

Psychologische und systemische Barrieren nachhaltigen Handelns

... und wie wir sie niederreißen können

Gerhard Reese

Die Transformation hin zu einer nachhaltigen – nennen wir sie sozial-ökologischen – Gesellschaft ist nicht zuletzt eine mentale Transformation. Denn es finden sich in der Vergangenheit wenige Hinweise darauf, dass allein technologische Entwicklungen die Zukunft unseres Planeten werden sichern können. Auch unsere Konsumententscheidungen können nur zum Teil dazu beitragen, die Klimakrise und andere globale Herausforderungen einzudämmen. Oder haben Sie schon einmal versucht, bei einem CO₂-Rechner auf unter drei Tonnen für ihren individuellen Fußabdruck zu kommen? Unmöglich! Die Verantwortung auf einzelne abzuwälzen, ist also der falsche Weg, auch wenn Unternehmen wie der Ölkonzern BP mit millionenschweren Kampagnen die Idee des eben genannten individuellen Fußabdrucks stützen. Wie wichtig ist also die Psychologie für die globale Herausforderung Klimakrise? Spoiler: Sie ist essenzieller Teil der Anstrengungen, die Klimakrise in den Griff zu bekommen.

Typische Barrieren des Alltags

Viele kennen es: Man fühlt sich umweltbewusst, lebt in einem sozialen Umfeld, das ebenfalls auf klimabewusstes Leben achten will – und muss bei Regen und Kälte zur einige Kilometer entfernten Schule oder Arbeitsstätte. Der nächste Bus? Der kommt – wenn überhaupt – in 30 Minuten. Die wenigsten werden in dieser Situation das Fahrrad benutzen. Stattdessen setzen sie sich lieber ins eigene Auto. In einem Land wie Deutschland ist es vor allem im ländlichen Raum nicht leicht, auf ein Auto zu verzichten. In großen Städten

ist es einfacher, aber auch hier scheinbar nicht einfach genug, wenn man sich die Staus, den Verkehrslärm und die Lebenszeit anschaut, die für die Parkplatzsuche verwendet wird. Diese Beispiele zeigen: Unser Geist ist willig, aber unser Fleisch ist schwach. Wir wollen eigentlich und finden es auch wichtig, aber die Bedingungen lassen es nicht zu.

Es sind also neben Gewohnheiten und Routinen (»Ich bin halt mit Mettbrötchen aufgewachsen.«), der Verantwortungszuschreibung (»Sollen die da oben mal machen!«) und fehlender Selbstwirksamkeit (»Ich allein kann doch ohnehin nichts tun!«) oft die systemischen Grenzen und Bedingungen, die uns davon abhalten, das Richtige zu tun (Klößner, 2013). Und da ist schon das nächste Problem: Was ist das Richtige? Selbst wenn wir es als gesetzt ansehen, dass es richtig ist, im Sinne einer nachhaltigen Gesellschaft zu agieren, wissen wir oft nicht, was das Richtige ist: Lieber den Apfel aus Deutschland, der seit Monaten mit Stickstoff gekühlt in großen Hallen Energie verbraucht oder besser den frischen Apfel, der aus Neuseeland eingeschifft wurde? Lieber im mit Ökostrom beheizten Neubau wohnen oder doch im Altbau, dessen hohe Decken mit Öl beheizt werden? Lieber ein neues sparsames E-Auto kaufen oder doch den 15 Jahre alten Diesel bis zum übernächsten TÜV ausreizen? Neben einem starken Umweltbewusstsein braucht es also auch noch die kognitiven Kapazitäten, sich über Konsumententscheidungen zu informieren. Und dafür fehlt es oft an Zeit.

