

II. SCHWERPUNKTE 2008

1. FOLGEN DES KLIMAWANDELS

Hermann E. Ott/Martin Unfried

Klima 2007 – Medienkarneval oder politisches Beben?

Vor ein paar Wochen beim Hautarzt. Nachdem er erfahren hat, was der Patient beruflich macht, fragt er interessiert, ob denn wirklich etwas dran sei an dem Gerede über den Klimawandel. Die Untersuchung zieht sich kostensteigernd in die Länge, während er mit den Grundfragen des Klimaproblems vertraut gemacht wird. Er wirkt nachdenklich. Dann seine Rückfrage: „Aber sagen Sie doch mal ehrlich, was gibt es denn sonst noch für Männer, ich meine für richtige Männer, in dieser Welt zu tun, als mit 260 km/h über die Autobahn zu fahren?“

Diese Frage ist, so scheint uns, symptomatisch für Deutschland zu Beginn des Jahres 2007. Unsere These: Der Klimawandel ist zwar längst in Deutschland angekommen – das Land jedoch noch nicht wirklich im Klimawandel. Was bedeutet das?

Wer sich ein bisschen länger mit dem Thema beschäftigt hat, erinnert sich ganz sicher an das Jahr 1995 und die UN-Klimakonferenz in Berlin. Die damalige Umweltministerin Angela Merkel kämpfte tapfer für den Klimaschutz, ausgestattet mit einem ehrgeizigen nationalen Minderungsziel von 25 % bis 2005. Der Klimaschutz erlebte in Deutschland sein erstes Medienhoch: dramatische Berichte über die Folgen, gut gemeinte Energiespartipps für den Haushalt, eine Debatte über unseren Lebensstil, über die großen Autos und weiten Urlaubsflüge. Vereinzelt gab es auch schon Diskussionen über die Möglichkeiten eines Ausstiegs aus der fossilen Welt.

Innenpolitisch schien damals alles in Ordnung zu sein, Regierung und Opposition standen Seite an Seite hinter dem nationalen Klima-

schutzziel. In den deutschen Medien gab es zwar einen erstaunlichen Konsens darüber, dass der Klimawandel zwar grundsätzlich eine Bedrohung darstelle, die ehrgeizigen nationalen Ziele galten jedoch in der Wirtschaftspresse nicht als unumstritten. In die gleiche Kerbe schlugen die Amerikaner, die als Gegenpol und Bremsen dienten.

In den folgenden Jahren mussten die Grünen aber lernen, dass man mit Klimaschutz in Deutschland nicht unbedingt punkten konnte. Regelmäßig wurden Politiker, die höhere Energiepreise, ein maßvolleres Reiseverhalten oder gar ein Tempolimit forderten, abgestraft. Insbesondere die Boulevardpresse ritt eine – heute würde man sagen – Antiklimaschutz-Kampagne nach der anderen („Benzinwut!“). Obwohl Rot-Grün sich nach dem Regierungswechsel an verschiedenen Projekten versuchte (Ökosteuer, EEG, KWK), wurde der Klimaschutz kaum mehr als echtes politisches Argument bemüht. Und abgesehen von erneuerbaren Energien und Ökosteuer vollzog sich die Klimaschutzpolitik der neuen Regierung im Rahmen dessen, was die Regierung Kohl bereits entworfen hatte: Das Thema „Klimaschutz“ war nicht wirklich in.

Der Klimawandel – Stationen einer gesellschaftlichen Erregung

So ist es vielleicht kein Wunder, dass knapp ein Dutzend Jahre nach der Berliner Konferenz die professionellen Beobachter und Seismografen der Deutschen nicht mitbekommen haben, was sich da im Laufe des Jahres 2006 und vor allem im Winter 2006/07 zusammenbraute. Jetzt aber reiben sie sich erstaunt die Augen, reagieren verärgert und zum Teil sogar mit Sarkasmus. Wie kann es sein, dass eine so machtvolle Erregungswelle, wie sie jetzt durch die deutschen Lande schwappt, ganz unvorhergesehen anrollen konnte? Vielleicht war ja vergessen worden, dass in Deutschland – im Gegensatz zu den USA – der von Menschen gemachte Klimawandel nie ernsthaft bezweifelt wurde. Jedenfalls genügten einige Anlässe, um den Klimawandel plötzlich wieder aus der kollektiven Vergessenheit zurückzuholen.

