

HINTERGRUNDPAPIER

Wandel mit Hand und Fuß

Mit dem Germanwatch Hand Print
den Wandel politisch wirksam gestalten

Alexander Reif, Marie Heitfeld



Zusammenfassung

Wir wissen, dass wir einen Wandel hin zur Nachhaltigkeit brauchen. Wir wissen, warum wir ihn wollen. Wir haben genügend Ideen und Vorstellungen darüber, was sich ändern soll. Das Wissen und Bewusstsein über die Notwendigkeit einer nachhaltigen Entwicklung ist in unserer Gesellschaft vorhanden, und dennoch ist konsequentes Verhalten nach diesem Prinzip eher selten und im Alltag nur schwer umzusetzen. Welche Ursachen stecken dahinter und wie können wir den Wandel aktiv vorantreiben? Oft werden in der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) und im Globalen Lernen die zugrundeliegenden strukturellen Rahmenbedingungen, die zukunftsfähige und nachhaltige Lebensweisen bisher verzögern oder verhindern, nicht ausreichend thematisiert.

Der Germanwatch Hand Print ist ein Konzept für BNE-AkteurInnen, die genau hier ansetzen möchten. Er ermutigt sie, verstärkt einmischende und in reale Strukturen hineinwirkende Formen des Engagements zu nutzen. Nach dem Motto „Strukturen verändern, Wandel gestalten“ fokussiert er auf strukturveränderndes und

politisches Engagement. Denn man hat einen wesentlich größeren Hebel, um den Wandel voranzubringen, wenn man gemeinsam an diesen beiden Strängen zieht. Der Germanwatch Hand Print ist für Aktive und Engagierte konzipiert, die den Wandel mitgestalten wollen. Der Ansatz soll sie in ihrem Engagement unterstützen.

Die vorliegende Broschüre ist insbesondere für Bildungs-MultiplikatorInnen aus den Bereichen Globales Lernen und Bildung für nachhaltige Entwicklung gedacht, die eben solche aktiven Menschen ansprechen oder in Organisationen, (Jugend-)Verbänden und Initiativen zielgruppenspezifische (Bildungs-)Arbeit leisten. Sie stellt die Idee des Hand Prints vor, erläutert zentrale strukturelle Herausforderungen auf dem Weg zur Nachhaltigkeit und ermutigt dazu, diese Strukturen auch in der eigenen Bildungsarbeit zu hinterfragen und zu adressieren. Der lösungs- und handlungsorientierte Ansatz hat für die eigene BNE-Arbeit den Anspruch, vom Wissen zum Handeln und vom Handeln zum Wandel zu gelangen.

Impressum

AutorInnen: Alexander Reif, Marie Heitfeld

Redaktion: Daniela Baum

Illustration: Benjamin Bertram

Layout: Dietmar Putscher

Herausgeber: Germanwatch e. V.

Büro Bonn:

Dr. Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201, D-53113 Bonn

Telefon +49 (0)228 / 60492-0, Fax -19

Internet: www.germanwatch.org

Dezember 2015

Bestellnr: 15-6-03

Büro Berlin:

Stresemannstr. 72, D-10963 Berlin

Telefon +49 (0)30 / 2888 356-0, Fax -1

E-Mail: info@germanwatch.org

ISBN 978-3-943704-46-4

Diese Publikation kann im Internet abgerufen werden unter: <http://germanwatch.org/de/12040>

Gefördert von Engagement Global im Auftrag des



Für den Inhalt dieser Publikation ist allein Germanwatch verantwortlich.

Inhalt

1	Einleitung.....	4
2	Wandel mit Hand und Fuß.....	5
2.1	Die Idee des Hand Prints.....	5
2.2	Strukturen bleibend verändern	6
2.3	Politisch aktiver werden.....	11
3	Hand Print konkret: Möglichkeiten ohne Ende	12
4	Vergrößere deinen Handabdruck: erste Schritte	16
5	Zielgruppen und MitstreiterInnen für den Wandel	19
6	GestalterInnen im Wandel – Wandel gestalten.....	20
6.1	Mit Bildung für nachhaltige Entwicklung den Wandel gemeinsam selber gestalten.....	20
6.2	BürgerInnen im Wandel: von KonsumentInnen zu GestalterInnen.....	21
7	Literatur	22

1 Einleitung

Das Fahrrad ist zur ersten Wahl für den städtischen Individualverkehr geworden. Man kommt agiler und komfortabler durch die Ballungsräume als mit dem Auto. Es fahren keine dicken SUVs mehr durch enge Gassen – keiner braucht heute noch diese Dreckschleudern. Wer trotz des dichten und modernen Nahverkehrsnetzes noch ein Auto benötigt, teilt es sich mit NachbarInnen. Statt eines blechernen Meeres parkender Autos säumen nun lange Grünflächen die Gehwege der Stadt.

Kurzstreckenflüge leistet sich kaum noch jemand. Wieso auch: Mit Hochgeschwindigkeitszügen kommt man wesentlich günstiger, entspannter und schneller voran.

Strom aus erneuerbaren Quellen ist heute Standard. Wer unbedingt Strom aus fossilen Energien möchte, müsste sich aktiv darum kümmern – aber wer will das schon?

Fair gehandelte Lebensmittel stehen im Supermarktregal leicht auffindbar ganz vorne – die nicht fairen Produkte sind vom Markt verschwunden. Ökologisch erzeugte Lebensmittel und nachhaltige Produkte sind jetzt im Vergleich wesentlich günstiger, weil Auswirkungen auf die Umwelt endlich in die Produktionskosten mit einfließen. Massentierhaltung oder Abholzung von Regenwäldern gehören deshalb der Vergangenheit an.

Für Unternehmen ist nachhaltige Beschaffung inzwischen ein Muss, alles andere würde ihrem Image erheblich schaden und auch von ihren Mitarbeitenden nicht mitgetragen werden. Besonders mit Textilwaren und Elektrogeräten können Hersteller und Händler nur noch Gewinne erwirtschaften, wenn sie die Herkunft der Rohstoffe, die Arbeitsbedingungen und die gesamte Lieferkette transparent offenlegen. Werden Menschenrechte bei Rohstoffabbau oder Produktion verletzt, sind die Produkte nicht mehr verkäuflich.

Außerdem ist es auch endlich gelungen, geschlossene Stoffkreisläufe zu schaffen, sodass kaum noch neue Rohstoffe abgebaut werden müssen.

Der Wandel hin zu einer nachhaltigen, zukunftsfähigen Welt geht uns alle an. Der oben skizzierte Blick in die Zukunft zeigt mögliche Aspekte einer Vision für eine nachhaltige Zukunft auf. Auf diesem Weg in Richtung Nachhaltigkeit ist es wichtig, eigene Visionen von dem zu entwickeln, was wir als wünschens- und lebenswert erachten und wofür wir uns engagieren möchten. Einiges des oben Beschriebenen ist an manchen Orten bereits lokale Realität geworden; anderes erscheint umsetzbar, aber weit weg; manches klingt heute noch utopisch. Wer sich mit nachhaltigen Zukunftsvisionen beschäftigt, stellt sich irgendwann die Frage, wie wir dorthin gelangen können. Was muss passieren, damit sich Gegebenheiten und Strukturen, von denen wir schon lange wissen und spüren, dass sie keinen Platz in unserer Zukunft haben, endlich verändern?

Es sind zwei harte Leitplanken, die zu einem Minimalkonsens unserer Wirtschafts- und Lebensweise werden müssen: zum einen das Einhalten der Menschenrechte und zum anderen die Grenzen unseres Planeten. Doch hiervon ist unser Handeln noch weit entfernt. Zum Teil liegt es daran, dass die Rahmenbedingungen für unser Handeln den Weg dorthin erschweren. Es stellt sich die Frage, wer das alles anpacken soll. Wer gestaltet diesen Wandel? Und interessiert das auch andere? Eines ist sicher: Es gibt bereits viele Ideen und Möglichkeiten, einen echten Unterschied zu machen und den Wandel konsequent voran zu bringen. Der Germanwatch Hand Print möchte engagierten und interessierten Menschen Anregungen und Ideen an die Hand geben, die sie in ihrer Rolle als MitgestalterInnen und AkteurInnen des Wandels stärken und motivieren.

2 Wandel mit Hand und Fuß

2.1 Die Idee des Hand Prints

Der Fußabdruck ist ein Symbol und ein Instrument für die Berechnung des Verbrauchs von natürlichen Ressourcen. Er steht für die negativen sozialen und ökologischen Auswirkungen des eigenen Handelns und für die Spuren, die man auf der Welt hinterlässt. Beispielsweise berechnet der CO₂-Fußabdruck die Menge an Treibhausgasen, für die man selbst verantwortlich ist¹. Aber auch die zum Beispiel für Ernährung oder Mobilität beanspruchte Bodenfläche oder die verbrauchte Wassermenge lassen sich erheben und vergleichbar machen. Oft zeigt sich dadurch erst, welchen erschreckend hohen Anteil westliche Konsummuster und Lebensstile am weltweiten Rohstoff- und Energiehunger haben, insbesondere innerhalb der konsumkräftigen, gut-verdienenden sozialen Schichten. Der Fußabdruck steht also in der Regel für negative Handlungsauswirkungen, die wir durch verändertes Verhalten und nachhaltigere Kaufentscheidungen verringern können.

