

SONGS OF SPROUTS & PURPLE BEETS

Ein musikalisches Festmahl zu Nachhaltigkeit und Klimaschutz

23.04.2016, 15:00 bis 19:00 Uhr

Ada- und Theodor-Lessing-Volkshochschule, Theodor-Lessing-Saal, Burgstraße 14, 30159 Hannover

Das gute Leben und die Kultur/en der Nachhaltigkeit

Vortrag von Davide Brocchi, Köln¹

Teil 1 (10 Min.)

Für eine Transformation der Gesellschaft und der Lebensstile in Richtung Nachhaltigkeit brauchen wir neue Formate – und diese Veranstaltung liefert ein gutes Beispiel dafür: Hier werden Musik, Essen und Vorträge miteinander verbunden.

Warum brauchen wir noch mehr solcher Formate? Weil Information und Wissen allein oft nicht reichen, um das Verhalten der Menschen zu ändern.

- Wer raucht, wird jeden Tag mit der Information konfrontiert, dass Rauchen die Gesundheit gefährdet: Gibt es deswegen keine Raucher mehr?
- Wir wissen es: Die Fliegerei schadet dem Klima, die Temperaturen könnten in diesem Jahrhundert um mehrere Grad Celsius steigen, die Wissenschaftsgemeinschaft fordert eine Halbierung der weltweiten CO₂-Emissionen bis 2050: Fliegen wir deshalb weniger?

Nein! Information und Wissen sind keine ausreichende Voraussetzung für ein nachhaltiges Verhalten. Der Sozialwissenschaftler Harald Welzer stellt deshalb die Frage: Warum tun wir nicht, was wir wissen?

¹ Davide Brocchi, Dipl. Soz.wiss. – Nikolausstr. 147, 50937 Köln – Email: davide.brocchi@uni-duesseldorf.de – Web: www.davidebrocchi.eu

Weil das menschliche Verhalten weniger durch rationale, bewusste Überlegungen beeinflusst wird: viel wichtiger sind Emotionen und Gefühle; es ist das, was sich in unserem Unbewussten abspielt. Das ist eine fundamentale Erkenntnis der Psychologie. Bedürfnisse und Ängste, Motivation und Gewohnheit, Genuss und Ekel, Vertrauen und Misstrauen, Liebe und Hass bewegen uns deutlich mehr als die reine Information. Wenn Nachhaltigkeit eine Chance in unserer Gesellschaft haben will, dann muss sie sich mit den Emotionen und den Gefühlen auseinandersetzen – und sich nicht nur auf die Vernunft oder auf die Moral berufen. Beim Einkaufen im Supermarkt wird ein großer Teil der Entscheidungen im Unbewussten getroffen – und nicht im Bewussten. Die Marketingabteilungen der Unternehmen und die Werbeindustrie wissen das schon länger - und nutzen die Psychologie und die Kreativität, um unsere innere Umwelt zu kolonisieren.

Nachhaltigkeit benötigt eine Dekolonisierung unserer inneren Umwelt – eine „Dekolonisierung der Imagination“, würde der französische Philosoph und Ökonom Serge Latouche sagen. Die Kulturkritik und die Kunst können dabei von großer Hilfe sein.

Um wirksam zu werden, muss die Botschaft der Nachhaltigkeit nicht nur den Kopf ansprechen, sondern auch das Herz und den Bauch. Wir brauchen nicht nur die Wissenschaftler, sondern auch die Künstler, die Musiker, die Theaterschaffenden, die Designer, die Köche... weil sie die besondere Kompetenz haben, emotional zu kommunizieren; Gefühle aufzugreifen und sie zum Ausdruck zu verhelfen...

Auch der Klimaschutz will gefühlt – und nicht nur gedacht werden!

