

Uta Eser

Naturschutz, Kommunikation und Ethik: Brücken bauen zwischen Theorie und Praxis



Naturschutz, Kommunikation und Ethik: Brücken bauen zwischen Theorie und Praxis

**Eine Einführung in die ethischen
Grundlagen der Naturschutzkommunikation
mit Impulsen für die Praxis**

Uta Eser



Titelbild: Brücke in der Areuse-Schlucht im Val de Travers (tauav, Fotolia)

Adresse der Autorin:

Dr. Uta Eser
Büro für Umweltethik
Aixer Str. 74
72072 Tübingen
E-Mail: info@umweltethikbuero.de

Fachbetreuung im BfN:

Prof. Dr. Karl-Heinz Erdmann Fachgebiet I 2.2 „Naturschutz und Gesellschaft“
Beate Job-Hoben
Dr. Frank Wichert

Gefördert durch das Bundesamt für Naturschutz aus Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) im Rahmen des F+E-Vorhabens „Analyse und Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen zu ethischen Fragen im Umwelt- und Naturschutz“ (FKZ 3514 17 0100).

Diese Veröffentlichung wird aufgenommen in die Literaturdatenbank „DNL-online“ (www.dnl-online.de).

BfN-Skripten sind nicht im Buchhandel erhältlich. Eine pdf-Version dieser Ausgabe kann unter http://www.bfn.de/0502_skripten.html heruntergeladen werden.

Institutioneller Herausgeber: Bundesamt für Naturschutz
Konstantinstr. 110
53179 Bonn
URL: www.bfn.de

Der institutionelle Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die in den Beiträgen geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen des institutionellen Herausgebers übereinstimmen.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des institutionellen Herausgebers unzulässig und strafbar.

Abweichend hiervon stehen die Arbeitsmaterialien im Anhang dieses Skriptes unter der Creative-Commons-Lizenz CC BY-SA 4.0. Bei Weiterverwendung muss der Name des Urhebers genannt werden. Bearbeitung und Vervielfältigung sind gestattet unter Verwendung derselben Lizenz.

Nachdruck, auch in Auszügen, nur mit Genehmigung des BfN.

Druck: Druckerei des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)

Gedruckt auf 100% Altpapier

ISBN 978-3-89624-179-5

Bonn - Bad Godesberg 2016

Inhalt

Abbildungsverzeichnis.....	7
Tabellenverzeichnis.....	9
Abkürzungsverzeichnis.....	10
Vorwort	11
1 Naturschutz, Kommunikation und Ethik.....	12
1.1 Problemaufriss: Naturschutz und Moral.....	12
1.2 Begriffsklärungen	13
1.2.1 Naturschutz.....	13
1.2.2 Kommunikation	14
1.2.3 Ethik.....	15
1.3 Vorarbeiten des Bundesamts für Naturschutz	15
1.3.1 Naturschutzbegründungen	16
1.3.2 Ethische Argumente in der nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt.....	16
1.3.3 Vergleich europäischer Biodiversitätsstrategien	17
1.3.4 Gerechtigkeitsargumente im Naturschutz.....	17
1.3.5 Glücksargumente im Naturschutz	18
1.3.6 Fortbildungsreihe Naturschutzakademie Vilm	18
1.4 Die Kommunikation über Ethik im Naturschutz fördern.....	20
1.4.1 Anliegen: Die Kluft zwischen Ethik und Naturschutz überwinden	20
1.4.2 Material und Methoden.....	20
1.4.3 Fachbeiträge zur Naturschutzkommunikation.....	21
1.4.4 Naturbewusstseinsstudien	21
1.4.5 Naturschutz- und Werbekampagnen	22
1.4.6 Expertenworkshop	23
1.5 Aufbau und Ziel der Broschüre	24
1.5.1 Von der Praxis zur Theorie.....	24
1.5.2 Zehn Mythen über Naturschutz, Kommunikation und Ethik	25
1.5.3 Kapitelübersicht.....	26
1.5.4 Von der Theorie zur Praxis.....	27
2 Mythos „Ethik ist was für Gutmenschen“	28
2.1 Ethik als Reflexionstheorie der Moral	28
2.2 Der Unterschied zwischen „gut“ und „richtig“	28
2.2.1 Strebensethik: Das Streben nach Glück.....	29
2.2.2 Sollensethik: Moralische Gebote und Verbote.....	29
2.3 Was der Fall ist und was wer tun kann	30
2.4 Institutionen und Individuen.....	30
2.5 Kurz und bündig: Ethik ist Nachdenken.....	31
3 Mythos „Ethik ist Ansichtssache“	32
3.1 Subjektivität als politisches Hindernis.....	32

3.2	Subjektiv – objektiv – intersubjektiv	33
3.2.1	Was ist subjektiv?	33
3.2.2	Was ist objektiv?	33
3.2.3	Objektivität entsteht intersubjektiv	34
3.3	Wie lassen sich ethische Urteile begründen	34
3.3.1	Mögliche Begründungsinstanzen	34
3.3.2	Begründung im Diskurs	35
3.4	Rational – emotional – irrational	36
3.4.1	Emotionalität als Basis der Kommunikation?	36
3.4.2	Zweisprachigkeit	36
3.4.3	Moralische Empörung ernst nehmen	37
3.5	Kurz und bündig: Über Ethik kann man sich verständigen	38
4	Mythos „Ethik ist mit der Natur des Menschen unvereinbar“	39
4.1	Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral?	39
4.2	Was ist und was sein soll	39
4.2.1	Tatsachen, Werte, Normen	40
4.2.2	Vom Sein zum Sollen: Logisch	41
4.2.3	Vom Sein zum Sollen: Praktisch	41
4.3	Vom Sollen und Können	42
4.3.1	Die Bedeutung von Welt- und Menschenbildern	42
4.3.2	Das Leben als Kampf ums Dasein: das naturalistische Menschenbild	43
4.3.3	„Wir können auch anders“: Das humanistische Menschenbild	44
4.4	Inklusiv denken	44
4.5	Kurz und bündig: Ethik gründet in menschlicher Freiheit	46
5	Mythos „Ethik sieht von menschlichen Bedürfnissen ab“	47
5.1	Ethik ist kein Zusatzargument	47
5.2	Themen der Umweltethik	47
5.2.1	Der Umgang mit der Natur: ökologische Gerechtigkeit	47
5.2.2	Der Umgang mit zukünftigen Generationen: Zukunftsgerechtigkeit	49
5.2.3	Der Umgang mit unseren Mitmenschen: soziale und globale Gerechtigkeit	50
5.2.4	Der Umgang mit uns selbst: die Frage nach dem Guten Leben	51
5.3	Nutzwert, Eigenwert und Selbstwert	53
5.3.1	Nutzwert: Mittel zum Zweck	54
5.3.2	Selbstwert: Zweck an sich	54
5.3.3	Eigenwert: Beziehung ist keine Nutzung	55
5.4	Klugheit, Glück, Gerechtigkeit	57
5.4.1	Klugheit	57
5.4.2	Glück	57
5.4.3	Gerechtigkeit	58
5.5	Kurz und bündig: Ethik fragt nach Rechten und Bedürfnissen	60

6	Mythos „Moral schreckt ab“	61
6.1	Moral als Waffe?	61
6.2	„Lieber Gegner der Natur“	63
6.2.1	„Du willst all das zerstören“	64
6.2.2	„Die Natur gehört uns allen“	65
6.2.3	„Gemeinsam können wir die Bedrohung stoppen“	66
6.3	Kommunikation über Moral statt moralischer Kommunikation	67
6.3.1	Regeln der Kommunikation über Moral	67
6.3.2	Trennung von Person und Position	67
6.3.3	Die Sicht der Anderen	68
6.4	Kurz und bündig: Über Handlungen, Haltungen und Institutionen sprechen	70
7	Mythos „Zielgruppenorientierung erfordert Anthropozentrik“	71
7.1	Strategische Anthropozentrik	71
7.1.1	Irrtum 1: Gegensatz von Anthropozentrik und Altruismus	72
7.1.2	Irrtum 2: Die Mehrheit denkt anthropozentrisch	72
7.1.3	Irrtum 3: Anthropozentrische Argumente sind erfolgreicher	73
7.1.4	Irrtum 4: Kollektiv vs. Individuum	73
7.2	Von der Werbung lernen?	74
7.2.1	Strategische Kommunikation	75
7.2.2	Verständigungsorientierte Kommunikation	75
7.2.3	Ethik ist Kopfarbeit	77
7.3	Die Zielgruppe der Ethik	78
7.4	Kurz und bündig: Verständigung erfordert Authentizität	81
8	Mythos „Eigennutz ist das erfolgversprechendste Argument“	82
8.1	Reden Sie noch oder überzeugen Sie schon?	82
8.2	Ökosystemdienstleistungen	83
8.2.1	Vom Nutzen des Naturschutzes	83
8.2.2	Das Konzept der Ökosystemdienstleistungen	84
8.2.3	Naturkapital	85
8.3	Naturschutz, Naturbeziehung, Naturnutzung	86
8.3.1	Was bedeutet „Nutzen“?	86
8.3.2	Beziehungen sind keine Dienstleistungen	87
8.4	Individuellen und kollektiven Nutzen unterscheiden	89
8.4.1	„Wir alle profitieren vom Schutz der Natur“	89
8.4.2	Das kollektive und das distributive Interesse aller	90
8.4.3	Interessenkonflikte erkennen und benennen	91
8.5	Kurz und bündig: Wem nutzt was wie?	93
9	Mythos „Entscheidend ist das individuelle Verhalten“	94
9.1	Vom Wissen zum Handeln	94
9.1.1	Tu was!	94
9.1.2	Was tun?	95

9.2	Einzelne Handlungen sind marginal	97
9.2.1	„Ich als Einzelner kann keinen großen Beitrag leisten“	97
9.2.2	„Wir haben es in der Hand“	99
9.2.3	„Viele kleine Leute, die viele kleine Dinge tun...“	100
9.3	Das Trittbrettfahrerproblem	102
9.4	Institutionen ermöglichen oder behindern umweltbewusstes Handeln	103
9.5	Kurz und bündig: Vom Individuum zur Institution	105
10	Mythos „Wer die Natur liebt, schützt sie“	106
10.1	Vom Kennen zum Lieben zum Schützen?	106
10.1.1	Nur wer die Natur liebt, schützt sie?	107
10.1.2	Wer die Natur liebt, schützt sie auch?	108
10.2	Naturpädagogik, Umweltbildung und BNE	109
10.2.1	Gestaltungskompetenz	110
10.2.2	Selber Denken: BNE in der Tradition der Aufklärung	110
10.2.3	Integration von Naturpädagogik und BNE	111
10.3	Das Recht auf Naturbeziehung	112
10.3.1	Der verwandelnde Wert des Naturerlebens	113
10.3.2	Naturverbundenheit als menschliche Grundfähigkeit	114
10.3.3	Naturverbundenheit ist keine Pflicht	114
10.4	Kurz und bündig: Naturverbundenheit ist ein Recht, keine Pflicht	116
11	Mythos „Naturschutzkommunikation schafft Akzeptanz“	117
11.1	„Schaffung von Akzeptanz“	117
11.1.1	Instrumentalisierung von Kommunikation	118
11.1.2	Akzeptanz und Akzeptabilität	119
11.2	„Veränderung der Einstellungen und des Handelns“	120
11.2.1	Veränderung ermöglichen: Die Rolle der Bildung	120
11.2.2	Veränderung ermöglichen: Die Rolle von Institutionen	121
11.2.3	Die Freiheit der Andersdenkenden	121
11.3	„Beeinflussung politischer Entscheidungsprozesse“	122
11.4	Kurz und bündig: Naturschutzkommunikation ist ergebnisoffen	124
	Literaturverzeichnis	125
	Anhang: Arbeitsmaterialien	135
	Motive und Gründe klären	136
	Tatsachen, Werte und Normen unterscheiden	138
	Unausgesprochene Vorannahmen entdecken	140
	Gerechtigkeit und Glück unterscheiden	142
	Bedeutung und Tragweite des moralischen Selbstwerts	143
	Verantwortung wahrnehmen	145
	Vom Wir zum Wer	147
	Perspektivwechsel üben	149
	Bedürfnisse hierarchisieren	150
	Globales Lernen	152

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Titelgrafik der Studie zur deutschen Biodiversitätsstrategie	16
Abb. 2: Titelgrafik der Studie zu europäischen Biodiversitätsstrategien	17
Abb. 3: Titelgrafik zur Gerechtigkeitsstudie.....	18
Abb. 4: Wer andere überzeugen will, bevorzugt Klugheitsargumente	19
Abb. 5: Persönliche Gründe für den Schutz der Natur	22
Abb. 6: NABU-Kampagne „Fast weg“	40
Abb. 7: Nutzwert und relationaler Eigenwert.....	56
Abb. 8: Das Vier-Seiten-Modell der Kommunikation	62
Abb. 9: „Ich stell' mich dir entgegen“.....	63
Abb. 10: Broschüre „Die Sicht der Anderen“.....	68
Abb. 11: Werbung will Menschen nicht über den Kopf erreichen	78
Abb. 12: Denkgewohnheiten irritieren: Kampagne für Brot für die Welt	78
Abb. 13: Kampagne der GLS-Bank	79
Abb. 14: Der Nutzen der Natur in der Werbung	83
Abb. 15: Ökosystemdienstleistungen.....	84
Abb. 16: Der ökonomische Gesamtwert der Natur.....	85
Abb. 17: Persönliche Bedeutung der Natur in der Naturbewusstseinsstudie 2013.....	88
Abb. 18: Wir sägen an dem Ast, auf dem wir sitzen.....	90
Abb. 20: Bereitschaft, zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen	96
Abb. 21: Einstellungen zum Schutz der Natur	98
Abb. 22: WWF-Kampagne: Wir haben es in der Hand.....	99
Abb. 23: Das Trittbrettfahrerproblem	102
Abb. 24: Cover des WWF-Handbuchs „Natur verbindet“	106
Abb. 25: Video zur NABU Kampagne „Fast weg“	137
Abb. 26: Briefmarkensammlung, Zimmerpflanze und Hund	143
Abb. 27: Weberknecht, Zecke und Schnecke	144
Abb. 28: Zeigende Hand	145
Abb. 29: Wahrnehmung der Gefährdung der Natur	146
Abb. 30: Vom Wir zum Wer	147
Abb. 30: Einfache Bedürfnishierarchie nach Maslow	151
Abb. 31: Earth Overshoot Day.....	152
Abb. 32. Weltkarte der Biokapazitätsdefizite und reserven	153

Abb. 33: Weltkarte der Vermögensverteilung	153
Abb. 34: Globale 20:80-Verteilung des privaten Konsums.....	154

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Verwendetes Kampagnen-, Werbe- und Bildungsmaterial.....	23
Tab. 2: Programm des Expertenworkshops.....	24
Tab. 3: Zehn Mythen über Naturschutzkommunikation und Ethik	25
Tab. 4: Ökologische Gerechtigkeit in der Naturbewusstseinsstudie 2011	48
Tab. 5: Zukunftsgerechtigkeit in der Naturbewusstseinsstudie 2011.....	49
Tab. 6: Globale Gerechtigkeit in der Naturbewusstseinsstudie 2011	51
Tab. 7: Werttypen des konzeptionellen Rahmens von IPBES.....	53
Tab. 8: Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Stärken und Schwächen	59
Tab. 9: „Die Sicht der Anderen“: Gruppen und Perspektiven	69
Tab. 10: Regeln des idealen rationalen Diskurses.....	76
Tab. 11: Motivationstypen nach der Limbic@Map	80
Tab. 12: Das Konzept der Gestaltungskompetenz.....	110
Tab. 13: Der Beutelsbacher Konsens	122
Tab. 14: Aufbau eines Arguments	140
Tab. 15: Klugheitsargumente in der NBS	141

Abkürzungsverzeichnis

ANU	Arbeitsgemeinschaft Natur- und Umweltbildung e.V.
BAFU	Bundesamt für Umwelt, Schweiz
BBN	Bundesverband Beruflicher Naturschutz
BfN	Bundesamt für Naturschutz
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
BNE	Bildung für Nachhaltige Entwicklung
BUND	Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland
CBD	Convention on Biological Diversity
DNR	Deutscher Naturschutzring
EC	European Commission (Europäische Kommission)
IPBES	Intergovernmental Platform on Biodiversity and Ecosystem Services
MEA	Millennium Ecosystem Assessment
NABU	Naturschutzbund Deutschland
NBS	Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt
ÖDL	Ökosystemdienstleistung
TEEB	The Economics of Ecosystems and Biodiversity
UBA	Umweltbundesamt
UN	United Nations
UNCED	United Nations Conference on Environment and Development
UNEP	United Nations Environmental Programme
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur
WWF	World Wide Fund For Nature

Vorwort

Die vorliegende Schrift ist Ergebnis eines F+E-Vorhabens, das die Auseinandersetzung mit ethischen Fragen in der Naturschutzkommunikation ermöglichen und fördern sollte (FKZ 1514 17 0100). Vielen Menschen, die sich für den Schutz der Natur einsetzen, ist bewusst, dass Naturschutz auf ethisch-moralischen Grundlagen beruht. Fragen der Ethik und Moral sind dennoch nur selten ausdrücklich Gegenstand der Kommunikation. Diese Enthaltbarkeit hat zwei Gründe: Zum einen fürchtet man den „moralischen Zeigefinger“. Eine moderne Naturschutzkommunikation will adressatenorientiert sein und meidet Themen, die mit unangenehmen Gefühlen verbunden sein könnten. Zum anderen ist die umweltethische Fachliteratur nicht ohne weiteres zugänglich und verständlich, und Bezüge zu konkreten Naturschutzkonflikten sind nur selten zu erkennen.

Bei einem **Expertenworkshop** im Rahmen des Vorhabens nahm die Idee dieser Broschüre Gestalt an. Im Oktober 2015 trafen sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unterschiedlicher Disziplinen und Akteure aus unterschiedlichen Praxisfeldern, um gemeinsam die Frage zu diskutieren, wie Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen kann. Nach einer für alle Beteiligten anregenden Veranstaltung war das ernüchternde Fazit: Der Brückenschlag zur Praxis ist noch kaum gelungen. Die akademischen Diskussionen blieben vielfach so theoriegesättigt und praxisfern, dass sie für die konkrete Umsetzung kaum relevant waren. Auch innerhalb der wissenschaftlichen Debatte waren sehr heterogene Begriffsverständnisse zu beobachten. Was unter ‚Naturschutz‘, ‚Kommunikation‘ und ‚Ethik‘ verstanden wurde, hing wesentlich vom fachlichen oder praktischen Hintergrund der Beteiligten ab.

Den Bedarf an einer **verständlichen und praxisorientierten Einführung in die ethischen Grundlagen der Naturschutzkommunikation** will dieses Heft decken. Es lädt ein zu einer Exkursion in die vielfältige Landschaft der Ethik. Es will Brücken bauen zwischen Theorie und Praxis, Ökologie und Philosophie, Tatsachen und Werten. Niemand muss, aber jeder kann sich mit ethisch-moralischen Fragen beschäftigen. Wenn Sie in einem Naturschutzzentrum, einer Naturschutzbehörde oder einer Naturschutzorganisation tätig sind und sich für die ethisch-moralischen Gründe und die philosophischen Hintergründe Ihrer Arbeit interessieren, sind Sie hier richtig.

Um größtmögliche Praxistauglichkeit gewährleisten zu können, haben wir drei Mitwirkende des Workshops, die in der praktischen Bildungs- und Verbandsarbeit tätig sind, gebeten, das Manuskript zu lesen. Ihre hilfreichen Kommentare haben erheblich zu größerer Verständlichkeit beigetragen. Annette Dieckmann, Ralf Hufnagel und Astrid Paschkowski sei an dieser Stelle für ihre konstruktive Kritik ein herzlicher Dank ausgesprochen! Alle verbleibenden Mängel sind allein von mir zu verantworten.

Ich danke der Präsidentin des BfN, Beate Jessel, für die fortgesetzte Unterstützung der Auseinandersetzung mit ethischen Fragen und dem Fachgebiet I 2.2 für die gute Zusammenarbeit: Karl-Heinz-Erdmann, Beate Job-Hoben und Frank Wichert haben nicht nur beim organisatorischen Handling viel Flexibilität und Verständnis gezeigt, sondern auch wertvolle inhaltliche Impulse gegeben. Nun hoffe ich, dass das Ergebnis Sie, liebe Leserinnen und Leser, anspricht und Ihnen neue Perspektiven auf Ihre Praxis eröffnet!

Uta Eser

1 Naturschutz, Kommunikation und Ethik

1.1 Problemaufriss: Naturschutz und Moral

Seit seinen Ursprüngen im 19. Jahrhundert hat das Engagement für den Schutz der Natur unüberhörbar moralische Untertöne. Die Forderung nach einem anderen Umgang mit Natur war von Beginn an nicht auf zweckrationale Erwägungen beschränkt, sondern beruhte auf sittlichen Überzeugungen davon, was ein tugendhaftes Handeln ausmacht. „[D]ie Natur ist zur Sklavin erniedrigt, der ein Joch abstrakter Nutzungssysteme, das ihr völlig fremd ist, gewalt-sam aufgezwängt, deren Leistungsfähigkeit ausgepreßt wird bis auf den letzten Tropfen.“ So empörte sich Ernst RUDORFF (1926 [1897]: 22) in seinem programmatischen Aufsatz „Heimat-schutz“ und mahnte eine Haltung an, welche der Natur „neben aller Dienstbarkeit doch auch ein gewisses Recht selbständigen Daseins zugestehet“ (ebd.).

Die Überzeugung, dass der Natur ein eigenständiges Existenzrecht zustehe, gehört zum Kernbestand naturschützerischer Haltungen. Die moralische Empörung über die Zerstörung der Natur reihte sich dabei ein in eine zivilisationskritische Klage über den allgemeinen Sittenverfall. Da war von „schamloser Prostitution“ der Natur die Rede, und von der „Zerstörung jeder Ursprünglichkeit“, welche für die „moralisch reinigende und sittlich erhebende“ Wirkung der Natur unentbehrlich sei (ebd. S. 74). Den Werten der Moderne, die ihm als Ursache der Naturzerstörung galt, stellte Rudorff die traditionellen Werte der Heimatverbundenen gegenüber:

„Dort Familiensinn, bürgerliche Tüchtigkeit, Gemütlichkeit, Schlichtheit, Friede und Freude, Genügsamkeit und Genügen, Humor und Gottesfurcht, hier Strebertum, Scheinwesen und Aufgeblasenheit, elegante Renommisterei, vollkommenste Nüchternheit, Kälte und Blasiertheit“ (ebd. S. 25).

Zu Recht bemüht sich der Naturschutz seit Jahren, diesen moralisierenden Duktus hinter sich zu lassen. Die simple Einteilung der Menschheit in „Gegner der Natur“ und „Freunde der Natur“, wie sie erst jüngst eine Kampagne der Naturschutzverbände reproduziert hat (NABU TV 2015), wird der Komplexität systemischer Zusammenhänge einfach nicht gerecht. Schlimmer noch: Sie behindert eine Verständigung, weil sie Personen, die der Naturschutz eigentlich für seine Sache erreichen will, von vornherein die Achtung entzieht. „Wer moralisiert, will verletzen“ – so kurz und bündig brachte der Soziologe Niklas LUHMANN (1993: 331) seine Bedenken gegen die „Moralisierung“ der Umweltkommunikation auf den Punkt.

Moral hat aus diesen Gründen in der Naturschutzkommunikation einen schlechten Ruf. „Vergessen Sie den moralischen Zeigefinger“, lautet eine verbreitete Empfehlung für die Naturschutzkommunikation: „Das Anliegen, unsere natürlichen Lebensgrundlagen zu sichern, kann wunderbar über die individuellen ästhetischen Vorlieben, die persönlichen Interessen oder die Lebensstile der Zielgruppe transportiert werden“ (SCHACK 2004: 3). In diesem Sinne bemüht sich eine zielgruppenorientierte Kommunikationsstrategie, die angesprochenen Personen über ihre persönlichen Interessen und Vorlieben zu erreichen, statt an ihre Verantwortung für andere zu appellieren.

Dennoch: Wer die Auffassung vertritt, dass Naturschutz ein gesellschaftliches Anliegen ist und nicht lediglich eine persönliche Vorliebe einzelner Naturfreunde, kommt nicht umhin, in der Naturschutzkommunikation neben ökologischen Zusammenhängen und ökonomischen Vorteilen auch Moralvorstellungen und Werte zu thematisieren. Zu Recht verspüren viele Naturschutzakteure angesichts einer zunehmend nutzenorientierten Argumentation ein Unbehagen. Naturschutz, so ihre richtige Intuition, hat eben auch etwas mit Ethik und Moral zu tun, und

nicht nur mit individuellen Vorlieben. Denn schließlich verlangt der Naturschutz ja von Menschen oder Institutionen, bestimmte Dinge zu tun und andere zu lassen. Zumindest empfiehlt er mehr Rücksichtnahme auf die Natur. Für beides muss er gute Gründe angeben können – und damit ist die Kommunikation über Ethik eröffnet.

1.2 Begriffsklärungen

Eine Einführung in die ethischen Grundlagen der Naturschutzkommunikation muss zunächst einmal ihre Begriffe klären. Denn die Erfahrung lehrt, dass die Begriffe „Naturschutz“, „Kommunikation“ und „Ethik“ sich keineswegs von selbst verstehen. Die folgenden Absätze erläutern daher, was jeweils mit den Begriffen gemeint ist und was nicht.

1.2.1 Naturschutz

Die Ziele des Naturschutzes legt das Bundesnaturschutzgesetz bekanntlich so fest (BUNDESMINISTERIUM DER JUSTIZ 2009):

„Natur und Landschaft sind **auf Grund ihres eigenen Wertes** und **als Grundlage für Leben und Gesundheit des Menschen** auch **in Verantwortung für die künftigen Generationen** im besiedelten und unbesiedelten Bereich nach Maßgabe der nachfolgenden Absätze so zu schützen, dass

1. die biologische Vielfalt,
2. die Leistungs- und Funktionsfähigkeit des Naturhaushalts einschließlich der Regenerationsfähigkeit und nachhaltigen Nutzungsfähigkeit der Naturgüter sowie
3. die Vielfalt, Eigenart und Schönheit sowie der Erholungswert von Natur und Landschaft

auf Dauer gesichert sind; der Schutz umfasst auch die Pflege, die Entwicklung und, soweit erforderlich, die Wiederherstellung von Natur und Landschaft“ (§1 Abs.1 BNatSchG, Herv. UE).

Die Auffassung einer Eigenwertigkeit der Natur ist ein Charakteristikum des Naturschutzes, das ihn von anderen Politikbereichen wie Umweltschutz und Nachhaltiger Entwicklung unterscheidet. Begriffe wie ‚Vielfalt‘, ‚Eigenart‘ und ‚Schönheit‘ sprechen eine Sprache, die sich nicht auf zweckrationale Betrachtungen beschränkt. Damit sind bereits ethische Dimensionen markiert. Naturschutz ist weder bloßer „Sachzwang“ noch einfach „angewandte Ökologie“. Vielmehr beruht er auf kulturellen, sozialen, ästhetischen oder ethischen Werturteilen, die Gegenstand der Kommunikation werden sollen.

Aufgabe des Bundesamts für Naturschutz ist die wissenschaftsbasierte Politikberatung. Es behandelt Naturschutz als **begründungspflichtige und begründungsfähige gesellschaftliche Praxis** (ERDMANN und SCHELL 2002, ERDMANN, LÖFFLER, ROSCHER 2008). Aufgabe der Ethik ist es dabei nicht, Partialinteressen einer zahlenmäßig begrenzten Naturschutzklientel gesellschaftlich durchzusetzen, sondern darüber nachzudenken, ob und aus welchen Gründen Naturschutz im langfristigen Interesse der Allgemeinheit ist. Denn es geht im Naturschutz nicht nur um Interessenkonflikte zwischen Menschen und Natur, sondern auch um Interessenkonflikte zwischen unterschiedlichen Menschen, die Natur zu unterschiedlichen Zwecken nutzen wollen. Zur Klärung solcher Konflikte kann Ethik beitragen.

Zur perspektivischen Weiterentwicklung des Naturschutzes hat Karl-Heinz ERDMANN (2002) fünf Forderungen aufgestellt:

- Stärkere Beachtung der humanwissenschaftlichen Komponenten des Naturschutzes
- Förderung der Politikfähigkeit des Naturschutzes
- Erweiterung des klassischen Instrumentariums des Naturschutzes
- Integration des Naturschutzes in alle Ebenen des Bildungssystems
- Erkennen und Nutzen internationaler Bezüge des Naturschutzes

Bei der Erfüllung dieser Forderungen ist die Auseinandersetzung mit Ethik hilfreich.

Halten wir für die Kommunikation über Ethik im Naturschutz fest:

- Naturschutz ist ein politisches Anliegen – und nicht nur ein privates.
- Naturschutz ist ein kulturelles Anliegen – und nicht nur ein ökologisches.
- Naturschutz ist auch ein internationales Bemühen – und nicht nur ein nationales.

1.2.2 Kommunikation

Kommunikation ist ein **wechselseitiger Verständigungsprozess**. Im Rahmen von Rede und Gegenrede erklären Menschen einander ihre Motive, Beweggründe und Überzeugungen, in der Absicht, gegenseitiges Verständnis zu erzielen. Wenn ein konsequenter Naturschutz die Handlungsfreiheit Einzelner beschränken muss, dann sind solche Beschränkungen erklärungsbedürftig und begründungspflichtig. Ziel der Naturschutzkommunikation ist eine einvernehmliche Praxis. Dabei dient Kommunikation der Klärung der Frage, welche Regeln für alle mit guten Gründen akzeptabel sind. Dieser verständigungsorientierte Kommunikationsbegriff steht in der Diskursethik Jürgen HABERMAS‘:

„[D]er Sinn von Rede überhaupt besteht offensichtlich darin, dass sich mindestens zwei Sprecher/Hörer über etwas verständigen. Dabei unterstellen wir, dass die erzielte Verständigung, wenn es denn eine ist, stets eine wirkliche Verständigung ist“ (HABERMAS 1990: 114).

Davon abzugrenzen sind strategische Formen der Kommunikation: Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Maßnahmen des Marketing sind nicht primär verständigungs-, sondern erfolgsorientiert. Sie wollen ein vorher festgelegtes strategisches Ziel mit kommunikativen Mitteln erreichen. Strategische Naturschutzkommunikation folgt einem anderen Selbstverständnis als verständigungsorientierte. Sie versteht Naturschutz als Sender, der seine Botschaft erfolgreich an bestimmte Adressaten vermitteln will. Eine solche Aufgabenstellung bedarf anderer Methoden und – nicht zuletzt – anderer Expertise als ethischer.

Halten wir für die Kommunikation über Ethik im Naturschutz fest:

- Kommunikation ist ein wechselseitiger Prozess – und kein einseitiger Transfer.
- Kommunikation zielt auf Verständigung – und nicht auf praktischen Erfolg.
- Kommunikation zielt auf ein Einvernehmen – und nicht auf das Durchsetzen der eigenen Sicht.

1.2.3 Ethik

Die Frage, was unter Ethik zu verstehen ist, ist Gegenstand dieser Broschüre. Ein umfassendes Bild wird sich daher erst am Ende der Lektüre einstellen können. Vorab soll aber die weit verbreitete Gleichsetzung von Ethik und Moral korrigiert werden. **Ethik zu betreiben, bedeutet weder die „Moralkeule“ zu schwingen, noch den „moralischen Zeigefinger“ zu benutzen.** Wer Keulen schwingt, will verletzen – darum geht es der Ethik nicht. Sein Gegenüber persönlich abzuwerten, ist nicht nur strategisch unklug, sondern entspricht auch nicht den Grundsätzen verständigungsorientierter Kommunikation. Die moralische Anerkennung des Gegenübers gehört zu den Grundregeln gelingender Kommunikation.

Der „moralische Zeigefinger“ verordnet moralische Gebote und Verbote, ohne der anderen Seite ein eigenes Urteil zu ermöglichen. Wer moralische Wahrheiten vom Katheder oder der Kanzel verkündet, verkennt, dass echte Kommunikation allen Beteiligten symmetrische Beteiligungschancen einräumen muss. Anmaßende Besserwisserei scheidet damit aus. Das Ziel des Vorhabens, Ethik in der Naturschutzkommunikation zu fördern, ist es ausdrücklich, ethische Fragen **jenseits von Belehrung und Bekehrung** zu thematisieren.

Moralische Fragen sind Gegenstand der Ethik. Ethik kann daher gar nicht einfach identisch mit Moral sein. Vielmehr ist Ethik das **Nachdenken über Fragen der Moral und des gelingenden Lebens.** Alle Menschen haben moralische Überzeugungen, aber nicht alle haben dieselben moralischen Überzeugungen. Ethik hinterfragt und prüft die vorhandenen moralischen Vorstellungen – auch und gerade, weil es in pluralistischen Gesellschaften nicht mehr die eine, fraglos für alle verbindliche Form von Moral gibt. Ziel ethischer Reflexion ist es, für alle nachvollziehbar zu begründen, warum bestimmte Handlungen erlaubt und andere verboten sein sollen. Solche für alle geltenden Regeln nennt man **Normen**. Ethik dient aber nicht nur der Begründung von Normen. Sie begründet auch, welche Entscheidungen ins Belieben des Einzelnen gestellt sind und bleiben sollen. Auch für das breite Spektrum an Handlungen und Haltungen, die zwar im Sinne eines **gelingenden Lebens** empfehlenswert, aber gleichwohl nicht verbindlich geboten sind, bietet sie eine Sprache.

Halten wir für die Kommunikation über Ethik im Naturschutz fest:

- Ethik ist Reflexionstheorie der Moral – sie will weder belehren noch bekehren.
- Ethik dient der Begründung von Normen – nicht der Durchsetzung von Normen.
- Ethik basiert auf der Anerkennung der Person – sie will weder schulmeistern noch verletzen.

1.3 Vorarbeiten des Bundesamts für Naturschutz

Dieser Broschüre ging eine langjährige Auseinandersetzung des Bundesamts für Naturschutz mit Fragen der Naturschutzbegründung voraus. Wer sich für diesen Hintergrund und für Material und Methoden des Forschungsvorhabens interessiert, kann in diesem und im nächsten Abschnitt zusammenfassende Darstellungen lesen. Wer lieber gleich inhaltlich einsteigen möchte, findet im Abschnitt 1.5 eine Übersicht über den Aufbau der Broschüre.

bis 2014 haben wir die drei Kategorien in je einem Modul behandelt (ESER, WEGERER, SEYFANG und MÜLLER 2015).

Zu Beginn der Veranstaltung haben wir die Teilnehmenden gebeten, ihre persönlichen Gründe für den Schutz der biologischen Vielfalt zu notieren. Danach sollten sie aufschreiben, mit welchen Gründen sie andere von der Wichtigkeit dieses Anliegens zu überzeugen versuchen. Das Ergebnis bestätigte frappierend deutlich unsere Analyse der Strategiepapiere: Während subjektiv Fragen der Gerechtigkeit (Recht zukünftiger Generationen, Rechte der Natur) und Fragen des Glücks (Naturerleben, Ästhetik) eine überragende Rolle spielen, argumentiert man nach außen überwiegend nutzenorientiert (Abbildung 4, persönlichen Motive = grüne Kärtchen, angeführte Begründungen = rote Kärtchen).



Abb. 4: Wer andere überzeugen will, bevorzugt Klugheitsargumente (Bild: Wegerer)

Diese Beobachtung deckt sich mit den Erfahrungen in zahlreichen Umweltbildungs- und BNE-Veranstaltungen: Klugheitsargumente, die auf individuellen Nutzen der Adressaten abstellen, dominieren die Debatte, während Gerechtigkeits- und Glücksargumente für zu persönlich gehalten werden und als wenig überzeugend gelten. An dieser Diskrepanz setzte das aktuelle F+E-Vorhaben an. Mit dem Auftrag, die Kommunikation über Ethik in die Breite zu tragen, sollten Naturschutzakteure ermutigt werden, das ganze Spektrum ethischer Argumentationsmöglichkeiten zu nutzen, und damit Motivation und Argumentation in größere Übereinstimmung zu bringen.

1.4 Die Kommunikation über Ethik im Naturschutz fördern

1.4.1 Anliegen: Die Kluft zwischen Ethik und Naturschutz überwinden

In der Rubrik *Naturschutz persönlich betrachtet* erschien 2013 in der Zeitschrift *Natur und Landschaft* ein Beitrag von Wolfgang HABER. Als Bilanz seines lebenslangen Engagements für Ökologie und Naturschutz bekannte der renommierte Wissenschaftler, dass ethische Argumente für ihn nicht mehr zählten. Naturschutz ethisch zu begründen, grenze angesichts der Notwendigkeit eine wachsende Menschheit zu ernähren an Heuchelei, ja mehr noch: Ökologie und Humanität seien im Prinzip nicht miteinander vereinbar. Dieses persönliche Bekenntnis machte einmal mehr deutlich, dass der Zusammenhang zwischen Naturschutz und Ethik immer noch klärungsbedürftig ist. Die harten Realitäten (wachsende Bedürfnisse einer wachsenden Weltbevölkerung) und die Ideale des Naturschutzes (Vielfalt, Schönheit und Eigenart von Natur und Landschaft) stehen für viele Naturschutzakteure offenbar weitgehend unvermittelt (und unvermittelbar) nebeneinander. Als ethische Frage begreifen die meisten lediglich die Frage nach dem moralischen Selbstwert der Natur, während die Rolle menschlicher Naturbeziehungen für ein gutes Leben und Fragen der gerechten Verteilung von Kosten und Nutzen unterschiedlicher Naturbeziehungen nicht als ethische Fragen erkannt und thematisiert werden. Diese Kluft zwischen ethischer Theorie und naturschützender Praxis zu überwinden, war das Anliegen des F+E-Vorhabens „Analyse und Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen zu ethischen Fragen im Umwelt- und Naturschutz“.

1.4.2 Material und Methoden

Das Vorhaben hatte den Auftrag, „ein angemessenes Verständnis ethischer Fragestellungen im Kontext von Natur- und Umweltschutz bzw. des Schutzes biologischer Vielfalt in die Breite zu tragen“. Dieser Auftrag legt nahe, dass es verbreitete „unangemessene“ Verständnisse gibt, die es zunächst einmal zu identifizieren und dann in einem zweiten Schritt zu korrigieren gilt. Denn es wird ja in der Naturschutzkommunikation bereits viel über ethische Fragen gesprochen, aber eben oft in einer nur impliziten oder verkürzten Weise.

Für die Identifikation verbreiteter Verständnisse von Ethik und Naturschutzkommunikation habe ich vier Quellen genutzt:

- einschlägige Fachbeiträge zur Naturschutzkommunikation
- die Naturbewusstseinsstudien
- exemplarische Kampagnen zu Natur- und Artenschutz
- einen disziplinüberschreitenden Expertenworkshop

Methodisch habe ich zunächst auf der Grundlage der Literaturstudie ein Thesenpapier zum Zusammenhang von Naturschutz, Kommunikation und Ethik erstellt. Diese Thesen waren Gegenstand eines Workshops, der die Frage beantworten sollte, wie Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen kann. Dabei traten unterschiedliche Auffassungen davon zutage, was mit den Begriffen ‚Ethik‘, ‚Kommunikation‘ und ‚gelingen‘ überhaupt gemeint ist. Diese divergierenden Vorstellungen werden nun in der vorliegenden Praxisbroschüre zum Ausgangspunkt einer Einführung in die ethischen Grundlagen der Naturschutzkommunikation gemacht.

1.4.3 Fachbeiträge zur Naturschutzkommunikation

Den ersten Pfeiler der Untersuchung bilden **Veröffentlichungen des Bundesamts für Naturschutz** zur Naturschutzkommunikation (SCHUSTER 2008, ERDMANN, HOPF, SCHELL 2008, LICHT et al. 2009). Ich habe sie im Hinblick auf drei Fragen untersucht:

- Welches **Naturschutzverständnis** liegt ihnen zugrunde?
- Welches **Verständnis von Kommunikation** liegt ihnen zugrunde?
- Welches **Verständnis von Ethik** liegt ihnen zugrunde?

Die zweite Säule bilden **interdisziplinäre Beiträge zum Begriff der Kommunikation**. Ausgangspunkt war das Standardwerk *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation* (MICHELSEN und GODEMANN 2007). Darin finden sich neben Beiträgen zu ethischen und/oder theoretischen Aspekten der Nachhaltigkeitskommunikation auch mehrere Beiträge zum Handlungsfeld Naturschutz. Das theoretische Fundament dieser Broschüre bilden neben Jürgen HABERMAS' *Theorie des kommunikativen Handelns* (HABERMAS 1981, 1983, 1990) sozialwissenschaftliche Arbeiten zur *Ökologischen Kommunikation* im Anschluss an Niklas LUHMANN (1990 und 1993) und sozialpsychologische Beiträge zur Kommunikation (SCHULZ VON THUN 1981, PÖRKSEN und SCHULZ VON THUN 2014).