Für einen transformativen Wandel sind Schritte zum Verkleinern des eigenen Fußabdrucks sehr wichtig. Sie können eine große Wirkung entfalten, insbesondere wenn viele Menschen sie umsetzen. Doch häufig sind es einzelne Bemühungen im Kleinen, in einzelnen Bereichen, über kurze Zeiträume oder von nur wenigen Personen. Das reicht nicht, um den notwendigen Wandel anzustoßen. In Anbetracht der globalen Herausforderungen ist es keine Option, zu warten, bis eine kritische Masse erreicht wird. Wie die bisherige Entwicklung gezeigt hat, ist auch nicht ohne weiteres zu erwarten, dass sie je erreicht wird.

Dies liegt unter anderem auch am sogenannten Rebound-Effekt, jenem gesellschaftlichen Phänomen, das bei einem zunächst nachhaltigen Verhalten letztlich zu einem gegenteiligen Effekt führt. Ein Beispiel ist die Steigerung der Energieeffizienz von LED- gegenüber Energiesparlampen. Wenn dies dazu führt, dass das Licht nun durchgehend eingeschaltet bleibt und mehr Leuchten eingebaut werden, macht es die anfänglichen Stromeinsparungen wieder zunichte. So kann auch die an sich umweltfreundliche Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs anstelle des Autos einerseits den CO₂-Ausstoß reduzieren, aber andererseits dazu führen, dass man sich dafür im nächsten Jahr einen Flug in den Urlaub „gönnt“. Daraus folgt letztendlich in der Summe eine weitaus negativere CO₂-Bilanz². Eine verzerrte Wahrnehmung des

eigenen Verhaltens – meistens hält man sein Tun für wesentlich nachhaltiger, als es tatsächlich ist – verstärkt diesen psychologischen Effekt.

Der Fußabdruck allein greift also als Zugang zu nachhaltigem Handeln zu kurz, auch weil man sich als VerbraucherIn oft angesichts der großen globalen Herausforderungen und durch unzureichendes Wissen über sinnvolle Handlungsoptionen hilflos fühlen kann. Undurchschaubare und komplexe Zusammenhänge und Wahlmöglichkeiten können im Alltag leicht überfordern und eher zum Nichts-Tun statt zu reflektiertem Konsum und Handeln führen.

Auch geht der Fußabdruck nur wenig auf die politische Ebene ein, sondern fokussiert stärker auf individuelle Entscheidungen. Insbesondere dann, wenn die notwendigen Strukturen und Rahmenbedingungen auf der politischen Ebene entschieden und bereitgestellt werden müssten, stößt dieser Ansatz schnell an seine Grenzen.

Der Handabdruck (Hand Print) – der im Gegensatz zum Fußabdruck nicht kleiner, sondern größer werden soll – steht symbolisch für nachhaltiges Handeln und Engagement. Der Germanwatch Hand Print möchte positive

Hand Print – Action Towards Sustainability

Das Centre for Environment Education (CEE) in Indien entwickelte den Hand Print als offenes Konzept, das jeder individuell nutzen und weiterentwickeln kann. Die zehnjährige Srijia entwarf die Hand als Symbol für positives Handeln im Rahmen eines Nachhaltigkeitsprojekts des CEE. Mittlerweile wird es verwendet, um Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit darzustellen. Germanwatch nutzt und unterstützt den Hand Print als Instrument in der Bildungsarbeit und entwickelt ihn weiter. Germanwatch setzt dabei den Schwerpunkt auf strukturverändernde Handlungsmöglichkeiten und politisches Engagement im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung.



¹ Berechnen Sie Ihren ökologischen Fußabdruck z. B. hier <http://www.fussabdruck.de> und ihren CO₂-Fußabdruck z. B. hier <http://klimaktiv.co2-rechner.de>

² Für Informationen und Beispiele zu den unterschiedlichen Rebound-Effekten siehe z. B. Santarius (2012)

Handlungsansätze fördern, die über das eigene individuelle Verhalten hinausreichen. Dem oft problemorientierten Ansatz des Verzichts und der Reduktion (Fußabdruck verkleinern) wird so ein proaktiver Ansatz der Handlungs- und Lösungsmöglichkeiten (Handabdruck vergrößern) zur Seite gestellt.

Die Praxis zeigt, dass durch Bildungsarbeit in Form von Konsum- und Nachhaltigkeitstipps für den Alltag noch kein gesellschaftlicher Wandel in Richtung Nachhaltigkeit gelungen ist. Trotz der UN-Dekade für Bildung für nachhaltige Entwicklung von 2005 bis 2014, umfassender Bildungsarbeit, unzähligen BNE-Projekten und Materialien mit auffordernden Handlungsanweisungen konnte die breite Masse der Gesellschaft nicht erreicht werden. Warum nicht?

Es handelt sich nicht um ein Wissens- oder Einstellungsproblem. Im Gegenteil: „Die Menschen sind in der Regel recht gut über die Umweltfolgen ihres Verhaltens informiert. In ihrer alltäglichen Praxis ist dieses Wissen jedoch nur begrenzt verhaltenssteuernd. Menschen mit einem ausgeprägten Umweltbewusstsein verfügen – wie wir sehen konnten – häufig sogar über einen besonders großen ökologischen Fußabdruck“ (Schad und Sommer, S. 112).

Doch wie kann die große Lücke zwischen Wissen und Einstellung auf der einen Seite und dem Verhalten auf der anderen Seite überbrückt werden? Wir brauchen eine entsprechende Infrastruktur der Nachhaltigkeit und einen damit einhergehenden sozioökonomischen und gesetzlichen Rahmen (ebd., S. 110f). Was wir als notwendigen Kulturwandel bezeichnen, um Nachhaltigkeit als gesellschaftliches Leitbild zu etablieren, benötigt entsprechend wirksame Rahmenbedingungen dafür.

Genau darauf fokussiert der Germanwatch Hand Print. Er fordert unterschiedliche Zielgruppen (s. Kapitel 5) auf, bei eben diesen blockierenden Strukturen und Rahmenbedingungen anzusetzen und sie durch kollektives Handeln und politisches Engagement umzugestalten. Es bleibt weiterhin wichtig, seinen Konsum nachhaltig zu gestalten (also seinen Fußabdruck zu verkleinern), gleichzeitig ist jedoch wesentlich stärker als bisher ein Fokus auf solche Aktivitäten notwendig, die an tiefergreifenden Stellschrauben drehen (und so auch den Handabdruck vergrößern).

Deshalb soll der „Fuß“ des Fußabdrucks um die „Hand“ des Hand Prints ergänzt werden, um so den Wandel mit Hand und Fuß voranzubringen.

2.2 Strukturen bleibend verändern

Strukturelle Stellschrauben auf Nachhaltigkeit justieren

Die am einfachsten erscheinenden Handlungsoptionen in unserer Gesellschaft sind fast immer die nicht nachhaltigen: Wohin möchte ich in den Urlaub fahren? Was esse ich zu Mittag? Welches Transportmittel wähle ich? Welche Hose kaufe ich? Diese Entscheidungen haben oft unbeachtete Folgen: für die Arbeits- und Lebensbedingungen von Menschen weltweit, für die Ökosysteme und Diversität unseres Planeten, für die Lebensgrundlagen von zukünftigen Generationen.

Es sind die zahlreichen veralteten und nicht zukunftsfähigen politischen und wirtschaftlichen Strukturen, in die wir und unser Handeln eingebettet sind und die durch Fehlanreize und Nachteile stark dazu beitragen, dass nachhaltiges Verhalten noch nicht die einfachere, günstigere, sozial akzeptierte erste Wahl ist. Doch genau dies muss erreicht werden, um alle mitzunehmen auf den Weg der „Transformation zur Nachhaltigkeit“, wie es der

wissenschaftliche Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU 2011) nennt.

Welche nicht nachhaltigen Strukturen sind gemeint?

Die wahrscheinlich bekannteste dieser Strukturen ist der **Kostennachteil** bei der nachhaltigen Gestaltung des Alltags. Dadurch, dass externe Kosten wie Umweltverschmutzungen und der Ausstoß von Treibhausgasen kaum oder gar nicht in unseren Konsumgütern und Dienstleistungen eingepreist sind, erscheint die nicht nachhaltige Variante meist als günstigere Option im Supermarktregal und Onlineshop. Auch sind beispielsweise Kurzstreckenflüge oft günstiger als die Reise mit der Bahn, trotz der bis zu siebenfach höheren CO₂-Bilanz³ – die jedoch der Fluggast beim Kauf seines Tickets nicht mitbezahlt. Selbiges gilt für die Ausbeutung von Millionen Menschen weltweit durch prekäre Niedriglohnarbeit – damit die Produktionskosten

³ Vgl. <http://www.co2online.de/klima-schuetzen/mobilitaet/bahn-oder-flugzeug-der-vergleich/media/vergleich-der-co2-bilanz-von-bahn-und-flugzeug/>



möglichst niedrig gehalten werden können. So stechen nicht nachhaltige Produkte die nachhaltigen Alternativen preislich fast immer aus.

Subventionen und finanzielle Anreize für die jeweils nachhaltigere Alternative können grundlegende Verhaltensänderungen hervorrufen. In Deutschland war es beispielsweise das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG), das unter anderem durch die Einspeisevergütung unzählige BürgerInnen dazu motiviert hat, die Energiewende in Deutschland zu fördern und den Anteil von Photovoltaik und Windkraft rapide zu erhöhen. Ähnliches könnte auf politischer Ebene auch in der Landwirtschaft ausgelöst werden, wo weiterhin große Betriebe mit Massentierhaltung enorme Subventionen erhalten, anstatt die finanzielle Unterstützung an strikte Nachhaltigkeitskriterien zu knüpfen. Die Förderung nicht nachhaltiger Produkte muss auf allen Ebenen abgeschafft werden.

