

NZZ am Sonntag, 1.11.2009, S.21

Fürs Klima ist der Stimmzettel wichtiger als der Konsum

Umweltbewusst einkaufen ist populär. Doch fürs Klima entscheidend ist nicht das Bewusstsein, sondern der Strom der Stoffe. Den muss die Politik regeln,
schreibt **Oliver Geden**

Je näher die Uno-Klimakonferenz in Kopenhagen rückt, desto deutlicher wird, dass auch dieser Weltklimagipfel kaum Fortschritte bringen wird. Wenn aber die grosse Politik bis heute nur wenig gegen den fortschreitenden Klimawandel zu bewegen vermag, dann scheint es naheliegend, dass der Einzelne wieder mehr Verantwortung übernimmt – vor allem als Konsument. Doch eine «Politik mit dem Einkaufswagen» folgt ihren eigenen Gesetzen. Dem «klimabewussten» Verbraucher geht es weniger um die persönliche Emissionsbilanz. Wichtiger ist ihm das Bedürfnis, auf der «richtigen» Seite zu stehen, und zwar möglichst so, dass Freunde, Nachbarn und Kollegen es nicht übersehen können. Folgt man dem Umwelt-Survey der ETH, dann schätzen 82 Prozent der Schweizer Wohnbevölkerung die Gefahren des Klimawandels als hoch ein. Knapp zwei Drittel geben an, sie verhielten sich auch dann umweltbewusst, «wenn es erheblich höhere Kosten und Mühen verursacht». Es wäre nun voreilig, aus diesen Angaben umstandslos auf das tatsächliche Verhalten zu schliessen. Aber die Umfragewerte zeigen, dass klimafreundliches Alltagshandeln in hohem Masse als sozial erwünscht gilt. Da trifft es sich gut, dass umweltbewusster Konsum längst nicht mehr mit Verzicht gleichgesetzt wird. Mit dem Aufkommen der «Lohas» (Lifestyle of Health and Sustainability) hat sich ein neues umweltpolitisches Leitbild etabliert. Konsum ist gut, wenn er in den richtigen Bahnen verläuft, die Produkte vergleichsweise klimafreundlich gestaltet sind, innovative Unternehmen unterstützt werden. «Kauf dir eine bessere Welt» lautet nun die Losung. Grün ist das neue Coole – aber nicht für alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen.

Studien in westlichen Industrieländern zeigen, dass das Ideal eines nachhaltigen Lebensstils am stärksten in jenen Milieus vertreten wird, deren Angehörige über relativ hohe Bildungsabschlüsse und Einkommen verfügen. Zugleich aber liegen Energieverbrauch und Pro-Kopf-Emissionen dieser Milieus über dem Durchschnitt, meist bedingt durch grössere Wohnflächen und ein höheres Niveau an Mobilität, insbesondere bei Fernreisen. Der wertkonservativ-bodenständige SVP-Sympathisant aus einem ländlichen Kanton, der die Rede vom Klimawandel für einen ausgemachten Schwindel hält, hat mit hoher Wahrscheinlichkeit eine bessere Emissionsbilanz als der urban-weltläufige

SP-Anhänger, der den Klimawandel für eine der grössten Herausforderungen der Menschheitsgeschichte hält.

Das ausgesprochen positive Selbstbild von klimabewussten Verbrauchern beruht auf dem Bekenntnis, Verantwortung für die Entwicklung des Weltklimas übernehmen zu wollen. Glaubwürdigkeit bei den Mitmenschen erringt diese Haltung aber erst durch ein klimafreundliches Verhalten. Wichtig ist dabei nicht, welche Emissionsminderungs-Effekte tatsächlich eintreten. Bedeutender ist vielmehr der symbolische Wert einzelner Entscheidungen, vor allem aber, dass diese im persönlichen Umfeld auch wahrgenommen werden. Eine effiziente Heizungsanlage im Keller oder ein Generalabonnement der SBB vermindern das persönliche Emissionsbudget beträchtlich, haben aber den Nachteil, weit weniger «symbolisches Kapital» einzubringen als eine Solaranlage auf dem Dach oder ein Hybridauto vor der Tür. Zudem neigen auch kritische Konsumenten dazu, ihr

Verhaltensrepertoire nur dort umzustellen, wo es ihnen relativ leicht fällt – der spätmoderne Alltag ist schliesslich schon kompliziert genug. Gelegentliche Anflüge von schlechtem Gewissen bekämpfen sie gern mit der Feststellung, immerhin noch mehr zu tun als die Nachbarn von gegenüber, ganz zu schweigen von den Amerikanern und Chinesen.

Ein individualisiertes Verständnis von Klimaschutz ist angesichts der fehlenden politischen Fortschritte zwar nachvollziehbar, beschleunigt aber eine Moralisierung der Klimadebatte, die häufig kaum noch darüber hinauskommt, die Welt in ignorante «Klimasünder» und umweltbewusste «Klimaschützer» einzuteilen. Für das Weltklima ist es jedoch völlig gleichgültig, wie es um unser Bewusstsein steht, entscheidend ist allein die Entwicklung der Stoffströme, national wie global. Doch trotz kontinuierlich gestiegenem Klimabewusstsein sind die Treibhausgasemissionen der Schweiz seit 1990 praktisch unverändert. Dies zeigt, dass die Summe gutgemeinter Kaufentscheidungen bisher kaum zur Klimafreundlichkeit von industriellen Produktionsprozessen und der Energieversorgung beigetragen hat.

Das Prinzip der Eigenverantwortung geniesst in der Schweiz einen hohen Stellenwert, aber in der Klimafrage stösst es offensichtlich an seine Grenzen. Der Wandel hin zu einer «low carbon economy» wird nur dann gelingen können, wenn tiefgreifende strukturelle Weichenstellungen erfolgen. Dies ist und bleibt jedoch eine primär politische Aufgabe. Wer als Einzelner darauf Einfluss nehmen will, sollte dies nicht als Konsument, sondern in erster Linie als Bürger tun. Der Kampf gegen den Klimawandel wird nicht an der Kasse des Supermarktes entschieden, eher schon an der Urne.