Neben der Bedeutung von Emotionen und Gefühlen möchte ich auch die Bedeutung der Kultur betonen. **Die Transformation in Richtung Nachhaltigkeit wird nur dann gelingen, wenn sie als kultureller Wandel begriffen und gestaltet wird.** Denn nicht nur Emotionen und Gefühle beeinflussen unser

Verhalten stark, sondern auch die Kultur. Kultur, das sind die Werteinstellungen, mit denen wir in unserer Familie erzogen worden sind; es ist die Normalität, woran wir unser Verhalten im Alltag orientieren. Die Natur- und Menschenbilder, das heißt, die Art und Weise, wie wir die Natur oder den Menschen sehen, beeinflusst die Art und Weise, wie wir damit umgehen. Der niederländische Kulturwissenschaftler Geert Hofstede definiert Kultur als die „Software of the mind“ – und diese Software steuert sogar einen Teil unserer Gefühle und Emotionen, sonst würden alle Menschen der Welt gleich fühlen. Zum Beispiel wird unser Geschmack durch die Kultur erzogen: In Deutschland empfinden wir Weinbergschnecken als ekelhaft, in Frankreich gelten sie hingegen als Delikatesse.

Kulturen – so Hofstede – unterscheiden sich voneinander durch die Art und Weise, wie Menschen mental programmiert werden.

Weil die Kultur einen starken Einfluss auf unsere Entscheidungen und auf unser Verhalten hat, können die heutigen Krisen auch als Ergebnis einer nicht-nachhaltigen Kultur betrachtet werden. Wenn wir eine Verschärfung der Klimakrise oder eine Wiederholung der Finanzkrise vermeiden wollen, dann müssen wir die Kultur ändern, die sie verursacht hat; dann müssen wir die Art und Weise hinterfragen, wie Verbraucher, Unternehmer, Wissenschaftler, Politiker... in unserer Gesellschaft gebildet werden.

Weil Kultur so tief in uns sitzt, ist ein Kulturwandel der radikalste Wandel, den man sich vorstellen kann.

Es ist ein ziemlich komplexes Thema, um in dieser kurzen Zeit behandelt zu werden... Ich kann hier nur zwei Punkte unterstreichen...

Der erste Punkt. Die moderne westliche Kultur zielt auf eine zunehmende Abgrenzung zur Natur. Bei uns ist Kultur das, was nicht Natur ist. Nur das, was zur Kultur – besser, zur Hochkultur gehört, wird wertgeschätzt, während die Umwelt auf ein Rohstofflager und auf eine Deponie reduziert wird. Zwischen Rohstofflager und Deponie bauen wir sozusagen unsere künstliche Ordnung

und unsere Wohlstandsinseln auf. Diese Denkweise hat dazu geführt, dass die heutige industrialisierte Nahrungsproduktion mit Natur kaum noch etwas zu tun hat. Und weil die Natur nicht nur „Um/Welt“ (um uns herum) ist, sondern auch „Inwelt“ ist (so der Biologe Jakob von Uexküll), leidet nicht nur die externe Natur unter den Folgen der Industrialisierung, sondern auch unsere innere Natur.

Ein gutes Leben bedarf einer Rückbesinnung auf den ursprünglichen Kulturbegriff. Kultur kommt vom lateinischen „Cultivare“ – und Cultivare verbindet beides: den Ackerbau, die Pflege der Erde – mit dem Cultus, der geistigen Tätigkeit. Wir brauchen heute eine Kultur, die verbindet anstatt einer Kultur, die trennt; eine Kultur des Dialogs anstatt einer Kultur der Abgrenzung. Ein Dialog zwischen Kultur und Natur bedeutet auch ein Dialog zwischen Hochkultur und Tradition. Traditionelles Wissen in den Regionen darf nicht mehr als Zeichen von Rückständigkeit zerstört werden, sondern muss geschützt und aufgewertet werden. Dieses Wissen ist vielerorts ein wichtiger Bestandteil des ökologischen Gleichgewichts.