Fehlende oder mangelhafte Infrastruktur beispielsweise im Bereich der Mobilität (moderne und dichte ÖPNV-Netze

sowie sichere und gut ausgebaute Fahrradwege) sind ebenfalls strukturelle Rahmenbedingungen, die nachhaltiges Verhalten erschweren.

Ein weiterer Aspekt ist die **unzureichende Transparenz und Informationslage** beispielsweise im Bereich der zahlreichen Güte- und Nachhaltigkeitssiegel. Die VerbraucherInnen sind oft überfordert, die Optionen zu überblicken und anhand von Nachhaltigkeitskriterien zu bewerten. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass für die meisten Produkte keine lückenlose Transparenz in der Lieferkette vorhanden und Nachhaltigkeit nicht überprüfbar ist. So müssen immer wieder von neuem und ohne ausreichende Informationsgrundlage unterschiedliche Nachhaltigkeitskriterien gegeneinander abgewogen werden, zum Beispiel: lieber bio oder lieber regional oder doch besser ohne Plastikverpackung? Gleichzeitig „produziert“ die Werbeindustrie stets neue Konsum-Bedürfnisse und suggeriert den Kauf von Glück und Zufriedenheit, ohne dass ernst gemeinte Nachhaltigkeitsfaktoren dabei eine Rolle spielen.

Da Entscheidungen, die bewusst oder unbewusst getroffen wurden, im Nachhinein oft nur mit viel Aufwand und wenig konsequent verändert werden, ist es wichtig, die nachhaltigere Variante als Standardoption zu etablieren. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Wahl des Stromanbieters. Selbstverständlich ist es wichtig, KonsumentInnen für grünen Strom zu sensibilisieren. Doch wäre es umso effizienter, da ohne Aufwand für die KonsumentInnen, wenn der Standardanschluss beim Umzug immer der nachhaltigere wäre. Regionen in der Schweiz haben dies bereits ansatzweise umgesetzt, wie beispielsweise der Kanton St. Gallen. Im Jahr 2011 bezogen noch 90 Prozent der EinwohnerInnen den Kernstrommix mit hohen Anteilen an Atomstrom und fossilen Energien. Nach der städtischen Umstellung der Standard-Auswahl auf den teureren Ökostrom-Mix, blieben die meisten StromkundInnen dabei. Im Jahr 2014 kehrte sich bereits das Verhältnis um und rund 90 Prozent der StadtbewohnerInnen bezogen Strom mit den teureren Anteilen Erneuerbarer Energien (Kaenzig et al. 2012 und Graf 2012). Diese Art der strukturellen Veränderung hat enormes Potenzial in noch vielen weiteren Bereichen. Die **Frage nach der Standard-Option** kann also einen starken Hebel gegen die Schwerfälligkeit von Verhaltensänderungen bei den KonsumentInnen darstellen. Dies ist insbesondere dann entscheidend, wenn die KonsumentInnen die nachhaltige Veränderung selbst als gut und wichtig bewerten, es jedoch noch nicht von dieser Einsicht zum konkreten Handeln gekommen ist.

Strukturen können aber auch **Regeln und Organisationsformen** sein, die durch bestimmte Anweisungen, Vorgaben oder Verbote regeln, was in bestimmten Handlungsbereichen erlaubt ist und was nicht. Ein Beispiel sind Beschaffungskriterien, die regeln, was ein Unternehmen, eine Einrichtung oder Verwaltung einkaufen darf und was

nicht: ob das Papier nun Recyclingpapier sein muss, oder ob nur fair produzierte Lebensmittel beschafft werden. Auch Regelungen zu Flugreisen können ausgehandelt und festgeschrieben werden. So kann sich ein Unternehmen dafür entscheiden, dienstliche Inlands- und Kurzstreckenflüge für MitarbeiterInnen nicht zu genehmigen und stattdessen das Reisen mit dem Zug anregen.

Eine fatale Schlussfolgerung aus den geschilderten Aspekten wäre, diese Aufgabe der Veränderung festgefahrener negativer Strukturen nun komplett auf Politik und Wirtschaft abzuwälzen. Auch wenn insbesondere politische Entscheidungsstrukturen und dahinter liegende Lobbyinteressen die Verantwortung dafür tragen, diese Rahmenbedingungen auf politischer Ebene zukunftsfähig auszugestalten, ist eine aktive zivilgesellschaftliche Partizipation und die gemeinsame und laute Forderung dieser Transformationsprozesse unabdingbar. Selbstverständlich ist es auch weiterhin wichtig, im Alltag die entsprechenden Entscheidungen im Nachhaltigkeitsdschungel zu treffen. Doch das Engagement zur Veränderung von Strukturen kann ein größerer Hebel für den Wandel sein.

Der Ansatz des Germanwatch Hand Prints sieht die Menschen nicht als reine VerbraucherInnen oder KonsumentInnen, sondern als GestalterInnen ihrer Gesellschaft. Er lädt dazu ein, auf allen Ebenen, besonders auf lokaler und regionaler Ebene, die entscheidenden und wirkamen Hebel und Stellschrauben für Nachhaltigkeit zu identifizieren und diese in Richtung Zukunftsfähigkeit neu zu justieren. Unterschiedliche Akteursgruppen können sich die dafür notwendigen Kompetenzen aneignen und die Transformation zur Nachhaltigkeit selbst in die Hand nehmen, indem sie es wagen, sich in politische Prozesse einzumischen und sich der Ökonomisierung aller Lebensbereiche zu widersetzen.



Wo ansetzen? Die Frage der Wirkungsebene

„Was kann ich als Einzelne und Einzelner schon tun?“ ist wohl eine der häufigsten Reaktionen auf Handlungsaufforderungen für mehr Nachhaltigkeit. Sicher ist es nicht einfach, politische Strukturen und Prozesse zu beeinflussen. Es erscheint zunächst unmöglich, auf Bundes- oder Länderebene direkt in Gesetzgebungen einzugreifen oder Vorschläge einzubringen. Für diese Arbeit ist ein hoher Grad an Organisation und Geduld erforderlich, den verständlicherweise nicht alle aufbringen wollen oder können. Es gibt jedoch auch niedrigschwellige Handlungsebenen,

auf denen strukturelle Veränderungen effektiv umgesetzt werden können und die ebenfalls bleibende Wirkung entfalten. Auf der Wirkungsebene des Individuums, des eigenen Haushalts und der Familie sind es insbesondere die alltäglichen und langfristigeren Konsumententscheidun-

gen mit denen man kleine Wirkungen erzielen kann – diese sind jedoch selten struktureller Natur. Möchte man Rahmenbedingungen verändern, um vielen Menschen nachhaltiges Verhalten zu ermöglichen, auch Personen, die nur wenig Motivation für Nachhaltigkeitsthemen haben,



muss man über die individuelle Wirkungsebene hinausgehen und sich solchen mit höherer Reichweite widmen.

Jede und jeder von uns ist in gesellschaftlichen Strukturen eingebettet, sei es als SchülerIn oder StudentIn in einer Bildungseinrichtung, als KollegIn und ArbeitnehmerIn an einem Arbeitsplatz, als NachbarIn in einem Wohnviertel oder als BürgerIn einer Gemeinde. Auch unser Handeln und Wirken in Vereinen, religiösen Gemeinschaften und Verbänden ermöglicht es uns, die dortigen Strukturen zu analysieren, und bietet Möglichkeiten, sie als Mitglied im Dialog mit anderen Mitgliedern zu hinterfragen und schließlich so zu verändern, dass sie zukunftsfähig und nachhaltig werden. Wichtig ist, **von Einzelentscheidungen hin zu Grundsatzentscheidungen und von einmaligen Aktivitäten hin zu festen Rahmenbedingungen und Beschlüssen** zu kommen. Die Möglichkeiten, auf lokaler Ebene anzusetzen und im eigenen sozialen Umfeld Strukturen wie Vereinssatzungen, Hochschulprogramme, Beschaffungsregeln, Fördermechanismen für nachhaltige Produkte, Abschaffung von nicht nachhaltigen Angeboten usw. zu verändern, sind nahezu unbegrenzt, aber in der Umsetzung nicht immer einfach. Zu Beginn solcher Projekte und Vorhaben sind Organisationsfähigkeit, Diskussions- und Streitkultur, Verhandlungsgeschick, aber allen voran auch Begeisterungsfähigkeit und Kreativität gefragt (siehe Kapitel 4). Dabei ist zunächst zu entscheiden, auf welcher Wirkungsebene man aktiv werden möchte und inwieweit ein persönliches Engagement realistisch zum Ziel führen kann. Auch die Fragen, für welches Thema man sich engagieren möchte sowie wo genau und mit wem man beginnen möchte, sind relevant. Von den erst einmal als unerreichbar erscheinenden Wirkungsebenen sollte man sich weder ablenken noch demotivieren lassen. Sobald sich im kleinen Rahmen erste Erfolge einstellen, tun sich meist schnell neue Möglichkeiten und Ideen auf. Insbesondere erscheinen politische Entscheidungen auf Landes- sowie Bundesebene oder darüber hinaus (bspw. europäischer oder globaler Ebene) auf den ersten Blick nicht für jede Zielgruppe als eigene Wirkungsebene offensichtlich. Über Formen des politischen Engagements lassen sich jedoch auch auf diesen Ebenen Veränderungen bewirken (siehe Kapitel 2.3).