Eine dritte Säule sind **Beiträge der Umweltethik zur Naturschutzkommunikation**. Der Umweltethiker Konrad OTT verbindet als langjähriges Mitglied des Sachverständigenrats für Umweltfragen (2000-2008) und des Deutschen Rats für Landespflege philosophische Reflexion mit praktischer Konkretion (OTT 2015). Das Sondergutachten des Sachverständigenrats für Umweltfragen *Für eine Stärkung und Neuorientierung des Naturschutzes* behandelt neben Begründungen und Zielen des Naturschutzes auch Akzeptanzdefizite und berücksichtigt dabei ausdrücklich ethische Erwägungen (SRU 2002). Viele der *Vilmer Thesen zu Grundsatzfragen des Naturschutzes* behandeln ebenfalls ethische Aspekte des Naturschutzes (PIECHOCKI, OTT, POTTHAST und WIERSBINSKI 2010). Sie sind Ergebnis der Vilmer Sommerakademien, die die Internationale Naturschutzakademie Vilm in Zusammenarbeit mit den Umweltethikern Konrad Ott und Thomas Potthast seit 16 Jahren jährlich veranstaltet.

1.4.4 Naturbewusstseinsstudien

Seit 2009 erstellen das Bundesumweltministerium und das Bundesamt für Naturschutz die Naturbewusstseinsstudien (BMU und BfN 2010, BMU und BfN 2012, BMUB und BfN 2014). Die Bevölkerungsumfragen zu Natur und biologischer Vielfalt sollen Einstellungen zur Natur erfassen. Sie geben nicht nur Aufschluss darüber, welche persönliche Bedeutung Natur für Menschen in Deutschland hat, sondern auch darüber, wie unterschiedliche Menschen ihre persönliche Verantwortung für die Natur wahrnehmen. Insofern sind ihre Befunde für die Kommunikation über ethische Fragen wichtig.

Immer wieder findet sich in der Naturschutzkommunikation die Annahme, dass Menschen gegenüber eigennützigen Argumenten aufgeschlossener seien als gegenüber altruistischen. Um diese vermutete Neigung der Adressaten zu überprüfen, wurden in der Naturbewusstseinsstudie 2011 die persönlichen Gründe der Befragten für den Schutz der Natur erhoben (BMU und BfN 2012, siehe Abbildung 5). Die Ergebnisse ließen das unterstellte Eigennutzdenken fragwürdig erscheinen: Die Zustimmungsraten zu Gerechtigkeits- und Glücksargumenten waren deutlich höher als die Zustimmungsraten zu nutzenorientierten Gründen. Dieser Befund

könnte zwar einer fehlenden Einsicht in die existentielle Bedeutung der Natur geschuldet sein. Er könnte aber durchaus auch Rückschlüsse auf das Moralbewusstsein der Bevölkerung erlauben.

Allerdings muss bei der Interpretation der Naturbewusstseinsstudien der Faktor der sozialen Erwünschtheit berücksichtigt werden: Man darf davon ausgehen, dass die Befragten vor ihren Interviewern (und auch vor sich selbst) einen guten Eindruck erwecken wollen und ihre Antworten daher möglicherweise eher der angenommenen Erwartungshaltung als der eigenen Überzeugung entsprechen. Gleichwohl ist auch dies ein wichtiger Befund. Wenn man die Befunde der Naturbewusstseinsstudie ernst nimmt, dann kommt es weniger auf den viel beschworenen „Wertewandel“ an, als darauf, die Kluft zwischen Werten und Handeln zu schließen.

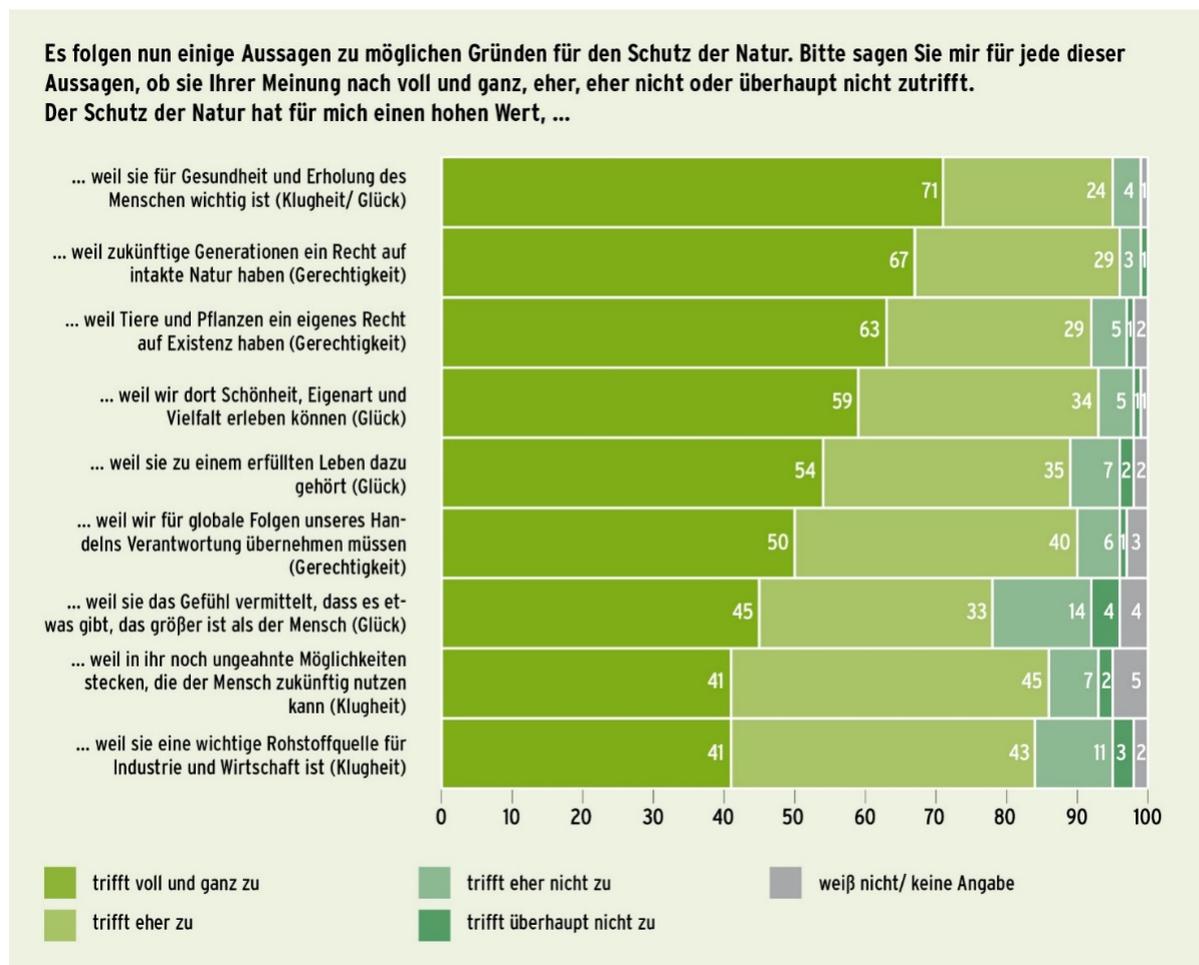


Abb. 5: Persönliche Gründe für den Schutz der Natur (Quelle: Naturbewusstseinsstudie 2011)

1.4.5 Naturschutz- und Werbekampagnen

Bilder sagen mehr als Worte. Weitaus eindrücklicher als wortreiche Erklärungen bringen Bilder Botschaften auf den Punkt – und mit ihnen auch Wertvorstellungen sowie Natur- und Menschenbilder. Deswegen greife ich zur Veranschaulichung der abstrakten Themen auf Bilder

und Slogans unterschiedlicher Kampagnen zurück. Ich verwende einerseits aktuelle Kampagnen zum Naturschutz, zum Artenschutz und zur Biologischen Vielfalt, gelegentlich aber auch kommerzielle Werbung, die bestimmte Sachverhalte prägnant zuspitzt (s. Tabelle 1).

Tab. 1: Verwendetes Kampagnen-, Werbe- und Bildungsmaterial

Titel	Quelle
Fast weg	NABU 2009a
Wir haben es in der Hand	WWF 2013
Die Sicht der Anderen	Umweltdachverband Wien, SUSKE et al. 2014
Lieber Gegner der Natur	NABU TV 2015
Natur verbindet	WWF 2015
Leitfaden Umweltkommunikation	OROVERDE 2015
Naturschutz-Offensive 2020	BMUB 2015
Glückliche Hühner für 3,99 sind eine Ente	GLS 2012
Ohne Biene keine Äpfel	REWE 2013
Weniger ist leer	Gute Botschafter 2015
Einfach ist mehr	ALDI Süd 2015

1.4.6 Expertenworkshop

Der vierte Baustein des Vorhabens war ein zweitägiger Workshop. Unter dem Titel „*Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen?*“ trafen sich im Oktober 2015 dreißig Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis, um das Thema von unterschiedlichen Seiten zu beleuchten (s. Tabelle 2). Die Beiträge sind ebenfalls in der Reihe BfN-Skripten veröffentlicht (ESER 2016).

Bei diesem Workshop wurde deutlich, dass der vom Projekt beabsichtigte Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis nicht ohne weiteres gelingt. Schon die Verständigung über Fächergrenzen hinweg war nicht unproblematisch. Nicht immer meinten alle wirklich dasselbe, wenn sie dieselben Wörter gebrauchten. Umgekehrt meinten manche dasselbe, obwohl sie verschiedene Wörter dafür benutzten. Vielfach war es schwierig, die abstrakten Diskussionen und Kontroversen auf die konkreten Erwartungen der Praxis herunter zu brechen.

Um die Diskussion über Ethik in die Breite tragen zu können, waren die bei dem Workshop zutage getretenen unterschiedlichen Auffassungen über Begriff und Aufgabe der Ethik sowie über Wesen und Ziel der Naturschutzkommunikation sehr wichtig. Sie wurden in einem ersten Schritt festgehalten und thesenhaft zugespitzt. Im nächsten Schritt sollten dann mögliche Missverständnisse identifiziert und ausgeräumt werden, um größere begriffliche Klarheit zu schaffen. Dies ist das Anliegen der vorliegenden Broschüre.

Tab. 2: Programm des Expertenworkshops

Termin	Thema	Referent, Referentin
08.10.2016, 14:00 Uhr	Begrüßung und Vorstellung: Thema und Teilnehmer(innen)	Dr. Uta Eser, Büro für Umweltethik Hannah Seyfang, Moderation
14:30 - 16:00	Glaubwürdig argumentieren: Ethische Grundlagen der Naturschutzkommunikation Zur Bedeutung moralischer Gefühle für die Bewältigung von Umweltkonflikten	Prof. Dr. Beate Jessel, Präsidentin des BfN Prof. Dr. Elisabeth Kals, Kath. Universität Eichstätt
17:00 - 18:30	Von Besserwissern, Moralaposteln und Tugendwächtern: Woran kann Kommunikation über Ethik scheitern? BNE als Politische Bildung: Das Überwältigungsverbot und die Ethik	PD Dr. Maik Adomßent, Leuphana Universität Lüneburg Prof. Dr. Bernd Overwien, Universität Kassel
20:00 - 21:00	Ethik und Politik: Warum individuelle Tugend den Globus nicht rettet	PD Dr. Uta von Winterfeld, Wuppertal Institut
09.10.2016, 9:00 - 10:30	Zielgruppenorientierung: Kommunikation zwischen Sozi- altechnik und Deliberation Naturbeziehung und Naturreflexion: Der Ansatz der Alltagsphantasien	Prof. Dr. Albrecht Müller Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen Prof. Dr. Ulrich Gebhard, Universität Hamburg
11:00 - 12:00	Naturschutzkommunikation und Ethik: Wie erreichen wir unser Gegenüber und bleiben glaubwürdig?	Zusammenführung der Perspekti- ven, Abschlussdiskussion
12:00 - 12:30	Ergebnissicherung und Ausblick	Dr. Uta Eser, Büro für Umweltethik

1.5 Aufbau und Ziel der Broschüre

1.5.1 Von der Praxis zur Theorie

Die vorliegende Broschüre rollt das Thema „Naturschutzethik“ nicht systematisch auf, sondern setzt an verbreiteten (Vor-)Urteilen, Irrtümern und Missverständnissen an, die im Projektverlauf identifiziert wurden. Statt des Weges von oben nach unten (d. h. von der Theorie zur Praxis), nimmt sie den umgekehrten Weg: Ausgangspunkt der Betrachtung ist die Praxis. (Einen stärker systematischen Zugang zur Naturschutzethik bieten ESER und POTTHAST 1999, eine verständliche und unterhaltsame Einführung in die allgemeine Ethik für Interessierte ohne philosophische Vorkenntnisse bieten PANZA und POTTHAST 2011).

1.5.2 Zehn Mythen über Naturschutz, Kommunikation und Ethik

Für die identifizierten kritikwürdigen Auffassungen galt es zunächst einmal eine Bezeichnung zu finden, die sie nicht einfach als „Irrtum“ oder „Missverständnis“ diffamiert. Alle hier diskutierten Annahmen sind ja nicht bloß Vorurteile, sondern enthalten auch etwas Wahres. Sie sollen daher nicht widerlegt, sondern differenziert werden. Deshalb möchte ich sie, inspiriert durch den Workshop-Beitrag von Ulrich GEBHARD (2016) als **Mythen** bezeichnen.

Das Wort „Mythos“ soll kennzeichnen, dass viele Menschen die genannten Auffassungen für wahr halten und ihnen Bedeutung beimessen. Es soll außerdem verdeutlichen, dass diese Überzeugungen nicht einfach einen unbegründeten Irrglauben darstellen, sondern einen vernünftigen Kern haben, den es anzuerkennen gilt. Erst dann können Aspekte erhellt werden, die begrifflicher Aufklärung bedürfen.

Damit ist der Weg vorgezeichnet, den die folgenden Kapitel beschreiten werden. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit werde ich zehn Mythen untersuchen, die mir im Laufe des Vorhabens immer wieder begegnet sind (siehe Tabelle 3). Manche von ihnen sind wörtlich der Literatur entnommen, andere sinngemäß wiedergegeben und bewusst zugespitzt, weil solche Zuspitzung oft begriffliche Klärung erleichtert. Am Ende jedes Kapitels halte ich unter der Überschrift **Richtig ist** jeweils fest, was an dem diskutierten Mythos zutreffend ist. Unter der Überschrift **Wichtig ist** stelle ich danach zusammen, was über die richtigen Aspekte hinaus noch zu beachten ist.

Tab. 3: Zehn Mythen über Naturschutzkommunikation und Ethik

I. Begriff und Aufgabe der Ethik
Ethik ist was für Gutmenschen (Kapitel 2)
Ethik ist Ansichtssache (Kapitel 3)
Ethik ist mit der Natur des Menschen unvereinbar (Kapitel 4)
Ethik sieht von menschlichen Interessen und Bedürfnissen ab (Kapitel 5)
II. Grundsätze strategischer Kommunikation
Moral schreckt ab (Kapitel 6)
Zielgruppenorientierung erfordert anthropozentrische Argumente (Kapitel 7)
Eigennutz ist das erfolgversprechendste Argument (Kapitel 8)
III. Erfolgsbedingungen des Naturschutzes
Entscheidend für den Naturschutz ist das individuelle (Verbraucher-)Verhalten (Kapitel 9)
Wer die Natur liebt, schützt sie (Kapitel 10)
Naturschutzkommunikation schafft Akzeptanz (Kapitel 11)

1.5.3 Kapitelübersicht

Der Aufbau dieser Broschüre folgt den in Tabelle 3 dargestellten Mythen. Jeder dieser Mythen erhält ein eigenes Kapitel. Allerdings hängen die verschiedenen Themen eng miteinander zusammen. Es ist nicht möglich, sie fein säuberlich zu trennen. Um den Bedürfnissen eiliger Leserinnen und Leser Rechnung zu tragen, soll jedes Kapitel für sich verständlich sein, so dass man nicht die ganze Broschüre durcharbeiten muss. Dadurch sind Redundanzen unvermeidlich. Manche Aspekte werden in mehreren Kapiteln angesprochen, jeweils aber nur in einem vertieft. Querbezüge zwischen den Kapiteln sind durch Verweise gekennzeichnet, damit man beim Lesen dem eigenen Interesse folgen kann und nicht dem Aufbau der Broschüre folgen muss.

Mythen über **Begriff und Aufgabe der Ethik** sind Gegenstand der Kapitel 2 bis 5. Mit einer Definition von Ethik legt **Kapitel 2** die begrifflichen Grundlagen. Als Reflexionstheorie der Moral sucht Ethik begründete Antworten auf die Frage, was Menschen tun und lassen sollen und welche Haltungen empfehlenswert sind. **Kapitel 3** setzt sich mit der Subjektivität ethischer Urteile auseinander und erläutert den Stellenwert moralischer Gefühle. **Kapitel 4** erklärt den Unterschied zwischen Sein und Sollen und diskutiert die Bedeutung von Welt- und Menschenbildern für die Ethik. **Kapitel 5** schließlich spannt das breite Spektrum umweltethischer Fragen auf, das nicht auf die Kontroverse um den moralischen Selbstwert der Natur reduziert werden darf.

Um verbreitete **Grundsätze strategischer Kommunikation** geht es in den folgenden drei Kapiteln: **Kapitel 6** diskutiert die gefürchtete abschreckende Wirkung von Moral. Es macht klar, dass die Anerkennung der moralischen Integrität aller Gesprächsteilnehmer Grundlage jeder Kommunikation über Ethik ist. Es geht nicht darum, Menschen als unmoralisch zu diskreditieren, sondern darum, bestimmte Handlungen mit Gründen als erlaubt oder unerlaubt zu qualifizieren und den Stellenwert moralischer Überzeugungen zu klären. **Kapitel 7** setzt sich kritisch mit der immer wieder geforderten Zielgruppenorientierung auseinander. Es erläutert den Unterschied zwischen strategischer und verständigungsorientierter Kommunikation und besteht darauf, dass alle am Diskurs Beteiligten auch in ihrem Bemühen um Anschlussfähigkeit wahrhaftig bleiben müssen. **Kapitel 8** widmet sich der verbreiteten Überzeugung, dass Eigennutz das wirksamste Argument ist. Das Konzept der Ökosystemdienstleistungen, das derzeit den Naturschutzdiskurs erobert, stellt den vielfältigen Nutzen funktionierender Ökosysteme in den Mittelpunkt der Argumentation. Das Kapitel erläutert diesen Ansatz und skizziert zwei Grenzen. Zum einen sind nicht alle Naturbeziehungen als „Nutzen“ angemessen adressiert, zum anderen muss zwischen kollektivem und individuellem Eigennutz unterschieden werden: Was allen gemeinsam nutzt, nutzt nicht zwingend auch jedem Einzelnen.

Verbreitete Mythen hinsichtlich der **Erfolgsbedingungen des Naturschutzes** erörtere ich schließlich in den letzten Kapiteln. Die Fokussierung der Kommunikation auf das individuelle (Konsum)-Verhalten ist Gegenstand von **Kapitel 9**. Zum Schutz vor moralischer Überforderung der Einzelnen müssen ethische Erwägungen im Umwelt- und Naturschutz auch und vor allem den Institutionen gelten, die individuelles Umwelthandeln ermöglichen oder erschweren. Die verbreitete Auffassung, dass Liebe zur Natur eine notwendige, womöglich sogar eine hinreichende Bedingung für einen effektiven Naturschutz ist, diskutiere ich im **Kapitel 10**. Naturpädagogik hat die wichtige Aufgabe, es allen Menschen zu ermöglichen, ihre Fähigkeit zur Naturverbundenheit zu verwirklichen. Damit ist sie freilich in erster Linie Persönlichkeitsbildung

und erst in zweiter Linie Umweltbildung. Damit aus der Liebe zur Natur umweltpolitisches Engagement erwächst, braucht es darüber hinaus politische Bildung. Das Konzept der Gestaltungskompetenz wird als wesentliches Anliegen der Bildung für Nachhaltige Entwicklung vorgestellt. **Kapitel 11** widmet sich abschließend der Erwartung, bessere Naturschutzkommunikation werde zu höherer Naturschutzakzeptanz führen. Es unterscheidet Akzeptanz und Akzeptabilität und warnt vor einer Instrumentalisierung der Kommunikation. Gegen eine öffentlichkeitswirksame Inszenierung von Partizipation, die lediglich der Vereinnahmung divergierender Meinungen dient, verteidigt es die Freiheit der Andersdenkenden.

1.5.4 Von der Theorie zur Praxis

Das Ziel der vorliegenden Broschüre ist es, ein angemessenes Verständnis ethischer Fragestellungen im Kontext des Naturschutzes bzw. der biologischen Vielfalt in die Breite zu tragen. Hierzu werden verbreitete Überzeugungen über den Zusammenhang von Kommunikation, Ethik und Naturschutz vorgestellt und kritisch evaluiert. Zehn Kapitel setzen sich kritisch mit zehn Mythen der Naturschutzkommunikation auseinander. Über diese reine Begriffsarbeit hinaus soll die Broschüre auch Anregungen für die Praxis geben.

Wie kann man die Kommunikation über ethische Fragen stimulieren? Diese Frage kam bei unserem Expertenworkshop im Oktober immer wieder zur Sprache. Einige Anregungen, wie die Diskussion über Ethik eröffnet werden kann, bieten die im **Anhang** zusammengestellten Arbeitsmaterialien. Sie schließen an die theoretischen Ausführungen an und haben sich in Hochschullehre und Erwachsenenbildung bewährt. Für die Anwendung in unterschiedlichen Bildungskontexten bedürfen sie noch der pädagogischen, methodischen und didaktischen Konkretisierung. Diese war im Rahmen dieses Vorhabens nicht zu leisten, steht aber auf der Wunschliste der Beteiligten aus der Praxis ganz oben. Ein eigenes Fortbildungsangebot, das neben theoretischer Begriffsarbeit vor allem praktische Übungseinheiten umfasst, müsste im Zusammenwirken unterschiedlicher Disziplinen gemeinsam mit Bildungsakteuren aus der Praxis ausgearbeitet werden. Dass hierfür ein großer Bedarf besteht, hat das F+E-Vorhaben hinreichend deutlich gemacht.

2 Mythos „Ethik ist was für Gutmenschen“

2.1 Ethik als Reflexionstheorie der Moral

Ein Missverständnis, dem wir uns an erster Stelle widmen müssen, ist die Verwechslung von Ethik und Moral. **In der Naturschutzkommunikation ethische Fragen anzusprechen, bedeutet nicht, die Moralkeule zu schwingen oder zu moralisieren.** Alle Kommunikationsfachleute raten von einer Moralisation der Naturschutzkommunikation ab. Moralische Appelle, so warnt Kai SCHUSTER (2007: 418) im Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation, können von den Adressaten „als Kritik an der Gesamtperson verstanden werden“ und damit kontraproduktiv sein. Diese Mahnung ist berechtigt. Wo immer durch Moralisation die Achtung vor der Person des Anderen zur Disposition gestellt wird, ist Kommunikation ernsthaft gefährdet. Wenn wir unter ‚Kommunikation‘ das Bemühen um gegenseitige Verständigung verstehen, müssen wir die Achtung vor der Person des Gegenübers voraussetzen und gewährleisten (hierzu ausführlich Kapitel 6).

Anders als die gefürchteten Moralapostel und Sittenwächter behauptet die Ethik aber gar nicht, zu wissen was gut ist, sie will es vielmehr **herausfinden**. Keinesfalls ist es ihr Ziel, „sich als Imperativ durchzusetzen“ (NAGEL und EISEL 2003: 51). Als reflexives Bemühen will Ethik nichts erzwingen, sondern Geltungsansprüche begründen. Selbst wenn sie ein Sollen formuliert, kann sie nichts durchsetzen, sondern lediglich Argumente liefern. Auch behauptet sie nicht, „eine Lehre vom richtigen Leben zu sein“ (ebd.). Sie **fragt** vielmehr, was ein gutes und richtiges Leben ausmacht. Dazu finden sich in mehr als 2.000 Jahren europäischer Philosophiegeschichte viele Überlegungen und Einsichten, die für die Naturschutzkommunikation hilfreich sein können.

Gegenstand der Ethik ist das Sittliche. Das bedeutet: Sie hat es mit den (unterschiedlichen) Vorstellungen davon zu tun, was ein gutes und richtiges Leben ausmacht. Dabei ist ‚Ethik‘ nicht ein ganz bestimmtes Set an moralischen Überzeugungen, sondern die Suche nach nachvollziehbaren Begründungen. Sie ist, philosophisch gesprochen, Reflexionstheorie der Moral. Das heißt, sie denkt darüber nach, was aus welchen Gründen für gut und richtig gehalten werden kann. Die **Aufgabe der Ethik** bestimmt der Sozialethiker Dietmar MIETH, Gründer und langjähriger Sprecher des Zentrums für Ethik in den Wissenschaften der Universität Tübingen, folgendermaßen:

„Ethik ist die Ermittlung des guten und richtigen Handelns unter gegebenen Bedingungen und Handlungsmöglichkeiten, bezogen auf Situationen („Fälle“), auf die Haltungen von Personen und auf Institutionen“ (MIETH 1995: 505).

Diese Definition spricht mehrere Aspekte an, die für ein angemessenes Verständnis von Ethik wichtig sind:

- Sie enthält eine Unterscheidung von „gut“ und „richtig“ (2.2).
- Sie macht deutlich, dass realitätsferner Idealismus nicht ihre Sache ist (2.3).
- Sie hebt die Bedeutung institutioneller Aspekte hervor (2.4).

2.2 Der Unterschied zwischen „gut“ und „richtig“

Im alltäglichen Sprachgebrauch unterscheiden wir nicht zwischen „gut“ und „richtig“. Wenn wir sagen, dass eine bestimmte Handlung (z.B. das Ausrotten einer bedrohten Art) schlecht ist,

dann wollen wir damit auch sagen, dass sie falsch, nicht erlaubt oder verboten ist. Die Philosophie ist da differenzierter. Sie unterscheidet zwischen der Frage, was gut ist und der Frage, was richtig ist. Wenn wir fragen, was gut oder schlecht ist, wollen wir wissen, was für jede und jeden erstrebenswert ist und was nicht. Fragen wir dagegen, was richtig oder falsch ist, wollen wir herausfinden, was alle tun oder lassen sollen. Die Frage nach dem Guten behandelt die Strebensethik, die Frage nach dem Gebotenen ist Gegenstand der Sollensethik.

2.2.1 Strebensethik: Das Streben nach Glück

„Alle Menschen streben nach Glück“. Kaum jemand dürfte dieser Einsicht des antiken Philosophen Aristoteles widersprechen. Kaum ein philosophischer Begriff ist zugleich aber auch so missverständlich. Denn das Glück, das Aristoteles vor Augen hatte, bedeutet nicht einfach ein subjektives „Ich-fühl'-mich-gut“. Die *Eudämonie*, wie das griechische Fachwort lautet, bezeichnet vielmehr das „Leben aus einem guten Geist“. Dabei geht es ums Ganze: nicht das flüchtige Glück des Augenblicks, sondern um das Gelingen eines ganzen Lebens. Glück umfasst mithin auch die erfolgreiche Bewältigung des Unglücks, das Menschen widerfährt. Die Philosophie des Glücks behandelt nicht die Frage, wie Menschen sich glücklich(er) fühlen können, sondern **wie menschliches Leben glückt**.

Die Strebensethik versucht Antworten auf die Frage zu finden, was für ein gutes Leben erstrebenswert ist. Die Antworten sind nicht einfach dem persönlichen Gutdünken überlassen. Nicht alles, was Menschen tun, haben oder sein wollen, dient auch wirklich ihrem Glück. Menschen können den Sinn des Lebens auch verfehlen. Dieser Ausdruck zeigt, dass sich auch die Glücksphilosophie um eine objektive Idee des Guten bemüht (zur Subjektivität und Objektivität der Ethik siehe auch Kapitel 3). Dabei greift sie auf bestimmte, moralisch gehaltvolle Menschenbilder zurück: Sie betrachtet den Menschen als Naturwesen, als soziales Wesen, als Kulturwesen, als vernunftbegabtes Wesen oder als politisches Wesen.

Empfehlungen der Strebensethik betreffen eher Haltungen als Handlungen. Damit lassen sie in der konkreten Situation Raum für Urteilskraft. Beispiele für strebensethische Empfehlungen sind:

- Strebe danach, deinen Charakter zu vervollkommen (Tugendethik)
- Sorge gut für die, zu denen du Bindungen und Beziehungen hast (Fürsorgeethik)

Welche konkreten Handlungen aus solchen Haltungen resultieren, hängt von der Besonderheit der jeweiligen Umstände und Personen ab. Im Unterschied dazu sucht die Sollensethik nach möglichst allgemeinen moralischen Prinzipien, die für alle, unabhängig von ihren persönlichen Lebenszielen und -umständen, gelten.

2.2.2 Sollensethik: Moralische Gebote und Verbote

Während die Strebensethik danach fragt, wonach einzelne in ihrem Leben sinnvollerweise streben, fragt die Sollensethik danach, was jede und jeder tun oder lassen soll. Sie sucht nach allgemein gültigen Regeln für das menschliche Miteinander. Mehr noch als die Glücksphilosophie ist die Moralphilosophie in unterschiedliche „Schulen“ gegliedert, die bei der Beurteilung von Handlungen unterschiedliche Prinzipien zugrunde legen. Um einige solcher Prinzipien als Beispiele zu nennen:

- Was du nicht willst, das man dir tu, das füge keinem anderen zu (Goldene Regel)
- Handle so, dass die Maxime deines Handelns allgemeines Gesetz werden könnte (KANTS Kategorischer Imperativ)
- Handle so, dass du die Summe des Glücks in der Welt mehrst (Utilitarismus)
- Handle so, dass dein Handeln der gesellschaftlichen Übereinkunft entspricht (Vertragsethik)

Wegen dieser Unterschiede kann man auch nicht sagen, was „die Ethik“ über eine bestimmte Frage denkt. Denn unterschiedliche Schulen können in ein und demselben Fall zu sehr unterschiedlichen Urteilen kommen. Gemeinsam ist allen Schulen jedoch, dass sie Gebote und Verbote aussprechen, die sie für **verallgemeinerbar** erachten. Wer sagt „Du sollst keine Art ausrotten“ sagt damit mehr als lediglich „Ich strebe danach, keine Art auszurotten“. Er macht eine Aussage nicht nur über sich selbst, sondern auch für andere. Damit lädt man sich deutlich höhere Begründungslasten auf. Wenn ich auf eine Handlung verzichte, die für mich von Vorteil wäre, weil sie für andere von Nachteil ist, dann ist das ehrenwert, aber meine Sache. Wenn ich dasselbe von anderen verlange, muss ich gute Gründe angeben können. Erzwingen freilich können moralische Gebote und Verbote richtiges Handeln nicht. Das können allenfalls rechtliche Normen.

2.3 Was der Fall ist und was wer tun kann

Wie das Beispiel im vorigen Absatz gezeigt hat, bewegen sich die Normen der Moralphilosophie auf einer allgemeinen Ebene. Die Umweltethik als ein Bereich angewandter Ethik möchte hier konkreter werden. Sie fragt für ganz bestimmte Situationen, was zu tun ist. Hierzu muss sie gemischte Urteile fällen.

Sie muss einerseits wissen, **was der Fall ist**, also die gegebenen Bedingungen kennen. Hierzu gehört die Frage nach ursächliche Zusammenhängen, etwa die Auswirkung von Stickstoffeinträgen auf bestimmte Lebensgemeinschaften, die Kenntnis des Erhaltungszustands von Arten (sind sie selten und /oder bedroht) und die Kenntnis der ökologischen Bedürfnisse von Arten. All dies sind klassischerweise Themen der Umweltinformation, Umweltkommunikation und Umweltbildung.

Sie muss andererseits aber auch verstehen, **welche Handlungsspielräume wer hat**, um sinnvolle Handlungsempfehlungen aussprechen zu können. Wer bestimmte Handlungen empfehlen oder gar vorschreiben will, muss soziale, kulturelle, ökonomische, politische und psychische Faktoren, die individuelles Handeln beeinflussen, kennen und berücksichtigen. Denn Kommunikation über Ethik soll die Menschen ja nicht überfordern. Vielmehr ist ihr Ziel, gemeinsam konkrete Handlungsmöglichkeiten zu entdecken. Dieser Aspekt wird in Kapitel 4 ausführlich behandelt.

2.4 Institutionen und Individuen

Zu den Bedingungen, die das Handeln der Einzelnen maßgeblich prägen, gehören Institutionen. Institutionen sind Regelsysteme, die menschliches Handeln in sozialen Systemen beeinflussen. Dazu gehören gesellschaftliche Einrichtungen wie Schulen oder Behörden, aber auch soziale Routinen wie individualisierte Mobilität oder Mülltrennung. Für den Einzelnen ist es

schwierig, solchen Institutionen zuwider zu handeln. Die Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz darf daher die institutionelle Ebene nicht übersehen:

- Welche Institutionen erschweren es Menschen, das als richtig erkannte zu tun?
- Was würde es ihnen erleichtern, Gewohnheiten zu verändern?
- Wie erreicht man überhaupt Veränderungen auf der institutionellen Ebene?
- Inwiefern sind so komplexe Gebilde wie Gesellschaften überhaupt steuerbar?
- Wie ist politische Gestaltung in demokratischen Gesellschaften organisiert?

Bei diesen Fragen wird deutlich, dass Naturschutzkommunikation über die Vermittlung ökologischer Zusammenhänge weit hinausgeht. Es gilt, die Bedingungen zu identifizieren, die Menschen – trotz ihrer erklärten Liebe zur Natur – zu umweltschädlichen Verhaltensweisen drängen. Hierzu müssen Menschen nicht nur etwas von Biologie verstehen, sondern auch etwas von der Natur sozialer Systeme, von Politik und von Wirtschaft.

2.5 Kurz und bündig: Ethik ist Nachdenken

Mythos „Ethik ist was für Gutmenschen“

Richtig ist

- Ethik hat es mit dem Guten und mit dem Richtigen zu tun.
- Die Frage nach dem **Guten** bezieht sich auf Haltungen, die für ein gelingendes Leben erstrebenswert sind.
- Die Frage nach dem **Richtigen** bezieht sich auf Handlungen, die erlaubt, geboten oder verboten sind.

Wichtig ist

- Ethik weiß nicht, was richtig ist, sondern **fragt** danach.
- **Moral** ist die gelebte Sittlichkeit, also alle vorhandenen Vorstellungen vom Guten und Richtigen. Angesichts der Pluralität unterschiedlicher Moralen ist Ethik Reflexionstheorie der Moral.
- Ziel ethischer **Reflexion** ist die kritische Prüfung sittlicher Regeln oder Empfehlungen.
- Ethik will und kann keine Imperative durchsetzen, sondern allenfalls **begründen**.
- Eine Lehre vom **guten Leben** ist kein Imperativ, sondern hat nur empfehlenden Charakter.
- Ethik beurteilt nicht Menschen, sondern deren **Handlungen und Haltungen**.
- Ethische Urteile sind gemischte Urteile: Sie **integrieren** beschreibende, bewertende und vorschreibende Elemente.
- Ethik ist nicht weltfremd, sondern bezieht die realen **Bedingungen des Handelns** in ihre Urteile ein.
- Ethik richtet sich nicht nur an Individuen, sondern auch an **Institutionen**.

3 Mythos „Ethik ist Ansichtssache“

3.1 Subjektivität als politisches Hindernis

„Ethik [ist] ein Problem, weil ethische Positionen und Argumente als subjektiv verstanden werden; dies im Gegensatz zur Wissenschaft, wo man dank ‚sound science‘ zu objektiv richtigen Resultaten kommt bzw. zu kommen glaubt“ (BACHMANN und HERRMANN 2011: 16).

Dieses Zitat stammt aus einem Vortrag beim Dialogforum Ethik. Mitwirkende aus der Schweiz, Österreich und Deutschland diskutierten dort die Rolle ethischer Argumente in nationalen Biodiversitätsstrategien. Das Zitat soll hier eine verbreitete Ansicht von Ethik illustrieren: Ethik gilt, im Vergleich zu objektiven (natur)wissenschaftlichen Fakten, als zu subjektiv und emotional. Um Naturschutzinteressen im politischen Raum durchsetzen zu können, brauche man keine solchen „weichen“ Argumente, sondern „harte“ Fakten. Nach Meinung der oben zitierten Vertreter der Schweiz ist die „Subjektivität“ einer der Gründe, warum Ethik es in politischen Strategiepapieren schwer hat.

Die schweizerische Biodiversitätsstrategie befand sich zum Zeitpunkt des Dialogforums in Überarbeitung. Ein erster Entwurf des Bundesamts für Umwelt war bei der internen Ämterkonsultation unter anderem wegen seiner dezidiert ethischen Argumentation durchgefallen. Dort hatte es geheißen:

„Biodiversität ist das Ergebnis einer über drei Milliarden Jahre währenden Evolution und das natürliche Erbe, welches wir zukünftigen Generationen als Vermächtnis hinterlassen. Dafür trägt die Gesellschaft eine ethische Verantwortung, die in der Bundesverfassung in der Präambel als erster Punkt festgehalten ist (‚Verantwortung gegenüber der Schöpfung‘). Biodiversität hat somit einen Eigenwert. Dieser ist unabhängig davon, ob dem Menschen ein unmittelbarer Nutzen ökonomischer oder ästhetischer Natur aus der biologischen Vielfalt erwächst“ (BACHMANN und HERRMANN 2011: 13).

Diese Argumentation galt den konsultierten Ämtern als zu emotional. Sie forderten, das Papier zu versachlichen. In der revidierten Fassung spielten dann ethische Argumente zunächst keine Rolle mehr. Sie setzte überwiegend auf eine nutzenorientierte Argumentation, die die Leistungen der Ökosysteme für Wirtschaft und Gesellschaft in den Vordergrund rückte. In der öffentlichen Anhörung, der sog. Vernehmlassung, beanstandeten dann zahlreiche Gruppen das Fehlen ethischer Gründe. Die Schlussfassung der Strategie erhielt daraufhin einen eigenen Absatz zu ethischen Aspekten, der den Eigenwert der Vielfalt, ihren Nutzwert für menschliche Interessen und ihre Bedeutung für das menschliche Wohlergehen benennt (BAFU 2012: 16, siehe auch ESER et al. 2014: 118-121).

Diese Geschichte zeigt zweierlei: Zum einen gilt Ethik als zu subjektiv und damit nicht stichhaltig. Zum anderen ist die Überzeugung weit verbreitet, dass Naturschutzargumente ohne Ethik nicht vollständig sind. Unter dem Titel „Die falschen Argumente“ hatte Erich BIERHALS (1984) schon vor 30 Jahren die Beschränkung auf solche Argumente kritisiert, die als rational, ökologisch, wissenschaftlich und nachvollziehbar gelten, und dazu aufgefordert, die „wahren Argumente“ nicht länger zu verleugnen.

In diesem Kapitel haben wir es also mit zwei unterschiedlichen, ja sogar widersprüchlichen Irrtümern über Ethik tun. Ethische Fragen, so der erste verbreitete Irrtum, müsse jeder für sich selbst beantworten. Angesichts einer Pluralität von Werten und Weltanschauungen seien hierzu keine verbindlichen Aussagen möglich. Diese Auffassung steht in einem erkennbaren

Widerspruch zu dem zweiten, ebenso häufig vertretenen, Irrtum, für eine wirkliche Wende in der Naturschutzpolitik bräuchten wir einen „Wertewandel“, den herbeizuführen eine Aufgabe der Ethik sei. Zur Aufklärung dieser Irrtümer behandeln die folgenden Abschnitte den Begriff der Subjektivität (3.2) und das Verhältnis von ethischer Reflexion zu moralischer Intuition (3.3). Der letzte Abschnitt fasst die Befunde kurz und bündig zusammen (3.4).

3.2 Subjektiv – objektiv – intersubjektiv

3.2.1 Was ist subjektiv?

Ethik ist subjektiv. Diese Aussage hat einen wahren Kern. Subjektive moralische Überzeugungen sind (ein) Ausgangspunkt der Ethik, und es sind Subjekte, die über Fragen von richtig und falsch überhaupt nachdenken können. Das heißt aber nicht, dass ihre Erkenntnisse **bloß** subjektiv sind, also für niemanden als das jeweilige Subjekt Gültigkeit haben. Das widerspräche dem Sinn moralischer Aussagen. Wer sagt „Menschen haben kein Recht, andere Arten auszurotten“ oder umgekehrt „Tiere und Pflanzen haben ein von Menschen unabhängiges Existenzrecht“, der oder die will ja gerade nicht nur für sich selbst, sondern auch für andere sprechen. Wer solche Aussagen für rein subjektive Überzeugungen hält, die nicht zu begründen seien, vertritt einen ethischen Subjektivismus. Wer aber versucht, für konkrete Akteure in konkreten Konflikten handlungsleitende Aussagen zu formulieren, muss annehmen, dass ethische Urteile objektivierbar sind.

„Der ethische Objektivismus [vertritt die] Auffassung, daß der Anspruch moralischer Überzeugungen, nicht etwas nur subjektiv Vermeintes, sondern etwas objektiv Gültiges zum Ausdruck zu bringen, zu Recht bestehen kann. Demnach gibt es moralische Überzeugungen, die zutreffend sind“ (NIDA-RÜMELIN 2005: 50).

