten könnten. Während indessen solche Erkenntnisse im Lichte der Wissenschaft reüssierten, verblieben sie gleichzeitig im Schatten der Medien. Eine Übersicht der Ergebnisse dieser ersten Veranstaltung enthält Anlage 7.1.
- ▶ Die zweite Tagung brachte die Rolle der Politik ins Spiel. Denn die Forschungen für einen Übergang in eine nachhaltigere Wirtschafts- und Gesellschaft sind in der Regel zugleich substanzielle Inputs für die Politikberatung. Damit stehen aber auch Politik und Administration vor demselben Problem: Die vorliegenden komplexen Erkenntnisse müssen mittels der Medien gesellschaftlich kommuniziert werden, will sich der Staat nicht überfordern oder allein hoheitlich Wandelprozesse anstoßen. Mehr noch, staatliche Strategien wie das Integrierte Umweltprogramm 2030 des BMUB, die Berichte zur deutschen Nachhaltigkeitsstrategie (Neuaufgabe 2016) oder umfassende Maßnahmen für den Schutz und den Erhalt der Artenvielfalt bedürfen einer gesellschaftlichen *Resonanz*. Umweltpolitik ist inzwischen (auch) Gesellschaftspolitik und tangiert mehr oder weniger fast alle Lebensbereiche, dies ist weder mit den traditionellen rechtlichen noch ökonomischen oder steuerungspolitischen Instrumenten auch nur ansatzweise zu bewerkstelligen. Eine zusammenfassende Darstellung findet sich hierzu in Anlage 7.2.

In beiden bisherigen Veranstaltungen stand insofern gleichzeitig die Rolle der Medien immer mit im Blickfeld. Recht deutlich zeichnet sich aber als Restriktion ein Strukturwandel in der Medienlandschaft ab, sowohl ökonomisch, technisch, sozial und kulturell, mit weitreichenden Implikationen für die Rolle der klassischen Printmedien und ihre Wächter-Funktion insbesondere gegenüber der Politik.

- ▶ Die dritte Tagung baut darauf auf und stellt sich die Frage, ob und wie sich in wichtigen gesellschaftlichen Teilsystemen neue Rollen und neue Kommunikationsstrategien abzeichnen, um das Themenfeld der „Großen Transformation“ mittels Information und Kommunikation weiter voran zu bringen. Hiermit ist die Erwartung verbunden, dass gesellschaftliche Debatten das politische Klima positiv beeinflussen, damit gesamtgesellschaftliche Aufgaben besser und schneller bewältigt werden können.

Hierbei kann sicherlich nicht das gesamte Themenspektrum gleichzeitig in das Blickfeld genommen werden, welches eine Rolle spielen müsste (Stichworte wären eine nachhaltigere Agrarwirtschaft, Lebensmittelerzeugungs- und Import-/Exportpolitik, Transformation von Wirtschaft und Konsum in Richtung einer Grünen Wirtschaft, die Frage einer umfassenden Kreislaufwirtschaft und einer „Zero-Emission“-Strategie zum Klimaschutz oder nun die Erreichung der Ziele und Unterziele im Spektrum der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen).

Vorgeschlagen wurde deshalb zur Fokussierung und als Einstieg ein beispielhaftes Themenfeld: Wirtschaftliches Wachstum und die Herausforderung eines neuen Narrativs für das Projekt der Moderne.¹

Denn auch wenn sich die Tatsachen im gesellschaftlichen Bewusstsein widerspiegeln, dass die bisherigen Bemühungen zur Wohlstandssteigerung immer mehr „defensive Kosten“ und ökologische Folgeschäden generieren, man angesichts der planetaren Grenzen am Ende angekommen ist, dann stellt sich umso mehr die Frage, wie die Wende *konzipiert* werden sollte, mithin das neue Anthropozän.

¹Hier spielte auch eine wechselseitige Unterstützung mit dem Projekt „Fokus Wachstumswende“ eine Rolle, das von Umweltbundesamt und BMUB als „Verbändeprojekt“ gefördert worden ist und explizit die Aufgabe einer Kommunikation von entsprechenden Ergebnissen im Themenbereich Postwachstum zum Ziel hatte.

2.1 Tagungsprogramm 2017



Große Transformation und die Medien **Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation**

10. bis 11. Juli 2017

Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder, Berlin

Die Menschen verändern den Planeten in einem bisher nicht gekannten Ausmaß. Nicht umsonst wird von einem neuen Erdzeitalter - dem Anthropozän - gesprochen. Zugleich erreichen uns paradoxe Bilder: Einerseits vertreten viele Entscheidungsträger in Wirtschaft und Politik – in Ost wie West – die Vision eines linearen Fortschritts. Andererseits erreichen uns Bilder rauchender Regionen, öder Ökosysteme und von uns unbekannten, aber bereits weggestorbenen Arten.

Was uns kaum erreicht, sind Bilder und Hinweise auf Problemlösungen, auf Handlungspotenziale in Richtung einer „Großen Transformation“, um der Verantwortung im Anthropozän gerecht zu werden. Worin liegen die Ursachen? Umwelt- und Nachhaltigkeitsforschung liefern seit Jahren interessante Erkenntnisse: Gibt es ein Kommunikationsversagen der Politik? Eine Veränderung der Medienlandschaften in Richtung Event-Journalismus anstelle eines medialen Mittragens von alternativen Orientierungen und Handlungsmustern? Die Industriegesellschaften gründen den eigenen Aufstieg seit Jahrzehnten unverändert auf das Wirtschaftswachstum, das sich auch im Journalismus als das grundlegende Narrativ der Wohlstandsgesellschaft durchgesetzt hat. Nur, wenn wir hier am Ende angekommen sind: Wie kommuniziert man die Wende, das Neue Anthropozän?

Die Tagung thematisiert die Rolle der Medien im anstehenden Transformationsprozess, ihr Versagen bei der Darstellung komplexer Sachverhalte und fragt, wie alternative gesellschaftliche Narrative initiiert werden können, die von einem anderen Fortschritt erzählen: Dabei stehen auch die Wissenschaft selbst, die Politik und die Zivilgesellschaft vor neuen Herausforderungen bei der Kommunikation von Lösungsansätzen.

Dies ist die dritte Veranstaltung zu diesem Themenfeld auf der Halbinsel Schwanenwerder. Im Zentrum steht nun die Frage, ob und wie sich in der Nachhaltigkeitspolitik, der Wissenschaft, bei den Medien sowie auch in der Zivilgesellschaft neue Rollen und neue Kommunikationsstrategien abzeichnen, um eine „Große Transformation“ mittels Information und Kommunikation weiter voran zu bringen.

Wir laden Sie herzlich zu den Gesprächen auf die Wannseeinsel Schwanenwerder ein.

Dr. Michael Hartmann
Evangelische Akademie zu Berlin

Manfred Ronzheimer
Wissenschaftsjournalist, Berlin

Roland Zieschank
Forschungszentrum für Umweltpolitik, Freie Universität Berlin

gefördert durch



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit



Aufgrund eines Beschlusses
Des deutschen Bundestages

Montag, den 10. Juli 2017

- 09.00 Uhr Anmeldung und Stehkafee
- 10.00 Uhr **Begrüßung und Hintergrund der Tagung**
Dr. Michael Hartmann, Ev. Akademie Berlin
Roland Zieschank, Forschungszentrum für Umweltpolitik (FFU), Berlin

Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Moderne

- Moderation: Prof. Dr. Philipp Lepenies, FFU Berlin*
- 10.15 Uhr **Wachstum über alles**
Zur Etablierung eines Paradigmas durch die Medien
Ferdinand Knauß, Wirtschaftswoche
- 10.45 Uhr **Alternative 1: Die Große Transformation – wie wird sie in Wissenschaft, Politik und Gesellschaft kommuniziert?**
Prof. Dr. Kai Niebert, Präsident des DNR, Univ. Zürich
- 11.15 Uhr **Alternative 2: Der Nationale Wohlfahrtsindex (NWI): Resonanz und Ignoranz**
Prof. Dr. Hans Diefenbacher, FEST Heidelberg
Roland Zieschank, FFU Berlin
- 11.45 Uhr **Alternative 3: Wachstum im Wandel - Erfahrungen mit der Kommunikation integrierter Nachhaltigkeitspolitik in Österreich**
Mag. Elisabeth Freytag-Rigler, Ministerium für ein lebenswertes Österreich, Wien
- 12.15 Uhr Diskurs mit dem Publikum
- 12.30 Uhr Mittagessen

Wer erzählt die Geschichten zur Großen Transformation? Beispiele aus Politik, Wissenschaft und Medien

- Moderation: Dr. Dagmar Dehmer, Der Tagesspiegel*
- 13.30 Uhr **„Der gut informierte Bürger“ (A. Schütz)**
- Die Umweltbewußtseinsstudie als Spiegel
Michael Marten / Dr. Rainer Benthin, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
Dr. Gerd Scholl, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung, Berlin
- 14.00 Uhr **Grüner Journalismus – Zum Spannungsfeld zwischen Neutralität und Transformation**
Prof. Dr. Torsten Schäfer, Hochschule Darmstadt

14.30 Uhr **Wie kommt das Anthropozän in die Redaktion?**

Petra Pinzler, Die ZEIT

Mit Gespräch

15.15 Uhr Kaffeepause

Wandel in der Medienlandschaft und neue Akteure

Moderation: Eveline Huber, Journalismustrainerin und Seminarleiterin „Netzwerk Weitblick“, Wien

15.30 Uhr **Eine gesellschaftsdienliche Perspektive für die (neuen) Medien**

Prof. Dr. Thomas Leif, SWR Fernsehen, Wiesbaden (Liveschaltung)

15.50 Uhr **Mediengenossenschaften als neuer Baustein der Informationsgesellschaft**

Karl-Heinz Ruch, Geschäftsführer der Tageszeitung (taz), Berlin

16.10 Uhr **Partizipativer Journalismus – Bürger schreiben über Zukunftsthemen**

Manfred Ronzheimer, Journalist, Berlin

16.30 Uhr **„Suffizienz in Kommunen“ – Die Kommunikation zu einem Kern nachhaltigen Wirtschaftens**

Christine Wenzl, BUND, Berlin

16.50 Uhr **Die Kommunikation zur Wachstumswende**

Prof. Dr. Hermann Ott, Projekt Fokus Wachstumswende (und Wuppertal-Institut) Berlin

17.30 Uhr Diskussion

18.00 Uhr Abendessen

Utopien als Anker für Erzählungen?

19.00 Uhr **Ökotopia – Rückblick auf eine ökologische Zukunftsvision**

Diskurs mit Zukunftsforschern

Ende gegen 20.00 Uhr

anschließend informelle Gespräche

21.00 Uhr Shuttle zum S-Bahnhof Nikolassee

22.00 Uhr Shuttle zum S-Bahnhof Nikolassee

Dienstag, den 11. Juli 2017

8.30 Shuttle vom S-Bahnhof Nikolassee zum Tagungshaus

Auf dem Weg zu neuen Erzählungen

Moderation: Manfred Ronzheimer

09.00 Uhr **Was ist die grüne Erzählung?**
- Narrationsformate in der Politik
Ole Meinefeld, Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin

09.20 Uhr **Innovationen im Bereich Bildung für Nachhaltige Entwicklung**
Dr. Joachim Börner, Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung gGmbH, Berlin

09.40 Uhr **Wissenskommunikation: Prinzip Hoffnung oder aktive Zukunftsvorsorge?**
MinDing. Wilfried Kraus, Leiter der Abteilung „Nachhaltigkeit, Klima, Energie“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, Bonn

10.00 Uhr Diskussion im Plenum

10.30 Uhr Kaffeepause

11.00 Uhr **Podiumsdiskussion: Rendezvous mit der Zukunft**
- Narrative für die Große Transformation

*Christian Füller, Chefredakteur „der Freitag“ Berlin,
Michael Müller, Parl. Staatssekretär a.D.; Vorsitzender Kommission Lagerung hoch
radioaktiver Abfallstoffe, Berlin,
Ernst-Christoph Stolper, stellv. Bundesvorsitzender des BUND, Berlin,*

12.00 Uhr **Blitzlicht: Rückmeldung der Teilnehmenden zur Veranstaltung**

13.00 Uhr Mittagessen

Ende der Veranstaltung

13.00 bis 14.30 Uhr Shuttle zum S-Bahnhof Nikolassee

Die Tagung ist als Bildungsurlaub anerkannt.

Die Evangelische Akademie zu Berlin ist Mitglied der
Evangelischen Akademien in Deutschland (EAD) e.V., Berlin.

Tagungsleitung

Dr. Michael Hartmann
Manfred Ronzheimer
Roland Zieschank

Tagungsorganisation

Kerstin Koschinski
Evangelische Akademie zu Berlin
Tel. (030) 203 55 – 507
E-Mail koschinski@eaberlin.de

Preise

40,- EUR (ermäßigt 20,- EUR) bestehend aus
Teilnahme: 20,- EUR (ermäßigt 0,- EUR)
Verpflegung: 20,- EUR inkl. 19% Mwst

Übernachtung (optional)

Doppelzimmer (p.P.) 30,- EUR inkl. 7% Mwst
Einzelzimmer 50,- EUR inkl. 7% Mwst

Zahlbar zu Beginn der Tagung (EC-Kartenzahlung möglich).

Keine Ermäßigung bei teilweiser Teilnahme.

Ermäßigung für Studierende (bis 35 Jahre) und Arbeitslose oder auf vorherige Anfrage.
"Sonderförderung für eine begrenzte Zahl von TeilnehmerInnen unter 35 Jahren über das Projekt „Junge Akademie“ möglich (mehr Infos dazu im Tagungssekretariat).

Anmeldung

Schriftlich oder online unter <https://www.eaberlin.de/seminars/register/?evid=9194> bis eine Woche vor
Veranstaltungsbeginn.
Erst mit unserer Bestätigung wird Ihre Anmeldung verbindlich.

Abmeldung

Bis eine Woche vor Veranstaltungsbeginn kostenfrei möglich.
Anschließend erheben wir folgende Stornogebühren: bis einen Tag vor Veranstaltungsbeginn 30%, da-
nach 100% der von Ihnen bestellten Leistungen.

Tagungsort

Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder
Inselstraße 27–28, 14129 Berlin (Nikolassee)
Tel. (030) 847 14 – 207

Anreise

S-Bahn S7 (Richtung Potsdam) und **S1** (Richtung Wannsee) bis S-Bhf. Nikolassee. Ab hier Shuttleser-
vice zum Tagungshaus am Anreisetag von 09:30 Uhr ca. alle 20 Minuten bis 10:30 Uhr.
Treffpunkt: Ausgang Spanische Allee / Strandbad Wannsee, in Höhe der Fußgängerbrücke über die Au-
tobahn. Weitere Shuttlezeiten laut Programm.

Fußweg ca. 40 Minuten vom S-Bhf. Nikolassee.

Taxistand nur am S-Bhf. Wannsee, Fahrtzeit: ca. 10 Minuten.

PKW Autobahn 115 (AVUS), Ausfahrt Spanische Allee, Wannseebadweg, Inselstraße

Vom Flughafen Tegel Express-Bus X9 bis S-Bhf. Zoologischer Garten, weiter mit der S-Bahn S7 (10-
Minutentakt), Fahrtzeit: 17 Minuten

Vom Flughafen Schönefeld S-Bahn S45 bis S-Bhf. Schöneberg, weiter mit der S-Bahn S7 (siehe oben),
Fahrtzeit: 80 Minuten

Vom Hauptbahnhof weiter mit der S-Bahn S7 (10-Minutentakt),
Fahrtzeit: 24 Minuten



3 Anmerkungen zum Aufbau und der Struktur des Tagungsprogramms

Im ersten Teil wird die meinungsbildende Rolle der Medien an einem Beispiel par excellence illustriert, nämlich bei der Etablierung des Leitmotivs eines stetigen Wirtschaftswachstums, das bis heute seine Gültigkeit bewahrt hat (stellvertretend BMWi 2017). Aus der Nachhaltigkeitsperspektive sind die negativen Implikationen einer auf quantitatives Wachstum ausgerichteten Wirtschaftspolitik seit längerem bekannt, Stichworte sind ökologische Degradierung und teilweise auch soziale Desintegration.

Diese im Einführungsvortrag dokumentierte erfolgreiche Medienwirkung aus der Zusammenarbeit zwischen der Ökonomenzunft und den Wirtschaftsjournalisten bildete dann die Ausgangsbasis für den zweiten Teil. In ihm geht es um die Reaktion auf die quantitative Wachstumsorientierung: Diese Reaktion ließe sich mit dem Begriff der „Großen Transformation“ umschreiben und es stellt sich dann zwangsläufig die Frage, wie diese bislang kommuniziert werden konnte. Ein wesentlicher Baustein davon ist die wirtschaftliche Entwicklung „Beyond GDP“, im Sinne einer qualitativen Entwicklung und dem umfassenderen Leitmotiv des Erhalts gesellschaftlicher Wohlfahrt (Diefenbacher/Zieschank 2010; Weltbank 2011, Barbier & Burgess 2015; Meyer/Zieschank/Diefenbacher/ Nutzinger/Ahlert (2013)). Wohlfahrt wird hier im modernen Sinne so verstanden, dass außer dem produktiven Kapital und dem Finanzkapital einer Gesellschaft hierzu auch das Human- und Sozialpotenzial sowie das Naturpotenzial gehört.

Der dritte Teil der Tagung erörterte, wer aus den Bereichen Politik, Medien und der Zivilgesellschaft als Akteur für die Erzählung über eine Große Transformation auftritt.

Der vierte Schwerpunkt konzentrierte sich auf den Themenstrang des Wandels in der Medienlandschaft, welcher Auswirkungen auf die Kommunikation und den Wissenstransfer von wissenschaftlichen Ergebnissen oder umweltpolitischen Programmen hat (stellvertretend hierzu auch die Arbeitsgruppe der Wissenschafts-Akademien: Wissenschaft, Öffentlichkeit, Medien (WÖM 2017)). Dieser Baustein beinhaltet ebenfalls die Frage, ob es neben oder sogar an den Medien vorbei neue Kommunikationsstrategien zur „Großen Transformation“ gibt bzw. verstärkt geben sollte.

Der fünfte und abschließende Teil ging der Frage nach, ob es ein neues Narrativ geben könnte, mit dem sich die Herausforderungen im Anthropozän einschließlich der zentralen Lösungsstrategien besser als mit den herkömmlichen Kommunikationsformaten für dieses Thema versinnbildlichen ließe. Diese Aufgabe ist nur im ersten Moment eine mehr oder weniger interessante Spekulation über Begrifflichkeiten. Ein Blick in Studien über die Begriffs- und Zeitgeschichte allein in Deutschland verdeutlicht schnell, welcher zentrale Stellenwert einigen Begriffen hinsichtlich der gesellschaftlichen Orientierung und der geistigen Verfassung eines Landes zukommt. Beispiele wäre „Dolchstoßlegende“, „Wirtschaftswunder“, im Bereich der Wissenschaft der Begriff des „Organismus“ für die Biologie – und nicht von „Lebewesen“ – oder nun aktuell, von „Big Data“ als Metapher für die Digitalisierung der Gesellschaft.

3.1 Kurzporträts der Referentinnen und Referenten

Benthin, Rainer, Dr. phil.; Politikwissenschaftler, Referent für gesellschaftspolitische Grundsatzfragen im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB).

Borner, Joachim, (Dr. Dipl.ing.oec); wissenschaftlicher Direktor des KMGNE (Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung), Berlin, und des CCCLab / internationale Sommeruniversität „Transmediales Storytelling Klimakultur“. Mitglied der Enquetekommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ des Deutschen Bundestages und des internationalen Konsortiums zur Entwicklung eines Masterstudiums „Transformationsagenten“.

Freitag-Rigler, Elisabeth; Vorsitzende des Verwaltungsrates der EU-Umweltagentur (EEA), Co-Sprecherin European Sustainable Development Network (ESDN) und Leiterin EU-Koordination Umwelt im österr. Umweltministerium, Wien. Studium der Handelswissenschaften an der Wirtschaftsuniversität Wien.

Füller, Christian; Studium der Politikwissenschaften. Als Bildungs- und Hochschuljournalist für die taz und andere Medien tätig, 2017 Chefredakteur der Wochenzeitung der Freitag.

Hartmann, Michael, Dr.; Studienleiter Wirtschaft und Soziales der Evangelischen Akademie zu Berlin und Stellvertreter des Direktors. Studium der Geografie, Volkswirtschaftslehre, und evangelische Theologie.

Knauf, Ferdinand; Redakteur Politik bei der WirtschaftsWoche, Düsseldorf, vorher Financial Times Deutschland und beim Handelsblatt. Studium der Geschichte und Japanologie, Pressesprecher im Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2015 Fellow am Institute for Advanced Sustainability Studies (IASS) in Potsdam.

Leif, Thomas, Dr. Honorarprofessor; Chefreporter Fernsehen SWR Landessender Mainz: Studium Politikwissenschaften, Professur für Politikwissenschaft an der Universität Koblenz-Landau. Gründer und Herausgeber der seit 29 Jahren erscheinenden Vierteljahres-Fachzeitschrift „Forschungsjournal Soziale Bewegungen“.

Marten, Michael; Leiter des Referats für gesellschaftspolitische Grundsatzfragen im Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB).

Meinefeld, Ole; Referent für Zeitdiagnose und Diskursanalyse / Arbeitseinheit Grüne Akademie der Heinrich-Böll-Stiftung. Studium der Philosophie, Germanistik und Politikwissenschaft. Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der RWTH Aachen im Bereich Politische Theorie und Ideengeschichte.

Müller, Michael; gelernter Stahlrohrbauer, studierte Ingenieurwesen, Betriebswirtschaft und Sozialwissenschaft. 1983 Mitglied des Deutschen Bundestags, zeitweise SPD-Fraktionsvize sowie Sprecher des linken Flügels. Von 2005 bis 2009 war er Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesumweltministerium. Bundesvorsitzender der NaturFreunde Deutschlands. Vorsitzender der Endlagerkommission.

Niebert, Kai, Prof. Dr.; Lehrstuhl Didaktik der Naturwissenschaften und der Nachhaltigkeit an der Universität Zürich. Gastprofessor an der Fakultät Nachhaltigkeit der Leuphana Universität Lüneburg. Präsident des Deutschen Naturschutzringes, Stellvertretender Bundesvorsitzender der NaturFreunde. 2012 knüpfte er ein Netzwerk mit gewerkschaftlichen und kirchlichen Jugendverbänden, um die Perspektive junger Menschen in die vom DNR gestaltete Transformationsdebatte einzubringen.

Ott, Hermann, Dr. Prof.; Senior Advisor Globale Nachhaltigkeits- und Wohlfahrtsstrategien am Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie; Studium der Rechtswissenschaft, Soziologie und Politikwissenschaft, 2009-2013 Mitglied des Deutschen Bundestages, seit 2016 Honorarprofessor an der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde für "Global Sustainability Strategies and Governance".

Pinzler, Petra; Korrespondentin in der Hauptstadtreaktion DIE ZEIT, Schwerpunkte: Wirtschaftspolitik, Umweltpolitik, Entwicklungspolitik. Studium der Wirtschafts- und Politikwissenschaft an der Universität zu Köln, Kölner Journalistenschule. Für ein ZEIT-Dossier zum Thema Freihandel/TTIP wurde ihr 2014 der Otto-Brenner-Preis für kritischen Journalismus verliehen.

Ronzheimer, Manfred; freier Wissenschaftsjournalist in Berlin, Studium der Politikwissenschaft und Soziologie, Frankfurter Rundschau, Mitgründer Uniradio Berlin-Brandenburg, Journalist in Residence Max Planck Institut für Innovation und Wettbewerb München.

Ruch, Karl-Heinz; Geschäftsführer der taz seit 1979. Studium der Volkswirtschaftslehre.

Schäfer, Torsten, Dr.; Autor, Umwelt- und Reisejournalist. Professor für Journalismus mit Schwerpunkt Textproduktion an der Hochschule Darmstadt und Kooperationspartner der Schader-Stiftung im Bereich Nachhaltige Kommunikation. Studium der Politikwissenschaft, European Studies, Public Affairs und Journalistik. Promotion zum Thema „Regionaler Öffentlichkeit in Europa“ an der RWTH Aachen.

Scholl, Gerd, Dr.; Forschungsfeldleiter und Themenkoordinator "Nachhaltige Unternehmensführung" sowie "Produkte und Konsum" am IÖW. Arbeitsschwerpunkte sind nachhaltiges Konsumverhalten, Nachhaltigkeitsmarketing und konsumbezogene Umweltpolitik. Studium der Volkswirtschaftslehre in Göttingen und Bonn. Promotion zum Thema Nachhaltigkeitsmarketing.

Stolper, Ernst-Christoph; stellvertretender Vorsitzender des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND); 2011-2012 Staatssekretär im Ministerium für Wirtschaft, Klimaschutz, Energie und Landesplanung Rheinland-Pfalz (Bündnis 90/Die Grünen).

Christine Wenzl; Nachhaltigkeitsexpertin des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND), betreut die Social Media-Webseite zur Suffizienzpolitik in Kommunen.

Zieschank, Roland; Projektleiter am Forschungszentrum für Umweltpolitik der FU Berlin. Arbeitsschwerpunkte: Alternative Wachstums- und Wohlfahrtskonzepte, Entwicklung nationaler Umweltindikatoren sowie Politische Kommunikation. Vorher am Umweltbundesamt, TU Berlin und Wissenschaftszentrum Berlin.

4 Beiträge der Referenten und Referentinnen

Montag, 10. 7. 2017

4.1 Wachstum über alles. Zur Etablierung eines Paradigmas durch die Medien Ferdinand Knauß, Wirtschaftswoche, Düsseldorf

Nach einem historischen Überblick über die Entwicklung des Wachstumsbegriffs, richtete Knauß einen Appell an Wirtschaftsjournalisten und auch die Wirtschaftspolitik, wieder ein Geschichtsbewusstsein zu entwickeln, um das Wachstumsparadigma zu überwinden.²

Ausgegangen wird von dem Befund, dass „Wachstum“ bis heute weitgehend unhinterfragt als akzeptierte Richtschnur für den Wirtschaftsjournalismus gilt. „Alle, vor allem Wirtschaftsjournalisten, halten Wachstum für das Wesentliche.“ Wie es dazu kam, ist für Knauß die zentrale Frage. Er nannte als „tieferen Grund die historische Blindheit des Wirtschaftsjournalismus nicht nur gegenüber der Geschichte, sondern auch gegenüber der historischen Bedingtheit der eigenen Überzeugung.“ Auch in Wirtschaftslexika fehlt jede historische Einordnung des Wachstumsbegriffs. Ein Bewusstsein dafür zu gewinnen, dass Wirtschaftswachstum ein geschichtlich bedingtes Phänomen ist, ist gleichzeitig eine Voraussetzung dafür, sich zukünftig davon zu verabschieden.

Knauß hat die journalistische Vor- und Frühgeschichte des Wachstumsbegriffs in der Zwischenkriegszeit anhand der Vossischen Zeitung untersucht: Damals kam Wachstum noch kaum als Begriff vor – die Vorstellung einer stetigen Zunahme war zu dieser Zeit noch nicht verbreitet.

1925 hat Ernst Wagemann in Berlin das Institut für Konjunkturforschung (IfK), Vorläufer des heutigen Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW), gegründet. Fortan war in der Vossischen Zeitung öfter die Rede von Wachstum, oft kombiniert mit „natürlich“ oder „gesund“ und fast immer im Zusammenhang mit dem IfK. Es zeigt sich: Erst eine Weiterentwicklung der Statistik mit seriösen Daten machte modernen Wirtschaftsjournalismus möglich.

Hinzu kam, dass die USA schon in den 20er Jahren eine Vorbildsituation hatten, dort wurde schließlich der Begriff des Bruttoinlandsproduktes – BIP – erfunden.

In den 50er Jahren begann laut Knauß die steile Zunahme der Verwendung des Begriffes Wachstum und des BIP, die gleichzeitig mit dem Marshall Plan ihren Weg nach Deutschland fanden. Recherchen in maßgeblichen Zeitungen belegen dies, so in der FAZ (insbesondere durch die Aktivitäten des Gründungsherausgebers Erich Welter), etwas verspätet auch in der ZEIT und vor allem im Spiegel. Knauß wörtlich: „Die FAZ wurde zur Unterstützung der Wirtschaftspolitik Erhards gegründet“.

Das BIP ist faktisch zur neuen „mächtigen Zahl“ geworden. Die OECC (heute OECD) spielte hier mit einer schlagkräftigen Presseabteilung eine entscheidende Rolle, gemeinsam mit dem DIW und anderen neu gegründeten Wirtschaftsforschungsinstituten wie dem IFO. Ein nie versiegender Datenquell steht seitdem den Journalisten zur Verfügung. Dahinter steckte zugleich auch das Bewusstsein der großen Wirtschaftskrise in den 30er Jahren, als großer gesellschaftlicher Katastrophe.

In dieser Phase gab es wenig Kritik, wenn doch, so kam sie von den weniger werdenden konservativen Kulturpessimisten. In den 60er Jahren der Bundesrepublik gab es im Wirtschaftsbereich nur ein

² Der Vortrag beruht auf einem Working Paper des Autors, siehe URL: http://www.iass-potsdam.de/sites/default/files/files/working_paper_ferdinand_knauss.pdf

Thema: Wachstumstheorie – und Bewunderung für den damaligen Wirtschaftsminister Karl Schiller als Garant stetigen Wachstums.

Gleichzeitig verabschiedete sich die Bundesrepublik von Erhards Idealen der Stabilitätspolitik und wendete sich zunehmend unter der Federführung Karl Schillers – den der Spiegel damals als die „Supernova der Politik“ bezeichnete – der sogenannten „aufgeklärten Wachstumspolitik“ zu. Ludwig Erhard dagegen wird im SPIEGEL und in der ZEIT in der Schlussphase seiner Kanzlerschaft als beratungsresistenter Mann der Vergangenheit präsentiert, der in der ersten Rezession der Nachkriegsgeschichte 1966 nichts für die Rückkehr des Wachstums getan hätte.

Den endgültigen Durchbruch des Wachstumsparadigmas stellte dann das Stabilitätsgesetz im Jahr 1967 dar: – Aus Wachstumsförderung ist seitdem ein Politikziel geworden; nach Ansicht des Vortragenden eine „ökonomistische und unnötige Selbstfesselung der Politik“.

Zwar erschien im Jahr 1972 die vielbeachtete Studie des Club of Rome zu den „Grenzen des Wachstums“, die Studie hätte durchaus einen unglaublichen Einfluss gehabt, sei viel diskutiert worden – mit unterschiedlicher Reaktion jedoch in der Wirtschaftspresse: Der Spiegel schrieb zum Beispiel: „Mode, keine Substanz“ – die zentrale Botschaft war stattdessen: „Gerade um den Umweltschutz zu finanzieren, brauchen wir Wachstum“. Beim Weltwirtschaftsgipfel 1978 in Bonn drehte sich dann alles wieder um die Frage, wie man das Wirtschaftswachstum erneut ankurbeln könnte. Seitens der Wirtschaftsjournalisten herrschte einmütige Zustimmung. Niemand fiel auf, dass die zentrale Frage der Grenzen des Wachstums jetzt ignoriert wurde. FAZ-Mitherausgeber Fritz-Ulrich Fack sah im Club of Rome „Unheilspropheten am Werk“, Herausgeberkollege Diether Stolze (ZEIT) konstatierte, Träume von einer sauberen Umwelt ließen sich durch Pioniergeist, Leistung und Wirtschaftswachstum erfüllen.

Die Mainstream-Ökonomen haben den einen ernstzunehmenden Angriff der Zweifler mit Hilfe der Wirtschaftsjournalisten abgeschmettert. Mit dem Scheitern des Club of Rome begann ab 1979 die „lange Gegenwart des Wachstums-Paradigmas“: Grenzenloses Vertrauen in die endlose Erneuerungsfähigkeit des Menschen würde, so Knauß, vom Wirtschaftsjournalismus bis heute noch unentwegt bestärkt.

Aktuell scheint das Narrativ von „Einwanderern als Wachstumsretter“ in vielen Wirtschaftsteilen präsent, erneute zeigt sich eine alte Gläubigkeit gegenüber dem Expertenanspruch der Wirtschaftswissenschaft; „Karls Jaspers würde wohl von Wissenschaftsaberglauben sprechen“.

Knauß kommt zu dem Schluss, der Wirtschaftsjournalismus müsste die Gefolgschaft aufkündigen. Allein die Krise von 2007 wäre Anlass genug – Spätestens die durch die meisten Ökonomen nicht vorhergesehene Wirtschaftskrise sollte der Anlass sein, ein höheres Maß an Skepsis walten zu lassen und Daten, Prognosen, aber auch die durch Ökonomen etablierte Terminologie zu hinterfragen. Die Gläubigkeit sei zwar im Schwinden begriffen, aber bislang scheine es keine Alternative zu geben. Nach wie vor sind die Wirtschaftsjournalisten auf den Datenfluss aus den Wirtschaftsinstituten angewiesen. Darin zeigt sich auch eine gewisse Abhängigkeit der journalistischen Akteure von diesen Institutionen, welche eine Emanzipation schwierig macht.

Für die Redaktionen bietet sich die Empfehlung an, eine kritischere Distanz zum Wachstumsparadigma einzunehmen, beispielsweise indem Feuilleton und Wirtschaftsressort von beiden Seiten aufeinander zugehen und auch andere gesellschaftliche Wissensbestände als neue Quelle der Wirtschaftsberichterstattung nutzen.³

³ Eine ausführliche Darlegung der Analysen und Argumente findet sich in Ferdinand Knauß (2016): Wachstum über Alles? Wie der Journalismus zum Sprachrohr der Ökonomen wurde. München.

4.2 Alternative 1: Die Große Transformation – wie wird sie in Wissenschaft, Politik und Gesellschaft kommuniziert?

Prof. Dr. Kai Niebert, Präsident des DNR, Univ. Zürich

Niebert brachte in seinem Einführungsbeitrag eine doppelte Kompetenz ein: als Wissenschaftler für Nachhaltigkeitskommunikation (Universitäten Zürich und Lüneburg) und als Spitzenrepräsentant der Umweltbewegung (Präsident Deutscher Naturschutzring).