Es kommt letztlich nicht darauf an, die höchsten Ebenen zu adressieren, um Wandel voranzubringen. Im Vergleich zur europäischen oder Bundesebene gibt es in der eigenen Nachbarschaft, der Schule oder am Arbeitsplatz – allein durch die begrenzte Anzahl der dort tätigen Menschen – zwar weniger potenzielle AkteurInnen des Wandels, die auf eben jener Wirkungsebene Strukturen verändern können. Dennoch ist ein Engagement auf diesen Ebenen in jedem Fall sehr wichtig und wertvoll für die zukunfts-

fähige Transformation unserer Gesellschaft. Je höher die Wirkungsebene, desto mehr Menschen unterstützt man dabei, sich nachhaltiger zu verhalten, aber umso schwieriger ist es auch, dort Wandel voranzubringen. Nachhaltige Strukturen sind ein Gewinn für die Gesellschaft – auf allen Ebenen.

Die Wirkungsebene anpassen und Reichweite erhöhen

Beginnt man mit ersten Strukturveränderungen, beispielsweise durch Festlegen verbindlicher nachhaltiger Beschaffungsregeln in einem lokalen Verein, lassen sich relativ schnell kleine Erfolge erzielen. In einem nächsten Schritt kann man dann eine höhere Wirkungsebene anvisieren und seine Reichweite sukzessive erhöhen: Ein Regionalverband, den die Mitgliedsvereine gemeinsam umgestalten, könnte die nächste Handlungsebene sein. Danach folgt der Bundesverband und gegebenenfalls sind auch internationale Verbandsstrukturen vorhanden. Mit jeder Ebene vergrößern sich Reichweite und Wirkung.

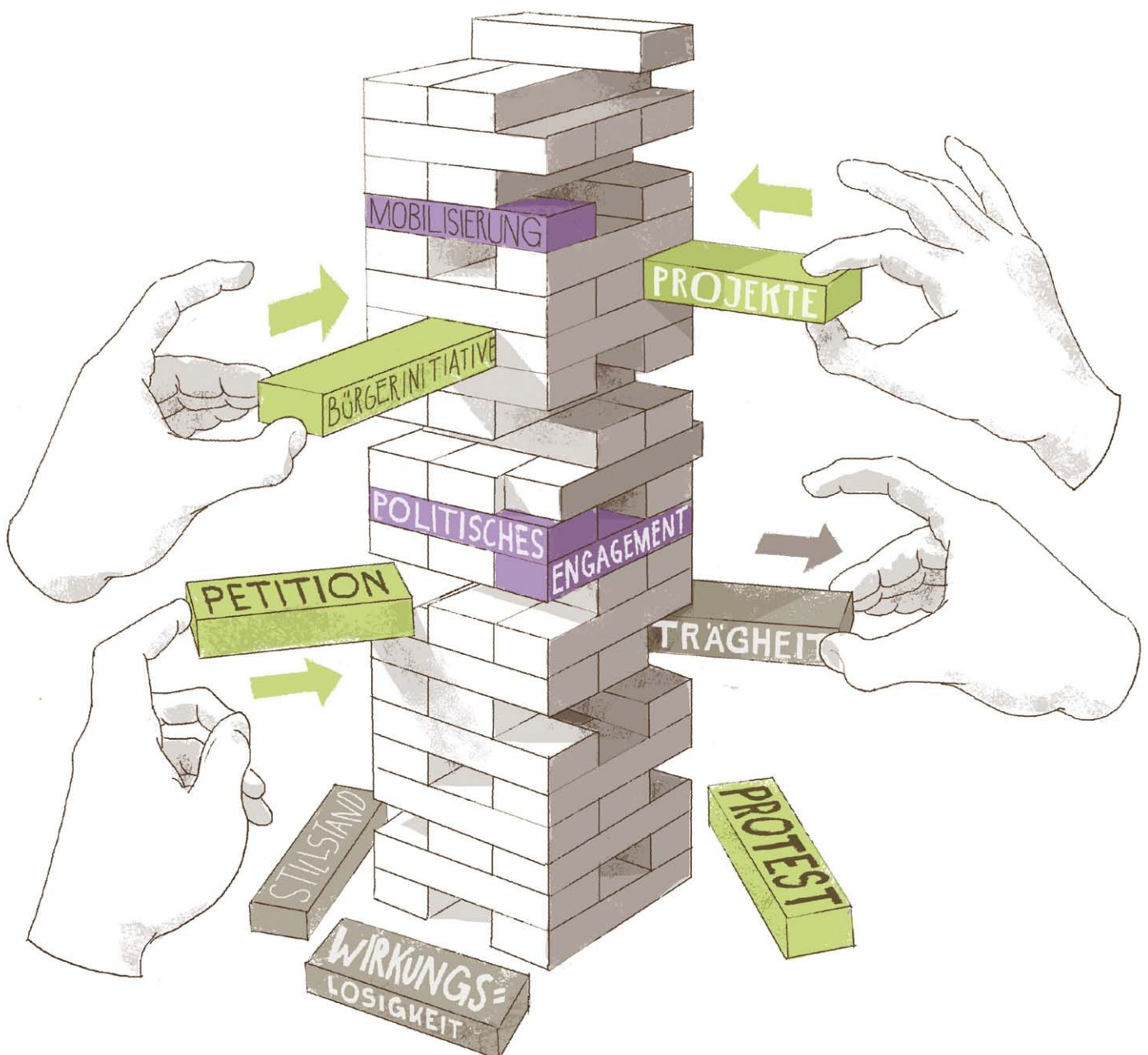
Dieses Beispiel klingt zunächst sehr banal, doch genauer betrachtet sind Entscheidungsstrukturen auf den unterschiedlichen Ebenen jeweils sehr komplex und schwerfällig. Um sie zu verändern, sind jede Menge Motivationsfähigkeit und Durchhaltevermögen gefragt, insbesondere aber auch PartnerInnen und Verbündete auf diesem Weg in Richtung Nachhaltigkeit.

Der eigene Handabdruck wächst symbolisch mit dem Umfang des Engagements und der dadurch erzielten Wirkung. Es gibt dafür keine Maßeinheiten und Zahlen – oft lässt sich die indirekte Wirkung weder messen noch sofort absehen. Der Handabdruck wird symbolisch größer, je mehr Menschen man durch sein Handeln erreicht und je langfristiger die nachhaltigen Strukturen wirken. Der Handabdruck steht dafür, einen Teil des Wandels mit vorangebracht und umgesetzt zu haben, in dem man selbst mitgewirkt, mitgestaltet und „Hand“ angelegt hat. Hand und Fuß erhöhen das Engagement zum Wandel. Sie motivieren dazu, durch das eigene Handeln eine langfristige Wirkung zu erzielen, die viele andere Menschen in die Lage versetzt, den eigenen Fußabdruck zu reduzieren.

2.3 Politisch aktiver werden

Eine zukunftsfähige und nachhaltige Entwicklung erfordert einen tiefgreifenden Umbau unserer Wirtschafts- und Lebensmodelle und ein kollektives Handeln der Gesellschaft. Es ist wichtig, für sich klar zu haben, welche Rolle man selbst in diesem Prozess des Wandels spielt. Es ist die Rolle und Verantwortung der Politik, gesetzliche Rahmenbedingungen gemeinsam mit gesellschaftlichen AkteurInnen auszuhandeln und schließlich umzusetzen. Klare ökologische und soziale Grenzen und Leitplanken menschlichen Handelns muss der Gesetzgeber definieren und ein Überschreiten dieser Grenzen sanktionieren. Die Entscheidungsprozesse auf politischer Ebene verlaufen jedoch oft nicht ambitioniert und schnell genug,

um den Erfordernissen eines Wandels zu genügen, der zu mehr globaler Gerechtigkeit und dem Erhalt unserer Lebensgrundlagen führt. Die Zivilgesellschaft darf hier nicht still sitzen und abwarten, was passiert oder was eben nicht passiert. Um die entscheidenden politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zu verändern, ist es notwendig, dass die Zivilgesellschaft von den EntscheidungsträgerInnen in Politik und Wirtschaft eine lebenswerte und gerechte Zukunft einfordert. Politisches Engagement ist hier ein wichtiger Hebel, um den notwendigen Druck aufzubauen. Jede und jeder kann das auf den unterschiedlichen Ebenen selbst in die Hand nehmen und so den eigenen Handabdruck vergrößern.



Um politische Strukturen zu verändern, gibt es viele Handlungsoptionen sowohl für Gruppen als auch Einzelpersonen. So kann jede/r Einzelne die Arbeit von Nichtregierungsorganisationen, Bürgerbewegungen, Initiativen und Aktionsgruppen durch Mitgliedschaft, ehrenamtliche Mitarbeit, finanzielle Unterstützung oder Teilnahme an Petitionen unterstützen. Wirksam ist auch, sich direkt an EntscheidungsträgerInnen in Politik und Wirtschaft zu wenden, zum Beispiel mit (offenen) Briefen an Abgeordnete und Unternehmen oder mit Leserbriefen an Zeitungen

und Onlinemedien. Aufrufe zu kollektivem Handeln und Protestaktionen über Onlinemedien und im sozialen Umfeld helfen dabei, mehr Menschen für Demonstrationen und andere Formen des Protests zu mobilisieren. Auch als aktives Mitglied einer politischen Partei oder Gewerkschaft kann man politische und wirtschaftliche Strukturen verändern und zukunftsfähig machen. Auch hier gilt es, sich als MitgestalterIn der Gesellschaft wahrzunehmen und durch politisches Engagement seinen Handabdruck zu vergrößern.

Handabdruck oder Hand Print?