Aber Vorsicht: Das heißt nicht, dass jeder, der eine moralische Überzeugung vertritt, damit schon automatisch Recht hat! Auch wenn man davon überzeugt ist, dass ethische Urteile im Prinzip wahr sein können, bedeutet das nicht, dass man sich auch zutraut, diese Wahrheit zu kennen. Auch hierzu gibt es in der philosophischen Ethik unterschiedliche Auffassungen, die allerdings an dieser Stelle zu weit führen würden. Die vorliegende Broschüre plädiert jedenfalls für die Auffassung, dass Subjekte sich in ihren ethischen Überzeugungen irren können, und dass man sich über die Richtigkeit moralischer Urteile verständigen kann.

3.2.2 Was ist objektiv?

Als Gegensatz zur vermeintlichen Subjektivität der Ethik gilt die wissenschaftliche Objektivität. Wissenschaft, so diese Auffassung, gibt uns Auskunft darüber, wie die Welt „wirklich“ ist. Aber: Auch wissenschaftliche Erkenntnis ist nicht in dieser Weise objektiv. Ohne erkennende Subjekte gibt es keine Erkenntnis – das gilt für die (empirische) Wissenschaft genauso wie für die Ethik. In diesem Sinne ist auch die Ökologie zunächst subjektiv. Als Wissenschaft sucht sie gleichwohl nach Erkenntnissen, die **von den persönlichen Eigenschaften des erkennenden Subjekts unabhängig** sind.

Ein **Beispiel**: Die Antwort auf die Frage, welche Folgen ein Stickstoffeintrag für einen nährstoffarmen See hat, hängt nicht von Alter, Weltanschauung oder Geschlecht der Person ab, die die Untersuchung durchführt. In diesem Sinne ist wissenschaftliche Erkenntnis – ihrem Anspruch nach – objektiv. Die Tatsache, dass in zahlreichen Fällen unterschiedliche Gutachten zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen, zeigt aber, dass die Realität oft nicht diesem

Ideal entspricht (zum sog. Gutachtendilemma s. WANDSCHNEIDER 1989). (Oftmals unbewusste) Vorannahmen und Überzeugungen haben einen Einfluss darauf, wie Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen Forschungsfragen formulieren, welche Methoden sie wählen und wie sie Ergebnisse interpretieren. Die Wissenschaftsforschung hat an unzähligen Beispielen gezeigt, wie sich gesellschaftliche und kulturelle Rahmenbedingungen in Theorien, Methoden und Ergebnissen der Wissenschaft niederschlagen (einführend FELT et al. 1995).

3.2.3 Objektivität entsteht intersubjektiv

Der Gegensatz zwischen subjektiver Ethik und objektiver Wissenschaft ist also so nicht haltbar. Als wissenschaftliches Bemühen ist auch Ethik nicht rein subjektiv und als soziale Praxis ist auch Naturwissenschaft nicht rein objektiv. Beide streben nach Aussagen, die nicht nur subjektive Ansichten sind, sondern den Anspruch auf Objektivierbarkeit erheben können. Diese Objektivität kommt intersubjektiv, also zwischen unterschiedlichen Subjekten, zustande. Andere Menschen (mit anderen Ansichten und Überzeugungen) müssen die Erkenntnisse nachvollziehen können.

Um Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten, bedient sich die Wissenschaft anderer Methoden als die Ethik. Wissenschaftlicher Erkenntnisgewinn ist methodisch gesichert, während die Methoden ethischen Erkenntnisgewinns strittig sind. Insofern gelingt intersubjektive Verständigung in der Wissenschaft einfacher als in der Ethik. Aber sie ist im Prinzip auch dort erstrebenswert und möglich.

3.3 Wie lassen sich ethische Urteile begründen

3.3.1 Mögliche Begründungsinstanzen

Wer ethische Urteile für wahrheitsfähig hält, muss sie begründen können. Begründen heißt: Gründe angeben, die andere nachvollziehen können. Wie geht das? Grundsätzlich kommen zur Begründung ethischer Urteile fünf Instanzen in Frage (vgl. ESER und POTTHAST 1999: 31ff.):

- **Religion:** Grundlage der Moral ist der Glaube an eine transzendente Autorität.
- **Natur:** Grundlage der Moral ist die natürliche Ordnung.
- **Kultur, Gesellschaft:** Grundlage der Moral sind kulturelle Tradition oder gesellschaftliche Konventionen.
- **Gefühl, Intuition:** Grundlage der Moral sind individuelle Gefühle oder Intuitionen.
- **Vernunft:** Grundlage der Moral sind rationale Erwägungen.

Wenn man möchte, dass alle anderen Menschen das eigene ethische Urteil nachvollziehen können, scheiden die meisten dieser Begründungsinstanzen aus. Weder Religion noch Natur noch gesellschaftliche Üblichkeiten noch Gefühle können als **allgemein** anerkannte Begründungsinstanzen gelten. **Religiöse** Überzeugungen werden nicht von allen Mitgliedern der Gesellschaft geteilt und haben nur für Gläubige Verbindlichkeit. Die **Natur** als Quelle der Moral ist mit dem Hinweis auf die Differenz von Sein und Sollen (siehe Kapitel 4.2) auszuschließen. Dass etwas natürlich ist, heißt weder dass es gut, noch dass es schlecht ist. Nicht alles, was

eine **Gesellschaft** für moralisch erlaubt hält, hält kritischer Reflexion stand. Manche Konventionen, die in früheren Gesellschaften fraglos gültig waren, lehnen wir heute aus moralischen Gründen ab, beispielsweise Sklaverei oder Diskriminierung nach Rasse und Geschlecht. **Gefühle** schließlich sind unvermeidlich subjektiv. Daher können sie niemanden unmittelbar verpflichten. Dennoch sind sie ethisch relevant: Handlungen, die die Gefühle anderer verletzen, können auch dann verboten sein, wenn ich die Gefühle persönlich nicht nachvollziehen kann. Moralische Empörung ist jedenfalls immer ein Hinweis darauf, dass hinsichtlich eines moralischen Urteils noch kein Einvernehmen vorliegt.

Was bleibt, ist die **Vernunft**. Wer moralische Urteile nicht bloß für Meinungen, sondern für Einsichten hält, kann versuchen diese Einsicht argumentativ zu vermitteln. In der Definition von Ethik, die dieser Broschüre zugrunde liegt, spielt die Vernunft eine zentrale Rolle: Ethik ist Reflexionstheorie der Moral. Moralische Urteile werden in der Kommunikation der vernünftigen Kritik ausgesetzt: nicht nur durch die eigene Vernunft, sondern auch durch die Vernunft der anderen.

3.3.2 Begründung im Diskurs

Das Vorhaben, Ethik in der Kommunikation über Naturschutz zu stärken, kann sich auf die Diskursethik als theoretische Grundlage stützen. Unterschiedliche Auffassungen darüber, was moralisch richtig ist, können (im Idealfall) im Diskurs geklärt werden. In einem idealen Diskurs entscheiden nicht gesellschaftliche Stellung oder ökonomische Macht darüber, wer Recht hat, sondern allein die Kraft des besseren Arguments. Nur diejenigen Normen können als gültig gelten, denen alle freiwillig zustimmen und deren Folgen alle zu akzeptieren bereit sind. Die Diskursethik bindet damit die Gültigkeit von Normen an zwei Prinzipien: das Diskursprinzip und das Universalisierungsprinzip:

- Diskursprinzip: „Gültig sind genau die Handlungsnormen, denen alle möglicherweise Betroffenen als Teilnehmer in realen Diskursen zustimmen könnten“ (HABERMAS 1983: 101).
- Universalisierungsprinzip: „Jede gültige Norm muß der Bedingung genügen, daß die Folgen und Nebenwirkungen, die sich aus einer allgemeinen Befolgung der strittigen Normen für die Befriedigung der Interessen eines jeden Einzelnen voraussichtlich ergeben, von allen zwanglos akzeptiert (und den Auswirkungen der bekannten alternativen Regelungsmöglichkeiten vorgezogen) werden können“ (HABERMAS 1983: 131).

Wichtig sind hier die Worte ‚können‘ und ‚könnten‘: Nicht die faktische Zustimmung entscheidet über die Gültigkeit einer Norm. Die praktische Befolgung einer Norm ist eine Frage der Akzeptanz. Die theoretische Anerkennung ihrer Gültigkeit ist dagegen eine Frage der Akzeptabilität (s. hierzu ausführlich Kapitel 11.)

Ein Diskurs, in dem die Geltung von Normen geprüft wird, muss anspruchsvollen Voraussetzungen genügen. Damit er gelingen kann, müssen sich alle an bestimmte Spielregeln halten:

- Sie müssen sagen, was sie denken – und nicht, was andere hören wollen.
- Sie müssen glauben, was sie sagen – und nicht unangenehme Wahrheiten verschweigen, um leichter Zustimmung zu finden.
- Und sie dürfen keinerlei Zwang aufeinander ausüben – der einzig zulässige Zwang ist die Kraft des besseren Arguments.

Es wäre naiv anzunehmen, dass in realen Diskursen bestehende Herrschaftsverhältnisse und Ungleichheiten einfach ausgeblendet werden könnten. Man sagt daher, diese Diskursregeln sind „kontrafaktisch“. Das bedeutet: In echten Diskursen sind sie nicht erfüllt, aber sie sind dennoch ein gültiger Maßstab. Die Prinzipien einer verständigungsorientierten Kommunikation werden in Kapitel 7 noch ausführlicher erläutert.

3.4 Rational – emotional – irrational

3.4.1 Emotionalität als Basis der Kommunikation?

Der Ansatz, sich diskursiv über die Geltung von Normen zu einigen, setzt auf die Macht der Vernunft. Nicht politische, gesellschaftliche oder ökonomische Macht sollen darüber entscheiden dürfen, was richtig und falsch ist, sondern die Vernunft. Diese Betonung der Vernunft stößt in der Naturschutzkommunikation erfahrungsgemäß auf Skepsis. Sowohl aus strategischen als auch aus inhaltlichen Gründen sehen sich rationale Ansätze in der Kritik.

Eine „gefühlbetonte Ansprache“ und „emotionale Vermittlung“ gelten als **strategische** Erfolgsrezepte. Dieser Empfehlung liegt die richtige Annahme zugrunde, dass Menschen nicht primär durch rationale Argumente motiviert werden, sondern durch ihre Gefühle und Sinne. Naturschutzkommunikation solle daher nicht aufklären, sondern verführen (RÖCHERT 2008). Auch die Natur- und Wildnispädagogik traut rationalen Konzepten oft wenig zu. Die Quellen menschlichen Handelns, so etwa Norbert JUNG (2015: 53), lägen nicht im Denken, sondern im Sein. Wer Menschen erreichen und für den Naturschutz motivieren wolle, müsse ihre Sinne ansprechen, nicht ihren Verstand. Für Gerhard TROMMER (2015: 51) ist die Betonung der Vernunft gar Ausdruck „allumfassenden menschlichen Herrschaftstrebens“.

Sicher ist es richtig, dass auf der Ebene der **Motivation** Gefühle wesentlich bedeutsamer sind als rationale Erwägungen. Wollte man jedoch aus diesem Grund auf die Vernunft ganz verzichten, würde man das Kind mit dem Bade ausschütten. Die Kraft der Vernunft liegt nicht in der Motivation, sondern in der **Verständigung bei Konflikten**. Mit anderen Worten: Sie liegt nicht auf der subjektiven, sondern auf der intersubjektiven Ebene. Bei Umweltkonflikten prallen ja unterschiedliche Gefühle heftig aufeinander. Zur Lösung solcher Konflikte allein auf Gefühle zu bauen, reicht folglich nicht aus. Das Problem ist in solchen Fällen ja gerade, dass Menschen im Hinblick auf den Umgang mit Natur äußerst unterschiedliche Auffassungen davon haben können, was richtig und falsch ist. Immer dann, wenn wir uns in moralischen Fragen nicht einig sind, ist der vernünftige Diskurs das Mittel der Wahl. Es sei denn, wir wollten zur Lösung von Umweltkonflikten für „Glaubenskriege“ plädieren, in denen die Einflussreichsten oder Rücksichtslosesten sich durchsetzen. In demokratischen säkularen Gesellschaften sind vernünftige Argumente die bessere Alternative.

3.4.2 Zweisprachigkeit

Im Hinblick auf die vermeintliche Alternative von Emotionalität und Rationalität hat Ulrich GEBHARD (2016) in seinem Beitrag zum Expertenworkshop für eine „zweisprachige“ Kommunikation plädiert. Werturteile und moralische Überzeugungen, so GEBHARD, speisen sich nicht primär aus logisch-rationalen Argumenten. Vielmehr spielt unser Unbewusstes individuell wie kollektiv im Umgang mit der Natur eine erhebliche Rolle. Dem muss die Umweltbildung, und auch die Kommunikation über ethische Fragen, Rechnung tragen. GEBHARD schlägt vor, mit dem didaktischen Ansatz der „Alltagsphantasien“ zunächst einmal die unbewussten Elemente

unserer Naturbeziehungen zur Sprache zu bringen. Denn Natur befriedigt offenbar, wie nicht zuletzt die Naturbewusstseinsstudien gezeigt haben, ein verbreitetes Sinnverlangen. Ohne diese implizite und subjektive Dimension wäre das menschliche Naturverhältnis unvollständig beschrieben. Es enthält gleichermaßen rationale wie irrationale Anteile.

Auch und gerade für das Verständnis von Umweltkonflikten ist es wichtig, die im Unbewussten angesiedelten Bilder und Phantasien zur Sprache zu bringen. Diese symbolischen, intuitiven und vorbewussten Naturvorstellungen anzuerkennen, bedeutet aber keineswegs, sie umstandslos für gültig zu erklären. Vielmehr sollen sie ausdrücklich zum Gegenstand der Reflexion und des sozialen Austauschs gemacht werden. Hinter dem Ansatz der Alltagsphantasien steht die Überzeugung, „dass es rational ist, unsere irrationalen Anteile zum Gegenstand der Reflexion zu machen“ (GEBHARD 2016).

Die Kunst besteht also darin, objektivierende (rational-wissenschaftliche) und subjektivierende (intuitive, unbewusste) Naturbeziehungen als gleichwertige und sich ergänzende Naturgänge anzuerkennen und jeweils situationsbezogen zu entscheiden, wo man den Schwerpunkt legt.

3.4.3 Moralische Empörung ernst nehmen

Je heftiger die Konflikte, desto häufiger hört man den Appell, man müsse die Diskussion „versachlichen“. Egal ob es um Stromtrassen, Umgehungsstraßen, Nationalparke oder Tierversuche geht: Emotionen haben den Ruf, einer nüchternen Abwägung nicht zuträglich zu sein. Gefordert werden stattdessen Vernunft und wissenschaftliche Expertise. Sehr häufig dient in solchen Fällen der Vorwurf der Emotionalität dazu, die gegnerische Seite als irrational zu diskreditieren. Dann redet man von „Wutbürgern“ und tut jeden Widerstand als unvernünftiges NIMBY-Phänomen ab. (NIMBY steht für „not in my backyard“ und bedeutet in etwa dasselbe wie das deutsche St.-Florians-Prinzip: „verschon mein Haus, zünd's andre an.“)

Die Forderung, Diskussionen zu versachlichen, ist jedoch allenfalls für das Wie, nicht jedoch für das Was der Kommunikation zuträglich. Die Achtung vor dem Gegenüber gehört zu den Grundregeln jeder Kommunikation. Wer nicht zuhört, den anderen niederbrüllt oder unlautere Motive unterstellt, kann nicht mit Verständigung rechnen. Inhaltlich jedoch ist eine Versachlichung immer dann unangemessen, wenn der Konflikt eben nicht auf der Sachebene liegt, sondern auf der Beziehungsebene, der Wertebene oder der Normebene.

Zur Bewältigung von Konflikten auf der Beziehungsebene haben sich Mediationsverfahren vielfach bewährt (KALS et al. 2016). Dabei müssen divergierende Wertvorstellungen und Moralverständnisse ausdrücklich als solche angesprochen werden. Denn Umweltkonflikte sind nicht nur und nicht in jedem Fall Konflikte zwischen Gemeinwohlbelangen und Partialinteressen. Bei genauerer Betrachtung zeigen sich Differenzen in den stillschweigend vorausgesetzten Grundlagen:

- Unterschiedliche Vorstellungen von Natur
- Unterschiedliche Vorstellungen von Gerechtigkeit
- Unterschiedliche Vorstellung davon, was Menschen für ein gutes Leben brauchen

Damit eine Verständigung möglich wird, müssen diese Vorannahmen zur Sprache kommen. Wie das gehen kann, darum geht es im nächsten Kapitel.

3.5 Kurz und bündig: Über Ethik kann man sich verständigen

Mythos „Ethik ist Ansichtssache“

Richtig ist

- Ethik geht von (zunächst subjektiven) moralischen Überzeugungen aus.
- Die ethische Urteilbildung enthält neben bewussten auch unbewusste Elemente.

Wichtig ist

- Der Sinn ethischer Reflexion oder moralischer Diskurse ist es, die bloß subjektive Ebene zu verlassen. Sowohl die Glücksphilosophie als auch die Moralphilosophie streben nach Urteilen, die **allgemeinere Geltung** beanspruchen dürfen.
- Ethik nimmt Gefühle wie moralische **Empörung** und moralische **Intuitionen** ernst – aber nicht für bare Münze.
- Gerade im **Konfliktfall** – wenn unterschiedliche Menschen unterschiedliche Intuitionen haben – muss die Geltung der intuitiv erhobenen Ansprüche diskursiv geprüft werden.
- Vernunft und Gefühl ergänzen sich und können sich wechselseitig beeinflussen. Gelingende Kommunikation übt **Zweisprachigkeit**.

4 Mythos „Ethik ist mit der Natur des Menschen unvereinbar“

4.1 Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral?

„Ethische Argumente zur Erhaltung von Natur und Biodiversität zählen für mich nicht mehr. Es grenzt doch an Heuchelei, wenn Menschen, die als Heterotrophe zu ihrem Leben täglich Milliarden andere Lebewesen schädigen oder töten, Natur- und Lebensschutz mit Ethik verbinden“ (HABER 2013: 464).

Zu diesem persönlichen Schluss kommt der zeitlebens für den Naturschutz engagierte Ökologe Wolfgang HABER (2013) angesichts der „unbequeme[n] Wahrheiten der ökologischen Wissenschaft“. Dass Menschen, quasi von Natur aus, auf ihren eigenen Vorteil bedacht sind, und jegliche Ethik daher von vornherein chancenlos, ist eine Überzeugung, der ich auch in der Diskussion mit Naturschutzakteuren immer wieder begegne. Die Ressourcen sind knapp, der Konkurrenzdruck groß, altruistisches Handeln erscheint allenfalls dann möglich, wenn es der Weitergabe des „egoistische Gens“ (DAWKINS 1978) an die nächste Generation dient. „Die Welt ist arm, der Mensch ist schlecht, da hab' ich eben leider Recht“ – so könnte man mit den Worten des Bettlerkönigs Peachum aus Brechts Dreigroschenoper eine solche Auffassung auf den Punkt bringen.

Moralische Anforderungen, die nicht menschenmöglich sind, sind aber gar nicht das Anliegen der Ethik. Auf der Suche nach dem guten und richtigen Handeln stellt die Ethik die Bedingungen und Handlungsmöglichkeiten der Personen durchaus in Rechnung (siehe Kapitel 2). Allerdings gibt sie sich nicht so schnell mit vermeintlicher „Alternativlosigkeit“ zufrieden, sondern sucht immer auch nach Handlungs- und Entscheidungsspielräumen. Wenn Menschen durch ihre Biologie vollständig determiniert wären, bräuchten wir keine Ethik, keine Argumente und auch keinen Naturschutz. Dann wäre alles, was Menschen tun, natürlich, unabänderlich und der ethischen Beurteilung entzogen. Jeder, der sich überhaupt darauf einlässt, andere für Anliegen des Naturschutzes gewinnen zu wollen, muss ein Mindestmaß an menschlicher Freiheit voraussetzen – sonst könnte man auf Kommunikation gänzlich verzichten.

In diesem Kapitel möchte ich zunächst einmal den Unterschied zwischen Tatsachen, Werten und Normen erläutern. Die Frage, was der Fall ist, und die Frage, was der Fall sein soll, müssen unterschieden werden, auch wenn man sie nicht vollständig voneinander trennen kann (4.2). Dabei wird auch erklärt, warum man nicht umstandslos von der faktischen zur normativen Ebene übergehen kann. Wie das Können mit dem Sollen und beide wiederum mit dem Sein verbunden sind, erörtert der folgende Abschnitt (4.3). Darin geht es um die Bedeutung unterschiedlicher Welt- und Menschenbildern für den Naturschutz und für die Ethik. Abschließend plädiere ich für ein umfassendes Verständnis von Menschsein, das biologische und humanistische Aspekte integriert (4.4).

4.2 Was ist und was sein soll

Ethik fragt nicht danach, was der Fall ist, sondern, was der Fall sein soll. Dieses „kontrafaktische“ Wesen der Ethik ist insbesondere für Personen aus den empirischen Wissenschaften, deren Erkenntnisse auf Datenerhebung basieren, nicht leicht nachvollziehbar. Natürlich müssen wir für die ethische Reflexion zunächst einmal wissen, was überhaupt der Fall ist. Aber dabei können wir es nicht belassen. Wir bewerten die beobachteten Tatsachen als gut oder schlecht, und wir überlegen, wie die Welt wäre, wenn sie besser wäre, und was passieren muss, damit sie es auch wird.

4.2.1 Tatsachen, Werte, Normen

Den Unterschied zwischen Tatsachen, Werten und Normen kann man gut am Beispiel der NABU-Kampagne „Fast weg“ (NABU 2009a) erarbeiten (s. Abbildung 6).



Abb. 6: NABU-Kampagne „Fast weg“ (Quelle: NABU 2009b, privates Archiv)

Das Motiv der hier zitierten Postkarte sind Arten, die buchstäblich „fast weg“ sind: Laubfrosch, Weißstorch und Apollofalter. Die Aussage des Bildes ist schlicht und einfach: „Bald gibt es keine Laubfrösche mehr“. Diese Aussage ist zunächst einmal deskriptiv. Sie bewegt sich auf der Ebene der Tatsachen. Ob sie wahr oder falsch ist, kann man mit den Mitteln empirischer Wissenschaft herausfinden.

Die Botschaft, die das Bild senden will, beschränkt sich freilich nicht auf die reine Sachinformation. Die Kampagne will ja nicht nur kommunizieren, dass es bald keine Frösche mehr gibt. Sie verbindet diese Tatsache auch mit einer Bewertung und einer Handlungsaufforderung. Die bewertende und die vorschreibende Botschaft bleiben zunächst hinter der faktischen Fassade verborgen:

- Bald gibt es keine Laubfrösche mehr (Tatsache bzw. Tatsachenbehauptung)
- Das ist schade (Bewertung)
- Tu was! (Handlungsaufforderung)

Naturschutzkommunikation bewegt sich häufig auf der Ebene der Fakten: Sie klärt über empirische Sachverhalte auf, tut dies aber mit einer normativen Absicht: Man sagt: „Bald gibt es keine Frösche mehr“, und meint: „Dagegen muss man etwas tun!“. Man sagt: „Biologische Vielfalt ist eine existentielle Grundlage für das menschliche Leben“ und meint „Die biologische Vielfalt muss erhalten werden“. Diesen Übergang von Tatsachen zur Handlungsaufforderungen müssen wir genauer betrachten.

4.2.2 Vom Sein zum Sollen: Logisch

Der unvermittelte Übergang von der deskriptiven auf die normative Ebene gilt in der Philosophie als Fehlschluss, denn er verbindet zwei grundverschiedene Ebenen: das Sein und das Sollen. Rein logisch führt von Fakten kein direkter Weg zu Normen. Die Tatsache, dass etwas ist, wie es ist, ist zunächst moralisch neutral. Die Einsicht, dass man so nicht argumentieren könne und dürfe, geht zurück auf den schottischen Philosophen David HUME (1711-1776). Er beschreibt diesen Übergang mit folgenden Worten:

„[D]ann plötzlich stelle ich überrascht fest, dass anstatt der üblichen Satzverknüpfungen, nämlich ‚ist‘ und ‚ist nicht‘, ich nur auf Sätze stoße, welche mit ‚soll‘ oder ‚soll nicht‘ verbunden sind. Diese Änderung geschieht unmerklich. Sie ist jedoch sehr wichtig. Dieses ‚soll‘ oder ‚soll nicht‘ drückt eine neue Verknüpfung oder Behauptung aus. Darum muss sie notwendigerweise beobachtet und erklärt werden“ (HUME 1978: 211f.).

HUME wollte mit dieser Kritik rationalistische Ethikkonzeptionen hinterfragen. Er betonte, dass „die Unterscheidung von Laster und Tugend nicht in der bloßen Beziehung der Gegenstände begründet ist, und nicht durch die Vernunft erkannt wird“. Wie im Kapitel 3 ausgeführt, können wir aber, wenn wir Konflikte friedlich beilegen wollen, auf die Vernunft nicht verzichten. Von Hume können wir gleichwohl lernen, das Sein und das Sollen zu unterscheiden. Bei jedem Konflikt müssen wir uns zunächst fragen, ob er auf der Ebene des Sein oder des Sollens angesiedelt ist: Sind wir uns nicht einig, ob die Tatsachen richtig erfasst sind, oder sind wir uns hinsichtlich der Handlungsempfehlungen uneinig?

HUME hat gezeigt, dass der Schluss vom Sein auf ein Sollen kein rein logischer ist. Das bedeutet aber nicht, dass er grundsätzlich unmöglich oder unzulässig ist. Er ist vielmehr erklärungsbedürftig. Wer aus dem Sein ein Sollen ableiten will, muss die rein beschreibenden (deskriptiven) Aussagen ausdrücklich mit Bewertungen und moralischen Regeln verbinden. Wie das geht, erläutert der folgende Abschnitt.

4.2.3 Vom Sein zum Sollen: Praktisch

Der Übergang vom Sein zum Sollen erfolgt nicht logisch, sondern praktisch. Die säuberliche Trennung von Fakten und Werten funktioniert in unserer Sprache häufig nicht. Begriffe wie Lüge, Versprechen oder Dankbarkeit sind nicht moralisch neutral. Der Philosoph Bernhard WILLIAMS (1999) bezeichnet sie als „dichte Begriffe“. Von der (formal rein deskriptiven) Aussage „Wir haben die Erde nur von unseren Kindern geliehen“ zu der Forderung: „Wir müssen die Erde für unsere Kinder bewahren“ ist es folglich kein gar so weiter Schritt. Wir müssen lediglich die im (dichten) Begriff der Leihgabe unausgesprochen enthaltene moralische Norm ausdrücklich benennen:

- **Deskriptive Aussage:** Wir haben die Erde von unseren Kindern geliehen.
- **(Implizite) Allgemeine Norm:** Was man geliehen hat, muss man zurückgeben!
- **Praktische Norm:** Wir müssen die Erde unseren Kindern zurückgeben!

In dieser Weise kann man viele Sachverhalte, die zur Begründung von Naturschutz angeführt werden, zu vollständigen Argumenten rekonstruieren. Als weiteres Beispiel soll eine typische Aussage aus der *Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt* dienen. Sie führt die existentielle Bedeutung der biologischen Vielfalt als prominenten Grund für deren Schutz an. Hier sieht das vollständige Argument so aus:

- **Deskriptive Aussage:** Die biologische Vielfalt ist eine existentielle Grundlage für das menschliche Leben.
- **(Implizite) Allgemeine Norm:** Das menschliche Leben muss erhalten werden!
- **Praktische Norm:** Die biologische Vielfalt muss als Grundlage menschlichen Lebens erhalten werden!

Mit der Entfaltung dieses Dreischritts ist natürlich das Argument noch nicht „gewonnen“. Denn es ist damit ja noch nicht gesagt, dass die vorausgesetzte allgemeine Norm tatsächlich auch von allen anerkannt wird. Was als allgemeine Norm gelten darf und wie ihre Geltung zu begründen ist, bleibt diskutierbar. Aber die Frage nach der Geltung kann eben erst diskutiert werden, wenn man sich klar macht, welche Norm vorausgesetzt wird. Mögliche Begründungen für die Geltung von Normen wurden in Kapitel 3 diskutiert und der vernünftige Diskurs als Begründungsinstanz empfohlen (→ 3.3.1).

Für die praktischen Fragen, die bei Naturschutzkonflikten anstehen, ist es ratsam, zunächst einmal strittige von unstrittigen Normen zu trennen. Denn es gibt ja bereits zahlreiche Normen, die sich in unserer Gesellschaft sehr weitgehender Zustimmung erfreuen. Zu diesen gehören etwa die Menschenrechte. Aber es gibt eben auch Normen, die strittig sind, etwa „Tiere und Pflanzen haben ein vom Menschen unabhängiges Recht auf Existenz“. Ob man sich einig ist oder nicht, merkt man jedenfalls erst dann, wenn die unausgesprochenen moralischen Überzeugungen zur Sprache gebracht werden (siehe hierzu die Übung „Tatsachen, Werte und Normen unterscheiden“ im Anhang).

Viele in der Naturschutzkommunikation gebräuchliche Begriffe kann man als „dichte“ Begriffe verstehen: Über Vielfalt, Seltenheit, Gefährdung und Schäden kann man kaum sprechen, ohne bestimmte Bewertungen bereits zu implizieren. Der Umweltethiker Thomas POTTHAST (2007) bezeichnet sie daher als „epistemisch-moralische Hybride“, d.h. als Begriffe, die wissenschaftlich beschreibende und moralisch wertende Aspekte verbinden. Wenn es in der Naturschutzkommunikation Konflikte gibt, oder wenn diese in der Umweltbildung zum Lerngegenstand gemacht werden, ist es ratsam, den Übergang von den Tatsachen zur Handlungsempfehlung genauer unter die Lupe zu nehmen. Manchmal wird es Dissense über die Richtigkeit der behaupteten Tatsachen geben, manchmal aber auch über die Richtigkeit der implizit vorausgesetzten Werte und Normen.

4.3 Vom Sollen und Können

4.3.1 Die Bedeutung von Welt- und Menschenbildern

„Ethik ist die Ermittlung des guten und richtigen Handelns unter gegebenen Bedingungen und Handlungsmöglichkeiten“ (MIETH 1995: 505), so wurde im zweiten Kapitel die Aufgabe der Ethik bestimmt. Das bedeutet: Die gegebenen Bedingungen und Handlungsmöglichkeiten sind dafür entscheidend, was man von Menschen verlangen kann. Menschen sind auf Nahrung angewiesen. Sie können gar nicht anders, als beim Anbau und der Zubereitung von Nahrungsmitteln Lebewesen zu schädigen. Seien es Mikroorganismen, Pflanzen und Tiere, die als Schädlinge und unerwünschte Konkurrenten von den Feldern ferngehalten werden, oder seien es Mikroorganismen, Pflanzen und Tiere, die als menschliche Nahrung dienen. Überhaupt kein Lebewesen zu schädigen, wäre menschenunmöglich. Deshalb kann man es auch nicht sinnvoll fordern.

Das heißt jedoch nicht, dass sich aus der Natur des Menschen alles rechtfertigen ließe. Dass Menschen biologisch fähig sind, Fleisch zu verdauen, heißt beispielsweise nicht ohne weiteres, dass sie es auch uneingeschränkt essen sollen oder dürfen. Die gegebenen Bedingungen und Handlungsmöglichkeiten können es unter Umständen rechtfertigen, einen maßvolleren Fleischkonsum oder gar einen gänzlichen Verzicht zu fordern. Gründe hierfür können die Gesundheit von Mensch und Tier sein oder auch die begrenzten Kapazität der Böden für die Aufnahme von Stickstoff. Auch das Leiden der Tiere oder die Rechte künftiger Generationen können als Gründe angeführt werden.

Was der Fall ist, wird damit ausschlaggebend für das, was man darf und soll. Wenn man überzeugt ist, dass die Natur reich ist und genug für alle hat, gibt es keinen Grund sich zu beschränken. Wenn man davon ausgeht, dass der Mensch von Natur aus nicht zu vorausschauendem Handeln fähig ist, dann kann man ihm nicht vorschreiben, Rücksicht auf künftige Generationen zu nehmen. Welt- und Menschenbilder haben damit eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Naturschutz, sondern auch für die Naturschutzethik. Sie sind zwar der Form nach bloß deskriptiv, in dem sie aussagen, was die Welt bzw. der Mensch ist oder nicht ist. Sie sind aber, ähnlich wie die o.g. dichten Begriffe, gewissermaßen moralisch imprägniert: Man sieht ihnen die Bewertung nicht auf den ersten Blick an, aber sie wird beim Übergang vom Sein zum Sollen bedeutsam. Dabei haben wir es, ganz grob gesprochen, mit zwei konkurrierenden Welt- und Menschenbildern zu tun, die ich hier (vereinfachend) als naturalistisch und als humanistisch bezeichne (In ähnlicher Weise unterscheiden TREPL 1987 und KÖRNER et al. 2003 die Bedeutung des konservativen und des liberalen Weltbild für Ökologie und Naturschutz).

4.3.2 Das Leben als Kampf ums Dasein: das naturalistische Menschenbild

Das **naturalistische Welt- und Menschenbild** ist geprägt von der Evolutionsbiologie, die wiederum erheblich von nationalökonomischem Denken beeinflusst ist. Charles Darwin wurde zu der von ihm entwickelten Theorie der natürlichen Selektion auch durch die Lektüre von Thomas Malthus' ökonomischem „Essay on the Principle of Population“ (1798) inspiriert. Das der Idee natürlicher Selektion zugrundeliegende Weltbild beruht auf dem Prinzip der Knappheit, das alle Lebewesen in einen Kampf ums Dasein zwingt. Unter dem Druck der natürlichen Selektion scheiden manche Individuen aus diesem Kampf aus, während andere Nachkommen hervorbringen und so zur Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Art beitragen. Der *Homo oeconomicus*, der in seinem Handeln stets seinen eigenen Nutzen kalkuliert, scheint an diese Bedingungen bestens angepasst.

Unter dem Eindruck dieses Menschen- und Naturbilds erscheint vielen ökologisch denkenden Menschen die schiere Größe der Weltbevölkerung als das Umweltproblem schlechthin. Weil die Menschheit mittels Medizin und sozialen Sicherungssystemen die natürliche Selektion außer Kraft gesetzt habe und wir jedem einzelnen Menschenleben einen unbegrenzten Wert zumessen, sei die menschliche Population aus dem Ruder gelaufen und drohe allen anderen Arten den Platz auf der Erde streitig zu machen. Dieses Menschenbilds liegt auch Wolfgang HABERS Auffassung zugrunde, Ökologie und Humanität seien nicht miteinander vereinbar:

„Humanität bedeutet, jedes Individuum der Art *Homo sapiens* solange wie möglich am Leben zu erhalten und ihm ein gutes Leben zu ermöglichen. Damit durchbricht der Mensch eines der Hauptprinzipien der Organisation des Lebens. Ökologische Regulierungsprozesse nehmen auf das individuelle Leben keine Rücksicht“ (HABER 2013: 463).

Häufig erscheint „der Mensch“ im Umweltdiskurs als Krankheitserreger, Schädling, Krebsgeschwulst oder invasive Art, die dank unkontrollierter Vermehrung die Existenz des Ganzen bedroht. Für die Kommunikation ist ein solches Menschenbild fatal. Wer einem biologischen Determinismus das Wort redet, der kann sich alle weiteren Argumente im Grunde sparen. Wenn Menschen sind, wie sie sind, und handeln, wie sie handeln, weil ihre Natur sie dazu zwingt, lässt sich auch durch das klügste Argument nichts erreichen. Man kann dieser Auffassung sein – in der Tat spricht die seit 50 Jahren ungebremsst anhaltende Degradation unserer natürlichen Umwelt in gewisser Weise dafür. Aber dann braucht man sich über gelingende Kommunikation keine Gedanken mehr zu machen und kann die Regulierung der menschlichen Population getrost der Natur überlassen.

4.3.3 „Wir können auch anders“: Das humanistische Menschenbild

Wer sich überhaupt auf Kommunikation einlässt, setzt immer schon voraus, mit Worten Menschen erreichen und ihr Denken, Sein und Tun beeinflussen zu können. Er oder sie betrachtet Menschen nicht als unveränderlich und determiniert durch Natur, Kultur und Gesellschaft, sondern als autonomiebegabte Wesen, die kraft ihres freien Willens entscheiden, was sie tun und was sie lassen.

Die **Vernunftbegabung** des Menschen ist Bedingung und Begründung zugleich. Nur weil Menschen, anders als Tiere, imstande sind, Folgen ihres Handelns abzuschätzen und zu bewerten, sind sie überhaupt Adressaten für Verantwortungsappelle. Einen Biber ziehen wir nicht zur Rechenschaft, wenn er durch einen Dammbau ein ganzes Tal überflutet, Menschen sehr wohl. Weil Menschen als Vernunftwesen in der Lage sind, Verantwortung zu übernehmen, müssen sie es auch.

Kommunikation über Ethik beruht auf der Voraussetzung, dass Menschen sich nicht nur verhalten, sondern dass sie handeln. **Verhalten** ist impulsiv, reflexhaft oder triebgesteuert. Der Begriff der **Handlung** dagegen setzt Bewusstsein, Intentionalität und eine Abwägung von Zielen und Mitteln voraus – und damit eine Übernahme von Verantwortung für die Folgen.

Die hier skizzierte Begründung markiert zugleich eine wichtige **Grenze der Verantwortungszuschreibung**: Nicht nur weil, sondern auch nur soweit wie Menschen ihre Handlungsfolgen absehen können, tragen sie dafür Verantwortung. Nicht nur weil, sondern auch nur soweit wie sie Handlungsalternativen haben, sind sie für ihr Tun oder Lassen verantwortlich.

Sozialwissenschaftliche, psychologische und neurobiologische Studie liefern zahlreiche Belege, dass die individuelle Handlungsfreiheit zahlreichen Beschränkungen unterliegt. Diese müssen für die ethische Urteilsfindung ernst genommen werden. Gleichwohl kann die Kommunikation über Ethik keine vollständige Determiniertheit des Menschen voraussetzen, weder eine biologische noch eine soziale oder kulturelle. Denn damit wäre jeder Möglichkeit, Verantwortung zu übernehmen, die Grundlage entzogen.

4.4 Inklusiv denken

Die im vorigen Abschnitt umrissene Kontroverse zwischen naturalistischen und idealistischen Menschenbildern schlägt sich auch in den unterschiedlichen umweltethischen Ansätzen nieder. Während anthropozentrische Ansätze die der Vernunftbegabung geschuldete Sonderstellung des Menschen in der Natur betonen, sehen biozentrische oder holistische Ansätze in

genau dieser vermeintlichen Sonderstellung eine, wenn nicht gar die Ursache der Umweltkrise. Der Mensch, so eine im Naturschutz weit verbreitete Auffassung, müsse die Anmaßung überwinden, die in der Idee der Autonomie zum Ausdruck komme, und sich wieder mehr in die Gesetzmäßigkeiten der Natur einordnen. Die menschliche Freiheit müsse der naturgegebenen Notwendigkeit weichen.

Der Konflikt zwischen Autonomie und Notwendigkeit lässt sich jedoch nicht so einfach zugunsten einer Seite reduzieren. Menschsein vollzieht sich unentrinnbar im Spannungsfeld von Freiheit und Abhängigkeit. Das gilt für zwischenmenschliche Beziehungen ebenso wie für die Beziehung zwischen Menschen und Natur. Aus diesem Grund plädiere ich dafür, die Opposition von Anthro- und Biozentrik zugunsten eines **inklusiven Verständnisses** aufzugeben. Das erfordert es, die Welt- und Menschenbilder beider Seiten zu erkennen und anzuerkennen – und sie in einem inklusiven Ansatz zu vermitteln. In dem Aufsatz „Einschluss statt Ausgrenzung“ habe ich dieses Anliegen folgendermaßen formuliert (ESER 2003a: 351-52, Herv. i.O.):

„Die Erbitterung, mit der Befürworter anthropozentrischer und nicht-anthropozentrischer Ansätze gegeneinander argumentieren, zeigt, dass auf beiden Seiten fundamentale Wertüberzeugungen zur Debatte stehen. Die einen wollen, bei aller Rücksicht auf die Natur, die Errungenschaften des Humanismus nicht preisgeben, für die Anderen stellt eben dieser Humanismus eine unbegründete und nicht zu begründende Bevorzugung einer einzigen Spezies dar. Dabei erliegen beide Ansätze allzu oft einer irreführenden Polarisierung, indem sie das Wohl der Menschen und das Wohl der Natur als *exklusiv* denken: Wohlergehen und Fortschritt der Menschheit und Menschlichkeit scheinen den Einen so unweigerlich mit der Beschädigung der Natur verbunden wie den Anderen die Förderung des Wohlergehens der Natur mit dem Rückfall in steinzeitliche oder zumindest mittelalterliche Verhältnisse.