Der zweite Punkt. Für einen kulturellen Wandel in Richtung Nachhaltigkeit müssen wir verstehen, dass unsere Wirklichkeit nicht die einzige und die einzig Wahre ist. Aus unserer Perspektive sind Privateigentum, Wirtschaftswachstum und freier Wettbewerb unverzichtbar. Ein Leben ohne Geld erscheint den meisten von uns genauso wenig vorstellbar wie eine Stadt ohne Autos. Bei vielen indigenen Völkern spielen all diese Dinge aber fast keine Rolle. Während bei uns eine gute Politik vor allem an der Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts gemessen wird und ein gutes Wirtschaften mit schwarzen Zahlen gleichgesetzt wird, wird Wohlstand in anderen Kulturen durch die Qualität der menschlichen Beziehungen, die Solidarität und das Gleichgewicht mit der Natur verbunden. In Lateinamerika heißt dieses Leitbild *Buen Vivir* – Gutes Leben.

Durch die Auseinandersetzung mit anderen Lebensweisen können wir lernen, dass eine Reduktion der CO₂-Emissionen nicht notwendigerweise ein Verzicht bedeuten muss: Man kann damit sogar glücklicher werden.

Nachhaltigkeit darf keine neue Monokultur werden, die von oben nach unten durchgesetzt wird – sondern braucht vor allem kulturelle Vielfalt und Freiräume, in denen sich die Vielfalt entfalten kann. Die Vielfalt ist nicht weit weg von uns – wir brauchen keine Fernflüge, um sie zu finden... Die Vielfalt ist oft nebenan – und gar in uns selbst. Ein gutes Leben zeichnet sich durch die Möglichkeit aus, die diese Vielfalt hat, sich auszudrücken und teilzuhaben – auch an der Entwicklung der Stadt. Dieses Thema möchte ich aber im zweiten Teil meines Vortrages vertiefen...

Teil 2 (10 Min.)

Bei dieser Veranstaltung werden nicht nur Musik, Essen und Vorträgen miteinander verbunden, sondern auch drei weitere grundlegende Elemente des guten Lebens - nämlich

- **die Gemeinschaft** (wir sitzen hier zusammen);
- **die Zeit** (wir haben bzw. nehmen uns die Zeit für das Pflegen menschlicher Beziehungen, für das Ernten, für das Essen...);
- **und der Freiraum** (es wird uns einen Raum zur Verfügung gestellt, in dem all diese Dinge zusammenkommen).

Trotz Wachstum werden diese drei Güter in unserer Gesellschaft immer knapper – und je knapper sie werden, desto größer wird der Bedarf daran. Der „Tag des guten Lebens“, der in Köln seit 2013 einmal pro Jahr stattfindet, ist ein enormer Erfolg geworden, weil er eine verbreitete Sehnsucht nach mehr Gemeinschaft, nach Entschleunigung und nach mehr Freiräumen anspricht.

Wer diese Sehnsucht anspricht, kann die Menschen auch zu mehr Klimaschutz bewegen. Es muss nicht unbedingt Klimaschutz und Nachhaltigkeit heißen, was zum Klimaschutz und zur Nachhaltigkeit beiträgt.

Mitten der altgriechischen Stadt, der Polis, gab es einen besonderen Platz: die Agora. Dieser Platz übte gleichzeitig mehrere Funktionen aus: Hier fand der Markt statt, bei dem die Produzenten aus der Region auf die Konsumenten trafen. Die Agora war der Ort der Gemeinschaft, in dem soziale Beziehungen gepflegt wurden. Hier fand Kunst im öffentlichen Raum statt und auch die Politik. Die Agora ist als die Wiege der direkten Demokratie bekannt, weil hier die Bürger tagten, um gemeinsam über die Entwicklung ihrer Stadt zu entscheiden.

Ich habe mich gefragt, wo die Agora in der modernen Stadt geblieben ist. Wo sind die urbanen Räume, in denen die Bürger Subjekte statt Objekte sind? Wo sind die Freiräume, in denen sich die Gemeinschaft bildet; in denen die Vielfalt zum Ausdruck kommen darf und Reallabors für die Alternativen entstehen können? Wo sind diese Räume in der heutigen Stadt?!

Urbane Freiräume sind für eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit enorm wichtig – aber sie werden immer weniger und immer kleiner. Der urbane Raum wird zunehmend privatisiert, kommerzialisiert oder durch den zunehmenden Straßenverkehr besetzt.