Laut ZDF-Politbarometer von Mitte März 2007 sind die Deutschen in der Mehrheit für drastische Klimaschutzmaßnahmen: 56 % finden es richtig, Flüge stärker zu besteuern, nur 39 % sind dagegen. Die „heilige Kuh“ der Deutschen, das Tempolimit, ist knapp zwei Drittel nicht länger heilig: 54 % sind für Tempo 130 und noch einmal 10 % sogar für eine niedrigere Höchstgeschwindigkeit, nur 35 % lehnen beides ab.

Das Phänomen ist nicht auf Deutschland beschränkt: Nach dem Eurobarometer vom März 2007 ist die Hälfte der EU-Bürger sehr besorgt über die Auswirkungen des Klimawandels und der globalen Erwärmung, weitere 37 % sind in „gewissem Maße“ verunsichert. Erstaunlich auch: Die Besorgnis wächst mit südlicheren Breitengraden; die Menschen in Spanien, Zypern, Malta und Griechenland sind am meisten beunruhigt.

Die Ursachen für die Stimmung in Deutschland und Europa sind vielfältig, aber nicht überkomplex. In der Rückschau erscheint das Ganze fast wie eine sorgfältig orchestrierte PR-Kampagne, wo eine Welle sich mühelos auf die vorhergehende draufsetzen konnte. Al Gores Film „Eine unbequeme Wahrheit“ wurde den Fußballsommer über schon beworben, kam Anfang Oktober 2006 in die Kinos und wurde einer der erfolgreichsten Dokumentarfilme aller Zeiten. Ein kleines Wunder angesichts der recht steifen Rahmenhandlung und des eher begrenzten Personals. Allerdings hatte Gore die neuesten Daten über die „Kipp-Punkte“ des Klimasystems in seine Präsentation eingebaut, während die meisten Zeitgenossen noch auf dem Stand der 1990er-Jahre waren. Und er hatte in über 1.000 Vorführungen sein Bildmaterial und die Präsentation akribisch perfektioniert, jedes denkbare Missverständnis und jeden möglichen Einwand vorweggenommen. Interessant dabei, dass der Adressat des Films in erster Linie der uninformierte oder „skeptische“ amerikanische Zuschauer war, nicht der umweltkritische deutsche Kinogänger. Gore lieferte deshalb keine Aufklärung, sondern einen sehr effektiven „Reminder“.

Ende Oktober 2006 folgte der zweite Paukenschlag: die Veröffentlichung des von Sir Nicholas Stern im Auftrage der britischen Regierung erstellten Gutachtens über die Kosten des Klimawandels. Hier wurde – sozusagen regierungsamtlich – nicht nur die Existenz des von Menschen gemachten Klimawandels festgestellt, sondern auch gleich eine Abschätzung über die voraussichtlichen Kosten geliefert. Eine Bekämpfung des Klimawandels würde dem Gutachten zufolge ungefähr jährlich ein Prozent des weltweiten Bruttosozialprodukts kosten, die langfristigen Schäden des Klimawandels könnten sich dagegen auf das Fünf- bis Zwanzigfache summieren.

Das Klimaproblem ist nach Meinung von Stern „das größte Marktversagen in der Geschichte der Menschheit“. Die mögliche Klimakatastrophe könnte die kombinierte Wirkung von zwei Weltkriegen plus der Wirtschaftskrise der 1930er-Jahre haben. Diese Aus-

sagen des ehemaligen Chefökonom der Weltbank verfehlten nicht ihre Wirkung auf Presse und Leserschaft.