Ohne bestreiten zu wollen, dass es Situationen gibt, in denen menschliches Wohlergehen die Zerstörung von Natur gebietet, scheint mir statt einer solchen exklusiven eine inklusive Sicht des Mensch-Natur-Verhältnisses wesentlich besser geeignet, die prinzipiell ambivalente Situation von Menschen in der Natur zu fassen. Selbstverständlich sind Menschen Teil der Natur und als solche auf sie angewiesen und von ihr in vielerlei Hinsicht abhängig. Diesem Faktum muss die Umweltethik Rechnung tragen. Durch solche Abhängigkeit wird aber noch keine moralische Haltung begründet. Diese setzt vielmehr voraus, dass Menschen sich als Vernunftwesen von der Natur unterscheiden und ihr Handeln nicht bloß das Ergebnis kausaler Gesetzmäßigkeiten, sondern vernünftiger Einsicht und (innerhalb der faktischen Grenzen!) freier Entscheidung ist.“

Die ökologische Sicht betont stärker die Tatsache, dass Menschen (faktisch) Teil der Natur sind, während humanistische Ansätze die (moralische) Sonderstellung des Menschen in der Natur hervorheben. Beides ist aber richtig. Menschliche Natur und menschliche Vernunft sind unauflöslich verbunden. Eine einseitige Auflösung dieser Verbindung wäre faktisch wie moralisch falsch. Menschliches Handeln kann nicht einfach auf bloße Natur reduziert werden – ein biologischer (oder ökologischer) Determinismus ließe für die Ethik keinen Raum. Genauso wenig aber kann sich menschliches Handeln – und damit auch seine moralische Bewertung – von den natürlichen Voraussetzungen völlig frei machen. Mensch-Sein realisiert sich immer in Beziehungen zur Umwelt – der menschlichen wie der nicht-menschlichen. So wie der Gedanke der Autonomie verfehlt ist, wenn er seine soziale Komponente verkennt, so würde der Humanismus sich irren, wenn er die unterschiedlichen und vielfältigen Beziehungen von Menschen zur Natur vernachlässigte.

4.5 Kurz und bündig: Ethik gründet in menschlicher Freiheit

Mythos: „Ethik ist mit der Natur des Menschen unvereinbar“

Richtig ist

- Ethik muss menschliche Bedürfnisse, Veranlagungen und Fähigkeiten berücksichtigen.
- Ethik beruht auf Annahmen über die **Natur des Menschen**, über die man reden kann und muss.
- Das Menschenbild der Ethik ist idealistisch. Es erkennt Notwendigkeiten an, aber betont menschliche **Freiheit**.

Wichtig ist

- Ein biologischer **Determinismus** ist mit Ethik unvereinbar. Der Doppelnatur des Menschen als Natur- und Kulturwesen wird ein einseitiges Menschenbild nicht gerecht.
- Ethische Maßstäbe lassen sich nicht aus der Natur ableiten. Vom Sein zum Sollen führt **logisch** kein Weg. Fakten, Werte und Normen müssen unterschieden werden.
- Wer denkt, dass die Welt nicht ist, wie sie sein sollte, braucht Ethik. Sie beschreibt und begründet, wie die Welt wäre, wenn sie besser wäre.
- Ethik bietet **Richtschnur**, nicht praktische Gebrauchsanweisung: Weder ideale Sprechsituationen noch völlige Handlungs- und Entscheidungsfreiheit lassen sich vollkommen realisieren.
- Sätze der Ethik gelten **kontrafaktisch**. Das heißt: Die faktische Missachtung von Regeln stellt ihre Geltung nicht in Frage.
- Es kann für Menschen immer wieder **individuell** rational sein, gegen Regeln zu verstoßen, die sie **prinzipiell** für anerkennungswürdig halten.
- **Welt- und Menschenbilder** prägen unbewusst den Umweltdiskurs entscheidend mit. Gerade deshalb müssen sie zum Gegenstand der Diskussion gemacht werden.
- Vernunft- und anwendungsorientierte Umweltethik nimmt Rücksicht auf die konkreten **Bedingungen und Handlungsspielräume**. Ihr geht es um gemischte Urteile, die Tatsachen, Werte und Normen nachvollziehbar verbinden.

5 Mythos „Ethik sieht von menschlichen Bedürfnissen ab“

5.1 Ethik ist kein Zusatzargument

„Neben den genannten ökologischen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Gründen für die Erhaltung der biologischen Vielfalt gibt es auch ethische Gründe.“ – So steht es in der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (BMU 2007: 15). Diese Formulierung soll hier exemplarisch für ein ebenso häufiges wie verengtes Ethikverständnis stehen. Die Formulierung, neben vielen anderen Gründen gebe es „auch“ ethische Gründe, erweckt den Eindruck, ökologische, ökonomische, soziale und kulturelle Gründe hätten mit Ethik nichts zu tun. Ethisch, so scheint es umgekehrt, seien lediglich diejenigen Gründe, die keinerlei menschliche Bedürfnisse oder Interessen berühren. Die Frage, ob uns auch die nicht-menschliche Natur moralisch in die Pflicht nehmen kann, ist aber nur **eine** Frage von vielen, die die Umweltethik behandelt.

In diesem Kapitel soll es daher darum gehen, das **ganze Spektrum umweltethischer Fragen** zu entfalten und verständlich zu machen. Um den Rahmen dieses Kapitels nicht zu sprengen, beschränke ich mich dabei auf drei Punkte. Ich stelle zunächst mögliche **Themen** der Umweltethik vor. Sie behandelt nicht nur unseren Umgang mit der Natur, sondern auch unseren Umgang mit künftigen Generationen, mit unseren Mitmenschen und sogar mit uns selbst (5.2). Danach geht es um den **Begriff des Eigenwerts**, der ebenfalls eine Quelle von Missverständnissen ist. Er wird hier als ein „Drittes“ zwischen moralischem Selbstwert und instrumentellem Nutzwert vorgestellt (5.3). Die Trias „**Klugheit, Glück und Gerechtigkeit**“ greift die vorgenannten Themen und Werte in Gestalt unterschiedlicher Argumentationstypen auf (5.4). Wer Einzelheiten ausführlicher nachlesen will, sei auf weiterführende Publikationen verwiesen (ESER und POTTHAST 1998, ESER et al. 2011, ESER et al. 2015).

5.2 Themen der Umweltethik

5.2.1 Der Umgang mit der Natur: ökologische Gerechtigkeit

Das Ur-Thema der Umweltethik ist die Frage, ob Menschen nur aus im weitesten Sinne eigenützigen Motiven zum Schutz der Natur verpflichtet sind, oder ob sie eine moralische Pflicht zum Naturschutz haben, die mit menschlichen Interessen, Bedürfnissen oder Wünschen nicht das mindeste zu tun hat. Als wahrhaft ethische Haltung gilt dabei im Naturschutz häufig die Auffassung, dass man die Natur um ihrer selbst willen schützen und die anthropozentrische Sicht überwinden müsse. In dieser Weise argumentiert etwa der Biologe und Philosoph Martin GORKE, der eine holistische Ethik befürwortet: „Der moralische Standpunkt darf nicht wählerisch sein. Ich darf, wenn ich mich für den altruistischen Weg entschieden habe, nicht aus meiner egoistischen Perspektive heraus den Kreis derer festlegen, die zu achten sind. Dies wäre der ‚Weg der Macht‘ und nicht der ‚Weg der Moral‘“ (GORKE 1999: 250). Dass Natur einen eigenen, von Menschen unabhängigen Wert hat, hält er für eine ganz „elementare Intuition“ (GORKE 1999: 125).

Diese Intuition ist nicht nur in Naturschutzkreisen weit verbreitet. Die Naturbewusstseinsstudien belegen, dass weite Teile der Bevölkerung einen Eigenwert der Natur anerkennen (siehe Tabelle 4). Mit der Eigenwertformel hat diese Auffassung, trotz erheblicher rechtlicher Bedenken, mittlerweile Eingang in die Zielbestimmung des Bundesnaturschutzgesetzes gefunden.

Tab. 4: Ökologische Gerechtigkeit in der Naturbewusstseinsstudie 2011

Aussagen, die Pflichten gegenüber der nicht-menschlichen Natur formulieren	Zustimmungsraten
Der Schutz der Natur hat für mich einen hohen Wert „weil Tiere und Pflanzen ein eigenes Recht auf Existenz haben“.	92 % Zustimmung (63 % voll und ganz, 29 % eher), 6 % Ablehnung (5 % eher nicht, 1 % überhaupt nicht), (BMU/BfN 2012: 40)
„Die Natur darf nur so genutzt werden, dass die Vielfalt der Pflanzen und Tiere sowie ihrer Lebensräume auf Dauer gesichert sind.“	93 % Zustimmung (55 % voll und ganz, 38 eher), 7 % Ablehnung (6 % eher nicht, 1 % überhaupt nicht), (BMU/BfN 2012: 55)

Die Vorstellung, dass Naturschutzbegründungen von menschlichen Belangen absehen müssen, ist durchaus nachvollziehbar. Sie hat damit zu tun, dass – zumindest in der Tradition Immanuel Kants – das moralisch Richtige gerade nicht davon abhängt, ob es der handelnden Person nutzt: „Das gerade Widerspiel des Prinzips der Sittlichkeit ist: wenn das der *eigenen* Glückseligkeit zum Bestimmungsgrunde des Willens gemacht wird“, heißt es in der Kritik der praktischen Vernunft (KANT 1980, Herv. i. O.). Natur nur deshalb zu schützen, weil wir von ihr profitieren, wäre kein Akt der Moral, sondern allenfalls ein Gebot der Klugheit: Man sägt den Ast nicht ab, auf dem man sitzt.

Ob man einen moralischen Selbstwert der Natur auch mit den Mitteln der Vernunft begründen und einsehen kann, darum dreht sich in der Philosophie eine unabgeschlossene Debatte, die viel mit den jeweiligen theoretischen Voraussetzungen zu tun hat. Die Antwort auf diese Frage hängt beispielsweise davon ab,

- ob man ethische Urteile überhaupt für objektivierbar hält oder nicht,
- ob man prinzipienethisch, folgenethisch oder tugendethisch argumentiert,
- ob man eine rationalistische oder eine intuitionistische Ethik vertritt,
- ob man das Kriterium der Widerspruchsfreiheit an ethische Urteile anlegt, oder
- ob man Dilemmata für möglich oder gar unvermeidlich hält.

Diese Spezialfragen können und müssen an dieser Stelle nicht geklärt werden. Wer hier tiefer einsteigen will, kann sich in einschlägigen Einführungen und Sammelbänden einen Zugang zu der spannenden philosophischen Debatte verschaffen (BIRNBACHER 1980, 1997, KREBS 1997, ESER und POTTHAST 1999, OTT und GORKE 2000, OTT 2010, 2015).

Wichtig ist an dieser Stelle, dass die Frage nach möglichen moralischen Rechten der Natur oder nach moralischen Pflichten gegenüber der Natur nur **eines** von vielen umweltethischen Problemen ist. Für die praktischen Entscheidungen, mit denen es der Naturschutz zu tun hat, ist es aber nicht das Wichtigste. Denn zum einen greifen konkrete Naturschutzmaßnahmen, ebenso wie jede Nutzung, grundsätzlich in Ökosysteme ein und begünstigen bestimmte (erwünschte) Arten oder Prozesse gegenüber anderen (unerwünschten) Arten oder Prozessen. „Die Natur“ in den Mittelpunkt zu stellen, macht die erforderlichen strategischen Managemententscheidungen nicht einfacher. Und zum anderen haben wir es in Naturschutzkonflikten meist nicht mit einem Konflikt zwischen „dem Menschen“ und „der Natur“ zu tun, sondern mit Konflikten zwischen unterschiedlichen Menschen, die ein bestimmtes Stück Natur zu bestimmten

Zwecken nutzen oder eben schützen wollen. Diese Aspekte werden in den folgenden Abschnitten vertieft.

5.2.2 Der Umgang mit zukünftigen Generationen: Zukunftsgerechtigkeit

„Wir haben die Erde nicht von unseren Eltern geerbt, wir haben sie von unseren Kindern geliehen.“ Die Botschaft, die dieser Slogan der Umweltbewegung transportiert, ist unmissverständlich: Es ist nicht in unser Belieben gestellt, wie wir mit der Erde umgehen, denn sie gehört nicht uns, sondern unseren Kindern. Wir haben sie nur geliehen. Die Figur der Leihgabe impliziert eine anerkannte moralische Verpflichtung: Was man geliehen hat, muss man zurückgeben, und zwar in benutzbarem Zustand. Diese Verpflichtung geht man im Akt des Entleihens bereits ein.

Erkennbar ist diese Aussage „kontrafaktisch“: Wie könnten wir etwas ausleihen von jemandem, der noch gar nicht geboren ist? Sie behauptet auch keinen empirisch nachprüfbareren Zusammenhang, sondern hat eine normative Absicht. Sie weist unseren Umgang mit der Erde als Frage der Gerechtigkeit aus: Es geht eben nicht nur um unsere eigene „Glückseligkeit“, sondern um die der Menschen, die nach uns diesen Planeten bewohnen werden.

Dass zukünftige Generationen die gleichen Rechte haben wie wir, und dass wir ihnen gegenüber moralische Pflichten haben, ist für die Mehrheit der Menschen, die sich um Umwelt und Natur sorgen, eine ebenso elementare Intuition wie der Eigenwert der Natur. Dies zeigen auch die Befunde der Naturbewusstseinsstudien, in denen die entsprechenden Aussagen hohe Zustimmungsraten haben (Tabelle 5).

Tab. 5: Zukunftsgerechtigkeit in der Naturbewusstseinsstudie 2011

Aussagen, die Pflichten gegenüber zukünftigen Generationen formulieren	Zustimmungsraten
Der Schutz der Natur hat für mich einen hohen Wert, „weil zukünftige Generationen ein Recht auf intakte Natur haben“.	96 % Zustimmung (67 % voll und ganz, 29 % eher; BMU/BfN 2012:40)
„Wir dürfen die Natur nur so nutzen, das dies auch für kommende Generationen im gleichen Umfang möglich ist“.	93 % Zustimmung (58 % voll und ganz, 35 % eher; BMU/BfN 2012: 55)
„Die biologische Vielfalt sollte als Erbe für unsere Kinder und zukünftige Generationen erhalten bleiben“.	91 % Zustimmung (59 % voll und ganz 32 % eher; BMU/BfN 2012: 63).

Zu diesen hohen Zustimmungsraten passt es, dass auch die Brundtland-Definition einer nachhaltigen Entwicklung die Bedürfnisse der zukünftigen Generationen zum Maßstab dauerhafter Entwicklung macht:

„Unter ‚dauerhafter Entwicklung‘ verstehen wir eine Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation entspricht, ohne die Möglichkeit zukünftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen“ (HAUFF 1987: XV).

Dennoch ist es nicht leicht, diese Intuition philosophisch stichhaltig zu begründen, geschweige denn, sie praktisch zu berücksichtigen. Angesichts der existentiellen Not, in der viele Menschen heute noch leben, stellt die Abwägung zwischen deren Bedürfnisbefriedigung und den Bedürfnissen zukünftiger Menschen eine noch immer ungelöste Aufgabe dar.

5.2.3 Der Umgang mit unseren Mitmenschen: soziale und globale Gerechtigkeit

Landschaftszerschneidung, Flächenversiegelung und Lebensraumzerstörung beeinträchtigen nicht nur Tiere und Pflanzen, sondern auch das Wohlergehen von Menschen. Diese Einsicht ist in der Bevölkerung weit verbreitet. In der Naturbewusstseinsstudie 2011 führte die Aussage „Der Schutz der Natur hat für mich einen hohen Wert, weil sie für Gesundheit und Erholung des Menschen wichtig ist“ die Liste der persönlichen Gründe für den Schutz der Natur sogar an (s. Abb. 5 in Kap. 1): 71 Prozent der Befragten stimmten ihr uneingeschränkt zu. Damit ist dieses Argument noch bedeutsamer als die Rechte zukünftiger Generationen, die 67 Prozent vollkommen anerkennen, und das Existenzrecht von Tieren und Pflanzen, dem 63 Prozent voll und ganz zustimmten (BMU und BfN 2012: 40).

Während die Rechte zukünftiger Generationen und die Rechte der Natur im Naturschutz als ethische Argumente (an)erkannt werden, gilt das Wohlergehen der heute lebenden Menschen meist nicht als ethisches, sondern als soziales Argument. Das kommt daher, dass Naturschutzbegründungen in der Regel auf das Kollektivsubjekt „der Mensch“ bezogen sind. Wenn „der Mensch“ Natur zerstört, beeinträchtigt „er“ „seine“ Gesundheit und Erholung. Es handelt sich also scheinbar um ein egoistisches und nicht um ein altruistisches Motiv. In Wirklichkeit ist es aber oft so, dass nicht Gesundheit und Erholung derjenigen betroffen sind, die ein konkretes Stück Natur zerstören, sondern Gesundheit und Erholung anderer Menschen. Der Zugang zu Gesundheit und Erholung ist innerhalb unserer Gesellschaft und weltweit nicht gleich verteilt. Er hängt davon ab, ob Menschen Arbeit und Einkommen haben, wo sie leben und welchem sozialen Milieu sie angehören. Dasselbe gilt für den zerstörerischen Einfluss auf die Natur: Auch er hängt davon ab, welche Arbeit Menschen machen, welchem Milieu sie angehören und wo sie leben. Dieser Zusammenhang zwischen sozialen und ökologischen Fragen wurde erst vor wenigen Jahren unter dem Stichwort „Umweltgerechtigkeit“ als Chance für die Umweltkommunikation entdeckt (WEHRSPAUN 2009). Mittlerweile werden Fragen sozialer Gerechtigkeit auch im Naturschutz vermehrt diskutiert.

„Gerechtigkeit“ bezeichnet dabei nicht einfach die Forderung nach einer Gleichverteilung – es kann sehr wohl auch ungleiche Verteilungen geben, die gerechtfertigt sind (beispielsweise eine Verteilung nach Bedürftigkeit oder eine Verteilung nach Leistung). Vielmehr geht es unter der Perspektive der Gerechtigkeit um die **Wahrnehmung von Verantwortung**: Wenn (unbeabsichtigte) Folgen meines Handelns das Wohlergehen anderer beeinträchtigen, resultiert daraus die moralische Verpflichtung, diese Beeinträchtigung zu rechtfertigen – oder aber sie auszugleichen. Für die Behebung eines Schadens sind diejenigen verantwortlich, die ihn verursacht haben: Das besagt das Verursacherprinzip, das als Grundsatz der Umweltpolitik ein anerkanntes moralisches Prinzip ist.

Die moralische Qualität dieses Prinzips wird dabei freilich nicht immer deutlich. So heißt es etwa in der Naturschutz-Offensive 2020 des BMUB zur Frage internationaler Verantwortung:

„[A]uch weltweit geht die biologische Vielfalt in immer stärkerem Maße zurück. [...] Wir in Deutschland tragen für diese Entwicklung eine Mit-Verantwortung – nicht nur aus moralischen Gründen, sondern vor allem, weil wir durch unsere Lebensstile und Wirtschaftsweise zur Naturzerstörung in anderen Ländern beitragen“ (BMUB 2015: 27).

Die Tatsache, dass wir in Deutschland durch unsere Wirtschaftsweise zur Naturzerstörung in anderen Ländern beitragen, ist aber, anders als es hier scheint, kein außermoralischer Grund. Denn sie wird ja erst durch die (unausgesprochene) Prämisse relevant, dass man für die Folgen seines Handelns Verantwortung übernehmen muss – und diese Prämisse ist moralischer Natur.

Das zitierte Argument lässt sich wie folgt vervollständigen:

- Wir tragen durch unsere Lebensstile und Wirtschaftsweise zur Naturzerstörung in anderen Ländern bei (deskriptive Prämisse).
- Für die Folgen seines Handelns muss man Verantwortung übernehmen (normative Prämisse).
- Wir müssen Verantwortung für die Naturzerstörung in anderen Ländern übernehmen (Schluss).

Erst in diesem vervollständigtem Argument wird deutlich, dass die weltweite biologische Vielfalt uns hier in Deutschland nicht nur aus Gründen der Wohltätigkeit etwas angeht, sondern weil wir als (Mit)-Verursachende des Artenschwunds moralische Verantwortung tragen. In der Naturbewusstseinsstudie 2011 wurde die Einstellung der Bevölkerung zu dieser Frage ebenfalls abgefragt. Wer meint, Menschen würden von „moralischen“ Argumenten abgeschreckt, wird hier eines besseren belehrt: Eine beeindruckende Mehrheit der Befragten findet, dass wir für globale Folgen unseres Handelns Verantwortung übernehmen müssen und die Natur nicht auf Kosten der Menschen in ärmeren Ländern übernutzen dürfen (Tabelle 6).

Tab. 6: Globale Gerechtigkeit in der Naturbewusstseinsstudie 2011

Aussagen, die Pflichten gegenüber Menschen in anderen Teilen der Welt formulieren	Zustimmung und Ablehnung
Der Schutz der Natur hat für mich einen hohen Wert „weil wir für globale Folgen unseres Handelns Verantwortung übernehmen müssen“.	90 % Zustimmung (50 % voll und ganz, 40 % eher), 7 % Ablehnung (6 % eher nicht, 1 % überhaupt nicht), (BMU und BfN 2012: 40)
„Wir dürfen die Natur nicht auf Kosten der Menschen in ärmeren Ländern ausbeuten.“	91 % Zustimmung (52 % voll und ganz, 39 % eher) 6 % Ablehnung (5 % eher nicht, 1 % überhaupt nicht), (BMU und BfN 2012: 55)
„Ärmere Staaten sollten zum Schutz ihrer biologischen Vielfalt durch reichere Staaten finanziell unterstützt werden.“	75 % Zustimmung (27 % voll und ganz, 48 % eher), 18 % Ablehnung (13 % eher nicht, 5 % überhaupt nicht), (BMU & BfN 2012: 63)

5.2.4 Der Umgang mit uns selbst: die Frage nach dem Guten Leben

Gerechtigkeitsargumente nehmen die Folgen unseres Handelns für andere in den Blick. Sie fragen, welche Rechte und wessen Rechte davon möglicherweise beeinträchtigt werden: Rechte der Natur, Rechte zukünftiger Generationen und Rechte heute lebender Menschen.

Es gibt aber noch eine weitere Kategorie ethischer Argumente, die hinsichtlich ihres Geltungsanspruchs weniger stark, gleichwohl aber sehr überzeugend sind: die sogenannten Glücksargumente.

Auf dem vierten und fünften Platz der Liste persönlicher Gründe für den Schutz der Natur (BMU und BfN 2012) finden sich die Gründe

- „weil wir dort Schönheit, Eigenart und Vielfalt erleben können“ (59 % volle Zustimmung)
- „weil sie zu einem erfüllten Leben dazugehört“ (54 % volle Zustimmung)

Solche Begründungen sind von anderer Art als der Verweis auf die existentielle Bedeutung der Natur. Schönheit, Eigenart und Vielfalt erleben und ein erfülltes Leben führen zu können, ist kein „berechtigter“ (also mit anerkannten Rechten untermauerter) Anspruch, aus dem unmittelbar moralische Verpflichtungen erwachsen. Gleichwohl sind Naturerleben und das Streben nach einem erfüllten Leben mehr als bloß subjektive Präferenzen, die man haben kann oder auch nicht. Das Streben nach einem Leben im Einklang mit der Natur wurde 1992 auf der Rio-Konferenz ausdrücklich anerkannt. Der erste Grundsatz der Rio-Deklaration lautet: „Die Menschen stehen im Mittelpunkt der Bemühungen um eine nachhaltige Entwicklung. Sie haben das Recht auf ein gesundes und produktives Leben *im Einklang mit der Natur*“ (UNCED 1992, Hervorhebung UE).

Diese Formulierung kaschiert allerdings einen Konflikt, der sich aus der Unterschiedlichkeit dieser drei Ziele ergibt: ein gesundes Leben, ein produktives Leben und ein Leben im Einklang mit der Natur bedürfen unterschiedlicher Mittel und sind im konkreten Fall nicht immer miteinander zu vereinbaren. In der politischen Abwägung dieser drei Ziele erhalten Produktivität und Gesundheit meist ein höheres Gewicht als die Naturbeziehung. Darum erscheint es so, als würden solche Abwägungen häufiger zugunsten des Menschen als zugunsten der Natur ausgehen. Betrachtet man aber Naturverbundenheit in der o. g. Weise als Recht von Menschen, dann wird deutlich, dass nicht Rechte von Menschen gegen Rechte der Natur, sondern unterschiedliche Rechte von Menschen gegeneinander abgewogen werden. Mit der Bedeutung der Natur für ein gelingendes Leben bietet die Glücksphilosophie also auch Argumente zugunsten der Natur. Diese sind zwar in ihrer Geltung umstrittener als anerkannte Menschenrechte, gleichwohl aber objektivierbar (siehe hierzu Abschnitt 3.2).

Um Naturschutz als gesellschaftliche Aufgabe begründen zu können, muss es möglich sein, die Beziehung zur Natur von anderen Vorlieben oder Hobbys zu unterscheiden. Nicht alles, was Menschen lieben oder wertschätzen, stellt eine Aufgabe für die Politik dar, denn nicht alles, was Menschen wollen, brauchen sie auch. Der Begriff der Daseinsvorsorge beschränkt die Aufgabe des Staates auf die Bereitstellung der Güter und Leistungen, die für ein menschliches Dasein als notwendig erachtet werden. Ein menschliches Dasein erfordert mehr als bloße Existenz. Es erfordert die Möglichkeit, alle Fähigkeiten zu verwirklichen, die uns als Menschen ausmachen. Die Liste dieser Fähigkeiten ist zwar umfangreich, aber nicht unbegrenzt.

Auf der Grundlage kulturübergreifender Studien hat die Philosophin Martha NUSSBAUM eine (offene) Liste menschlicher Grundfähigkeiten entwickelt, deren Verwirklichung mit guten Gründen als Bestandteil eines erfüllten Lebens gelten darf. Sie enthält neben physischen, sozialen

und kognitiven Fähigkeiten auch die Fähigkeit zur Naturverbundenheit: „Die Fähigkeit, in Verbundenheit mit Tieren, Pflanzen und der ganzen Natur zu leben und pfleglich mit ihnen umzugehen“ (NUSSBAUM 1999: 58).

Aus dieser Fähigkeit resultiert zunächst einmal kein direktes Sollen. Menschen müssen nicht in Verbundenheit mit der Natur leben und pfleglich mit ihr umgehen. Aber es ist eine begründbare Option ihrer Vorstellung von einem gelingenden Leben, diese Fähigkeit zu verwirklichen. Die Bedingungen für die Verwirklichung dieser Fähigkeit bereitzustellen bzw. zu bewahren, wäre damit eine Aufgabe des Staates. Sie tatsächlich zu verwirklichen, bleibt dabei den Individuen überlassen (siehe hierzu ausführlicher Kapitel 10).

5.3 Nutzwert, Eigenwert und Selbstwert

Hat die Natur nur einen Wert für uns Menschen, oder hat sie auch einen Wert an sich? Auch diese Frage ist ein „Dauerbrenner“ der umweltethischen Debatte. Dabei wird die Diskussion sehr oft auf eine unbefriedigende Alternative verkürzt: Entweder die Natur ist für uns Menschen nur Mittel zum Zweck oder sie ist ein Zweck an sich und damit um ihrer selbst willen schützenswert (so auch PANZA und POTTHAST 2011). Jenseits dieser Alternative gibt es jedoch noch eine dritte Form von Wert, die häufig übersehen wird, obwohl sie, insbesondere für den Naturschutz, von eminenter Bedeutung ist: **Natur ist wertvoll, weil Menschen eine Beziehung zu ihr haben.** Diese Beziehung kann emotionaler, biographischer oder spiritueller Natur sein. Wer die Eigenart eines besonderen Naturstücks liebt, schätzt Natur „um ihrer selbst willen“ ohne dass diese Wertschätzung mit einem Nutzungsinteresse verbunden ist.

Tab. 7: Werttypen des konzeptionellen Rahmens von IPBES

Im Blickpunkt des Wertes	Begründung	Bezeichnung
Natur	Nicht-anthropozentrisch	Intrinsischer Wert
Nutzen der Natur für Menschen	Anthropozentrisch	Instrumenteller Wert
Gute Lebensqualität	Anthropozentrisch	Relationaler Wert

Es ist dem internationalen Weltbiodiversitätsrat IPBES zu verdanken, dass die langjährige Dichotomie von anthropozentrischen und ökozentrischen Argumenten mittlerweile auch in der Öffentlichkeit um diese dritte Perspektive ergänzt worden ist. Die *Intergovernmental Platform on Biodiversity and Ecosystem Services* (IPBES) wurde 2012 als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Politik gegründet. Sie soll die Umsetzung der Konvention über die Biologische Vielfalt wissenschaftlich unterstützen. Eine ihrer ersten Aktivitäten war die Entwicklung eines konzeptionellen Rahmens, der die unterschiedlichen Werte der Natur begrifflich zu fassen sucht. In der Lieferung 3d: „Konzeptionierung multipler Werte der Natur und ihrer Leistungen“ werden drei Werttypen unterschieden (s. Tabelle 7 nach IPBES/3/INF/7, 29.12.2014, eigene Darstellung): der Selbstwert der Natur, der Nutzwert der Natur und der Eigenwert einer guten Naturbeziehung.

5.3.1 Nutzwert: Mittel zum Zweck

Im Zentrum der dominanten Klugheitsargumentation steht der Nutzwert der Natur. So heißt es beispielsweise in der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (BMU 2007):

- „Wirtschaft und Gesellschaft sind auf die Nutzung von Natur und Landschaft angewiesen“ (S.6).
- „Viele Einkommen und Arbeitsplätze hängen direkt oder indirekt von Natur und Landschaft ab“ (S. 12).
- „Die Natur liefert Leistungen, die ohne sie mit erheblichem Aufwand und zu sehr hohen Kosten technisch gelöst werden müssten“ (S.12).

Spätestens seit zu Beginn dieses Jahrtausend das *Millennium Ecosystem Assessment* durchgeführt wurde, ist das Konzept der Ökosystemdienstleistung zu einer zentralen Kategorie der Naturschutz- und Biodiversitätspolitik geworden. Es bringt den „dienenden“ Charakter funktionierender Ökosysteme – und damit ihren Nutzwert – begrifflich auf den Punkt.

Natur aufgrund ihres Nutzwerts zu schützen, ist eine Frage der Klugheit, die wir aus zahlreichen Sprichwörtern kennen: „Man schlachtet nicht die Gans, die die goldenen Eier legt“, „Man sägt den Ast nicht ab, auf dem man sitzt“ oder „Man beißt die Hand nicht, die einen füttert“.

Diese Argumentation betont die existentielle Abhängigkeit menschlichen Lebens von Produkten und Leistungen der Natur: ohne fruchtbare Böden, sauberes Wasser und Rohstoffe für Kleidung, Behausung und Energie könnten wir schlicht nicht überleben. Natur wird hier als Mittel zum Zweck wertgeschätzt. Nicht sie selbst ist es, die wir schätzen, sondern die Zwecke, für die wir sie benötigen.

Ein alltägliches Beispiel hilft uns, das Konzept des Nutzwerts und die damit verbundenen Eigenschaften zu verstehen: Ein Taschenmesser (Abbildung 7) ist der Inbegriff eines „nützlichen“ Dings. Man braucht es, um Brot zu schneiden, Holz zu schnitzen oder Flaschen zu öffnen. Das Messer ist so wertvoll wie seine Funktion. Je mehr Funktionen es hat, desto höher ist sein Preis, und wenn es unbrauchbar geworden ist, besorgt man sich ein neues. Ersetzbarkeit ist damit ein Wesensmerkmal des Nutzwerts: Wenn ein Objekt mit Nutzwert zerstört wird, kann man es durch ein gleichwertiges ersetzen.

Die mit dem Nutzwert verbundene Idee der Ersetzbarkeit ist der Grund, warum viele Naturschützer die Betonung des Nutzwerts kritisch sehen. Für sie ist Natur unersetzlich. Denn sie ist eben nicht nur Mittel für menschliche Zwecke, sondern auch Zweck an sich.

5.3.2 Selbstwert: Zweck an sich

„Handle so, dass du die Menschheit sowohl in deiner Person, als auch in der Person eines jeden anderen jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchst.“ – So lautet die berühmte Selbstzweckformel des Kategorischen Imperativs, den Immanuel KANT 1785 in der „Grundlegung zur Metaphysik der Sitten“ formuliert hat. Menschen haben dank ihrer Vernunftbegabung die Fähigkeit, selbst Zwecke zu setzen und sich selbst Gesetze zu geben. Weil sie ein „Zweck an sich“ sind, dürfen sie nie ausschließlich als Mittel zum Zweck benutzt werden, und haben mithin Würde.

„Alles hat entweder einen Preis, oder eine Würde. Was einen Preis hat, an dessen Stelle kann auch etwas anderes als Äquivalent gesetzt werden; was dagegen über allen Preis erhaben ist, mithin kein Äquivalent verstatet, das hat eine Würde“ (KANT 1965: 51). KANT beschränkte solche Würde auf vernunftbegabte Wesen. Aber auch ein fröhlich umherhüpfendes Fohlen oder ein majestätischer Baumriese existieren, so empfinden es zumindest viele, nicht lediglich zu unserem Nutzen, sondern für sich selbst. Ihr Leben ist nicht einfach durch ein anderes ersetzbar. Als Nutztier oder Nutzholz haben beide zwar auch einen Nutzwert und damit einen Preis. Aber es bleibt doch das untrügliche Gefühl, dass dieser Preis, anders als beim Taschenmesser, nichts über ihren wahren Wert aussagt.

Gleichwohl ist die Rede von einer Würde der Natur oder nicht-menschlicher Lebewesen nicht unproblematisch – auch wenn sie in manchen Ländern, etwa in der Schweiz, sogar in der Verfassung verankert ist. Würde ist nicht graduell und nicht verrechenbar. Das heißt, man hat nicht mehr oder weniger Würde und man kann und darf Würde nicht gegen andere Werte abwägen. Die Rede von „Würde“ impliziert – zumindest im Rahmen der Prinzipienethik, aus der der Begriff stammt – einen kategorischen Anspruch, der nicht nur schwer zu begründen, sondern auch mit praktischen Abwägungserfordernissen nicht zu vereinbaren ist.

Intuitiv ist die Auffassung, dass uns Lebewesen um ihrer selbst willen moralisch in die Pflicht nehmen, nachvollziehbar. Insbesondere bei leidensfähigen Tieren ist sie kaum von der Hand zu weisen. Wenn ich ein Tier vernachlässige, das ich in Pflege genommen habe, dann mache ich mich nicht nur gegenüber den Eigentümern dieses Tieres schuldig, sondern auch gegenüber ihm selbst, indem ich ihm unnötiges und vermeidbares Leid zufüge. Wie aber ist es mit der Spinne, die in meinem Staubsauger qualvoll erstickt? Mit der Zecke, die ich nach der Entfernung aus der Haut meines Kindes mit dem Feuerzeug verbrenne? Oder mit den Ratten, die zugunsten der Erhaltung der autochthonen Flora und Fauna einer Insel mit Giftködern vernichtet werden? Die Kant'sche Konzeption der Würde lässt keine Ausnahme zu. Wenn ein Wesen ein Zweck an sich ist, darf ich dessen Selbstwert nicht missachten – weder für meine eigenen noch für kollektive Ziele.

Die Klärung der hier nur angerissenen Fragen muss und darf an dieser Stelle offen bleiben. Sie muss es, weil unterschiedliche Ethikkonzeptionen unterschiedliche viel Raum für moralische Dilemmata lassen. Und sie darf es, weil die Frage zwar für den Tierschutz von einiger Relevanz ist, nicht aber für den Naturschutz. Für diesen spielen individuelle Lebewesen in der Regel keine Rolle; seine Bezugsgröße ist die Population oder die Art. Auf solche überindividuellen Kategorien lässt sich aber das Würdekonzept, das ja mit Individualität und Intentionalität zu tun hat, nicht sinnvoll anwenden.

Dennoch müssen wir die Überzeugung ernst nehmen, dass Natur nicht beliebig ersetzbar ist, und wir müssen in der Kommunikation auch einen Raum dafür eröffnen (siehe hierzu die Übung „Bedeutung und Tragweite des moralischen Selbstwerts“ im Anhang). In vielen Fällen hat die Unersetzlichkeit der Natur nicht nur mit ihrer Selbstzwecklichkeit zu tun, sondern mit der Bedeutung, die sie für das gute Leben von Menschen hat. Von diesem (relationalen oder eudämonistischen) Wert handelt die letzte Rubrik.

5.3.3 Eigenwert: Beziehung ist keine Nutzung

In der herkömmlichen Wertlehre können Dinge entweder nützlich **für uns** sein (instrumenteller Wert) oder sie haben einen Wert **an sich** (intrinsischer Wert). Meist wird unter intrinsischem

Wert verstanden, dass diese Dinge einen Wert an sich und **für sich** haben. Dabei wird häufig übersehen, dass es Dinge oder Handlungen gibt, die einen Wert an sich **für uns** haben. Wer seltene Arten, traditionelle Kulturlandschaften oder wilde Wälder bewahren möchte, hat oft zu diesen Schutzgütern eine emotionale Beziehung, die sie wertvoll und kostbar macht. Und das, obwohl – oder gar gerade weil – sich damit keinerlei Nutzungsinteresse verbindet.

- Schmetterlingsfreunde wollen den gefährdeten Apollofalter nicht nutzen, möglicherweise noch nicht einmal sehen – sie wollen einfach wissen, dass es ihn gibt.
- Landschaften sind nicht nur Lebensräume für andere Arten, sondern auch für uns: Hier wachsen wir auf, machen Natur- und Lebenserfahrungen, erholen uns, fühlen uns wohl oder unwohl. Hier erleben wir nicht nur den Wechsel der Jahreszeiten, sondern auch den Lauf der Geschichte. Durch diese emotionale, kulturelle und biographische Bedeutung sind sie keine austauschbaren Gebilde, sondern unverwechselbare Besonderheiten. Ihr Verlust ist nicht gleichwertig ersetzbar.
- Wildnis ist definitionsgemäß nicht nur frei von menschlichen Einflüssen, sondern auch von menschlichen Nutzungen. Gleichwohl stellt sie nicht nur einen Selbstwert dar, sondern einen Wert-an-sich für Menschen, die in einer durch und durch zweckrational zugerichteten Welt letzte Refugien der freien Entfaltung gesichert sehen wollen – selbst wenn sie nie einen Fuß in sie setzen dürfen.

Häufig werden die beschriebenen emotionalen Bezugnahmen auf Natur auch als Nutzung im weiteren Sinne verstanden. Der Begriff der kulturellen Ökosystemdienstleistungen etwa fasst Erholung und kulturelle sowie spirituelle Naturzugänge auch unter die Rubrik „Nutzwert“. Diese Zuordnung verkennt aber meines Erachtens, dass es sich hier gerade nicht um eine Zweck-Mittel-Relation handelt, sondern Mittel und Zweck untrennbar verbunden sind.

Das in Abbildung 7 rechts abgebildete silberne Taschenmesser ist ein Erbstück. Wie sein Gegenstück, das Schweizer Taschenmesser, ist es auch nützlich: Man kann damit schneiden. Sein eigentlicher Wert liegt aber nicht in dieser Funktion – das können moderne Messer besser. Was dieses Messer besonders macht, ist die Tradition, die damit verbunden ist: Es wurde vom Urgroßvater an den Großvater an die Mutter an die Tochter weitergegeben und wird eines Tages einem der Enkelkinder gehören.

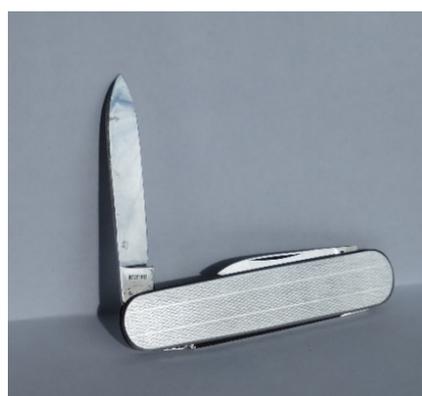


Abb. 7: Nutzwert und relationaler Eigenwert (Bilder: Bergstein - Wikimedia und Eser)

Der Wert dieses Messers ist für Außenstehende nicht erkennbar. Sie könnten versucht sein, es als nutzlos zu entsorgen. Gleichwohl kann man seinen symbolischen Wert kommunikativ

vermitteln, und viele können solche Wertschätzung nachvollziehen. Wer das Messer verliert oder kaputt macht, kann es nicht einfach ersetzen – seine Erinnerungsfunktion ist untrennbar mit ihm selbst verbunden. Und man würde es auch nicht gegen ein besseres Messer tauschen – denn auf seinen Nutzwert kommt es gar nicht an. Anders als ein Wesen mit „Selbstwert“ ist es aber nicht unantastbar: Je nachdem, was auf dem Spiel steht, könnte man bereit sein, darauf zu verzichten.

Das Konzept des Eigenwerts steht damit zwischen dem Nutzwert und dem Selbstwert: Im Unterschied zum Nutzwert reduziert es die Dinge nicht auf ihre Nützlichkeit, sondern erkennt ihre emotionale Bedeutung für Menschen an. Im Unterschied zum Selbstwert behauptet es keine kategorische Unantastbarkeit, sondern ermöglicht Kommunikation und Abwägung.

5.4 Klugheit, Glück, Gerechtigkeit

Die im ersten Gutachten entworfene „Dreifaltigkeit“ von Klugheit, Glück und Gerechtigkeit hat die in den beiden vorigen Abschnitten dargestellten Inhalte auf anschauliche Kurzbegriffe gebracht. Sie werden an dieser Stelle noch einmal im Hinblick auf ihre Tauglichkeit für die Kommunikation zusammengefasst (vgl. Tabelle 8).