Er begann mit zwei globalen Rahmungen seines Themas. Erstens sei das „Anthropozän“ als eine neue Erd Epoche mittlerweile Realität: die Menschen hätten durch ihre technischen Einflussmöglichkeiten die Erde völlig verändert. Zweitens gebe es neue internationale Übereinkommen (wie die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen oder das Paris-Abkommen zum Klimaschutz), die eine breite Bereitschaft zur Nachhaltigkeit in Aussicht stellten. Zu ihrer Umsetzung müsse es auch gehören, „die Glaubwürdigkeits- und Vollzugsdefizite anzuprangern“.

Als historisches Beispiel für erfolgreiches internationales Handeln führte Niebert die Maßnahmen zur Schließung des Ozonlochs an, durch Verbannung der verursachenden FCKW-Stoffe aus der Atmosphäre. Allerdings habe die FCKW-Branche damals „keine starke Lobby“ gehabt, im Unterschied heute zur Reduzierung der Kohlendioxidwerte, gegen die die fossile Brennstoffbranche massiv opponiere.

Ein Beispiel für Politiken, die umweltschädliches Verhalten unterstützen, sind die diversen Steuererleichterungen, die Fliegen so günstig machen und Bahnfahren dagegen so teuer. Ein Gegenvorschlag wäre, die Pendlerpauschale abzuschaffen und mit den zusätzlichen Steuereinnahmen einen komplett kostenlosen Öffentlichen Personennahverkehr zu finanzieren.

Ob auf Seiten der Bürger und Verbraucher die Bildung zu einem wirksamen Hebel für Veränderung des Umweltverhaltens eingesetzt werden kann, zog Niebert in Zweifel. Er verwies auf Studien, die belegen, dass sogenannte Eco-school programs nicht funktionieren. Öko-Schul-Programme beeinflussen ihm zufolge nicht die Einstellungen und Tagesabläufe von Schülern. Zehn Jahre Bildung für Nachhaltige Entwicklung (BNE) seien ohne Erfolg geblieben.

Faktisch verhalte es sich bei der Korrelation von Bildungsstand und Umweltverbrauch eher umgekehrt: Nach repräsentativen Erhebungen von Pro-Kopf-Verbräuchen natürlicher Ressourcen weise der bürgerliche Mainstream in Deutschland einerseits unterdurchschnittliche Umwelteinstellungen auf, bei andererseits überdurchschnittlichem Ressourcen- und Energiekonsum. Kritisch-kreative Milieus dagegen hätten sehr positive Umwelteinstellungen, aber extremen Ressourcen- und Energiekonsum; prekäre Milieus dagegen sehr schlechte Umwelteinstellungen, aber sehr geringen Ressourcen- und Energiekonsum. Nieberts Fazit: Maßnahmen, die ausschließlich auf die Information von Bürgern abzielten, seien nicht zielführend, viel eher muss das Schärfen des Bewusstseins mit einem tatsächlichen Wandel des Handelns einhergehen.

Niebert hob die Rolle der Semantik hervor, die Suche nach und Verbreitung von verständlichen Begriffen. Die komplexen Probleme und Lösungswege, die sich im Zusammenhang mit Termini wie Anthropozän und Nachhaltigkeit stellen, müssten auf für alle verständliche Begriffe heruntergebrochen werden. So schlug Niebert vor, nicht mehr vom „Kohleausstieg“ zu sprechen, sondern von „sauberer Energie“. Nicht mehr von der „Ökosteuer“, sondern von einer „Verschmutzungsabgabe“, nicht mehr von „Dekarbonisierung“, sondern von der „Erneuerung der Infrastruktur“.

Er verdeutlichte dies – eingehend auf den Wachstumsbegriff – mit einem Beispiel aus dem privaten Bereich: Für seinen siebenjährigen Sohn sei Wachstum ein vollständig positiver Begriff: er wolle wachsen, um groß zu werden. Analog könnte „Wirtschaftswachstum“ mit einer „reiferen Ökonomie“ konnotiert werden; statt weiterem Wachstum: „Deutschland wird erwachsen“.

4.3 Alternative 2: Der Nationale Wohlfahrtsindex (NWI): Resonanz und Ignoranz Roland Zieschank, Forschungszentrum für Umweltpolitik, Berlin

Die zweite Alternative zum Wachstum als Leitbild der Moderne beinhaltet aus der Sicht von Roland Zieschank, FFU-Projektleiter und Mitveranstalter der Tagung, einerseits eine Dekonstruktion der Aussagepotenziale des BIP und andererseits die Skizzierung einer anderen Erfassung der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland über den Nationalen Wohlfahrtsindex.⁴

Die ökonomische Mainstreamthese geht davon aus, dass wirtschaftliches Wachstum die Grundlage für Wohlstand und Zufriedenheit darstellt. Die Autoren des Nationalen Wohlfahrtsindex (NWI) gehen jedoch davon aus, dass Wohlstand tatsächlich deutlich umfassender definiert werden muss, um ihn adäquat darzustellen, nämlich unter Einbeziehung der Dimensionen von Naturkapital und Human- bzw. Sozialkapital. Diese gehen bislang jedoch als unentgeltliche Ressourcen – „Geschenkströme“, nach dem französischen Ökonomen Patrick Viveret – in den Wirtschaftsprozess ein (Viveret 2003).

Die Entwicklung einer anderen Sicht auf das Wirtschaftswachstum begann im Projekt 2007 mit den Indikatoren der Nationalen Nachhaltigkeits-Strategie. Ursache dafür waren fehlende oder falsche Bilanzierungen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung beim BIP – so werden z.B. Umweltfolgen nicht oder sogar mit falschem Vorzeichen berechnet, ebenso wenig die Verteilung der Einkommen in die nominale Größe BIP mit ein; defensive Kosten, also Ausgaben zur Behebung negativer Folgen wirtschaftlichen Wachstums sind wohlstandssteigernd (mehr Autounfälle verursachen Wirtschaftswachstum). Das BMUB hatte 2016 „Bauernregeln“ aufgestellt, wie z.B. die Bauernregel 3: „Zu viel Dünger auf dem Feld, geht erst ins Wasser, dann ins Geld“ – leider seien diese dann wieder zurückgezogen worden. Dieser kurze Merksatz illustriert aber gut, dass erstens Boden- und Gewässerverschmutzungen eigentlich kein Thema der BIP-Bilanzierung sind und dieser Vorgang nur dann eine Rolle spielt, wenn die Trinkwasserpreise steigen. Dann aber als positiver Beitrag zur BIP-Steigerung.

Pointiert formuliert, weist das Bruttoinlandsprodukt – versteht man es im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung – gravierende Defizite infolge seiner „Naturvergessenheit“ und „sozialen Ungleichgültigkeit“ auf.

Damit stellt sich auch zukünftig die Frage danach, ob die Konjunktur und das Wachstum weiterhin künstlich angekurbelt werden sollten, zumal die Staatsschulden in vielen Ländern (Großbritannien, USA, Japan, Italien) bereits zu hoch sind, wodurch sich neue Risiken auch für die Realwirtschaft und für die soziale Lage der Menschen ergeben, ohne dass das intendierte Wachstum wirklich einen positiven Beitrag zu gesellschaftlicher Wohlfahrt leistet.

Voraussetzung für die neuen Komponenten des Nationalen Wohlfahrtsindex sei die „Dekonstruktion des Leitbildes quantitativen Wachstums“ gewesen – im Kontext des Nachhaltigkeitsziels.

Die Berechnung des NWI lässt erkennen, dass in die gängige Statistik im Ergebnis Ausgaben einfließen, die gerade nicht wohlfahrtssteigernd seien, wie die Folgekosten des Alkohol-, Tabak und Drogenmissbrauchs. Drogenmissbrauch z.B. schädigt die Wirtschaft um 65 Mrd. Euro jährlich – und ist mitnichten wohlfahrtsfördernd. Der Nationale Wohlstandsindex würde, verglichen mit dem BIP – diese Ausgaben als Kosten berücksichtigen und nicht als Faktor volkswirtschaftlichen Wachstums. Der NWI bietet ein

⁴ Der Beitrag ist in Abstimmung mit Prof. Diefenbacher von der Forschungsstätte der Ev. Studiengemeinschaft (FEST) in Heidelberg ausgearbeitet worden.

Modell mit Annahmen darüber, welche Faktoren die Wohlfahrt steigern und welche nicht: Es werden 20 ökonomische, ökologische und soziale Komponenten erfasst.

Vergleicht man nun den NWI mit dem BIP, so erkennt man eine Diskrepanz in den letzten Jahren, womit das BIP letztlich einen „illusionären Wohlstand“ angibt, der die Realität nicht adäquat widerspiegelt (siehe hierzu das Onlinetool: <http://www.nationaler-wohlfahrtsindex.de/index.php/de/home>).

Der NWI ist aber nicht allein ein „Informationsinstrument für Politik und Gesellschaft“, sondern auch ein Kommunikationsinstrument: Daher stellt sich die Frage, welche Ziele und Wege verfolgt werden sollten – in der Folge müsste auch in Alternativen eingestiegen werden, als da wären: Sozialere Einkommensverteilung, ökologische Transformation in Richtung einer „Grünen Wirtschaft“, kulturelle Transformation: Status von materiellen Gütern – schließlich Prüfung von Suffizienzstrategien.

Eine Indikatoren-Diskussion führt erfahrungsgemäß meist zu Zieldiskussionen. Nötig sei ein Entwicklungsvergleich BIP-NWI als empirische Basis für den gesellschaftlichen Diskurs, dabei ermöglicht der NWI mit seinen Teilkomponenten auch eine entsprechende Fokussierung und Legitimation neuer politischer Programme. Die Effekte veränderter politischer Strategien könnten mit dem NWI dokumentiert werden und auch in Zeiten wirtschaftlicher Schwäche sei eine positive Bilanzierung möglich.

Inzwischen liegt die regionale Variante des NWI als Regionaler Wohlfahrtsindex für mehrere Bundesländer vor: Schleswig-Holstein, Bayern, Thüringen, Sachsen, Rheinland-Pfalz, Hamburg und Nordrhein-Westfalen.⁵ Schließlich rücken durch die Befassung mit dem NWI auch andere alternative Wachstums- und Wohlfahrtskonzepte in den Fokus, d.h. internationale Konzepte sind im Prinzip auch für regionale Strategien nutzbar.

Deutschland hängt jedoch bei der Entwicklung von alternativen Wohlstandsbegriffen und der Messungen der Alternativen noch hinterher und hat deutlichen Aufholbedarf. Positive Beispiele stellen die Statistischen Ämter der Schweiz und Großbritanniens dar (siehe ONS 2015 und BFS 2014).

Die gemachten Erfahrungen und die Resonanz auf den NWI als kritisches Konzept sind naturgemäß etwas ambivalent: Der Index ist immerhin in das Umweltprogramm 2030 des BMUB aufgenommen worden – ebenso in die „Daten zur Umwelt“ des UBA 2017. Der NWI hatte außerdem den medialen Untergang der Enquête-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ als Index überlebt und offizielle Veröffentlichungen auf Bund-Länder-Ebene ausgelöst, wenn auch die weitere Arbeit mit Konfliktfeldern und sich ständig verändernden Interessenkonstellationen verbunden ist.

Im politischen Alltag spielen meist folgende Erfahrungen und Befürchtungen eine Rolle: Auf der ministerialen Ebene (Wirtschaft, Finanzen, Landwirtschaft) hält sich Widerstand gegen den NWI, zum Beispiel, indem er nicht in die Fortschrittsberichte der Nationalen Nachhaltigkeitsstrategie aufgenommen worden ist. Dazu kommen Bedenken der großen Wirtschaftsforschungsinstitute. Schließlich haben manchmal die verantwortlichen Entscheidungsträger auch eine gewisse Angst vor der entstehenden Situation, wenn Ergebnisse aus ihrer Sicht unbefriedigend ausfielen; daher wollten sie am liebsten die Ergebnisse schon vor der Bilanzierung wissen, um sich vorab darauf einstellen zu können. Regierungsparteien erwarten bzw. erhoffen sich als Ergebnisse eine Entwicklung nach oben, Oppositionsparteien möglichst eine solche nach unten.

Zieschank zufolge lautet das erste Fazit: „Der NWI ist insgesamt der bekannteste unbeliebte Index jenseits des BIP in Deutschland“.

Ein zweites Fazit lässt in Kongruenz mit der Bertelsmann-Untersuchung „Wirtschaft im Wandel“ von 2016 konstatieren: Dort heißt es unter der Überschrift „Paradise Lost“: „Über Jahrzehnte bot sie (die soziale Marktwirtschaft) Wirtschaft und Gesellschaft ein verlässliches Leitbild – doch das droht verloren zu gehen. Der Bundesrepublik kommt die gemeinsame Erzählung abhanden.“

⁵ Alle Studien sind frei verfügbar unter <http://www.fest-heidelberg.de/fne-themenfeld-wohlfahrtsindizes/>

Die Mainstream-These lautet zwar immer noch: Wirtschaftswachstum bildet die Grundlage für Wohlstand und Zufriedenheit – die weiterführende These ist jedoch: „Wohlstand ist umfassender, zuzüglich sozialem Reichtum, sogenanntem ‚Sozialkapital‘, zuzüglich ökologischem Reichtum, sogenanntem ‚Naturkapital‘“. Da dieser umfassendere Reichtum bedroht ist, geht es nicht zuletzt auch um Investitionen in die Erhaltung von Human- und Naturvermögen.

4.4 Alternative 3: Wachstum im Wandel – Erfahrungen mit der Kommunikation integrierter Nachhaltigkeitspolitik in Österreich.

Mag. Elisabeth Freytag-Rigler, Ministerium für ein lebenswertes Österreich, Wien



Abbildung 1: Mag. Freytag-Rigler

Zunächst stellte Frau Freytag-Rigler die Initiative „Wachstum im Wandel“ vor, die vom österreichischen Ministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft initiiert wurde und mehr als 20 Organisationen vereint, die sich explizit mit Fragen zu Wachstum, Wohlstand und Lebensqualität auseinandersetzen. Das aus deutscher Sicht ungewöhnliche Spektrum reicht beispielsweise vom Bundesministerium für Finanzen über die österreichische Nationalbank bis hin zum Handelskonzern REWE-Group und der Europäischen Umweltagentur.

Inzwischen ist die Initiative auf europäischer Ebene angekommen, wo Frau Freytag-Rigler in vielen Gruppierungen und auf vielen Ebenen mitarbeitet. Herz der Initiative sind Konferenzen, aber auch Zukunftsdossiers, Stakeholder-Dialoge oder Publikationen. Indessen sind die personellen und finanziellen Ressourcen begrenzt. Auf den Konferenzen werden insofern Workshops an interessierte Organisationen „verkauft“ (in der Größenordnung von 10.000 Euro), wobei die Themenschwerpunkte dann frei sind, solange diese sich unter dem Dach der Strategie vereinen lassen.

Dieses umfasst Ziele wie unter anderem ein „Erfüllendes Leben“, Menschenrechte, Frieden, Gesundheit, Empowerment, kulturelle Diversität, persönliche Entwicklung, Respekt, „teilen oder besitzen“. Diese sollten zukünftig auch ein Teil der internationalen 2030-Agenda werden.

Man versteht sich dabei nicht als eine Degrowth-Initiative, wendet sich aber gegen Wachstum als eigenständigem Ziel. Höheres Wirtschaftswachstum wird laut einer Umfrage weder von Experten noch von der Gesamtgesellschaft für besonders wichtig gehalten. Aber nach den eigenen Erfahrungen ist auch „mit einer Politik des Verzichts“ nicht viel zu erreichen. Die zentrale Frage lautet dann: „Was soll demnach wachsen?“ Der Umfrage zufolge Bildung, Mut, Kooperation, Gestaltungsspielräume, Partizipation, Ganzheitlichkeit. Auf die Frage „was soll sterben?“ antworteten von 600 Konferenzteilnehmern: Konsumrausch, Ressourcenverbrauch und Gier.⁶

⁶ Siehe <https://wachstumimwandel.at/befragung/befragung-ressourcen-umwelt-gesundheit-wohlbefinden/>

Die Initiative Wachstum im Wandel führte regelmäßig Befragungen durch, sowohl unter Experten, als auch unter der Österreichischen Bevölkerung und musste hierbei feststellen, dass die Erwartungen der beiden Gruppen, was ein „gutes Leben“ oder Wohlbefinden ausmacht in einigen Teilen stark divergieren:

So sind zwar übereinstimmend die Punkte

- ▶ Gute Freunde
- ▶ Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie
- ▶ Sozialer Friede

besonders wichtig für das persönliche Wohlbefinden; jedoch betonen die Experten zusätzlich:

- ▶ Eine intakte Umwelt (mit 79%, gegenüber der befragten Bevölkerung mit 62%)
- ▶ Die gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr und
- ▶ Die Integration von Minderheiten bzw. Migranten und Migrantinnen.

Wohingegen die Bevölkerung Prioritäten sieht bei leistbaren Wohnangeboten, verfügbarem Einkommen, Gefühl von Sicherheit sowie gutem Essen und Trinken.

Solche Divergenzen könnten zu mangelnder Akzeptanz von durch Experten empfohlenen politischen Maßnahmen durch die Bevölkerung führen, sollte diese den Sinn für sich nicht erkennen können.

Für das Agieren der Initiative wichtig ist eine Orientierung an Szenarien in Richtung einer Transformation, wobei man vom Jahr 2050 ausgeht und überlegt, was zur Erreichung der Ziele gemacht werden sollte. Schwerpunkte sind die Bereiche Ressourcennutzung (Ziel sind 5 t Rohstoffverbrauch/je Einwohner; Verminderung des Ökologischen Fußabdrucks bei der Nutzung von Ackerland um 20 % oder Reduktion der Treibhausgase um 80 %).

Als alternative Szenarien zur Variante des „Business as usual“ erscheinen sinnvoll:

- ▶ Globale Zusammenarbeit
- ▶ Die Führerschaft der EU und
- ▶ Die Zivilgesellschaft übernimmt die Initiative.

Bemerkenswert ist u.a., dass im Bereich der Beschäftigungsentwicklung bis zum Jahr 2050 die meisten Szenarien einen Rückgang verzeichnen, es sei denn, die Zivilgesellschaft gestaltet den Transformationsprozess. Bei der Reduktion der Treibhausgase von jetzt knapp 65 Mio to/Jahr könnten sowohl die Zivilgesellschaft als auch die Vorreiterrolle der EU eine Reduktion auf ca. 35 Mio to bis 2050 bewirken.

Solche Szenarien sollen die Medienarbeit und Kommunikation der Initiative weiter unterstützen; interessant ist die Vorgehensweise, die Kommunikationsmöglichkeiten und -kanäle der Partnerorganisationen mit zu nutzen, um die jeweiligen Zielgruppen (besser) erreichen zu können. Hervorgehoben wird, die Arbeiten sollen letztlich einen realen Nutzen schaffen, hierfür sollen bei den jeweiligen Veranstaltungen die „Kerngeschichten“ erzählt und argumentativ untermauert werden.

4.5 „Der gut informierte Bürger“ (A. Schütz) – Die Umweltbewusstseinsstudie als Spiegel.

Michael Marten / Dr. Rainer Benthin, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Dr. Gerd Scholl, Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung, Berlin

Zuerst stellte Gerd Scholl vom IÖW die jüngste Umweltbewusstseinsstudie des UBA/BMUB (2017) vor. Sie ergab, dass das Problembewusstsein in der deutschen Bevölkerung für Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes gleichbleibend hoch ist und für die Mehrheit der Befragten ein „Weiter so“ keine Lösung darstellt. Allerdings war die Mehrheit der Befragten vom künftigen Erfolg der Klimapolitik noch nicht überzeugt ist. Es werde zu wenig für Umwelt- und Klimaschutz getan. Stärkere Beachtung findet inzwischen, dass Umwelt und Klimaschutz auch eine Frage der sozialen Gerechtigkeit sind.

Die Umweltbewusstseinsstudie wurde zum 11. Mal erstellt. Seit 1996 wird im Zweijahres-Rhythmus erforscht, wie sich Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der Bevölkerung in Deutschland entwickeln. Ziel ist es, die in der Gesellschaft vorhandenen Denk- und Handlungsmuster zu verstehen und die Bedürfnisse unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen vorausschauend in eine bürgernahe, partizipative, zukunftsweisende und nachhaltige Politik einfließen zu lassen.

Umwelt- und Klimaschutz sind als wichtige gesellschaftliche Ziele fest im Bewusstsein verankert und stehen weit oben auf der politischen Agenda. Für jede und jeden Fünften in Deutschland zählen Umwelt- und Klimaschutz zu den wichtigsten Herausforderungen, denen sich das Land derzeit gegenüber sieht. Nach den zwei drängendsten Herausforderungen gefragt, nannten dies in der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie für das Jahr 2016 rund 21 Prozent – zwei Prozentpunkte mehr als in der Studie des Jahres 2014. Im gleichen Zeitraum haben andere Probleme deutlich an Brisanz gewonnen. Trotz dieser massiven Änderung in der Wahrnehmung der aktuellen Problemlagen, bleibt das Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger für Umwelt- und Klimaschutz stabil.

Mit Blick auf die umweltbezogenen Herausforderungen unserer Zeit herrscht eine kritische, aber ebenso konstruktive Grundstimmung vor. Die Bevölkerung nimmt die langfristige Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlagen sehr ernst. So empfinden über 90 Prozent der Befragten die Risiken durch Plastikmüll in den Weltmeeren oder die Abholzung von Wäldern als bedrohlich. Auch den Klimawandel und den Verlust an Biodiversität erkennen die Bürgerinnen und Bürger mit großer Mehrheit (zu jeweils 89 Prozent) als bedrohliche Risiken an.

Gleichzeitig ist in der Bevölkerung ein breit verankertes Verantwortungsgefühl für Nachhaltigkeit auszumachen. 97 Prozent finden, dass jede und jeder Einzelne Verantwortung für lebenswerte Umweltbedingungen der nachfolgenden Generationen trägt. Drei Viertel der Befragten stimmen voll und ganz oder eher zu, dass unsere energie-, ressourcen- und abfallintensive Wirtschafts- und Lebensweise grundlegend umgestaltet werden sollte.

Um die erforderlichen Veränderungen umzusetzen, reichen Marktmechanismen allein nicht aus, meinen 61 Prozent der Befragten. Vielmehr hält es die große Mehrheit (91 Prozent) für erforderlich, Wirtschaft und Märkte so zu regulieren, dass Umweltbelastungen gering gehalten werden. Als wichtige Herausforderungen sehen die Bürgerinnen und Bürger in diesem Kontext vor allem die Entwicklung umweltfreundlicher Technologien an (95 Prozent Zustimmung). Insbesondere den Umstieg auf erneuerbare Energien finden 90 Prozent weiterhin wichtig.

Umwelt- und Klimaschutz tragen aus Sicht der Befragten zunehmend zur Lösung anderer politischer Aufgaben bei.

Die Mehrheit der Befragten sieht einen hinreichenden Umwelt- und Klimaschutz als grundlegende Bedingung dafür, dass andere Zukunftsaufgaben wie die Globalisierung (67 Prozent Zustimmung) bewältigt sowie Wohlstand (58 Prozent) und Wettbewerbsfähigkeit (51 Prozent) gesichert werden können. Im Vergleich zu 2014 sind diese Werte für 2016 leicht gestiegen. Insgesamt nehmen die Befragten also zunehmend Synergiepotenziale zwischen Umwelt- und Klimapolitik einerseits und anderen politischen Handlungsfeldern andererseits wahr.

Allerdings sind nur 37 Prozent der Befragten der Meinung, dass Umwelt- und Klimaschutz eine wichtige Bedingung darstellen, um mehr soziale Gerechtigkeit zu erreichen. Das sind zwar etwas mehr als in den früheren Befragungen, doch sehen offenbar viele Menschen nach wie vor Ökologie und Soziales in einem Spannungsfeld.

Chancen von Nachhaltigkeit: Gesundheit, Lebensqualität, Verbundenheit

Eine nachhaltige Entwicklung kann auch für den Einzelnen und die Gesellschaft insgesamt weitreichende positive Auswirkungen haben. 84 Prozent der Befragten halten es für sehr oder eher wahrscheinlich, dass eine nachhaltige Entwicklung mit mehr Gesundheit verbunden sein wird, 81 Prozent erwarten mehr Lebensqualität und 76 Prozent mehr Naturverbundenheit. Und mit 58 Prozent meint mehr als die Hälfte der Befragten, dass eine nachhaltige Entwicklung zu mehr Gemeinschaft der Menschen untereinander führen kann. Zudem erwartet knapp die Hälfte der Befragten, dass eine nachhaltige Entwicklung zur Verbreitung von Lebensweisen beiträgt, in denen eine Orientierung an materiellem Besitz weniger wichtig ist.

Insgesamt wird die Umweltqualität in Deutschland überwiegend positiv eingeschätzt, 75 Prozent finden sie sehr oder recht gut. Gleichzeitig sind die Bürgerinnen und Bürger sensibel für mögliche Gesundheitsrisiken durch negative Umweltbedingungen. Die Befragten sorgen sich v.a. um Schadstoffe und Rückstände von Pflanzenschutzmitteln in Lebensmitteln, 44 Prozent fühlen sich davon äußerst stark oder stark belastet. Auch Chemikalien in Produkten und Gegenständen des täglichen Bedarfs machen 44 Prozent der Befragten Sorgen.

Sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen empfinden in deutlich höherem Maße gesundheitliche Belastungen durch Umweltbedingungen als Menschen mit höherem Sozialstatus, beispielsweise durch Lärm und Luftschadstoffe (vgl. Tab. 2, S. 48 in der Studie). Dies zeigt deutlich, dass Umweltschutz zukünftig ein besonderes Augenmerk auf Fragen der Gerechtigkeit richten muss.

Auto bleibt wichtigstes Verkehrsmittel, Veränderungsbereitschaft aber deutlich erkennbar

Für die Mehrheit der Befragten ist das Auto weiterhin das wichtigste Verkehrsmittel, aber dennoch ist die Bereitschaft zum Umstieg auf umweltfreundliche Alternativen groß. 70 Prozent der Befragten nutzen für ihre Wege im Alltag täglich oder mehrmals in der Woche das Auto (vgl. Abb. 30, S. 61).

Gleichzeitig sind diese regelmäßigen Autofahrerinnen und Autofahrern unter bestimmten Bedingungen bereit, vermehrt alternative Fortbewegungsmöglichkeiten zu nutzen. Insbesondere mehr zu Fuß gehen ist für rund drei Viertel und mit dem Fahrrad fahren für zwei Drittel der häufigen Autonutzer und Autonutzerinnen attraktiv. Entsprechend stößt eine Stadt- und Regionalentwicklung, die das Auto leichter verzichtbar macht, bei 91 Prozent der Befragten auf Akzeptanz. 79 Prozent der Befragten hält einen solchen Mobilitätswandel auch in ihrer Gemeinde für wünschenswert.

In seinem Fazit fasste Scholl zusammen, dass das Umweltbewusstsein in Deutschland weiterhin auf hohem Niveau bleibe und die Mehrheit der Bevölkerung Synergien zwischen Umwelt- und Klimaschutz und anderen politischen Aufgaben sehe. Gleichzeitig sei vorherrschende Meinung, dass insgesamt noch zu wenig für Umwelt- und Klimaschutz getan werde.

Ergänzend haben Michael Marten und Rainer Benthin vom Umweltministerium eine Einordnung der Umweltbewusstseinsstudie vorgenommen:⁷

Herr Scholl hat ja bereits einige zentrale Ergebnisse der Studie benannt. Wenn man so will hat er etwas zur *Resonanz* und zur *Akzeptanz* von Umwelt-Themen in der Bevölkerung gesagt.

Wir versuchen die Perspektive nun noch ein klein wenig zu weiten und fragen nach der *Relevanz* der Studie, im Allgemeinen und für unser Ministerium im Besonderen.

Über die Relevanz für die Medien und andere intermediäre Akteure können wir nur spekulieren. Was wir allerdings sagen können, ist, dass sowohl Verbände als auch viele Medien die Ergebnisse gerne aufnehmen und sich darüber im Idealfall auch eine Debatte entzündet. Wenn das passiert, ist schon ein wichtiges Ziel erreicht.

Denn wir brauchen mehr Debatten, nicht nur, aber auch zu Umwelt- und Klimathemen. Vielleicht haben wir in den letzten Jahren zu wenig diskutiert und die Relevanz von Umweltfragen als selbstverständlich vorausgesetzt? Zunächst einmal sollten wir festhalten, dass es sich bei der Studie um eine empirische sozialwissenschaftliche Studie handelt, mit der wir als BMUB und UBA eigene Zeitdiagnosen und Gesellschaftsbeobachtungen anstellen – in Ergänzung zu den vielfältigen Zeitdiagnosen und Studien, die es auf dem Markt gibt.

Eine solche eigene Studie ist notwendig, weil es etwas Vergleichbares in Deutschland schlicht nicht gibt. Das merken wir auch an den vielfältigen Reaktionen aus der Wissenschaft und der häufigen Nutzung des umfangreichen Datensatzes für wissenschaftliche Sekundäranalysen.

Mit der Studie verbindet sich – das ergibt sich hieraus unmittelbar – also ausdrücklich „keine Geschichte zur Großen Transformation“, wie die Überschrift zu diesem Themenblock nahelegen könnte. Damit würden wir eine solche Studie auch überfordern.

Dafür gibt es Programme wie die Nachhaltigkeitsstrategie, das IUP (Integriertes Umweltprogramm des BMUB) oder auch die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (2015).

In erster Linie richtet sich die Umweltbewusstseinsstudie nach innen, an uns selbst, an die Administration. Von daher könnten wir in Anlehnung an den Titel unseres Vortrags im Programm auch von der „gut informierten Verwaltung“ als Ziel und Zweck sprechen. Natürlich wünschen wir uns auch den „gut informierten Bürger“, der mit Wissen und guten Argumenten und reflektierend zu eigenen begründeten Meinungen kommt. Auch hierfür kann die Studie als Spiegel dienen.

Aber primär ist sie Teil unseres Auftrags einer Grundsatzabteilung mit dem besonderen Fokus auf gesellschaftspolitische Grundsatzfragen. Wir sind der festen Überzeugung, dass für ein begründetes, abwägendes und vor allen Dingen sozial ausgewogenes Regierungshandeln ein entsprechendes zeitdiagnostisches Gesellschaftswissen bereitgestellt werden muss, so dass es im Regierungshandeln zumindest eine Rolle spielen kann.

An der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie ist aus unserer Sicht besonders hervorzuheben, wie sensibel Gerechtigkeitsfragen auch im Umwelt- und Klimakontext in der Bevölkerung wahrgenommen werden – in beide Richtungen übrigens: Einerseits wird der positive Effekt von Umwelt- und Klimaschutz auf Gerechtigkeitsfragen zunehmend gesehen. Andererseits wird durch diese und andere Stu-

⁷ Die folgenden Passagen gründen sich auf eine Manuskriptvorlage der Vertreter des BMUB und haben insofern einen anderen Duktus.

die ebenso deutlich, dass Ungerechtigkeiten in der Verteilung von Umweltlasten zum Beispiel im Kontext von Umwelt und Gesundheit ebenso gesehen und kritisiert werden wie der ungleiche Nutzen und die ungleiche Verteilung der Kosten etwa im Kontext der Energiewende.

Das müssen wir wissen, und hierfür brauchen wir Studien wie diese, um unserem umfassenden Nachhaltigkeitsanspruch vollständig gerecht werden zu können.

Zusammenfassende Thesen:

- ▶ Die Umweltbewusstseinsstudie hat sich als Produkt des BMUB etabliert und führt regelmäßig zu vielfältigen Reaktionen.
- ▶ Die Umweltbewusstseinsstudie kann die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit substanziell unterstützen; sie ist aber erst in zweiter Linie ein Medium der politischen Kommunikation.
- ▶ Sie ist primär eine sozialwissenschaftliche Studie, die in der wissenschaftlichen Fachöffentlichkeit stark rezipiert wird.
- ▶ Sie liefert dem gesamten Haus relevantes Hintergrundwissen über gesellschaftliche Bewusstseins- und Einstellungs-Muster (Stichwort Kontext-Wissen).
- ▶ Sie zeigt Einstellungen, Einordnungen und Bewertungen der Bürgerinnen und Bürger zu ausgewählten umweltpolitischen Themen.
- ▶ Sie ist also ausdrücklich kein Strategiepapier des BMUB, sondern sie zeigt einen Teil unserer sozialen Wirklichkeit (mit einer gewissen Repräsentativität).
- ▶ Sie zeichnet erwartungsgemäß kein einheitliches, sondern vielmehr ein vielfältiges, bisweilen auch widersprüchliches Bild unserer Lebenswirklichkeit zwischen Einsichten, Verantwortung und tatsächlichem Handeln.

4.6 Grüner Journalismus – Zum Spannungsfeld zwischen Neutralität und Transformation.

Prof. Dr. Torsten Schäfer, Hochschule Darmstadt

Torsten Schäfer fasste seine Ausführungen zum Grünen Journalismus in Thesenform zusammen:

1. Begriffsüberschätzungen:
Auf „Nachhaltigkeit“ können sich inzwischen die meisten Medienakteure einigen. Begriffe wie „Große Transformation“ und „Anthropozän“ bleiben dagegen in der journalistischen Nische und – in Fachkreisen oft unterschätzt – dem breiten Publikum gänzlich unbekannt.
2. Nachhaltigkeit als universeller Wert:
Aus der umfassenden Bedeutung der Erdabhängigkeit, in der menschliche Gesellschaften existentiell stehen und die das Anthropozän neu auf die Agenda setzt, ergibt sich eine Sicht auf Nachhaltige Entwicklung als eine zivilisatorische Errungenschaft und universelle Wertigkeit für alle Systeme. Sie steht seit 300 Jahren in der Öffentlichkeit, wird zunehmend diskutiert und bringt neue Lebensstile und Milieus hervor. Zudem hat Nachhaltigkeit bereits tiefen Eingang in regionale, nationale und globale Rechtsregime, Politikprogramme sowie in Märkte und Unternehmen gefunden (juristisch-politisch-ökonomische Anzeiger). Nachhaltigkeit ist damit informell wie formell Teil der gesellschaftlichen, politischen, rechtlichen und ökonomischen Kultur vieler Länder und internationaler Organisationen geworden. Deshalb ist sie, vergleichbar mit der Demokratie, ein universelles Leitbild, das starke Wertedimensionen in sich trägt.

