

Macht die Sparlampen heller

Ökologisch korrekter Konsum ist gut für das eigene Gewissen und fürs Prestige. Dem Klima nützt er aber nur wenig

Von Oliver Geden

Für Anhänger einer ehrgeizigen Klimapolitik hält das Jahr 2009 viel Frustration bereit. In der Wirtschaftskrise lässt nicht nur der Ehrgeiz der europäischen Regierungen nach. Auch die in Barack Obama gesetzten Hoffnungen erweisen sich als voreilig. China, Indien und Russland bewegen sich ohnehin kaum vom Fleck. Anders als seit Jahren beschworen, wird die Kopenhagener UN-Konferenz im Dezember keinen Durchbruch in der internationalen Klimapolitik bringen. Was liegt da für den Einzelnen näher, als die Sache selbst in die Hand zu nehmen? Ist nicht sogar von Politikern zu hören, dass "Klimaschutz zu Hause beginnt", dass Verbraucher mit ihrer Marktmacht einen großen Einfluss ausüben? Ist es nicht eine verlockende Vorstellung, dass klimabewusste Konsumenten die Wirtschaft zum Umdenken bewegen und der Politik auf die Sprünge helfen? Verlockend schon - aber unrealistisch.

Ein Auto mit Hybridantrieb anzuschaffen, zum Ökostromtarif zu wechseln oder im Bioladen einzukaufen, das alles mag dem Einzelnen ein reines Gewissen verschaffen. Die gewünschten Klimaeffekte aber fallen bescheiden aus. Allen Appellen zum Trotz: Es herrscht kein Mangel an umweltbewussten Verbrauchern, sondern an klimafreundlichen Produkten und Produktionsprozessen. Der Weg dorthin führt nicht über ein Mehr an Aufklärung, das es Angehörigen bildungsnahe Milieus erlauben würde, ihre Kaufentscheidungen zu verfeinern. Die Klimabilanz unserer Volkswirtschaften wird sich erst dann verbessern, wenn auch breite Bevölkerungsschichten umweltverträglich konsumieren - und zwar ohne auch nur eine einzige Minute darüber nachdenken zu müssen. Die dazu notwendigen Weichenstellungen können nur von der Politik kommen.

Die Vorstellung, dass erfolgreiche Umweltpolitik eine Entsprechung im Denken und Handeln jedes Einzelnen erfordert, ist so alt wie die Umweltbewegung selbst. In keinem anderen Politikfeld wird das Individuum derart stark in Haftung genommen. Die Umweltkrise galt stets auch als Ausdruck einer tiefgreifenden Bewusstseinskrise. Dem Weltklima ist es jedoch völlig gleichgültig, wie es um unser Bewusstsein steht, entscheidend sind letztlich die globalen Stoffströme.

Eine Strategie, die auf klimafreundlichen Konsum setzt, würde zweierlei erfordern: Die Verbraucher müssten vollständig informiert sein und das erlangte Wissen zielstrebig umsetzen. Im Alltag fehlt es an beidem. Für den Verbraucher sind bei der Bewertung einzelner Produkte vor allem deren Image und das Vertrauen in den Verkäufer ausschlaggebend. Genaue Emissionsbilanzen für Herstellungsprozesse und Transportwege gibt es in der Regel nicht, weder für Kirschkjoghurt noch für Jeanshosen oder Stofftiere. Wo der aufwendige Versuch der Berechnung doch einmal unternommen wird, zeigt sich oft Überraschendes. Biorindfleisch ist nicht immer klimafreundlicher als konventionelles. Die derzeit auf dem Markt befindlichen Sparlampen halten oft nicht einmal in puncto Energieverbrauch, was sie versprechen. Und welcher Verbraucher weiß schon, dass ein Großteil der angebotenen Ökostromtarife keinerlei positive Umwelteffekte mit sich bringt? Anders als zu erwarten wäre, führen diese Angebote häufig nicht zu einem Neubau von Wind- oder Solarstromanlagen. Deutscher Kohlestrom kann mit Zertifikaten norwegischer Wasserkraftwerke in Ökostrom umdeklariert werden, zum Ausgleich wird auf norwegischen Stromrechnungen ein höherer Anteil von Kohlekraftwerken ausgewiesen.

Weitaus schwerer als die mangelnde Transparenz wiegen jedoch die individuellen Schwierigkeiten, das Umweltwissen umzusetzen. Selbst wenn alle Informationen verfügbar sind oder Umweltverbände klare Handlungsempfehlungen geben, muss dies nicht dazu führen, dass Verbraucher ihr Verhalten ändern. Manch ein Kauf ist auch dem umweltbewussten Verbraucher zu kostspielig, manch ein Verzicht zu unbequem. Das ist keineswegs kritikwürdig, denn der spätmoderne Alltag steckt voller Widersprüche und Zielkonflikte. Es ist schlicht illusorisch, als Einzelner den Versuch zu unternehmen, seine alltägliche Lebensführung strikt entlang einer einzigen Leitidee zu organisieren - ganz gleich, ob es sich dabei um Klimaschutz, Geschlechtergerechtigkeit oder Korantreue handelt.

Wo aber kulturell der Anspruch verankert ist, dass politische Ziele mit alltäglichem Handeln in Einklang stehen sollen, ist es schwer, die Begrenztheit der eigenen Möglichkeiten zu akzeptieren. Wer sich als Teil einer gesellschaftlichen Avantgarde versteht, als Vorbild für Mitmenschen und Antreiber für Politik und Wirtschaft, der fährt ungern seine Ansprüche zurück. Stattdessen wird das individuelle Umweltwissen einfach den eigenen Möglichkeiten und Vorlieben angepasst.