5.4.1 Klugheit

Der Argumentationstyp Klugheit umfasst alle Argumente, die auf den Nutzen der Natur abstellen. „Naturschutz nutzt uns allen“, lautet die zentrale Botschaft dieses Typs. In der Annahme, dass Menschen sich am besten von eigenen Vorteilen überzeugen lassen, wird dieses Argument derzeit in der offiziellen Naturschutzkommunikation sehr häufig genutzt. Der gesamte Diskurs der Ökosystemdienstleistung folgt diesem Argumentationsmuster: aufzuzeigen, wie nützlich Natur für uns Menschen ist – und wie unklug wir sie derzeit bewirtschaften.

Die kommunikative Stärke dieses Arguments besteht darin, dass es unmittelbar einleuchtet. Es appelliert gewissermaßen an den gesunden Menschenverstand. Sich den Ast abzusägen, auf dem man sitzt, wäre einfach dumm – niemand kann das ernsthaft wollen. Man muss kein uneigennütziger Idealist sein, um sich von diesem Argument angesprochen zu fühlen, es genügt ein Minimum an Vernunft. In einer Gesellschaft, die maßgeblich nach zweckrationalen Prinzipien gestaltet ist, sind Klugheitsargumente unmittelbar anschlussfähig. Dennoch haben sie zwei Schwächen: Erstens sind nicht alle menschlichen Wertschätzungen von Natur als Nutzung adäquat beschrieben und zweitens treffen die negativen Folgen der Naturzerstörung oft nicht die Verursacher selbst, sondern andere oder zukünftige Menschen. Das Klugheitsargument nutzt eine Kollektivrhetorik, die Interessen der Allgemeinheit und Interessen der Einzelnen allzu umstandslos in eins setzt. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass Klugheitsargumente keineswegs nur auf das Prinzip „Eigennutz“ bauen, sondern mit dem langfristigen Interesse der Allgemeinheit zumindest ein „aufgeklärtes Eigeninteresse“ voraussetzen. (Der Unterschied zwischen kollektiven und individuellen Interessen wird ausführlich in Kapitel 8 behandelt.)

5.4.2 Glück

Argumente, die betonen, dass Natur Menschen einfach gut tut, wurden dem Argumentationstyp „Glück“ zugeordnet. Jenseits von Nutzungsinteressen geht es hier um die **Qualität der**

Beziehung, die Menschen zu Natur haben. Die Rubrik betrifft also den relationalen bzw. eudämonistischen Eigenwert der Natur. Der Begriff „Glück“ ist die Übersetzung des griechischen Worts *Eudämonie*. Es bezeichnet bei ARISTOTELES das, wonach alle Menschen streben, und zwar nicht um einer anderen Sache willen (Reichtum, Anerkennung oder Gesundheit), sondern um ihrer selbst willen. Etwas um seiner selbst willen zu tun oder zu erstreben, ist für das Gelingen eines wahrhaft menschlichen Lebens wesentlich.

Das Wort ‚Glück‘ ist leichter verständlich als das Wort ‚Eudämonie‘, aber eben deshalb auch prädestiniert für Missverständnisse. Allzu leicht droht die langfristige Perspektive eines gelingenden Lebens auf das momentane Glück des Augenblicks reduziert zu werden. Im Argumentationsraum Glück geht es nicht um das momentane Glücksempfinden in der Natur. Vielmehr geht es um glücksethische Erwägungen im Hinblick auf das Mensch-Natur-Verhältnis. Hier ist die Frage angesiedelt, wonach Menschen streben sollen, wenn sie ein gelingendes Leben führen wollen, und welche Rolle Natur dabei spielt. Die Fähigkeit, in Verbundenheit mit der ganzen Natur zu leben und pfleglich mit ihr umzugehen (NUSSBAUM 1999: 58), ist eine menschliche Grundfähigkeit, deren Verwirklichung gerade für Naturschutzengagierte eine wichtige Rolle für ihr Lebensglück spielt (hierzu ausführlich Kapitel 10). Solche Naturverbundenheit ist ethisch nicht neutral. Sie ist zwar selbst kein moralisches Gebot. Die Empfindungen, die mit ihr einhergehen, sind aber eine wichtige Basis moralischer Intuitionen. Das Spektrum möglicher Emotionen reicht von Interesse und Neugier über Freundschaft, Liebe und Fürsorge bis hin zu Ehrfurcht, Erhabenheit, und Andacht.

Die **kommunikative Stärke** der Argumente dieser Kategorie ist, dass sie unmittelbar an den motivierenden Emotionen der Akteure ansetzt. Slogans wie „Besser leben statt mehr haben“ zeigen, dass viele Menschen nach einer neuen Balance zwischen materiellen und immateriellen Werten suchen. Hierfür bieten Glücksargumente eine geeignete Sprache. Nach dem Kriterium der Wahrhaftigkeit sind sie den Klugheitsargumenten weit überlegen.

In ihrer subjektiven Attraktivität liegt zugleich aber auch eine **Begrenzung der Reichweite und des Geltungsanspruchs** von Glücksargumenten: Man kann naturbezogene Glücksvorstellungen teilen, muss es aber nicht. Die Antworten auf die Frage, was Menschen zum Glück brauchen, sind sehr viel vielfältiger als auf die Frage, was sie zum Überleben brauchen. Hier spielen divergierende Menschenbilder eine entscheidende Rolle. Es gibt kein unstrittiges Fundament, auf das man bauen könnte. Vielmehr ist man mitten in sehr kontroversen und ideologisch aufgeladenen Debatten über das Verhältnis von Mensch und Natur, das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft und den Sinn des Lebens. Eine Einigung auf geteilte Werte oder eine unstrittige Hierarchisierung unterschiedlicher Elemente eines guten Lebens ist hier noch unwahrscheinlicher als eine Einigung darüber, wie sauber unsere Atemluft und unser Trinkwasser sein müssen, damit wir gesund bleiben.

5.4.3 Gerechtigkeit

Im Argumentationstyp „Gerechtigkeit“ geht es um sollensethische Erwägungen. Ziel ist es, moralische Rechte und Pflichten sowie Gebote und Verbote zu begründen. Mit „Gerechtigkeit“ sind also nicht primär Fragen der gerechten Verteilung angesprochen, sondern die Frage, ob der Naturschutz das, was er von Menschen fordert, als berechtigten Anspruch formulieren kann. Während man bloßen Empfehlungen, wie sie Glücksargumente geben, folgen oder auch nicht folgen kann, lässt sich ein berechtigter Anspruch nicht so leicht von der Hand weisen.

In der Moralphilosophie ist die Rede von Rechten und Pflichten mit einem hohen Verbindlichkeitsanspruch verbunden. Eine Person, die Rechte anderer verletzt, handelt moralisch falsch – ganz unabhängig davon, welche persönlichen Lebensziele sie verfolgt. In dieser Unabhängigkeit von persönlichen Neigungen liegt eine erhebliche **Stärke der Gerechtigkeitsargumentation**.

Im Naturschutz wird über moralische Rechte bislang überwiegend im Hinblick auf zukünftige Generationen oder das Existenzrecht von Tieren und Pflanzen gesprochen. Aus ethischer Perspektive ist diese Schwerpunktsetzung erstaunlich. Denn die Frage, ob nicht-menschliche Lebewesen und Menschen, die noch gar nicht geboren sind, in derselben Weise Träger von Rechten sein können wie heute lebende Menschen, ist in der Philosophie Gegenstand unabgeschlossener Kontroversen. Im Sinne der Konsensfähigkeit stellen die Rechte der heute schon lebenden Menschen ein weitaus stärkeres Argument dar. Das Potential dieser Argumente kann die Naturschutzkommunikation noch besser nutzen.

Der mit Gerechtigkeitsargumenten verbundene Verbindlichkeitsanspruch geht allerdings einher mit einer **hohen Begründungslast**. Wenn man Menschen bestimmte Handlungen vorschreiben oder verbieten will, dann muss man dafür gute, für alle nachvollziehbare Gründe angeben können. Diese Akzeptabilität wird im Diskurs geprüft – in der Naturschutzkommunikation also.

Ein nach wie vor nicht befriedigend gelöstes Problem stellt dabei die Verbindung von Glück und Gerechtigkeit dar. Nicht für alle Objekte des Naturschutzes lässt sich eine menschenrechtliche Relevanz zweifelsfrei demonstrieren. Ob die menschliche Fähigkeit zur Naturverbundenheit ein Recht auf Natur begründen kann, und in welchem Verhältnis ein solches Recht zu anderen verbrieften Menschenrechten stünde, ist eine noch unabgeschlossene Debatte (siehe hierzu ausführlich das Kapitel *Natur erleben* in ESER et al 2013). Die Naturschutzkommunikation muss für sie Raum bieten (s. hierzu im Anhang das Arbeitsblatt Gerechtigkeit und Glück).

Tab. 8: Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Stärken und Schwächen

Argument	Wir müssen Natur schützen, ...	Stärken	Schwächen
Klugheit	... weil es uns langfristig selber nützt.	Appell an Eigennutz kommt ohne moralische Haltung aus und ist (weitgehend) weltanschaulich neutral. „Ich bin doch nicht blöd!“	Oft nutzt Naturschutz nicht uns selbst, sondern anderen. Viele Naturbeziehungen sind mit dem Wort „Nutzen“ nicht angemessen beschrieben.
Gerechtigkeit	... weil die Achtung vor den Rechten Anderer es gebietet.	Hoher Verbindlichkeitsanspruch: Menschenrechte sind anerkannte Grundlage politischen Handelns. Intra- und intergenerationelle Gerechtigkeit sind in der Politik der Nachhaltigen Entwicklung anerkannt.	Hohe Begründungslast Rechte der Natur sind strittig. Manche Objekte des Naturschutzes sind für klassische Menschenrechte irrelevant.
Glück	... weil Naturverbundenheit eine Option des Guten Lebens ist.	Hohe Übereinstimmung von Motivation und Argumentation	Glück ist ein missverständliches Wort. Glück ist subjektiv.

5.5 Kurz und bündig: Ethik fragt nach Rechten und Bedürfnissen

Mythos „Ethik sieht von menschlichen Bedürfnissen und Interessen ab“

Richtig ist

- Als moralisch gelten mit Kant nur solche Argumente, die **nicht das eigene Wohl** im Blick haben.
- Aus diesem Grund gelten biozentrische Argumente oft als die eigentlich ethischen.

Wichtig ist

- Umweltethik umfasst **sollens- und strebensethische** Aspekte. Sie darf damit auch das eigene Wohl im Blick haben.
- Das eigene Wohl wird oft für die Menschheit als ganze gedacht. Im wirklichen Leben handelt aber nicht die Menschheit, sondern es handeln **Individuen**, die in ihrem Handeln Rücksicht auf andere nehmen können und sollen.
- Ökonomische und soziale Argumente entpuppen sich damit ebenfalls als ethische, weil sie **Rücksichtnahme** auf die Bedürfnisse anderer Menschen oder der Gemeinschaft verlangen.
- Umweltethik hat es mit einer **Vielzahl von Themen** zu tun:
 - Verantwortung für die natürliche Umwelt
 - Verantwortung für künftige Generationen
 - Verantwortung für betroffene Menschen heute
 - Verantwortung für sich selbst
- Das Konzept des relationalen **Eigenwerts** vermittelt zwischen dem rein instrumentellen Nutzwert und dem moralischen Selbstwert.
- Die derzeit dominante **Klugheitsargumentation** beruht auf einer Kollektivrhetorik, die entscheidende Unterschiede zwischen verschiedenen Menschen und Gruppen ausblendet.
- **Gerechtigkeitsargumente** haben einen hohen Verbindlichkeitsanspruch, aber auch eine große Begründungslast.
- **Glücksargumente** entsprechen der Motivation vieler Naturschutzengagierter, haben aber einen geringeren Verbindlichkeitsanspruch.

6 Mythos „Moral schreckt ab“

„Wirkungsvolle Naturschutzkommunikation macht Naturschutz zu einem attraktiven Angebot. Alarmisierung, Weltuntergangsszenarien, Moralisieren schrecken jedoch ab und wecken allenfalls kurzfristige Aufmerksamkeit“, warnt Johann SCHREINER (2007: 393) im Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Diese in jahrzehntelanger Naturschutzarbeit gewonnene Erfahrung muss ein Vorhaben, das die Kommunikation über Ethik im Naturschutz fördern will, sehr ernst nehmen. In diesem Kapitel geht es daher darum, was mit Moralisierung gemeint ist, warum Moralisierung nicht nur aus Gründen der Wirksamkeit, sondern auch aus inhaltlichen und ethischen Gründen falsch ist, und wie man Moralisierung in der praktischen Arbeit vermeiden kann.

6.1 Moral als Waffe?

„Moral ist eine scharfe Waffe, und Moralisten sind gefährliche Gegner. In politischen Konflikten wächst der Grad der Polarisierung, wenn zwischen den Streitenden der Pegel des Moralisierens steigt.“ Mit diesen Worten rät der Sozialwissenschaftler Wolfgang VAN DEN DAELE (2001: 4) von einer moralischen Kommunikation ab. „Wer moralisiert, will verletzen“ – so kurz und bündig drückt es der Soziologe Niklas LUHMANN (1993) aus. In seinem Aufsatz „Die Moral des Risikos und das Risiko der Moral“ erklärt er, was er unter ‚moralisch‘ versteht und warum diese Art von Moral das Gelingen von Kommunikation ernsthaft gefährdet:

„[D]ie moralische Einfärbung von Kommunikation [ist] ... riskant, weil sie sehr rasch zur Fixierung von Positionen, zur Intoleranz und zum Konflikt führt. Eine Kommunikation tritt als moralisch auf, wenn sie suggeriert oder explizit macht, daß Selbstachtung und Achtung anderer von der Erfüllung bestimmter Bedingungen abhängen“ (LUHMANN 1993: 331).

Wenn die Achtung der Diskursbeteiligten auf dem Spiel steht, dann, so die zentrale Aussage dieser Kritik, wird eine Einigung unwahrscheinlich. Diese Einsicht ist für das Gelingen einer Kommunikation über Ethik im Naturschutz elementar. Wer sich dem Vorwurf ausgesetzt sieht, ein schlechter Mensch zu sein, wird vermutlich nicht lange an der Debatte teilnehmen.

In der Hitze des politischen Gefechts sind Polemik und moralische Diskreditierung des Gegners an der Tagesordnung. So veröffentlichte beispielsweise in der Auseinandersetzung um den Nationalpark Nordschwarzwald eine Initiative der Nationalparkgegner auf Youtube Cartoons mit dem Titel „Die bösen Buben hinter den Kulissen“. Die Initiative schreibt dazu auf ihrer Homepage: „Die Cartoons erfreuen sich großer Beliebtheit. Einzig die Befürworter verstehen keinen Spaß. Wir dafür umso mehr“ (UNSER NORDSCHWARZWALD e.V. 2013). Dass die Befürworter ihre Diffamierung als „böse Buben“ nicht als Spaß verstehen, muss niemanden wundern. Wer sein Gegenüber in dieser Weise verunglimpft, nimmt die vorgebrachten Argumente nicht auf der Sachebene auf, sondern wechselt auf die persönliche Ebene. Es geht dann nicht mehr länger um die Frage, ob die Einrichtung eines Nationalparks sinnvoll oder wünschenswert ist, sondern um die persönliche Integrität der Akteure. Die wird aber keiner der Beteiligten zur Disposition stellen. Damit wird eine vernünftige Auseinandersetzung, die das Motto „Vernunft statt Ideologie“ der Initiative eigentlich verspricht, nicht eröffnet, sondern beendet.

Wenn es um echte Kommunikation geht, ist persönliche Diffamierung nicht nur ein ungeeignetes, sondern ein unerlaubtes Mittel.

Exkurs: Die vier Ebenen der Kommunikation

Am Beispiel der Diskussion um den Nationalpark Nordschwarzwald habe ich die Vermischung von Sachebene und persönlicher Ebene kritisiert. Ein Exkurs in die Kommunikationstheorie soll die Unterscheidung der verschiedenen Kommunikationsebenen erläutern. Während den Ausführungen dieser Broschüre das Ideal eines rationalen Diskurses zugrunde liegt, geht es in diesem Modell um die **soziale Wirklichkeit** von Kommunikation. In seinem Vier-Seiten-Modell der Kommunikation hat der Psychologe Friedemann SCHULZ VON THUN (1981) sehr anschaulich erklärt, was passiert, wenn Menschen miteinander reden. Nach diesem Modell hat jede Kommunikation vier Aspekte:

- die sachlichen Inhalte
- eine Aussage über die Beziehung zwischen den Gesprächspartnern (Beziehungsbotschaft)
- eine Aussage über sich selbst (Selbstkundgabe) und
- einen Appell

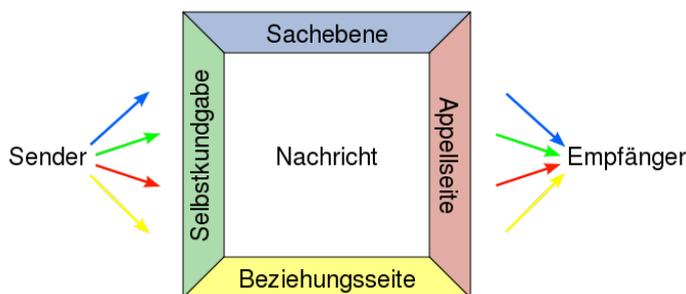


Abb. 8: Das Vier-Seiten-Modell der Kommunikation nach Schulz von Thun, Darstellung: Wikimedia

Jede Person, die am Gespräch beteiligt ist, sendet auf allen vier Kanälen. Und jede beteiligte Person hört mit allen vier Ohren. Nur die Sachebene ist explizit. Die Beziehungsbotschaft, die Selbstkundgabe und der Appell bleiben in der Regel implizit: Die sendende Person spricht sie nicht aus, die empfangende Person hört sie dennoch. Emotional sind die stillschweigend gesendeten oder empfangenen Botschaften ausschlaggebend für die Möglichkeit einer Verständigung. Konflikte können entstehen, wenn eine Person Botschaften hört, die die andere gar nicht gemeint hat. SCHULZ VON THUN illustriert das mit einem Beispiel:

Ein Mann und eine Frau sitzen im Auto, er auf dem Beifahrersitz, sie am Steuer. Er sagt: „Da vorne ist grün!“ Diese sachliche Aussage kann man überprüfen: Sie ist entweder wahr oder unwahr. Die anderen Ebenen sind nicht so eindeutig. Auf der Ebene der Selbstkundgabe kann darin die Botschaft stecken „Ich habe es eilig“ oder „Ich vermute, Du hast das nicht gesehen“. Auf der Beziehungsebene kann es heißen „Ich vertraue Deinen Fahrkünsten nicht“ oder „Ich möchte Dich unterstützen“. Der Appell kann heißen „Fahr ruhig los“ oder „Gib endlich Gas!“. Wie die Fahrerin auf diesen Hinweis reagiert, wird davon abhängen, mit welchem Ohr sie die Botschaft hört.

Implizite Botschaften lassen immer Raum für (Fehl-)Interpretationen. Damit Kommunikation gelingen kann, ist es hilfreich, die impliziten Botschaften zu explizieren und sich im Konfliktfall zu vergewissern, ob die Botschaft, die gehört wurde, der Absicht des Senders entspricht.

Zur Einführung: Homepage Schulz von Thun: <http://www.schulz-von-thun.de>

6.2 „Lieber Gegner der Natur“

„Lieber Gegner der Natur“ – mit dieser Anrede beginnt ein Video, das Menschen dafür gewinnen wollte, sich an einer Online-Konsultation zum sog. Fitness-Check der Europäischen Kommission zu beteiligen. Unter dem Titel „Nature Alert“ hatte im Jahr 2014 ein breites Bündnis von 90 Verbänden eine europaweite Kampagne zur Erhaltung der EU-Vogelschutzrichtlinie und der FFH-Richtlinien gestartet. Mit beeindruckenden Landschaftsaufnahmen und Tierporträts und unterlegt von emotionaler Musik verbreitet das Video die folgende Botschaft:

„Lieber Gegner der Natur, ich liebe die Natur, und du nimmst sie mir nicht weg! Die Herrlichkeit des Großen und das Detail: Nachmittage am See, den Imbiss im Freien, den Spaß beim Schwimmen, lange Ausflüge. *Doch wie man hört, willst du all das zerstören!* Doch merk' dir das, lieber Gegner: *Ich stell' mich Dir entgegen!* Denn ich glaube, dass in all dem Großen nicht das kleinste Geschöpf fehlen darf. Und dass all das auch unseren Kindern gehört. Die Natur gehört mir. Sie gehört uns allen. Und sie gehört auch dir. Gemeinsam können wir die Bedrohung stoppen. Verteidige die Natur! Sende den Politikern eine klare Botschaft! Mach es! Jetzt!“ (NABU TV 2015, Mitschrift und Hervorhebung UE).

Insgesamt 520.325 Menschen sind dem Aufruf gefolgt und haben sich über die Internetseite www.naturealert.eu im Rahmen der Konsultation für eine Beibehaltung der Richtlinien ausgesprochen. Man darf getrost annehmen, dass sich von dieser halben Million Menschen niemand als „Gegner der Natur“ bezeichnen würde. Die erfolgreiche Kampagne nutzt das Mittel der Moralisation in ungewöhnlicher Weise: Sie spricht nicht diejenigen an, die sie erreichen will, sondern deren (vermeintliche) Gegner. Damit erreicht sie, dass die eigentliche Zielgruppe – die Menschen, die sich für einen Schutz der Natur einsetzen – sich gut fühlt: „Ich stell' mich Dir entgegen“ (Abbildung 9).



Abb. 9: „Ich stell' mich dir entgegen“ (Screenshot: Eser)

Aus der Sicht professioneller Kommunikationsberater hat die Kampagne alles richtig gemacht: Sie hat dafür gesorgt, dass die Angesprochenen sich wohlfühlen, und sie hat komplexe Zusammenhänge auf eine zentrale Botschaft reduziert. Beides gilt als strategischer Erfolgsfaktor für die Kommunikation zur Biologischen Vielfalt (LICHTL et al. 2009). Im Sinne der Adressatenorientierung gelten positive Kommunikationsstrategien als empfehlenswert, vom „moralischen Zeigefinger“ wird dagegen abgeraten: „Für die Ansprache ist relevant, dass eine positive

Kommunikation, die konkrete Handlungsmöglichkeiten und Erfolgsbeispiele aufzeigt, von vielen Zielgruppen bevorzugt wird. Ein moralischer Zeigefinger dagegen wirkt meist abstoßend“ (LICHTL et al. 2009: 34).

Es sei denn, möchte man hinzufügen, der moralische Zeigefinger zeigt auf die anderen. Dann nämlich vermag er offenbar zu mobilisieren. „Wir sind für die Natur. Ihr macht sie kaputt“ – nach diesem Motto funktioniert die Kampagne, und sie funktionierte gut.

Die Einteilung in Freunde und Gegner der Natur bedient eine in weiten Teilen der Bevölkerung fest verankerte Unterscheidung von „uns Guten“ und den „bösen Anderen“. Laut der Naturbewusstseinsstudie 2013 halten sich 92 Prozent der deutschen Bevölkerung für Freunde der Natur. Denn so viele Menschen stimmen der Aussage zu: „Zu einem guten Leben gehört die Natur dazu“ (BMUB und BfN 2014: 38). Als Gegner der Natur werden offenbar überwiegend andere Menschen wahrgenommen: 83 Prozent der Befragten ärgern sich darüber, „dass viele Menschen so sorglos mit Natur umgehen“ (BMUB und BfN 2014: 40). „Die Hölle, das sind die anderen“, möchte man angesichts dieser Zahlen mit den Worten Jean-Paul Sartres sagen.

Die hier zutage tretende Diskrepanz zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung ist auch für die Umweltbildung relevant. Denn sie zeigt ganz klar, dass im Hinblick auf das Bewusstsein der eigenen Verwicklung in die systemische Sorglosigkeit noch Bildungsbedarf besteht. Wahrnehmung von Verantwortung sieht anders aus. Eine Naturschutzkommunikation, die auf Verständnis und Verständigung zielt, kann nicht dem Muster dieser Kampagne folgen. Sie kann sie aber zum Ausgangspunkt für eine Diskussion über ethische Fragen machen (siehe hierzu Übung „Verantwortung wahrnehmen“ im Anhang). Für dieses Anliegen sind drei Bedingungen elementar, die ich, ausgehend von dem Text des Videos, in diesem Abschnitt erläutern will:

- die Unterscheidung von Handlung und Person (6.2.1),
- die Anerkennung des politischen Charakters von Umweltkonflikten (6.2.2) und
- der Verzicht auf eine moralische Kommunikation zugunsten einer echten Kommunikation über Moral (6.2.3).

6.2.1 „Du willst all das zerstören“

In der vorliegenden Broschüre geht es nicht um Kampagnen, sondern darum, wie man konkrete Umweltkonflikte mit den Mitteln der Kommunikation lösen kann. Für solche verständigungsorientierte Kommunikation ist die Unterscheidung in Freund und Feind wenig hilfreich. Der Satz „Du willst all das zerstören“ behauptet eine böse Absicht, die in den meisten Fällen nicht gegeben ist. Vielmehr wird die Zerstörung der Natur um anderer Vorteile willen billigend in Kauf genommen: um (immer mehr) Geld zu verdienen, um (immer mehr) Wohnraum zu haben, um (immer billigere) Lebensmittel zu produzieren oder um (immer schneller) zwischen Wohnung und Arbeit pendeln zu können. Die unerwünschten Veränderungen von Natur und Landschaft sind in aller Regel nicht die Absicht, sondern das Nebenprodukt der Verwirklichung anderer Absichten.

„Kulturlandschaften entstehen zumindest außerhalb der urbanen Zentren fast immer ‚nebenher‘, als nicht beabsichtigtes Ergebnis eines Handelns, das aus einer Kumulation zweckrationaler Einzelabsichten einen ungewollten Gesamtzustand erzeugt“ (FISCHER 2012: 7).

Die Zerstörung der Natur wird nicht von vermeintlichen „Gegnern der Natur“ betrieben, sondern ist der Summe prinzipiell unverdächtiger Einzelhandlungen geschuldet. Die sogenannte **Marginalität der jeweiligen Einzelhandlung** ist auch ein Grund für den häufig beklagten Umstand, dass ein prinzipiell anerkannter Naturschutz bei konkreten Konflikten in der Abwägung oft unterliegt:

„Dies lässt sich damit erklären, dass niemand ‚die‘ Natur zerstören will oder kann, sondern dass es ‚vor Ort‘ in der Regel um eine marginale Überformung geht, die mit moralisch unverächtlichen Gründen gerechtfertigt werden kann. Personen, die beispielsweise eine in Sukzession befindliche großflächige Brache in einen Golfplatz oder ein Ufergebiet in eine Marina umwandeln möchten, sind ja keine finsternen Gesellen“ (OTT 2015: 242).

In der Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz geht es nicht um die Frage, ob jemand ein guter Mensch ist oder nicht. Die moralische Integrität der Handelnden steht hier gar nicht zur Debatte. Vielmehr geht es darum, gewünschte Handlungen und ihre möglicherweise unerwünschten Folgen und Nebenfolgen zum Gegenstand der Kommunikation zu machen. Statt anderen böse Absichten oder Gedankenlosigkeit zu unterstellen, ist es für die Wahrnehmung von Verantwortung wichtig sich klarzumachen, dass Umweltprobleme additiv aus zahlreichen, an sich harmlosen Einzelhandlungen entstehen. Jede und jeder Einzelne nimmt im Alltagshandeln selbst an der Zerstörung der Natur teil. Diese unbequeme Wahrheit ist kaum als attraktives Angebot zu kommunizieren ist. Umso wichtiger ist es, die gesellschaftliche Dimension individuellen Handelns zu betonen und so die Individuen von moralischer Überforderung zu entlasten (siehe Kapitel 9).

6.2.2 „Die Natur gehört uns allen“

Der entscheidende Satz, der auf die politische Dimension des Naturschutzes verweist, steht in der Mitte der Botschaft: „Die Natur gehört mir. Sie gehört uns allen. Und sie gehört auch dir“. Die Natur ist ein **Gemeingut**. Sie gehört allen bzw. keinem – und damit ist sie von Übernutzung bedroht, wenn die individuelle Nutzung nicht geregelt wird. Wer darf welches Stück Natur zu welchem Zweck nutzen? Das ist die entscheidende politische Frage, auf die sich alle Naturschutzkonflikte zurückführen lassen. Sie ist eine klassische Frage der Verteilungsgerechtigkeit: Wer bekommt was? Wenn diese Frage nicht nach dem Gesetz des Stärkeren entschieden werden soll, sondern mit Mitteln der Vernunft, dann muss sie Kernbestandteil unserer Naturschutzkommunikation sein und um Gründe erweitert werden: Wer bekommt was warum?

Dass bestimmte Naturnutzungsinteressen sich derzeit im politischen Raum besser durchsetzen können als Naturschutzinteressen, hat in der Regel nicht damit zu tun, dass sie die besseren Argumente hätten. Vielfach haben sie einfach eine bessere Lobby, d. h. mehr politische Macht und mehr Einflussmöglichkeiten. Solche politischen Konflikte sollte man nicht durch Moralisierung entpolitisieren.

Der Konvention über die biologische Vielfalt kommt das große Verdienst zu, die Frage der Verteilungsgerechtigkeit auf die globale Naturschutzagenda gesetzt zu haben. Denn die Zielbestimmung dieses weltweiten Übereinkommens fordert neben dem Schutz und der nachhaltigen Nutzung der biologischen Vielfalt auch eine faire Verteilung der aus der Nutzung resultierenden Gewinne. Artikel 1 des Übereinkommens über die biologische Vielfalt lautet:

„Die Ziele dieses Übereinkommens, die in Übereinstimmung mit seinen maßgeblichen Bestimmungen verfolgt werden, sind die Erhaltung der biologischen Vielfalt, die nachhaltige Nutzung ihrer Bestandteile und die ausgewogene und gerechte Aufteilung der sich aus der Nutzung der genetischen Ressourcen ergebenden Vorteile [...]“ (BMU 1992: 1).

Dass dieser Passus in die Zielbestimmung aufgenommen wurde, verdankt sich zähen Verhandlungen im Vorfeld der Konvention, in denen es darum ging, das berechtigte Anliegen des Schutzes biologischer Vielfalt in Einklang zu bringen mit ebenfalls berechtigten entwicklungspolitischen Anliegen (siehe ausführlich ESER 2003b). Bis heute gehört die ausgewogene und gerechte Aufteilung der Vorteile zu den am häufigsten verschwiegenen Zielen der Konvention, obwohl sie für deren politischen Erfolg elementar ist.

Eine der Begründungen für den Schutz der biologischen Vielfalt ist die Aussicht auf neue Medikamente und technologisch verwertbare Substanzen. Die biodiversitätsreichen, aber finanziell eher armen Länder bestanden seinerzeit darauf, an möglichen Gewinnen aus der biotechnologischen Nutzung von Arten beteiligt zu werden, die man auf ihrem Territorium entdeckt. Die Forderung, Vorteile aus der Nutzung gerechter zu teilen als bisher, muss man allerdings nicht auf die Nutzung genetischer Ressourcen beschränken. Man kann vom Reichtum der Natur in sehr unterschiedlichen Weisen profitieren, finanziell wie ideell. Dass zwischen den unterschiedlichen Vorteilen ein fairer Ausgleich gesucht und gefunden werden muss, ist die moralische Forderung, die mit der Aussage „Die Natur gehört uns allen“ intendiert ist.

6.2.3 „Gemeinsam können wir die Bedrohung stoppen“

Gegen eine individuelle Moralisierung der vermeintlichen Gegner der Natur macht dieser Satz auf die kollektive und politische Dimension des Naturschutzes aufmerksam. Denn angesichts der Marginalität individueller Einzelhandlungen, seien sie positiv oder negativ für den Naturschutz, ist offensichtlich, dass eine Trendwende einer **kollektiven Anstrengung** bedarf. Eine solche kollektive Anstrengung setzt voraus, dass alle in ihrem Handeln das Gemeinwohl berücksichtigen. Dies ist häufig nicht der Fall. Vielmehr verfolgen Menschen individuell überwiegend ihre je eigenen Interessen. Mehr noch: Über Lobbyarbeit versuchen zahlreiche Verbände Partialinteressen erfolgreich in die Politik zu integrieren.

Ob Naturschutz dauerhaft erfolgreich ist, ist nicht in erster Linie eine Frage individueller Tugendhaftigkeit. Entscheidend ist vielmehr, ob es allen gemeinsam gelingt, sich auf Konzepte zu einigen, „deren Umsetzung Privatpersonen bei der Verfolgung ihrer partikularen Interessen einschränken können“ (OTT 2015: 242; siehe hierzu auch die Unterscheidung des individuellen und des kollektiven Verständnisses von „alle“ in Kapitel 8.4). In diesem Sinne zielte die hier diskutierte Kampagne zu Recht nicht auf individuelles Wohlverhalten, sondern auf die Frage der Regulierung. Gegen eine befürchtete Verschlechterung bestehender EU-Regelungen zum Schutz der Natur sollten viele Einzelne ein klares Signal an die Politik senden.

Wer durch verbindliche Regeln individuelle Handlungsfreiheiten beschneiden will, muss sich mit allen anderen über die Akzeptabilität dieser Einschränkungen einigen. Solche Einigungsprozesse setzen gelingende Kommunikation voraus. Belehrung oder Bekehrung sind hier ebenso fehl am Platze wie Einflussnahme oder Machtausübung. Eine Naturschutzkommunikation mit politischer Zielstellung erfordert nicht moralische Kommunikation, sondern ernsthafte Kommunikation über Moral (DAELE 2001).

6.3 Kommunikation über Moral statt moralischer Kommunikation

6.3.1 Regeln der Kommunikation über Moral

Ausgelöst durch heftige gesellschaftliche Kontroversen um die Anwendung gentechnischer Methoden in Landwirtschaft und Medizin, wurden in den 1990er Jahren in größerem Umfang Verfahren partizipativer Technikfolgenbewertung und Politikberatung durchgeführt. Zur De-Eskalation des Konflikts um die Anwendung der Gentechnik sollten dabei widerstreitende moralische Überzeugungen zur Sprache gebracht werden, ohne das Gegenüber als „unmoralisch“ zu denunzieren. Die Kommunikation über Moral war, neben der Erörterung sachlicher Fragen, ein wesentliches Element dieser organisierten Diskurse (DAELE 2001).

Im Rahmen solcher Diskurse geht es darum zu argumentieren, statt zu moralisieren. Argumentieren bedeutet Gründe für eigene Positionen zu benennen und sie in Frage stellen zu lassen. Es bedeutet, Einwände anzuhören und sich mit ihnen auseinanderzusetzen. Und es bedeutet, dass die Verteilung von Macht und Ressourcen keinen Einfluss darauf haben darf, welche Argumente gehört werden und welche nicht (nach DAELE 2001: 7). Das Ideal, an dem solche Diskurse gemessen werden, ist das des herrschaftsfreien Diskurses.

Von besonderer Bedeutung ist dabei die **Trennung von Person und Position**. Im Diskurs werden Positionen und Gründe der Kritik ausgesetzt, nicht Personen. In moralischer Hinsicht geht es um die Frage, welche Handlungen mit welchen Gründen erlaubt, geboten oder verboten sind. Im Hinblick auf Fragen des guten Lebens geht es darum, welche Ziele welche Menschen mit welchen Gründen verfolgen. Ob aber jemand ein guter oder ein schlechter Mensch ist, steht nicht zur Debatte.

„Die Regeln des Diskurses schließen ein, dass die Beteiligten sich wechselseitig als gleichberechtigte und gleichwertige Gesprächspartner definieren müssen. Und sie schließen aus, dass man den anderen mit Vorwürfen überzieht, die ihm als Person die moralische Integrität absprechen“ (DAELE 2001: 8).

6.3.2 Trennung von Person und Position

Zur praktischen Umsetzung dieser Diskursspielregel bietet die Psychologie ein breites Methodeninventar. Stellvertretend für eine Vielzahl von Ansätzen seien hier drei Konzepte skizziert, die für die Naturschutzkommunikation hilfreich sein könnten:

Das **Harvard-Konzept der Verhandlungstechnik** (FISHER et al. 2013) beruht darauf, Menschen und Interessen zu unterscheiden. Die Personen, die an einem Konflikt beteiligt sind, werden nicht als Kontrahenten, sondern als Partner betrachtet, die das Problem nicht gegeneinander, sondern miteinander lösen. Methodisch werden dabei die zur Verhandlung stehenden Positionen auf die ihnen zugrundeliegenden Interessen zurückgeführt. Ziel ist es, Lösungen zu finden, die die Interessen aller Beteiligten berücksichtigen und weitere Kooperation ermöglichen. Ein (stark vereinfachtes, aber anschauliches) Beispiel ist der Streit zweier Kinder um die letzte Orange. Das eine Kind will einen Kuchen backen, das andere Saft trinken. Statt darum zu streiten, wer die Orange bekommt, schaut man, um welche Interessen es geht. Die salomonische Lösung: ein Kind bekommt die Schale für seinen Kuchen, das andere den Saft zum Trinken.

Das **Gordon-Modell der Konfliktlösung** (GORDON 1974) dient dazu, Missverständnisse, die durch Ungesagtes entstehen, weitgehend auszuräumen. Eine zentrale Rolle spielen dabei Ich-

Botschaften und Aktives Zuhören. Statt über Befindlichkeiten und Motive des Gegenübers zu spekulieren, beschränken sich die am Gespräch Beteiligten auf Ich-Botschaften, d. h. auf Aussagen über sich selbst, ihre Wünsche, Bedürfnisse oder Gefühle. Aktiv Zuhören bedeutet, das Gehörte in eigenen Worten zu wiederholen und sich zu vergewissern, dass es gemeint war. Um Konflikte in Gesprächen zu klären, müssen die Beteiligten zwischen diesen beiden Modi – Ich-Botschaft und Aktives Zuhören – hin- und herwechseln.

Die **Gewaltfreie Kommunikation** (ROSENBERG 2013) erachtet Empathie als Grundvoraussetzung gelingender Kommunikation. Sie ist weniger eine Technik als eine Haltung, die sich neben psychotherapeutischen Quellen auch aus der Philosophie Mahatma Gandhis speist. Ihr Grundmodell besteht aus den vier Schritten Beobachtung, Gefühl, Bedürfnis, Bitte. Ein beobachteter Sachverhalt wird zuerst beschrieben und dann bewertet. Diese Bewertung wird mit einem eigenen Bedürfnis begründet, zu dessen Befriedigung im letzten Schritt eine Bitte formuliert wird.

6.3.3 Die Sicht der Anderen

Zum Abschluss dieses Kapitels soll hier ein praktisches Beispiel vorgestellt werden, wie die Voraussetzungen für gelingende Kommunikation geschaffen werden können. „Die Sicht der Anderen“ ist eine Broschüre des österreichischen Umweltdachverbands, die es ermöglichen soll, in Naturschutzkonflikten die Perspektive zu wechseln und die anderen besser zu verstehen. Sie präsentiert in Gestalt von Cartoons die Ergebnisse von fünf Seminaren zum Thema „Kommunikation und Partizipation in Schutzgebieten“ (SUSKE und MAURER 2014, s. Abbildung 10).



Abb. 10: Broschüre „Die Sicht der Anderen“, Bild: Suske

Porträtiert werden darin nicht Freunde und Gegner der Natur, sondern die unterschiedlichen Interessengruppen in ihrem jeweiligen Selbstverständnis: Alle Beteiligten schildern, wie sie sich selbst sehen, welche Zuschreibungen über ihre Gruppe sie zurückweisen, was sie bewegt, motiviert und besorgt und wofür sie sich engagieren (siehe Tabelle 9). Von den Zeichnern karikaturistisch zugespitzt, ermöglichen es diese Porträts, die Sicht der Anderen nachzuvollziehen.

Tab. 9: „Die Sicht der Anderen“: Gruppen und Perspektiven

Porträtierte Interessengruppen	Porträtierte Selbstverständnisse
Schutzgebietsbetreuung Tourismus Berg- und Naturwacht Jagd Naturschutzbehörde Landwirtschaft Naturschutzbüros Forstwirtschaft Naturschutz-NGOs Fischerei	So sehen wir uns So sind wir nicht So sehen uns die Anderen Deshalb machen wir den Job Das macht uns große Sorgen Das ist unsere Beziehung zur Natur Unsere Vision

Die Broschüre illustriert, wie es aussehen kann, dem vermeintlichen Gegner mit Respekt zu begegnen. Die Anliegen, Motive, Sorgen und Ideale der anderen Seite werden wahrgenommen und ernstgenommen, ohne dass man sie sich deshalb zu eigen macht. „Die ‚Sicht der Anderen‘ verstehen, muss noch lange nicht heißen, dass ich sie teile. Aber wenn ich sie verstehe, dann werde ich mit meinem Gegenüber anders umgehen“ (SUSKE und MAURER 2014: 5). Auf dieser Basis kann Kommunikation über Werte und Ziele beginnen (s. Arbeitsblatt „Perspektivwechsel üben“ im Anhang).

6.4 Kurz und bündig: Über Handlungen, Haltungen und Institutionen sprechen

Mythos „Moral schreckt ab“

Richtig ist

- **Moralisieren** schreckt ab: Wer sich in seiner moralischen Integrität in Frage gestellt sieht, beendet das Gespräch.
- Ethik ist eine **Zumutung**. Es geht um den Gebrauch des eigenen Verstands und auch um Selbstkritik.
- Es ist **anstrengend**, den eigenen Verstand zu gebrauchen. Schon Immanuel Kant wusste: „Es ist so bequem unmündig zu sein“.