3. Nachhaltigkeit ist eine holistische Dimension, kein Einzelthema:
Nachhaltigkeit wird durch ihre übergeordnete Bedeutung zu einer holistischen, überall einzusetzenden Betrachtungsdimension. Somit steht sie auch nicht in irgendeiner Art von Konkurrenz zu geschlossenen Einzelthemen. Die journalistische Frage, ob man mehr oder weniger über Nachhaltigkeit berichten soll, stellt sich nach diesem Verständnis nicht, da sie als Perspektive in Nachrichtenauswahl und -bearbeitung immer ihren Platz hat – begrifflich benannt oder in ihren Funktionen beschrieben, wenn es um die Einzelthemen im Kosmos der Nachhaltigkeit geht.
4. Für Starke Nachhaltigkeit und Erdprimat:
Durch das Bild der Erdabhängigkeit entsteht ein natürlicher Betrachtungsrahmen auf die drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Ökonomie, Soziales, Ökologie), die stets angedacht und in Beziehung gesetzt werden müssen. Ihre Wechselbeziehungen sowie Einzelprozesse geschehen aber innerhalb der planetaren Grenzen, woraus sich die Notwendigkeit für eine sogenannte ‚starke Nachhaltigkeit‘ in der Begriffsdebatte ergibt. Nachhaltigkeit ist darüber hinaus mit Lebensqualität zu verbinden. Erst so wird klarer, dass es über die drei bekannten Dimensionen hinaus um die Rückgewinnung verlorener Freiheiten ebenso geht wie um Partizipation, Gerechtigkeit, Genügsamkeit und Zeitwohlstand.
5. Nachhaltigkeit als Begriff: Empathie und Poesie statt Technokratie und Ökonomismus:
Das Nachhaltigkeitsverständnis im öffentlichen Diskurs ist von technokratischen, ökonomischen und utilitaristischen, sachlichen und pragmatischen Perspektiven geprägt. Entsprechend viele Informationen und auch nachhaltigkeitsbezogenes Wissen ist entstanden. Gemessen daran ist eine Übersetzung in dementsprechendes politisches oder breites gesellschaftliches Handeln größtenteils noch ausgeblieben; allenfalls das neue, diffuse gesellschaftsgrüne Milieu gibt hier Anlass zur Hoffnung. Verhaltensveränderungen basieren häufig auf emotionalen Identifikationen mit dem Veränderungsstoff. Hier hat die technokratische Nachhaltigkeitsdebatte wenig zu bieten; es fehlt ihr an *Motiven* wie Empathie, Schönheit, Sehnsucht und Hingabe, an Poesie und Fantasie, Spiel und Freude. Dies sind Bezüge, die wir als Naturwesen in der Natur bewusst und unbewusst suchen; mit Edward Wilson lässt sich von der ‚Biophilie‘⁸ sprechen. In der verdinglichten und rastlosen Interaktionsgesellschaft treten die Naturbezüge sogar immer mehr hervor, medial sichtbar geworden sind sie am überraschenden und immer noch anhalten Erfolg der ‚Landlusthefte‘, die Natur in idealisierter Art als überschaubaren Rückzugs- und Ruheraum inszenieren. Aus einem Milieudünkel heraus hat die Journalismusforschung bisher kaum auf dieses Erfolgssegment geblickt.
6. Natur-Kultur-Trennung abbauen, Nachhaltigkeit braucht mehr Lebendigkeit:
Die Nachhaltigkeitsdebatte muss den sichtbaren Bedarf nach Naturnähe und ökologischer Reintegration in ihrem eigenen Interesse ernst nehmen und ihr kaltes Kleid abstreifen zugunsten einer Perspektive, die die Natur-Kultur-Trennung ab- und einen ganzheitlichen, sinnlichen Zugang zu Natur und Umwelt im Sinne einer Mitwelt aufbaut. Ein solcher Ansatz ermöglicht auch in viel besserer Weise eine neue Utopie- und Visionsfähigkeit, die im Transformationsdiskurs vielfach eingefordert wird. Entsprechende theoretisch-praktische Verbundenheitskonzepte, die Anstöße zur Entwicklung einer solch sinnlichen Perspektive finden können, finden sich im amerikanischen Transzendentalismus, der Tiefenökologie ebenso wie im ökologischen Buddhismus, dem integralen Denken des Kommunikationswissenschaftlers Claus Eurich oder den Ansätzen der Erotischen Ökologie und des Enlivement (einer „Kultur des Lebens“) des Naturphilosophen und Journalisten Andreas Weber.

⁸ Der Begriff geht auf Erich Fromm zurück und kann mit „Liebe zum Lebendigen“ umschrieben werden.

Journalismus und Medien

1. Neue Vermittlungsformen:

Die Brücke zu einem lebendigeren Nachhaltigkeitsverständnis auf Basis eines holistisch-integralen Naturverständnisses können neue Vermittlungsformen schlagen, nach denen der Journalismus aus anderen Gründen (schwindende Auflagen, Quoten, Zugriffe; Wiederholungserfahrungen) bereits verstärkt sucht. Zu nennen wären hier aktuell und allgemeiner Storytelling, Scrollytelling, Comic Journalismus, Graphic Novels und literarische Erzählformen, die mehr Raum für Subjektivität und Empathie bieten. Im thematischen Kontext der Nachhaltigkeit könnte neben themenbezogenen Erzählkonzepten und der Suche nach neuen Narrativen das angloamerikanische Genre des nature writing, welches subjektive und poetische Anschauung mit essayistischer Reflexion und sachlich-journalistischer Deskription verbindet, große Potenziale entfalten. Als literarisches Genre findet es gerade erfolgreich seinen Weg nach Deutschland. Als (umwelt-)journalistisches Genre ist es weitgehend unbekannt und in Theorie und Praxis bis auf wenige Experimente bisher nicht entwickelt, untersucht oder erprobt. Aus diesem Grund widmet sich Grüner-Journalismus aktuell dem neuen Genre auf mehreren Ebenen.

2. Nachhaltigkeit und Journalismusforschung/Medienethik:

Empirie da, Theorie fehlt: Die empirische Journalismusforschung hat zahlreiche empirische Arbeiten zum Themenfeld Nachhaltigkeit vorgelegt; v.a. zum Klimawandel sind Studien entstanden. Damit wird die Relevanz der globalen sozial-ökologischen Zusammenhänge endlich stärker anerkannt. Parallel dazu ist jedoch keine themenbezogene Theorieformulierung in der Journalistik entstanden; auch die Medienethik weist hier eine Lücke auf. Dies verwundert stark im Kontext von Themen wie Großer Transformation und Anthropozän, das als Fragestellung nach einem neuen Zeitalter die epochale Bedeutung der nachhaltigen Entwicklung als Antwort auf die Krisendiagnose unterstreicht. Vor diesem Bedeutungshintergrund ist im Fach sowie im praktischen Journalismus der Relevanzbegriff neu zu diskutieren. Das System der Nachrichtenfaktoren muss entsprechend einer Reform unterzogen werden. Dies könnte der Anfang eines kommunikationswissenschaftlichen Denkens im Sinn einer Journalistischen Ökologie und ökologischen Medienethik sein, die mit älteren Debatten zur Kommunikationsökologie sowie Ansätzen wie Slow Media und medialer Achtsamkeit zu verbinden wären.

3. Ergrünte Medien, günstiges Zeitfenster:

Deutsche Medien sind ergrünt. Der Nachhaltigkeitsbegriff taucht mittlerweile doppelt so oft in der Berichterstattung auf wie noch vor zwanzig Jahren (Univ. Lüneburg 2016). Auch auf Produktebene ist der Wandel sichtbar: Neue Printmagazine besetzen die grüne Nische, die auch auf eigene Weise durch den Erfolg der Landhefte breiter geworden ist. Online sind ebenfalls neue Portale entstanden. Damit waren die soziokulturellen Bedingungen noch nie so gut, Transformationsthemen in den gesellschaftlichen und journalistischen Mainstream zu tragen. Hauptimpuls sind die vielen, unsortierten sozialen und grünen Initiativen in Gesellschaft, Wissenschaft und Wirtschaft. Man kann von einem neuen „Gesellschaftsgrün“ sprechen, ohne das damit aber eine politische Bewegung gemeint ist. Es fehlt an Vernetzung, gemeinsamen Plattformen und Positionen.

4. Neue Metaebene:

Zudem ist rund um den Nachhaltigkeitsjournalismus eine Infrastruktur entstanden, die das grüne Mediengeschehen bewertet, fördert und untersucht. Getragen werden die Forschungsprojekte, Rechercheplattformen und Seminare von Stiftungen, Hochschulen und Akademien. Zugenommen haben ebenfalls grüne Journalistenpreise sowie umweltjournalistische Kurse privater Träger als auch von Hochschulen und Universitäten wie in Ansbach, Nürnberg, St. Augustin, Darmstadt und Dortmund. Damit Journalismus weiter ein eigenes, sozial-ökologisches Denken aufbauen kann, muss die neu entstandene Metastruktur verstetigt werden. Denn viele Projekte sind nicht dauerhaft finanziert. Es wäre zu diskutieren, inwieweit dafür öffentliche Gelder zur Verfügung stehen.

5. Allgemeine Ressourcenknappheit bearbeiten, öffentliche Medienfinanzierung neu denken:
Systeme der öffentlichen Medienförderung haben in skandinavischen Ländern mit Erfolg kleine Redaktionen und Titel erhalten, gerade in der Provinz. Denn dort, in der Fläche und bei den vielen kleinen Medien, liegt auch in Deutschland das eigentliche Problem: eine durch extremes Sparen entstandene Knappheit der Ressourcen Geld, Personal und (Recherche-)Zeit. In diesem Kontext ist es schwer, mehr Nachhaltigkeit im journalistischen Mainstream stärker zu verankern. Deshalb kommt eine ernsthafte Debatte über Journalismus und die Große Transformation nicht ohne die Frage nach alternativen Finanzierungswegen aus, die im marktliberalen Verlegergewerbe wenig beliebt ist. Doch Journalismus hat Verfassungsrang, ist zuerst gesellschaftsorientiertes Verantwortungshandeln. Deshalb braucht er an manchen Stellen und in heftigen Krisenzeiten Hilfe, wenn er seine grundlegenden Funktionen (auch Herstellung einer Öffentlichkeit zu Nachhaltigkeitsthemen) erfüllen soll.
6. Keine Vereinnahmung:
Die journalistische Rollendebatte ist zwar transformationsaffiner geworden, dennoch wollen sich Journalisten ungern als „Transformationsagenten“ oder dergleichen bezeichnen lassen. Sie bleiben unabhängige Informationshandwerker, die allerdings ein wachsendes Gespür für den Bedarf nach einer Großen Transformation entwickelt haben.
7. Neue Rollendebatte, mehr Offenheit für Engagement:
Seine Rollenfrage diskutiert der Journalismus neu vor allem wegen der Bewegung des konstruktiven Journalismus, der stärker über Handlungsmöglichkeiten berichten will. Damit entsteht neuer Raum für eine offener Rollendebatte eines Journalismus, der traditionell betont, dass man sich mit keiner Sache gemeinmachen dürfte, auch nicht mit einer guten (absolutes, rein individuelle ethisches Neutralitätsdogma). Bei der „Sache“ wird nicht unterschieden, ob es sich um Einzelthemen oder um universelle Werte wie Demokratie oder Nachhaltigkeit handelt (s.o.).

Weiterführende Ideen

- ▶ Ausweitung der empirischen Journalismusforschung auf Themenfelder wie Erneuerbare Energien, Mobilität, Ernährung, Landwirtschaft, Wildtiere oder Böden.
- ▶ Aufbau erster Grundlagen einer ökologischen Medienethik durch Fachtagungen und Publikationen.
- ▶ Konferenz zu alternativer Medienfinanzierung in Verbindung mit Nachhaltigkeit einschließlich der Frage des Aufbaus von öffentlichen Fördersystemen für meinungsbildende Klein- und Regionalmedien.
- ▶ Etablierung einer universellen Komponente im journalistischen Ausbildungssystem, Entwicklung neuer Studiengänge.
- ▶ Nachwuchspreis für kritische Umwelt- und Nachhaltigkeitsberichterstattung.
- ▶ Dokumentation und Vermittlung „grüner Narrative“ speziell für Massenmedien.⁹
- ▶ Etablierung regionaler grüner Storyfestivals für Journalismus und Literatur.
- ▶ Etablierung des Genres „nature writing“ als journalistischer Form.

⁹ Hierauf kommt auch die Podiumsdiskussion am Schluss der Tagung zu sprechen, siehe Abschnitt 4.17 der Tagungsdokumentation.

4.7 Wie kommt das Anthropozän in die Redaktion?

Petra Pinzler, Die ZEIT

Der Beitrag von Petra Pinzler eröffnete den Blick aus und in die Praxis einer Redaktion, in diesem Fall einer klassischen Wochenzeitung und einer neueren Ergänzung, der Zeit-online Variante.

Die Gedanken sind vor diesem Hintergrund – und in Arbeitsteilung mit den anderen Beiträgen in diesem zweiten Schwerpunkt – kein „wissenschaftlicher Vortrag“, sondern ein reflektiertes Stimmungsbild.

Allein die Idee, mit den Kollegen doch einmal, heute, über das Anthropozän zu reden, erscheint etwas unreal. Einerseits ist das Thema neu, komplex und kompliziert, andererseits aber auch schon teilweise vom Begriff her bekannt, noch mehr, wenn es um die Umwelteinwirkungen geht. Zugleich scheinen, drittens, die alltäglichen anderen Themen immer „näher“ zu liegen. Das Anthropozän liegt gewissermaßen zuerst einmal im redaktionellen Niemandsland und insofern wäre dieser Beitrag auch beinahe nicht zustande gekommen (und nur durch Nachfragen der Veranstalter). Denn in der Berichterstattung einer Zeitschrift gilt es immer, eine Auswahl zu treffen. In dieser zeitlichen Phase, wo die Tagung in Schwanenwerder stattfand, war dies die Frage, soll eher über die G-20 Krawalle in Hamburg und den Rücktritt des Bürgermeister Olaf Scholz berichtet werden – oder etwa die aktuellen Klimaveränderungen, als zentrales Element des Anthropozäns?

Der Unterschied liegt bei der journalistischen Arbeit in einer wichtigen Kategorie: „Sichtbare Opfer!“ Diese gibt es bei so massiven Krawallen, Opfer als Folgen des Anthropozäns lassen sich indessen nur schätzen (noch).

Trotzdem wäre die Herausstellung eines Vergleichs interessant: In der Öffentlichkeit wurde allseits über einen möglichen Rücktritt des Hamburger Bürgermeisters diskutiert, aber niemand spricht über einen Rücktritt der Bundeskanzlerin, die seit Jahren gegen die Klimaziele der Republik gehandelt hätte.

Das Problem des Anthropozäns insgesamt, seiner Folgen und auch möglicher Transformationsstrategien entzieht sich der üblichen journalistischen Darstellung: Versteht man Anthropozän als die Erkenntnis, wir können zum ersten Mal in der Geschichte der Menschheit die Welt verändern und zerstören, also einen dauerhaften, unwiederbringlichen Prozess starten, so ist dies eigentlich ein einzigartiger Befund.

Das aber entzieht sich – paradoxerweise – den Grundregeln des Journalismus: Deren Hauptfragen bezüglich einer Relevanz für das Publikum lauten bekanntlich: Wer macht was, wo, wann und warum?

Obwohl man natürlich auch fragen könnte: Die Menschheit – macht was? Die Erde, wo: hier auf Erden kaputt, in diesen Jahrzehnten. Weil – sie zu dumm gewesen ist...

Zwischenfazit: das Anthropozän ist wohl nicht neu, es birgt keinen Überraschungseffekt, erscheint nicht besonders originell, eher unkonkret, schon gar nicht einfach verständlich (bzw. nur mit Mühe manchmal, wie bei Plastikstrudeln im Meer, Gülle, Kohleabbau oder Klima) und ist nur ganz schwer personalisierbar.

Damit scheint es wenig zum Verkauf einer Zeitung beitragen zu können – die Titelproduktion in Zeiten abnehmender Auflage ist ein essenzieller Punkt. Zeitungen brauchen Werbekunden, die wollen mehr. Das Anthropozän als Thema bietet kein werbeaffines Umfeld, noch weniger sind es die nötigen Folgen mit ihren strittigen Debatten darüber.

Das Anthropozän ist langsam, düster, komplex.

Nur gelegentlich gibt es Anlässe, Facetten der Thematik zu „verkaufen“ insbesondere, wenn das Thema „personalisierbar“ gemacht werden kann. Als Beispiel sei hier der peruanische Kleinbauer Saúl Luciano Lliuya angesprochen, der besorgt ist, dass sein Dorf durch den Klimawandel vom Schmelzwasser überschwemmt wird und daher den Stromversorger RWE verklagt, den er für die Erderwärmung mit verantwortlich macht. Das sehr abstrakte Thema Klimawandel erhält so ein Gesicht und wird für den Nachrichtenkonsumenten greifbarer.

Gegenbeispiel ist die Finanzkrise, als Produkt eines Wirtschaftssystems, das in einer endlichen Welt auf Unendlichkeit, auf ewiges Wachstum, angelegt sei. Die Diskussion sei eher ins Stocken geraten, weil keiner der Beteiligten einen alternativen Weg zu den gegenwärtigen Krisenstrategien wüsste. Man kann als Journalist nicht Debatten fordern, die nicht stattfänden. Anders die TTIP-Proteste – die hatten große Debatten darüber erzeugt, wie wir (unendlich) Handel treiben wollten in einer endlichen Welt – offen sei wiederum geblieben, was wir eigentlich anders machen wollten.

Pinzler beschreibt die Schwierigkeiten, auch das Thema Postwachstum aufzunehmen, da es zum einen inhaltlich nicht so gut verkaufbar ist (einem Politiker bringt es nur Ärger, über Postwachstum zu reden – der Sachverhalt ist nicht positiv besetzbar). Zum anderen wird es von Ökonomen, aber auch Parteien nicht mehr thematisiert, wie am Beispiel der Enquête-Kommission Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität nachvollzogen werden konnte. Die langfristige Wirkung ist fraglich, die Steuerungsfähigkeit des Systems ist gegenwärtig zu gering. Der Wachstumsdruck in Wirtschaft und Politik hingegen zu groß. In der Wissenschaft sind viele der Ökonomen nicht reformbereit. Erkennbar sind Defizite in der Forschungslandschaft, was die gangbaren Alternativen betrifft. Mithin, was würden die „Grenzen des Wachstums“ konkret für eine Gesellschaft bedeuten, wenn man ökonomisch eine andere Antwort auf die Erkenntnis des Anthropozäns finden will? Für alternative Vorstellungen zu Wachstum wäre besonders der Weg aus der Nische, auch in andere Ressorts wie zum Beispiel das Gesundheits- oder Wirtschaftsressort vonnöten, um mehr Aufmerksamkeit für die Thematik zu generieren.

Strukturell analog wird die Debatte über die Verkehrswende geführt – sie ist wieder angeregt worden durch den Dieselskandal, da die zuerst abstrakte Diskussion plötzlich eine ganz konkrete Wende genommen hat, nämlich, dass Stickoxide Krebs befördern. Eigentlich nötig wäre die Verkehrswende, letztlich weniger Autos. Was jedoch hauptsächlich passiert ist eine Debatte über Elektroautos. Ganz langsam nur erfolgt ein Nachdenken über Verkehrswende in ihrer Tragweite.

Damit bleibt letztlich offen, ob dieses Problem technisch gelöst werden soll, oder ob es in der Tat – „großer Begriff“ – in einer „Großen Transformation“ münden wird.

Wenn insofern das Thema Anthropozän in die Redaktionen kommt, verpufft es noch häufig. „Vieles, was wir schreiben, ist in den Köpfen unserer Leser, Politiker, Mitbürger noch nicht angekommen“: Immer noch gilt, das Leitmotiv ist: immer mehr, besser, höher, weiter – und Lösungen müssen möglichst in Produkte umsetzbar sein.

Aber gleichzeitig ist doch immer öfter zu spüren: Die Sorge frisst sich durch, ob im Presseclub oder Zeitungen wie dem Handelsblatt, wenn es um die engen Relationen von Klima und Auto geht, als ein inzwischen prominentes Beispiel.

Ausblick:

Soll die Thematik des Anthropozäns auch in der Redaktion eine Rolle spielen, impliziert dies, dass man als Journalistin Anthropozän gewissermaßen im Kopf hat. Das bedeutet, ernst genommen, „Anthropozän muss Problem-Hintergrund für alle Schreibenden sein. Und für die alltägliche Lebenserfahrung der Leser.“

Wir brauchen eine Haltung, die weit über den Umweltjournalismus hinausreicht. Nachhaltigkeitsjournalismus trifft es schon eher. Nachhaltiges Handeln entscheidet mit über die Zukunftsfähigkeit von Gesellschaften und Ökonomien. Hochwertiger Journalismus zu damit verbundenen Fragen ist dringender als je zuvor, denn die Katastrophen rücken näher, mit ihnen erkennbar auch Kippunkte, ab denen vorherige Zustände nicht mehr zu (er)halten sind.

Am weitesten ist Klimaberichterstattung: Hier ist die Erkenntnis die Botschaft: Weniger Kohle verbrennen. Aber auch in andere Bereiche kommt etwas Bewegung, weil die Folgen immer häufiger spürbar werden – aber häufig noch, ohne dass bewusst die Verbindungen gezogen werden). Beispiele bieten sich an: Beim Kommentar über Nitrat im Grundwasser. Beim Titel über ein Ende des Autos. Beim den Geschichten über die Jagd auf das Pangolin (im Ressort Wissen). Bei Geschichten über technologische Neuerungen. In fast allen Ressorts müsste über Ressortgrenzen hinweg Verbindungen gezogen werden.

Eine zentrale Grundhaltung beim Schreiben ist: Keine Übernutzung des Planeten – aber neu erzählt, konkret illustriert, etwa anhand der Lebensqualität, der Freiheit (zu atmen).

Aus dieser Perspektive ist zu schreiben, radikal und komplex! Und konkret zugleich, um einige Stichworte als Illustration für Verknüpfungen zu verwenden: Beispiel Landwirtschaft – Nitrat – Grundwasser – Kosten der EU-Agrarpolitik – EU-Japan Handelsabkommen.

Beispiel: Gesundheit der Armen – Todesrate – Schadstoffgrenzwerte Luft – Diesel – Verkehrswende.

Beispiel: Bienensterben – Probleme der Obstbauern – Probleme der Landwirtschaft – Probleme der Chemieindustrie – politische Folgen.

Das Engagement im Sinne eines „Raus aus der Nische“ gilt indessen auch für Umweltwissenschaftler, das Anthropozän ist notwendig Gegenstand in allen Disziplinen, ob Ökonomie, Gesundheitswissenschaft, Politik.

An die Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Konferenz gerichtet, konstatiert Petra Pinzler: „Reden sie nicht oder nicht nur mit grün angehauchten Kollegen.“ Reden Sie mit Finanzjournalisten (Was tut die Sparkasse für Nachhaltige Investments?), mit Außenpolitikspezialisten (ökologische Ursachen von Krieg), mit Leuten aus den feuilletonistischen Lebensbereichen (Voraussetzungen und Folgen der Mode).

Es geht um das Handeln, um das Positive, um Ideen, wie und wo man handeln kann.

In der anschließenden Diskussion wurde noch einmal betont, dass Berichte über kleine Teilbereiche anschließend ins „Große Ganze“ eingebettet werden können und ein Bogen geschlagen werden muss, zu den großen Themen wie Nachhaltigkeit und Anthropozän, um die Zusammenhänge zu verdeutlichen und es dem Medienkonsumenten zu erleichtern, die komplexen Themen zu verorten und zu verbinden.

Erst wenn das Themenfeld Anthropozän in der Politik selbst angekommen sei, sind wir einen entscheidenden Schritt weiter: Es geht um die politische Debatte, die einer gewissen Dialektik unterliegt: Einerseits bildet das Themenfeld des Anthropozäns die Voraussetzung für Berichte, andererseits sind politische Debatten auch aufgreifbar für und durch die Medien.

4.8 Eine gesellschaftsdienliche Perspektive für die (neuen) Medien. Prof. Dr. Thomas Leif, SWR Fernsehen, Wiesbaden

Thomas Leif kommt in dem Einführungsbeitrag zum Wandel in der Medienlandschaft auf einige grundlegende Problemlagen zu sprechen, denen sich auch der Wissenschaftsjournalismus bislang nicht entziehen konnte.

Ein Strukturproblem ist mit dem Begriff der Symbiose charakterisierbar – die erkennbar enge Beziehung zwischen Politikern und Journalisten bzw. Medienvertretern. Das Problem ist älter als vielleicht vermutet und bringt eine kritische Aufklärung zur Strecke: Dies zeigt sich nicht allein in Talkshows, wo sich die Rollen immer mehr vermischen und bisweilen sich Moderatoren oder Moderatorinnen als die „besseren“ politischen Akteure generierten, sondern im „Verlust der inneren Pressefreiheit“, nach einem Zitat des Vizepräsidenten des Bundesverfassungsgerichtes, Ferdinand Kirchhoff (epd 5.5.2017, S. 16). Das Verhältnis zwischen Journalismus und Politik erscheint zu harmonisch, es mangelt gerade an Nachfragen und Themen, die nicht auf dem Tisch der politischen Agenda liegen.



Abbildung 2: Live-Schaltung zu Dr. Leif

Ähnliche Konstellationen sind im Bereich der Wirtschaft erkennbar, wenn einflussreiche Branchen, wie die Pharmaindustrie oder die Banken ihre Informationsströme auf wenige, ausgesuchte Journalisten und Journalistinnen konzentrieren. So verringert sich die Wahrscheinlichkeit einer kritischen Auseinandersetzung mit den platzierten Botschaften. Leif stellt pointiert fest: „Agenda setting und agenda cutting sind eingebettet in fein regulierte Informationsströme“.

Der Wissenschaftsjournalismus ist in ähnlicher Weise von „perfekt organisierten Interessen-Koalitionen umgeben“, welche als Bestandteil ihres Geschäftsmodells „bestellte Wahrheiten“ integriert haben.

Zusätzlich verringern disruptive Medienentwicklungen die Chancen auf eine alternative Berichterstattung: Dazu gehören insbesondere Konzentrationsprozesse, digitaler Konkurrenzdruck, finanzielle Auszehrung der Autoren, die Ausweitung kommerzieller Geschäftsmodelle und der Verlust an Pluralität. Mit weitreichenden Folgen:

Der Hang zum Mainstream, einer einförmigen und elite-orientierten Berichtsweise wird verstärkt. Es fehlt Leif zufolge „offenbar an multiperspektivischen Sichtweisen, Markierung von Widersprüchen, Dokumentation offener Fragen, Analyse von Interessen und historischen Zusammenhängen“ sowie an „Deutungs-Demut und vor allem an Einordnungskompetenz. Zugespitzt: Es gibt zu viel Konfetti und zu wenig Kontext.“

Es kommt, zweitens, zu einer Umkehrung der Wichtigkeiten, in Talkshows und Interviews hervorgebrachte, extreme Positionen erhalten mehr Aufmerksamkeit als etwa *Kompromisse*, die jedoch den Kern demokratischer Aushandlungsprozesse darstellen.

Drittens wird der Verlust von Klärungsenergie konstatiert. Zu wenig Lösungskompetenz im Sinne des Allgemeinwohls wird gesucht, stattdessen kommt es zu unreflektierter Auftragskommunikation auf der einen Seite, auf der anderen Seite zu viel „buntem Meinungs- und Unterhaltungs-Süßstoff“ in den reichweite- und auflagenstarken Medien.

In der Folge des Strukturwandels dringt, viertens, die „online-Kultur“ der sozialen Medien auch immer mehr in den Journalismus selbst ein. Leif sieht „Online-Angebote als Brandbeschleuniger für eine Tempospirale und Symbol für die Veränderung der journalistischen Leitkultur zu einem ‚just-in-time-Journalismus‘“. Die neuen Medien suggerieren zwar Transparenz, Offenheit und Dialogbereitschaft, höhnen aber in ihrer Flut Kompetenz aus und reagieren überwiegend auf Effekte, Empörung und Emotion.

Fünftens ersetzt Akzeptanz tendenziell Relevanz, löst die relevanten Nachrichtenfaktoren auf. Denn Neuigkeiten sind wichtiger als relevante Nachrichten und das Drama wird nun durchgängiges Erzählprinzip – selbst wenn es faktisch kein Drama gibt. Emotionalität erhöht die Quote und diese wird zum eigentlichen Programmdirektor, schielend auf Marktanalysen und Publikumserwartungen. Die „eigentliche Funktion der Medien, als belastbare Sortiermaschine von bedeutenden und unbedeutenden Nachrichten und Geschichten, leidet unter diesem Empörungssog.“

Die Folgen der sich verändernden Medienlandschaft sind weitreichend. Der meinungsführende Journalismus befindet sich der Analyse von Thomas Leif zufolge in einem „Ethik-Vakuum“ aufgrund des Verzichts auf definierte, journalistische Standards. Alternative Themen, Trends und Stimmungen kommen in der Medienberichterstattung zu kurz oder zu wenig vor.

Verstärkt wird anscheinend die vorherrschende Mediensicht durch das Bedürfnis der Mediennutzer nach Neuigkeiten, dem gegenüber das Bedürfnis nach echter Information und Orientierung immer weiter zurückfällt. Leif zitiert hier den stellvertretenden ZDF-Chefredakteur: „Man kann klar sagen, dass es diesen Eskapismus gibt, die Mehrheit der Menschen flieht vor komplexen Dingen“, man schaut um die Nachrichten herum (Elmar Theveßen, die ZEIT, 16.7.2015, S. 22). Bildungsverwahrlosung und die Restriktionen des Wissenschaftsjournalismus scheinen sich zu bedingen.

Im zweiten Teil seines Beitrags skizziert Thomas Leif einige Lösungsansätze:

- ▶ Vom Reflex zur Reflexion: Vorgeschlagen wird eine unabhängige Kommission, die jährlich dem Muster „Evangelischer Denkschriften“ folgend, eine seriöse Bestandsaufnahme „Zur Lage der Medien in Deutschland“ anfertigen sollte. Diese Studie könnte die Folgen für den demokratischen Prozess mit untersuchen. Denkbar ist eine unabhängige Experten-Kommission beim Bundespräsidenten.
- ▶ Von der (verdrängten) Analyse zur Korrektur: Es ginge anschließend um eine Formulierung von Konsequenzen, insbesondere müssen zeitgemäße journalistische Standards betreffend Relevanz, Qualität, Werte etc. formuliert werden, mithin eine Verbesserung des Pressekodex sowie die Ausarbeitung von zeitgemäßen Redaktionsstatuten. – Notfalls auch extern, wenn die „Betroffenen in eigener Sache“ dazu offensichtlich nicht in der Lage wären.
- ▶ Förderung der Debattenkultur und der Selbstreflexion in den Redaktionen: Dies könnte auch die Einbeziehung von externen Kritikern bedeuten, unabhängigen Ombudsmännern und -frauen. Der kritische Dialog mit den Lesern und Nutzern müsste institutionalisiert werden; als Vorbild für alle Rundfunkanstalten und Verlage gelten inzwischen die Konferenzen des Deutschlandfunks.
- ▶ Renaissance der politischen Bildung: Das seit längerem hin und her erörterte Thema einer Förderung der Medienkompetenz sollte nicht mehr aufgeschoben werden. Angesichts der Bedeutung der Mediennutzung und deren Beeinflussung des Alltags der Bürgerinnen und Bürger ist es nun Zeit zu Handeln.
- ▶ Aktivierung der Kontrollgremien in Rundfunk, Fernsehen, Zeitungen und Online-Medien: Die zuständigen Kontrollgremien funktionieren zwar als Begleitgremien, jedoch erfüllen sie ihre eigentlichen gesetzlich normierten Pflichten eher unzureichend. Die Interessen der gesamten Gesellschaft sollten sich stärker dort spiegeln und vertreten sein. Qualifizierte Kritik in den Gremien wirkt Leif zufolge langfristig. „Es gibt keine direkten Veränderungen, aber langfristig oft Korrekturen.“

4.9 Mediengenossenschaften als neuer Baustein der Informationsgesellschaft. Karl-Heinz Ruch, Geschäftsführer der Tageszeitung (taz), Berlin

Ruch stellte am Beispiel der taz dar, wie seit 1979 innerhalb des deutschen Mediensystems ein alternatives publizistisches Projekt aufgebaut und durch Leserfinanzierung und weitgehende Werbefreiheit bis heute trotz Zeitungskrise überleben konnte. Als eine Zukunftsgarantie erweist sich der Übergang zum Genossenschaftsmodell, das dem Verlag eine finanziell gesicherte Handlungsbasis ermöglicht. Die Genossenschaft ist auch eine Option für neue Gründungsprojekte im Medienbereich.

Die Rechtsform der Genossenschaft hat der taz, der linksalternativen Tageszeitung aus Berlin, das Leben gerettet. Ohne den Übergang vom Verein als Herausgeber zur Rechtsform der Genossenschaft wäre das seit 1979 bestehende Blatt nicht aus seinen finanziellen Schwierigkeiten herausgekommen. Schon 1979 bei der Gründung des Alternativ-Blattes gab es Überlegungen zur Genossenschaftsform. Doch musste man dafür die Anerkennung eines Genossenschaftsverbandes haben. Das war für Wohnungsbauer und Landwirte gängige Praxis, aber nicht für ein Medienprojekt. Gegründet wurde dann der Verein „Freunde der alternativen Tageszeitung e.V.“.

Weil das Blatt im Unterschied zur normalen Presse keine gewerblichen Werbeanzeigen hatte und nur von den Abonnenten und Abonnentinnen getragen wurde, fehlte es vorne und hinten an Geld. Praktisch jährlich wurde eine Spenden-Rettungsaktionen ausgerufen: „Gebt Geld, sonst ist die taz am Ende!“ Anfang der 90er Jahre war allen klar: so konnte es nicht weitergehen. Aber wie sonst? Ein Teil der Redaktion wollte das inhaltlich nach wie vor renitente Blatt einem publizistischen Großinvestor andienen, um endlich anständige Löhne zu bekommen. Lieblingskandidat war der „Spiegel“ in Hamburg. Der größere Teil der Belegschaft optierte für das Genossenschaftsmodell, das Olaf Scholz, heute Bürgermeister von Hamburg damals als Justitiar eines Genossenschaftsverbandes der taz vorgeschlagen hatte.