Eine Art "mentaler Buchführung" sorgt bei der Öko-Avantgarde dafür, dass klimafreundliche Konsumententscheidungen besonders positiv bewertet, störende Elemente der eigenen Lebensführung jedoch nahezu ausgeblendet werden. Der Erwerb eines Autos mit Hybridantrieb ist der klimapolitische Kaufakt schlechthin. Das ökologische Image des Produkts ist sehr hoch, auch dessen Sichtbarkeit für Freunde, Nachbarn und Kollegen. Die selektive Wahrnehmung des Käufers unterschlägt jedoch, dass für den Klimaeffekt des Autofahrens selbstredend nicht der durchschnittliche CO₂-Ausstoß eines Pkw entscheidend ist. Was letztlich zählt, ist die Kombination aus Durchschnittsemissionen und tatsächlich zurückgelegten Kilometern. Die Klimabilanz des Hybrid-Käufers kann unter Umständen weitaus schlechter ausfallen als die des sparsamen Nachbarn mit der fünfzehn Jahre alten Dreckschleuder, zumal dann, wenn man auch die Emissionen einbeziehen würde, die bei der Produktion eines Neuwagens entstehen.

Gedankliche Kurzschlüsse im Alltag umweltbewusster Verbraucher sind nur ein Grund zur Skepsis. Ebenso schwer wiegt, dass das Leitbild des nachhaltigen Konsums in den letzten 30 Jahren kaum zu nennenswerten Erfolgen geführt hat. Nicht einmal Mehrwegflaschen und sparsame Lampen haben sich am Markt durchsetzen können. Die große Mehrheit der Verbraucher hat offenkundig andere Prioritäten. Wenn die Industriestaaten ihren Ausstoß an Treibhausgasen bis 2050 tatsächlich um 80 Prozent reduzieren wollen, müssen sie einen massiven Strukturwandel bei Energieproduktion und -verbrauch in Gang setzen. Eine striktere umweltpolitische Regulierung brächte nicht nur wesentlich bessere Ergebnisse, sie könnte auch die moralischen Untertöne aus der Klimadebatte vertreiben. Klimaschutz kann nur dann erfolgreich sein, wenn die permanente Gegenüberstellung von "Klimafreunden" und "Klimasündern" überwunden wird. Umweltfreundliches Handeln darf in Zukunft nicht mehr Ausdruck der moralischen Überlegenheit einer Öko-Avantgarde sein, es muss zum Kernbestandteil ökonomischer Rationalität werden.

Für diese Veränderung gibt es bereits positive Beispiele. So ist der hohe Anteil erneuerbarer Energieträger in Deutschland nicht auf eine besonders große Zahl umweltbewusster Konsumenten zurückzuführen, sondern auf die staatliche Einspeisevergütung. Diese schreibt den großen Energieversorgern vor, Wind- und Solarstrom zu festgelegten Preisen in ihre Netze einzuspeisen und die anfallenden Zusatzkosten auf ihre Kunden umzulegen. Aufgrund der staatlichen Förderung dürfen die entsprechenden Mengen jedoch nicht als Ökoenergie vermarktet werden. Das bedeutet, dass jeder Verbraucher auf einen Ökostromanteil von 15 Prozent kommt, ohne sich bewusst dafür entschieden zu haben.

Seit auch die EU beschlossen hat, den Ausbau der Erneuerbaren voranzutreiben, investieren selbst die bislang skeptischen Energiekonzerne massiv in diesen Sektor. Nicht etwa deshalb, weil sie plötzlich "grün" geworden wären, sondern weil dieses Geschäftsfeld aufgrund politischer Grundsatzentscheidungen lukrativ zu werden verspricht. Und die jüngst in Brüssel beschlossene Verschärfung der Effizienzkriterien für Lampen leitet das Ende für herkömmliche Glühlampen ein, ohne dass auch nur ein einziger Haushalt vom Sinn energiesparender Beleuchtung überzeugt werden müsste. Dies mag auf den ersten Blick wie ein Musterbeispiel dirigistischer Zwangsbeglückung aussehen. Doch die Entscheidung wird in einem Binnenmarkt von 500 Millionen Konsumenten enorme Anreize für technische Innovationssprünge geben. Die beschämende Lichtqualität von Energiesparlampen wird wohl schon bald der Vergangenheit angehören - nicht nur in Europa, sondern weltweit.

Der klimabewusste Verbraucher hat viele Befürworter: Umweltverbände, die ihr Hauptthema möglichst breit verankern möchten; Wirtschaftspolitiker, die vor staatlicher Überregulierung warnen und deshalb die besondere Verantwortung der Konsumenten hervorheben; Unternehmen, die Produkte mit grünem Image verkaufen wollen. Klimafreundlicher Konsum schadet sicher nicht, aber er raubt Zeit und Aufmerksamkeit für das wirklich Wichtige. Die Zukunft des Weltklimas entscheidet sich nicht an der Supermarktkasse, sondern in den Parlamenten und an den Verhandlungstischen der internationalen Klimadiplomatie. Wenn der Einzelne auf Belange des Gemeinwesens Einfluss nehmen will, sollte er sich nicht in erster Linie als Konsument verstehen, sondern vor allem als Staats- und Weltbürger.

Der Autor ist Fachmann für Klimapolitik bei der Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP) in Berlin.