Die Zweisprachigkeit ergibt sich aufgrund der Entwicklung des Hand-Print-Konzepts in Indien und seiner internationalen Anwendung. Im deutschen Sprachgebrauch macht es Sinn, dem Hand Print die Bezeichnung Handabdruck zur Seite zu stellen. Germanwatch verwendet die Begriffe folgendermaßen: Als Hand Print bezeichnen wir die Idee und den Ansatz hinter dem Konzept, proaktives Handeln und Engagement für nachhaltige Entwicklung zu fördern. Der Germanwatch Hand Print wiederum ist der von uns weiterentwickelte Ansatz, diese Aktivitäten auf strukturverändernde Handlungen und politisches

Engagement zu fokussieren, um langfristige und nachhaltige Wirkungen für möglichst viele Menschen zu erreichen und den Wandel voranzutreiben. Der Begriff Handabdruck steht für das Symbol hinter dem Hand Print und wir verwenden ihn im deutschen Sprachgebrauch vor allem dann, wenn er in einem persönlichen Bezug zu aktiven und engagierten Personen und Zielgruppen steht.

„Wir nutzen den Hand Print als Konzept, um Menschen dazu zu bewegen, ihren eigenen Handabdruck zu vergrößern.“



3 Hand Print konkret: Möglichkeiten ohne Ende

Die eigenen negativen Spuren auf der Erde zu reduzieren, ist das Höchste, was wir mit einem geringeren Fußabdruck erreichen können. Das ist bereits sehr viel und erstrebenswert. Das Potenzial unseres Handabdrucks ist jedoch um ein Vielfaches größer. Er hilft auch den Menschen, die sich mit all dem nicht beschäftigen (möchten), ihren Fußabdruck zu reduzieren und sich nachhaltiger zu verhalten. Dabei geht es um mehr als das reine Bewusstmachen und die Wissensvermittlung. Durch tiefgreifende Veränderungen in kleinen und großen Strukturen kann Nachhaltigkeit zur selbstverständlichen Option werden und beteiligt somit automatisch auch diejenigen, die sich mit dem Thema gar

nicht auseinandersetzen. Besonders im Entwicklungsland Deutschland ist es notwendig, viele Fehlentwicklungen zu überwinden und durch nachhaltige Entwicklung zu ersetzen. Den eigenen Handabdruck zu vergrößern bedeutet in diesem Sinne auch, Hilfe zur Selbsthilfe im Entwicklungsland Deutschland zu leisten.

Es gibt viele Möglichkeiten, seinen Handabdruck zu vergrößern. Im Folgenden werden einige Beispiele genannt, die Ideen sind jedoch unbegrenzt und auf alle Bereiche und Ebenen ausweitbar.

SCHULE

Eine Abschlussfahrt mit dem Flieger nach Rom? Die Schulversammlung beschließt auf Anregung der Umwelt-AG, dass Klassenfahrten nicht mehr als Flugreisen durchgeführt werden. Außerdem stellen Umwelt-AG und Lehrkräfte Informationen über spannende Alternativen für europäische Reiseziele zur Verfügung.



Foto: Dietmar Putscher

HOCHSCHULE

Die Studierendenschaft etabliert eine nachhaltige Univerpflegung. Sie erarbeitet im Dialog mit Studentenwerk, Mitarbeitenden und Mensa-BetreiberInnen ein Konzept, das über die nachhaltigen Einkaufsrichtlinien hinaus nachhaltige Menüs attraktiver macht. Die finanzielle Förderung wird entsprechend umgestellt, sodass regionale und saisonale Bio-Produkte ohne Fleisch immer die günstigere Alternative sind. Die BUNDjugend hat einen Leitfaden für nachhaltigere Essensangebote vor Ort konzipiert, zu finden unter:

<http://www.essen-macht-mehr.de/aender-was/>



Illustration: BUND-Jugend

ARBEITSPLATZ

Ein Unternehmen bietet seinen MitarbeiterInnen kostenlose Jobtickets und Bahncards, erstattet jedoch in der Regel keine Benzin- und Flugkosten. Das Unternehmen setzt sich auch für die Abschaffung des Dienstwagensteuerprivilegs ein.



Foto: Dietmar Putscher

WOHNVIERTEL

Die AnwohnerInnen eines Wohnviertels fordern von ihren Stadträten einen Aktionsplan für ein fahrradfreundliches Viertel und eine fahrradfreundliche Stadt. Sie legen konkrete Vorschläge vor wie überdachte Abstellmöglichkeiten, Fahrradstraßen, Rad-Mitnahmemöglichkeiten im ÖPNV, autofreie Tage etc. und mobilisieren mehr Menschen für ihre Forderungen. Durch einen erfolgreichen Bürgerentscheid wird die Idee zu einer handfesten Umsetzung.



KOMMUNE

Eine neue Shopping-Mall soll in der Stadt entstehen. Eine Gruppe Aktiver sammelt Unterschriften in der Fußgängerzone und macht die BewohnerInnen auf die Vorteile von regionalen und kleinen Geschäften aufmerksam. Sie initiieren ein Bürgerbegehren und können nach diesem und dem anschließend gewonnenen Bürgerentscheid den Bau der Mall verhindern. Dadurch profitiert auch die Stadt langfristig, da ein höherer Anteil der Wertschöpfung in der Stadt bleibt und nicht wie bei großen Handelsketten in die Hand weniger KapitalanlegerInnen fließt.



VEREIN

Ein Verein entscheidet sich für biologisch-regionale Verpflegung auf all seinen Veranstaltungen und in all seinen Gebäuden. Die gesamte Beschaffung des Vereinsbetriebs folgt nachhaltigen und fairen Beschaffungskriterien, insbesondere bei IT-Geräten, Nahrungsmitteln und Bürobedarf.



RELIGIÖSE GEMEINSCHAFT

Eine Kirchengemeinde beschließt den Abzug ihres Vermögens aus nicht nachhaltigen Geldanlagen, wie beispielsweise fossile Energien, Rüstungsindustrie etc. Sie schließt sich mit anderen Gemeinden zusammen und setzt sich mit dieser Forderung auch in höheren Ebenen wie dem Bistum oder den Landeskirchen durch.



BUNDESLAND

Wirkungsvoll können kurze, sachliche Briefe an die Landesregierung oder Landtagsabgeordnete sein, in denen man auf sehr konkrete nicht nachhaltige Fehlentwicklungen hinweist und sie bittet, ihre Position zu erklären. Dies kann zum Beispiel den Neubau einer überregionalen Schnellstraße betreffen, der starke Eingriffe in Ökosysteme zur Folge hat und die Nutzung eines wenig nachhaltigen Verkehrsmittels für viele Jahrzehnte manifestiert. EntscheidungsträgerInnen müssten plausibel darlegen, welche stärkeren Argumente für den Ausbau des treibhausgasintensiven Straßenverkehrs es gibt als für den Naturschutz, den Aufbau einer zukunftsfähigen Infrastruktur sowie den Klimaschutz, zu dem sich die Bundesregierung verpflichtet hat. Auch über die Mitgliedschaft in Parteien kann Politik direkt mitgestaltet werden.



Foto: Cherries/shutterstock

BUNDESEBENE

Neben Wahlen gibt es zahlreiche weitere Formen des Mitgestaltens. Die Unterstützung von Organisationen, die auf dieser Ebene ansetzen, kann ein guter Weg sein, um politische Forderungen auf Bundesebene mitzutragen. Auch gilt es, Petitionen zu unterzeichnen oder für bundesweite Demonstrationen Menschen im eigenen Umfeld zu mobilisieren und die Hin- und Rückfahrt dafür zu organisieren. Als Volksbegehren können wichtige Themen in Landesparlamente oder sogar in den Bundestag eingebracht werden. So wurde im Frühjahr 2016 ein durch das Aktionsbündnis Agrarwende Berlin-Brandenburg gefördertes Volksbegehren gegen Massentierhaltung mit mehr als 100.000 Unterschriften eingereicht. Bei Ablehnungen von Volksbegehren durch das Parlament kann als weiterer Schritt ein Volksentscheid verlangt werden.



Foto: GermanWatch

EUROPÄISCHE EBENE

Sich für Veränderungen auf nationaler Ebene einzusetzen ist oft schon eine große Herausforderung, auf internationaler Ebene umso mehr. Daher gibt es nicht viele gesamt-europäische Bürgerbewegungen, die sich erfolgreich etablieren. Aber es gibt sie und es bieten sich auch Möglichkeiten, mitzumachen. Überregionale Krisen haben immer auch lokale Auswirkungen, die aufgezeigt werden müssen. Durch Vernetzung und zivilgesellschaftlichen Austausch können neue Bewegungen wie die Europäische Initiative gegen TTIP und CETA entstehen. Oft sind bestehende zivilgesellschaftliche Organisationen eine gute Anlaufstelle. Aber auch ParlamentarierInnen auf EU-Ebene sind anzusprechende EntscheidungsträgerInnen, beginnend mit den ParlamentarierInnen aus dem eigenen Bundesland.

Foto: <https://stop-ttip.org/de>

4 Vergrößere deinen Handabdruck: erste Schritte

Wir wissen, dass wir einen Wandel brauchen. Wir wissen, warum wir ihn wollen und haben den dafür notwendigen Mut und Elan. Wir haben in der Regel auch genügend Ideen und Vorstellungen davon, was sich ändern soll. Wir wissen auch, dass es viele Wege und Möglichkeiten gibt, den eigenen Handabdruck zu vergrößern – der Germanwatch Hand Print konzentriert sich dabei auf die zwei Bereiche „Strukturen bleibend verändern“ und „politisches Engagement“. Wenn wir an diesen beiden Strängen ziehen, haben wir einen wesentlich größeren Hebel, um den Wandel voranzubringen. Doch was sind die ersten Schritte zur eigenen Hand-Print-Aktion?