Der im Dezember 2006 in Nairobi stattfindende „Klimagipfel“ war dagegen eher eine antizyklische Enttäuschung. Die angesichts der neuen Erkenntnisse mit Spannung erwarteten Vertragsstaatenkonferenzen der Klimarahmenkonvention und des Kyoto-Protokolls wurden mit gewohnter diplomatischer Routine abgespult. Die üblichen Grabenkämpfe zwischen den USA und Europa, die Blockadehaltung der OPEC-Staaten und die unbeugsame Strategie der großen Entwicklungsländer führten zu kleineren Schockerlebnissen der in Nairobi anwesenden Journalisten und beim Publikum zu Hause. Es konnte doch nicht wahr sein, dass der Welt die Katastrophe droht und denen in Nairobi nichts Besseres einfällt als die üblichen diplomatischen Spielchen!

Dabei konnte man in Nairobi jeden Taxifahrer fragen und bekam zur Antwort: Die Natur spielt verrückt. In Kenia waren die Schäden des Klimawandels schon sichtbar, die verlandeten Seen, die Überschwemmungen nach langer Trockenheit. Kurzum – die langweilige Konferenz in Nairobi führte nicht zu der sonst gewohnten Ernüchterung, sondern zu Verärgerung und dem unheimlichen Gefühl, dass die Weltpolitik nicht richtig reagierte angesichts des Kommenden.

Dieses Gefühl wurde gesteigert im Laufe des wärmsten Winters seit Beginn der Klimaaufzeichnungen. Rosen blühten im Dezember, und voreilige Vögel begannen mit dem Nestbau. Während die übliche Winterflaute in der Bauindustrie aufgrund der milden Temperaturen ausblieb, klagten Händler über schlechte Geschäfte mit Frostschutzmitteln, Winterreifen und Schneeketten.

Mitte Januar 2007 zog dann der Orkan „Kyrill“ über das Land. Zwar waren die Auswirkungen weniger stark als bei den Orkanen „Lothar“ (1999) und „Wiebke“ (1990), doch die öffentliche Aufmerksamkeit war erheblich höher. Mochten auch Maxeiner/Miersch wie üblich höhnen, dass sei alles ganz normal und 2006 eher ein unscheinbares Jahr in der Klimastatistik – die Bürger empfanden diese Häufung von Anomalitäten nicht mehr als normal.

In dieser Stimmung schlug am 2. Februar 2007 die Veröffentlichung des 4. Sachstandsberichts des IPCC wie eine Bombe ein. Die erste Arbeitsgruppe des Klimarates der Vereinten Nationen hatte kaum neue Sensationen zu bieten, sondern bekräftigte nur die Wahrscheinlichkeit einer anthropogenen Verursachung des Klimawandels.

Zugleich wurde die Sensitivität des Klimasystems aber höher eingeschätzt, sodass sich bei einer Verdopplung der Kohlendioxid-Konzentration in der Atmosphäre eine höhere globale Mitteltemperatur (plus 3 °C) ergeben würde. Die Schätzungen des Anstiegs des Meeresspiegels wurden sogar ein wenig nach unten korrigiert, allerdings unter Auslassung neuerer Erkenntnisse zu nichtlinearen Entwicklungen im Bereich des grönländischen Eisschildes.

Dieser Bericht des IPCC brach alle Rekorde der Klimaberichterstattung. Es gab Aufmacher in allen überregionalen Zeitungen, der „Klima-Schocker“ auf der ersten Seite der BILD-Zeitung sowie in vielen folgenden Ausgaben.