1991 wurde die taz-Genossenschaft gegründet. 2000 Leser und Leserinnen zeichneten für drei Millionen D-Mark Genossenschaftsanteile und retteten die taz aus damaligen Finanzkrise: Verursacht durch den Wegfall der millionenschweren Berlin-Förderung, die nach der Wiedervereinigung nicht mehr aus dem Bundesetat gezahlt wurde. Heute ist die Zahl der Genossenschaftsmitglieder auf knapp 17.000 angestiegen. Das Gesamtkapital von 16 Mio. Euro sichert die publizistische und ökonomische Unabhängigkeit der taz. Eine solche Dimension hatte damals keiner in seinen kühnsten Träumen erwartet. Inzwischen baut sich die taz ein neues Verlagsgebäude für 20 Mio. Euro im Zentrum Berlins. „Wir bauen das neue Haus, weil die Genossenschaft Vermögen bilden soll“, erklärt taz-Geschäftsführer Ruch die Investition.

Digitale Genossenschaft erschließt neue Finanzquellen

Im Internet hat die taz keine Bezahlschranke, was durch eine Art von digitaler Genossenschaft möglich gemacht wird. Vor sechs Jahren wurde bei den Online-Artikeln der Button „taz zahl ich“ eingeführt, über den eine Spende für die Gratis-Lektüre aktiviert werden kann. 9500 Personen sind jetzt dabei, die monatlich zwischen fünf und 150 Euro freiwillig zahlen. Nur 10 Prozent gehören zu den 50.000 Abonnenten der Papier-Zeitung und auch nur 10 Prozent zu den Genossenschaftsmitgliedern. So kommen 60.000 Euro im Monat zusammen.

„Die taz-Genossenschaft ist ein Vierteljahrhundert gelebte Solidarität“, ist ebenfalls die Meinung von Konny Gellenbeck, Vorstand der Genossenschaft. „Verantwortung ist der Antrieb, Optimismus der Mo-

tor dieser Bewegung. Als die taz von einem Verein zu einer Genossenschaft wurde, waren die Prognosen mittelgrau bis düster, die Idee der Genossenschaft wurde belächelt.“ schreibt sie in einem Beitrag zum Silberjubiläum.¹⁰

Weg in die digitale Medienzukunft

„Die Transformation der Presseverlage in die digitale Medienzukunft ist in vollem Gange“, stellt taz-Geschäftsführer Karl-Heinz Ruch fest. Sein Haus hat 250 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, die taz-Gruppe erwirtschaftet einen jährlichen Umsatz von 26.5 Mio. Euro (2015). Werktäglich werden 59.000 Zeitungen gedruckt, für das Wochenende sogar 79.000. Rund 40.000 Abonnenten hat die Werkstags-taz, am Wochenende sogar knapp 50.000, mithin 20 Prozent mehr. Laut Medienanalyse findet jede taz-Ausgabe im Durchschnitt 213.000 Leser und Leserinnen. Im Internet hat taz.de pro Monat 6,5 Mio. ‚Page Impressions‘ und 2,9 Mio. Besuche.

Was mit alternativen Inhalten begann und zu einer alternativen Geschäftspolitik eines kleinen Presseverlages führte, könnte in Zeiten des Medienwandels auch zu einem Modell für die neue Organisation von gesellschaftlicher Öffentlichkeit werden. In schlechten wie in besseren Zeiten hat sich das Kollektiv der taz-Mitarbeitenden, wie es Ruch formuliert, „inzwischen das Vertrauen ihrer Leserinnen und Leser erarbeitet: Die taz gewann über alle Jahre etwas, um das andere Medienhäuser sie beneiden: eine lebendige, nicht gerade leise und ziemlich starke Community.“¹¹

Auf diese Potenziale werde es aber in der medialen Zukunft mehr denn je ankommen. „Kommunikation nicht mehr als Einbahnstraße von Redaktion ins Publikum, sondern als dauerhafter, nicht nur gelegentlicher Prozess des Gesprächs zwischen Autorinnen und Autoren sowie den Lesern und Leserinnen“, schreibt Ruch in seiner Zukunftsvision „Was rettet den Journalismus?“ Seine Antwort: „Ohne Community wird kein publizistisches Projekt überleben – weder auf Papier noch digital.“

4.10 Partizipativer Journalismus – Bürger schreiben über Zukunftsthemen. Manfred Ronzheimer, Journalist, Berlin

Manfred Ronzheimer stellte theoretische Grundlagen eines „Transformationsjournalismus“ und praktische Erfahrungen mit partizipativem Journalismus unter Einbeziehung von „Bürgerreportern“ vor.

Transformationsjournalismus

Über Themen der Transformation wird angesichts ihrer globalen Bedeutung faktisch zu wenig in den Medien berichtet. Ein „transformativer Journalismus“ nimmt sich dieser Inhalte in neuer Weise an, indem er sowohl die Dimension der Bedrohung als auch konkrete Transformations-Ansätze von Bürgern und Bürgerinnen darstellt.

Zugleich handelt es sich bei dem Ansatz des „partizipativen Journalismus“, der die Akteure des Wandels in die Medienproduktion direkt einbezieht, um einen innovativen Beitrag zum stattfindenden Wandel des Mediensystems.

¹⁰ Siehe hierzu: <http://www.taz.de/Genossenschaft/!p4271/>

¹¹ Ausführlicher: <http://taz.de/Krise-der-Zeitungsbranche/!164369/>

Commons: Information als Gemeingut

Zwei Akteursgruppen können bei der Entwicklung eines Gemeinguts "Gesellschaftlich relevante Information" eine zentrale Rolle spielen: der sich wandelnde Journalismus und die engagierte, partizipationsbereite Zivilgesellschaft.

Gesellschaftliche Relevanz

Im Journalismus müssen sich nennenswerte Teile vom Diktat der verwertungsgeleiteten Aufmerksamkeits-Ökonomie lösen und durch das Primat der gesellschaftlichen Relevanz in der Berichterstattung ersetzen. Seitens der Zivilgesellschaft wird diese Gruppe vom schreib-interessierten "Bürgerjournalismus" (citizen journalism) flankiert.

Mediengenossenschaften

Im Zuge des Medienwandels verbreiten sich heute "bottom up" neue Ansätze zivilgesellschaftlicher Medien, wie Initiativ-Lokalzeitungen und Kiez-Reporter im Internet. Eine Vernetzung untereinander und Qualifizierung stehen noch aus.

Ebenso ist die medienpolitische Debatte über die Verwendung der 8 Mrd. Euro jährlich für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland noch am Anfang. Genau genommen handelt es sich hier um eine Riesen-Ressource für das Gemeingut gesellschaftsrelevante Information.

Futurium-Schreibworkshop für Citizen Science-Interessierte

Übung macht den Meister: Ein Workshop des Futuriums (im Haus der Wissenschaft, Berlin) vermittelte im Dezember 2015 die Grundkenntnisse journalistischen Schreibens in Theorie und Praxis. Erfahrene Journalisten leiteten nichtjournalistische Laien an, wie sich eigene oder auch andere Projekte zu informativen und spannenden Berichten formen lassen, die gerne gelesen werden. Es wurden Interview-Techniken vermittelt, die dabei helfen, im Gespräch relevante Informationen zu bekommen. Auch die Nutzung des Social Web für Recherche und Publikation wurde behandelt. Es nahmen 18 Personen teil, plus drei Referenten und zwei Futuriums-Mitarbeiterinnen.

Ronzheimer beschreibt exemplarisch die Vorgehensweise des Schreibworkshops. Unumgänglich ist es die Grundlagen des journalistischen Arbeitens zuerst zu vermitteln. Dargestellt wurden die „Basics“ wie die Aktualität von Nachrichten und Themen, die Bewertung ihrer Relevanz, die Pflicht zur Verständlichkeit, Mittel der Recherche, die fünf W's beim Artikelaufbau, journalistische Formate von der Meldung bis zur Reportage. Auch Fragen der Ethik des Journalismus und die Aufrechterhaltung des Qualitätsjournalismus in Zeiten des Medienwandels kamen zur Sprache.

Der Referent für Social Media fasste sein Thema so zusammen: „Soziale Netzwerke (Social Media) spielen im Bürgerjournalismus eine entscheidende Rolle, die verschiedenen Themen aufzubereiten und für interessierte Bürgerinnen und Bürger zur Verfügung zu stellen. Dabei steht nicht nur das Informieren im Fokus, sondern auch die Verbreitung durch die Leser. Vornehmlich nimmt der Dialog eine immer wichtigere Rolle beim Bürgerjournalismus ein. In diesem Workshop werden die wichtigsten Netzwerke vorgestellt und benutzt.“

Im „großen Finale“ stellten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen in der Gruppe ihre entstandenen Texte vor. Nicht nur vom Referenten, sondern auch aus dem Plenum wurde Feedback gegeben, ob die Texte verständlich waren oder ob bestimmte Gesichtspunkte besser anders hätten akzentuiert werden sollen. Ein Lernprozess in der Gruppe, der von großer gruppendynamischer Wirkung ist.

4.11 ‚Suffizienz in Kommunen‘ – Die Kommunikation zu einem Kern nachhaltigen Wirtschaftens.

Christine Wenzl, Bund für Umwelt- und Naturschutz (BUND), Berlin

Christine Wenzl stellte den Blog www.bund.net/stadtlandglueck vor – als Beispiel für einen gelungenen Wissenstransfer im Zusammenhang mit einer "großen Transformation".

Auf dem Blog präsentiert der BUND gute Beispiele kommunaler Suffizienzpolitik (hierbei geht es um eine Vermeidung oder Verringerung des Verbrauchs von Ressourcen und Gütern): Ziel ist es, entsprechende Ansätze und Erfahrungen weiter zu verbreiten, Interessierte zu vernetzen, zu inspirieren und zur Nachahmung einzuladen – sowie ein Forum für die aktuelle Debatte zu bieten. Der BUND bezieht damit Position zu der Frage, welche Rolle die Medien für die nötige Transformation und strategische Konzepte wie „Suffizienz“ spielen bzw. spielen könnten: Er gestaltet hier unabhängige (eigene) Informationspolitik über eine Plattform.

Weniger auf der grünen Wiese zu bauen, das Fahrrad zum Dienstfahrzeug Nummer Eins zu machen, überflüssige Beleuchtung abzuschalten wären exemplarische Beispiele für diese neue Strategie. Aber auch Schulen, Behörden und Unternehmen zu ermöglichen, sich selbstverständlich am Strom sparen zu beteiligen, ohne dabei an bürokratischen Hürden zu scheitern, eignen sich für Nachahmeraktionen. Der guten Ideen für ein nachhaltiges Leben gibt es viele, damit sie jedoch überall und in allen Lebensbereichen verwirklicht werden können, müssen Politik und Verwaltung einen Rahmen schaffen, der mehr Suffizienz ermöglicht.

Kommunen sind dabei ein Ort, wo Veränderungen erlebbar sind – wo veränderte Rahmenbedingungen als erstes sichtbar werden. Und wo die Verwaltung sich manchmal schneller bewegt als auf Bundesebene. Kommunen schaffen Modelle und gelten zu Recht als transformativer Akteur – ein Grund für den BUND, den Blick besonders auf diese Ebene zu lenken.

Auch wenn die wenigsten Kommunen eine umfassende Suffizienzstrategie verfasst haben – Zürich mit seinen Anstrengungen quer durch die Verwaltung bildet eine der bekannten Ausnahmen – gibt es vielerorts interessante Anfänge für Suffizienzpolitiken in einzelnen Bereichen. Nach wie vor veröffentlicht der BUND Meldungen zu erfolgversprechenden und nachahmenswerten Beispielen.

Einige Beispiele gelungener kommunaler Praxis:

KOPENHAGEN | VERKEHR

Kopenhagen will bis 2025 einen Radverkehrsanteil von 50 Prozent zu erreichen, mit sicheren und gut instand gehaltenen Fahrradwegen, komfortablen Leihsystemen, Parkplätzen und Abkürzungswegen – wie einer Brücke ausschließlich für Radfahrerinnen und Fußgänger. Bei Schnee räumt die Stadt die Radwege vor den Straßen (da sonst der Verkehr zusammenbrechen würde). Ergebnis der Maßnahmen: Rund 40% der Kopenhagener radeln zur Arbeit.¹²

HIDDENHAUSEN | BAUEN UND WOHNEN

¹² <https://nationaler-radverkehrsplan.de/de/aktuell/nachrichten/fahrradstrategie-kopenhagen-2011-2025>

Mit dem Programm „Jung kauft Alt“ unterstützt die ostwestfälische Gemeinde Hiddenhausen junge Familien beim Kauf von alten, leerstehenden Häusern in der Innenstadt. Mit dem Programm hat die Gemeinde die Abwanderung umgekehrt, die Einwohnerschaft verjüngt und den Flächenverbrauch gestoppt. Und: Die Idee hat sich seit 2007 in zahlreichen Gemeinden in ganz Deutschland verbreitet.¹³

GRENOBLE | WERBUNG

Das französische Grenoble schafft schrittweise Werbung im öffentlichen Raum ab. Auslöser waren zunehmender Unmut über die allgegenwärtigen Reklametafeln, die den Blick verstellten, Ärger über die Kommerzialisierung und Privatisierung des öffentlichen Raums. Jetzt gibt es wieder eine freie Sicht auf die Alpen...¹⁴

MÜNCHEN | REPARATUR

Seit einigen Jahren bietet das langjährige ‚Haus der Eigenarbeit‘ in München nun auch ein Repair Café an. Wer kennt das nicht? Das Radio schweigt, der Laptop hat blackout, das Fahrrad streikt: Fast täglich ist man mit Technik konfrontiert, die alles andere als perfekt ist. Doch immer mehr Menschen verschreiben sich einer fast vergessenen Kulturtechnik: dem Reparieren. Die sogenannten Repair Cafés verzeichnen einen regelrechten Boom über die letzten Jahre: Über 500 Reparaturinitiativen gibt es bundesweit.¹⁵

ANDERNACH | STADTGRÜN, ERNÄHRUNG, LEBENSQUALITÄT

In Andernach war es die Stadtverwaltung, die sich wünschte, Bürgerinnen und Bürger würden das öffentliche Grün stärker als ihren Raum wahrnehmen. Heute wachsen in der „essbaren Stadt“ Obst und Gemüse, das jede und jeder ernten darf. Weltweit gibt es heute über 800 vergleichbare Projekte. Die Webseite der „essbaren Stadt Minden“ listet etwa 70 deutsche Partner auf.¹⁶

Ein Ergebnis des BUND-Blogs: Entscheidend für die gelungene Kommunikation ist meist die alltagspraktische Relevanz. Themen, die unmittelbar im Leben des und der Einzelnen vorkommen, wie Reparatur, Tipps zur Abfallvermeidung, Vorschläge rund um das Thema Ernährung lassen sich besonders gut vermitteln und lösen Debatten aus – wie auch die Resonanz auf die Posts zeigte, die der BUND zu den Blogbeiträgen auf Facebook veröffentlichte.

Und ein kurzes Zwischenfazit: Der Blick auf die Kommunen, die für die Kommunikation wertvolle Beispiele liefern – und die angesprochenen Alltagsbezüge ermöglichen – hat sich bewährt. Doch was ist, wenn die Suffizienzpolitik an Grenzen stößt, weil sie Einschränkungen fordert? Oder wenn die Bundespolitik die erhoffte Richtung konterkariert – wie mit dem Bundesverkehrswegeplan, der in eine komplett andere Richtung läuft? Daher ist es unerlässlich, auch die Landes- und Bundespolitik verstärkt in den Blick zu nehmen, auch für diese Ebene Suffizienzstrategien zu entwickeln und entsprechende Vorschläge und Ansätze zu kommunizieren.¹⁷

¹³ Ausführlicher: <http://www.bund.net/StadtLandGlück> (Beitrag „Ein Dorf hat eine Idee – und erobert damit ganz Deutschland“ vom 08.06.2016).

¹⁴ <http://www.bund.net/StadtLandGlück> (Beitrag Bitte keine Reklame! Grenoble schafft als erste Stadt Europas Werbung im öffentlichen Raum ab vom 08.05.2015).

¹⁵ Siehe <http://www.reparatur-initiativen.de>

¹⁶ <http://www.bund.net/publikationen/bundmagazin/2016/32016/> (Titelthema)

¹⁷ Vgl. BUND-Broschüre Kommunale Suffizienzpolitik. Strategische Perspektiven für Städte, Länder und Bund <https://www.bund.net/service/publikationen/detail/publication/kommunale-suffizienzpolitik-strategische-perspektiven-fuer-staedte-laender-und-bund/>

4.12 Die Kommunikation zur Wachstumswende.

Prof. Dr. Hermann Ott, Projekt Fokus Wachstumswende (und Wuppertal-Institut) Berlin

Es ist schwierig genug, die richtigen Formen der Kommunikation über den Klimawandel und die notwendigen Maßnahmen zu finden. Noch schwieriger ist allerdings die Kommunikation zum Thema „Postwachstum“, denn hier fehlen die dem Klimathema eigenen positiven ökonomischen Botschaften: „Mit grünen Technologien schwarze Zahlen schreiben“ oder „Win-win – Effekte der Effizienzsteigerung – hilft der Umwelt und nutzt dem Geldbeutel“. Wenn es dagegen um ‚Postwachstum‘ geht, wird als Botschaft immer schnell „Verzicht“ verstanden und es herrscht die Angst vor dem Wohlstandsverlust.

Das Projekt „Fokus Wachstumswende“ ist aus der „Zivilen Enquete Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ entstanden, einem Netzwerk von ca. 120 Menschen aus Zivilgesellschaft, Wissenschaft, Medien und Politik, das im Anschluss an eigene Erfahrungen in der gleichnamigen Enquete-Kommission des Bundestages vom Autor initiiert worden ist.

Es wurde vom Umweltbundesamt für zunächst ein Jahr (Oktober 2016 – September 2017) gefördert und war im Grunde in seiner Gänze ein Projekt zur Popularisierung des Wachstumsthemas: War schon die Berichterstattung während der Laufzeit der Enquete Kommission nicht überragend gewesen, war nach der Fertigstellung des Abschlussberichts 2013 die Diskussion um die internen und externen Grenzen des Wirtschaftswachstums wieder komplett in der Versenkung verschwunden.¹⁸

Das Projekt umfasste deshalb drei große Bausteine, um die Diskussion voran zu treiben:

- ▶ In einem Maßnahmenpapier „Postwachstumspolitik. Wohlstand und Lebensqualität für alle“ wurden konkrete inhaltliche und methodische Hinweise für zivilgesellschaftliche Akteure formuliert, die an dem Thema arbeiten.
- ▶ In drei Veranstaltungen: „Politik ohne Wachstum“ im Dezember 2016 mit ca. 100 Teilnehmern; einem parlamentarischer Abend im Mai 2017 mit ca. 50 Gästen und einer großen Konferenz zu „Postwachstumspolitik in Zeiten des Rechtspopulismus“ im Juli 2017 mit über 200 Teilnehmern wurden Konzepte gegen das Wachstumsdogma diskutiert, Wege aus der Wachstumsfalle erforscht und politische Maßnahmen identifiziert.
- ▶ Drittens umfasste das Projekt „Fokus Wachstumswende“ eine Kommunikationsgruppe. Diese Gruppe arbeitete zunächst die Erkenntnis heraus, dass es bisher an Erzählungen fehlt, welche die Breite der Wachstumsdebatte über Akteurs- und Fachthemen-Grenzen hinweg in der medialen Öffentlichkeit abbilden. Deshalb setzte sie sich das Ziel, die Wachstumsdebatte in die Medien zu tragen. Die Gruppe erstellte zunächst eine Presseschau und identifizierte diverse Fallstricke in der Medienberichterstattung, die teilweise in der Medienlogik selbst stecken, auf fundamentalen Wissenslücken basieren oder tief in Milieu-Zugehörigkeiten wurzeln. Auf dieser Grundlage entwickelte die Gruppe Kommunikationsstrategien und lotete mögliche Kooperationen mit anderen Medienschaffenden aus.

Folgende allgemeine Hürden und Fallstricke wurden im Arbeitsschwerpunkt Kommunikation identifiziert: 1. Mediensprache ist kolonisiert von Wachstumsbegriffen, 2. Die Faktenbasis stimmt häufig nicht, 3. Werte (und Ästhetik) spielen eine zu geringe Rolle in der Argumentation. Unter dem Titel „Wen interviewen außer Niko Paech? Akteure, Konzepte & Argumente der Degrowth-Bewegung. Ein

¹⁸ Zu den Ergebnissen der Enquête-Kommission selbst siehe: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/133/1713300.pdf>

Crashkurs für Journalist*innen“ fand schließlich auf der Abschlusskonferenz des Projekts am 12. Juli 2017 ein durch die Kommunikationsgruppe organisierter Workshop statt. In diesem gut besuchten Kurs, konzipiert vor allem für Journalisten und Journalistinnen, wurden die zentralen Argumente, Themen und Konzepte der Degrowth-Debatte vorgestellt, ein Überblick über die wichtigsten Akteure gegeben und zu möglichen Gesprächspartnern und Recherchequellen informiert. Die Erfahrungen der Gruppe fanden schließlich ihren Niederschlag in dem oben erwähnten Maßnahmenpapier.¹⁹ Außerdem erschienen mehrere Artikel in überregionalen Tageszeitungen – insofern eine konkrete Umsetzung der Arbeit in der Kommunikationsgruppe in Öffentlichkeitsarbeit.

4.13 Ökotopia – Rückblick auf eine ökologische Zukunftsvision

In der Abendveranstaltung wurde in unterschiedlichen medialen Formaten das Buch „Ökotopia“ des US-amerikanischen Autors Ernest Callenbach vorgestellt. Es handelt sich um einen ökologischen Zukunftsroman aus dem Jahr 1975, der die politische Abspaltung der US-Westküste und den Aufbau einer autarken ökologischen Republik schildert. In der narrativen Form eines Tagebuch-Romans wurde die Vision einer entmaterialisierten, vom Wachstumsparadigma befreiten, nachhaltigen Gesellschaftsordnung entworfen. Das Buch wurde über eine Million Mal verkauft und hatte enorme Wirkung auf die junge Umweltbewegung jener Jahre, bis hin zu den deutschen Grünen.

Manfred Ronzheimer gab zunächst eine Einführung in den Text, seinen zeitlichen Kontext und die (umwelt-)politische Bedeutung. Diese Aussagen wurden durch Online-Einspielungen aus dem Internet gestützt. Sie beinhalteten zum einen Lesungen von Textpassagen aus dem Buch wie auch Original-Statements des Autors. Instruktiv waren dabei auch Web-Illustrationen, die das Leben in dem fiktiven Zukunftsort optisch vor Augen führten, wie auch zeitgenössische Fernseh-Reportagen zur Umsetzung einzelner Elemente der Ökotopia-Vision.



Abb 3: Klein, Ronzheimer, Quistorp (v.l.)

Anschließend wurde mit Dr. Thomas Klein (KMGNE) und Eva Quistorp, die als Mitgründerin der Partei Die Grünen Ernest Callenbach selbst noch persönlich kennengelernt hatte, über die Relevanz des Buches für die heutige Zeit diskutiert. Eine Fragestellung war, ob sich der narrative Ansatz zur Beschreibung einer alternativen Gesellschaft für die Bewusstseinsbildung besser eignet als ein rein faktenorientiertes Sachbuch. Und: wie sollten die heutigen großen ökologischen Herausforderungen (Stichwort Anthropozän) in vergleichbarer Weise erzählt und transportiert werden?

Klein hob in diesem Kontext die Unterscheidung zwischen Frames und Narrativen hervor. Ein Unterschied könne darin gesehen werden, dass für Narrative die Zeit- und Ordnungsstruktur eine größere Rolle spielt. Für eine gute Nachhaltigkeitskommunikation sei wichtig, dass ein Narrativ deutlich als solches erkennbar sei und nicht im Sinne des Agenda Settings als Framing erscheine.

Zu einer möglichen Adaption der „Ökotopia“-Story etwa als Comic oder als Film für die heutige Zeit – um eine weitere Verbreitung einer positiven Zukunftsvorstellung in Kontrast zu der Vielzahl ökologischen Untergangs-Narrativen zu erreichen – meinte Klein, dass eine filmische Adaption teurer wäre,

¹⁹ Siehe ausführlich hierzu: http://fokus-wachstumswende.de/wp-content/uploads/03072017_Politikvorschla%C3%A4ge_fina-f%C3%BCr-Druck.pdf

da die Handlung mit Schauspielern nachgestellt werden müsste. Er schlug die Nutzung alternativer Medien wie Comics oder Graphic Novels vor.

Während aus dem Publikum geäußert wurde, dass eine Adaption der 70er Jahre -Story schon deshalb modernisiert werden müsse, da viele der von dem Autor beschriebenen Utopien heute bereits Realität seien, waren die Panellisten der Auffassung, dass auch heute die im Buch beschriebenen Phänomene die Leserinnen und Leser noch bewegen könnten.

Eva Quistorp berichtete anschließend, wie sie selber von diesem Buch motiviert wurde, sich sozial zu engagieren und Teil der damals aufkommenden Ökologiebewegung zu werden. „Ecotopia“ fungierte somit als „Werbemittel“, um junge Leute für ein alternatives Lebenskonzept zu begeistern und sich für einen Gesellschaftswandel einzusetzen.

In weiteren Diskussionsbeiträgen wurde angemerkt, dass neben „Ökotopia“ auch weitere Bücher wie „Brave New World“ von Aldous Huxley oder „1984“ von George Orwell in ihren narrativen Formaten die Studierenden vergangener Generationen politisiert und zu Engagement motiviert hätten. Demgegenüber würden die heutigen Buch-Bestseller von „Harry Potter“ bis „Shades of Grey“ eher dem Entertainment und dem Eskapismus dienen und nicht mehr in sozialen Bewegungen münden.

Quellen:

<https://www.youtube.com/watch?v=tYc9myGMmTc&t=151s>

ECOTOPIA Then & Now

This pilot interview for a projected series that never materialized was recorded in Seattle April 6, 1982. Visionary Ecotopia author Ernest Callenbach is interviewed by James Heddle <http://www.ny-times.com/2008/12/14/fashion/14ecotopia.html>

New York Times: The Novel That Predicted Portland (2008)

Dienstag, 11. Juli 2017

4.14 Was ist die grüne Erzählung? – Narrationsformate in der Politik. Ole Meinefeld, Heinrich-Böll-Stiftung, Berlin

Der Vortrag von Ole Meinefeld ging von der These aus, dass eine ökologische Transformation stets eine Geschichte von politischen Veränderungen impliziere.

Es seien Erzählungen, die hier einen erheblichen Unterschied machten. Im Zuge der Debatten um die „Große Transformation“ in den Medien ist immer wieder die Frage nach den Konturen einer "grünen Erzählung" von gesellschaftlichen Veränderungen aufgetaucht. Welche originellen Geschichten lassen sich im Spektrum „grüner Politik“ erzählen? Was ist die grüne Geschichte etwa von "Freiheit", von "Gerechtigkeit" oder von "ökologischer Transformation"? Welches sind die Narrative, mit denen politische Vorschläge vorgetragen und gerechtfertigt werden?

Die Heinrich-Böll-Stiftung hat diese Fragen aufgegriffen und in Bildungsformaten öffentlich diskutiert. Ole Meinefeld referierte über die mehrjährige Veranstaltungsreihe „Was ist die grüne Erzählung?“ der Heinrich-Böll-Stiftung.²⁰ Grundsätzlich sei es eine Aufgabe politischer Bildung, über die größeren Linien der gesellschaftlichen Veränderungen zu reflektieren.

Die Heinrich-Böll-Stiftung hat eine Plattform geschaffen, auf der diese wichtigen Fragen vertieft und kontrovers diskutiert werden können. Der Ansatz bei den Erzählungen hat dabei folgenden Grund: Politische Erzählungen stellen grundsätzlich darauf ab, die größeren Klammern zwischen einzelnen Ereignissen und Feldern von Politik verständlich zu machen.

Ein aufschlussreiches Beispiel stellen hier die spezifischen Diskussionen über eine (neue) „grüne Erzählung“ dar, die nach dem schlechten Abschneiden der Partei Bündnis 90/Die Grünen bei der Bundestagswahl 2013 geführt wurden. Eine Rolle spielte dabei der so genannten „Veggie-Day“, ein Vorschlag, an einem Tag der Woche in öffentlichen Kantinen ausschließlich vegetarisches Essen anzubieten. Dieser Vorschlag befeuerte, medial massiv verstärkt, das Image einer Verbots-Partei, die Menschen in ihrem Alltag bevormunden wolle. Interessant ist vor allem die Herausforderung, eine „grüne Erzählung“ im Lichte der Kritik an einem Image der Verbotspartei neu zu bewerten. Ausschlaggebend sei hier unter anderem die Frage, welche Erzählung von der ökologischen Transformation die Aussicht habe, gesellschaftliche Mehrheiten für tatsächliche Veränderungen zu gewinnen.

Für die Akzeptanz von ökologischer Transformation ist nämlich die Frage wichtig, welche Gründe als Rechtfertigung angegeben werden. Um bei den Bürgerinnen und Bürgern eine Akzeptanz für gesellschaftliche Transformationen zu erreichen, so Meinefeld, müssten Rechtfertigungsnarrative gefunden werden, die verständlich machen, warum Maßnahmen, die unter Umständen mit Einschränkungen oder Verboten einhergehen können, in einem größeren Rahmen sinnvoll erscheinen. Es sei keineswegs alternativlos, ökologische Maßnahmen ausschließlich als Zwänge darzustellen, die aus der ökologischen Notwendigkeit abgeleitet werden. Eine andere Option sei es, ökologisches Denken mit den modernen Errungenschaften von Gesellschaften zu verbinden, wie etwa modernen Technologien.

Durch eine Erzählung von der Modernisierung durch ökologische Politik lassen sich andere gesellschaftliche Dynamiken und eine andere Akzeptanz für das Projekt der ökologischen Transformation erzeugen als durch Rechtfertigungsnarrative, die sich auf einen Sachzwang und die ökologische Variante von Alternativlosigkeit politisch berufen.

²⁰ Quelle: <https://www.boell.de/de/dokumentation-was-ist-die-gruene-erzaehlung>) Hier finden Sie Beiträge und Dokumentationen von Konferenzen zu diesem Thema ([Konferenzvideos 2014-2017](#)).

4.15 Innovationen im Bereich Bildung für Nachhaltige Entwicklung.

Dr. Joachim Borner, Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung gGmbH, Berlin

Storytelling – Ein „Alphabetisierungsprozess“ in der Nachhaltigkeits-Kommunikation

Es sind die spezifischen Kommunikationswirkungen, die Erzählungen (Narrationen)²¹ für die Nachhaltigkeits-Kommunikation empfehlen. Aber diese Narrationen müssen selbst „Eigenarten“ annehmen, durch die sie das eröffnen, was wir Resonanz- und Gestaltungsräume nennen, die uns aber im Kopf wie in der Wirklichkeit fehlen. In Kürze: (1) Es haben Geschichten aus der *Zukunft* zu sein, die davon erzählen, was wir da erfolgreich oder auch nicht, mit Konflikten und Revolutionen – auf jeden Fall in der ganzen Tiefe der Herausforderung – getan, organisiert und gestaltet haben werden. (2) Und es haben serielle Geschichten zu sein, die *verschiedene Alternativen* von Zukunft erzählen. (3) Wenn wir schließlich anerkennen, dass wir noch keine klare Vorstellung haben, wie denn der Weg der Transformation aussehen kann, wenn wir also im Prozess selbst Transformationen „lesen lernen müssen“, dann können unsere Erzählungen schlichtweg nicht fertig sein. Sie sind *offen* für andere, die miterzählen wollen, re-editieren können.

Und: diese Narrationen sind sinnlos ohne Kontext, ohne sinnvolle Rahmung und ohne Zweck (z.B. Perspektivwechsel, Resilienzfähigkeit, Überschreitung von Spielregeln und Machtstrukturen).

Warum Erzählungen?

Erzählungen, egal ob per Text oder Bild oder Film, helfen uns, Veränderungen mit unserem unmittelbaren Leben zu verbinden, mit unseren individuellen rationalen wie emotionalen Handlungslogiken. (Erster Zusammenhang).

Sie bringen die Informationspuzzles der Wissenschaft, Medien, Stammtische u.a. in einen Zusammenhang (zweiter Zusammenhang), vernetzen sie zu einem (Welt)Bild und – wenn alles gut geht – bringen sie dieses in einen Kausalzusammenhang – also in einen historischen, systemischen Blick, der nicht nur die Situation beschreibt, sondern über ihre Ursachen und Hintergründe aufklärt. (Dritter Zusammenhang). Die Ursachen zu begreifen, ist ein Faktor für die Motivation Veränderungen anzugehen; im Gegensatz zum Krisenmanagement, durch das letztlich nur Symptome bearbeitet werden.

Deshalb haben alle unsere Kulturen eine narrative Kulturtechnik zur Organisation ihrer Welt entwickelt. Über die Erzählungen verstehen wir den Sinn von (neuen) Handlungsanleitungen und Schlussfolgerungen der Geschichte, darüber entwickeln wir Vertrauen oder Misstrauen zu Entscheidungen und Erklärungen in gesellschaftlichen Entwicklungen. Warum? Weil sie *Muster* zeigen und nicht rohe Informationen.

Narrationen haben immer die Faktoren Empathie, Werte, Hoffnung, Verantwortung in ihrer Erzählstruktur. Dabei hat das Zusammenspiel von Gehirn und Geschichten uns in unserer historischen Konditionierung so organisiert, dass sie das Erinnern an frühere Bewältigungen von Krisen, Kriegen und Katastrophen befördert. Wenn wir uns kreativ erinnern können – also adaptiv –, können wir uns leichter kreativ der Zukunft nähern.

Es wäre eine qualitativ neue Kulturtechnik, wenn wir, mithin die industrialisierte, kapitalistische Menschheit, unsere aktuellen Handlungsentscheidungen aus der Zukunft ableiten würden, und könnten. Bisher entscheiden wir wie ein Autofahrer, der seine Fahrweise aus dem Blick in den Rückspiegel ableitet – das nennt sich die „unsichtbare Hand des Marktes“.

²¹ Ein Narrativ ist eine Art Subtext einer gemeinschaftlichen, orientierenden Meinung.