Den Handabdruck zu vergrößern bedeutet in erster Linie, sich als gestaltende Person wahrzunehmen (siehe Kapitel 6). Es gilt, sich mit anderen Menschen gemeinsam an eine konkrete, zu überwindende Herausforderung der nachhaltigen Entwicklung zu wagen und den Wandel in diesem Bereich voranzubringen. Von der Idee zur Umsetzung sind es viele Schritte. Doch die Erfahrung von sehr aktiven AkteurInnen des Wandels zeigt: bei der Durchführung lernt man selbst am meisten, tauscht sich mit unterschiedlichen Menschen aus, gewinnt an Erfahrung, erkennt unerwartete PartnerInnen und neue Herausforderungen. Mit dem Ziel vor Augen entfaltet dieses gemeinsame Handeln viel positive Energie und Motivation.

Für die eigene Hand-Print-Aktion ist eine erste Visionsentwicklung empfehlenswert, die Emotionen und Werte anspricht und losgelöst von konkreten Problemstellungen zunächst genügend Freiräume zum Träumen und Utopien ausmalen lässt. Daraus lassen sich mithilfe unterschiedlicher Methoden erste kreative Ideen entwickeln, die eigene Motivationen und Interessen widerspiegeln. Nach Brainstorming und erstem Abstecken des Vorhabens kann die Hand-Print-Aktion durch weitere Schritte wie Informationsbeschaffung und Entwicklung von Handlungsoptionen konkretisiert werden. Unterschiedliche Kompetenzen und Handwerkszeug, aber auch weitere MitstreiterInnen sind dafür notwendig. Selbstverständlich ist es auch möglich, eine Aktion alleine zu starten. Doch in einer Gruppe kann man auf mehr Einfallsreichtum zurückgreifen und sich gegenseitig motivieren. Ein konkretes Ziel, das im Verlauf der Durchführung auch wieder verändert und angepasst werden kann, ist dabei immer wichtig.

Bei der Entwicklung von Zielen und einer Umsetzungsstrategie hilft es, sich selbst einige Fragen zu stellen: In welchem Bereich möchte ich tätig werden? Was möchte ich gerne verändern? Und was benötige ich, um der Vision näher zu kommen? Hierbei ist eine Fokussierung auf Lösungen statt auf Probleme hilfreich.

Auch gilt es, sich zu fragen:

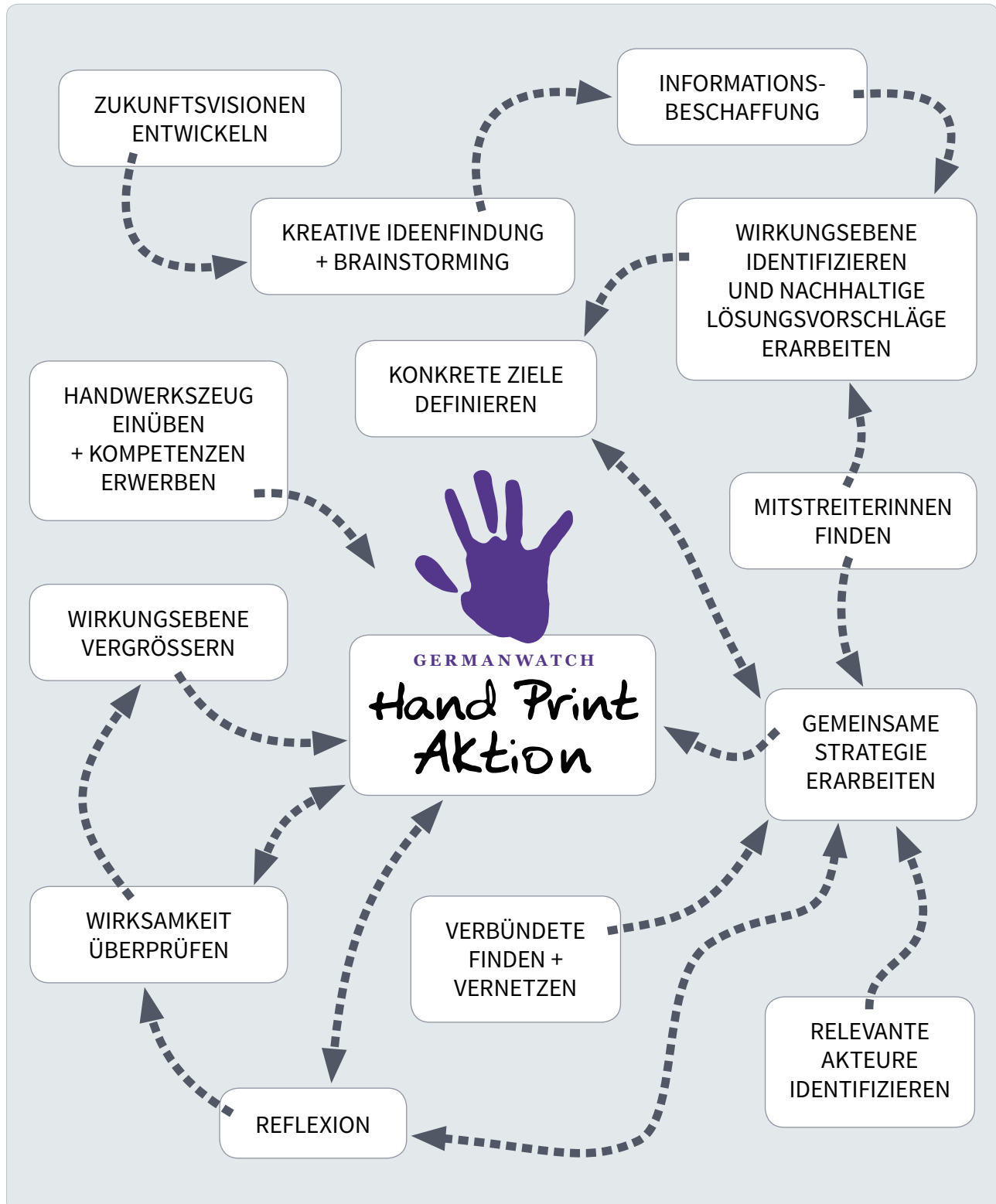
- Auf welcher Wirkungsebene können und wollen wir aktiv werden?
- Welche konkreten Veränderungen sind denkbar?
- Wo sehe ich besonders viel Potenzial für Veränderung und was sind die geeigneten Hebel, um dies zu erreichen?
- Wer sind meine MitstreiterInnen, mit denen ich die Aktion gemeinsam planen und durchführen möchte (FreundInnen, NachbarInnen, KollegInnen, Vereinsmitglieder, Mitstudierende, ...)?
- Ist unser derzeitiger Lösungsvorschlag tatsächlich nachhaltig (wird z. B. die Falle des Rebound-Effekts vermieden)?
- Wie vielen Menschen möchte ich durch die Aktion ein nachhaltigeres Verhalten erleichtern?
- Welche AkteurInnen sind für das Vorhaben relevant?
- Wer trifft welche Entscheidungen?
- Mit wem müssen wir sprechen und welche Rolle könnten Medien (z. B. die lokale Tageszeitung) dabei spielen?
- Wo finde ich gegebenenfalls Verbündete, die für mein Vorhaben relevant sind (andere Interessensgruppen mit ähnlicher Zielsetzung)?
- Wie könnte eine sinnvolle Strategie aussehen, die mir dabei hilft, die Ziele zu erreichen?
- Wie sieht der Ablauf aus und wer macht was?

Zu späteren Zeitpunkten ist es besonders wichtig, Zielsetzung, Strategie und Wirkungsebene zu reflektieren und sich folgende Fragen zu stellen:

- Sind wir mit unserem Vorhaben auf dem richtigen Weg?

- Passt die Strategie noch zur Zielsetzung?
- Gibt es noch weitere Schalthebel, die wir ebenfalls nutzen können, um langfristige Strukturen nachhaltiger zu gestalten?
- Ist unsere Zielsetzung realistisch?
- Wie können wir das bereits Erreichte auf eine höhere Wirkungsebene transportieren, um so noch mehr Menschen zu erreichen?

Erste Schritte zur Planung und Umsetzung einer Hand-Print-Aktion



Wichtige Schritte bei der Umsetzung sind in der Abbildung auf Seite 17 allgemein skizziert. Methodische Tipps zu den einzelnen Schritten auf dem Weg zur Hand-Print-Aktion gibt es online unter www.handprint.de. Das Rad muss nicht neu erfunden werden, denn es gibt bereits zahlreiche Plattformen, die Methoden und Ansätze zu den einzelnen Punkten gesammelt und ausprobiert haben.

Die vorgeschlagenen Schritte und Aspekte sind bei der Umsetzung einer Hand-Print-Aktion sinnvoll, aber unterscheiden sich von Aktion zu Aktion. Ganz gleich auf welcher Wirkungsebene sie stattfinden soll: eine Aktion beginnt immer mit Ideenfindung, Zielbeschreibung und Planung. Im Verlauf der eigenen Aktion kommen einem zahlreiche Fähigkeiten und Kompetenzen zugute, die man bereits erworben und entwickelt hat oder während des aktiven Tuns erlernt. Diese zu fördern, ist ein Kernanliegen und Voraussetzung für die Selbstbefähigung (empowerment) von AkteurInnen des Wandels. Der Infokasten unten gibt beispielhaft einen Überblick über hilfreiche Fähigkeiten und Kompetenzen dafür – unter www.handprint.de sind weiterführende Linktipps zu finden.