Wichtig ist

- Die **Würde** aller Beteiligten muss auch in der Kommunikation über Ethik immer gewahrt bleiben.
- **Moralische Kommunikation** entwertet die Person, die eine andere Position vertritt. Im Unterschied dazu macht die **Kommunikation über Moral** die Werte und Normen zum Gegenstand des Gesprächs, die der vertretenen Position zugrunde liegen. Die Achtung vor der Person des anderen ist unabdingbare Grundlage der Kommunikation.
- Kommunikation über Moral muss also **Person und Position trennen**. Hierzu gibt es unterschiedliche Techniken, die in Fortbildungen erlernt werden können.
- Menschen vertreten in Konflikten nicht nur eigennützige Interessen, sondern sie sind auch moralisch empört. Diese **moralische Empörung** muss man als solche ernst nehmen. Man kann sie nicht auf der Sachebene wegdiskutieren.
- Die **Sicht der Anderen** zu verstehen, heißt nicht, sie zu teilen.
- Bequemlichkeit ist legitim. Niemand soll sich im täglichen Handeln um jede Kleinigkeit „einen Kopf machen“ müssen. Der Sinn von Ethik ist daher auch die Begründung von Regeln, welche die Einzelnen im Alltag von **moralischer Überforderung** entlasten.

7 Mythos „Zielgruppenorientierung erfordert Anthropozentrik“

Ein wiederkehrendes Moment in allen gesichteten Veröffentlichungen ist die Auffassung, dass Naturschutzkommunikation zielgruppenspezifisch erfolgen müsse. Weitgehend anerkannt ist dabei die Orientierung an Lebensstilen, wie man sie auch für das kommerzielle Marketing verwendet (SCHUSTER 2007). So verwenden LICHTL et al. (2009) ebenso wie die Naturbewusstseinsstudien des Bundesamts für Naturschutz die Sinus-Milieus®. Ein von der Tropenwaldstiftung OROVERDE (2015) herausgegebener „Leitfaden Umweltkommunikation“ nutzt die sog. Limbic®-Map.

Im Unterschied zur strategischen Kommunikation von Politik und Unternehmen ist für die Ethik aber nicht die Erfolgsorientierung, sondern die Verständigungsorientierung maßgeblich. Diesen Unterschied hat schon das Ethikgutachten zur Nationalen Biodiversitätsstrategie betont (ESER et al. 2011: 20f.). Er ist für ein angemessenes Verständnis der Bedeutung von Ethik für die Naturschutzkommunikation elementar.

Im vorliegenden Kapitel wird daher der Unterschied zwischen strategischer Kommunikation und verständigungsorientierter Kommunikation verdeutlicht. Es setzt sich zunächst mit der **strategischen Verwendung anthropozentrischer Argumente** auseinander (7.1). Unter Hinweis auf die Naturbewusstseinsstudien zeigt es auf, dass manche Annahmen über die Sender wie über die Empfänger von Naturschutzkommunikation revisionsbedürftig sind. Mit der Unterscheidung von erfolgsorientierter und **verständigungsorientierter Kommunikation** thematisiert der nächste Abschnitt die grundlegende Zielbestimmung von Kommunikation (7.2). Am Beispiel einiger Kampagnen zeige ich abschließend, wie man **Werbematerial als Einstieg** in eine verständigungsorientierte Kommunikation nutzen kann (7.3, hierzu auch die Übung ‚Vom Wir zum Wer‘ im Anhang).

7.1 Strategische Anthropozentrik

Als eine Herausforderung für die Naturschutzkommunikation bezeichnet Johann SCHREINER das Dilemma, dass Sender und Empfänger von Naturschutzkommunikation unterschiedliche Wertvorstellungen haben. Während erstere altruistisch vom Eigenwert der Natur motiviert seien, seien letztere besser über anthropozentrische Argumente zu erreichen:

„Der überwiegende Teil der [...] Lebensstilgruppen ist offensichtlich anthropozentrischen Sichtweisen und Argumenten in Bezug auf Naturschutz mehr aufgeschlossen als altruistischen Begründungen und Motiven. Während also in der Naturschutzkommunikation zunehmend anthropozentrisch argumentiert werden müsste, um den individuellen Belangen in Abwägungsprozessen Gewicht gegenüber den Naturschutzzielen zu nehmen, werden parallel Eigenwert und Eigenrecht der Natur im Naturschutzrecht immer stärker betont“ (SCHREINER 2007: 394).

Hier wird empfohlen, aus strategischen Gründen anthropozentrisch zu argumentieren, auch wenn man sich dabei in Widerspruch zu eigenen moralischen Überzeugungen begibt. Abgesehen von einem strategischen Kommunikationsverständnis (das weiter unten behandelt wird) verbergen sich in diesem Zitat gleich mehrere Auffassungen, die in der Naturschutzkommunikation ebenso verbreitet wie unzutreffend sind. Sie lauten:

- Anthropozentrische und altruistische Naturschutzbegründungen sind ein Gegensatz.
- Die meisten Adressaten denken anthropozentrisch.

- Wer Naturschutz stärken will, muss anthropozentrisch argumentieren.
- (Kollektive) Naturschutzanliegen liegen im Konflikt mit individuellen Belangen.

Bevor ich mich der Frage zuwende, ob strategische Argumente überhaupt erlaubt sind, möchte ich diese vier irrigen Annahmen kritisieren.

7.1.1 Irrtum 1: Gegensatz von Anthropozentrik und Altruismus

Die unbegründete Gleichsetzung von Anthropozentrik und Egoismus wurde im fünften Kapitel bereits behandelt. Dort habe ich gezeigt, dass eine anthropozentrische Ethik gerade nicht nur den Umgang mit uns selbst in den Blick nimmt, sondern auch unseren Umgang mit künftigen Generationen und mit unseren Mitmenschen. Anthropozentrik wäre allenfalls dann „egoistisch“, wenn man unter diesem vermeintlichen Ego die Menschheit als Ganzes verstünde. Sobald man konkrete Umweltkonflikte in den Blick nimmt, wird deutlich, dass die Verantwortung für zukünftige Generationen sowie globale und soziale Gerechtigkeit starke anthropozentrische Argumente sind, die gerade nicht auf Egoismus basieren, sondern dazu auffordern, auf die Verwirklichung persönlicher Vorteile zugunsten anderer zu verzichten. Auch die Auffassung, eine rücksichtsvolle Naturbeziehung stelle eine vernünftige Option des guten Lebens dar, ist klar anthropozentrisch, ohne egoistisch zu sein. Der Begriff der Anthropozentrik bezieht sich lediglich auf die Begründung, warum Natur als moralisch relevant erachtet wird. Er legt uns weder ausschließlich auf eigennützige noch auf zweckrationale Argumente fest.

7.1.2 Irrtum 2: Die Mehrheit denkt anthropozentrisch

Die Annahme, dass die meisten Menschen anthropozentrisch denken, wurde bereits im fünften Kapitel unter „Ökologische Gerechtigkeit“ (5.2.1) kritisch diskutiert. Die Befunde der Naturbewusstseinsstudie 2011 haben gezeigt, dass die überwältigende Mehrheit der Befragten gegenüber biozentrischen Argumenten fast ebenso aufgeschlossen ist wie gegenüber anthropozentrischen (vgl. Abbildung 5, Kap. 1). Fasst man die Rubriken „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“ zusammen, so haben die Rechte von Tieren und Pflanzen mit 92 Prozent zwar etwas niedrigere Zustimmungsraten als die Rechte zukünftiger Generationen (96 %) und Gesundheit und Erholung heute lebender Menschen (95 %), aber immer noch deutlich höhere als heutige und zukünftige Nutzungsmöglichkeiten. Dass Natur eine Rohstoffquelle für Industrie und Wirtschaft ist, stellt nur für 84 Prozent der Befragten ein gutes Argument dar.

Die Einschätzung, dass der überwiegende Teil der Zielgruppen anthropozentrischen Argumenten aufgeschlossener gegenüberstehe als biozentrischen, lässt sich auf der individuellen Ebene nicht bestätigen. Vielmehr scheint die Auffassung, dass Tiere und Pflanzen ein von menschlichen Interessen unabhängiges Existenzrecht haben, eine weit verbreitete moralische Intuition darzustellen. An diese kann und darf die Naturschutzkommunikation durchaus anknüpfen.

Anders stellt sich die Situation freilich dar, wenn die Adressaten nicht als Privatpersonen, sondern in ihrer Funktion als Entscheidungsträger angesprochen werden. Wie im Kapitel 3 am Beispiel der schweizerischen Debatte um eine nationale Biodiversitätsstrategie gezeigt wurde, spielen persönliche moralische Überzeugungen im politischen Raum als Argumente eine untergeordnete Rolle oder werden sogar aktiv gemieden. Denn man traut solchen Argumenten

offenbar bei Abwägungsentscheidungen im öffentlichen Raum weniger zu als „harten“ ökonomischen Argumenten.

7.1.3 Irrtum 3: Anthropozentrische Argumente sind erfolgreicher

Im politischen Raum ziehen Naturschutzbelange bei Abwägungen gegenüber ökonomischen häufig den Kürzeren. Dass dies so ist, liegt aber nicht daran, dass die einen dem Menschen zugutekommen und die anderen der Natur. Es liegt vielmehr daran, dass bestimmte Interessen bestimmter Menschen anderen Interessen anderer Menschen (oder sogar derselben Menschen) übergeordnet werden. Nehmen wir als ebenso banales wie häufiges **Beispiel** die Kontroverse um den Bau einer **Umgehungsstraße**. Nur vordergründig betrachtet stehen sich hier Interessen von Menschen und „Interessen“ von Natur und Landschaft gegenüber. Bei genauerer Betrachtung wird schnell deutlich, dass in diesem Fall nicht Mensch und Natur im Konflikt liegen, sondern unterschiedliche Bedürfnisse von Menschen:

- das Bedürfnis der Ansässigen nach Ruhe und sauberer Luft innerhalb der Ortschaft
- das Bedürfnis von Kindern, Eltern und älteren Menschen nach sicheren Wegen im Ort
- das Bedürfnis der Berufstätigen nach einer leistungsfähigen Verkehrsverbindung zwischen Wohn- und Arbeitsort
- das Bedürfnis der Erholungssuchenden nach Ruhe und Naturbegegnung in Ortsnähe
- das Bedürfnis der Naturverbundenen nach unzerschnittenen Lebensräumen für bedrohte Arten

Das in der Rio-Deklaration klar anthropozentrisch begründete „Recht auf ein gesundes und produktives Leben im Einklang mit der Natur“ (UNCED 1992: 1) ist wenig hilfreich für die erforderliche Abwägung. Denn im konkreten Fall kollidieren das **Recht auf ein gesundes Leben** (Ruhe, saubere Luft, Sicherheit), das **Recht auf ein produktives Leben** (Verbindung zwischen Wohnen und Arbeiten) und das **Recht auf ein Leben im Einklang mit der Natur** (Naturbegegnung und Rücksichtnahme auf Lebensraumbedürfnisse anderer Arten). Wenn Naturschutzbelange an dieser Stelle nicht genug Berücksichtigung finden, dann nicht deshalb, weil man anthropozentrisch argumentiert, sondern weil der Produktivität ein höherer Stellenwert beigemessen wird als der Gesundheit und der Naturbegegnung. Ob dies auf lange Sicht wirklich im Interesse „des Menschen“ ist, genau darum müsste es in der Kommunikation viel mehr gehen. Die Frage, welche Rechte welcher Menschen mit welchen Gründen Berücksichtigung finden (oder eben nicht), ist mindestens ebenso wichtig wie die Frage, ob Natur eigene Rechte hat.

7.1.4 Irrtum 4: Kollektiv vs. Individuum

Das Zitat am Anfang dieses Kapitels stellt individuelle Eigeninteressen kollektiven Naturschutzzielen gegenüber. Damit sieht es so aus, als wäre Naturschutz fraglos ein kollektives Anliegen, das in der Praxis an lediglich privaten Interessen scheitert. Ganz sicher gibt es zahlreiche Fälle, bei denen kurzfristige Partialinteressen langfristigen Gemeinwohlbelangen entgegenstehen. Wo dies eindeutig der Fall ist, ist ethisch aber im Grunde kein Diskussionsbedarf mehr. Es ist dem Individuum zuzumuten, im Interesse der Allgemeinheit auf die Verwirklichung

eigener Bedürfnisse zu verzichten. Die Freiheit des einen endet bekanntlich immer da, wo die Freiheit anderer berührt wird.

Weitaus schwieriger ist die Lage, wenn es zu Konflikten zwischen unterschiedlichen Kollektivinteressen kommt. Die **Energiewende** ist hierfür ein gutes **Beispiel**. Es gibt gute Gründe, zugunsten des Klimaschutzes von fossilen Energieträgern wegzukommen und auf regenerative umzusteigen. Es gibt andererseits gute Gründe, mit Rücksicht auf Fische, Vögel oder Wale beim Bau von Wind- oder Wasserkraftanlagen Zurückhaltung zu üben. Auch die Auswirkungen der Energiegewinnung aus Biomasse auf Artenvielfalt und Landschaft sprechen gegen deren massiven Ausbau. Hier stehen nicht einfache individuelle gegen kollektive Belange, sondern es kollidieren zwei berechnete gesellschaftliche Interessen, die jedoch am konkreten Standort unvereinbar sind. Situationen, in denen zwei Handlungen moralisch geboten sind, die sich aber gegenseitig ausschließen, nennt man in der Ethik ein moralisches Dilemma. Solche Zwickmühlen lassen sich leider nicht immer durch eine zweifelsfreie Hierarchisierung der betroffenen Rechte lösen.

Und schließlich sind auch noch Fälle denkbar, in denen Naturschutzziele nur Partialinteressen kaschieren, in denen also Naturschutz nur ein partiales Anliegen ist, während die Alternative im Interesse des Gemeinwohls ist. Auch dafür finden sich bei der Energiewende Beispiele. Nicht jeder Widerstand gegen Windräder und Stromtrassen ist am Gemeinwohl orientiert, sondern oft genug nur an eigenen Interessen. Um **wessen Interessen** und um **welche Interessen** genau es in Konflikten geht, muss daher explizit zum Gegenstand der Kommunikation gemacht werden (siehe hierzu Kapitel 8.4 sowie die Übung „Tatsachen, Werte und Normen unterscheiden“). Dass wir es immer mit der Konflikt-Konstellation „Individuum vs. Kollektiv“ zu tun haben, davon können wir jedenfalls nicht einfach ausgehen.

7.2 Von der Werbung lernen?

Im vorigen Abschnitt habe ich gezeigt, dass die Empfehlung, anthropozentrische Gründe zu bevorzugen, auf einem irigen Verständnis von Anthropozentrik beruht und das Wesen von Umweltkonflikten häufig nicht angemessen erfasst. Die Konflikte, mit denen wir es in der Fläche zu tun haben, sind nicht Konflikte zwischen „dem Menschen“ und „der Natur“, die dadurch zu lösen wären, dass man der Natur Rechte zuerkennt. Vielmehr sind sie Konflikte zwischen unterschiedlichen Menschen mit unterschiedlichen Interessen, zu deren Bewältigung wir über die Berechtigung konkurrierender menschlicher Ansprüche reden müssen.

Dies bringt uns nun zum Anliegen dieses Abschnitts: die Kritik der Vorstellung, der Naturschutz müsse anthropozentrisch argumentieren, weil die meisten Menschen anthropozentrischen Argumenten gegenüber aufgeschlossener seien.

Wenn wir Konflikte um den Umgang mit Natur einvernehmlich lösen wollen, müssen wir uns darüber verständigen, welche Handlungen an und in der Natur erlaubt, geboten oder verboten sind. Mit anderen Worten: **Naturschutzkommunikation dient der Verständigung über die Berechtigung von Forderungen**, die der Naturschutz an Personen oder Institutionen stellt. Solcher Verständigung ist nicht gedient, wenn wir Argumente verwenden, von denen wir selbst nicht überzeugt sind. Der Ratschlag, nur das zu sagen, was die Adressaten hören wollen, verfehlt mithin das Ziel von Kommunikation. Er steht echter Verständigung im Wege, anstatt sie zu ermöglichen. Wenn Zielgruppenorientierung nicht nur die Wahl der sprachlichen Mittel

betrifft, sondern die Inhalte, dann verkennt sie den elementaren **Unterschied zwischen strategischer Kommunikation und verständigungsorientierter Kommunikation**: Während es ersterer ausschließlich um den Erfolg geht, geht es letzterer um ein inhaltliches Einvernehmen.

7.2.1 Strategische Kommunikation

Das Konzept der Zielgruppenorientierung und die Klassifikation unterschiedlicher Lebensstiltypen entstammen der strategischen Unternehmenskommunikation. Strategische Kommunikation ist am Erfolg orientiert. Sie will ein vorgegebenes Ziel erreichen, etwa dass die Adressaten bestimmte Produkte kaufen, Einstellungen übernehmen oder Handlungen ausführen. Um dies effektiv und effizient zu erreichen, muss man die Adressaten, ihre Sprache und ihre Vorlieben kennen. Dabei gilt die Devise: „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“. Es kommt nicht darauf an, was man selbst für gut und richtig hält, sondern den Geschmack des Gegenübers zu treffen.

Solche strategischen Erwägungen haben angesichts knapper Budgets für Öffentlichkeitsarbeit ihre Berechtigung. Wenn Verbände um neue Mitglieder und Spenden werben oder Naturschutzeinrichtungen um gesellschaftliche Akzeptanz, ist eine maßgeschneiderte Ansprache der Zielgruppe hilfreich und erlaubt.

Im Rahmen der vorliegenden Broschüre ist aber nicht solche „erfolgskalkulierte Einflussnahme auf die Einstellungen des Gegenübers“ (HABERMAS 1995: 574) gemeint. Es geht nicht darum, Menschen für den Naturschutz zu „ködern“, sondern darum, Kommunikation über ethische Fragen im Umwelt- und Naturschutz zu ermöglichen. Schon sprachlich erkennt man den Unterschied: Es geht nicht darum **den** Naturschutz besser zu kommunizieren (als wäre er ein Produkt, das man vermarkten will), sondern darum, sich **mit** anderen Menschen **über** Naturschutz zu verständigen. Niemand soll zu bestimmten Haltungen genötigt oder zu bestimmten Handlungen überredet werden. Manipulation und Suggestion sind nicht Aufgabe verständigungsorientierter Kommunikation, ebenso wenig wie die „Durchsetzung moralischer Imperative“. Ziel und Aufgabe der Kommunikation über ethische Fragen ist es, echte Verständigung über die evaluativen und normativen Fragen zu ermöglichen, die mit Naturschutzanliegen verbunden sind.

7.2.2 Verständigungsorientierte Kommunikation

Unter Erfolgsgesichtspunkten ist eine einheitliche „Kommunikationsverpackung“ mit hohem Wiedererkennungswert sinnvoll. So empfehlen LICHTL et al. (2009) für die Kommunikation Biologischer Vielfalt:

„Für eine flächendeckend effektive und effiziente Kommunikation von Biologischer Vielfalt in Deutschland wäre es [...] sehr zu begrüßen, wenn alle Kommunikatorinnen und Kommunikatoren in ein ähnliches ‚Horn bliesen‘ und eine ähnliche Sprache in einem ähnlichen Tonfall sprechen würden“ (LICHTL et al. 2009: 13).

Auch inhaltliche Reduktion, also die Konzentration auf eine zentrale Botschaft, ist eine Erfolgsbedingung strategischer Kommunikation: „Eine komplexe inhaltliche und visuelle Darstellung vermindert [...] den Kommunikationserfolg“ (LICHTL et al. 2009: 17).

Beide Ratschläge, ein einheitliches Kommunikationsdesign wie inhaltliche Reduktion, treffen erkennbar aber nur dann zu, wenn man Kommunikation als Werbung versteht. Wenn es dagegen um Verständnis geht, sind **Glaubwürdigkeit der Argumente** und **sachangemessene Komplexität** unverzichtbar.

Ein einheitliches Kommunikationsdesign ist für eine verständigungsorientierte Kommunikation weder erforderlich noch wünschenswert. Wer „glaubwürdige Argumente“ (JESSEL et al. 2016) sucht, kann nicht nach Erfolgsrezepten argumentieren, sondern muss vor allem eins sein: authentisch. Jürgen HABERMAS (1983) hat für eine vernünftige, verständigungsorientierte Kommunikation einige wesentliche Regeln formuliert (vgl. Tabelle 10). Diese sehr abstrakten Regeln sind keine Anleitung, wie man praktische Diskurse gestalten soll, sondern ein (normativer) Maßstab für Diskurse. Er erlaubt es, in Diskursen vorgebrachte Argumente nach einem übergeordneten Maßstab zu beurteilen. Wer für sich selbst ein Recht auf schöne Landschaft vor der eigenen Haustür reklamiert, muss nach diesen Regeln bereit sein, dieses Recht auch allen anderen zuzugestehen. Wer im einen Fall Kosten-Nutzen-Rechnungen für ein gutes Argument hält, verwickelt sich in Widersprüche, wenn er sie in einem gleichartigen anderen Fall ablehnt. Wer am Reden oder durch die verwendete Sprache am Verstehen gehindert wurde, kann unter Bezugnahme auf diese Regeln das Ergebnis eines Diskurses anfechten.

Tab. 10: Regeln des idealen rationalen Diskurses

Diskursregeln nach HABERMAS 1983: 97-99
Logisch-semantische Ebene
<p>1.1 Kein Sprecher darf sich widersprechen.</p> <p>1.2 Jeder Sprecher, der ein Prädikat F auf einen Gegenstand a anwendet, muss bereit sein, F auf jeden anderen Gegenstand, der a in allen relevanten Hinsichten gleicht, anzuwenden.</p> <p>1.3 Verschiedene Sprecher dürfen den gleichen Ausdruck nicht mit verschiedenen Bedeutungen benutzen.</p>
Kompetenz- und Relevanzregeln
<p>2.1 Jeder Sprecher darf nur das behaupten, was er selbst glaubt.</p> <p>2.2 Wer eine Aussage oder Norm, die nicht Gegenstand der Diskussion ist, angreift, muss hierfür einen Grund angeben.</p>
Ausschluss von Zwang außer dem des besseren Arguments
<p>3.1 Jedes sprach- und handlungsfähige Subjekt darf an Diskursen teilnehmen.</p> <p>3.2 a Jeder darf jede Behauptung problematisieren.</p> <p>3.2 b Jeder darf jede Behauptung in den Diskurs einführen.</p> <p>3.2 c Jeder darf seine Einstellungen, Wünsche und Bedürfnisse äußern.</p> <p>3.3 Kein Sprecher darf durch innerhalb oder außerhalb des Diskurses herrschenden Zwang daran gehindert werden, seine in (3.1) und (3.2) festgelegten Rechte wahrzunehmen.</p>

Regel 2.1 lautet: „Jeder Sprecher darf nur das behaupten, was er selbst glaubt“. Diese Regel gilt auch für die Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz. Wenn wir HABERMAS'

Auffassung folgen, dann ist ein wesentlicher Anspruch an Aussagen in Diskursen ihre „subjektive **Wahrhaftigkeit**“: Die am Diskurs Beteiligten müssen das sagen, was sie meinen, und sie müssen wirklich meinen, was sie sagen. Andernfalls ist echte Verständigung nicht möglich.

Weitere Ansprüche an eine verständigungsorientierte Kommunikation sind Verständlichkeit, Wahrheit und Richtigkeit.

- **Verständlichkeit:** Die Beteiligten bemühen sich darum, vom Gegenüber wirklich verstanden zu werden. Nebelwerferstrategien, Beschönigungen und Verschleierungstaktiken scheiden damit als Kommunikationsstrategie aus.
- **Wahrheit:** Die Beteiligten sind davon überzeugt, dass das, was sie sagen, stimmt. Falsche Versprechungen oder das Verschweigen unangenehmer Wahrheiten scheiden damit unter ethischen Gesichtspunkten ebenfalls aus.
- **Richtigkeit:** Die Beteiligten erkennen die Normen, auf die sie sich berufen, selbst an und halten sie für anerkennungswürdig. Wer Egoismus als Norm ablehnt, kann nicht glaubwürdig egoistisch argumentieren.

Damit sind die Möglichkeiten, Argumente nach strategischen Gesichtspunkten zu designen, eng begrenzt. Aus den vielen Argumenten, die eine Person für verständlich, wahr und richtig hält, darf sie jederzeit diejenigen auswählen, von denen sie glaubt, sie könnten ihr Gegenüber am ehesten überzeugen. Gerade im Hinblick auf den Anspruch der Verständlichkeit muss man seine Zielgruppe kennen, um ihre Sprache treffen zu können. So viel Strategie darf und muss sogar sein. Argumente zu benutzen, die man selbst für sachlich falsch, unglaubwürdig oder unmoralisch hält, kommt jedoch nach der Maßgabe der Glaubwürdigkeit nicht in Frage.

7.2.3 Ethik ist Kopfarbeit

Neben der Verständigungsorientierung und der Glaubwürdigkeit steht noch eine Besonderheit des Kommunikationsgegenstands ‚Ethik‘ der Anwendung von Methoden der Werbung entgegen: Ethik ist Reflexionstheorie der Moral (vgl. Kapitel 2). Sie hat also etwas mit Vernunftgebrauch zu tun. Und Vernunftgebrauch, das wusste schon Immanuel KANT, ist mühsam und anstrengend. In seinem Aufsatz „Was ist Aufklärung?“ schrieb er:

„Es ist so bequem, unmündig zu sein. Habe ich ein Buch, das für mich Verstand hat, einen Seelsorger, der für mich Gewissen hat, einen Arzt, der für mich die Diät beurteilt, u.s.w., so brauche ich mich ja nicht selbst zu bemühen. Ich habe nicht nötig zu denken, wenn ich nur bezahlen kann; andere werden das verdrießliche Geschäft schon für mich übernehmen“ (KANT 2006 [1784]: 9f.).

Werbung ist dagegen in der Regel lustbetont. Sie will Menschen unbewusst erreichen, am Kopf vorbei sozusagen, und zielt direkt auf die emotionale Ebene. Im Jahr 2015 sprach die Kampagne eines bekannten Discounters diese verbreitete Sehnsucht der Menschen nach einfachen Lösungen in exemplarischer Weise an: „Einfach einkaufen. Kein Kopfzerbrechen“ (ALDI SÜD 2015, siehe Abbildung 11). So funktioniert Werbung, aber nicht Ethik.



Abb. 11: Werbung will Menschen nicht über den Kopf erreichen (ALDI Süd 2015)

7.3 Die Zielgruppe der Ethik

Eine Schwierigkeit der Kommunikation über ethische Fragen im Umwelt- und Naturschutz ist also, dass Ethik *per se* nicht alle Zielgruppen anspricht. Nicht alle wollen über sich, über ihre Wertvorstellungen und über ihre Lebensziele nachdenken. Für die Massenkommunikation sind ethische Erwägungen nur sehr begrenzt geeignet.

Allerdings gibt es durchaus auch Werbung, die auf Reflexionsfähigkeit und Moralbewusstsein zielt. Eine Kampagne für das evangelische Hilfswerk *Brot für die Welt* setzte beispielsweise durch die Abwandlung des Sprichworts „Weniger ist mehr“ zu dem Slogan „Weniger ist leer“ auf die Irritation überkommener Denkgewohnheiten (GUTE BOTSCHAFTER GmbH 2015, s. Abbildung 12).



Abb.12: Denkgewohnheiten irritieren: Kampagne für Brot für die Welt (Screenshot Eser)

Mit Hilfe solcher Kampagnen lassen sich wertvolle Prozesse des Nachdenkens auslösen. Gerade wegen ihrer kurzen prägnanten Botschaften können solche Werbetafeln auch in der Umweltbildung einen Einstieg in die Kommunikation über ethische Fragen ermöglichen. Ein weiteres Beispiel für solche Irritation, das als Einstieg in die Kommunikation über Ethik geeignet ist, ist eine Kampagne der GLS-Bank. Mit der Botschaft „Glückliche Hühner für 3,99 sind eine Ente“ regt sie zum Nachdenken über den Wert von Lebensmitteln an und wirbt damit gleichzeitig für das Unternehmen (Abbildung 13, GLS-Archiv).



GLS Bank
das macht Sinn

Glückliche Hühner für 3,99 sind eine Ente

DIE GLS BANK FINANZIERT
BIO-ERZEUGER WIE CARSTEN BAUCK

Geld ist Bodenbereiter für die ökologische Landwirtschaft –
wenn wir es gemeinsam dazu machen.



Abb. 13: Kampagne der GLS-Bank, Bild: GLS-Archiv

Beide Kampagnen haben jedoch eines gemeinsam: Sie erreichen vorwiegend Menschen, die für Themen wie faire Landwirtschaft oder Armutsbekämpfung ohnehin aufgeschlossen sind. So ergeht es auch oft den Kampagnen von Umweltorganisationen. Hier will ein Leitfaden Abhilfe schaffen, den die Tropenwaldstiftung OROVERDE 2015 herausgegeben hat. „Wieso werden durch die Umweltbildung und Umweltkommunikation immer nur die gleichen Menschen angesprochen?“, war die Ausgangsfrage des Vorhabens, das es ermöglichen sollte, neue Zielgruppen zu erreichen. In diesem Leitfaden wird mit vier Motivationstypen gearbeitet, die aus Ergebnissen der Hirnforschung und der Neuroökonomie entwickelt wurden. Das Modell geht davon aus, dass menschliche Motivation von drei Emotionssystemen gesteuert wird, die in einer bestimmten Gehirnregion, dem limbischen System, verankert sind. Diese drei Emotionssysteme sind Stimulanz, Dominanz und Balance. In Abhängigkeit davon, an welchem Emotionssystem Menschen ihr Handeln ausrichten, unterscheidet das Marketingkonzept vier unterschiedliche Motivationstypen, die für unterschiedliche Werte stehen und daher unterschiedliche Ansprachen benötigen (Tabelle 11, nach OROVERDE 2015: 6f.).

Wie man bei einem Blick auf die Tabelle unschwer feststellen wird, finden sich die Begriffe, von denen in der vorliegenden Broschüre bislang die Rede war, überwiegend in der unteren

rechten Ecke: Verantwortung, Glaubwürdigkeit, Gerechtigkeit sind Worte und Werte, mit denen man die Zielgruppe der Bewahrer anspricht.

„Die Menschen, die zu den Bewahrern zählen, zeichnen sich dadurch aus, dass sie bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. Die Werbung kann also zeigen, was jeder Einzelne für mehr Gerechtigkeit, Fairness und Nachhaltigkeit tun kann. Sie überzeugt mit klar durchdachten, logischen Gedankengängen und einem sachlichen, erklärenden Stil, der zum Nachdenken anregt. Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Transparenz und Genauigkeit sind wichtig“ (OROVERDE 2015: 8).

Tab. 11: Motivationstypen nach der Limbic@Map

Motivationstyp	Beschreibung	Merkmale	Ansprache
Der Neugierige	Will mit Neuem überrascht werden	Kauft gern und viel ein, optimistische Grundeinstellung, ist fasziniert von Fremdem und Neuem, findet logisches Nachdenken anstrengend	Bunt, witzig, vielfältig, geistreich, keine düsteren Szenarien, verrückte Ideen, positive, mitreißende Grundausrichtung
Der Performer	Will Ziele erreichen und erfolgreich sein	Selbstbewusst und ehrgeizig, strebt nach Status, Reichtum und Macht, übernimmt gern die Führung	Klar, direkt, professionell, voller Mut und Energie, Appell an Leistungselite
Der Harmonisierer	Sucht nach persönlicher Nähe und Fürsorge	Ist zugewandt, fürsorglich, kontaktfreudig, sorgt sich um Kinder und Enkel, liebt Natürlichkeit, Status ist unwichtig	Geborgenheit, emotionale Wärme, Verbundenheit, Empathie, kleine, einfache Handlungsmöglichkeiten
Der Bewahrer	Sucht Sicherheit und Stabilität	Ist bereit Verantwortung zu übernehmen, überzeugt mit logischen Gedankengängen, Qualität statt Quantität	Verantwortung, Gerechtigkeit, Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Transparenz, Genauigkeit

Wenn man diese Einteilung akzeptiert, wird deutlich, dass ethische Fragen nicht für alle Zielgruppen gleichermaßen attraktiv sind. Das Interesse an einer Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz dürfte in der Gruppe der Bewahrer am größten sein – und zwar sowohl seitens der Naturschutzakteure als auch bei den Angesprochenen. Da Ethik sich nicht auf Gerechtigkeit beschränkt, ist dies aber nicht die einzige Gruppe. Argumente des Glücks, die Naturverbundenheit und Mitgefühl betonen, treffen die Sprache und Motivation der sogenannten „Harmonisierer“. Den leistungsorientierten „Performer“ sprechen vermutlich Klugheitsargumente am ehesten an. Wer „logisches Nachdenken anstrengend findet“, wie der Motivationstyp des „Neugierigen“, wird dagegen für erlebnispädagogische Angebote eher zu begeistern sein als für Ethik.

Für Menschen, die in der Naturschutzkommunikation tätig sind, ist es hilfreich, diese Unterschiede zu kennen – im Sinne der Selbsterkenntnis und im Sinne des Verständnisses für die Personen, die an ihren Veranstaltungen teilnehmen. Wer Nachdenken nicht mag, den sollte man dazu nicht zwingen – das widerspräche dem freiheitlichen Charakter jeder Bildung. Ob es erfolgversprechend ist, Konsumgewohnheiten zu hinterfragen, wenn jemand gern und viel einkauft, ist gleichwohl nicht die Frage, die sich eine verständigungsorientierte Kommunikation stellt. Hier geht es vielmehr darum, sich darüber zu verständigen, wie individuelles Handeln,

institutionelle Regulierung und der Zustand von Natur und Gesellschaft miteinander zusammenhängen. Um diese Frage kommt die Umwelt- und Naturschutzkommunikation nicht herum. Kampagnen wie die oben zitierten können hier einen wunderbaren Diskussionseinstieg bieten.

7.4 Kurz und bündig: Verständigung erfordert Authentizität

Mythos „Zielgruppenorientierung erfordert Anthropozentrik“

Richtig ist:

- Man muss so reden, dass einen die anderen **verstehen**.
- Man kann nur über Themen reden, an denen die anderen auch **interessiert** sind.
- Eine **Massenkommunikation** mit begrenzten Mitteln folgt anderen Regeln als die verständigungsorientierte Kommunikation zwischen Menschen.

Wichtig ist:

- Die Annahme, dass die Mehrheit der Bevölkerung **anthropozentrisch** denkt, ist falsch.
- Die Annahme, dass anthropozentrische Argumente **egoistisch** sind, ist falsch.
- Naturschutzkonflikte sind nicht (nur) Konflikte zwischen Mensch und Natur, sondern (auch) Konflikte zwischen **unterschiedlichen** Menschen mit unterschiedlichen Interessen.
- Nach dem Maßstab der **Wahrhaftigkeit** darf man nur sagen, wovon man selbst überzeugt ist.
- Wenn man dem Gegenüber nach dem Mund redet, kommt es nicht zu **Verständigung**.
- Nicht alle wollen über Ethik im Naturschutz nachdenken. Nicht alle müssen über Ethik im Naturschutz nachdenken. Aber alle können und dürfen über Ethik im Naturschutz nachdenken.

8 Mythos „Eigennutz ist das erfolgversprechendste Argument“

8.1 Reden Sie noch oder überzeugen Sie schon?

Um dem verbreiteten Eindruck entgegenzutreten, dass Naturschutz etwas mit selbstloser Rücksichtnahme, möglicherweise sogar mit Einschränkungen zu tun hat, wird schon seit Jahren eine Kommunikation empfohlen, die den Nutzen der Adressaten in den Mittelpunkt stellt. Naturschutz soll Spaß machen und attraktiv sein. Entsprechend heißt es im *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation*:

„Wirkungsvolle Naturschutzkommunikation macht Naturschutz zu einem attraktiven Angebot. [...] Wichtig für einen dauerhaften Erfolg ist, den existentiellen Nutzwert des Naturschutzes für das Individuum (vor allem für Gesundheit und Lebensfreude) hervorzukehren und emotional zu besetzen“ (SCHREINER 2007: 393).

Unter dem pointierten Titel „Reden Sie noch oder überzeugen Sie schon?“ riet das Umweltbundesamt der engagierten Naturschutzarbeit, sie solle sich „eine dicke Scheibe von der kommerziellen Werbung abschneiden, die grundsätzlich positiv und motivierend ‚überkommt‘“ (SCHACK 2004: 2).

Eine der Werbung entlehnte Erfolgsorientierung der Kommunikation hat das vorige Kapitel bereits kritisch diskutiert. Selbstverständlich muss sich die Kommunikation an den Interessen und an der Sprache der Angesprochenen orientieren. Andernfalls redet man schlicht aneinander vorbei und versteht sich nicht.

Solche berechnete und notwendige Adressatenorientierung darf sich aber aus ethischer Perspektive nicht auf die Inhalte der Kommunikation auswirken. Was gesagt wird, muss nicht nur den Tatsachen entsprechen, sondern auch den Überzeugungen derjenigen, die es sagen. Unhaltbare Versprechungen oder das Verschweigen unangenehmer Wahrheiten mögen zwar (kurzfristig) erfolgversprechend sein, der Verständigung dienen sie aber nicht.

In diesem Kapitel soll daher das **Versprechen, der Naturschutz nutze allen**, kritisch unter die Lupe genommen werden.

- Das jüngste und prominenteste Beispiel einer solchen nutzenorientierten Argumentation ist das **Konzept der Ökosystemdienstleistung**, das im Abschnitt 8.2 vorgestellt wird.
- Die Kritik der Behauptung, dass Naturschutz allen nutzt, wird anschließend in zwei Teilaspekte gegliedert. Zunächst geht es um die Frage „**Was heißt ‚nutzt‘?**“. Abschnitt 8.3 wird zeigen, dass nicht alle menschlichen Naturbeziehungen als „Nutzung“ richtig angesprochen sind.
- Danach betrachten wir die Frage „**Was heißt ‚alle‘?**“. Hier sind mögliche Interessenkonflikte zu behandeln, die sich hinter einer kollektiven Betrachtung eines Nutzens „aller“ verbergen. Der Unterschied zwischen einem kollektiven und einem distributiven Verständnis des Worts „alle“ ist dabei aus ethischer Perspektive zentral und wird daher in Abschnitt 8.4 ausführlich erörtert.

8.2 Ökosystemdienstleistungen

8.2.1 Vom Nutzen des Naturschutzes

Der Begriff der Ökosystemdienstleistung wurde schon in den 1970er Jahren verwendet. Sein Durchbruch in Wissenschaft und Politik kam aber erst mit dem von den Vereinten Nationen in Auftrag gegebenen *Millennium Ecosystem Assessment* (MEA). Im Zentrum des Begriffs steht die Botschaft, dass Natur und die in ihr ablaufenden Prozesse für das menschliche Wohlergehen wichtig sind. Der Begriff „Dienstleistung“ wurde dabei als ökonomische Kategorie ganz bewusst gewählt, um für Personen und Institutionen anschlussfähig zu sein, die gewohnt sind, in ökonomischen Kategorien zu denken. Dies ist plausibel, denn der ökonomische Sektor gilt als einer der Haupttreiber des Verlusts an biologischer Vielfalt. Insofern ist es gut und richtig, ihn in seiner eigenen Sprache anzusprechen.

Die Botschaft ist so einfach wie unmissverständlich: Wir müssen Natur schützen, weil wir sie brauchen. „Ohne Biene keine Äpfel, keine Tomaten, keine Gurken...“ – dass solche Slogans mittlerweile Eingang in das Marketing großer Handelsketten gefunden haben, belegt, wie anschlussfähig und damit erfolversprechend eine nutzenorientierte Argumentation ist (siehe Abbildung 14).



Abb. 14: Der Nutzen der Natur in der Werbung (REWE 2013)

Weil der Begriff „Dienstleistung“ vielen Naturschutz-Aktiven zu anthropozentrisch ist, spricht man mittlerweile auch von „Ökosystemleistungen“ (z.B. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND 2012). Da das Konzept aber bewusst dem ökonomischen Sprachgebrauch entlehnt ist, der Güter und Dienstleistungen unterscheidet, scheint mir die Rede von Leistungen irreführend. Ökosystemprozesse oder -funktionen werden ja genau dadurch zu Dienstleistungen, dass sie Leistungen **für Menschen** darstellen (JAX et al. 2013: 261). Dass es neben dem instrumentellen Wert der Natur für Menschen noch andere Werte gibt, wird mit dem Konzept der Ökosystemdienstleistung nicht bestritten. Das Konzept des ökonomischen Gesamtwerts erfasst ausdrücklich neben Nutzwerten auch Werte aus der Nicht-Nutzung.