Diese neue Kulturtechnik heißt: Veränderungen während des notwendigen Handelns lesen lernen – auch außerhalb der gewohnten gesellschaftlichen Spielregeln. Und anders als früher: nicht zuerst aus den Erfahrungen heraus, sondern zuerst aus den Zukunftsbildern: also der wünschenswerten Gestaltung und Bewältigung der globalen/regionalen Trends von Umbrüchen abgeleitet. Wünschenswert ist ein Synonym für Überleben und die Souveränität gesellschaftlichen Überlebens.

Warum fiktionale Zukunfts-Erzählungen?

Erzählungen und Argumentationen kommen bislang und in der Regel als Beschreibungen negativer Folgen des Klimawandels daher. Die normativen Forderungen, die die genialen Bilder der planetarischen Leitplanken (siehe Steffen, Rockström et al. 2015) vermitteln, sind nicht übersetzt – nicht übersetzt in sinnvolle, kluge, ursachenbezogene Orientierungen alltagskultureller Umbrüche.

Was fehlt ist eine positive Vision, etwa zum Rahmenthema: Wie schaffen wir es, kulturvoll zu überleben?

Was wir dagegen unisono haben ist eine Resignation, eine Akzeptanz der Welt wie sie ist. Vor radikalen Vorstellungen wird sich verschlossen, wird gewarnt. Doch was sind zu Ende gedacht die Daten zu den Klimafolgen, die planetarischen und sozialen Leitplanken anderes als radikale Veränderungsauforderungen?

Auf die (zynische) Spitze getrieben ist das aktuelle Narrativ die Präambel: (1) „Wir“ machen so weiter, vielleicht langt es noch so lange wir leben. (2) „Wir“ müssen unseren alten Erfolgspfad (?) wieder entdecken. „Irgendwann hat unsere Nation den falschen Weg eingeschlagen – also zurück zum nationalen: „Ich zuerst“. Dies als Losung in einer globalen Welt?

Wäre es unter diesen frustrierenden Entwicklungsmustern nicht dringend angeraten, Erzählungen zu schaffen, die Kulturen des Umgangs mit dem Klimawandel aufzeigen? Die so sinnstiftend, bunt, realistisch und visionär sind, dass sie die grelle Erzählung der heutigen Zeit, die Utopie des Kapitalismus zu überlagern vermögen – mit all den Kontroversen, Konflikten und Sorgen?

Anders als in der bisherigen Kulturgeschichte der Menschen sind es die Zeichen und Erzählungen der Zukunft, die uns Präferenzen für heutiges Handeln geben. Sonst bleiben wir im „alternativlosen“ und permanenten Krisenmanagement.

Dieses Erzählen aus der Zukunft ist eine ungeheure, kreative Anstrengung. Sie fordert die Schulung unseres *Möglichkeitssinnes*. Zu dem Sinn und der Fähigkeit, sich mögliche Zukünfte vorzustellen, sie zu gestalten gehört auch die, sich der Gegenwehr der Interessengruppen in den heutigen Machtstrukturen klar zu werden.

Unfertige, offene Erzählungen

Wenn wir Zukunft und Transformation erst „lesen lernen können“ indem wir sie gestalten, dann sind fertige, abgeschlossene Erzählungen, wie sie in hierarchischen Gesellschaften dominieren und Top down erzählt werden, wenig zielführend. – Ja, sie unterliegen der Gefahr, Zukunft nur als verlängerte Gegenwart zu beschreiben.

Erzählungen, die das Suchen und Lernen mit einschließen, sind offene Geschichten, die verändert, korrigiert, repariert, re-editiert werden können, die Perspektivwechsel ertragen und Kontroversen als Produktivkraft organisieren. Transmediales Erzählen ist so ein offenes Erzählen und serielle Narrationen ermöglichen es, Geschichten von „vorn“ zu erzählen, ohne die Vorgängererzählung außer Kraft zu setzen.

4.16 Wissenskommunikation: Prinzip Hoffnung oder aktive Zukunftsvorsorge? MinDirig. Wilfried Kraus, Leiter der Abteilung „Nachhaltigkeit, Klima, Energie“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung, Bonn

Kraus stellte die Punkte Langfristigkeit und Partizipation in den Mittelpunkt. Diese kommen in der forschungspolitischen Praxis in den Programmen ‚FONA‘ und ‚Kopernikus‘ zum Ausdruck, die in Umsetzung und Wirkung auf Jahrzehnte hin angelegt seien. Immer wichtiger werde die Beteiligung von betroffenen Bürgern und Bürgerinnen sowie Experten und Expertinnen in einem breiteren Umfang. Dazu sei auch die Wissenschaftskommunikation geändert worden, die Ansprache der Bevölkerung. Dies müsse auch in eine praktische Einbeziehung der Bürger und Bürgerinnen münden. Als Konkretisierungsbeispiele führt Kraus unter anderem die Erstellung von kommunalen Klimakatastern an – zur langfristigen Vorbereitung auf negative Auswirkungen des Klimawandels, sowie die Entwicklung einer nachhaltig ausgerichteten Finanzwirtschaft.

In seinem Vortrag führte Kraus unter anderem aus: ²²



Abbildung 4: MinDirig. Kraus

“Das von Ihnen gewählte Thema ist aktueller denn je. Ich möchte die Überschrift Ihrer Konferenz gleich zu Beginn aufnehmen. Denn die große Transformation, die unsere Gesellschaft bewältigen muss, damit unser Planet für uns auch in Zukunft noch lebenswert ist, ist nur gemeinsam mit den Medien zu schaffen.

Die Medien allein werden aber nicht ausreichen, um den notwendigen Wandel zu bewerkstelligen. Wir brauchen neue Wege der Kommunikation, die über die klassischen Medien hinausreichen. Das gilt ganz besonders für den Bereich der Wissenschaft, der seitens des BMBF hier im Zentrum steht.

Wir benötigen die Erkenntnisse aus der Forschung, um die großen Herausforderungen unserer Zeit zu bewältigen. Diese sind in den 17 Zielen der Agenda 2030 für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen umfassend beschrieben. Damit wir diese bewältigen können, also die Ergebnisse der Wissenschaft zu den gesellschaftlichen Aufgaben passen, brauchen wir einen lebendigen Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft.

Bisher ist der Wissensdialog oft zu einseitig verstanden worden. Da hat es gereicht, dass Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ihre Ergebnisse öffentlich vorstellen. Damit waren sie selten richtig erfolgreich. Denn die Erwartung war falsch, dass die wissenschaftliche erarbeitete Lösung von Problemen schon ausreicht, um diese zu bewältigen. Denn wenn jene, deren Handeln erwartet wird, nicht von Anfang an beteiligt werden und ihre Sicht der Dinge einbringen, kann man am Ende nur noch hoffen, dass die Erkenntnisse der Wissenschaft aufgenommen und genutzt werden. Das ist inzwischen zu wenig. Wir wollen – und damit greife ich den vorgegebenen Titel meines Beitrages auf – nicht länger auf das Prinzip Hoffungsvertrauen, sondern eine aktive Zukunftsvorsorge betreiben.

Genau das tun wir in der Förderung der Forschung für Nachhaltigkeit mit unserem Rahmenprogramm FONA. Wir bringen die Anwender des neuen Wissens gleich am Anfang mit ins Spiel, fragen Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Kommunen nach ihren Sorgen und Bedürfnis-

²² Die folgenden Passagen gründen sich auf eine Manuskriptvorlage des Referenten und haben insofern einen anderen Duktus.

sen und bringen sie mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in einem fruchtbaren Dialog zusammen. Das ist ein Dialog auf Augenhöhe. Er ermöglicht transdisziplinäres Arbeiten und diese ist die Voraussetzung dafür, dass die Transformation gelingt. Damit geht die „Wissenskommunikation“ deutlich über das hinaus, was wir klassischer Weise unter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verstehen.

Was heißt heute Wissenskommunikation?

Ich will mit dem Begriff der Wissenskommunikation den Anfang machen. Früher ist der Begriff recht einseitig verstanden worden. Oft meinte die Wissenskommunikation lediglich die Vermittlung von Fakten oder – gefühlten – Wahrheiten. Damit war dann die Hoffnung verbunden, dass diese Art der Aufklärung notwendigerweise auch die erwünschten Effekte erzielt, also im besten Falle eine Verhaltensänderung nach sich zieht. Gesucht wurde damals nach der perfekten Propagandamaschine, mit der die gefundenen Wahrheiten unter das Volk gebracht werden sollten. Doch dieses Experiment des Agit-Prop ist zuletzt mit dem Untergang des Ostblocks gescheitert.

Die Überzeugung – auch die gut begründete – für das Richtige zu stehen und sich im Recht zu befinden, reicht also nicht aus. Das Glück lassen sich unsere offenen Gesellschaften nämlich glücklicherweise nicht verordnen. Und auch wenn es manchmal schwer fällt: das gilt auch für die Nachhaltigkeit. Die Predigt des rechten Weges führt in Wahrheit in die Irre. Trotzdem ist die Sehnsucht nach einem einfachen Weg weiter vorhanden. Als Beispiel für die Erfolge müssen dann totalitäre Regime wie in China herhalten, die scheinbar so viel schneller als die demokratischen Gesellschaften in der Umweltpolitik vorankommen. – Und es gibt sie, die Sehnsucht nach einer Diktatur der Nachhaltigkeit.

Ich bin froh, dass diese Politik des Zwangs und der Verordnungen in unserer offenen und kritischen Gesellschaft nicht so leicht möglich ist. Vielleicht erreichen wir das eine oder andere gesetzte Ziel nicht so schnell wie Andere. Gleichzeitig bewahrt uns diese Offenheit davor, kostspielige Irrwege einzuschlagen und diese nicht wieder verlassen zu können. Dass wir das können, hat auch damit zu tun, dass wir in unserem Land auf eine freie und unabhängige Wissenschaft setzen können.

Die Wissenschaft steht in einem offenen Dialog mit der Gesellschaft. Für unsere Forschungsförderung setzen wir darauf, dass die wesentlichen Fragen, welche die Forschung für eine nachhaltige Zukunft beantworten muss, gemeinsam mit den Akteuren aus Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Kommunen gefunden werden. Das bedeutet auch, dass wir die Idee einer einseitigen Kommunikation hinter uns lassen. Es ist eben zu kurz gedacht und nicht ausreichend, dass die Wissenschaft ihre Wahrheiten an ein aufmerksames Publikum vermittelt. Auch die Gesellschaft vermittelt der Wissenschaft ihre Erwartungen und ihr Wissen. Das meinen wir, wenn wir die Nachhaltigkeit transdisziplinär denken. Und das wirkt sich unmittelbar auf die Kommunikation von Wissen aus. Wir nennen diesen Prozess „Agenda-Prozess“, in dem wir gemeinsam die Forschungsfragen entwickeln, auf die am dringendsten Antworten gesucht werden. Dadurch gelingt es auch, aus unbeteiligten Passanten Akteure zu machen, Menschen zum Mitmachen zu bewegen.

Dafür brauchen wir eine dialogfähige Wissenschaft. Eine Wissenschaft, die sich dort einmischt, wo wichtige gesellschaftliche Fragen verhandelt werden. Sie kann die Instrumente bereitstellen, die gebraucht werden, um kontroverse Angelegenheiten produktiv zu bearbeiten und zu Lösungen zu kommen.

Wissenschaft als Treiber

Wissenschaft kann auch Verlässlichkeit über zukünftige Ereignisse herstellen und die Menschen bei Entscheidungen beraten, die ihr zukünftiges Leben betreffen. Das ist dann wichtig, wenn Unsicherheit dazu führt, notwendige politische Entscheidungen nicht zu treffen, weil sie noch nicht als dringend angesehen werden. Denn unser politisches System neigt dazu, die unbequemen Entscheidungen erst dann zu treffen, wenn die Katastrophen unmittelbar vor der Tür stehen. Sonst gelten schmerzhaft

Entscheidungen als nicht vermittelbar. Das macht den gefühlten Entscheidungshorizont sehr eng. Für schwierige Themen stehen dann jeweils nur die ersten beiden Jahre einer Legislaturperiode zur Verfügung. Nur in diesem Zeitraum scheinen unbequeme Entscheidungen möglich, ohne dass sich die Wahlperspektiven für die Beteiligten schmerzlich verdüstern. Und in der Wirtschaft sind die Zeiträume für mutige Entscheidungen noch kürzer. Sie verengen sich auf die Vorstellung der nächsten Quartalszahlen. Langfristiges Denken und Handeln, so wie es gerade für die Nachhaltigkeit notwendig ist, lässt sich so kaum erreichen.

Wissenschaft hingegen kann den Zeithorizont für Entscheidungen deutlich erweitern. Für die Nachhaltigkeit ist dies am Beispiel des Klimawandels gelungen. Wissenschaftler sind sich einig, dass die menschlich verursachte Erwärmung des Klimas längst eingetreten ist. Die Notwendigkeit, den Ausstoß des klimaschädlichen Kohlendioxids zu verringern, ist breit anerkannt. Der Wandel unseres Klimas lässt sich nicht mehr aufhalten, sondern allenfalls verlangsamen und in seinen Auswirkungen verringern. Aber damit das gelingt, muss jetzt gehandelt werden. Davon müssen die Menschen heute überzeugt werden. Dafür müssen sie sich die konkreten Auswirkungen des Klimawandels auf ihren zukünftigen Alltag vorstellen können.

In FONA haben wir es uns deshalb zur Aufgabe gemacht, den Menschen in Deutschland zu zeigen, wie sich ihre natürliche Umwelt ändert, wenn der Klimawandel wie prognostiziert voranschreitet. Dazu bauen wir ein Zentrum für regionale Klimadaten auf. Dessen Daten sollen die Menschen darüber informieren, wie sich ihre Umwelt vor Ort in wenigen Jahren schon durchgreifend ändern wird. Ob etwa die benachbarten Flüsse häufiger über die Ufer treten und im Sommer versiegen, wie es mit Extremwetterereignissen weitergeht, welche Kosten durch Schäden entstehen, die mit der Klimaänderung eintreten. Denn dann werden die Menschen heute bereit sein, Vorsorge für die Zukunft zu treffen.

Wir brauchen neue Narrative

Aber machen wir uns nichts vor. Der Mensch entscheidet nicht nur rational nach seinem Wissen. Ungeachtet der Frage, ob sich die Elektromobilität ökologisch lohnt, finden teure Elektrosporthwagen viele treue Käufer. Die Käufer setzen auf den Prestigegewinn, den ein scheinbar nachhaltiges Gefährt verspricht. Dies sollten wir produktiv nutzen und diesen potenten Käufern ein Angebot machen, dass wirklich nachhaltig ist und mit dem sie tatsächlich ein Beispiel setzen können.

Es wird in den vergangenen Monaten viel von den Narrativen geredet, den Erfolgsgeschichten, die der Nachhaltigkeit zum Erfolg verhelfen könnten. In der Tat gilt es auch in der Wissenskommunikation darum, die richtige Erzählung zu finden, die Geschichte die Menschen von einem nachhaltigeren Weg überzeugt.

Wissenskommunikation der Zukunft

Auch brauchen wir eine Antwort auf die Frage, ob vor diesem Hintergrund die Wissenskommunikation in ausreichendem Maße stattfindet. Ziehen wir die Horrornachrichten über Stürme ab, die mit dem Klimawandel in Zusammenhang gesetzt werden, scheint die Nachhaltigkeit strukturell deutlich weniger massenwirksam als andere Themen. Es findet sich hierzu kaum eine Schlagzeile in den Massenmedien, jedenfalls nicht in den herkömmlichen. Aber die Medienlandschaft ist erfreulicherweise mit dem Einzug der Social Media in Bewegung geraten und ziemlich sicher werden die Massenmedien von heute nicht mehr die der Zukunft sein. Das bietet auch Chancen für die Nachhaltigkeit.

Wenn wir die Idee der Nachhaltigkeit erfolgreich transportieren wollen, müssen wir dafür die passenden Medien finden. Ich bin ohnehin der Meinung, dass das Konzept der Nachhaltigkeit nur am konkreten Beispiel erfolgreich sein kann. Auf den Philippinen gingen die Forscher des Umweltforschungszentrums Leipzig (UFZ) für ihre Kampagne zum Schutz der Biodiversität auf Reisfeldern in eine viel gesehene TV-Seifenoper. In Afrika nutzen die Experten des Westafrikanischen Klimazentrums

WASCAL mobile Apps, um Landwirte über die Möglichkeiten der Bewässerung zu informieren. In Deutschland finanziert das BMBF die jährliche Verleihung des Deutschen Nachhaltigkeitspreises Forschung in Düsseldorf; mit wachsendem Erfolg, den wir nicht nur in den Abdrucken in der Zeitung messen, sondern klar auch in den Kontakten zwischen den ausgezeichneten Forschern und den Wirtschaftsvertretern vor Ort, die eben auch zur Gala-Veranstaltung kommen.

Oder nehmen sie die bundesweiten Wissenschaftsjahre. Sie sind mit Abstand das innovativste und erfolgreichste Instrument, mit dem wir eine allgemeine Aufmerksamkeit für die Nachhaltigkeit erzeugen. Im Wissenschaftsjahr Zukunftsstadt haben wir 2015 die gemeinsame Forschungsagenda zur nachhaltigen Stadtentwicklung vorgestellt. Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Kommunen hatten dieses Programm für die Forschung in einem zweijährigen Prozess ausgearbeitet. 2015 haben wir den Wettbewerb Zukunftsstadt mit 50 Kommunen begonnen. Aktuell beschäftigen sich 23 in einer zweiten Phase mit ihren Bürgern mit den Umsetzungskonzepten, von denen wir bis zu acht ab dem kommenden Jahr in Reallaboren verwirklichen werden. Der erfolgreiche Interministerielle Arbeitskreis Stadt der Bundesregierung hat auf diesen Erfolg aufbauen können und setzt diesen jetzt fort.

Im aktuellen Wissenschaftsjahr „Meere und Ozeane“ setzten wir auf das wichtige Thema des globalen Meeresschutzes. Auch hier kombinieren wir hochwertige Forschung mit neuen Formaten, um deren Themen zu verbreiten.

Sie sehen, das BMBF zieht alle Register:

- ▶ Wir identifizieren die relevanten und wichtigen Themen der Forschung gemeinsam mit Wissenschaft, Wirtschaft und Zivilgesellschaft,
- ▶ Wir fördern die Erforschung dieser Themen auf neuen Wegen für eine nachhaltige Entwicklung sozial, umweltfreundlich und wirtschaftlich,
- ▶ Wir verbreiten die Ergebnisse zielgenau, nutzen dabei die gesamte Palette der kommunikativen Möglichkeiten und bauen diese stets aus,
- ▶ Und schließlich werten wir die Erfahrung aus den praktischen Anwendungen aus und leiten daraus neue Fragen an die Forschung ab.

Denn für das BMBF ist die nachhaltige Wissenskommunikation ein zirkulärer Prozess der zu mehr Wissen und Chancen für eine nachhaltige Zukunft führt. Das verstehen wir unter einer *verantwortlichen Zukunftsvorsorge*.

4.17 Podiumsdiskussion: Rendezvous mit der Zukunft – Narrative für die Große Transformation.

Christian Füller, Chefredakteur ,der Freitag‘ Berlin,

Michael Müller, Parl. Staatssekretär a.D.; Vorsitzender Kommission Lagerung hoch radioaktiver Abfallstoffe, Berlin,

Ernst-Christoph Stolper, stellv. Bundesvorsitzender des BUND, Berlin.

Die Podiumsdiskussion wurde von Manfred Ronzheimer und Roland Zieschank moderiert und sollte aus unterschiedlichen Blickwinkeln die Frage nach den Möglichkeiten für eine bessere Kommunikation von Aspekten der Großen Transformation in die Gesellschaft und in die Politik hinein erörtern.

Diese Kommunikation sollte sich darüber hinaus nicht nur auf Informationsweitergabe beschränken, sondern auch Motivation und Anleitung zur praktischen Veränderung beinhalten. Als eine große Hürde wurde eingangs die Semantik identifiziert: die Begrifflichkeit der "Großen Transformation", die sich wenig zur Nutzung in populären Medien eignet, da sie für viele Leserinnen und Leser eine Schranke der Unverständlichkeit aufbaut. Gleiches gilt auch für den Begriff des „Anthropozäns“, der „Suffizienz“ und in Teilen auch für die „Nachhaltigkeit“. Das Transformations-Vokabular hält zum einen Journalisten und Journalistinnen davon ab, sich mit diesen Themen zu beschäftigen; zum zweiten verlangt es verstärkte „Übersetzungsarbeit“ aus einer fachlichen in eine allgemein verständliche Sprache. Als verständnisfördernd wurde der erzählende Kommunikationsansatz des „Narrativs“ angesehen, da er einzelne Fakten in einen größeren und sinnvollen Zusammenhang stellt.



Abbildung 5: Stolper, Zieschank, Müller, Ronzheimer, Füller

Ein Themenstrang der Podiumsdiskussion behandelte den politischen Rahmen, der die heutige nicht-nachhaltige Wirtschafts- und Lebensweise stützt und der transformativ – auch unter medialem Einfluss – neu gestaltet werden muss. Michael Müller brachte in Erinnerung, dass nicht der technische Fortschritt, sondern die soziale Emanzipation als Kernidee am Beginn der Europäischen Moderne stand: Veränderung zur Befreiung. Im Laufe der vergangenen 200 Jahre mit dem Siegeszug der industriellen Revolution sei jedoch immer mehr der Weg zum Ziel geworden, anstatt tatsächlich das Erreichen sozialer Ziele anzustreben. „Durch die Entfaltung der Produktivkräfte und Hinwendung zur Technologie wurden diese zum Ziel und

waren nicht mehr der Weg“, sagte Müller. Die historische Aufgabe im Anthropozän sei es, der Zielsetzung der Emanzipation zu neuer Bedeutung zu verhelfen. Dazu müssten zwei Elemente miteinander verbunden werden: Die Bewahrung der technisch-ökonomischen Dynamik auch für die Weiterentwicklung von Demokratie bei gleichzeitiger Beachtung ihrer Endlichkeit und Grenzen. Dies sei ein spannungsreiches Unterfangen, da wir dank der technischen Mittel einerseits in einer zunehmend entgrenzten Welt lebten, die aber gleichzeitig an ihre ökologischen und sozialen Grenzen stoße. „Wir müssen eine Idee finden, wie die ökologische Debatte zur Debatte über die Zukunft der Gesellschaft wird“. Ein großes Problem: Die handelnde Politik stecke noch voll im Gestern.

Bezogen auf die aktuelle politische Situation in Deutschland äußerte sich Müller dahin, dass es heute „nicht mehr nur um die soziale, sondern auch um die ökologische Einbettung“ gehe. Dazu müsse mit den gesellschaftlichen Kräften zusammengearbeitet werden. Der Deutsche Gewerkschaftsbund wisse

zum Beispiel ganz genau, dass die Mobilität im heutigen Zustand nicht mehr durchgehalten werden könne: Aber die IG Metall sei gar nicht ohne Autoindustrie denkbar. Ähnlich sei es beim Kohleausstieg, den die Gewerkschaften teilweise immer noch mit traditionellem Arbeitsplatzverlust verknüpften.

Auch Ernst-Christoph Stolper, der für den BUND die große Anti-TTIP-Demonstration organisiert hatte, war der Meinung, dass sich Entwicklungen in der Politik vor allem durch real vorhandene Widersprüche und ihre Thematisierung entfalten. Stolper: „Transformationen sind somit keine harmonischen Übergänge, sondern durchaus konfliktreiche Prozesse“. Dazu gehöre, dass in bestimmten Fällen auch Druck auf Umweltsünder ausgeübt werden müsse. Er verwies auf das Beispiel der Automobilindustrie, die jahrzehntelang davon profitiert habe, dass „die Politik sie hofiert und bei Umweltverstößen ein Auge zugeedrückt“ habe. Stolper forderte, dass Umweltsünder angeprangert werden und auch radikale Maßnahmen eingeleitet werden, selbst wenn sich die Automobilindustrie beschwere.

Zum Gesichtspunkt langfristiger Orientierungen innerhalb der Umweltverbände als wichtiger Vertreter zivilgesellschaftlicher Organisationen verwies Stolper darauf, dass diese zwei Jahrzehnte einem Leitmotiv gefolgt seien: Der Internalisierung externer Umwelt-Kosten. „Aber wir haben den Staat nicht, der das durchsetzt“, räumte der BUND-Vertreter ein. Durch die soziale Spaltung gehe ein gewisses Unterstützungs-Momentum verloren, weil bestimmte Produkte und Leistungen durch die neue Rechnung teurer würden, was womöglich nur die ärmeren Teile der Gesellschaft treffe. Eine offensive Argumentation sei geboten. Man müsse vielmehr Ross und Reiter benennen, die sich an der Politik bereichern. „Wir müssen in den Konflikt gehen“.

Den Erfolg des Protestes gegen die Handelsabkommen CETA und TTIP, mit vielen Veranstaltungen landesweit und einer Großdemonstration in Berlin mit über 300.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern, führte Stolper auf zwei Gründe zurück: „das Gefühl der Machtlosigkeit, des Nicht-mehr-Einfluss-Nehmen-Könnens“ und die Finanzkrise.

Die mediale Reflexion innerhalb der Podiumsdiskussion leitete Christian Füller, Chefredakteur der Berliner Wochenzeitung „Der Freitag“ ein. Für ihn gehe es bei der „Großen Transformation“ nicht – so wie es Müller vorschwebte – um einen großen Plan, der zu verfolgen wäre, sondern es handele sich um eine „harte Auseinandersetzung, um einen Kampf“, der sich jeden Tag abspiele. Die Presseverlage verfolgten keine Mission. Aber ihre Aufgabe sei es, auch solche Themen in die gesellschaftliche Diskussion zu bringen, die von der Politik bisher nicht oder unterwertig behandelt werden. Dabei gehe es auch um Verständlichkeit, wobei zentrale Begriffe für einen breiteren Diskurs nicht geeignet seien, insbesondere eben auch der Begriff „Transformation“ – der von den Veranstaltern der Tagung aber auch erst einmal verwendet wurde, um das Thema auf die wissenschaftlich-reflexive Agenda für unterschiedliche Akteure zu setzen.

In der journalistischen Praxis sei es Füller zufolge durchaus möglich, komplexe Themen auch in leseraffine Formate zu übersetzen. Dazu zählen auch narrative Formate: „Der Long read ist im Kommen“, konstatierte der Chefredakteur des „Freitag“.

Alle sagten, die Zeitungen würden sterben, das stimme aber nicht, schlug Füller einen Bogen zur übergreifenden medienpolitischen Debatte. Das Narrativ sei „überhaupt nicht tot“. Der „Freitag“ habe jede Woche eine „lange Strecke mit 20.000, manchmal 30.000 Zeichen“ im Blatt. Auf diesem Platz könne man etwas erzählen, Themen setzen, etwas erklären. Füller führte zwei Beispiele an: Schwalben sterben aus, wie jetzt an Schweizer Seen nachgewiesen wurde, weil Insekten aussterben. Die sei ein Thema zum großen Begriff Biodiversität. Oder das Problem der gewalttätigen Auseinandersetzungen um den G20-Gipfel in Hamburg, wo auch Privat-Pkws in Flammen aufgingen. In seiner Zeitung werden Fragen gestellt wie: „Ist es richtig, einen Twingo zu verbrennen?“ Davon ausgehend werde dargestellt, wie heute die globalisierte Herstellung eines Kraftfahrzeugs aussieht, einschließlich der Arbeitsbedingungen in Zulieferbetrieben der ärmeren Länder.

Angesichts der Bundestagswahl wurden auch die Chancen angesprochen, über derlei politische Entscheidungen eine Unterstützung zu erhalten. Michael Müller brachte seine in vielen Jahren als Bundestagsabgeordneter und als Parlamentarischer Staatssekretär gewonnene Erkenntnis ein, wonach viele Politiker „in der Alltagspolitik eingekapselt“ seien und daher nicht oder nur langsam auf langfristig ausgerichtete Änderungsvorschläge reagieren (wie zum Beispiel den zur Einführung von ökologischen Impact Assessment-Maßnahmen). Problematisch sei die Zeitverzögerung zwischen Ursache und Wirkung beim Klimawandel. Dies habe zur Konsequenz, dass Druck auf die heute handelnde Politik wenig wirksam sei, mit der Folge, dass dieses Thema im Wahlkampf nicht priorisiert werde. Gleiches könne er, so Müller, zu den Ergebnissen der von ihm geleiteten Atom-Endlager-Kommission sagen. Die politisch-parlamentarische Resonanz auf vieles, was die Kommission erreicht habe, sei praktisch „gleich Null“.

Füller nannte als ein Hauptproblem zur Thematisierung langfristiger Themen im Wahlkampf die Rückkehr einer marktliberalen und -gläubigen Partei. Zugleich stünden die Verzicht-predigenden Grünen auf verlorenem Posten. Sie schwiegen etwa zum Mobilitätsdienstleister Uber, der mit seinem Geschäftsmodell den Taximarkt und das „soziale Modell der Mobilität“ ruiniere, etwa durch Abschaffung des Personenbeförderungsgesetzes. Füller: „Das nennt man dann Disruption“. Die anstehende Wahl werde auch deshalb richtig wichtig, weil sie möglicherweise einen neuen Markt, einen Wettbewerb neuen Typs bringen werde.



Abbildung 6: Diskussion mit dem Publikum

Auch der G20-Gipfel als weiteres politisches Großereignis in Deutschland ist nach Bewertung von Stolper im Ergebnis als „Armutserklärung der Politik“ zu bewerten, weil zentrale Zukunftsfragen nicht adäquat behandelt worden seien. Die Staatschefs müssten „Chaoten dankbar sein, dass deren Randalie von ihrem Scheitern abgelenkt“ habe. Stolper warf ein, dass man sehr aufpassen müsse, nach dem Verlust der politischen Handlungsmacht in der sozialen Frage – weil die soziale Spaltung immer weiter zunehme – „nicht auch noch die Demokratiefrage zu verlieren“; so warnte der NGO-Vertreter: „Die Politik flieht vor Trump und rettet sich dabei in alte, feststehende Verhaltensweisen.“

Insgesamt herrschte in der Abschlussrunde Konsens, dass für die politischen Debatten im öffentlichen Raum die Medien eine wichtige katalytische Rolle spielen. Neben dem breiten Publikum, das über verständliche und narrativ-eingängige publizistische Formate anzusprechen sei, müssten besondere Konfliktthemen für die politische Auseinandersetzung von der Presse aus eigenem Antrieb aufgegriffen und gezielt an die Teil-Leserschaft der politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger kommuniziert werden. Dazu müsse vermehrt eine Sensibilisierung des klassischen Politik- und Parlaments-Journalismus für den Bereich der Nachhaltigkeits- und Transformationsthemen erreicht werden.

5 Synthese der Ergebnisse

Das Ziel einer quantitativen Steigerung wirtschaftlichen Wachstums thront nach wie vor über der Wirtschaft, der Politik und auch der gesellschaftlichen Orientierung von Staaten in Ost wie West. Auch und gerade in Krisenphasen oder sich einschleichenden Trends einer „säkularen Stagnation“ herrscht erhöhter Handlungsbedarf. Während – als These – die inhärenten Treiber von Wachstum, wie Investitionen, Innovationen, Bevölkerungsentwicklung und Massenkaufkraft in vielen alten Industriestaaten tendenziell rückläufig sind, wird gleichzeitig nach neuen Impulsgebern gesucht. So befeuern nun entweder immer wieder neu aufgelegte Konjunkturprogramme, per Staatsverschuldung finanzierte Ausgaben, künstlich niedergedrückte Zinsniveaus und ausgeweitete Bilanzen der Notenbanken die sonst erlahmenden Produktions- und Konsumprozesse. Die Ausgaben sind gigantisch, allein seit Beginn der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise sind über 20 Billionen Dollar ausgegeben worden, in Erwartung, damit das weltweite Wirtschaftswachstum zu stabilisieren.

Abgesehen davon, dass sich hier neue Risiken für die Finanzmärkte und die Realwirtschaften abzeichnen, gehen damit zugleich tiefgreifende ökologische Degradierungen einerseits und unzureichende soziale Sicherungseffekte sowie eine zunehmende Verteilungsungerechtigkeit einher, selbst in den sich als „wohlhabend“ verstehenden Staaten (ausführlich: OECD 2015; McKinsey 2016; Nachtwey 2016).

Die von verschiedener Seite konstatierte neue Phase des Anthropozäns, in der die bislang geologisch und durch die Evolution getriebene Entwicklung des Planeten nun immer mehr über menschliche Eingriffe mit beeinflusst wird, erhält vor dem skizzierten Hintergrund der gigantischen Geldströme eine neue Plausibilität.

Je umfassender und alle Ökosysteme tangierend diese Implikationen werden, umso bemerkenswerter erscheint eine doppelte Diskrepanz, was das öffentliche Bewusstsein dieser Situation anbelangt, wie es sich zumindest in den meisten Massenmedien spiegelt:

- ▶ Faktisch findet das menschliche Leben immer mehr im Anthropozän statt – dessen ungeachtet, dass der Beginn dieses Zeitalters unterschiedlich begründet werden kann – kommunikativ jedoch spiegelt sich diese Situation kaum, in jedem Fall aber zu wenig in den Medien selbst. Die Tagung auf Schwanenwerder lieferte Indizien für die These, das Anthropozän dringt als Beschreibung der Gegenwart nicht bis in den Kern der Zeitschriftenredaktionen vor (so die ZEIT-Redakteurin Petra Pinzler). Der Sachverhalt scheint zu groß und zu komplex zu sein, um schnell in einen Newsstrom integrierbar zu sein, um nach außen vermittelbar zu sein. So bleiben allenfalls Facetten und Splitter, beispielhafte Geschichten und Berichte.
- ▶ In Teilen der Wissenschaft und bei einigen Akteuren der Zivilgesellschaft hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Ausweitung von Massenproduktion, Umgestaltung aller Ökosysteme, der induzierte Klimawandel sowie Massenkonsum einerseits und Abfallmassen andererseits als negative Charakteristika des Anthropozäns einer umfassenden Gegenstrategie bedürfen, wofür womöglich das Leitmotiv einer nachhaltigen Entwicklung nicht mehr ausreicht: Vielmehr bedarf es einer „Großen Transformation“, im Sinne einer verantwortungsvollen Gestaltung dieses beginnenden Zeitalters, soll nicht nur ein bloßer Wandel, sondern zumindest teilweise ein zielgerichteter Prozess damit verbunden sein.²³ Es bedarf somit übergreifender Lösungsstrategien, die entwickelt und zusammengedacht werden müssen und möglichst auch in den gesellschaftlichen Subsystemen zusammengeführt werden: Beispielhafte Stichworte sind die Verknüpfung der Energie- mit der Verkehrswende, „Städte der Zukunft“, Green Economy, auch Effizienz- und

²³ Zum Verständnis siehe u.a. Polanyi 1973; WBGU 2011; Politische Ökologie 2013; Köhler 2016; SRU 2016; sowie auch Vereinte Nationen 2016, betreffend die Sustainable Development Goals.