Deshalb werden am „Tag des guten Lebens“ die Straßen und die Plätze der Stadt von Straßenverkehr und Kommerz befreit – und in eine breite Agora umgewandelt. In Köln fand der Tag bisher in einem ganzen Stadtteil statt. Betroffen war ein Gebiet zwischen 1 Km² und 2 Km², in dem zwischen 20.000 und 30.000 Anwohner leben. An diesem Tag ist die Straße eine Bühne unter freiem Himmel, auf der sich jeder Bürger als Künstler erleben darf – ganz im Sinne Joseph Beuys'. Jede Straßennachbarschaft schafft eine soziale Plastik, schon indem die Autos auf der Straße umgeparkt werden und das Stadtbild dadurch komplett verändert wird. Auf der Straße werden dann gemeinsame Konzepte des guten Lebens umgesetzt und erlebbar gemacht.

Der „Tag des guten Lebens“ ist ein Projekt im Sinne des Empowerment, der Selbstermächtigung der Bürger: Ein ganzer Stadtteil wird für einen Tag von der jeweiligen Anwohnerschaft, d. h. von unten, regiert.

Es stimmt nicht, dass die Menschen apolitischer geworden sind. Dort wo die Bürger ernst genommen werden und ein Mitspracherecht haben, dort wo lokale Gemeinschaften eigene Räume selbst verwalten dürfen, dort übernehmen die Bürger gerne Verantwortung und partizipieren. Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen mitbestimmen zu dürfen, ist übrigens ein weiterer zentraler Aspekt des guten Lebens.

Wie nutzen die meisten Anwohner die Freiräume in Köln, die ihnen am „Tag des guten Lebens“ zur Verfügung stehen? Unter den vielen Aktionen ist eine typische Aktion das gemeinsame Essen mit den Nachbarn – an einem langen Tisch unter freiem Himmel. An sich ist diese keine besonders politische Aktion – und doch dient auch sie zur Transformation in Richtung Nachhaltigkeit. Warum? Weil so soziale Interaktion stattfindet; Interaktion unter Menschen, die oft jahrelang nebeneinander gewohnt haben und sich trotzdem nie begrüßt haben. Da wo soziale Interaktion stattfindet, entsteht Vertrauen. Und da wo Vertrauen entsteht, teilen die Menschen miteinander. Der Erfolg des „Tag des guten Lebens“ in Köln hat gezeigt, dass ein solcher Ansatz ein großes Potential hat.

Vertrauen unter den Nutzern ist die Voraussetzung für eine nachhaltige Bewirtschaftung der Allmende, der Gemeingüter. Für diese Erkenntnis bekam die Politikwissenschaftlerin Elinor Ostrom 2009 als erste Frau den Wirtschaftsnobelpreis. Nicht nur das Klima ist ein Gemeingut, sondern auch die Stadt, der Stadtteil und die Straße können als Gemeingüter betrachtet und entsprechend behandelt werden.

Die Transformation kann beginnen, indem sich Straßennachbarschaften bilden, die Spielräume für die Selbstverwaltung erhalten. In ihrem eigenen Lebensraum können sie dann selbst Schritte in Richtung Nachhaltigkeit

einleiten und umsetzen. Die Anwohner selbst sollten entscheiden dürfen, ob ein Investor ein Einkaufszentrum in ihrem Stadtteil aufbauen darf oder nicht. Die Voraussetzung dafür ist, dass ein Teil der Macht von oben nach unten umverteilt wird; dass eine gewisse Dezentralisierung des Regierens stattfindet.

Bevor ich zum Schluss komme, wollte ich die wichtige Bedeutung von Vertrauen und Misstrauen unterstreichen. Misstrauen ist Gift für eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit. In einem Zustand des Misstrauens arbeiten die Akteure gegeneinander und nicht miteinander.

Menschen, die sich vertrauen, teilen hingegen mehr – und zwar nicht nur das Auto und die Werkzeuge, sondern auch die Verantwortung für das Gemeinwesen.