Der Medienhype – worum es ging und worum nicht

Tatsächlich bricht der Mediensturm los in einer weit heftigeren Form als vor einem Jahrzehnt. In Deutschland scheint nichts mehr, wie es vorher war. Claudia Schiffer bekennt sich beim Wirtschaftsforum in Davos als deutsche Klimabotschafterin. Zuvor eher unökologische Menschen interessieren sich für den CO₂-Ausstoß bei der Produktion von Rindfleisch. Deutschlands größte Boulevardzeitung forderte am 23. Februar 2007 die Leser dazu auf, das Auto wann immer möglich zu Hause zu lassen.

Im Jahr 2005 war der damalige Umweltminister Trittin für eine ähnliche Empfehlung noch abgestraft worden. Im Jahr 2007 scheint alles anders zu sein. Die eher unerwartete Positionierung der BILD verhilft dem Thema zu einer ungeahnten Popularisierung, die schnell auch auf die Fernsehprogramme überspringt. Dadurch werden das Thema und die Dramatisierung der Folgen des Klimawandels endgültig den „Ökos“ entrissen. Der bisher nicht recht greifbare Konsens wird zu einem kraftvollen Konsens.

Allerdings hebt sich zu Anfang die Qualität der Debatte kaum von der Vergangenheit ab. Diese arbeitet sich im Wesentlichen an willkürlichen Ad-hoc-Vorschlägen ab. Da kocht die Diskussion über ein Verbot der Glühbirne hoch. Da wird die Empfehlung von Renate Küstner debattiert, man solle doch einen Toyota Prius kaufen. Und wie schon in zuvor beschäftigen sich die Medien ausführlich mit Vorschlägen zum Thema Tempolimit. Zwar ruft Umweltminister Gabriel die „Dritte industrielle Revolution“ aus und EU-Umweltkommissar Dimas den „Krieg gegen den Klimawandel“. Doch die Reflexe der Lobbys funktionieren wie eh und je.

Jenseits von Tempolimit und Toyota Prius werden die weitergehenden politischen Herausforderungen nur zögerlich thematisiert. Die Debatte wird im Wesentlichen ohne die ökologischen Forschungsinstitute, die Branche der erneuerbaren Energien, die Umweltverbände geführt. Es fehlen auch kritische Stimmen zu den Versäumnissen der deutschen Klimaschutzpolitik. Kaum etwas ist zu hören zum Problem KWK, zur Energieeinsparverordnung, zu Selbstverpflichtungen der Industrie.

Dies war wohl zum Teil möglich durch die Fokussierung auf den Nebenschauplatz „Atomausstieg“. Dieser alte Hut wird immer dann aus der Rumpelkammer geholt, wenn es ernst werden könnte mit dem Klimaschutz. Dagegen haben die Medien die Frage kaum thematisiert, ob Klimaschutz mit Kohle (Braunkohle oder Steinkohle) gelingen kann. Überhaupt nicht debattiert wurde die Frage, ob Klimaschutz ohne Atom und Kohle gelingen könnte. Erst als Anfang März 2007 Greenpeace den „Plan B“ veröffentlicht, springt die Debatte vereinzelt an.

Lokal allerdings hatte sich der Widerstand gegen die Kohle wie einst gegen die Atomkraft geregt: In Berlin fordert eine Allparteienkoalition von FDP, CDU, Grünen, SPD und Linkspartei eine Abkehr des Stromversorgers Vattenfall vom Bau des 800-Megawatt-Kraftwerks Klingenberg. Dagegen wurde bundesweit erst nach Wochen thematisiert, wie viele Kohlekraftwerke die deutsche Industrie überhaupt plane und welche Auswirkungen dies auf die Klimaschutzpolitik haben könnte.

Statt frühzeitig das Verbot oder die Einschränkung des Baus konventioneller Kohlekraftwerke zu diskutieren, drehte sich die Debatte um die Glühbirne. Ein Indiz dafür, dass trotz vieler Berichte von Enquetekommissionen, wissenschaftlichen Instituten und alternativen energiepolitischen Konzepten die Debatte der politischen Instrumente erstaunlich oberflächlich geblieben war.