Suffizienzstrategien in den wesentlichen Lebensbereichen oder ein Verständnis von Umweltpolitik als Gesellschaftspolitik (Zieschank 2016). Solche, viele gesellschaftliche Bereiche und Facetten der Lebensführung tangierenden Veränderungen können aber kein oktroyierendes Vorhaben sein, auch kein technokratisches, sondern bedürfen in einem Wechselspiel von wissenschaftlichen Vorschlägen, gesellschaftlichen Präferenzen und Prioritäten von Interessengruppen, demokratischen Entscheidungen und mitlaufenden Lernprozessen eines umfassenderen gesellschaftlichen Diskurses, als dies bislang der Fall war, etwa bei der Weiterentwicklung der bundesdeutschen Nachhaltigkeitsstrategie oder Veranstaltungen zu „Gut Leben in Deutschland“. Aber auch hier gilt bislang: Die Medien als ein wichtiges Institut der öffentlichen Meinungsbildung verharren hier – angesichts der Herausforderungen – in einem bemerkenswerten Schweigen.

Einige Beispiele seien genannt: Die Berichterstattung im Umweltbereich orientiert überwiegend auf skandalisierbare Ein-Punkt-Themen, die nach wenigen Tagen wieder vergessen sind (z.B. Schadstoffe in Lebensmitteln oder Skandale der Hühnerhaltung). Unterlassen wird dagegen die Thematisierung schleichender Umweltveränderungen, obschon sie in ihrer realen Bedeutung sehr viel relevanter sind. Beispiele dafür sind das Insektensterben und der Rückgang der Vogelarten, verursacht insbesondere durch die Industrialisierung der Agrarlandschaften, die anhaltende Verschwendung von Lebensmitteln, die Vermüllung der Meere durch nicht-abbaubare Plastikabfälle, auch die weitaus höhere Zahl der „Verkehrstoten“ durch Luftschadstoffe aus Verbrennungsmotoren im Vergleich zu Verkehrsunfällen auf den Straßen. Alle Veränderungen sind von hoher ökologischer Relevanz und Bedeutung für die Nachhaltigkeit, die jedoch wegen ihrer Komplexität und dem Makel der Nicht-Aktualität von Journalisten und Journalistinnen eher selten aufgegriffen werden.

Die Tagung auf Schwanenwerder hat hier, aufbauend auf früheren Veranstaltungen zur gegenwärtigen Situation der Medienlandschaft, einige *Defizite* des Umgangs vieler Medien mit dem Thema Anthropozän einerseits und Große Transformation andererseits konstatieren können, die nicht immer nur auf ein fehlendes Bewusstsein in den Redaktionen zurückgehen, sondern auf einen Strukturwandel und Restriktionen in der Medienlandschaft verweisen:

Von zentraler Bedeutung sind dabei zwei Elemente mit sowohl dynamischer als auch retardierender Wirkung:

Der durch die Digitalisierung angetriebene Medienwandel, insbesondere auch die Verbreitung des Internet als in großen Teilen kostenloses Informationsmedium und neuer Werbeträger, hat das Wirtschaftsmodell der klassischen Medienunternehmen untergraben. Für den Journalismus hat dies zur Folge, dass eine auf die „Aufmerksamkeitsökonomie“ ausgerichtete Arbeitsweise höheren Stellenwert bekommt als der angestammte Qualitätsjournalismus, was von Teilen der Leserschaft auch akzeptiert wird. Die Jagd nach Quoten, verbunden mit der globalisierten Verfügbarkeit von Ereignissen, hebt einen „Eventjournalismus“ nach oben, der charakterisiert ist durch ein Springen von einem Neuigkeits-Ereignis zum nächsten und dem Bemühen, mit emotionalen Bildern und Texten den Leser und Zuschauer gefangen zu nehmen.

Im inhaltlichen Bereich (Content) werden neue übergreifende, „interdisziplinäre“ Themenstellungen durch die nach wie vor intakte klassische Ressort-Struktur der Redaktionen abgewehrt. Wenn ein Thema wie das Anthropozän in der Schublade der Wissenschaftsredaktion gelandet ist, hat es sein bleibendes Zuständigkeits-Etikett und wird von Kollegen oder Kolleginnen aus den Ressorts Wirtschaft oder Politik nicht angefasst. In einer sich stark wandelnden Welt unter globalisierten Verhältnissen ist eine aus dem 19. Jahrhundert stammende informationelle Arbeitsorganisation in den Reaktionen – stark vergleichbar mit der Disziplinen-Trennung im Wissenschaftssystem – für neue Themen eine hohe Eingangshürde.

Als Fazit ergeben sich gravierende Lücken in der Berichterstattung über eigentlich anstehende Transformationsprozesse einerseits und eine tendenziell emotionalisierende und mehr mit Kommentaren statt Fakten versehene Story. Thomas Leif hat dies treffend mit „Konfetti statt Content“ charakterisiert.

Betont werden muss deshalb nochmals die wichtige Rolle und *Funktion der Medien* angesichts von Umgestaltungen in Wirtschaft, Gesellschaft und Politik, die eigentlich bereits eingeleitet hätten sein sollen: Die Tagung fokussierte im dritten Teil unter der Themenüberschrift „Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Moderne“ ausdrücklich auf eine „Gesellschaftsdienliche Perspektive“ der Medien, deren zentrale Bedeutung etwas in der Schnelllebigkeit des News-Business und der Orientierung an Aufmerksamkeitsquoten, Einschaltquoten und Werbeblöcken auf den Grund der Aufmerksamkeit gesunken ist.

- ▶ Es mag nicht verallgemeinerbar sein, jedoch unter dem Leitmotiv der Tagung kommt man nicht umhin, den Begriff der gesellschaftlichen Verantwortung (auch) der Medien neu zu denken. Sie sind im Zusammenhang mit Transformationsprozessen nicht mehr nur begleitender Kommentator, der quasi nachgelagert Ideen, Trends oder Lösungsstrategien verfolgt, sondern es stellt sich die Frage, wie antizipativ oder in der Terminologie der Umweltpolitik: „vorsorgeorientiert“ Zeitungen und andere Medien sich mit einigen Zukunftsfragen befassen. Diese Haltung kann durchaus als Weiterentwicklung der Wächterrolle des Journalismus verstanden werden: Er muss – notfalls auch stellvertretend – Lösungen aus den Bereichen der Wissenschaft und seitens der Politik einfordern, solange es noch Handlungsspielräume gibt. Wenn ökologische Veränderungen selbst dies erfordern werden, ist es in der Regel für Abhilfen zu spät.
- ▶ Die gegenwärtige Situation des nur mit heftigem Widerstand der Autoindustrie begonnenen Prozesses der Verkehrswende, mithin des Ausstiegs auch hier aus dem fossilen Zeitalter, verdeutlicht beispielhaft die Selbst-Befragung von Journalisten und Journalistinnen nach ihrer reaktiven oder proaktiven Rolle.
- ▶ Damit eng verbunden ist die Kritikfunktion der Medien, sowohl gegenüber den traditionellen Pfaden der wirtschaftlichen Entwicklung als auch gegenüber neuen oder alternativen Entwicklungspfaden, eine Art von „Kampagnenjournalismus“ etwa zur Verfolgung der Zielvorstellungen der „Sustainable Development-Goals“ wäre auch keine hilfreiche Rolle. Besonders hervorzuheben ist die Kritikfunktion jedoch immer dann, wenn von offizieller politischer Seite und interessengelagerter wirtschaftlicher Seite ökologische Zustandsanalysen und riskante Trends gelehnet werden: In den USA steigen beispielweise die Auflagen der New York Times wieder, da inzwischen „Wahrheit als ein knappes Gut“ angesehen wird.

So bedeutsam die Medien für einen demokratischen Willensbildungsprozess in einer offenen Gesellschaft sind, so behutsam ist die Spannung zwischen wünschbarem Engagement in Zeiten beginnender Transformationsprozesse und neutraler Berichterstattung zu erörtern.

Als Fazit kann konstatiert werden, „objektiv“ nimmt die Bedeutung der Medien zu, wenn es um die Umgestaltung, den ökologischen Umbau des Agrar- und Nahrungsmittelsektors, die Energie- und Verkehrswende, einen umweltfreundlicheren Stadtumbau oder die bislang bestehende Wegwerfgesellschaft geht (ob als Modetrends, Abwrackprämie oder postulierte Umweltprämie für Neuanschaffungen von Autos tituliert).

Die Frage ist nun erstens, inwieweit sich Journalisten und Journalistinnen, aber gleichfalls auch die Verlage, dieser Verantwortung vermehrt stellen wollen.

Zweitens stellt sich parallel für die anderen, an einem Wissenstransfer für die Große Transformation interessierten Akteure die Herausforderung, mit den Defiziten der aktuellen Medienlandschaft umzugehen. Die Tagung befasste sich deshalb mit neuen Entwicklungslinien, Stichworte sind hier:

- ▶ Innovationen innerhalb der Medienlandschaft
- ▶ Neue Allianzen bei der Kommunikation von Lösungswegen sowie
- ▶ Alternativen des Wissenstransfers (unabhängig von den Medien).

Zu den Innovationen innerhalb der Medienlandschaft:

1. Neue Funktion der Qualitätssicherung von Informationen: Von der kritischen Prüfung neuer Ergebnisse aus den Presseabteilungen der Forschungseinrichtungen in Deutschland oder Europa, bis hin zur Entlarvung von Fake News tradierter politischer Akteure respektive fossiler Wirtschaftszweige, die tiefgreifendere Wandlungen in Richtung einer Green Economy, einer Low Carbon Economy oder einer Kreislaufwirtschaft mit fallweise verdrehten Tatsachen kritisieren.
2. Es zeichnet sich im Zuge des Strukturwandels der Medien eine neue systemische Rolle des Journalismus ab. Journalisten und Journalistinnen sind nicht mehr die singulären und privilegierten Informations-Versorger für die Gesellschaft, denn neue Informationsquellen stehen zur Verfügung, die den Endnutzer direkt ansprechen und teilweise auch einbeziehen. Die neue Aufgabe des Journalismus besteht darin (neben der Aufrechterhaltung der handwerklichen Kriterien des Qualitätsjournalismus – ein Ausbildungsthema), in Zeiten des „information overload“ sich zum einen für eine „Kuratierung“ von gesellschafts- und in unserem Zusammenhang auch zukunftsrelevanten Themen zuständig zu sehen (Themen in langfristiger Beobachtung und Recherche), und zum zweiten stärker den gesellschaftlichen Diskurs auch übermedial zu managen. Beides sind berufsbezogene Herausforderungen für den Journalismus in einer Wissensgesellschaft, die in Teilen angepackt worden sind. Gerade ein junges Feld wie der Nachhaltigkeits-Journalismus (ein interdisziplinärer Journalismus mit Orientierung auf Themen mit Nachhaltigkeitsbezug) bietet sich dafür an, neue Entwicklungen des Journalismus im Pioniermodus voranzutreiben: ein Journalismus, der nicht primär wirtschaftlich ausgerichtet sein muss, in einem anderen Informationshorizont und von einer anderen Medienethik geleitet arbeitet. Dafür benötigen die journalistischen Akteure die geeigneten Rahmenbedingungen und Ausbildungen.
3. Neue journalistische Ansätze zum institutionellen Setting: Ein Vorschlag geht dahin, die täglichen Zwänge, welche aus einem Wegbrechen des traditionellen Geschäftsmodells von Tageszeitungen herrühren, über andere organisatorische Modelle aufzufangen. Diskutiert wird verstärkt die Idee von Genossenschaften im Pressesektor, hier vor allem, ob über weitgestreute Abonnements und andere finanzielle Beteiligungen die Redaktionsarbeit soweit stabiler machen, dass nicht nur fallweise vertiefte Recherchen zu bestimmten Themen oder Transformationserfahrungen und –Vorschläge möglich sind, sondern man sich zugleich etwas unabhängiger von einem etwaigen Einfluss mächtiger Klientelgruppen macht, ob dies Werbekunden, ökonomisch orientierte Eigentümer der Verlage oder vielleicht auch wirtschaftliche Akteure sind, welche sich durch eine kritischere Berichterstattung unter Druck gesetzt fühlen und deshalb selbst versuchen, Einfluss auf Redaktionen bzw. Inhalte zu nehmen.
4. Partizipation der Leser: In Analogie zu neueren Versuchen im Bereich des „Citizen Science“ gibt es auch Bestrebungen, im journalistischen Alltag die Leser stärker selbst zu beteiligen, nicht zuletzt im Hinblick auf eine leichtere Kommunikation mit anderen Lesern und Leserinnen eines Beitrags; diese könnten sich eher mit den Inhalten oder Vorschlägen im Zusammenhang mit Transformationsthemen angesprochen fühlen. Der Medienwandel gestattet heute die Einbindung von Lesern und Endnutzern auch als *Informationszulieferer und Informationszulieferinnen*. „The Wisdom of the crowd“ kann Informationen bereitstellen, an die Journalisten mit ihren Mitteln nicht gekommen wären. Zugleich wird damit der Elite-Nimbus der Medien relativiert und eine Tür zur Demokratisierung geöffnet. Im Wissenschaftsbereich ist eine Beteiligung von Laien am Forschungsprozess schon weiter vorangeschritten als im Mediensektor. Der Ansatz ist themenoffen. „Bürgermedien“

und „partizipativer Journalismus“ eignet sich besonders für den Bereich der Lokalberichterstattung. Aber auch für Medienformate mit Nachhaltigkeits- und Zukunftsbezug sind Pilotprojekte möglich.

Mediensektor und neue Allianzen:

Die Tagung ermöglichte hier noch keinen Überblick über neue Kooperationsformen, jedoch sind exemplarisch Beispiele für eine Berichterstattung über Transformationsthemen vorgestellt worden. Der Beitrag von Hermann Ott, Leiter des Projekts „Fokus Wachstumswende“ illustrierte an diesem drittmittelfinanzierten Projekt, wie die Kooperation zwischen Umweltbundesamt, einer Forschergruppe, zivilen Verbänden und Journalistinnen die Kommunikation einer komplexen Fragestellung unterstützt hat. So gab es als Resultat des Projekts einen Crashkurs für Journalisten und Journalistinnen zur Problematik des quantitativen Wirtschaftswachstums und die Ergebnisse zum Thema Wachstumswende wurden u.a. im Rahmen eines Parlamentarischen Abends der Öffentlichkeit vorgestellt.

Wilfried Kraus vom Bundesministerium für Bildung und Forschung will das Thema einer offensiveren Kommunikation verstärkt aufgreifen, durchaus im Sinne einer aktiven Strategie, d.h. eines neuen Verständnisses auf der Wissenschaftsseite: Information würde hier nun verstanden nicht nur als ein passives Bereitstellen von Ergebnissen und Literatur oder Studien, sondern als eine ministerielle Aufgabe, mithin Information als „Daseinsvorsorge“, um sich in den Facetten einer gesellschaftlichen Transformation besser zurecht zu finden. Fallweise scheinen sich hier neue Allianzen abzuzeichnen zwischen Wissenschaftlern in Projekten, Ministerien und dem Wissenschaftsjournalismus.

Alternativen der Kommunikation – Wissenstransfer zur Großen Transformation jenseits des Mediensektors:

Angesichts vieler Erfahrungen von Wissenschaftlern und Wissenschaftlerinnen, aber auch von NGOs und Umweltverbänden mit einem gewissen Desinteresse seitens Medienvertretern und Medienvertreterinnen an wachstumskritischen Veranstaltungen, was auch Veröffentlichungen über alternative Wachstums- und Wohlstandsmodelle einschließt, wird dort über eigene und eigenständige Kommunikationswege nachgedacht. So ist beispielsweise von vielen Beteiligten im Rahmen der Enquete-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ eine mangelnde Auseinandersetzung mit den abschließenden Ergebnissen konstatiert worden; die Presseresonanz verflachte ferner beinahe gänzlich, nachdem die Kommission sich aufgelöst hatte. Auf der Tagung wurde als Beispiel einer direkten, mittels Netzwerken und persönlicher Kommunikation Wissensvermittlung der Nationale Wohlfahrtsindex angeführt (Beitrag von Roland Zieschank). Dieser, das BIP ergänzende, aber den gesellschaftlichen Wohlstand um ökologische und soziale Folgekosten bereinigte Index entstand zwar aus einem Forschungsvorhaben des Umweltbundesamtes, inzwischen ist er aber als ein konzeptioneller wie gleichermaßen empirischer Einstieg in Diskurse und Entscheidungen zu einer anderen Wohlfahrtsentwicklung in Deutschland bekannt geworden. Ein im wissenschaftlichen Raum entstandenes Indikatoreninstrument hat sich über die Zeit als ein geeignetes Kommunikationsinstrument für den gesellschaftlichen Raum erwiesen.²⁴

Sicherlich gibt es eine Fülle an anderen Beispielen für aktive Wissenschaftskommunikation (so die PUSH-Initiative innerhalb der deutschen Wissenschaft). Zusätzlich ist ein massiver Trend erkennbar, nämlich, dass die Presseabteilungen der großen Forschungsorganisationen in Deutschland ausgebaut werden, seien es die Max-Planck-Gesellschaft, die Leibniz-Gemeinschaft oder die Fraunhofer-Institute,

²⁴ Dazu trägt inzwischen auch ein leicht spielerisches Visualisierungstool in deutscher und englischer Sprache bei: URL <http://www.nationaler-wohlfahrtsindex.de/index.php/de/home>

während gleichzeitig zumindest im Mediensektor auf der regionalen Ebene und in Printmedien jenseits der fachlichen Zeitschriften ein Abbau an Kapazitäten des wissenschaftlichen Journalismus gesehen wird.

Auch diese Entwicklung ist bei näherem Hinsehen ambivalent, denn Public Relations und wissenschaftliche Berichterstattung über nachhaltigkeitsbezogene Forschungsergebnisse können ver-schwimmen, wenn letztlich die im Wissenschaftssektor selbst verfassten Pressestatements mehr oder weniger von vielen Redaktionen (nur) übernommen werden und mangels Kapazitäten nicht mehr ausreichend reflektiert werden können.

Am Beispiel des Aufbaus von wissenschaftlichen Plattformen zum Thema Suffizienz, die nun in Regie von Umweltverbänden betrieben werden, zeigt sich gleichfalls eine neue Entwicklung, nämlich der Transfer von Wissen über einen wichtigen Teilbereich einer Großen Transformation, welcher nicht mehr auf die Möglichkeiten der traditionellen Medien setzt, sondern die sozialen Medien und das Internet direkt nutzt. Christine Wenzl (BUND) zeigt in ihrem Beitrag einerseits, dass Suffizienzstrategien eine wichtige Alternativbotschaft gegenüber dem eingangs skizzierten Wachstumsimperativ darstellen. Und andererseits, dass unter dem Zeichen eines komplexen Inhalts behindernden Strukturwandels der Medien – verknüpft mit der Wachstumsfixiertheit des Wirtschaftsjournalismus (siehe einführender Beitrag von Ferdinand Knauss) – eigene Wissenstransferkapazitäten zu „good practise“-Beispielen in und für Kommunen internetbasiert bereit gestellt werden können.

Diese Entwicklung muss nicht unbedingt bedenklich sein, vielmehr könnte ja auch eine Ergänzung von Wissenstransfer-Varianten sinnvoll sein, gerade wenn es darum geht, erprobte Beispiele oder dem gesellschaftlichen Mainstream nicht entsprechende Wissensinhalte zu kommunizieren – Das Beispiel der ungeliebten Suffizienz-Strategien ist hier geradezu exemplarisch.

Jedoch würde es problematisch, wenn aus der „Arbeitsteilung“ nach und nach eine Substitution entstünde, da auch in diesem Fall wohl die öffentliche Meinungsbildung leiden würde: Denn es ist etwas anderes, wenn „nur“ die jeweiligen Zielgruppen sich zu Effizienz- und Suffizienzpotenzialen austauschen und andere gesellschaftliche Gruppen und Akteure, die nicht unmittelbar sich dafür interessiert haben, keine Ansprache mehr finden bzw. nicht mehr mit notwendigen Veränderungen konfrontiert werden.

Zur Diskussion auf der Tagung:

Teilweise wurde auf der Tagung die Meinung vertreten, Ergebnisse der Wissenschaft und Kenntnisse zu den anstehenden Schritten in Richtung einer ökologischeren Entwicklung sollten auf eine Mobilisierung der Zivilgesellschaft abstellen, wie zuletzt angesichts der Unwägbarkeiten des geplanten europäisch-amerikanischen Handelsabkommens TTIP.

So wichtig eine Verhinderung von ökonomischen Partialinteressen zulasten der Umweltsituation auch ist, so ergibt sich daraus noch nicht zwangsläufig eine Strategie des politischen und ökonomischen Wandels, eben einer Großen Transformation. Indessen sind je nach Themenfeld die Übergänge zwischen einer Information zur gesellschaftlichen Mobilisierung und Wissen für eine Umsteuerung fließend, denkt man beispielsweise an die Massentierhaltung oder Investitionen in die Infrastruktur (Bundesverkehrswegeplan einerseits, E-Mobilität andererseits).

Ein weiterer Informationsschwerpunkt für die Umweltverbände ist, wie sich eine „Transformation literacy“ (eine Art von Grundbildung für die Transformation) in der Mitgliedschaft verbreiten ließe, gerade dann, wenn es um Aspekte geht, welche kaum oder gar nicht seitens der Medien aufgegriffen werden. Hierzu gab es in der Vergangenheit innovative Ansätze, wie etwa die „Zivilgesellschaftliche

Plattform Forschungswende“, ein vom UBA gefördertes Projekt in Trägerschaft der Vereinigung Deutscher Wissenschaftler (VDW), mit der Zielsetzung, das forschungspolitische Engagement der Umweltverbände zu fördern. Derzeit findet die „Forschungswende“ ihre Fortsetzung in Teilprojekten, darunter den Kopernikus-Forschungsprojekten für die Energiewende. Hier bestehen zudem Kontakte und Kooperationsansätze zu elaborierten Narrationsformaten, wie sie Joachim Borner (Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung GmbH) erarbeitet. Von Bedeutung ist auch die Berührung bzw. Förderung integrierter Ansätze mit dem Aktivitätsfeld „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“ (BNE). Informationsverbreitung über Nachhaltigkeit, wie sie der Journalismus professionell wahrnimmt, und Bildungsaktivitäten zum gleichen Thema agieren in Deutschland bislang weitgehend unvermittelt nebeneinander.

Abschließende Anmerkungen für die Kommunikation von Lösungsvorschlägen im Sinne einer „Großen Transformation“:

- ▶ Zwar sind die Information und die Beteiligung der Adressaten, Bürger und Bürgerinnen unverzichtbar, aber es wird nicht eine „Privatisierung“ der Umweltpolitik als Effekt und Ergebnis angestrebt. Die Politik sollte aus ihrer Verantwortung nicht entlassen werden.
- ▶ Hauptsächliche Zielrichtung ist: Die Schaffung eines Resonanzraumes: für a) gesellschaftliche Diskussionen (sogenannter „3. Ort“ im Sinne des früheren Referenten R. Leinfelder auf Schwanenwerder 2016); b) für Nachfragen und Anfragen an die Politik einschließlich ‚Policy Monitoring‘, c) Öffentliche Unterstützung der politischen Akteure, welche eine große Transformation intendieren und begleiten.
- ▶ Letztlich soll eine Veränderung der Politik und der Wirtschaft über bessere Information und die Wiederherstellung eines gesellschaftlichen Resonanzraums eingefordert werden. Ein Missverständnis wäre es jedoch, die Verlagerung der Großen Transformation in den Alltag der Bürger und Bürgerinnen anzustreben – eben weil aus einer Vielzahl lokaler Aktivitäten keine ausreichend weitreichenden und koordinierten Veränderungsstrategien entstehen können (wie etwa der Umstieg auf Elektroautos und alternative Mobilitätsformen verdeutlicht).
- ▶ Dazu bedarf es neuer, positiver Perspektiven und Narrative, des Umgangs mit verständlichen Visionen.
- ▶ Und: Der Wandlungsprozess steht im Zeichen der Knappheit: Der Knappheit an Zeit. Denn ökologische Prozesse haben einen langen Nachhall, wenn sie in die Richtung einer Degradierung von Ökosystemen gehen und insbesondere wenn es zu Akkumulationsprozessen kommt – sei es in der Atmosphäre, der Versauerung und Erwärmung der Ozeane, der Schadstoffakkumulation in Böden, Gewässern und vor allem den Meeren sowie pflanzlichen, tierischen und dann auch menschlichen Organismen. Die Zeit ist verbraucht, wenn Arten und Landschaften unwiederbringlich verloren gehen (Arten des Regenwaldes und der Agrarlandschaften; Gletscher in den Bergen Europas wären hierfür Beispiele, es gäbe andere mehr). In diesem Fall hilft selbst eine Große Transformation nicht mehr – auch und sogar, wenn sie erfolgreich verlaufen würde.

6 Ausblick

Die Schwanenwerder-Konferenz versteht sich als ein Baustein des „Agenda Settings“ für den weiteren Umgang mit dem Themenfeld transformativer Prozesse und deren Kommunikation, insbesondere im Hinblick auf eine verbesserte Einbeziehung und Zusammenarbeit mit klassischen wie neuen Medien.

Folgende Gesichtspunkte könnten in der nächsten Zeit aufgegriffen werden oder sollten über den Kreis der hier Beteiligten hinaus weiter getragen werden.

Man kommt nicht umhin, auch im Bereich der Wissenschaft und der Nachhaltigkeitspolitik, sich mit der grundsätzlicheren Frage zu befassen, wie die Funktion des Journalismus in der Gesellschaft angesichts des Medienwandels zukünftig aussehen könnte. Vorrangig ginge es um eine neue oder aktualisierte Definition von einem am *Gemeinwohl* orientierten Journalismus in Abgrenzung zu einem Journalismus, der Partialinteressen folgt (vor allem wirtschaftsgeleitet, aber auch verengt auf die Aufmerksamkeitsökonomie der Internetwelt). Diese Überlegungen stehen zudem im Spannungsfeld von ökonomisch-beruflichem Bedeutungsverlust in vielen traditionellen Printmedien einerseits und einer erkennbaren Nachfrage nach einer sortierenden, orientierenden und (er-)klärenden Berichterstattung andererseits. Denn: Selbst in einigen westlichen Staaten wird inzwischen *Wahrheit* zu einem „knappen Gut“.

Erfolgversprechend sind solche Verständigungen über zukünftige Aufgaben und Funktionen der journalistischen Berufsfelder aber letztlich nur, wenn auch innerhalb des Mediensektors ernsthaft eine berufs- und medienethisch fundierte Diskussion stattfindet.

Eine weitere theoretisch gelagerte Grundlagenarbeit erscheint nötig, wiederum nicht allein im Medienbereich. Im Wissenschaftssystem wie bei den verschiedenen staatlichen Akteuren, und außerdem in den verschiedenen NGOs, die selbst auf Schwanenwerder nicht alle angesprochen werden konnten, steht man vor der Herausforderung, die Moderne neu zu erzählen, weil auch und gerade umfangreichste Informationen und Studien für einen sukzessiven Übergang in eine Gesellschaft mit verringerten Stoff- und Energieströmen allein nicht ausreichen werden, um eine kollektive und gemeinsame Wende einzuleiten.²⁵ Nach wie vor sind die Begriffe Transformation, Anthropozän und teilweise auch Nachhaltigkeit noch Insider-Bezeichnungen, die von den Eingeweihten benutzt werden können, aber nicht für eine wirksame Kommunikation in die Gesellschaft taugen. Welche können anstelle der Fach- und Fremdworte verwendet werden? Wandel, Wende, Veränderung, Zukunft? Wie weit kommt man mit „Ökonomie von Morgen“ (Tim Jackson), „Gut Leben am Limit“ (um den Titel einer Studie der Bundesregierung zugleich mit dem Schlagwort der ‚planetary boundaries‘ zu verknüpfen). Oder geht es um die „Neuerfindung der Moderne“ (so u.a. Michael Müller), wenn literarisch sehr wirksam gewordene Metaphern wie „Schöne neue Welt“ von Aldous Huxley nicht mehr aufgreifbar sind? Vielleicht hilft hier sogar ein Rückblick für den Ausblick – zwischen 1997 und 2003 hat die Deutsche Forschungsgemeinschaft einen bemerkenswerten Schwerpunkt auf das Konstruktionswirken von Ideen sowie ihre gesellschaftliche Gestaltungskraft im Europa der Neuzeit aufgelegt.

An anderer Stelle, inhaltlich aber nicht sehr weit weg, zeigen sich Anknüpfungspunkte zur hier erörterten Weiterentwicklung politischer Kommunikation: Der im Sommer 2017 beschlossene Nationale

²⁵ Die unterschätzte Bedeutung von wirksamen Erzählungen liegt darin, dass sie bislang disparate und fragmentierte Entwicklungsströmungen im günstigen Fall einbeziehen können und somit, plakativ formuliert, die gesellschaftliche Entwicklung nicht völlig disparat verläuft – eine unabdingbare Voraussetzung beispielsweise für eine Energiewende, die am Ende infrastrukturmäßig und bewusstseinsmäßig über mehrere räumliche Ebenen hinweg erfolgreich sein will (Stichwort „Multilevel-Governance“).

Aktionsplan Bildung für nachhaltige Entwicklung²⁶ sieht in seinem Maßnahmenteil die Einrichtung einer Konferenzreihe zu Fragen der Narration im Kontext von Nachhaltigkeitskommunikation vor. Sie ist vor allem an Journalistinnen und Journalisten, Wissenschaftskommunikatorinnen und Wissenschaftskommunikatoren, Öffentlichkeitsarbeiterinnen und Öffentlichkeitsarbeiter von Vereinen, Verbänden und Unternehmen gerichtet. Die erste Konferenz wird im März 2018 in den Räumen der Schader-Stiftung in Darmstadt stattfinden.²⁷

Der Aktionsplan sieht weiterhin vor, dass bis 2018 über eine internationale Literatur- und Internetstudie das bestehende Wissen und die vorhandenen Erfahrungen zur Erzeugung und Ver- bzw. Übermittlung von Bildern und Narrativen durch Medien zusammengetragen und für das BNE-Netzwerk erschlossen werden soll. Für 2019 sollen die Ergebnisse in einem Handbuch gesammelt werden. Als zentrales kommunikatives Ziel – mit Akzentuierung auf die sozialen Medien – will die BNE-Plattform folgenden Status erreichen: „Bis Ende 2019 haben die BNE-Akteurinnen und -Akteure Kompetenzen entwickelt, um die Potenziale der digitalen Kommunikationsmedien von Bildern und Narrativen kritisch zu nutzen. Es bestehen ausreichend Beratungs- und Qualifizierungsangebote.“

Hier ergeben sich eine Reihe von Kombinationsmöglichkeiten für denkbare Nachfolgekonzferenzen der bisherigen Reihe auf Schwanenwerden: Sowohl was den Narrations-Aspekt als auch den Bildungs-Aspekt betrifft.

Es gibt bereits einige interessante Vorschläge zum Thema der Narration bei anderen Konferenzen, wo sich Wissenschaft, Medienvertreter und Akteure aus der Welt der Kunst und des Theaters mit unterschiedlichen Perspektiven aufeinander einlassen.²⁸ Die Kommunikation von Problemlösungsvorschlägen im Sinne eines weiteren Wandels zu einer zukunftstauglichen Gesellschaft liegt demzufolge in einer Überschneidungszone von theoretisch-wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischem Handeln.

Zu letzterem gehören auch „Crossover“-Aktivitäten – wie beispielsweise ein beruflicher Seitenwechsel. Diese Empfehlung zielt darauf, zumindest in einer strategischen Variante auf Verbesserungen *innerhalb* eines Subsystems (Wissenschaft, Politik, Medien, zivilgesellschaftliche Gruppen) zu verzichten und die Transformationsaktivität auf die „Ränder“ des Systems zu richten, dort wo Schnittstellen zu anderen Systemen bestehen. Die Innovationsforschung kann belegen, dass in solchen Überlappungsbereichen und der hierfür erforderlichen Interdisziplinarität wie Transdisziplinarität die Neuerungs-dynamik am größten ist. Die Crossover-Vorschläge müssen natürlich so ausgelegt sein, dass alle Seiten sich inspiriert fühlen und der – vermutlich anfangs höhere – Aufwand und spätere Ertrag ausgewogen sind.

Damit zusammen hängt auch, dass Journalisten nicht immer mehr und bessere „Transformationsartikel“ schreiben sollen, sondern dass sie als temporäre Seitenwechsler für einen Zeitraum in ein Wissenschaftsinstitut gehen, das sich mit Forschungen zur Verkehrswende, einem anderen Weg im Agrarsektor und dem damit eng verflochtenen Rohstoff- sowie Nahrungsmittelbereich befasst usw. (Journalistin-in-Residence) oder bei einem Landtagsabgeordneten hospitieren, der gerade einen Entwurf für ein

²⁶ Nationaler Aktionsplan Bildung für nachhaltige Entwicklung 2017, Nationale Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung c/o Bundesministerium für Bildung und Forschung, Referat Bildung in Regionen, Bildung für nachhaltige Entwicklung (Hrsg.) http://www.bne-portal.de/sites/default/files/downloads/publikationen/nationaler_aktionsplan_bne_2017_09_27.pdf

²⁷ An der inhaltlichen Vorbereitung sind auch Joachim Borner (KMGNE) und Torsten Schäfer (Hochschule Darmstadt) beteiligt.