Gerade in der sogenannten Rushhour des Lebens können wir uns kaum dazu durchringen, Konsumententscheidungen rational und bewusst zu treffen, sondern entscheiden uns aufgrund von Heuristiken – Daumenregeln, mit denen wir in den meisten Situationen gut durchs Leben kommen, die aber oft zu allem anderen als umweltfreundlichen Entscheidungen führen (z.B. Gilovich et al., 2002). Zudem scheinen viele Unternehmen unsere Entscheidungsfindungsprozesse zu kennen. Sie präsentieren uns ihre Produkte als unverzichtbaren Teil unseres Lebens. Die »Freude am Fahren« mittels »Vorsprung durch Technik« will schließlich befriedigt werden. »Ich liebe es«, in den Burger zu beißen. Geiz war auch lange Zeit geil, denn »unterm Strich: Zähl' ich«. Unseren Entscheidungen für oder gegen umweltbewusste Mobilität, für oder gegen eine pflanzenbasierte Ernährung, für oder gegen das neue Smartphone, für oder gegen eine Bank, die Geldgeschäfte ökologisch und sozial abwickelt, folgen nicht immer rationale Kosten-Nutzen-Abwägungen. Politische Rahmenbedingungen – etwa Gesetze – zeigen uns ebenfalls Grenzen auf: Während ich vor der eigenen Haustür ein Auto (oder fünf) auf öffentlichen Stellplätzen parken darf, dürfte ich diesen Raum nicht nutzen, um

einen Baum (oder fünf) zu pflanzen. Einrichtungen der öffentlichen Hand müssen ihre Einkäufe meist nach ökonomischen Standards abwickeln – so billig wie möglich –, anstatt faire oder ökologische Herstellungsbedingungen zu berücksichtigen.

Zeit zum Handeln

Wir stehen also auf vielen Ebenen des menschlichen Handelns sowohl als individuelle Akteur*innen als auch als Unternehmen oder politische Entscheidungsträger*innen vor Barrieren, die uns im Alltag und auch in Bezug auf längerfristige Planungen enorm bremsen. Das ist oft deprimierend. Aber es ist nicht völlig hoffnungslos. So zeigen Umfragen, in denen Bürger*innen zu ihrer Zustimmung oder Ablehnung zu ökologischen Fragen, Verhaltensweisen oder zur Unterstützung politischer Maßnahmen befragt werden, seit vielen Jahren – das gilt an dieser Stelle zumindest für Deutschland und Europa – stabile und mehrheitliche Zustimmungsraten beispielsweise zur Energiewende. Die Politik solle mehr Geld in die Hand nehmen, um erneuerbare Energien stärker zu fördern. Überhaupt geben die meisten Menschen in solchen Befragungen an, Umweltschutz sei für sie persönlich enorm wichtig und eine wichtige politische Aufgabe. Wir können also ein recht starkes Umweltbewusstsein über Bevölkerungsgruppen hinweg beobachten.¹ Gleichzeitig empfinden wir oft eine gewisse Hemmung, die von der fehlenden Be-deutsamkeit des eigenen Beitrags gespeist wird. Sie kratzt sehr an unserem Selbst, denn wir wollen Kontrolle über unser Verhalten und darüber haben, was wir mit unserem Verhalten erreichen. Allerdings kann uns das angesichts der Klimakrise kaum befriedigen, weil wir die Auswirkungen unseres Handelns nicht sehen. Wir bekommen kein Feedback, ob es auch etwas bringt, wenn wir auf einen Flug verzichten, das Fahrrad nutzen oder grünen Strom beziehen. Es scheint – selbst wenn die Erde im wörtlichen Sinne brennt – eine psychologische Grenze erreicht.

Lange Zeit hieß es, man müsse am eigenen Leib die Klimakrise spüren, um etwas zu ändern. Doch obwohl wir seit Jahren die realen Folgen der Klimakrise beobachten können – extreme Sommer, Wald- und Buschbrände (nicht nur) in den USA und Australien, Sorgen um die Wasserversorgung in Metropolregionen in Deutschland und anderen Ländern –, verändern wir nichts.

1 Siehe z.B. https://ec.europa.eu/clima/citizens/support_de.

Eher scheint es so, als würden wir sehenden Auges in die Katastrophe laufen. Wenn also selbst unser eigener Erfahrungsraum den Hebel zum Handeln nicht umlegt, dann müssen wir den Fokus auf das Individuum substanziell überdenken. Wir sollten uns weniger darauf fokussieren, wie eine einzelne Person ihren ökologischen Fußabdruck verringern kann, sondern uns überlegen: Wie können wir als Gemeinschaft oder Gesellschaft einen substanziellen Beitrag leisten? Wie könnte das gelingen?