Gesellschaftliche Debatten – über individuelles Verhalten

„Wie retten wir das Klima?“, fragte die Illustrierte „Stern“ in einer speziellen Ausgabe im Februar 2007. Adressat dieser Frage war nicht die Politik, sondern die LeserInnen der Zeitschrift. Wie bei früheren Debatten stand auch diesmal schnell die Frage des individuellen Verhaltens im Mittelpunkt. Energiespartipps hatten Hochkonjunktur.

Die Medien wetteiferten darin, den Bürgern einen Schnellkurs in klimaschädlichem und klimafreundlichem Verhalten zu verpassen. Für die, die sich seit langem mit Klimaschutz beschäftigen, ist es immer wieder erstaunlich, dass nach all den Jahren selbst die Grundlagen (Stand-by, energiesparendes Autofahren, Wohnraumisolierung etc.) immer noch einen Nachrichtenwert haben. Doch so symbolhaft eine Diskussion um CO₂-Werte von Politikerdienstwagen auch sein mag, der gesellschaftliche Zwang zur Rechtfertigung eines Autos mit hohem Verbrauch war plötzlich da. Und dadurch wurden auch gesellschaftliche Widersprüche wesentlich deutlicher. In jener erwähnten „Stern“-Sonderausgabe zum Klimaschutz wurde auf elf ganzen Anzeigenseiten für Autos geworben, deren Emissionen zum großen Teil weit über dem angestrebten Standard von 140g/km CO₂ für das Jahr 2008 liegen.

Dabei handelte es sich durchaus um eine neue Qualität der Produktdebatte, die nun durch die Boulevardpresse betrieben wurde. Hatten früher Energieagenturen und die Stiftung Warentest diese Aufgabe inne, so suchten nun der „Energieinspektor“ und die „Umweltkommissarin“ in der BILD-Zeitung nach den versteckten Energiesparpotenzialen im Einfamilienhaus und den Dreckschleudern unter den Kraftwerken. Von einer solchen Reichweite hatte die DENA noch Monate zuvor nicht zu träumen gewagt. Auch hier kann vermutet werden, dass bereits vorhandenes Wissen in deutschen Haushalten durch den Medienhype verstärkt wurde.

Zum ersten Mal ging es auch konkret um Produkte mit hohem Prestigewert. Nicht nur Frau Künast warb für das Hybridauto Prius. Auch die Zusammenarbeit von BILD und Toyota war neu: Klimaschutz hatte plötzlich etwas mit der Wahl der richtigen Produkte zu tun. Damit wurde erstmals auch einem breiteren Publikum vermittelt, dass das „Habenwollen“ beim Auto auch durch ökologische Aspekte gespeist werden kann – ein in einer produktfixierten Konsumgesellschaft nicht zu unterschätzender Faktor. Zum ersten Mal wurden auch Prominente massiv in die Debatte einbezogen und nach ihrem Beitrag zum Klimaschutz befragt. Dabei wurde schnell deutlich, wie wenig in Deutschland gesellschaftliche Eliten bisher als Vorbilder und Trendsetter agieren – fahren doch in LA: die Promis längst mit Hybridautos (wenn auch als Dritt- oder Viertwagen). So kann Thomas Gottschalk bei „Wetten, dass“ immer noch vor Millionen Zuschauern Werbung für einen unzeitgemäßen Sportwagen mit 300 PS machen, ohne dass ihm dies sein Image verdirbt.