Der Systemtheoretiker Niklas Luhmann hat uns gelehrt, dass Vertrauen eine wichtige soziale Strategie ist, um Komplexität zu reduzieren. Der erste Schritt aus der Ohnmacht gegen den Klimawandel beginnt also mit der Vertrauensbildung. Und das ist in unserer Gesellschaft eine riesige Herausforderung: Wie können wir die Menschen dazu bringen, miteinander zu teilen – in einem Kontext, der von Wettbewerb und steigender sozialer Ungleichheit dominiert wird? Wie können Menschen für gemeinsame Ziele wie den Klimaschutz handeln, wenn die Profitmaximierung als höchster Wert in der Wirtschaft gilt?

In Zeiten, in denen das Misstrauen besonders verbreitet ist, erscheinen auch Orte wie die Partnerschaft, die Familie, die Verwandtschaft sowie der Freundeskreis als Orte des Widerstands. Ein „gutes Leben“ ohne diese Orte des Vertrauens ist kaum vorstellbar. In meiner Kindheit auf dem italienischen Land war die ganze Nachbarschaft ein solcher Ort des Vertrauens.

In solchen Bereichen unserer Gesellschaft findet eine besondere Form der Ökonomie statt, die ganz ohne Geld auskommt. Schon bevor das *car sharing* erfunden wurde, wurde das Auto in der Familie geteilt. Mein Vater hat ein kleines Landstück und baut dort Gemüse und Obst an – und wenn die Ernte den Bedarf der Familie übersteigt, wirft er den Rest nicht weg, sondern

verschenkt es. Vertraute Menschen glücklich zu machen, macht ihn selbst glücklich: Das ist das einzige, was er an dieser Arbeit verdient – und trotzdem ist es ihm wert. An solchen Orten findet der Tauschhandel auf der Basis der Solidarität und der Reziprozität statt – und nicht von Profit und Geld.

Der Soziologe Marcel Mauss nannte diese Form von Ökonomie „Schenkökonomie“ und sah darin den Zement, der die Gemeinschaft zusammenhält. Am „Tag des guten Lebens“ dürfen keine kommerziellen Aktionen im öffentlichen Raum stattfinden, weil wir dadurch die Schenkökonomie in der Nachbarschaft fördern wollen.

In einem Kontext, in dem Vertrauen herrscht, findet eine Dematerialisierung der Lebensstile statt: Was geteilt wird, muss nicht gekauft werden, also auch nicht produziert werden. Die Beziehungen ersetzen die Materialität. Die Qualität der Produkte wird hier nicht durch den Wettbewerb, sondern durch die enge Beziehung garantiert.

Mein Vater produziert den eigenen Wein mit einer großen Leidenschaft, als ob er ein Kunstwerk wäre, weil dieser Wein für die eigene Familie und für die Gäste ist. Es bereitet ihn eine große Freude, dafür Anerkennung zu bekommen. Es ist nicht die Moral oder das Wissen über Nachhaltigkeit, die ihn dazu bringt, auf Chemie in der Landwirtschaft zu verzichten – sondern die Tatsache, dass ihm die Gesundheit seiner Mitmenschen wichtig ist.

Die moderne Entwicklung hat die Schenkökonomie verdrängt – und dadurch auch ein soziales Gewebe in unserer Gesellschaft zerstört. In der Globalisierung herrscht die Anonymität: Wer von euch kennt persönlich die Hersteller der Nahrungsmittel, die ihr jeden Tag verzehrt? Das Vertrauen zwischen Produzenten und Konsumenten muss künstlich durch teure Werbemaßnahmen erzeugt werden – wobei Skandale immer wieder die Täuschung offenbaren. Nicht nur das Vertrauen in den Märkten ist zerstört, sondern auch jene in der Demokratie, wobei der Anteil der Nichtwähler steigt.

Der Markt und die Demokratie müssen neu gegründet werden – und dies kann nur dort stattfinden, wo Vertrauen wieder entstehen kann, nämlich im Lokalen, dort wo sich Menschen persönlich begegnen können: Produzenten und Konsumenten, Regierende und Regierte, Einheimischen und Flüchtlingen, Nachbarn.

Dafür sollten wir uns gemeinsam einsetzen - in unserer eigenen Stadt, in unserem Stadtteil und in unserer eigenen Straße.

Vielen Dank!