Ja, wir schaffen das!

Wenn individuelles Handeln an Grenzen stößt, weil wir nicht wissen oder merken, dass unser Handeln etwas bringt, dann sollten wir uns einer sehr menschlichen Eigenschaft besinnen: Menschen sind Gruppenwesen. Sie können sich mit anderen organisieren und zusammentun, um gemeinsame Ziele zu erreichen. Das ist weder neu noch überraschend, aber es zeigt doch: Wir stehen nicht allein auf weiter Flur. Die Klimakrise als kollektive Krise zu verstehen, fällt zwar schwer, doch wenn es uns gelingt, sie durch eine »kollektive Linse« zu betrachten, können wir einen substanziellen und vor allem sichtbaren Beitrag leisten. Was heißt das aus psychologischer Sicht?

In einem umweltpsychologischen Wirkmodell wurde systematisiert, welche Prozesse bei der Wahrnehmung und Reaktion auf die Klimakrise (aber auch auf andere Krisen) eine besondere Rolle spielen (Fritsche et al., 2018; Reese et al., 2020). Nach diesem Modell hängt die Bewertung der Klimakrise erstens davon ab, wie sehr sich einzelne Personen mit einer bestimmten Gruppe identifizieren. Wenn ich mich also etwa mit der Gruppe Greenpeace identifiziere, dann ist es besonders wahrscheinlich, dass ich die Klimakrise als besonders bedrohlich wahrnehme und entsprechend darauf reagieren möchte. Hier kommt das zweite Element ins Spiel: Vor allem dann, wenn ich das Gefühl habe, dass wir als Gruppe wirklich etwas zu einem Ziel, einer Veränderung, einer Transformation beitragen können, bin ich motiviert, mich auch persönlich stärker einzusetzen. Und schließlich spielt noch ein Faktor eine besondere Rolle: Innerhalb der Gruppe müssen klare Normen und Ziele bestehen, für die wir uns einsetzen können und wollen. Das mag bei Greenpeace trivial sein – hier ist die Gruppenzugehörigkeit nahezu gleichzusetzen mit den Zielen und Normen –, aber bei größeren Gruppen macht das den entscheidenden Unterschied. Wenn ich mich z.B. mit den Bürger*innen meiner Stadt identifiziere, kann dies meinen Beitrag zum Klimaschutz stärken, be-

sonders dann, wenn sich die Stadt zum Ziel gesetzt hat, Klimaschutz an die oberste Stelle zu setzen, Klimaschutz also in der Stadt normativ wird.

Auch hier sehen wir wieder, dass psychologische Prozesse mit politischen Rahmenbedingungen interagieren können: Wenn wir es als Gruppe oder Bewegung schaffen, Klimaschutz auf den Plan zu rufen (wie die Fridays for Future-Bewegung es wunderbar geschafft hat), dann bewegt sich die Politik. Bewegung von unten kann also zu Bewegung auf politischer und gesetzlicher Ebene führen. Umgekehrt kann das ebenso gelingen: Wenn der Staat oder die Kommune als gesetzgebende Instanz klimabewusstes Handeln fördert – etwa durch finanzielle Anreize (wie dem Erneuerbare-Energien-Gesetz), infrastrukturelle Veränderungen (wie breite Radwege) oder auch durch Verbote (z.B. von Inlandsflügen) und das Erschweren klimaschädlicher Verhaltensweisen (wie die massive Reduktion von Parkplätzen im öffentlichen Raum) –, dann profitieren nicht Einzelne, sondern Gruppen von Menschen und die Bereitschaft, selbst etwas beizutragen, steigt. Und letztlich – wenn auch sehr mittelbar und langfristig – dient unser Handeln der gesamten Menschheit.