Schließlich hat die Zuspitzung der Debatte mithilfe des Hybridautos gezeigt, in welchem Anfangsstadium sich die gesellschaftliche Produktdebatte immer noch befindet. Die für den Klimaschutz ungeheuer wichtigen Innovationen im Gebäudebereich – wie Passivhaus und Plusenergiehaus – wurden kaum behandelt. Das Produkt „Grüner Strom“ als Alternative zu Atom- und Kohlestrom wurde von Politikern und von der Presse nur am Rande erwähnt. Noch weniger wurde das Verhältnis Bürger/Konsument versus Energiekonzerne näher debattiert. Während Einsparung und Effizienz durch die Medien geisterten, wurde die grundsätzliche Frage kaum angesprochen, wer denn Energie in Deutschland produziert und bereitstellt. Weil die Akteure regionaler Energieinitiativen kaum Zugang zu den Medien hatten, wurde auch nicht deutlich, dass eine „Energiewende“ insbesondere auf der Ebene von Gemeinden und Landkreisen attraktiv darstellbar ist. Deshalb fehlte in der Debatte auch der Gedanke, dass Bürger allein oder gemeinschaftlich durch die Produkte Fotovoltaik, Windmühlen, Biogasanlagen und Blockheizkraftwerke selbst in die Rolle des Stromproduzenten schlüpfen können.

Was löste der Klimaschock also in der Gesellschaft aus? Die Aktien von Solarfirmen erlebten ein erneutes Hoch. Bei Anbietern von grünem Strom laufen mehr Neuanmeldungen, allerdings immer noch auf relativ niedrigem Niveau. Hatte VW die Stars der „Berlinale“ noch mit dem Spritschlucker Phaeton chauffieren lassen, wurde beim „Echo Musikpreis“ der Sprit sparende Polo eingesetzt. Allerdings ist, wie die „Automobilwoche“ berichtet, in Deutschland der Verkauf des Hybridautos „Prius“ 2007 um 18 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum zurückgegangen. Bekannte haben wissen lassen, dass sie jetzt wissen, dass sie vor kurzem das falsche Auto gekauft haben. Sie werden es allerdings nicht gleich wieder verkaufen. Die Informationen zum Klimawandel, zu Produkten und Verhalten sind angekommen, doch in der Gesellschaft ist es offensichtlich immer noch ein weiter Pfad von der Idee zur Tat, von der Erkenntnis zur Verhaltensänderung.

Und die Politik – Maßnahmen auf gesellschaftliche Reaktionen?

Als vor einigen Jahren ein mediales Beben die Politik erschütterte, weil ein in Florida lebender Deutscher Sozialhilfe in Anspruch nahm, reagierte die Politik innerhalb weniger Wochen mit einem Gesetz, um

dieses „Schlupfloch“ zu schließen. Angesichts der beeindruckenden medialen Erregung zum Thema Klimawandel wäre eigentlich zu erwarten gewesen, dass die Politik zumindest mit populären Ad-hoc-Maßnahmen reagierte.

Tatsächliche Fortschritte im deutschen Klimaschutzprogramm gibt es im Gebäudebereich, wo die Programme für die Wärmeisolierung von Häusern deutlich ausgebaut wurden. In Form von zinsverbilligten Krediten und Zuschüssen sowie steuerlichen Vergünstigungen stehen im Zeitraum 2006 bis 2009 jährlich rund 1,4 Milliarden Euro zur Verfügung. Allerdings war dies bereits lange vor den neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen beschlossen worden, nämlich Anfang 2006.

Zu Beginn des Jahres 2007 hat die Bundesregierung den Klimaschutz zur Priorität in der EU-Präsidentschaft erklärt. Dies mündete in Beschlüsse der EU zur 20%igen Reduktion der Treibhausgasemissionen bis zum Jahr 2020. Doch immer wenn es konkret wird, hapert es mit der Vorreiterrolle. Zum Beispiel wurde die deutsche Autoindustrie für ihre Nichteinhaltung der europäischen Selbstverpflichtung sogar belohnt. Der Flottenverbrauch für das Jahr 2012 wird vermutlich am Ende nicht auf 120 g/km CO₂ festgelegt, wie von Umweltkommissar Dimas zuerst vorgeschlagen, sondern auf 130 g/km. Auch wurde der deutsche Allokationsplan für die zweite Runde des Emissionshandels so hoch angesetzt, dass er bei der EU-Kommission auf massiven Widerstand stieß. So musste nach der Kritik der Kommission die Obergrenze für den erlaubten Kohlendioxidausstoß von 482 Millionen Tonnen auf 453 Millionen Tonnen reduziert werden.