Bei vielen Schritten – sei es bei der Mobilisierung von AnwohnerInnen für einen Bürgerentscheid, beim Gespräch mit politischen EntscheidungsträgerInnen oder bei Prozessen gemeinsamer Meinungsfindung – wird es auch zu Rückschritten kommen, die demotivierend wirken und die Aktion zunächst verlangsamen können. Mit dem Ziel vor Augen, unsere Gesellschaft nachhaltiger zu gestalten, kleineren Zwischenerfolgen sowie der Unterstützung und gegenseitigen Motivation von MitstreiterInnen und Verbündeten lässt sich das Durchhaltevermögen und die Entschlossenheit zum Weitermachen steigern. Es hilft dabei auch immer, sich andere gelungene Aktionen anzuschauen, um von den Erfahrungen anderer zu profitieren und aus Fehlern zu lernen. Es ist sehr sinnvoll, sich mit Initiativen und Aktiven zu vernetzen, die bereits ähnliche Aktionen durchgeführt haben. In manchen Situationen lohnt es sich auch, ExpertInnen zu befragen, um bestimmte Herausforderungen besser angehen zu können.

Hilfreiche Kompetenzen und Fähigkeiten:

- **Diskussions- und Streitkultur, Debattenführung**
- **Gruppenfindung und Teamarbeit**
- **Politische Rede**
- **Kommunikation mit EntscheidungsträgerInnen aus Politik und Wirtschaft**
- **Formen der politischen Einmischung, Werkzeuge demokratischer Beteiligung**
- **Rechtliche Grundlagen für Aktionen**
- **Artikel, Onlinebeiträge und Leserbriefe wirkungsvoll schreiben, Narrative und Storytelling**
- **Advocacy- & Lobbyarbeit**
- **Mobilisierung & Kampagnen**
- **Medienkompetenz**
- **Umgang mit MedienvertreterInnen und Pressearbeit**
- **Öffentlichkeitsarbeit**
- **Fundraising**
- **Planung eigener Aktionen, Strategieentwicklung**
- **Projektmanagement**

5 Zielgruppen und MitstreiterInnen für den Wandel

Der Germanwatch Hand Print ist kein Instrument, das Menschen davon überzeugen möchte, etwas für Nachhaltigkeit zu tun. Er ist in erster Linie für Menschen, die um die Notwendigkeit eines gesellschaftlichen Wandels für Nachhaltigkeit wissen und diesen durch eigenes Handeln voranbringen möchten. Er muss daher in eine breitere (Bildungs-)Arbeit eingebettet sein oder direkt aktive Gruppen und Einzelpersonen ansprechen.



Der Germanwatch Hand Print lädt im ersten Schritt Aktive und Engagierte dazu ein, ihren Fokus auf die in Kapitel 2.2 und 2.3 genannten Stellschrauben zu richten, mit denen sie einen größeren Hebel für den Wandel haben. Die Zielgruppen werden als GestalterInnen angesprochen und nicht als VerbraucherInnen. Es geht weniger um Bewusstseinsbildung und Information. Vielmehr sollen aktive Einzelpersonen oder Gruppen aller Altersklassen und aus allen Bevölkerungsgruppen ermutigt werden, verstärkt Formen des Engagements zu nutzen, mit denen sie sich einmischen und bestehende Strukturen verändern können. Im zweiten Schritt, wenn konkrete Aktivitäten geplant sind und durchgeführt werden, geht es darum, neue MitstreiterInnen für die eigene Sache zu gewinnen.

Für Vorhaben im Sinne des Hand Prints wird es immer sinnvoll sein, sich in einer Gruppe zu organisieren, denn gemeinsam schafft man mehr. Es gibt immer Menschen, die sich für das gleiche Thema interessieren und darauf warten, eine geeignete Möglichkeit für wirksames Engagement zu ergreifen. Am besten spricht man solche MitstreiterInnen über konkrete Themen (z. B. Mobilität, Ernährung, Klimawandel, Müll, Konsum, Menschenrechte) und greifbare Wirkungsräume an. Handelt man zusammen, steigen die Chancen, dass man am Thema dranbleibt, die Strategie des Vorhabens gut aufgestellt ist und man seiner Vision und seinen Zielen näher kommt. Es steigert die Freude und Motivation und vergrößert die Lernerfahrung bei der Durchführung der Aktion durch Austausch, gemeinsame Reflexion und gegenseitiges Lernen.

Hat man im Jugendzentrum, am Arbeitsplatz, in der Nachbarschaft, im Bundesverband oder anderswo MitstreiterInnen mit ähnlichen Interessen gefunden, kann das Vorhaben gemeinsam abgesteckt und gestartet werden. Es lohnt sich immer, auch wenn das Projekt schon weiter fortgeschritten ist, für das Vorhaben zu werben und andere Menschen zum Mitmachen einzuladen. Das kann eine ähnliche Zielgruppe sein, die man bereits von Anfang an erreicht hat, oder aber es finden sich spannende neue MitstreiterInnen, mit denen man zunächst nicht gerechnet hat, wie zum Beispiel aus öffentlichen Einrichtungen, anderen Vereinen und Initiativen, Unternehmen oder EntscheidungsträgerInnen. Hier gilt es, offen zu sein für neue und zunächst ungewöhnlich erscheinende Kooperationen, denn nur gemeinsam und mit diversen gesellschaftlichen Gruppen wird es gelingen, auch größere Strukturen herauszufordern und diese nachhaltig zu gestalten.

6 GestalterInnen im Wandel – Wandel gestalten

6.1 Mit Bildung für nachhaltige Entwicklung den Wandel gemeinsam selber gestalten

Die Nachhaltigkeitstipps für den alltäglichen, individuellen Bereich bilden die Grundlagen für weitergehendes, politischeres Engagement. Eine transformative Bildung für nachhaltige Entwicklung muss ihren Fokus weiterentwickeln und auf die Vermittlung von Kompetenzen setzen, die es allen Lernenden ermöglicht, den Wandel hin zur Nachhaltigkeit durch die Veränderung von realen Gegebenheiten in unserer Gesellschaft voranzubringen. Es wird immer wichtiger und notwendiger, Formen des politischen Engagements zu kennen, sie anwenden zu können und die Motivation zu erzeugen, dies letztendlich auch zu tun. Auf der UN-Weltkonferenz für BNE in Aichi-Nagoya (Japan) wurde im Dezember 2014 eine Erklärung verabschiedet, die unterstreicht, „dass BNE die Bildungsteilnehmer befähigt [to empower!], sich selbst und die Gesellschaft, in der sie leben, zu transformieren, [...]“ (eigene Übersetzung, Aichi-Nagoya-Erklärung, Punkt 8)⁴.

Es geht also um eine tatsächliche Transformation und um das Herausfordern bestehender Strukturen. Der Germanwatch Hand Print setzt hier an und nimmt diese Rolle einer transformativen BNE ernst. Nachhaltige Entwicklung passiert nicht von selbst, sondern muss gemeinsam gestaltet werden.

Hierfür ist es wichtig, einerseits Nachhaltigkeit als kulturelles Leitbild zu etablieren, zum Beispiel durch die Entwicklung von sinnstiftenden Narrativen, also andere Erzählungen und Erzählweisen, die alte Gewohnheiten und Strukturen aufbrechen und Werte wie Gemeinschaft, Gerechtigkeit und Solidarität in den Vordergrund stellen. Andererseits geht es darum, sichtbare, hörbare, spürbare und erlebbare Räume des Wandels zu kreieren: konkrete und dezentrale Umsetzungen unserer Visionen für eine gerechte und nachhaltige Zukunft im Kleinen. Sie helfen dabei, eine Idee davon zu bekommen, was dieser Wandel

bedeutet. BNE muss die Entwicklung dieser innovativen und neuen Ideen fördern, sie in die Breite tragen und ihre AkteurInnen vernetzen. Diese oft als Nischen bezeichneten Orte, an denen sogenannte „Pioniere des Wandels“ neue Formen des Wirtschaftens und Lebens erproben, müssen schließlich auch in den Kern der Gesellschaft vordringen und dort alte Strukturen und Verhaltensmuster ersetzen.⁵ Bildung für nachhaltige Entwicklung muss hierfür verstärkt Bewusstsein, Fähigkeiten und Kompetenzen für Partizipation, für das proaktive Handeln und für die politische Einmischung bereitstellen. Dazu zählt ebenfalls, Lernende mit Kompetenzen auszustatten, die ihre eigene „Wandelfähigkeit“ in einer komplexen Welt stärken. Mit dieser Komplexität umgehen zu können, bedeutet auch, einfache Erklärungen und Lösungen – wie zur Zeit etwa von europa- und weltweit erstarkenden rechtspopulistischen Bewegungen und Parteien propagiert – hinterfragen und dekonstruieren zu können und auch die zahlreichen Handlungsspielräume für eine nachhaltige Entwicklung kollektiv und entschieden zu nutzen.

Der Germanwatch Hand Print ist ein Angebot für GestalterInnen, handelnd und ausprobierend zu lernen und sich so einzumischen. Auf diesem Weg stolpert man durchaus über zahlreiche Hürden, die mit demokratischen Mitteln anzugehen sind. In diesem Sinne ist es im Kern ein hochgradig politisches Engagement, das für die Veränderung der bestehenden Systeme und Gewohnheiten notwendig ist.

⁴ Die Aichi Nagoya-Erklärung findet sich hier: https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5859Aichi-Nagoya_Declaration_EN.pdf

⁵ Siehe z. B. Narberhaus (2014) und Narberhaus et al. (2011).