Vielleicht liegt hier sogar noch ein weiterer Schlüssel, der unser klimaschützendes Denken in klimaschützendes Handeln übersetzt. So deuten die Ergebnisse der Forschung zur sogenannten globalen Identität, also einer Identifikation mit der Gruppe der gesamten Menschheit, darauf hin, dass eine stärkere Bindung an die Gruppe Menschheit dazu führen kann, sich stärker für die Belange aller auf dem Planeten einzusetzen und nicht nur engstirnige Eigen- oder nationale Interessen zu verfolgen (Loy & Reese, 2019; McFarland et al., 2019; Reese & Kohlmann, 2015). Es muss also darum gehen, die eigene moralische Sphäre auf die gesamte Menschheit auszudehnen. Das stellt sicherlich eine Herausforderung dar. Zusammen mit der Identifikation auf lokaler oder regionaler Ebene könnte darin jedoch ein psychologischer Hebel liegen, durch den globale Verantwortung in lokales, klimabewusstes Handeln übersetzt und gleichzeitig die Akzeptanz politischer Klimaschutzmaßnahmen gesteigert wird.

Und alle müssen!

Den meisten Menschen ist klar, dass die Klimakrise konzertiertes Handeln auf breiter Basis erfordert. Jede*r Einzelne kann und muss dazu beitragen – auch Unternehmen und die Politik. Wir können als Bürger*innen auf die Straße gehen und wählen, welche Politik wir wollen. Und die Politik kann

den Rahmen für uns und für Unternehmen schaffen, klimabewusst zu agieren. Das ist eine Menge Arbeit, die gemacht werden muss. Das Gute daran ist: Sie ist machbar. Wir »müssen« hinterfragen, inwiefern die aktuellen ökonomischen Wachstumsnormen – auch jene mit einem grünen Anstrich – uns daran hindern, neue Visionen zu entwickeln. Ist es wirklich Verzicht, wenn wir kein eigenes Auto mehr haben, fahren, zahlen, parken müssen? Oder ist es Befreiung und Solidarität? Wir »müssen« mit dem Finger auf unsinnige Infrastrukturen und Standards hinweisen, die einer klimaschützenden Entwicklung im Weg stehen. Wir »müssen« Kapazität für Veränderung schaffen – zeitliche, aber auch finanzielle Kapazitäten. Vielleicht kann ein bedingungsloses Grundeinkommen den ökonomischen Druck verringern und zeitliche Freiräume schaffen, sich solidarisch zu engagieren. Jede*r Einzelne ist ein Teil des Ganzen, aber eben nicht in alleiniger Verantwortung. Wir sollten es einfach mal probieren! Und zwar jetzt: Dieses Buch zur Seite legen, aufstehen, handeln!

Literatur

- Fritsche, I., Barth, M., Jugert, P., Masson, T. & Reese, G. (2018). A Social Identity Model of Pro-Environmental Action (SIMPEA). *Psychological Review*, 125(2), 245.
- Gilovich, T., Griffin, D. & Kahneman, D. (Hg.) (2002). *Heuristics and Biases: The Psychology of Intuitive Judgment*. Cambridge u.a.: Cambridge University Press.
- Klöckner, C.A. (2013). A Comprehensive Model of the Psychology of Environmental Behaviour – A Meta-Analysis. *Global Environmental Change*, 23(5), 1028-1038.
- Loy, L.S. & Reese, G. (2019). Hype and Hope? Mind-Body Practice Predicts Pro-Environmental Engagement Through Global Identity. *Journal of Environmental Psychology*, 66. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2019.101340>
- McFarland, S., Hackett, J., Hamer, K., Katzarska-Miller, I., Malsch, A., Reese, G. & Reysen, S. (2019). Global Human Identification and Citizenship: A Review of Psychological Studies. *Political Psychology*, 40, 141-171.
- Reese, G. & Kohlmann, F. (2015). Feeling Global, Acting Ethically: Global Identification and Fairtrade Consumption. *The Journal of Social Psychology*, 155(2), 98-106.

Reese, G. et al. (2020). SARS-Cov-2 and Environmental Protection: A Collective Psychology Agenda for Environmental Psychology Research. *Journal of Environmental Psychology*, 70, 101444. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2020.101444>