Gab es weitere nennenswerte politische Initiativen als Reaktion auf die neueren Erkenntnisse und Debatten? Der deutsche Verkehrsminister hat ein neues Label für Neuwagen angekündigt, das dem entspricht, was in anderen EU-Staaten (z.B. den Niederlanden) längst Standard ist. Die Große Koalition diskutiert den im Koalitionsvertrag lang angekündigten Umbau der KfZ-Steuer mit den Ländern. Und das Bundesumweltministerium will in Zukunft seine Fahrzeugflotte ökologisieren sowie die Emissionen aus der Reisetätigkeit der Bundesregierung durch Zertifikate kompensieren.

Was geschah – und wie es weitergehen kann

Es gibt in Deutschland nicht erst seit dem IPCC-Bericht vom Februar 2007, sondern seit vielen Jahren einen gesellschaftlichen Konsens, dass der Klimawandel real ist, vom Menschen verursacht – und dass politisch gehandelt werden muss. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse der letzten Zeit mussten die Deutschen also nicht erst überzeugen, sondern nur ihr altes Wissen verstärken und bestätigen. Inzwischen ist die Diskussion um weltweite Klimafolgen und die volkswirtschaftlichen Kosten dank neuer Studien und Erkenntnisse wesentlich ausgefeilter als noch vor wenigen Jahren. Es wird vermutlich auch nicht mehr verschwinden. Das Thema hat sich endgültig festgesetzt.

Erstaunlich ist dagegen, dass die aktuelle Diskussion über politische Instrumente immer noch so einfach gestrickt ist. Erschreckend sogar, wie häufig Medien (insbesondere Boulevardpresse und Fernsehen) und Politik an den wichtigen politischen Problemen vorbeidiskutierten und eher unwichtige Details thematisierten (wie Tempolimit, Glühbirnen, oberflächliche Verzichtsdebatte). Eine Bestandsaufnahme der deutschen Erfolge und Defizite im nationalen Klimaschutz erfolgte dagegen kaum, trotz umfassender wissenschaftlicher und politischer Vorarbeiten. Insbesondere wurden die bevorstehenden Investitionsentscheidungen der deutschen Energiewirtschaft zugunsten von Kohlekraftwerken lange Zeit nicht thematisiert. Insofern war der Klimawandel zwar angekommen, doch es war immer noch möglich, anstehende zentrale politische Probleme zu ignorieren.

Dagegen hat – wie wir hoffen gezeigt zu haben – die Debatte der letzten Monate tatsächlich die Frage des Konsums mithilfe einiger symbolischer Produkte thematisiert. Auch erteilten die Medien eine Art Energiesparschnellkurs für die deutschen Haushalte. Ob dies allerdings ein Erdbeben auslösen kann in einer Gesellschaft, die sich als Konsumgesellschaft definiert, ist noch völlig offen. Noch fehlen die positiven gesellschaftlichen Vorbilder, die den neuen Konsum leben. Hier richtet sich die Erwartung an Akteure, die als Trendsetter wirken und Klimaschutzkonsum „gesellschaftsfähig machen“. Konsum, der das Fotovoltaikdach und nicht den 300-PS-Sportwagen zur Ikone hat. Die Frage des Lebensstils ist weiterhin bisher praktisch tabu.

Trotz wachsenden Problembewusstseins hat also die Gesellschaft den Klimaschutz bisher noch nicht als wesentlichen Faktor für Konsum- und Investitionsentscheidungen entdeckt. Hier entstehen erst langsam Debatten, die festgefahrene Muster verändern könnten.