8.2.2 Das Konzept der Ökosystemdienstleistungen

Das *Millennium Ecosystem Assessment* (MEA) hat im Auftrag der Vereinten Nationen erstmals weltweit den Beitrag der Ökosysteme zum menschlichen Wohlergehen systematisch erfasst (Übersicht MEA 2005a). Der Synthesebericht für die biologische Vielfalt definiert Ökosystemdienstleistungen als „benefits people obtain from ecosystems“ (MEA 2005b: 1). Es geht also um Wohltaten, die Menschen von Ökosystemen beziehen. Ich wähle hier bewusst diese etwas altertümliche Bezeichnung, da das Wort ‚Wohltat‘ weniger utilitaristische Assoziationen weckt als ‚Vorteil‘ oder ‚Nutzen‘.

Das MEA unterscheidet vier Typen solcher Wohltaten, die sich zur Bezeichnung der unterschiedlichen Ökosystemdienstleistungen mittlerweile etabliert haben (vgl. Abbildung 15):

- Sicherung der Lebensgrundlagen (Photosynthese, Bodenbildung, Nährstoffkreisläufe)
- Versorgungsleistungen (Bereitstellung von Gütern für Nahrung, Bekleidung, Behausung)
- Regulationsleistungen (Klima, Wasser, Krankheitserreger, Schädlinge)
- Grundlage für Kulturleistungen (Ästhetik, Spiritualität, Bildung, Erholung)



Abb. 15: Ökosystemdienstleistungen (Darstellung: TEEB-DE 2012)

Die sogenannten Basis-, Versorgungs- und Regulationsfunktionen der Natur waren schon Gegenstand ökologischer Naturschutzbegründungen, bevor man sie als „Dienstleistungen“ bezeichnete. Neu ist, dass unter der Überschrift „kulturelle Dienstleistungen“ erstmals auch solche Argumente als Nutzen auftauchen, die bislang im Naturschutz eher als schwache Schutzargumente galten: Natur als Ort der Erholung oder Bildung, als Grundlage ästhetischer

oder spiritueller Erfahrung oder als Quelle der Inspiration. Die Rede von „kulturellen Ökosystemdienstleistungen“ ist dabei allerdings irreführend. Denn Ästhetik oder Spiritualität sind ja gerade keine Leistungen der Natur, sondern spezifische Erfahrungen von Menschen und mit hin Ausdruck von Kultur. Das Konzept der Ökosystemdienstleistung weist aber zu Recht darauf hin, dass Menschen solche Erfahrungen ohne Natur nicht machen können.

8.2.3 Naturkapital

Den Wert der Natur sichtbar zu machen, war der Auftrag der internationalen Studie *The Economics of Ecosystems and Biodiversity* (TEEB), die 2007 die G8-Umweltminister in Auftrag gegeben haben. Ihr Vorbild war der sogenannte Stern-Report. Unter der Leitung des ehemaligen Chefökonom der Weltbank, Nicholas Stern, hatte dieser Bericht im Jahr 2006 der internationalen Klimapolitik mit den Mitteln der Ökonomie vorgerechnet, dass uns Nicht-Handeln in Sachen Klimaschutz langfristig teurer zu stehen kommt als ein sofortiges Ergreifen von Maßnahmen. In dieser Weise soll auch TEEB Politik und Gesellschaft für den Verlust der biologischen Vielfalt sensibilisieren, indem die damit verbundenen Kosten verdeutlicht werden. Biodiversität wird dabei als wertvoller und unersetzlicher Bestandteil des Naturkapitals erachtet. Dieses Naturkapital wird, in der Sprache der Umweltökonomik, bislang auch deshalb falsch bewirtschaftet, weil die mit der Naturzerstörung verbundenen Kosten nicht angemessen in die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung eingehen.

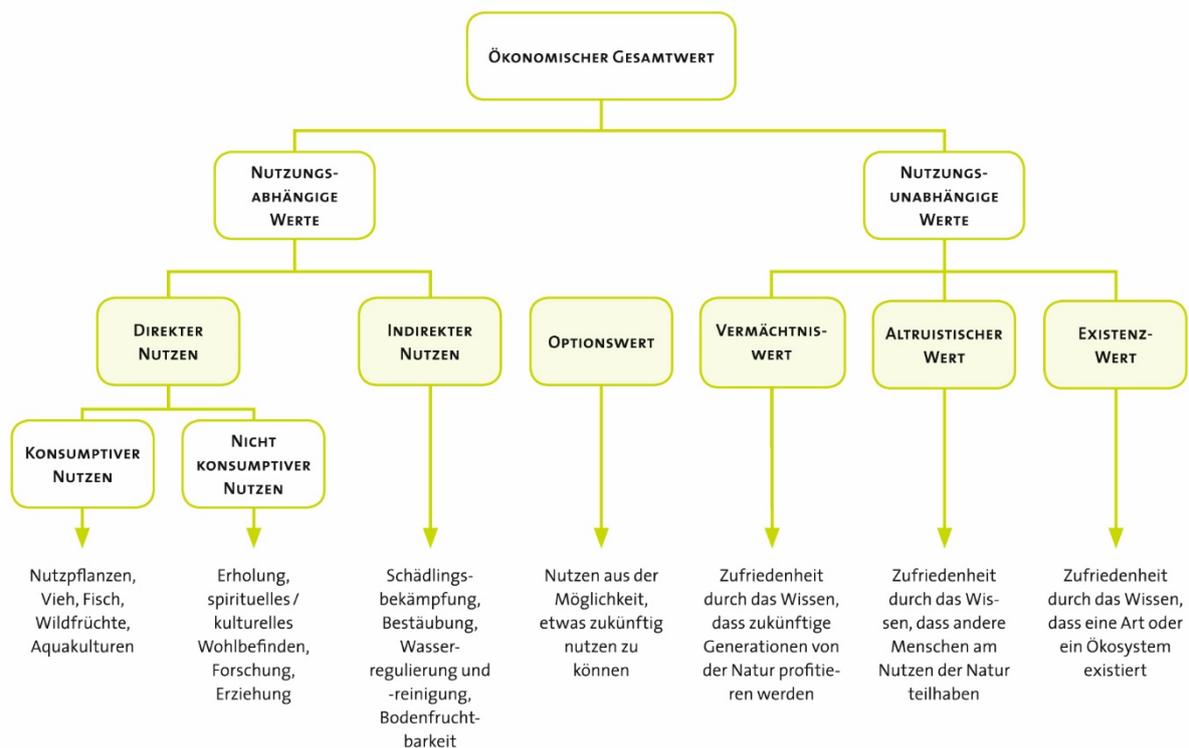


Abb. 16: Der ökonomische Gesamtwert der Natur (Darstellung: TEEB DE 2012)

Von einer ökonomischen Betrachtung des Naturschutzes erhofft sich auch die deutsche Umweltpolitik Argumentationshilfe im politischen Raum. Wenn beispielsweise gesetzliche Regelungen zum Schutz der Natur politisch durchsetzbar sein sollen, müssen die damit verbundenen Erfüllungskosten nachweislich minimiert werden. Den durch ein neues Gesetz entstehenden Kosten müssen diejenigen Kosten gegenübergestellt werden, die aus einem Verzicht auf Schutzmaßnahmen folgen würden. Auch um für diese Anforderung belastbare Zahlen verfügbar zu haben, gab das Bundesumweltministerium (BMUB) im Anschluss an die internationale TEEB-Studie die deutsche Folgestudie *Naturkapital Deutschland - TEEB DE* in Auftrag (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND 2012).

Der ökonomische Gesamtwert der Natur setzt sich zusammen aus nutzungsabhängigen und nutzungsunabhängigen Werten (siehe Abbildung 16, TEEB DE 2012: 53). Vermächtniswert, altruistischer Wert und Existenzwert gelten nicht als Nutzen von Natur. Erholung, spirituelles und kulturelles Wohlbefinden, Forschung und pädagogische Fragen hingegen werden als sog. nicht-konsumptive Nutzen eingruppiert, d. h. als Nutzen, die keine Natur verbrauchen.

In der kontroversen Diskussion über die Sinnhaftigkeit und Berechtigung dieses ökonomischen Zugangs herrscht eine nachgerade babylonische Sprachverwirrung. Diese hat wesentlich damit zu tun, dass der ökonomische Begriff von Nutzen nicht mit dem alltäglichen übereinstimmt. Das folgende Kapitel untersucht daher den mit unterschiedlichen Werten verbundenen Nutzen der Natur für Menschen.

8.3 Naturschutz, Naturbeziehung, Naturnutzung

8.3.1 Was bedeutet „Nutzen“?

Der Begriff des Nutzens, der für die ökonomische Logik zentral ist, hat es in sich, denn er ist vieldeutig. Die Ökonomen verwenden ihn im Sinne von „Vorteil“. Ein Ding, das ich einem anderen vorziehe, hat offenbar einen Nutzen für mich (sonst würde ich es nicht vorziehen). Wenn ich lieber Natur bewahre als sie zu bebauen, dann ist die Bewahrung der Natur, ökonomisch gesprochen, ein Nutzen für mich. Was etwas wert ist, bzw. was Nutzen hat, ist in der ökonomischen Sprache eine Frage individueller Präferenzen. Es gibt keinen über diese Präferenzen hinausgehenden objektiven Maßstab, der es erlauben würde, sie zu bewerten.

Die Autorinnen und Autoren von *Naturkapital Deutschland* machen deutlich, dass auch selbstlose Werte wie Altruismus, Zukunftsverantwortung oder Ehrfurcht vor der Natur als individuelle Präferenzen ökonomische Werte darstellen:

„Dabei kann auch ein Vorteil daraus gezogen werden, dass ich Freude empfinde, wenn es anderen Menschen besser geht – dieser ‚altruistische Wert‘ stellt einen ökonomischen Wert dar. Ebenso kann ich einen Vorteil daraus ziehen, dass ich meinen Kindern und Kindeskindern eine intakte Natur vererbe – der ‚Vermächtniswert‘ zählt somit ebenfalls zu den ökonomischen Werten. Schließlich kann ich einen Vorteil schlicht aus der Existenz einer Art ziehen, selbst wenn ich diese Art nie im Leben zu Gesicht bekommen – dies umschreibt den Existenzwert, der ebenfalls zu den ökonomischen Werten zählt. Entscheidend ist dabei jedoch, dass es immer um meine persönliche Freude und Befriedigung geht: es steht nicht der Vorteil des Anderen im Zentrum des altruistischen Wertes, sondern meine Befriedigung aus dem Wissen um den Vorteil des Anderen“ (HANSJÜRGENS et al. 2015: 45).

Diese Denkfigur stellt unser alltägliches Denken auf den Kopf: Fremdnützige Erwägungen erscheinen mit der ökonomischen Brille als Eigennutz. In diesem Sinne kann es mir „nutzen“, dass ich etwas nicht nutze. Vermächtniswert, Existenzwert und altruistischer Wert sind solche nutzungsunabhängigen Nutzen. Wir müssen also „Nutzen“ und „Nutzung“ unterscheiden.

Die fehlende Unterscheidung der beiden Bedeutungen sorgt nun im Naturschutz regelmäßig für Irritation, denn hier bedeutet „Schutz“ in aller Regel „Verzicht auf Nutzung“. Nicht zuletzt liegen die Hauptkonfliktlinien der Naturschutzpolitik in der Auseinandersetzung mit den Personen oder Organisationen, die Natur ökonomisch nutzen. Wenn Naturschutz als eine Frage des Nutzens erachtet wird, dann werden (ethisch bedeutsame) Unterschiede zwischen den Handlungen Naturnutzung und Naturschutz und den damit verbundenen Einstellungen unsichtbar. Es gibt dann keinen qualitativen Unterschied zwischen dem Vorteil, den ich aus der Nutzung der Natur ziehe, und dem Vorteil, den ich aus dem Verzicht auf Nutzung ziehe. Das aber widerstreitet den Intuitionen der Naturschützer, die ja subjektiv gerade nicht aus eigennützigen, sondern aus altruistischen Motiven agieren.

Die Bindung von Werten an individuelle Präferenzen ist auch philosophisch umstritten. Während der sogenannte „Präferenzutilitarismus“ die Auswirkungen einer Handlung auf die Präferenzen aller Betroffenen zum Maßstab macht, lehnen prinzipienorientierte Ethiken eine unterschiedslose Gleichbehandlung unterschiedlicher Handlungsgründe ab. So hält der Diskursethiker Konrad OTT das Konzept der Präferenzen für „viel zu eng“, um herauszufinden, wie viel Natur unterschiedlichen Individuen bedeutet:

„Neben Präferenzen existieren kulturelle Traditionen, politische Ideale, Verpflichtungen gegenüber zukünftigen Generationen, Auffassungen hinsichtlich eines moralischen Selbstwertes von Naturwesen, spirituelle Sichten auf Natur, existentielle Haltungen (wie Faszination, Staunen, Ehrfurcht) und vieles mehr“ (OTT 2015: 148).

Die Betonung der Unvergleichbarkeit unterschiedlicher Handlungsgründe mündet dabei in eine Kritik an der Sinnhaftigkeit von Zahlungsbereitschaftsanalysen: „Der Reichtum menschlicher Naturbeziehungen lässt sich nicht befriedigend durch Analysen der Zahlungsbereitschaft abbilden“ (ebd.). Wer versucht, den Wert einer Art oder einer Landschaft mit Zahlungsbereitschaftsanalysen zu ermitteln, der verwendet, nach dem Empfinden vieler Naturschutzakteure, ein unzulässiges Maß und vergleicht Äpfel mit Birnen. In der Ökonomie dagegen ist es normal, ja geradezu gewollt, dass man ungleiche Dinge über einen einheitlichen Maßstab vergleichbar macht. Über ihren Preis kann man Äpfel und Birnen durchaus vergleichen. Anders als die Ökonomie kann die ethische Betrachtung aber nicht alle Präferenzen als gleichberechtigt behandeln. Vielmehr geht sie davon aus, dass es bei der Behandlung von Interessenkonflikten gute Gründe gibt, bestimmten Handlungsmotiven (z. B. den Rechten anderer Menschen oder Pflichten gegenüber zukünftigen Generationen) mehr Gewicht zu geben als individuellen Vorlieben.

8.3.2 Beziehungen sind keine Dienstleistungen

Der ökonomische Begriff des Nutzens im Sinne von Wohlfahrt ist nach dem oben Gesagten deutlich weiter als der umgangssprachliche Begriff der Nutzung. Natur kann Nutzen stiften, auch wenn man sie nicht nutzt. Die diesbezüglichen Werte stehen im Schaubild zum „Ökonomischen Gesamtwert“ (s. Abbildung 16) im rechten Ast unter „nutzungsunabhängige Werte“.

Nun finden sich aber auch im linken Ast unter „nutzungsabhängige Werte“ einige Begriffe, die nicht jeder mit dem Etikett „Nutzung“ belegen möchte, obwohl sie ohne jeden Zweifel Wohlfahrt stiften. Erholung, Bildung, Wissenschaft, Ästhetik, Kultur, Spiritualität – all diese Dinge sind nicht in erster Linie **für etwas** gut, sondern **an sich**. Der ökonomische Nutzenbegriff erlaubt es „auch Sonnenuntergänge, wilde Beeren, einsame Waldlichtungen, Witze, Küsse, gute Gespräche usw. als Quellen menschlicher Wohlfahrt zu erfassen“ (OTT 2015: 146). Dennoch widerstreitet es den Intuitionen vieler Menschen, Sonnenuntergänge, wilde Beeren, einsame Waldlichtungen, Witze, Küsse und gute Gespräche als nützlich zu bezeichnen. Nützlich sind Dinge, die Mittel zum Zweck sind, wie Taschenmesser, Ackerland oder Luftfilter. Sie haben instrumentellen Wert (siehe hierzu Kapitel 5.3).

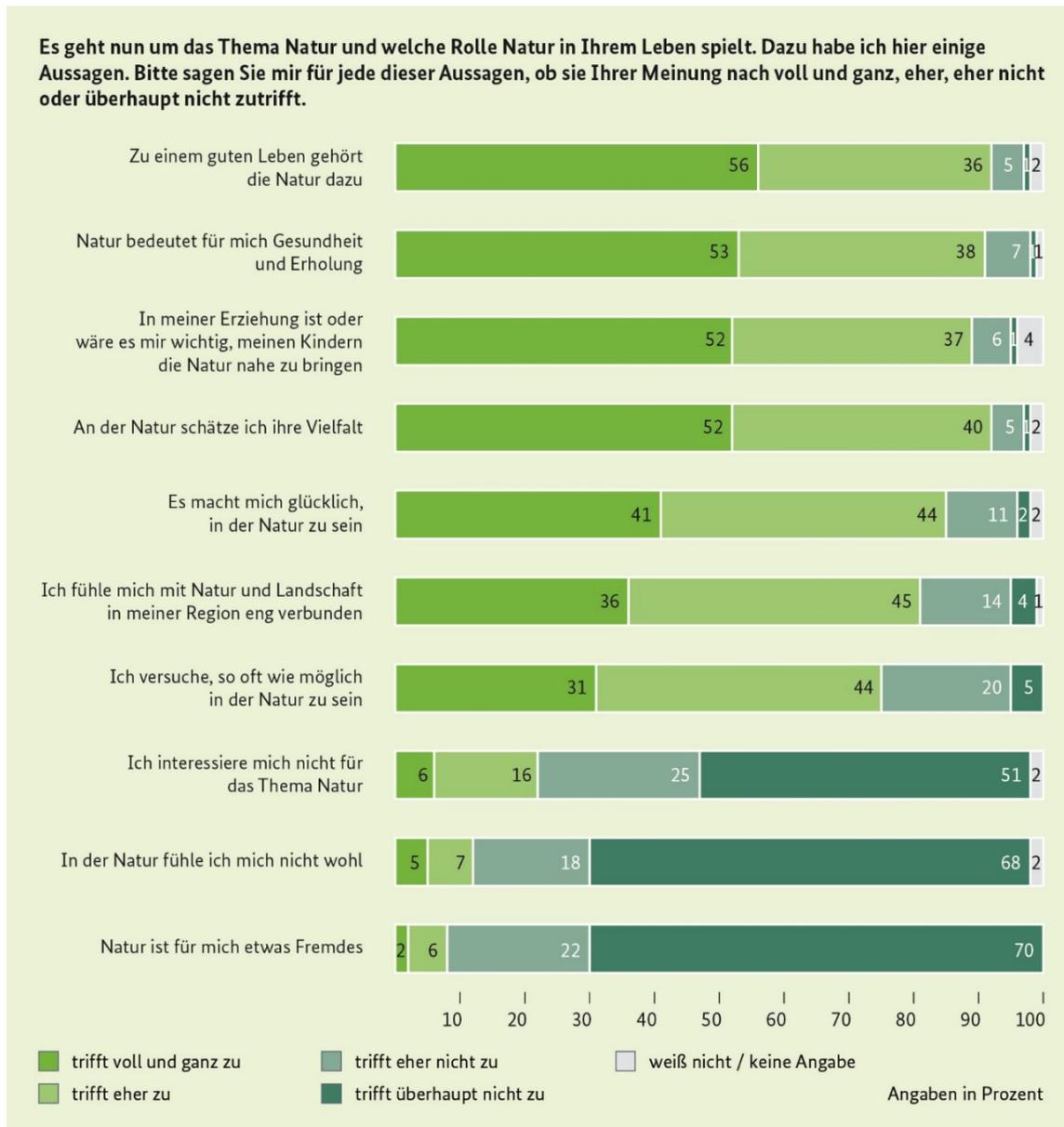


Abb. 17: Persönliche Bedeutung der Natur in der Naturbewusstseinsstudie 2013

Dinge, Erfahrungen oder Beziehungen, die uns gut tun, sind jedoch nicht in diesem instrumentellen Sinne nützlich. Sie sind vielmehr „Glücksgüter“, d. h. wir erstreben sie um ihrer selbst willen, nicht um eines anderen Zweckes willen. Güter, die wir deshalb erstreben, weil sie Glück bedeuten, und nicht, weil wir sie für etwas anderes benötigen, nennt man intrinsisch wertvoll. Anders gesagt: Sie haben eudämonistischen (also glücksbezogenen) Eigenwert (hierzu auch Kap. 5.3). „Nicht weil es Geld bringt, nicht weil es nützt, nicht damit andere es bewundern, nein nur so, einfach nur so“, diese Liedzeile aus einem Musical von Rolf Zuckowski drückt anschaulich aus, was diese Güter ausmacht: Wir schätzen sie, weil sie zu unserem Glück beitragen – und aus keinem anderen Grund.

Dass viele Menschen solche nicht-instrumentellen, intrinsisch wertvollen Naturbeziehungen pflegen, wird auch in den Naturbewusstseinsstudien immer wieder deutlich. Auf die Frage, welche Rolle Natur in ihrem Leben spiele, geben 92 Prozent der Befragten an, Natur gehöre für sie zu einem guten Leben dazu. Ebenfalls 92 Prozent schätzen an der Natur ihre Vielfalt. 89 Prozent möchten in der Erziehung Natur ihren Kindern nahebringen und 85 Prozent geben an, es mache sie glücklich, in der Natur zu sein (siehe Abbildung 17, BMUB und BfN 2014: 38). Naturverbundenheit kann damit als eine weit verbreitete Empfindung gelten, die zwar ökonomisch als Nutzen beschrieben wird, subjektiv aber nicht als nützlich, sondern als intrinsisch wertvoll wahrgenommen wird.

Damit ist eine erste Grenze einer eigennutzorientierten Argumentation markiert: Bei den zahlreichen Naturschutzaspekten, die nicht mit einer Nutzung der Natur verbunden sind, sondern mit Naturbeziehung, z.B. Vielfalt, Eigenart und Schönheit von Landschaften, führt der Hinweis auf Eigennutz nicht zur Verständigung, sondern zur Verwirrung.

8.4 Individuellen und kollektiven Nutzen unterscheiden

8.4.1 „Wir alle profitieren vom Schutz der Natur“

Die Europäische Kommission veröffentlichte 2011 die neue EU-Biodiversitätsstrategie. Teil der diesbezüglichen Öffentlichkeitsarbeit war eine allgemeinverständliche Zusammenfassung, in der Notwendigkeit und Ziele einer solchen Strategie erklärt wurden. Darin wurde auch die Frage behandelt, wem denn die Biodiversitätsstrategie nutze. Getreu der verbreiteten Devise, dass die Kommunikation den Nutzwert von Natur betonen müsse, lautete die Antwort, auf einen kurzen Nenner gebracht, „uns allen“:

“WHO WILL BENEFIT AND HOW?”

- Europeans working in **sectors that depend on biodiversity** and ecosystem services.
- **All European Citizens** – because we all benefit directly and indirectly from the goods and services that nature provides.
- People **outside the EU** – as the EU helps to avert global biodiversity loss (EC 2011: 1-2, Hervorhebungen im Original.)

„Wir alle profitieren von den Gütern und Dienstleistungen, die Natur bereitstellt“ – eine solche Argumentation betont den existentiellen Nutzwert des Naturschutzes. Das ist im Hinblick auf die Erfolgsorientierung empfehlenswert und auch zulässig. Die Erklärung verschleiert aber in der gleichrangigen Auflistung von naturnutzenden Sektoren, EU-Bürgerinnen und Bürgern und Menschen außerhalb der EU entscheidende Unterschiede in der Art der Nutzung der Natur. Damit vermeidet die Kommunikation Fragen der Verantwortung, die nicht nur aus ethischer Sicht zentral sind, sondern auch für eine erfolgreiche Umsetzung der Biodiversitätsstrategie.

Die zitierte Passage aus der EU-Kommunikation erinnert an ein Grundmotiv, das der Kommunikation über Naturschutz häufig zugrunde liegt: Die Warnung, dass wir uns den Ast absägen, auf dem wir sitzen (Abbildung 18). „Wir“ zerstören unsere eigenen Lebensgrundlagen. In diesem Bild erscheint es als Frage des puren Eigennutzes, solch kurzsichtiges Verhalten zu unterlassen.



Abb. 18: Wir sägen an dem Ast, auf dem wir sitzen (Bild: Klaus Scheidler, arboristik.de)

8.4.2 Das kollektive und das distributive Interesse aller

Ein entscheidender Haken an der eigennutzorientierten Argumentation ist das Wort „wir“. Es verschleiert die Tatsache, dass kollektive und individuelle Belange nicht notwendig identisch sind. **Was einzelnen Individuen nutzt, kann dem Kollektiv schaden.** Und was dem Kollektiv nutzt, kann einzelnen Individuen schaden. Dies wird unmittelbar deutlich, wenn wir uns eine Gruppe vor Augen führen, die das o.g. Zitat aus der EU-Kommunikation benennt: Sektoren, die unmittelbar von biologischer Vielfalt und Ökosystemdienstleistungen profitieren. Hier sind Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft angesprochen. Kaum jemand bezweifelt ernsthaft, dass alle diese Sektoren langfristig auf funktionierende Ökosysteme angewiesen sind. Für einen umfassenden Schutz und eine nachhaltigere Nutzung der biologischen Vielfalt ist aber ein Preis zu zahlen – und die Frage ist, **wer** ihn zahlt. Die land-, forst- oder fischereiwirtschaftlichen Betriebe müssten bereit sein, von kurzfristigen Gewinnmaximierungsbestrebungen Abstand zu nehmen, die Konsumentinnen und Konsumenten müssten Abstriche an der billigen Verfügbarkeit beliebiger Fleisch- und Fischmengen und am ganzjährigen Angebot aller Obst- und

Gemüsesorten in Kauf nehmen. Beiden Gruppen nutzt zwar langfristig der Schutz der biologischen Vielfalt. Kurzfristig profitieren sie jedoch von Wirtschaftsweisen, die mit dem Schutz der Vielfalt unvereinbar sind.

Anders ausgedrückt: Während es durchaus im Interesse der Allgemeinheit ist, Natur nachhaltiger zu nutzen, können nicht-nachhaltige Nutzungen sehr wohl im Interesse Einzelner sein. Und das genau ist einer der Gründe, an denen die Durchsetzung von Naturschutzbelangen im politischen Raum immer wieder scheitert. **Wenn man die mit Naturschutzmaßnahmen verbundenen Interessenkonflikte nicht benennt, sondern hinter einem vermeintlich kollektiven „alle“ verschleiert, dann kann Kommunikation nicht erfolgreich sein.** Denn genau hier wäre der Ort, um sich über die Legitimität der betroffenen Interessen und über ihre möglichst faire und transparente Hierarchisierung zu verständigen.

Wann immer jemand von „allen“ redet, ist es also angezeigt, aufmerksam zu fragen, wer genau gemeint ist. Der Philosoph Julian NIDA-RÜMELIN (2011) unterscheidet für einen präziseren Umgang mit dem Wort „alle“ zwischen einem kollektiven und einem distributiven Verständnis, das er über die Indices k (kollektiv) und d (distributiv) markiert. $Alle_k$ bedeutet „Alle im Sinne von Allgemeinheit“, während $Alle_d$ „Alle im Sinne von jeder Einzelne“ bezeichnet. Verwechselt man diese beiden Bedeutungen, so geraten Partialinteressen, die dem Gemeinwohl zuwiderlaufen, nicht hinreichend in den Blick.

„Auf der Verwechslung von $Alle_k$ und $Alle_d$ beruht die vielleicht wirkmächtigste Ideologie der Gegenwart. Das kollektive Interesse aller ist nicht identisch mit dem distributiven Interesse aller. $Alle_k$ haben ein Interesse daran, dass in unserer Gesellschaft Eigentum respektiert wird, dass niemand befürchten muss, jeder unbeaufsichtigte Augenblick würde genutzt, um Taschen zu entwenden, Fahrräder zu stehlen, in Wohnungen einzubrechen etc. Viele haben aber ein je individuelles Interesse daran, Taschen zu entwenden, Fahrräder zu stehlen, in Wohnungen einzubrechen. Die allermeisten von diesen lebten lieber in einer Gesellschaft, in der nicht gestohlen und betrogen wird. $Alle_k$ haben ein Interesse daran, dass nicht gestohlen und betrogen wird, aber nicht $Alle_d$ haben ein Interesse daran, dass nicht gestohlen und betrogen wird“ (NIDA-RÜMELIN 2011: 74-75).

8.4.3 Interessenkonflikte erkennen und benennen

In der Fläche scheitern Naturschutzbestrebungen meist nicht an fehlender grundsätzlicher Unterstützung für Naturschutzziele. Vielmehr kollidieren Interessen des Naturschutzes mit anderen Interessen. Manche davon sind ebenfalls kollektive Interessen aller, andere aber lediglich distributive. Das Verständnis solcher Konflikte wird erleichtert, wenn man hier zwischen kollektiven und distributiven Interessen aller klar unterscheidet. Hier einige Beispiele dafür, wie anerkannte und anerkennungswürdige kollektive Interessen dadurch behindert werden, dass sie mit je individuellen Interessen in Konflikt geraten:

- $Alle_k$ haben ein Interesse an Klimaschutz, aber nicht $Alle_d$ haben ein Interesse an Klimaschutz (z.B. weil sie je individuell an fossiler Energie verdienen oder von billigen Flügen profitieren).
- $Alle_k$ haben ein Interesse am Schutz der Biodiversität, aber nicht $Alle_d$ haben ein Interesse am Schutz der Biodiversität (z.B. weil sie je individuell Handlungen schätzen, die mit Schädigungen der Biodiversität verbunden sind).

- Alle_k haben ein Interesse an gesunden naturverträglichen Nahrungsmitteln, aber nicht Alle_d haben ein Interesse an gesunden, naturverträglichen Nahrungsmitteln (z.B. weil sie je individuell Kosten vermeiden wollen).

Die Kommunikation über ethische Fragen im Umwelt- und Naturschutz muss Raum für genau diese Fragen schaffen: Welche Abstriche von Partialinteressen zugunsten der Allgemeinheit sind zumutbar und legitim? Dazu muss man das kollektive „wir alle“ verlassen und konkret Ursachen und Verursachende benennen und Geschädigte und Profiteure unterscheiden:

- Wer profitiert wie von welchen Nutzungen?
- Wer müsste für nachhaltigere Formen der Nutzung welchen Preis bezahlen?
- Ist dieser Preis zumutbar?
- Welche Entschädigungen sind denkbar, wünschenswert oder geboten?

Das in Abbildung 13 zitierte Werbeplakat der GLS Bank kann beispielsweise genutzt werden, um solche Diskussionen anzustoßen.

Wie oben bereits gezeigt, werden sich nicht alle Naturschutzkonflikte durch die Unterscheidung kollektiver und distributiver Interessen lösen lassen (siehe Kapitel 7.1.4). Zum einen ist es denkbar, dass individuelle Freiheitsrechte der Durchsetzung kollektiver Interessen im Wege stehen. Zum anderen ist nicht jeder Naturschutzkonflikt ein Konflikt zwischen Gemeinwohl und Partialinteresse. Kollektive Interessen können auch untereinander in Konflikt geraten. Auch hierfür einige Beispiele:

- Alle_k haben ein Interesse an Klimaschutz und Alle_k haben ein Interesse an Naturschutz.
- Alle_k haben ein Interesse an Naturschutz und Alle_k haben ein Interesse an sozialer Gerechtigkeit.

Auch hier ist es wichtig, in der Kommunikation die Anerkennungswürdigkeit der unterschiedlichen Interessen zum Thema zu machen. Nur so kann diskursiv nach Lösungen gesucht werden, die alle anererkennungswürdigen Interessen berücksichtigen.

8.5 Kurz und bündig: Wem nutzt was wie?

Mythos „Eigennutz ist das erfolgsversprechendste Argument“

Richtig ist

- Eigennutz erfordert keine moralische Haltung. Deswegen ist die **Hürde niedriger**, Menschen zu erreichen.
- Die Orientierung an Eigennutz entspricht dem Modell des *Homo oeconomicus* und ist damit gut an einen ökonomisch dominierten gesellschaftlichen Diskurs **anschlussfähig**.

Wichtig ist

- Die Empfehlung von Eigennutzargumenten beruht auf einer Fehleinschätzung des **Moralbewusstseins der Adressaten**: Moralische Gründe haben in den Naturbewusstseinsstudien höhere Zustimmungsraten als instrumentell-eigennützige.
- Was auf lange Sicht der **Menschheit** nutzt, nutzt noch lange nicht **jedem einzelnen** Menschen hier und heute. Genau da liegen die Probleme, die sich häufig hinter der Diagnose „mangelnder Akzeptanz“ verstecken.
- Die **Gegenwartspräferenz** von Menschen ist auch für kollektive Eigennutzargumente ein Problem. Die praktischen Erfolgsaussichten sollte man daher nicht überschätzen.
- Nicht alle menschlichen **Naturbeziehungen** lassen sich im Begriff des Nutzens angemessen fassen.
- Der (ökonomische) Nutzenbegriff ist eine Quelle von **Missverständnissen**.
- Auch **Nicht-Nutzung** der Natur kann von „Nutzen“ (Vorteil) für Menschen sein.

9 Mythos „Entscheidend ist das individuelle Verhalten“

9.1 Vom Wissen zum Handeln

9.1.1 Tu was!

Nicht nur über Wesen und Aufgabe von Ethik und Kommunikation gibt es verbreitete Auffassungen, die der kritischen Revision bedürfen, sondern auch zu der Frage, wann denn Naturschutzkommunikation erfolgreich sei. Was genau muss eigentlich passieren, damit die biologische Vielfalt, die Funktionsfähigkeit der Ökosysteme und die Vielfalt, Eigenart und Schönheit von Natur und Landschaft dauerhaft gesichert werden können?

In der Naturschutzkommunikation findet sich hinsichtlich dieser Frage eine Auffassung, die auch den Nachhaltigkeitsdiskurs dominiert. Der Schlüssel zum Gelingen des Naturschutzes liegt dieser Ansicht zufolge im **Verhalten der Einzelnen**. So heißt es exemplarisch im „Nationalbericht biologische Vielfalt“:

„Die Umsetzung der Ziele des Übereinkommens über die biologische Vielfalt setzt den gesellschaftlichen Konsens über das aktive Bewahren von Umwelt und Natur voraus. Entscheidendes Instrument zur Erreichung dieses Konsenses ist die Umweltbildung. Es kommt darauf an, das Verantwortungsbewußtsein für die Umwelt, die die biologische Vielfalt mit einschließt, zu wecken und so zu festigen, daß *jeder einzelne* in allen Lebensbereichen umwelt- und naturbewußt verhält. *Jeder einzelne* muß sein Handeln an den begrenzten Kapazitäten der natürlichen Umwelt ausrichten“ (BMU 1998: 83-84, Hervorhebung UE).

Diese Auffassung ist auf den ersten Blick plausibel. Alles Informieren und Kommunizieren ist wirkungslos, wenn sich die vermittelten oder gewonnenen Einsichten nicht auf das konkrete Handeln der Menschen auswirken. Die wesentliche Botschaft aller Naturschutzkommunikation ist: Tu was!

Unter dieser Maßgabe war Kommunikation dann „erfolgreich“, wenn sie nicht nur Verständigung ermöglicht hat, sondern diese Verständigung sich auch im Handeln der Beteiligten niederschlägt. Dass dies weit seltener gelingt, als es sich engagierte Akteure wünschen, ist ein Befund, der die institutionalisierte Umweltkommunikation, die Naturpädagogik, die Politische Bildung und die Nachhaltigkeitsforschung seit Jahren umtreibt. Einige exemplarische Titel mögen diese umfangreichen Aktivitäten illustrieren:

- *Umweltkommunikation: Vom Wissen zum Handeln*, Sommerakademie der DBU (BRICKWEDDE und PETERS 2001)
- *Die Kluft zwischen Umweltwissen und Umwelthandeln als pädagogische Herausforderung*, Didaktik der Naturwissenschaften (RIESS 2003)
- *Umweltbewusstsein und Umweltverhalten*, Schwerpunktheft Umweltpolitik der Bundeszentrale für politische Bildung (KUCKARTZ 2008)
- *Vom Wissen zum Handeln - Neue Wege zum nachhaltigen Konsum*, Förderschwerpunkt Sozialökologische Forschung des Bundesforschungsministeriums (BMBF, 2008-2013, FONA 2016)

„Es gibt nichts Gutes, außer: man tut es“ – Unübertroffen bringt Erich Kästners Zweizeiler die Überzeugung zum Ausdruck, dass hehre moralische Ziele sich durch Praxis bewähren müssen. Auch hinter dem Vorhaben, die Kommunikation über ethische Fragen zu fördern, steckt

die Zuversicht, dass die Einsicht in Gut und Böse, Richtig und Falsch bei den Mitwirkenden solcher Diskurse in konkrete Handlungen zum Schutz der Natur mündet. Die Handlungsorientierung ist ja konstitutiver Bestandteil der in Kapitel 2 vorgelegten Ethikdefinition. Die Frage ist aber, was die Einzelnen eigentlich tun **können**. Sie muss geklärt sein, wenn man ihnen vorschreiben will, was sie tun **sollen**.

9.1.2 Was tun?

Naturschutzkommunikation zielt letztlich auf die Handlungsebene. So weit, so richtig. Naturschutzkommunikation ist kein Selbstzweck. Sie will Menschen davon überzeugen, sich für einen besseren Schutz der Natur einzusetzen. Die Frage bleibt aber, was denn genau die Einzelnen tun sollen: Mitglied eines Naturschutzverbands werden? Geld spenden? Ein Biotop anlegen? Unterschriftenlisten unterzeichnen? Beim Einkauf Produkte aus der Region bevorzugen? Sich in Schutzgebieten an die vorgeschriebenen Regeln halten?

Was die Menschen von diesen und ähnlichen Vorschlägen halten, zeigen die Naturbewusstseinsstudien. Im Rahmen der Ermittlung des Gesellschaftsindikators für die Nationale Biodiversitätsstrategie erheben sie regelmäßig die Bekanntheit des Begriffs „Biologische Vielfalt“ sowie die Einstellungen und die Handlungsbereitschaft zur Erhaltung der biologischen Vielfalt. Die erhobene Bereitschaft, aktiv zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen, zeigt Abbildung 20 (BFN und BMUB 2014: 74).

Zwar betreffen die hier dokumentierten Zustimmungsraten nur die bekundete Handlungsbereitschaft und nicht das tatsächliche Handeln. Dennoch können die Zahlen etwas darüber aussagen, welche Handlungen den befragten Menschen als sinnvoll, praktikabel oder wirksam erscheinen.

- 92 Prozent der Befragten sind nach eigenem Bekunden bereit, sich von **geschützten Bereichen** fernzuhalten.
- Auch zu **Veränderungen beim privaten Konsum** sind viele bereit: 92 Prozent bekunden ihre Bereitschaft, beim Einkauf Obst und Gemüse aus der Region zu bevorzugen, 77 Prozent sind bereit ihr Kosmetikum zu wechseln, 76 Prozent sich zu informieren und 66 Prozent beim Einkauf einen Ratgeber zu benutzen. Dass diese Handlungen zum Schutz der biologischen Vielfalt beitragen können, leuchtet offenbar vielen ein.
- **Politischen Akteuren** scheint die Mehrheit dagegen wenig zuzutrauen. Sich persönlich an Regierungsmitglieder oder Behörden zu wenden oder aktiv in einem Naturschutzverband mitzuarbeiten, kommt für die Mehrheit der Befragten wenig oder gar nicht in Frage. Allenfalls zur Unterzeichnung einer Unterschriftenliste sind 79 Prozent der Befragten bereit.

Wenn man Naturschutz für eine gesellschaftliche Aufgabe hält, und nicht nur für reine Privatsache, dann sind diese Zahlen irritierend. Denn die bekundeten Handlungsbereitschaften sind im privaten Bereich deutlich höher als im politischen. Kein Mensch käme auf die Idee, sich einen Bagger anzuschaffen, wenn er eine Umgehungsstraße haben will. Man gründet Bürgerinitiativen, macht Eingaben und sorgt dafür, dass das eigene Anliegen wahlkampfrelevant und mehrheitsfähig wird. Im Hinblick auf die biologische Vielfalt scheint dagegen die Vorstellung verbreitet, man könne ein öffentliches Problem am ehesten mit privaten Mitteln lösen.