²⁸ Ein illustratives Beispiel wäre das Symposium „Vom Werden – Entwicklungsdynamik in Natur und Gesellschaft“ im Dezember 2017 in München. Hier geht es aus unterschiedlichen Perspektiven um die Gestaltung einer zukunfts-offenen Innovations- und Wertekultur. Näheres unter der URL: <http://www.vom-werden.de/>

weitreichendes Landesgesetz formuliert und in den politischen Prozess einbringt. Für die anderen Milieus gälte dies vice versa. Etwa für Wissenschaftler, die in Zeitungs-Redaktionen an Nachhaltigkeits-Serien mitwirken oder selber schreiben.

Verstärkt werden könnten bei einer solchen Zusammenarbeit bestimmte Elemente, die für die mediale Praxis verwendbar sind. Diese können, etwa in einem vorgeschalteten Workshop-Format, von einem vertiefenden Informationsblock (Hintergrund-Pressegespräch) bis zu Schreibtrainings reichen, die gegebenenfalls auch zur Produktion einer „Konferenz-Zeitung“ führen können, wie dies im Februar 2016 in einem Workshop für Transformationsjournalismus im Rahmen der Wiener Konferenz „Wachstum im Wandel“ mit drei Ausgaben geschehen ist.²⁹

Für weitere praktische Schritte bieten sich einmal im Kontext des Mitveranstalters Evangelische Akademie die Evangelische Journalistenschule in Berlin an, sowie von der fachjournalistischen Seite das „Netzwerk Weitblick“, das vor einigen Jahren aus dem Studiengang für Nachhaltigkeitsjournalismus an der Universität Lüneburg entstanden ist und heute der größte Zusammenschluss von Journalisten und Journalistinnen im Themenkontext Nachhaltigkeit und Transformation darstellt.³⁰

Das Netzwerk ist dabei, in einer zweijährigen, von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt geförderten Qualifizierungsinitiative durch Netzwerk-Mitglieder gemeinsam mit unterschiedlichsten Bildungseinrichtungen ca. 100 angehende/berufstätige Journalistinnen, Journalisten und andere Medienschaffende zum Querschnittsthema Nachhaltigkeit zu schulen. Außerdem wurde 2017 erstmals ein öffentliches Informations- und Diskussionsforum in Berlin durchgeführt, das Berührungspunkte zur Schwanenwerder-Konferenz besitzt und ggf. gemeinsam weiterentwickelt werden könnte. Hier könnte ein Schwerpunkt darauf gelegt werden, innerhalb der journalistischen Ressorts bei Nachhaltigkeitsthemen eine stärkere Vernetzung untereinander zu erreichen. Ein Ziel ist nicht zuletzt, einen „Overflow“ in andere Ressorts und Mediensegmente zu erreichen. Dass dies möglich ist, zeigen Ausnahme-Events oder auch „Themenwochen“, die in aller Regel jedoch zeitlich befristet sind. Hier wären Kontinuitäten anzustreben. Ein – aufwendiges – Mittel sind Weiterbildungsaktivitäten, mit denen anderen Ressorts grundlegende Fakten und Sichtweisen des Wandels, der Transformation nahegebracht werden.

Diese könnten dann einen zentralen Aspekt mit umfassen, nämlich in der journalistischen Alltagspraxis auf ein geändertes „*Framing*“ hinzuwirken, dass es gewissermaßen zur „lege artis“ macht, neben der Tagesaktualität auch die Zukunftswirkungen und mehrere Zusammenhänge unter der *Nachhaltigkeitsperspektive* zu beleuchten. Ein Beispiel: Mit dem Diesel-Skandal ließe sich auch die Notwendigkeit einer Verkehrswende anschneiden.

Hierbei bietet sich, naheliegend, eine weitere Akzentuierung in Richtung Vernetzung von Medien und Umweltforschung an. Ökologische Themen stoßen bei Mediennutzerinnen und Mediennutzern generell auf erhöhtes Interesse, wobei die Herausforderung darin besteht – wie dargestellt – auch komplexere Zusammenhänge verständlich darzustellen. Für die Genese von medial geeigneten Themen gibt es Entwicklungen, die sich zu neuen Kooperationen zwischen Wissenschaft und Medien ausbauen lassen. Ein Beispiel ist das neue „Futurium“ in Berlin, einer von den deutschen Wissenschaftsorganisationen getragenen Einrichtung, welche die Bedeutung von Wissenschaft und Technik auf neue Weise vermitteln will. Hier öffnet sich eine Experimental-Möglichkeit für die Kommunikation von Nachhaltigkeit und Transformation, wie sie unter anderem bei einer Auftaktveranstaltung im September 2017 von Hauptredner Klaus Töpfer unterstrichen wurde.³¹ Der Vollständigkeit halber sei an dieser Stelle auch auf die in Deutschland noch junge Bewegung der „Bürgerforschung“ (Citizen Science) verwiesen, gewissermaßen die unmittelbare Verschränkung von Wissenschaft und Gesellschaft.

²⁹ Hierzu: <http://n21.press/n21-praesentiert-workshop-zum-transformationsjournalismus-bei-wachstum-im-wandel-2016/>

³⁰ Siehe www.netzwerk-weitblick.org

³¹ Näheres unter der URL: <https://www.futurium.de/blog/das-war-ein-tag-zukunft-open-house-im-futurium/>

Das oben schon kurz erwähnte Konzept des „Transformationsjournalismus“ ist eine weitere Antwort. Er will gemäß seiner Bezeichnung zu 50 % Journalismus sein, zu 50 % aber auch reale Aktivitäten unterstützen: Also nicht nur über Transformation berichten, sondern mit dieser Berichterstattung die Transformation selbst antreiben, als Katalysator. Redaktionen und auch Verlage betrieben keinen neutralen, sondern „advokativen Journalismus“. Eine solche Positionierung scheint einerseits die Zusammenarbeit zwischen Umweltforschung oder Umweltpolitik und entsprechenden Medienleuten zu erleichtern. Andererseits stellt sich aber die Frage der Unvoreingenommenheit und eigenständigen Aufgabe des Journalismus. Man hat es hier gewissermaßen mit den parallelen konträren Positionen zu tun, welche sich in Deutschland seinerzeit anhand des „Positivismusstreites“ in der deutschen Soziologie manifestierten und jüngst in dem Spannungsverhältnis zwischen wertbasierter Forschung im Kontext nachhaltiger Entwicklung und „neutralem“ nicht-Einfluss-nehmen wollendem Forschungsverständnis auskristallisierten. Jedenfalls könnte dies ein Streitbares Thema auf eigenen Veranstaltungen der Wissenschaftspressekonferenz (WPK) darstellen.

Von hochschulpolitischer Seite sind darüber hinaus neue Entwicklungen zur Verstärkung der so genannten „Dritten Mission“ der Hochschulen in Gang gekommen, worunter neben den Kernaufgaben Lehre und Forschung auch die Zusammenarbeit mit der Gesellschaft verstanden wird, zum einen in Form des bereits etablierten Technologietransfers in die Wirtschaft hinein, aber verstärkt auch zur Entwicklung zivilgesellschaftlich ausgerichteter „sozialer Innovationen“. ³²In unterschiedlichen Formaten eröffnen sich bei diesen Projekten beispielsweise zur konkreten Transformation von urbanen wie ländlichen Lebensräumen, neuen Arbeitsformen, Ernährungsweisen und Mobilitäts-Modellen auch immer Optionen für eine Transformations-Kommunikation. Ein Top-Down-Ansatz könnte darin bestehen, sich verstärkt mit den Hochschulen auszutauschen, die an dem BMBF-Programm „Innovative Hochschule“ partizipieren.

Nicht zu vergessen, ein letzter Aspekt legt ebenfalls eine Kooperation zwischen Akteuren in der Nachhaltigkeitsforschung, politischen Entscheidungsträgern und Journalistinnen wie Journalisten nahe. Denn im Sinne des hier auf der Tagung für essentiell gehaltenen gesellschaftlichen Resonanzraumes für Problemlösungsstrategien muss man aus der Nische – in welcher neue Ideen, Technologien und Transformationsstrategien immer zuerst beginnen – in den Mainstream sowie die verschiedenen Teilsysteme einer Gesellschaft kommen.

Immerhin gibt es heute schon eine nicht geringe Zahl an, nennen wir es an dieser Stelle einmal „Change“-Texten in den Medien; sowohl in der Tagespresse als auch bei neuen Zeitschriftentiteln bis hin zu gänzlich neuen Medienprojekten (Stichworte sind „constructive news“ in Ergänzung zu „bad news as good news“ oder das angesprochene „Netzwerk Weitblick“, Initiativen wie der Informationsdienst „perspective daily“ oder die internetbasierte Schwerpunktberichterstattung „BACKGROUND Energie & Klima“ des Tagesspiegels in Berlin). Die inhaltliche Bandbreite ist groß. Es ist auch ein ordentlicher Anteil an Wohlfühl-Berichterstattung darunter, der keine großen Transformationen propagiert, aber doch Bewusstsein bildet für ein anders „gutes Leben“, wie in den Landschafts-, -lust, oder Umwandlungs-Zeitschriften. Dieser Bereich jedenfalls entwickelt sich erkennbar weiter und er hat nicht zuletzt selbst auf die hier dargestellte Tagung zu Großer Transformation und Medien Bezug genommen, mit eigenen Kommentierungen, wie unter den Links <https://www.agentur-zukunft.eu/2017/07/234-grosse-transformation-und-die-medien/> oder <http://openbook.nachhaltigkeitskommunikation.de/?p=1072> nachzulesen.³³

³² Einen Anfang stellte an der Freien Universität Berlin die Veranstaltung im Juli 2016 dar, bei welcher es unter dem Titel „Wissenschaft im Dialog mit der Gesellschaft“ um neue Perspektiven für den Transfer in den Geistes- und Sozialwissenschaften ging.

³³ An dieser Stelle sei ausdrücklich Dr. Gerhard Hofmann von der Agentur Zukunft und Thomas Klein vom Open Book Nachhaltigkeit für ihre Darstellungen zur Tagung gedankt.

Die Konferenz auf Schwanenwerder hat insofern die Frage der weiteren politischen Kommunikation von Problemlösungen in Richtung einer großen Transformation in mehreren Facetten vertieft, die nun weiter verfolgt werden können. Der Weg insgesamt ist offen, für alle drei Entwicklungslinien gibt es Beispiele und Beweggründe:

- ▶ Medien als beteiligte Akteure im Prozess einer Großen Transformation
- ▶ Medien als überforderte oder desinteressierte Akteure sowie
- ▶ Entwicklungen zu neuen Formen direkter politischer Kommunikation, jenseits der traditionellen Medien.

7 Anlagen:

Kurzberichte zu den Tagungen 2015 und 2016 auf Schwanenwerder

7.1 Tagung „Große Transformation und ihre Kommunikation: Ein Change-Prozess im Schatten der Medien“, 1. – 2. Juni 2015, Berlin

Am 1. und 2. Juni 2015 fand in der Evangelischen Bildungsstätte auf der Berliner Insel Schwanenwerder die Tagung „Große Transformation und ihre Kommunikation. Ein Change-Prozess im Schatten der Medien“ statt. Veranstalter waren die Evangelische Akademie zu Berlin und das Forschungszentrum für Umweltpolitik der Freien Universität Berlin (Roland Zieschank und Miranda Schreurs). Mitorganisator und auch Diskussionsleiter war der Berliner Wissenschaftsjournalist Manfred Ronzheimer. An der Tagung beteiligten sich rund 60 Personen, die aus der Wissenschaft und den Kirchen sowie den Medien und dem Umweltschutz kamen.



Große Transformation und ihre Kommunikation

Ein Change-Prozess
im Schatten der Medien





Seitens der Wissenschaft gibt es zahlreiche Studien und Belege für die These, dass grundsätzliche Veränderungen im Umgang mit den natürlichen Ressourcen und den globalen Lebensgrundlagen dringend geboten sind. Der Terminus „Große Transformation“ kommt aus der Wissenschaft und beschreibt diese Herausforderung.

Entsprechende Empfehlungen aus der Wissenschaft, zahlreichen politischen Think Tanks, Räten und Kommissionen und daraus folgende Veränderungsstrategien werden indes von der Politik nur in Ansätzen aufgegriffen. Ein Beispiel ist die Enquete-Kommission des Bundestages Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität (2011–2013), aus der bislang keine konkreten politischen Umsetzungsmaßnahmen hervorgingen.

Auch in den Medien sind die Große Transformation und die „Grand Challenges“, denen sich die Gesellschaft heute und künftig zu stellen hat, kein großes Thema. Dieses mediale Desinteresse hat allerdings Wirkung – über das fehlende thematische Agenda-Setting hinaus. Der Gesellschaft geht damit ein wichtiger Reflexions- und Verhandlungsraum für ihre Zukunfts-Herausforderungen verloren.

Die zentrale These der Veranstaltung lautet daher: Weil die Medien die Transformations-Themen nicht ausreichend aufgreifen, kommt der Umsetzungsprozess in Stocken. Und im Umkehrschluss: Wird die Kommunikation in Richtung einer gesellschaftlichen Umorientierung verstärkt, befeuert das konkrete Veränderungen in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft.

Defizite bei der Umsetzung der „Großen Transformation“ werden nur aufgedeckt, wenn die Gesellschaft auch den Diskurs über eine erfolgreiche Kommunikation (wieder) aufnimmt.

Die Tagung nimmt das Verhältnis zwischen dem umfangreichen Wissen über Transformationsprozesse und den Medien ins Visier, analysiert Defizite sowie deren Ursachen und sucht nach neuen Kommunikationsmöglichkeiten. Wir laden Sie herzlich zu den Vorträgen und Gesprächen auf Schwanenwerder ein.

Dr. Michael Hartmann, Evangelische Akademie zu Berlin

Manfred Ronzheimer, Wissenschaftsjournalist, Berlin

**Roland Zieschank, Forschungszentrum für Umweltpolitik,
Freie Universität Berlin**

Gefördert durch



Die Zulassung dieser Tagung als Bildungsurlaub wurde beantragt.

Programm

Montag, den 1. Juni 2015

- 10.00 Uhr** Anmeldung und Stehkafee
- 10.50 Uhr** **Begrüßung und Eröffnung: Warum diese Tagung?**
Dr. Michael Hartmann, *Evangelische Akademie zu Berlin*
- 11.00 Uhr** **Die Grenzen des Denkens überwinden**
Ist ein nachhaltiges Anthropozän vorstellbar?
Prof. Dr. Kai Niebert, *Universität Zürich, Science and Sustainability Education*
- 11.30 Uhr** **Konturen einer Wissenserrosion (1):**
**Was sind die großen Umwelt- und Transformations-
themen – und wie werden sie heute kommuniziert?**
Umweltforschung
Roland Zieschank
Umweltberatung
Prof. Dr. Christian Hey, *Sachverständigenrat für
Umweltfragen, Berlin*
- 12.30 Uhr** Mittagessen
- 14.00 Uhr** **Konturen einer Wissenserrosion (2):**
**Wie nehmen die zentralen Akteure selbst
die Umsetzungsdefizite wahr?**
**Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung
Globale Umweltveränderungen (WBGU)**
Dr. Inge Paulini, *Generalsekretärin, Berlin*
Haus der Zukunft
Prof. Dr. Reinhold Leinfelder, *Gründungsdirektor,
Haus der Zukunft, Berlin*
**Enquete-Kommission „Wachstum Wohlstand
Lebensqualität“**
Dr. Hermann E. Ott, *Wuppertal Institut für Klima,
Umwelt, Energie, Berlin*
Prof. Dr. Matthias Zimmer, *MdB, Berlin (angefragt)*
**Ausschuss für Bildung, Forschung und
Technikfolgenabschätzung**
Patricia Lips MdB, *Vorsitzende des Ausschusses, Berlin*
Gespräch im Plenum
- 15.30 Uhr** Pause
- 16.00 Uhr** **Medien und Öffentlichkeit**
Die Herstellung von Öffentlichkeit (res publica)
Dr. Uwe Krüger, *Universität Leipzig*
**Welchen Status hat der Nachhaltigkeitsjournalismus
in den Medien?**
Prof. Dr. Gerd Michelsen, *Leuphana Universität Lüneburg*
Kommentare und Ideen dazu:
Aus der Kommunikationswissenschaft
Dr. Uwe Krüger

18.00 Uhr **Abendessen**

19.00 Uhr **Neue Themen, neue Medien, neue Öffentlichkeit (1):**

Beispiele für gelungene Kommunikation

Susanne Götze, *Redaktion Movum – Briefe zur Transformation, Berlin*

Transformation in der journalistischen Praxis

Marcus Franken, *Ahnen & Enkel, ehem. Chefredakteur zeo2, Berlin*

Ende gegen 20.30 Uhr

Dienstag, den 2. Juni 2015

9.00 Uhr **Neue Themen, neue Medien, neue Öffentlichkeit (2):**

Das Wissenschaftsjahr Zukunftsstadt als aktuelles Beispiel

Wilfried Kraus, *Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin*

Neue Formen „partizipativer Wissenschaft“

Dr. Katrin Vohland, *Museum für Naturkunde, Leibniz-Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung, Berlin*

10.30 Uhr **Pause**

11.00 Uhr **Die künftige Informationswelt**

Transformations-Zeitungen, -Marktplätze, -Agenturen

Manfred Ronzheimer

Lokaler Journalismus von unten

Sophie Blasberg, *Wochenzeitung talwaerts Wuppertal*

Diskussion

Resümee der Tagung

Prof. Dr. Miranda Schreurs, *Leiterin des Forschungszentrums für Umweltpolitik, Freie Universität Berlin*

Roland Zieschank

12.30 Uhr **Mittagessen, Ende der Veranstaltung**

Tagung Große Transformation und ihre Kommunikation



Tagungsleitung

Dr. Michael Hartmann
Manfred Ronzheimer
Roland Zieschank

Tagungsorganisation

Silke Ewe

Evangelische Akademie zu Berlin
Tel. (030) 203 55 – 508
E-Mail ewe@eaberlin.de
mobil 0151/18 60 60 38 (während der Tagung)

Preise

60,– EUR (ermäßigt 40,– EUR)

bestehend aus

Teilnahme	30,– EUR (ermäßigt 10,– EUR)
Verpflegung	30,– EUR inkl. 19% Mwst
Junge Akademie	0,– EUR*

Übernachtung (optional)

Einzelzimmer	60,– EUR inkl. 7% Mwst
Doppelzimmer (p.P.)	40,– EUR inkl. 7% Mwst

Zahlbar zu Beginn der Tagung (EC-Kartenzahlung möglich).

Ermäßigung für Studierende (bis 35 Jahre) und Arbeitslose
oder auf vorherige Anfrage.

Keine Ermäßigung bei teilweiser Teilnahme.

*Sonderförderung für eine begrenzte Zahl von TeilnehmerInnen
unter 35 Jahren über das Projekt „Junge Akademie“ möglich
(mehr Infos dazu im Tagungssekretariat).

Anmeldung

Schriftlich mit der Anmeldekarte oder online unter www.eaberlin.de
bis eine Woche vor Veranstaltungsbeginn.
Erst mit unserer Bestätigung wird Ihre Anmeldung verbindlich.

Abmeldung

Bis eine Woche vor Veranstaltungsbeginn kostenfrei möglich.
Anschließend erheben wir folgende Stornogebühren:
bis einen Tag vor Veranstaltungsbeginn 30%,
danach 100% der von Ihnen bestellten Leistungen.

Evangelische Akademie zu Berlin gGmbH

Charlottenstraße 53/54
10117 Berlin
Tel. (030) 203 55 – 500
Fax (030) 203 55 – 550
E-Mail eazb@eaberlin.de
Internet www.eaberlin.de

Präsident Prof. Dr. Paul Nolte Direktor Dr. Rüdiger Sachau



Tagungsort

Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder

Inselstraße 27–28, 14129 Berlin (Nikolassee)
Tel. (030) 847 14 – 207

Anreise

S-Bahn S7 (Richtung Potsdam) und S1 (Richtung Wannsee) bis S-Bhf. Nikolassee. Ab hier Shuttleservice zum Tagungshaus: von 10 Uhr ca. alle 20 Minuten bis 11.00 Uhr.
Treffpunkt: Ausgang Spanische Allee / Strandbad Wannsee, in Höhe der Fußgängerbrücke über die Autobahn.

Fußweg ca. 40 Minuten vom S-Bhf. Nikolassee.

Taxistand nur am S-Bhf. Wannsee, Fahrtzeit: ca. 10 Minuten.

PKW Autobahn 115 (AVUS), Ausfahrt Spanische Allee, Wannseebadweg, Inselstraße

Vom Flughafen Tegel Express-Bus X9 bis S-Bhf. Zoologischer Garten, weiter mit der S-Bahn S7 (10-Minutentakt), Fahrtzeit: 17 Minuten

Vom Flughafen Schönefeld S-Bahn S45 bis S-Bhf. Schöneberg, weiter mit der S-Bahn S7 (siehe oben), Fahrtzeit: 60 Minuten

Vom Hauptbahnhof weiter mit der S-Bahn S7 (10-Minutentakt), Fahrtzeit: 24 Minuten



Die Akademie unterstützen

Die Evangelische Akademie zu Berlin bringt evangelisches Profil in aktuelle Diskurse ein. Sie können unsere Arbeit für die Zukunft stark machen. Darum bitten wir um Spenden und Zustiftungen.

Unser Spendenkonto:

Empfänger: Stiftung zur Förderung der Evangelischen Akademie zu Berlin
Kontonummer: 5665 | Bankleitzahl: 350 601 90 | KD Bank eG, Berlin
IBAN: DE52 3506 0190 0000 0056 65 | BIC: GENODED1DKD
Überzeugen Sie sich von unserer Arbeit unter: www.ea-berlin.de.

Konferenzbericht der Veranstalter (Manfred Ronzheimer, Roland Zieschank)

Ansatz der Konferenz war das „Matching“ von Transformationsforschung / -politik und Journalismus. Es sollte die Frage beantwortet werden, warum das Wissen über neue Lösungsmöglichkeiten gegenüber den großen Herausforderungen im Anthropozän zwar zunimmt, die Berichterstattung in den Medien im Vergleich dazu eher schwindet. So liegen von verschiedenen Beratungsgremien der Bundesregierung, dem Umwelt- und dem Forschungsministerium sowie vielen einflussreichen Forschungsgruppen in Deutschland Vorschläge vor, wie man die Gefährdungen der biologischen Vielfalt, des allein quantitativ an Wachstum ausgerichteten Wirtschaftens, die Versauerung und Überfischung der Meere oder schleichende, sich akkumulierende Belastungen von Ökosystemen oder die Herausforderungen in Ballungszentren meistern könnte.



Abbildung 7: Tagung 2015

Sind kommunikative Übertragungsfehler zwischen Wissenschaft und Medien die Ursache dafür? Liegt eine Wahrnehmungsverweigerung oder eine Schreibhemmung auf Journalistenseite vor? Wie könnten in einer positiven Kooperation und Verstärkung die Medien die Tätigkeit der Transformations-Akteure unterstützen? Und welche Modelle für einen derartigen Transformationsjournalismus / Lösungsjournalismus gibt es bereits?

Diese Themen sind sowohl für die Umwelt- und an Nachhaltigkeit orientierten wissenschaftlichen Einrichtungen von Bedeutung, als auch für einen größeren Teil der Bevölkerung: Denn dieser bleiben – will sie sich nicht selbst auf wissen-

schaftliche Pfade begeben – unbemerkt wichtige Vorschläge für eine nachhaltigere Gestaltung des ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Umfeldes vorenthalten. Was erfährt man über die Leistungsfähigkeit von neuen Ansätzen in Richtung „Clean“ oder Smart Cities? Was ist, wenn das Bruttoinlandsprodukt uns letztlich einen illusionären Wohlstand suggeriert, obwohl viele soziale Kosten, auch die soziale Ungleichheit zunehmen und ökologische Schäden ständig steigen? Wäre eine Grüne Wirtschaft, wie auf dem Rio+20 Gipfel erörtert oder von Organisationen wie der UN und sogar der OECD verfolgt, ein möglicher Lösungsweg? Welche besseren Gestaltungsmöglichkeiten der Energiewende auf verschiedenen politischen Ebenen können weiterhelfen?

Entdeckung des „dritten Orts“

Durch die Beiträge anderer Referenten sowie die Diskussionen im Plenum ist deutlich geworden, es braucht *drei Gruppierungen* (oder „Orte“) um die Frage einer Veränderung wichtiger gesellschaftlicher Bereiche voran zu bringen. Der erste Ort ist die Wissenschaft und Forschung, einschließlich inhaltlich unabhängiger Beratungseinrichtungen wie dem Wissenschaftlichen Beirat globale Umweltveränderungen. Der zweite Ort ist die Gesellschaft, einschließlich der gestaltenden Akteure in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft. Der dritte Ort ist ein selbst gut informierter, auch an Zusammenhängen interessierter Journalismus, welcher eine wichtige Schnitt- oder auch Transferstelle darstellt. Nur auf diese Weise kommt ein wirklicher öffentlicher Raum zustande, in dem über solche weitreichenden Ideen, deren Chancen und Risiken sowie die Gestaltungsziele gesprochen werden kann. Die öffentliche Meinungsbildung ist ein hohes Gut in Zeiten der absichtlichen und unabsichtlichen Veränderungen.



Abbildung 8: Teilnehmer/Mittagspause der Tagung

Die Tagung bot viele, gut ausgewählte Beispiele, Erfahrungen und Analysen, um sich einem neuen Deutungs- und Handlungsmuster unter den Bedingungen des Anthropozäns anzunähern. Bereichernd war die Einbeziehung der Politik, die neben den Medien eine weitere Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Gesellschaft verkörpert. Ein Teil der Diskussion wurde auf das gemeinsame Interessensfeld der *Semantik* verwendet: Die Bildung von neuen Begriffen, ihre Sinnfüllung und Verständlichmachung sind sowohl Anliegen von Wissenschaft als auch Journalismus. Je nach Zielgruppen und Kommunikationslevel verändert sich jedoch die Brauchbarkeit von Begriffen. In weiten Kreisen gilt „*Nachhaltigkeit*“ bereits als vernutzter Begriff, der sich mit schwammiger Be-

liebigkeit füllen lässt, statt präzise Benennung eines Sachverhalts zu ermöglichen. Auch bei Journalisten in den Medien. Andere wiederum erwiderten: „Pardon, das höre ich nun seit es Nachhaltigkeit gibt, vor 15 Jahren bzw. zu Anfang von desinteressierter Seite, und nun von Leuten, die zu müde oder unfähig sind, um sich schlichtweg zu informieren. Inzwischen sind selbst die Bundesregierung und Unternehmen in diesem Bereich soweit, dass der Begriff akzeptiert ist.“

Dem Begriff „*Transformation*“ ergeht es derzeit ähnlich, während „*Anthropozän*“ noch eine fremdländische Vokabel ist, die eher abgrenzt und – im Widerspruch zum Gegenstand – keine „große Kommunikation“ zuwege bringt. Sprachbildung, auch um die „Grenzen des Denkens“ (Niebert) zu überwinden, ist das erste Rüstzeug, um gegen das Schweigen bzw. Flüstern in der Kommunikation über Transformation anzugehen. Es braucht mehr Lautstärke und zuweilen auch Schreie.

Doppelte Transformation

Die Tagung zeigte, dass ein wesentlicher Teil des Problems (Forschung und Medien) im Phänomen einer doppelten, ja ineinander verflochtenen Transformation besteht. Dieser Zusammenhang ist sicherlich noch nicht im öffentlichen Bewusstsein angekommen, auch noch nicht in vielen Bereichen der Wissenschaft oder der Medien selbst: Als Antwort auf die erdgeschichtliche Verwandlung des Natur in einen Menschenplaneten unter krasser Missachtung der planetaren Belastungsgrenzen sind ist nun eine „Große Transformation“ in vielen Bereichen der Gesellschaft notwendig (Verkehrswende, Agrarwende etc.). Eine „kleinere“ Transformation innerhalb der „großen“ ist der Wandel des Mediensystems von analogen in digitale Produktions- und Distributionsverhältnisse, verbunden mit dem Wegbrechen alter Geschäftsmodelle. Diese Medientransformation bindet derzeit viele Kapazitäten, die früher für eine gesellschaftsbezogene Kommunikation zur Verfügung standen. Internes Medienthema Nummer eins ist derzeit das Überleben der eigenen Branche und Profession, nicht das Überleben des Planeten. Damit verbunden ist die Diktatur der Pfadabhängigkeiten, die bis zum Untergang am Abschreiten alter Wege festhält, statt sich auf den Rettungspfad innovativer Abzweige einzulassen.

Diese Innovationen aus dem Medien-System wurden in der Tagung auch behandelt. Es gibt Ansätze – wie das bundesweit verbreitete Umweltmagazin *zeo2* oder die Wuppertaler Stadtzeitung *talwaerts* –, die eine ökologisch-transformative wie auch eine gesellschaftskritische und -verändernde Blattlinie vertreten.³⁴ Hervorzuheben ist, dass sich diese neuen Medien nicht per se als Transformations-Publi-

³⁴ Die Wuppertaler Stadtzeitung *talwaerts* ist allerdings inzwischen leider eingestellt.

kationen verstehen, auch wenn sie in Meinung und Handlung ihrer Leserschaft faktische Transformations-Impulse geben können. Diese Medien, die derzeit einen lokalen Entstehungstrend haben, auch in Kombination mit einem „partizipativen Journalismus“ unter Einbeziehung von Lesern, orientiert in erster Linie auf das Alltagsleben und die kleinräumlichen Bezüge. Die globalen Rahmungen werden aber nicht ausgeblendet, sondern auf den Boden des Stadtviertels heruntergeholt und sprachlich verständlich gemacht.

An diesem Punkt fand die Schwanenwerder Tagung ihr zeitliches Ende. Nicht erörtert wurde, in welchen Zustand das Mediensystem in den nächsten 5 bis 15 Jahren hin entwickelt werden muss, um eine relevante Rolle im Kontext der Großen Transformation von Umwelt und Gesellschaft zu spielen. Stichworte wie Commons: gesellschaftsrelevante Information als gesellschaftliches Gemeingut, öffentlich-rechtliche Zeitungen und Informationsportale im Web und Social Media, partizipativer Journalismus in Stadtbibliotheken ohne funktionierende Lokalpresse konnten noch umrissen, aber nicht mehr vertieft werden.

Insgesamt zeichnete sich ab, dass auf Medienseite die Vorherrschaft der dinosaurier-großen Medien möglicherweise zu Ende geht, und die gesellschaftliche Kommunikation über kleinteiligere, personalisierte, schnellere, interaktive, „coolere“ Medienformate stattfinden wird. Das verlangt von den journalistischen Akteuren im Berufshandwerk enorme Veränderungen, vor allem technischer Art. Journalistisches Ethos bleibt und wird sogar wichtiger als früher, weil künftiger Markenkern. Die Wissenschaft und Transformationsforschung muss bereitstehen, ihre Ergebnisse und Handlungsempfehlungen in einer Vorarbeit auch für verschiedene Zielgruppen aufzubereiten. Die künftige Kommunikation der Großen Transformation wird keine Titelgeschichte in einem großen Nachrichtenmagazin sein, sondern eine Informations-Kaskade, die möglichst viele Teilgruppen der Gesellschaft in ihren Milieus, Sprachen und Medien erreicht. Der Wandel der Kommunikation ist auch das Ende des Mainstreams und die Eroberung einer medialen Diversität. Vielleicht das Thema der nächsten Tagung, wer immer sie hosten mag.

7.2 Tagung „Blackout Planet“: Die Große Transformation und das Schweigen der Medien, 20. – 21. Juni 2016, Berlin

Was sich im Zuge der ersten Tagung 2015 abzeichnete – nämlich einerseits erkennbare Schwachstellen im Bereich des Wissenschaftssystems, die vorliegenden Erkenntnisse und Problemlösungen auch über den Mediensektor nutzbarer zu machen, und andererseits im Bereich der Medien selbst – sollte im Rahmen der zweiten Tagung vertieft werden. Die etwas provokante Fragestellung lautete: Lässt sich womöglich ein weitgehender „Informations-Blackout“ zu Themen planetarer Auswirkung feststellen? Und wenn dem so ist, lassen sich andere, neue Medien aufbauen, die die Fakten und Handlungsnotwendigkeiten im Zeitalter des Anthropozäns besser an Entscheidungsträger und gesellschaftliche Gruppen herantragen?

Darüber diskutierten vom 20. bis 21. Juni 2016 auf der Berliner Wannsee-Halbinsel Schwanenwerder die Teilnehmer der Konferenz „Blackout Planet. Die Große Transformation und das Schweigen der Medien“. Veranstalter waren die Evangelische Akademie Berlin, das Haus der Zukunft und das Forschungszentrum für Umweltpolitik der Freien Universität Berlin.



Blackout Planet

Die große Transformation und das Schweigen der Medien

20. bis 21. Juni 2016

Evangelische Bildungsstätte
auf Schwanenwerder

www.eaberlin.de





Die Menschheit steht mit dem Anthropozän an der Schwelle zu einem neuen Erdzeitalter, das sie selbst herbeigeführt hat. Wissen und technische Fähigkeiten des Menschen haben eine Große Transformation des Planeten in Gang gesetzt, der den tief greifenden zivilisationsgeschichtlichen Einschnitten des Neolithikums und der Industrialisierung gleichkommt. Das Antlitz der Erde und ihr Zustand werden in einem nie dagewesenen Tempo verändert. Der Klimawandel und seine unabsehbaren Folgen ist nur das prominenteste Beispiel. Große Transformation meint aber auch den notwendigen Wandel zu einer Wirtschaft, die anderen Regeln als dem ständigen Wachstum des BIP und seines ökologischen Fußabdrucks folgt.

Themenschwerpunkt der Tagung ist der Wissenstransfer über die Große Transformation und ihre notwendigen Folgen, der Kommunikation zwischen Politik und Gesellschaft, die schwierige Rolle der Massenmedien, neue Kooperationen zwischen Medien und Zivilgesellschaft, um Transferthemen zu befördern. Die Schnittstelle zwischen wissenschaftlichem Transformationswissen und gesellschaftlichen Bewusstsein steht im Zentrum unserer Tagung. Im Mittelpunkt stehen dabei zwei Akteure als Change Agents: die Politik sowie die Medien als Plattform einer gesellschaftlichen Debatte über die Themen der Transformation. Ausgangspunkt ist der Befund, dass die Medien über die Große Transformation völlig inadäquat zu ihrer Bedeutung aktuell nur wenig berichten. Was ist der Grund für diesen Informations-Black-out zu Themen von planetarer Bedeutung? Wahrnehmungssperren bei den Journalisten? Filtermechanismen der Medienproduktion? Informationsabwehr bei Lesern und politischen Entscheidern?