Noch ist nicht absehbar, ob wichtige Industrien (Auto und Energie), die von der Politik bisher geschont wurden, von der Konsumentenseite mehr unter Druck geraten. Undeutlich ist auch, ob und wie andere Bereiche, etwa der Bausektor, wichtigere Verbündete für den Klimaschutz werden könnten. Die Gebäudesanierung verspricht Gewinne für Produzenten und Konsumenten. Im Produktbereich zeigt die Entwicklung des biologischen Landbaus, dass es deutliche Verschiebungen auf der Nachfrageseite geben kann. Sparautos und grüner Strom waren bisher keine stark nachgefragten Produkte, doch vielleicht gibt es auch hier Überraschungen.

Es ist schließlich deutlich geworden, dass von den Bürgern keine einheitliche Motivation für eine Verhaltensänderung erwartet werden kann. Jede und jeder muss, wie man so schön sagt, dort „abgeholt“ werden, wo sie oder er gerade steht. Es gibt eine Minderheit von Bürgern, die sich verantwortungsethisch verhält und durch Appelle an ein aufgeklärtes Bewusstsein erreicht werden kann. Innerhalb dieser Gruppe ist wiederum ein Teil sehr schnell zu Änderungen bereit, andere brauchen länger. Bei diesen Bürgern hilft der Verweis auf die Folgen eigenen Handelns für andere, hier kann die Diskrepanz zwischen dem Bourgeois (der hemmungslos konsumieren will) und dem Citoyen (der das Allgemeininteresse im Auge hat) erfolgreich thematisiert werden. Dieser Gruppe helfen vor allem Informationen zu Konsum- und Investitionsalternativen.

Andere wiederum handeln eher im „aufgeklärten“ Eigeninteresse. Hier vor allem hat die Warnung des Stern-Berichts vor den Kosten der Anpassung an den Klimawandel ihren Platz. Klimaschutz macht Sinn für viele Bürger, wenn damit größere Kosten in der Zukunft vermieden werden können. Deshalb ist die Diskussion über die notwendige Anpassung und deren Preis auch längst keine Ausweichdebatte mehr, um Klimaschutz zu vermeiden, sondern eine notwendige Voraussetzung für die Bekämpfung des Klimawandels. Der weitaus größere Teil der Bevölkerung ist allerdings lediglich zum Handeln im Eigeninteresse bereit. Dies bedeutet im Normalfall ein wirtschaftliches Interesse, welches durch die alte Forderung „die Preise müssen die Wahrheit sagen“ bedient wird.

Doch wo es die Preise nicht richten können, da hilft das klassische Ordnungsrecht. Hier braucht die Politik mehr Mut. Ein bisschen ist es wohl wie beim Rauchverbot in Restaurants. Was gestern noch undenkbar war, erweist sich heute plötzlich als politisch machbar. Wa-

rum nicht auch beim Klimaschutz? Tempolimit, scharfe CO₂-Werte für Autos, Beschränkung von Kohlekraftwerken, strengere Effizienzvorschriften für Produkte und Gebäude: All das kann der Gesetzgeber festlegen. Aus einer Online-Befragung der Dialego AG vom März 2007 wird die Präferenz der Bürger für das ordnungsrechtliche Instrumentarium deutlich: 73 % der Befragten meinen, dass keine Autos mehr erlaubt sein sollten, die mehr als 120 g/km verbrauchen, aber nur 13 % sind für eine Erhöhung des Benzinpreises. Wenn schon Einschränkungen, dann bitte für alle, lässt sich daraus ablesen. Die Bedingungen für eine effektive Klimaschutzpolitik waren nie günstiger als heute.

„Wenn nur ein, zwei Jahrzehnte Zeit ist zur Anpassung an die Klimaänderung, dann müssen die meisten Innovationen mit schon vorhandenen Technologien erfolgen.

Auf eine „ökologische Wunderwaffe“ zu warten, dafür fehlt die Zeit. Also wird es ohne spürbare Verhaltensänderungen nicht gehen. Fragt sich nur: Für wen?“

Bernd Ulrich