6.2 BürgerInnen im Wandel: von KonsumentInnen zu GestalterInnen

Bildung für nachhaltige Entwicklung kann zusätzlich einen Beitrag gegen die fortschreitende Entpolitisierung der Gesellschaft leisten, in der BürgerInnen zunehmend die Rolle bloßer KonsumentInnen einnehmen und weniger als GestalterInnen ihrer Gesellschaft agieren. Es geht darum, von den „PassivbürgerInnen“ zu einer „AktivbürgerInnenschaft“ zu gelangen (Crouch 2008). Die Befunde der neuen 17. Shell Jugendstudie (2015) weisen beispielsweise darauf hin, dass das politische Interesse der Jugendlichen in Deutschland wieder ansteigt. „Im Vergleich zum Tiefpunkt mit 30 % im Jahr 2002 sind es jetzt wieder 41 %, die sich selbst als ‚politisch interessiert‘ bezeichnen (Altersgruppe 12 bis 25 Jahre).“ (Shell 2015, S. 20). Doch für „die Breite der Jugendlichen sind es die eher individuell angelegten Aktivitäten, wie etwa der persönliche Verzicht darauf, bestimmte Waren zu kaufen (34 %), eine Aktivität über das Internet, wie zum Beispiel eine Online-Petition unterzeichnen (27 %) oder aber die klassische Unterschriftenliste (26 %), die am häufigsten benannt werden. An eher kollektiv organisierten Aktivitäten hat sich hingegen erst ein etwas kleinerer Anteil Jugendlicher beteiligt, immerhin aber auch schon fast jeder Vierte an einer Demonstration (23 %) und sogar 10 % im Rahmen einer Bürgerinitiative“ (Shell 2015, S. 25).

Diesen Trend heißt es, zu nutzen und zu verstärken, und BNE kann dabei eine große Rolle spielen. Der Fußabdruck (siehe Kapitel 2.1) geht beispielsweise nur wenig auf die politische Ebene ein, sondern fokussiert stärker auf individuelle Entscheidungen. Der aktuell zu beobachtenden Entpolitisierung und Politikverdrossenheit in der Gesellschaft muss insbesondere dann entgegengewirkt werden, wenn die notwendigen Strukturen und Rahmenbedingungen auf der politischen und wirtschaftlichen Ebene nicht oder nur unangemessen langsam umgesetzt werden. Dies trifft insbesondere bei einer so großen und uns alle betreffenden Herausforderung wie der nachhaltigen Entwicklung in all ihren Facetten zu.

BNE kann Einzelpersonen unterstützen, ein Gefühl für die eigenen und realistischen Gestaltungsmöglichkeiten zu bekommen und diese mit den notwendigen Kompetenzen des Gestaltens anzureichern. Als AkteurIn des Wandels muss man sich damit auseinandersetzen, welche Möglichkeiten es auf welcher Wirkungsebene gibt und wie diese mit Verbündeten umgesetzt werden können. Wer sich nicht als GestalterIn wahrnimmt, wird und kann auch nicht gestalten. Menschen müssen lernen können, die Möglichkeiten einer wirksamen gesellschaftlichen Gestaltung und Transformation zu erkennen und zu nutzen.

Wir freuen uns, von Ihren Hand Print Aktivitäten und Ideen zu hören!

Wo haben Sie oder Ihre Zielgruppe es geschafft, den Hebel auf Nachhaltigkeit zu justieren und Strukturen bleibend zu verändern? Welche Herausforderungen gab es auf diesem Weg und wie konnten sie überwunden werden? Auf welcher Wirkungsebene haben Sie ange-setzt, welche Wirkung entfaltet das Erreichte und was möchten Sie in Zukunft konkret verändern? Wir möchten langfristig eine Webseite mit guten Beispielen anlegen,

um anderen den Einstieg zu erleichtern. Dafür sammeln wir zunächst konkrete Beispiele des Gelingens und freuen uns über Ihre Mithilfe.

Schreiben Sie uns gerne von Ihren Aktionen und senden Sie uns Fotos dazu:

handprint@germanwatch.org



7 Literatur

Colin Crouch (2008): Postdemokratie, Suhrkamp, Frankfurt am Main.

Graf, P. (2012): Ökologische Stromtarifrevision. In: Proceedings of the Presentation held at the 3rd St. Gallen Forum for Management of Renewable Energies, May 25, 2012.

Kaenzig, J., Heinzle, S. L. und Wüstenhagen, R. (2013): Whatever the customer wants, the customer gets? Exploring the gap between consumer preferences and default electricity products in Germany. In: Energy Policy 53, p 311-322

Narberhaus, M., Ashford, C., Buhr, M., Hanisch, F., Sengün, K., und Tunçer, B. (2011): Smart CSOs. Effective change strategies for the Great Transition: Five leverage points for civil society organisations. Online abrufbar unter:
<http://www.smart-csos.org/images/Documents/Smart%20CSOs%20Report%20final.pdf>

Narberhaus, M. (2014): Civil Society in Transition Report. Smart CSOs. Online abrufbar unter:
http://www.transitionnetwerkmiddenveld.be/images/Civil_Society_in_Transition_Report.pdf

Santarius, T. (2012): Der Rebound-Effekt. Über die unerwünschten Folgen der erwünschten Energieeffizienz. Wuppertal Institut, Wuppertal. Online abrufbar unter:
<http://epub.wupperinst.org/files/4219/ImpW5.pdf>

Schad, M. und Sommer, B. (2012): Denn Sie tun nicht, was sie wissen. Warum Aufklärungs- und Informationskampagnen nicht ausreichen, um die ökologische Nachhaltigkeitskrise zu bewältigen. In: Jahrbuch Gerechtigkeit V, Menschen Klima Zukunft? Wege zu einer gerechten Welt, c+p Verlag, Glashütten.

Shell (2015): Jugend 2015, 17. Shell Jugendstudie. Deutsche Shell Holding GmbH (Hrsg.). Fischer Taschenbuchverlag, Frankfurt am Main. Zusammenfassung und Auszüge online abrufbar unter:
<http://www.shell.de/aboutshell/our-commitment/shell-youth-study-2015/multimedia.html>

WBGU (2011): Transformation zur Nachhaltigkeit. Factsheet Nr.4/2011. Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen, Berlin. Online abrufbar unter:
http://www.wbgu.de/fileadmin/templates/dateien/veroeffentlichungen/factsheets/fs2011-fs4/wbgu_fs4_2011.pdf



Sie fanden diese Publikation interessant?

Wir stellen unsere Veröffentlichungen zum Selbstkostenpreis zur Verfügung, zum Teil auch unentgeltlich. Für unsere weitere Arbeit sind wir jedoch auf Spenden und Mitgliedsbeiträge angewiesen.

Spendenkonto: BIC/Swift: BFSWDE33BER, IBAN: DE33 1002 0500 0003 212300

Spenden per SMS: Stichwort „Weitblick“ an 8 11 90 senden und 5 Euro spenden.

Mitgliedschaft: Werden Sie Fördermitglied (Mindestbeitrag 60 Euro/Jahr) oder stimmberechtigtes Mitglied (ab 150 Euro/Jahr, Studierende ab 120 Euro/Jahr) bei Germanwatch. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Website unter: www.germanwatch.org/de/mitglied-werden

Wir schicken Ihnen das Anmeldeformular auf Anfrage auch gern postalisch zu:
Telefon: 0228/604920, E-Mail: info@germanwatch.org

Germanwatch

„Hinsehen, Analysieren, Einmischen“ – unter diesem Motto engagiert sich Germanwatch für globale Gerechtigkeit und den Erhalt der Lebensgrundlagen und konzentriert sich dabei auf die Politik und Wirtschaft des Nordens mit ihren weltweiten Auswirkungen. Die Lage der besonders benachteiligten Menschen im Süden bildet den Ausgangspunkt unseres Einsatzes für eine nachhaltige Entwicklung.

Unsere Arbeitsschwerpunkte sind Klimaschutz & Anpassung, Welternährung, Unternehmensverantwortung, Bildung für Nachhaltige Entwicklung sowie Finanzierung für Klima & Entwicklung/Ernährung. Zentrale Elemente unserer Arbeitsweise sind der gezielte Dialog mit Politik und Wirtschaft, wissenschaftsbasierte Analysen, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Kampagnen.

Germanwatch finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden und Zuschüssen der Stiftung Zukunftsfähigkeit sowie aus Projektmitteln öffentlicher und privater Zuschussgeber.

Möchten Sie die Arbeit von Germanwatch unterstützen? Wir sind hierfür auf Spenden und Beiträge von Mitgliedern und Förderern angewiesen. Spenden und Mitgliedsbeiträge sind steuerlich absetzbar.

Bankverbindung / Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft AG,
IBAN: DE33 1002 0500 0003 2123 00,
BIC/Swift: BFSWDE33BER

Weitere Informationen erhalten Sie unter
www.germanwatch.org
oder bei einem unserer beiden Büros:

Germanwatch – Büro Bonn

Dr. Werner-Schuster-Haus
Kaiserstr. 201, D-53113 Bonn
Telefon +49 (0)228 / 60492-0, Fax -19

Germanwatch – Büro Berlin

Stresemannstr. 72, D-10963 Berlin
Telefon +49 (0)30 / 2888 356-0, Fax -1

E-Mail: info@germanwatch.org

Internet: www.germanwatch.org



Hinsehen. Analysieren. Einmischen.

Für globale Gerechtigkeit und den Erhalt der Lebensgrundlagen.