Die Tagung nimmt neue Formate einer partizipativen gesellschaftlichen Informations- und Kommunikationskultur, die die Zwänge des bestehenden Mediensystems transzendiert und neue Formen des Austauschs zwischen Gesellschaft und Politik bereits praktisch erprobt, in den Blick. Die Große Transformation verlangt nach neuen Formen der gesellschaftlichen Kommunikation, mithin nach neuen Medien. Die Tagung will erörtern, welche Wege dorthin führen und aufzeigen, wer bereits erste Schritte gewagt hat.

Wir laden Sie herzlich zu den Vorträgen und Gesprächen auf Schwanenwerder ein.

Dr. Michael Hartmann
Evangelische Akademie zu Berlin

Prof. Dr. Reinhold Leinfelder
Haus der Zukunft, Berlin

Manfred Ronzheimer
Wissenschaftsjournalist, Berlin

Roland Zieschank
Forschungszentrum für Umweltpolitik, Freie Universität Berlin

Programm

Montag, 20. Juni 2016

10.00 Uhr **Anmeldung und Stehkafee**

10.30 Uhr **Begrüßung**

Dr. Michael Hartmann

Prof. Dr. Reinhold Leinfelder

Warum diese Tagung?

Roland Zieschank, *FFU*

10.45 Uhr **Die Medien und der Klimawandel:
Probleme der Berichterstattung**

Prof. Dr. Stefan Rahmstorf,

Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung

Große Transformation und Politik

Moderation Roland Zieschank

ab

11.15 Uhr **Wissenstransfer als strategische
Kommunikation in der Politik**

Beispiele für Transformationsstrategien im Stau

Dieter Janecek, *MdB, München*

**Welche Informationsstrategien
bestehen auf Bundesebene?**

Dr. Christiane Schwarte, *Bundesministerium für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB), Berlin*

Der Versuch, Zukunft zu kommunizieren

Dr. Joachim Börner, *KMGNE Kolleg für Management
und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung gGmbH, Berlin*

Kommentar von Seiten der Informationsnutzer

Fritz Lietsch, *ALTOP Verlag, Chefredakteur des Magazins
forum Nachhaltig Wirtschaften, München*

12.30 Uhr **Mittagessen**

Große Transformation und (ihre) Medien

Moderation Manfred Ronzheimer

ab 14 Uhr **Qualitätsjournalismus mit Zukunft?**

14.00 Uhr **Wissenstransfer im *Information Overload***

Stefan Niggemeier,

Übermedien GmbH, Berlin (angefragt)

14.20 Uhr **Die Lage der Medien 1:**

**Wie Social Media die Kommunikation verändern –
Beispiel Wissenschaftskommunikation**

Henning Krause, *Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher
Forschungszentren e.V., Berlin*

- 14.40 Uhr Die Lage der Medien 2:
Themen und Inhalte**
Joachim Wille, Frankfurter Rundschau
- 15.00 Uhr Journalismus und Nachhaltigkeit**
Dagmar Dehmer, Der Tagesspiegel, Berlin
- 15.30 Uhr Kommentar seitens der Politik:
Die gesellschaftliche Debatte
über die Große Transformation**
*Michael Müller, Staatssekretär a. D.,
Bundesvorsitzender NaturFreunde Deutschlands, Berlin*
- Zwischenfazit: Wo und wie begegnen sich
Transformationskonzepte und Gesellschaft?**
- 16.10 Uhr Pause**

Neue Medienformate für die Große Transformation

Moderation Michael Hartmann

- 16.30 Uhr Förderung einer nachhaltigen Entwicklung?
Konzepte und Medienberichterstattungsformen
im europäischen Kontext**
Maxi Freund
- 17.00 Uhr Kommunikation über den Wandel:
Das neue Nachhaltigkeits-Medium n21.press**
Friedrich Hinterberger, n21.press, Wien
- 17.30 Uhr Lösungsorientierter Journalismus:
Perspective Daily**
Dr. Maren Urner, Perspective Daily, Münster
- Kommentar:
Erwartungen an den Wissenstransfer**
*Prof. Dr. Martin Jänicke, Institute for Advanced
Sustainability Studies Potsdam e.V. (IASS)*
- 18.00 Uhr Abendessen**

Neue Medienformate (Fortsetzung)

- 19.00 Uhr Was und wo sind Dritte Orte?**
*Prof. Dr. Reinhold Leinfelder,
Direktor Haus der Zukunft, Berlin*
- Ende gegen 20.00 Uhr**
anschließend Diskussionen und informelle Gespräche
- 21.00 Uhr Shuttle zum S-Bahnhof Nikolassee**
- 22.00 Uhr Shuttle zum S-Bahnhof Nikolassee**

Dienstag, 21. Juni 2016

8.30 Uhr Shuttle vom S-Bahnhof Nikolassee zum Tagungshaus

**Große Transformation und ihre Pioniere –
Akteure, Nutzer, Zielgruppen**

Moderation Reinhold Leinfelder

**9.00 Uhr Nationale Strategie für Citizen Science –
Partizipation als Lösung?**

Dr. Katrin Vohland, *Museum für Naturkunde, Leibniz-
Institut für Evolutions- und Biodiversitätsforschung,
Berlin*

**Transformativer und partizipativer Journalismus
als zugleich mediale und soziale Innovation**

Manfred Ronzheimer, *Journalist, Berlin*

**10.00 Uhr Die Große Transformation als Herausforderung
für Politik und Zivilgesellschaft**

Dr. Daniela De Ridder *MdB, Lingen*

Prof. Dr. Hubert Weiger, *Vorsitzender Bund für Umwelt
und Naturschutz (BUND), Berlin*

zwischendurch Kaffeepause

Schlussfolgerungen

Blitzlicht der Teilnehmenden

12.15 Uhr Ausblick

Prof. Dr. Miranda Schreurs, *Leiterin FFU, Berlin*

12.30 Uhr Mittagessen, Ende der Veranstaltung

12.30 Uhr bis 14.00 Uhr Shuttle zum S-Bahnhof Nikolassee

Tagung Blackout Planet



Tagungsleitung

Dr. Michael Hartmann
Prof. Dr. Reinhold Leinfelder
Manfred Ronzheimer
Roland Zieschank

Tagungsorganisation

Rosalita Huschke
Evangelische Akademie zu Berlin
Tel. (030) 203 55 – 404
E-Mail huschke@eaberlin.de
mobil 0151/18 60 60 38 (während der Tagung)

Preise

40,- EUR (ermäßigt 20,- EUR)
bestehend aus
Teilnahme 20,- EUR (ermäßigt 0,- EUR)
Verpflegung 20,- EUR inkl. 19% Mwst
Junge Akademie 0,- EUR*

Übernachtung (optional)

Einzelzimmer 50,- EUR inkl. 7% Mwst
Doppelzimmer (p.P.) 30,- EUR inkl. 7% Mwst

Zahlbar zu Beginn der Tagung (EC-Kartenzahlung möglich).

Keine Ermäßigung bei teilweiser Teilnahme.

Ermäßigung für Studierende (bis 35 Jahre) und Arbeitslose
oder auf vorherige Anfrage.

*Sonderförderung für eine begrenzte Zahl von TeilnehmerInnen
unter 35 Jahren über das Projekt „Junge Akademie“ möglich
(mehr Infos dazu im Tagungssekretariat).

Anmeldung

Schriftlich mit der Anmeldekarte oder online unter
www.eaberlin.de bis eine Woche vor Veranstaltungsbeginn.
Erst mit unserer Bestätigung wird Ihre Anmeldung verbindlich.

Abmeldung

Bis eine Woche vor Veranstaltungsbeginn kostenfrei möglich.
Anschließend erheben wir folgende Stornogeühren:
bis einen Tag vor Veranstaltungsbeginn 30%,
danach 100% der von Ihnen bestellten Leistungen.

Evangelische Akademie zu Berlin gGmbH

Charlottenstraße 53/54
10117 Berlin
Tel. (030) 203 55 – 0
Fax (030) 203 55 – 550
E-Mail eazb@eaberlin.de
Internet www.eaberlin.de

Präsident Prof. Dr. Paul Nolte Direktor Dr. Rüdiger Sachau



Tagungsort

Evangelische Bildungsstätte auf Schwanenwerder

Inselstraße 27–28, 14129 Berlin (Nikolassee)

Tel. (030) 847 14 – 207

Anreise

S-Bahn S7 (Richtung Potsdam) und S1 (Richtung Wannsee) bis S-Bhf. Nikolassee. Ab hier Shuttleservice zum Tagungshaus: von 14 Uhr ca. alle 20 Minuten bis 15.30 Uhr.

Treffpunkt: Ausgang Spanische Allee / Strandbad Wannsee, in Höhe der Fußgängerbrücke über die Autobahn.

Fußweg ca. 40 Minuten vom S-Bhf. Nikolassee.

Taxistand nur am S-Bhf. Wannsee, Fahrtzeit: ca. 10 Minuten.

PKW Autobahn 115 (AVUS), Ausfahrt Spanische Allee, Wannseebadweg, Inselstraße

Vom Flughafen Tegel Express-Bus X9 bis S-Bhf. Zoologischer Garten, weiter mit der S-Bahn S7 (10-Minutentakt), Fahrtzeit: 17 Minuten

Vom Flughafen Schönefeld S-Bahn S45 bis S-Bhf. Schöneberg, weiter mit der S-Bahn S7 (siehe oben), Fahrtzeit: 60 Minuten

Vom Hauptbahnhof weiter mit der S-Bahn S7 (10-Minutentakt), Fahrtzeit: 24 Minuten





Unser Tagungshaus auf Schwanenwerder



Die Evangelische Akademie zu Berlin ist Mitglied
der Evangelischen Akademien in Deutschland (EAD) e.V., Berlin

Die Tagung ist als Bildungsurlaub beantragt.

Die Akademie unterstützen

Die Evangelische Akademie zu Berlin bringt evangelisches Profil in aktuelle Diskurse ein. Sie können unsere Arbeit für die Zukunft stark machen. Darum bitten wir um Spenden und Zustiftungen.

Unser Spendenkonto:

Empfänger: Stiftung zur Förderung der Evangelischen Akademie zu Berlin
KD Bank eG, Berlin | IBAN: DE52 3506 0190 0000 0056 65

BIC: GENODED1DKD

Überzeugen Sie sich von unserer Arbeit unter: www.ea-berlin.de.

Konferenzbericht der Veranstalter (Manfred Ronzheimer, Roland Zieschank)

Um es vorweg zu nehmen: Die Auffassungen zur Blackout-These waren geteilt. Während einige der Referenten erhebliche Defizite bei der medialen Verarbeitung der „großen gesellschaftlichen Herausforderungen“ sahen, befanden andere, dass der Umwelt- und Nachhaltigkeitsjournalismus seine Chronistenpflicht und Wächterrolle durchaus passabel erfülle. Beiden Gruppen gemeinsam war aber die Sorge, dass der rasch voranschreitende Medienwandel in Kombination mit dem Wegfall journalistischer Arbeitsplätze Qualität und Umfang der transformationsbezogenen Berichterstattung verringern könnte – und es auch schon tut.

Medienversagen vor den Klimaleugnern

Stefan Rahmstorf, Professor für Physik der Ozeane am Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung und 2011 Mitautor der WBGU-Studie zur „Großen Transformation“ hob in seiner Eröffnungs-Keynote hervor, dass es in der Wissenschaft eine 97-prozentigen Konsens über die Realität des Klimawandels geben. „Aber die Öffentlichkeit ist darüber dramatisch falsch informiert“, sagte Rahmstorf. Die meisten Mediennutzer seien der Meinung, die Wissenschaftler wären in dieser Frage 50:50 gespalten. „Hier liegt ein Medienversagen vor, wenn das beim Publikum so ankommt“. Ein Grund dafür sei die vor allem in den USA vorherrschende Medien-Regel, zu jeder Position eine Gegenmeinung zu präsentieren. So wird jeder neue Befund der Klimaforschung um einen Widerspruch eines Klimaskeptikers ergänzt, auch wenn dessen Faktenaussagen nicht stimmen.

Gut dokumentiert ist in den USA, wie die Fraktion der Klimaskeptiker über Stiftungsmittel aus der Fossilwirtschaft finanziert werden. Zwischen 2003 und 2010 wurden 558 Millionen Dollar für Aktivitäten der Klimaleugner ausgegeben, berichtete Rahmstorf. Eine solche Verdrehung der öffentlichen Diskussion halte aber davon ab, über das eigentlich Notwendige zu berichten. Die Konsequenz des Potsdamer Klimaforschers: „Ich blogge, um meine Themen und Ansichten direkt zum Ausdruck zu bringen, ohne den Filter der Medien“.

Notwendige Debatten, die Rahmstorf derzeit in den Medien vermisst, sind etwa: Wie muss das Pariser Klima-Abkommen, das ein sensationeller Erfolg ist, umgesetzt werden, um zu einem maximalen Temperaturanstieg von nicht mehr als 1,5 Grad zu kommen? Denn die in Paris gemachten Zusagen führen zu einem Anstieg um 3 Grad. Bis wann müssen wir unsere Umstellung auf 100 % erneuerbaren Strom erreicht haben? (Bis 2040). Bis wann dürfen keine fossil betriebenen Autos und Heizungen mehr in Betrieb sein? (Bis 2030). Rahmstorf: „Darüber liest man leider noch sehr wenig in den Medien“.

Dieter Janecek, Bundestagsabgeordneter der Grünen, war der Auffassung, dass es in Deutschland – anders als in den USA – das „Schweigen der Medien“ nicht gebe. So sei sein Vorschlag, bis zum Jahr 2025 auf emissionsfreies Autofahren umzusteigen, von den deutschen Medien aufgegriffen worden. Auch bei anderen Themen, wie Divestment oder Fahrradvolksbegehren, habe er keine mediale Ablehnung erfahren. Im Zusammenhang mit seiner Mitgliedschaft bei den Tutzingen „Transformateuren“ schnitt Janecek das Problem an, dass es eine Ängstlichkeit gebe, „Botschaften auszusenden, die auch angreifbar sind“. Zum Beispiel weniger Fleisch essen oder weniger Auto fahren. Auch seine Partei habe damit einschlägige Erfahrungen gemacht. Seine persönliche Devise laute aber: „Lassen Sie uns über die Chancen reden“. Daher sollten auch in den Medien „mit aller Kraft die Zukunftsthemen nach vorne gebracht werden“.

Bürger an der Umweltpolitik beteiligen

Auch Christiane Schwarte, die im Bundesumweltministerium in der Grundsatzabteilung tätig ist und früher selbst Pressesprecherin eines Umweltministers war, kam mit der Wahrnehmung: „Ich kann die Diagnose vom Schweigen der Medien nicht teilen“. Sie kenne viele engagierte Medienleute in diesem Bereich. Die Energiewende sei auch eine mediale Erfolgsgeschichte. Schwarte zitierte aber auch eine Untersuchung des Grimme-Instituts, wonach dem deutschen Fernsehen das „Agendasetting für die Nachhaltigkeit“ nicht gelungen sei: „Ausbleibende Wirkungen“. Zwar sei ihr persönlicher Befund nicht so negativ, doch müsse eingeräumt werden, dass allein schon die Zentralbegriffe Nachhaltigkeit und Große Transformation sprachlich „schwer vermittelbar seien“. Hier wären eigentlich (die Grimme-Studie stammt von 2004) neue Untersuchungen zur Situation und Verbesserungsmöglichkeiten nötig.

Die BMU-Vertreterin schilderte weiter, wie ihr Haus neue Ansätze entwickelt, um die Bürgerinnen und Bürger stärker an der Umweltpolitik zu beteiligen. Dies geschehe im Rahmen einer strategischen Neuausrichtung der Umweltpolitik („Agenda für eine integrierte Umweltpolitik bis 2030“), an der gegenwärtig gearbeitet werde. Dazu wurden in sechs Städten „Bürgerräte“ und „Bürgerumweltforen“ veranstaltet, in denen es nicht um Regierungs-PR ging, sondern darum, die Meinungen der Bürger und Bürgerinnen zur Umweltpolitik aus erster Hand zu erfahren. Die am häufigsten diskutierten Themen waren Ernährung, Landwirtschaft und Tierschutz. Das Feedback sei gut bis sehr gut gewesen, teilweise auch recht „verbändekritisch“, etwa bei Fragen des Klimaschutzes. Leider sei es so gewesen, dass sich die örtliche Presse, musste Frau Schwarte ihr Medienlob etwas relativieren, „für diese Basisarbeit nicht interessiert“ habe.

Weniger Tiefgang im Journalismus

Joachim Wille, ehemaliger Umweltredakteur der „Frankfurter Rundschau“, und Dagmar Dehmer, die im Berliner „Tagesspiegel“ die Umweltthemen betreut, gaben konkreten Einblick in die „Produktionsbedingungen“ auf Presseseite. Das Umweltressort, so Wille, habe in den letzten 40 Jahren mehrere Wellen durchlaufen, vom erfolgreichen Anschreiben gegen das Waldsterben Anfang der 80er Jahre bis zum Scheitern des Kopenhagener Klimagipfels 2009: „Da wollte ich meinen Beruf an den Nagel hängen“. Die heutige Umweltberichterstattung fand Wille zu aktualitätsfixiert: „Es gibt immer weniger Texte, die in die Tiefe gehen“.

Dagmar Dehmer schnitt das Glaubwürdigkeitsproblem an, dem sich auch viele Qualitätsmedien ausgesetzt sehen. Durch die sozialen Medien gebe es immer mehr fragmentierte Öffentlichkeiten, die aber nicht bereit seien, sich gegenseitig auszutauschen: „Ich merke eine große Unlust, sich mit anderen Positionen auseinanderzusetzen“, stellte Dehmer fest. „Das hat Folgen für die Art, wie wir arbeiten“. Zu Umweltthemen fehlten außerdem junge Autorinnen und Autoren: „Ich merke, dass der journalistische Nachwuchs nicht wild auf das Thema ist, selbst wenn man sich privat im Öko-Bereich engagiert, aber darüber zu schreiben: Keine Lust“.

Martin Jänicke, einstiger Gründungsdirektor des Forschungszentrums für Umweltpolitik der Freien Universität Berlin (FFU), sah angesichts des tiefgreifenden Medienwandels die Notwendigkeit, dass sich auch die Politik mit der Sachlage beschäftigen müsse. Dem Qualitätsverfall des Journalismus könne bei seiner Bedeutung für die Demokratie nicht nur von einzelnen Journalisten und Pressetiteln Paroli geboten werden. Jänicke: „Eine generelle Medienreform ist nötig“. Konkret schlug der Umwelt-Professor die Einrichtung einer Enquete-Kommission zur Erarbeitung von Vorschlägen vor. Einer könnte darin bestehen, den ermäßigten Mehrwertsteuersatz nur solchen Medien mit einem bestimmten Qualitätslevel zuzuerkennen. Jänicke: „Wir müssen die Reform der Medien auf die Tagesordnung setzen, sonst wird es schwer für zukunftsbewusstes Handeln in unserem Land“.

Reaktivierung der Agenda21-Prozesse

In der abschließenden politischen Diskussionsrunde, an der auch die SPD-Bundestagesabgeordnete Daniela De Ridder teilnahm, forderte der Vorsitzende des Bundes für Natur und Umwelt Deutschland (BUND), Hubert Weiger, eine stärkere Unterstützung für Ansätze einer transformativen Wissenschaft. Die Ansätze nach dem WBGU-Gutachten, etwa der Transformationskongress 2012 oder die Einrichtung der zivilgesellschaftlichen Plattform „Forschungswende“, seien steckengeblieben oder hätten nicht die erhofften Erfolge gebracht. „Wir haben es weder geschafft, in unseren Umweltorganisationen eine Innendebatte in Gang zu bringen, noch die Gesellschaft mit unseren Zielen zu erreichen“, räumte Weiger selbstkritisch ein. Dies habe auch damit zu tun, dass den Transformationsansätzen in den letzten Jahren massiver Gegenwind ins Gesicht geblasen habe, etwa beim Abwehrkampf gegen das Erneuerbare Energien-Gesetz, beim Kohleausstieg oder bei der Verhinderung der Agrarwende.

Der Prozess der Großen Transformation verlangt nach Ansicht Weigers jetzt den Wechsel zu verstärkten Aktionen und Bündnissen vor Ort. So etwa in der Lausitz: „Es ist ein Treppenwitz, dass wegen 7000 Kumpel in der Lausitz die schlimmsten Kohlekraftwerke noch immer nicht vom Netz gehen können“, kritisierte Weiger. Dort müssten aber zugleich Anstrengungen für alternative Arbeitsplätze ergriffen werden. „Wir brauchen beides: Konzepte für Umwelt und Arbeitsplätze“, sagte der BUND-Vorsitzende.

„Wir müssen die Akteure vor Ort zusammenbringen und weit in die Gesellschaft hineinwirken“, forderte Weiger. Eine Chance sei in der Reaktivierung der Agenda21-Prozesse, die nach dem Erdgipfel von Rio 1992 mit einer kommunalen Transformationsarbeit begonnen hätten. Als Beispiel für einen solchen Prozess könne Schweinfurth angesehen werden. Die bayerische Mittelstadt sei wirtschaftlich stark von der Automobilindustrie abhängig, weshalb es bereits lokale Diskursprozesse über alternative Entwicklungspfade gebe. Weiger: „Das ist ein spannender, aber auch mühsamer Prozess der Vertrauensbildung vor Ort“. Doch der – gute – Wandel komme nicht von selbst. „Transformation heißt auch, dass es Verlierer gibt, und das sind nicht die Schwächsten im Land“, schätzte der BUND-Vorsitzende ein. Das bedeute: „Wir brauchen völlig neue Formen der Zusammenarbeit“.

Kommunikation am „Dritten Ort“

Als „Location“ für diese neue Kooperation hatte der frühere Direktor des Berliner Hauses der Zukunft, Reinhold Leinfelder, das Konzept des „Dritten Ortes“ eingebracht. Im Unterschied zu den beiden ersten Orten, dem Wohnraum mit seiner Privatsphäre, und dem zweiten Ort des Arbeitens, die beide relativ geschlossen sind, folgt der „dritte Ort“ dem Gedanken der Öffentlichkeit, in der Individuen als Gesellschaft zusammenkommen. An diesen Orten solle die Kommunikation im Mittelpunkt stehen. Die Besonderheit dritter Orte besteht darin, dass sie offen und inklusiv sind, soziale Unterschiede aufheben, wechselseitige Hilfeleistung ermöglichen, eine spielerische Note haben. Als mögliche Dritte Orte nannte Leinfelder Museen, Bibliotheken, Akademien, Reallabore, offene Partizipationsräume, „Urban spaces“, Social Media, partizipativer Journalismus sowie Citizen Science. Auch das Haus der Zukunft ist seiner Meinung nach dieser Kategorie zuzurechnen. Zukunft wird dort nicht als Bestimmtheit verstanden, sondern als „Möglichkeitsraum“, der aus Wahrscheinlichkeiten, Optionen und Wünschbarkeiten geformt wird.

8 Quellenverzeichnis

- Altmaier, P. (2017): Einführungsvortrag zum BMBF-Forum für Nachhaltigkeit 2017 – Was tun mit der Agenda 2030! Berlin.
- Arbeitsgruppe "Wissenschaft, Öffentlichkeit, Medien" (2017): Social Media und die Digitale Wissenskommunikation – Analyse und Empfehlungen zum Umgang mit Chancen und Risiken in der Demokratie. URL: <http://www.bbaw.de/publikationen/neuerscheinungen/pdf/social-media>
- Barbier, E.B. & Burgess, J.C. (2015): Sustainable Development: An Economic Perspective. In: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences, 2nd edition, Volume 23. DOI: 10.1016/B978-0-08-097086-8.91029-8.
- Bertelsmann Stiftung (2016) (Hrsg.): Wachstum im Wandel. Chancen und Risiken für die Zukunft der Sozialen Marktwirtschaft. Gütersloh.
- BFS – Bundesamt für Statistik Schweiz / Eidgenössisches Departement des Innern (2014): Indikatorensystem Wohlfahrtsmessung. Schaffung, Verteilung und Erhalt von Wohlfahrt. URL: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/querschnittsthemen/wohlfahrtsmessung.assetdetail.1347886.html>
- BUND – Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (2012): Nachhaltige Wissenschaft: Plädoyer für eine Wissenschaft für und mit der Gesellschaft. Berlin. URL: http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/nachhaltigkeit/20110202_nachhaltigkeit_wissenschaft_diskussion.pdf.
- Büttner, H. / Zahmt, D. / Jacob, K. / Bär, H. / Graaf, L. (2015): Zentrale Handlungsfelder für eine transformative Umweltpolitik. In: Umweltbundesamt, Reihe Texte 61/2015. Dessau.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (Hrsg.) (2017): Jahreswirtschaftsbericht 2017 – für inklusives Wachstum in Deutschland und Europa. Berlin.
- BMUB – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (2016): Den ökologischen Wandel gestalten. Integriertes Umweltprogramm 2030. Berlin
- BMUB – Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit sowie Umweltbundesamt (2017): Umweltbewusstsein in Deutschland. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin/Dessau. URL: https://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/umweltbewusstsein_deutschland_2016_bf.pdf
- Bundesregierung Deutschland (Hrsg.) (2017): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Neuauflage 2016. Berlin. URL: https://www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/2017/01/2017-01-11-nachhaltigkeitsstrategie.pdf?__blob=publicationFile&v=5
- Deutsche Vereinigung für Politikwissenschaft (2017): Tagung "Umweltpolitik im Anthropozän". 6.-7. April, Potsdam.
- Diefenbacher, H. & Zieschank, R. (unter Mitarb. von Rodenhäuser, D.) (2010): Wohlfahrtsmessung in Deutschland – ein Vorschlag für einen nationalen Wohlfahrtsindex. Heidelberg/Berlin. In: Reihe Texte 2/2010. Herausgeben vom Umweltbundesamt. Dessau.
- Enquête-Kommission „Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität“ (Hrsg.) (2013): Schlussbericht. Berlin: Deutscher Bundestag, Drucksache 17/13300 vom 3.5.2013. URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/133/1713300.pdf>
- Filipovic, A. / Prinzing, M. / Stapf, I. (Hrsg.) (2017): Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive. München.
- Finke, P. (2014) Citizen Science: Das unterschätzte Wissen der Laien. München. URL: <http://static.onleihe.de/content/oekom/20140227/978-3-86581-638-2/v978-3-86581-638-2.pdf>
- Göpel, M. (2016): The Great Mindshift. How a New Economic Paradigm and Sustainability Transformations go Hand in Hand. Springer.com.
- Hagen, L. (2015): Algorithmischer Strukturwandel der Öffentlichkeit: Chancen und Risiken der IKT für die Entwicklung der politischen Informationskompetenz. Projektdarstellung in BMBF (2015) (Hrsg.): ITAFORUM 2015, S. 13.
- Jackson, T. (2017): Wohlstand ohne Wachstum – das Update. Grundlagen für eine zukunftsfähige Gesellschaft. München.
- Jungmichel, N. / Schampel, Chr. / Weiss, D. (2017): Umweltatlas Lieferketten – Umweltwirkungen und Hot-Spots in der Lieferkette. Berlin/Hamburg: adelphi/Systain.

- Klein, Thomas (2017), Leitbilder für die Nachhaltigkeitskommunikation, (Blog, 12.7.2017) URL: <http://openbook.nachhaltigkeitskommunikation.de/?p=1072>
- Koch, Chr.: (2014): Die Wissenschaft und ihre Kommunikation – Symptomatik einer Entkopplung. KIT-Ringvorlesung „Wissenschaftskommunikation erforschen“ (v. 23.10.2014). URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dC0sTqk6MFk>
- Köhler, H. (2016): Die Große Transformation in Zeiten des Unbehagens. Rede des Bundespräsidenten a.D. zum 25-jährigen Bestehen der Deutschen Bundesstiftung Umwelt. Berlin, 8. Dezember 2016.
- Kristof, K. (2010): Models of Change. Einführung und Verbreitung sozialer Innovationen und gesellschaftlicher Veränderungen in transdisziplinärer Perspektive. Zürich.
- Leggewie, C. & Welzer, H. (2010): Another „Great Transformation“? Social and cultural consequences of climate change. In: Journal of Renewable and Sustainable Energy 2 (3). <http://dx.doi.org/10.1063/1.3384314>
- McKinsey Global Institute (2016): Poorer than their parents? A new perspective on income inequality. URL: <https://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/poorer-than-their-parents-a-new-perspective-on-income-inequality>
- Meyer, B. / Zieschank, R. / Diefenbacher, H. / Nutzinger, H. / Ahlert, G. (2013): Eckpunkte eines ökologisch tragfähigen Wohlfahrtskonzeptes. Studie III im Rahmen des Projektes "Eckpunkte eines ökologisch tragfähigen Wohlfahrtskonzeptes als Grundlage für umweltpolitische Innovations- und Transformationsprozesse" für das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU), GWS Research Report 2013/1, Osnabrück/Heidelberg/Berlin. URL: <http://www.gws-os.com/discussionpapers/gws-researchreport13-1.pdf>
- Nachtwey, O. (2016): Die Abstiegs-gesellschaft. Über das Aufbegehren in der regressiven Moderne. Berlin.
- OECD (2011): Promoting Green Growth and Resource Efficiency. Policy Background Paper for the Conference on Enhancing Sustainable Growth and Economic Co-operation on a Global Scale, Berlin.
- OECD (2015): In it together: Why Less Inequality Benefits All. Paris.
- O'Neill, D. / Dietz, R. / Jones, N. (Hg.) (2010): Enough is enough. Ideas for a sustainable economy in a world of finite resources, Leeds: Center for the Advancement of the Steady State Economy.
- ONS – Office for National Statistics (Eds.) (2015): Measuring National Well-being – An Analysis of Social Capital in the UK. URL: <http://www.ons.gov.uk/ons/rel/wellbeing/measuring-national-well-being/analysis-of-social-well-being-social-capital-in-the-uk---2013-14/art-measuring-national-well-being--an-analysis-of-social-capital-in-the-uk.html>
- Polanyi, K. (1973): The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen. Berlin. (Ersterscheinung 1944).
- Politische Ökologie – oekom verlag (Hrsg.) (2013): Baustelle Zukunft. Die Große Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft. München. Sonderband Juni 2013.
- Politische Ökologie – oekom verlag (Band 140): Forschungswende: Wissen schaffen für die Große Transformation. München URL: http://www.oekom.de/fileadmin/zeitschriften/poe_inhaltsverzeichnisse/Inhalt_poe140.pdf
- Schäfer, T. (2016): Storytelling und Klimawandel: Klimageschichten statt Statistik. In: Der Fachjournalist. URL: <http://www.fachjournalist.de/storytelling-und-klimawandel-klimageschichten-statt-statistik/>
- Schäfer, T. (2017): Schwanenwerder Diskussionsimpuls für einen nachhaltigkeitsorientierten Journalismus. URL: <http://gruener-journalismus.de/blog/schwanenwerder-diskussionspapier-fuer-einen-nachhaltigkeitsaffinen-journalismus/>
- Schäfer, T. (2017): Die Rolle von Umweltpublikationen – Die grünen Seiten der Transformation. In: Politische Ökologie, Band 150. URL: https://www.oekom.de/fileadmin/zeitschriften/poe_leseproben/poe150_Leseprobe_Schaefer.pdf
- Schneidewind, U. & Singer-Brodowski, M. (2014): Transformative Wissenschaft. Klimawandel im deutschen Wissenschafts- und Hochschulsystem. Marburg.
- Solarify (2017), „Große Transformation und die Medien“. 12.7.2017 (Autor: Gerhard Hofmann) URL: <https://www.solarify.eu/2017/07/12/025-grosse-transformation-und-die-medien/>
- SRU – Rat von Sachverständigen für Umweltfragen (2016): Umweltgutachten 2016 – Impulse für eine integrierte Umweltpolitik. Berlin.

- Steffen, W. / Richardson, K. / Rockström, J. / Cornell, S.E. et al. (2015): Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. In: Science 347 (6223). DOI: 10.1126/science.1259855 URL: <http://www.sciencemag.org/content/347/6223/1259855.full>
- Umweltbundesamt (2017): Daten zur Umwelt 2017 – Indikatorenbericht. Dessau. URL: <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/daten-zur-umwelt-2017>
- United Nations (Eds.) (2015): Sustainable Development Knowledge Platform. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/>
- United Nations (2016): Transforming our World – The 2030 Agenda for Sustainable Development Goals.
- Viveret, P. (2003): Reconsidérer la Richesse. La Tour-d'Aigues: Éditions de l'Aube.
- Wilkinson, R. & Pickett, K. (2010): Gleichheit ist Glück: Warum gerechte Gesellschaften für alle besser sind. Berlin.
- WBGU – Wissenschaftlicher Beirat Globale Umweltveränderungen (2011): Welt im Wandel, Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation, Hauptgutachten. Berlin.
- Wissenschaftsrat (2015): Stellungnahme zum Umweltbundesamt (UBA). (Drs. 4703-15). Dessau-Roßlau. URL: <https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4703-15.pdf>
- Wissenschaftsrat (2015): Zum wissenschaftspolitischen Diskurs über Große gesellschaftliche Herausforderungen / Positionspapier. (Drs. 4594-15). URL: <https://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4594-15.pdf>
- Worldbank (2011): The changing wealth of nations. Measuring sustainable development in the new millennium.
- Zieschank, R. (2015): Umweltpolitik als Gesellschaftspolitik – Konturen eines neuen Politikfeldes. In: Emunds, B. & Merkle, I. (Hrsg.): Die Wirtschaft der Gesellschaft – Jahrbuch 2: Umweltgerechtigkeit – Von den sozialen Herausforderungen der großen ökologischen Transformation. Marburg, S. 21-58.
- Zieschank, R. (2017), Wachstumswende neu erzählen. In N21 vom 6.7.2017. URL: <http://n21.press/wachstumswende-neu-erzaehlen/>
- Zimmermann, K.W. (2011): Die Event-Manager. In: Weltwoche Nr. 32/2011. Zitiert nach European Journalism Observatory, URL: <http://de.ejo-online.eu/qualitaet-ethik/die-event-manager>