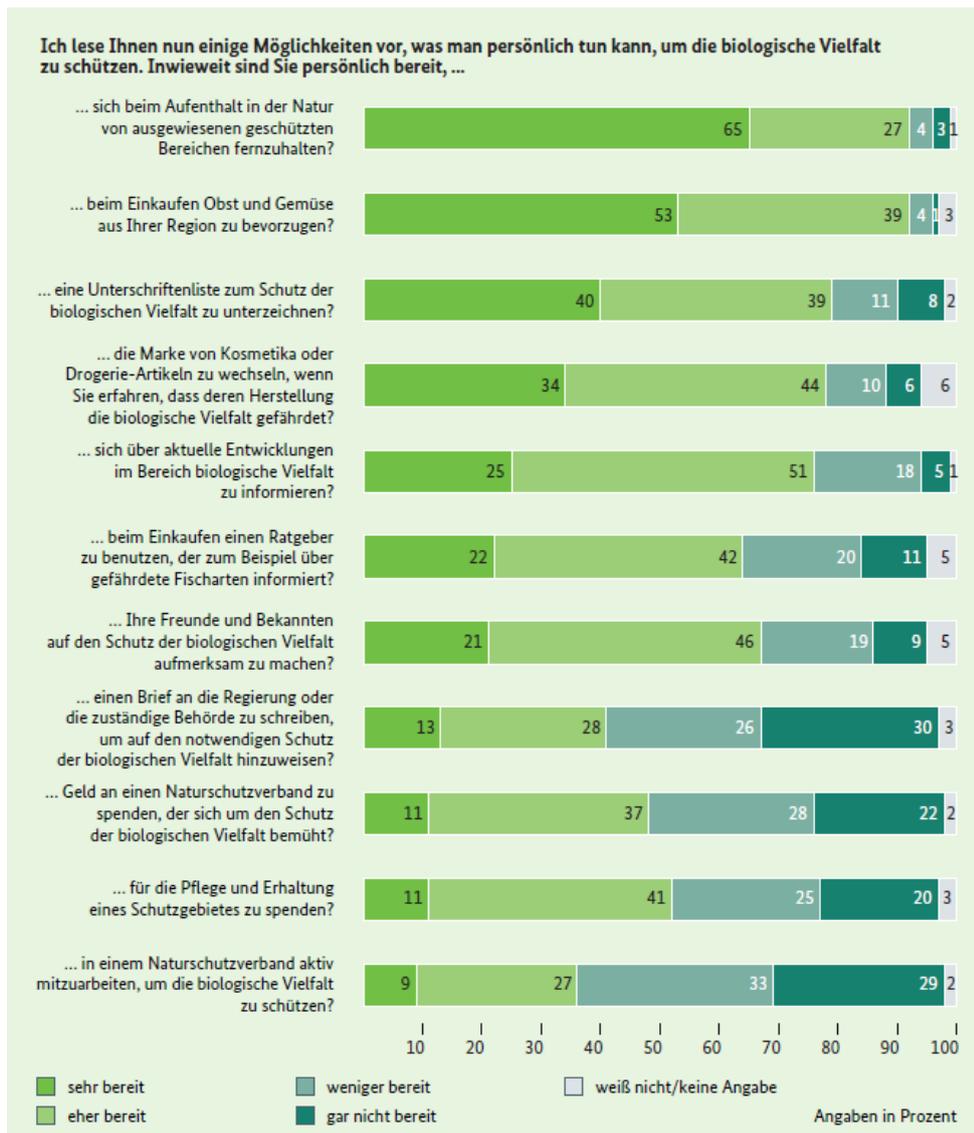


Abb. 20: Bereitschaft, zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen

Die Naturschutzkommunikation müsste daher die Differenz von privatem und politischem Handeln viel deutlicher machen, statt sie in der Fokussierung auf das individuelle Handeln zu verwischen. Naturschutz ist nicht nur (und möglicherweise nicht einmal in erster Linie) eine individuelle, sondern eine politische Aufgabe. Jenseits des individuellen Alltagshandelns müssten Möglichkeiten politischen Engagements und der Gestaltung gesellschaftlicher Wirklichkeit deutlich mehr Raum in der Naturschutzkommunikation einnehmen. Was genau wer tun soll und kann, und ob das überhaupt „was bringt“, das sind Fragen der Umweltpolitik, die die Umweltkommunikation viel ausdrücklicher adressieren müsste.

Gegen eine Individualisierung und Privatisierung des Umweltdiskurses hat der Physiker und Philosoph Armin GRUNWALD deutlich Stellung bezogen. Damit eine auf das Individuum fokussierte Umweltkommunikation nicht zu einer moralischen Überforderung der Einzelnen führt, so der langjährige Leiter des Büros für Technikfolgenabschätzung beim Deutschen Bundestag (TAB), muss sie die Frage klären „was und unter welchen Bedingungen von den Individuen in

Bezug auf ihr Umwelthandeln erwartet werden kann und was nicht“ (GRUNWALD 2010: 233). Die Frage, was hinsichtlich der Handlungsmöglichkeiten der Einzelnen der Fall ist, und was folglich von ihnen berechtigterweise gefordert oder erwartet werden kann, wurde im Kapitel 2 als ein wesentliches Element ethischer Urteilsbildung eingeführt. Wem die Übernahme von Verantwortung zugemutet wird, der oder die muss auch faktisch die Möglichkeit haben, Verantwortung wahrzunehmen. Dies ist bei zahlreichen Umweltproblemen aber aufgrund der damit verbundenen strukturellen Überforderungen nicht der Fall.

Um die Forderung nach einer stärkeren Berücksichtigung institutioneller Fragen zu begründen, zeigen die folgenden Abschnitte auf, dass und warum die Handlungsmöglichkeiten des Einzelnen begrenzt sind.

- Ein Einzelner kann immer nur einen marginalen Beitrag leisten (Kapitel 9.2).
- Das Trittbrettfahrerproblem begünstigt diejenigen, die nicht mitmachen (Kapitel 9.3).
- Die Möglichkeiten der Einzelnen sind durch Institutionen beschränkt (Kapitel 9.4).

9.2 Einzelne Handlungen sind marginal

Das Problem der Marginalität von Einzelhandlungen ist uns bereits in Kapitel 6 begegnet. In der Auseinandersetzung mit dem Satz „Lieber Gegner der Natur“ habe ich argumentiert, dass Schädigungen von Natur und Landschaft in aller Regel nicht das Ergebnis schlechter Absichten sind, sondern die unerwünschten Nebenfolgen von Absichten, die mit Natur zunächst gar nichts zu tun haben. Die Einzelhandlungen von Individuen werden dabei nicht unmittelbar wirksam, sondern erst in der Summe aller Handlungen.

Dies gilt nun auch umgekehrt: Auch Handlungen mit den besten naturschützenden Absichten führen nicht unmittelbar zu einer Verbesserung des Zustands von Natur und Landschaft. Wirksame Effekte ergeben sich, wenn überhaupt, erst durch das Zusammenspiel vieler Einzelhandlungen. Über vielfältige systemische Kopplungen können außerdem selbst gut gemeinte Handlungen Nebeneffekte erzeugen, die nicht im Sinne des Naturschutzes sind. Man denke hier beispielsweise an den vermehrten Einsatz von Biodiesel, der einen Beitrag zur Energiewende und damit zum Klimaschutz leisten sollte, aber damit zur Umwandlung von Regenwäldern in Palmölplantagen geführt hat. Angesichts der Komplexität sozialökologischer Systeme sind selbst Expertinnen und Experten oft genug ratlos, wie sie überhaupt steuerungsfähig sind. Gleichwohl zielt die Naturschutzkommunikation immer wieder auf die individuelle Ebene. Drei Beispiele aus der Umweltkommunikation sollen diesen Fokus auf das Individuum illustrieren und die damit verbundenen Unzulänglichkeiten verdeutlichen.

9.2.1 „Ich als Einzelner kann keinen großen Beitrag leisten“

Die Naturbewusstseinsstudien haben nicht nur nach der prinzipiellen „Pflicht des Menschen, die Natur zu schützen“ gefragt, sondern auch danach, ob die Befragten sich persönlich verantwortlich fühlen (Abbildung 21, BMUB und BfN 2014: 42). Die Ergebnisse zeigen: **Die Menschen in Deutschland halten Naturschutz zwar für eine wichtige, aber nicht für ihre persönliche Aufgabe.** Fast alle Befragten halten Naturschutz für eine Pflicht des Menschen. Mehr als die Hälfte stimmt dieser Aussage voll und ganz zu. An wen diese Pflicht adressiert ist, bleibt aber unklar, denn „der Mensch“ wird hier als Gattungsbegriff verwendet. Fraglos persönlich verantwortlich für den Schutz der Natur fühlen sich nur 18 Prozent der Befragten.

Immerhin 47 Prozent stimmen der Idee einer persönlichen Verantwortung eher zu. Dass man durch persönliches Engagement auch tatsächlich etwas erreichen kann, glaubt dabei eine Mehrheit von 55 Prozent nicht. Lediglich 14 Prozent sind überzeugt, dass auch sie als Einzelne einen großen Beitrag zum Schutz der Natur leisten können.

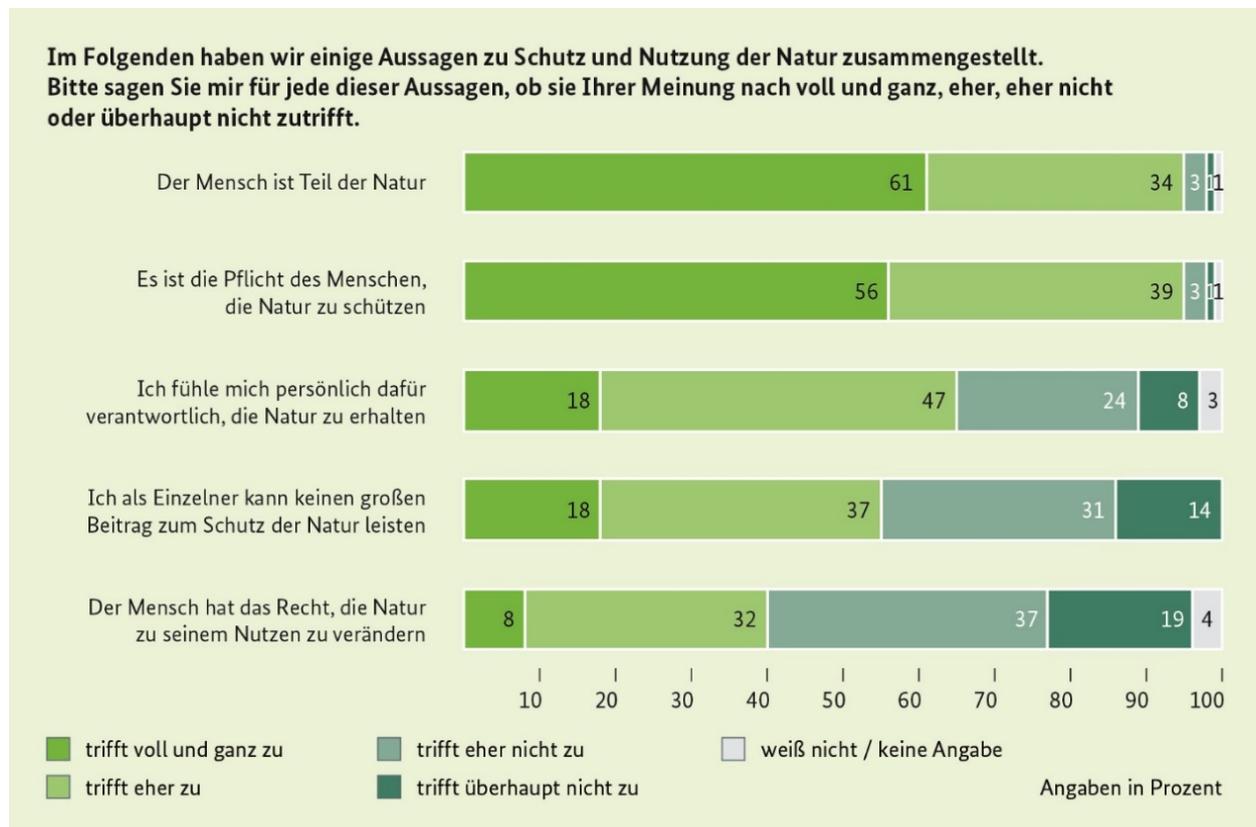


Abb. 21: Einstellungen zum Schutz der Natur, Naturbewusstseinsstudie 2013

Appelle an die individuelle Verantwortung sehen sich also mit der Tatsache konfrontiert, dass Menschen mehrheitlich dem Engagement eines Einzelnen nicht viel Wirkung zutrauen. Und in gewisser Hinsicht haben sie damit Recht. Manche können zwar auch als Einzelne viel bewegen, aber längst nicht alle.

Auch hier wieder ein **Beispiel**: Um eine Zielgruppe zu erreichen, die an Naturschutzthemen nicht sonderlich interessiert ist, sollte die Naturbewusstseinsstudie 2013 spezielle Kommunikationsempfehlungen für das sogenannte **prekäre Milieu** formulieren. Eine der Empfehlungen lautete: „Wahrgenommene Selbstwirksamkeit stärken“. „Die Prekären“, so heißt es im wissenschaftlichen Vertiefungsbericht, hätten häufig das Gefühl, „den externen Bedingungen ohnmächtig gegenüberzustehen“ (BfN 2015: 85). Die Zustimmung zu dem Satz „Ich als Einzelner kann keinen großen Beitrag zum Schutz der Natur leisten“ ist in diesem Milieu mit 75 Prozent deutlich höher als in allen anderen Milieus. Gleichzeitig haben aber auch die sogenannten **Performer**, also die Leistungseliten der Gesellschaft, zu 53 Prozent das Gefühl, als Einzelne nicht viel tun zu können. Im Hinblick auf die Reichweite der Entscheidungen, die Mitglieder dieser beiden Milieus treffen können (und täglich treffen), scheint die Selbsteinschätzung der Prekären mir sehr viel realistischer als die der Performer. Eine Person, die Entscheidungen über die Vergabe von Millionenbeträgen fällt, kann für den Schutz der Natur mehr bewegen,

als ein ganzer Haushalt, der von Transferleistungen lebt. Und Personen, die in der Legislative oder Exekutive tätig sind, können weitreichendere Entscheidungen fällen, als diejenigen, deren politische Gestaltungsmöglichkeiten sich auf die Abgabe eines Stimmzettels beschränken.

Wer Naturschutz als politische Aufgabe begreift, kann und darf diese Aufgabe nicht vollständig an Individuen delegieren. Eine überwiegend auf die Verantwortung der Individuen ausgerichtete Naturschutzkommunikation würde nicht nur die Individuen moralisch überfordern, sondern auch politische Fragen durch deren Individualisierung entpolitisieren.

9.2.2 „Wir haben es in der Hand“

Eine Serie von Freianzeigen des WWF Deutschland wirbt mit dem Slogan „Wir haben es in der Hand“ für den Schutz der Meere, die Bekämpfung der Wilderei und die Rettung der Tiger (Abb. 22, Bild: WWF DEUTSCHLAND 2013). In kurzen Texten erläutern die Personen, die im WWF für das jeweilige Thema zuständig sind, was der Verband tut, und fordern zur Unterstützung auf.

The advertisement features a woman, Heike Vesper, holding a large sign that displays a school of fish. The background is a deep blue, suggesting an underwater scene. The WWF logo and '50 JAHRE' are in the top left. The main headline reads 'DIE AUSBEUTUNG DER MEERE STOPPEN? WIR HABEN ES IN DER HAND!'. Below it, her name and title are listed. At the bottom, there is a call to action for SMS support, a QR code, and a link to more information.

WWF
50
JAHRE

**DIE AUSBEUTUNG DER MEERE STOPPEN?
WIR HABEN ES IN DER HAND!**

Heike Vesper
Leiterin Meeresschutz

**UNTERSTÜTZE
UNSERE ARBEIT**

SMS:* STICHWORT
FISCH
AN DIE NUMMER
81190

Die Meere brauchen unseren Schutz. Zusammen mit meinem Team kämpfe ich beim WWF dafür, dass zukünftig nur noch so viel Fisch gefangen wird, wie nachwachsen kann. Wir müssen unsere Ressourcen verantwortungsvoll nutzen. Und Sie können mithelfen.

MEHR ERFAHREN & MITREDEN: DIALOG.WWF.DE

*Eine SMS kostet 5 Euro, davon gehen 4,83 Euro direkt an den WWF. Kein Abo; zzgl. Kosten für eine SMS.

Abb. 22: WWF-Kampagne: Wir haben es in der Hand

- „Die Ausbeutung der Meere stoppen? Wir haben es in der Hand!“ erklärt die Leiterin Meeresschutz. „Zusammen mit meinem Team kämpfe ich beim WWF dafür, dass zukünftig nur noch so viel Fisch gefangen wird, wie nachwachsen kann. Wir müssen unsere Ressourcen verantwortungsvoll nutzen. Und Sie können mithelfen.“
- „Die Wilderer bekämpfen? Wir haben es in der Hand!“ erklärt der Leiter Artenschutz: „Die Wilderei in Afrika ist außer Kontrolle geraten. Täglich kämpfen wir gegen das grausame Töten von Nashörnern und anderen bedrohten Tierarten: mit internationalen Kampagnen,

in politischen Verhandlungen sowie in den Projekten vor Ort. Eine große Herausforderung, die wir nur gemeinsam bewältigen können. Helfen Sie uns.“

- „*Die Tiger schützen? Wir haben es in der Hand!*“, erklärt die Projektleiterin Zentralannamiten. „Die tropischen Bergwälder Südostasiens sind die Heimat der seltenen Indochinesischen Tiger. Für ihren Schutz sind seit 20 Jahren WWF-Mitarbeiter in der Region im Einsatz. Unser Ziel: die letzten wildlebenden Tiger der Welt nicht nur zu retten, sondern ihren Bestand zu verdoppeln“ (WWF DEUTSCHLAND 2013).

Die Werbung spielt gekonnt mit der Doppelbedeutung des „In-der-Hand-Habens“. Die drei porträtierten Personen halten jeweils ein Foto ihres Schutzobjekts in der Hand. Dass sie auch die Situation in der Hand hätten, ist freilich eine Illusion, der sich vermutlich auch die Akteure nicht hingeben. Ausbeutung der Meere, Wilderei und Rückgang der Tiger haben viel komplexere Ursachen, als dass ein Einzelner sie in der Hand haben könnte. Das wird kaschiert durch das Kollektivsubjekt „wir“, das Täter und Verantwortliche unbenannt lässt. Wieder begegnet uns hier die Differenz zwischen $Alle_d$ und $Alle_k$: $Alle_k$ haben ein Interesse, die Meere, das Nashorn und den Tiger zu schützen, aber nicht $Alle_d$ haben ein Interesse die Meere, das Nashorn und den Tiger zu schützen. Je individuell haben Menschen ein Interesse, sich und ihre Familie zu ernähren, einen auskömmlichen Lebensunterhalt zu verdienen oder die Profite ihres Unternehmens zu maximieren. Und diese Interessen liegen einerseits untereinander und andererseits mit dem kollektiven Interesse des Naturschutzes im Konflikt.

Die gerechte Lösung der genannten Interessenkonflikte übersteigt die Möglichkeiten der Einzelnen. Eine adäquate Antwort auf die ökonomischen, politischen, sozialen und kulturellen Streitfragen, die ursächlich für das Artensterben sind, kann kein Einzelner geben. Das heißt freilich nicht im Umkehrschluss, dass Einzelne gar nichts tun können oder sollen. Was jede Person tun kann, hängt aber von ihrer Rolle in der Gesellschaft ab:

- Personen, die von der Kampagne angesprochen werden, können (und sollen) Geld spenden, damit die Organisation weiter ihre politische Arbeit machen kann.
- Personen aus Verbänden können (und sollen) politischen Druck auf die Verantwortlichen ausüben.
- Personen mit Leitungsfunktion in Unternehmen können (und sollen) ihr Handeln an langfristiger Gewinnoptimierung statt an kurzfristiger Gewinnmaximierung ausrichten.
- Personen aus der Politik können (und sollen) Maßnahmen zur Armutsbekämpfung und Bildung ergreifen und Rahmenbedingungen für ein nachhaltigeres Wirtschaften setzen.

Die Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz muss diese unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten unterschiedlicher Akteure deutlich zur Sprache bringen.

9.2.3 „Viele kleine Leute, die viele kleine Dinge tun...“

„Viele kleine Leute an vielen kleinen Orten, die viele kleine Schritte tun, können das Gesicht der Welt verändern“ – Dieses (vermeintlich afrikanische) Sprichwort erfreut sich in der Umweltkommunikation ungebrochen großer Beliebtheit. In dem Slogan zeigt sich eine „extrem komplexitätsreduzierende Fokussierung auf das individuelle Umwelthandeln“ (GRUNWALD 2010: 237), die verkennt, dass sich zwischen das Handeln der Einzelnen und die Umweltfolgen gesellschaftliche Institutionen schieben. Eine solche „Ökologie der Individuen“, wie GRUNWALD

(2010) sie in kritischer Absicht bezeichnet, stößt angesichts komplexer Wirkungszusammenhänge und systemischer Verknüpfungen an drei Grenzen:

- an Grenzen des Wissens
- an Grenzen der Bewertung
- an Grenzen der Mobilisierbarkeit

Ob ein Produkt oder eine Dienstleistung mit Naturschutzziele vereinbar ist oder nicht, entscheidet sich anhand seines gesamten Lebenszyklus. Die Umweltbilanz von Produkten ist auch innerhalb der Wissenschaft oft umstritten, für individuelle Konsumentinnen und Konsumenten ist sie kaum überschaubar. Diesen **Grenzen des Wissens** ist durch Gütesiegel nur bedingt beizukommen, denn diese verschieben die Frage nach der Vertrauenswürdigkeit von Produkten auf die Frage nach der Vertrauenswürdigkeit von Siegeln. Auch die Abschätzung der intendierten und nicht-intendierten Handlungsfolgen übersteigt die Möglichkeiten der Einzelnen. Denn „gut gemeinte“ Handlungen können, vermittelt über systemische Effekte, zu unbeabsichtigten und nicht gewünschten Nebenfolgen führen. Beispiele hierfür sind die individuelle, ökologisch motivierte Einsparung von Trinkwasser, die im Ver- und Entsorgungssystem kontraproduktive Effekte erzeugt, und das individuelle Stromsparen, das durch das System des Zertifikathandels mit festgelegten Emissionsrechten unterm Strich zu keiner Emissionsreduktion führt, sondern lediglich zu einer Verlagerung der Emissionen auf andere Emittenten.

Selbst wenn die ökologischen Folgen einer Handlung zweifelsfrei festzustellen wären, blieben die **Grenzen der Bewertung** bestehen: Die Beantwortung der Frage, in welchem Verhältnis ökologische, soziale und ökonomische Folgen stehen, welche Folgen zumutbar und welche wünschbar sind, übersteigt die Möglichkeiten der Einzelnen. Konkret: Selbst wenn man die Erhaltung der Meere oder des Tigers für ein wertvolles Ziel hält, stellt sich die Frage, wie den Existenzrechten der Menschen, die den Lebensraum der Tiger teilen, oder der Familien, die von Wilderei oder Fischfang leben, Rechnung getragen werden kann. Die Adressaten einer auf individuelles Handeln fokussierten Umweltkommunikation sind hiermit überfordert.

Der Beitrag der Einzelnen ist immer nur marginal. Dies gilt für die Verursachung wie für die Beseitigung des Problems. Sowenig ein Einzelner die Welt in den Abgrund stößt, so wenig kann ein Einzelner sie retten. Der zitierte Slogan setzt daher, zu Recht, nicht auf einzelne, sondern auf viele: *viele* Menschen an *vielen* Orten, die *viele* Dinge tun. Dabei bleibt die Frage offen, wie man diese Vielen **mobilisieren** will. Eine verbreitete Antwort lautet hier: über Bildung. Ob Naturschutzbildung, Umweltbildung oder Bildung für nachhaltige Entwicklung: Allzu oft ist das überragende Ziel, dass die Individuen ihr privates (Kauf- und Konsum-)Handeln an moralischen oder politischen Zielen ausrichten. Umweltzentren bilden kleine Umweltheldinnen und -helden aus (UMWELTSTATION UNTERALLGÄU 2016), und die BILD-Zeitung kürt Umwelthelden, die sich „unternehmerisch oder ehrenamtlich für den Erhalt der Natur und den Schutz von Tieren, für weniger CO₂-Ausstoß, gesündere Ernährung und familienfreundliche Arbeitsbedingungen [engagieren]“ (SPRINGER 2011).

Wenn aber die Rettung der Welt davon abhängt, dass alle Menschen Helden werden, dann wird sie aller Voraussicht nach nicht gelingen. „Menschen sind aus krummem Holz geschnitzt“ zitiert Uta VON WINTERFELD (2016) Immanuel Kant. Sie handeln nicht immerzu vernunftgeleitet.

Statt Helden zu fordern und zu fördern, die bestehende Hindernisse mit Mut und Tatkraft überwinden, wäre es an der Zeit, Menschen durch Bildung dazu zu befähigen, solche Hindernisse zu erkennen und politisch dazu beizutragen, sie für alle zu beseitigen (siehe hierzu ausführlich Kap. 10.2).

9.3 Das Trittbrettfahrerproblem

Individuelles Umweltheldentum ist keine überzeugende Lösung, denn es ist konfrontiert mit dem Trittbrettfahrerproblem: Wer zahlt, ist der Dumme. Wer dagegen auf dem Trittbrett der Straßenbahn mitfährt, kann die Vorteile einer öffentlich bereitgestellten Infrastruktur nutzen, ohne dafür zu zahlen (siehe Abbildung 23). Allerdings: Wenn gar keiner zahlt, gibt es auch keine Straßenbahn. Das heißt: Nur solange genügend viele Passagiere zahlen, können Einzelne umsonst mitfahren.



Abb. 23: Das Trittbrettfahrerproblem (Cartoon: Andreas Buser, Bern)

Die natürliche Umwelt ist zwar keine Infrastruktur, die jemand bereitstellen muss. Aber sie ist ein öffentliches Gut, das allen, die es nutzen, frei zur Verfügung steht. Dadurch läuft sie Gefahr, übernutzt zu werden. Eine freiwillige Selbstbeschränkung Einzelner ist für solche Allmend-Güter keine geeignete Schutzmaßnahme. Denn ein freiwilliger Nutzungsverzicht Einzelner nutzt lediglich anderen, die ihre Nutzung entsprechend intensivieren können. Wer beispielsweise auf die Fahrt mit dem eigenen Auto verzichtet, ermöglicht es allen anderen, schneller zur Arbeit zu kommen. Eine Person oder Institution, die CO₂ einspart, muss damit rechnen, dass andere Personen oder Institutionen die durch sie nicht genutzten Emissionsrechte nutzen.

Das Trittbrettfahrerproblem führt zu einer demotivierenden Verteilung von Lasten und Vorteilen: Das Individuum nimmt die (finanziellen, organisatorischen oder zeitlichen) Kosten für ein umweltverträglicheres Handeln auf sich, ohne dabei durch erkennbare Umweltentlastungen entschädigt zu werden. Denn spürbare Entlastungen gibt es erst dann, wenn viele oder alle mitmachen. Umgekehrt profitieren diejenigen, die ihr Handeln nicht an kollektiven Zielen ausrichten: Sie genießen die mit ihrem eigenen umweltschädlichen Verhalten verbundenen Vorteile und nehmen die durch den Verzicht der anderen ermöglichten Umweltentlastungen als zusätzlichen Nutzen mit. Bei umweltfreundlichem Handeln ist also der kurzfristige Schaden für das Individuum größer als der öffentliche Nutzen. Und wer den Schaden hat, braucht für den Spott nicht zu sorgen: Nicht zuletzt deswegen werden individuelle Umwelthelden als weltfremde „Gutmenschen“ belächelt.

Dies gilt nicht nur für das Konsumhandeln, sondern auch für das unternehmerische Handeln. Wer naturverträglich produziert, hat individuell höhere Kosten und ist daher gegenüber einer Konkurrenz, die billiger anbieten kann, im Nachteil. Langfristig wäre allen besser gedient, wenn alle Umweltbelange berücksichtigen würden. Aber solange Einzelne, die den Umweltschutz missachten, wettbewerbsmäßig begünstigt sind, lohnen sich entsprechende Investitionen nicht.

Will man in der Kommunikation über ethische Fragen im Natur- und Umweltschutz überzeugende Antworten auf dieses Problem finden, muss man zwingend auf die institutionelle Ebene wechseln. Zur Sicherung langfristiger, kollektiver Interessen bedürfen die Individuen der „Selbstbindung durch zukunftsichernde Institutionen“ (BIRNBACHER 2004: 31). Das Motivationsproblem kann nur institutionell gelöst werden. Denn der mit einem individuellen Verzicht verbundene Nutzen wird umso größer, je mehr Menschen mitmachen. Und dieses Mitmachen liegt jenseits der Handlungsmöglichkeiten des Einzelnen. Es muss über Institutionen gewährleistet werden. Solche Institutionen können soziale oder gesetzliche Regelungen zur Beschränkung individueller Nutzung sein oder auch, von Ökonomen meist favorisiert, die Einführung einer Kostenpflicht für die Nutzung.

Institutionen, die Freiheiten des Einzelnen begrenzen, sind nicht beliebt. Niemand lässt sich gerne einschränken. Umso wichtiger ist es, die Kommunikation über ethische Fragen zu nutzen, um die **Legitimität institutioneller Beschränkungen** zu diskutieren. Angesichts einer Bevölkerung, die mehrheitlich angibt, zum Schutz der Natur beitragen zu wollen, aber sich individuell machtlos zu fühlen, liegt eine große Chance solcher Kommunikation darin, Beschränkungen auch als Ermöglichung und nicht lediglich als Verhinderung zu begreifen. Wo individuell für sinnvoll erachtetes Handeln daran scheitert, dass Einzelne als Einzelne keinen Erfolg haben, ist es wichtig, den gemeinsamen Erfolg institutionell herzustellen. Nur so ist es möglich, dass die Verwirklichung der kollektiven Interessen aller nicht an den nachvollziehbaren individuellen Interessen der je Einzelnen scheitert.

9.4 Institutionen ermöglichen oder behindern umweltbewusstes Handeln

Oft fühlen sich Menschen durch die Verhältnisse daran gehindert, das zu tun, was sie moralisch für richtig halten. **Gesellschaftliche Strukturen** stehen ihrem richtigen Handeln im Wege. Beinahe schon sprichwörtlich ist die Klage aus Brechts Dreigroschenoper:

„Doch leider sind auf diesem Sterne eben, die Mittel kärglich und die Menschen roh. Wer möchte nicht in Fried' und Eintracht leben? Doch die Verhältnisse, sie sind nicht so!“

Dies gilt für weite Bereiche unseres Alltagshandelns: Menschen können ihr Auto nicht stehen lassen, wenn sie keinen Arbeitsplatz in der Nähe oder keinen Zugang zu öffentlichen Verkehrsmitteln haben. Sie können keine teuren Bio-Produkte kaufen, wenn sie am Monatsende nicht wissen, wovon sie überhaupt Essen kaufen sollen.

Genauso häufig wie die äußeren Bedingungen stehen uns **unbewusste Neigungen** im Weg: Eine Tendenz zur Gegenwartspräferenz lässt uns heutigen Nutzen grundsätzlich größer erscheinen als zukünftigen Schaden. Wenn dann noch der Nutzen uns selbst zugutekommt und der Schaden andere trifft, erfordert umweltfreundliches Handeln in der Tat ein beinahe schon übermenschliches moralisches Heldentum. Eine Umweltkommunikation, die sich im Appell erschöpft, den „inneren Schweinehund“ zu überwinden und moralisch korrekt zu konsumieren, erreicht daher praktisch bekanntlich nicht viel.

Der Sinn ethischer Erwägungen in der Naturschutzkommunikation ist vor diesem Hintergrund nicht, das Kauf- und Konsumverhalten der Menschen oder ihre Lebensstile zu moralisieren. Die etablierte und gut begründete Trennung von öffentlichen und privaten Angelegenheiten sollte man nicht vorschnell aufgeben. Was Menschen kaufen, was sie essen und trinken, wie sie wohnen, was sie arbeiten und wohin sie reisen, ist zunächst einmal ihre Privatsache. Wann immer aber durch diese Privatsache Rechte anderer betroffen sind, wird sie (auch) zu einer öffentlichen Angelegenheit. Wenn Alle_k sich einig sind, dass sie Natur und Landschaft schützen wollen, dann ist es nicht mehr ins Belieben Aller_d gestellt, wie sie handeln. Die Entscheidung, was Individuen tun oder lassen, kann in solchen Fällen (und nur in solchen Fällen) politisch reguliert werden.

Diese Überlegungen lassen sich am **Beispiel** der oben zitierten WWF-Plakate erläutern. Die Überfischung der Meere wird nicht an den Tiefkühltheken der Supermärkte verhindert. Vielmehr wollen und sollen sich Menschen, die Fisch einkaufen, darauf verlassen können, dass die Fische, die zum Verkauf angeboten werden dürfen, bestandssichernden Regulierungen unterliegen. Nicht die Konsumentinnen und Konsumenten sind hier anzusprechen, sondern diejenigen, die die Rahmenbedingungen der Produktion und des Konsums gestalten. Was Einzelne tun können, ist also nicht (nur) ihren privaten Verbrauch nach ökologischen Maßstäben auszurichten, sondern vor allem, und wesentlich wirksamer, politischen Druck zu erzeugen, damit diese Rahmenbedingungen geändert werden. Die Spende an einen Umweltverband, die das Plakat intendiert, ist damit nicht nur eine „Ersatzhandlung“, sondern kann eine sinnvolle Möglichkeit der Einflussnahme der Einzelnen auf die Rahmenbedingungen sein, denn genau darin liegt ja die Aufgabe von Naturschutz- und Umweltverbänden.

Ein wesentliches und vielfach vernachlässigtes Anliegen der Umweltkommunikation ist es also, diskursiv zu klären, welche Institutionen sinnvoll, erforderlich und geeignet wären, individuelles Handeln mit langfristigen kollektiven Zielen in Einklang zu bringen. Das in der BNE etablierte Konzept der Gestaltungskompetenz birgt Ansätze für eine solche Zielsetzung (siehe Kapitel 10.2.2).

9.5 Kurz und bündig: Vom Individuum zur Institution

Mythos „Entscheidend für den Naturschutz ist das individuelle Verhalten“

Richtig ist:

- Es gibt nichts Gutes, außer: man tut es (Erich Kästner)
- Ziel der Naturschutzkommunikation sind veränderte Handlungen.
- Die **Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln** ist eine fortdauernde Herausforderung für die Naturschutzkommunikation.

Wichtig ist:

- **Was** zu tun ist, versteht sich nicht von selbst. In hochkomplexen Systemen sind Steuerungsmöglichkeiten sehr begrenzt.
- Handlungsappelle dürfen sich nicht auf **individuelles Kauf- und Konsumverhalten** beschränken.
- Individuelle **Tugendhaftigkeit** reicht nicht aus. Gerade weil Menschen bequem sind, weil ihnen das Hemd näher ist als die Jacke, weil sie ungern Gewohnheiten ändern und gerne mit dem Strom schwimmen, braucht es Institutionen, die der Gegenwartspräferenz und den (nachvollziehbaren) Partialinteressen einen wirksamen Riegel vorschieben.
- Zwischen „Da kann man eh nichts tun“ und „Wir haben es in der Hand“ liegt ein **breites Spektrum** realistischerer Möglichkeiten. Die Diskussion hierüber kann eröffnet werden mit Fragen wie: *Was müsste geändert werden, damit ich praktisch tun kann, was ich theoretisch für richtig halte? Wer könnte es ändern?*
- Politische Probleme brauchen **politische** Lösungen.

10 Mythos „Wer die Natur liebt, schützt sie“

10.1 Vom Kennen zum Lieben zum Schützen?

„Man schützt nur, was man liebt, und man liebt nur, was man kennt“ – mit diesem Konrad Lorenz zugeschriebenen Motto beschreibt die Naturpädagogik häufig ihr Anliegen. Kinder und Jugendliche sollen Natur erleben, eine Beziehung zu ihr aufbauen und dank dieser wertschätzenden Beziehung ein Verantwortungsgefühl entwickeln. Naturerleben, so die zugrundeliegende Annahme, fördert die Wertschätzung von Natur und diese wiederum ist erforderlich, um die fortschreitende Naturzerstörung aufzuhalten. So heißt es etwa im Handbuch „*Natur verbindet*“ des WWF DEUTSCHLAND (Abbildung 24):

„Je früher sich Kinder kraft ihrer unbefangenen Neugier für die Natur begeistern, umso tiefer werden sich diese persönlichen Naturerfahrungen in der eigenen Wertewelt verwurzeln. [...] Tatsächlich braucht Natur unsere auf Erfahrung gründende Wertschätzung, damit sie nicht gleichgültiger Ausbeutung oder Vernichtung zum Opfer fällt“ (WWF DEUTSCHLAND 2015: 5).



Abb. 24: Cover des WWF-Handbuchs „Natur verbindet“

Eine positive emotionale Naturbeziehung fördert die Bereitschaft, Verantwortung für sie zu übernehmen und Naturschutzbelangen mehr Gewicht einzuräumen. Das dürfte außer Frage stehen. Dennoch versteht es sich nicht von selbst, dass Menschen, die Natur kennen, diese auch lieben. Ebenso wenig ist klar, dass Menschen, die Natur lieben, auch Natur schützen. So plausibel der Dreiklang klingt, so wichtig ist es, das Verhältnis von Naturliebe und Naturschutz näher zu bestimmen.

Das Motto „Man schützt nur, was man liebt“ kann man auf zwei unterschiedliche Arten lesen:

- „Nur wer die Natur liebt, schützt sie“ oder
- „Wer die Natur liebt, schützt sie auch“

Die erste Lesart erachtet Liebe zur Natur als notwendige Bedingung für Naturschutz, die zweite als hinreichende. Beide Lesarten sind mir in der Umweltbildung vielfach begegnet – und beide sind falsch. **Liebe zur Natur ist weder notwendig noch hinreichend, um Natur vor Ausbeutung und Vernichtung zu schützen.** Trotzdem, das muss an dieser Stelle betont werden, sind Naturerleben und Naturbeziehung erstrebenswerte Ziele. Dass eine liebevolle und lebendige Naturbeziehung zwar wünschenswert und förderungswürdig ist, dennoch aber keine Bedingung für Naturschutz, vertieft der nächste Abschnitt.

10.1.1 Nur wer die Natur liebt, schützt sie?

Würde man annehmen, dass man **nur** das schützt, was man liebt, dann wäre Liebe zur Natur eine notwendige Bedingung des Naturschutzes. Ohne Naturliebe ginge es nicht. Das ist falsch. Natur „braucht“ nicht unsere Wertschätzung, sie braucht lediglich, dass wir bestimmte Handlungen tun und andere unterlassen. Das kann ich, wenn ich gute Gründe dafür habe, von Menschen verlangen, ohne gleichzeitig von ihnen zu verlangen, dass sie das moralisch Gebotene auch noch gerne tun. Sie dürfen ruhig die Blume, die sie gerne gepflückt hätten, zähneknirschend stehenlassen – Hauptsache, sie lassen sie stehen.

Natürlich wäre es schöner, wenn die Befolgung von Regeln mit den Neigungen der Einzelnen zusammen gingen, wenn sie sich nicht zwingen müssten, sondern mit dem Herzen dabei wären. Ganz sicher fällt es Menschen leichter, naturschutzbedingte Einschränkungen zu akzeptieren, wenn sie die Natur, die da geschützt werden soll, schön finden, mögen oder lieben. **Normativ** jedoch ist die Frage, ob etwas erlaubt, verboten oder geboten ist, nicht davon abhängig, welche Neigungen Menschen haben.

Immanuel KANT (1965 [1785]: 15f.) unterscheidet im Hinblick auf die persönlichen Neigungen der Handelnden **pflichtgemäße Handlungen** von **Handlungen aus Pflicht**. Wenn Menschen aus Liebe zur Natur geneigt sind, sie pfleglich zu behandeln, wäre das ein pflichtgemäßes Handeln. Wenn sie dagegen aus Achtung vor einer moralischen Regel, die sie kraft ihrer Vernunft eingesehen haben, eine bestimmte Handlung tun oder lassen, nennt KANT das ein Handeln aus Pflicht. Der wesentliche Unterschied liegt dabei in der Motivation. Im ersteren Falle geht es um die Freude und das Glück des Handelnden – die Beachtung der Regel erfolgt gewissermaßen nebenbei. Im zweiten Fall geht es um die Pflichterfüllung als solche, ohne dass dem Handelnden daraus eine andere Befriedigung erwächst als die, seine Pflicht getan zu haben.

Hier begegnet uns wieder der Unterschied zwischen Strebens- und Sollensethik, der im zweiten Kapitel eingeführt wurde. Das Streben nach Glück ist etwas anderes als die Beachtung von Regeln. Ersteres darf man, es ist sogar empfehlenswert. Letzteres aber soll man. Das bedeutet: Der Naturschutz würde sich vorschnell einer wichtigen Begründung entledigen, wenn er ganz und gar auf die Neigung setzte. Handlungen zum Schutz der Natur aus Pflicht sind möglich, ja vermutlich sogar erforderlich, wenn die Natur vor Ausbeutung und Zerstörung bewahrt werden soll.

Dieses Plädoyer, die Möglichkeit von Handlungen aus Pflicht nicht aus den Augen zu verlieren, soll keineswegs so missverstanden werden, dass es auf die Neigungen gar nicht ankomme. Sowohl für die praktische Akzeptanz einer Regel als auch für das Wohlbefinden der Menschen ist es wünschenswert, dass Pflicht und Neigung zusammenfallen. Aber sie müssen es eben nicht.

10.1.2 Wer die Natur liebt, schützt sie auch?

Die zweite mögliche Lesart ist die, dass mit der Liebe zur Natur schon alles getan ist. Wer Natur kennt, der wird sie auch lieben, und wenn er sie erst liebt, dann schützt er sie auch. Liebe zur Natur wäre dann eine hinreichende Bedingung für Naturschutz. Auch das ist falsch, und zwar aus mehreren Gründen:

- Historisch entstand die Liebe zur Natur gerade aus der Naturferne.
- Empirisch schließen sich das Gefühl „Liebe“ und die Handlung „Ausbeutung“ nicht aus.
- Individuell und kollektiv ist Liebe zur Natur nur eines von vielen konkurrierenden Handlungsmotiven.

Blicken wir zurück in die **Geschichte des Naturschutzes**, dann kann der Zusammenhang zwischen Natur-Kennen, Natur-Lieben und Natur-Schützen fraglich werden. Denn historisch entstand die Liebe zur Natur gerade aus der Naturferne. Nicht die Landbevölkerung, sondern die Menschen aus der Stadt waren diejenigen, die Natur und Landschaft emotional besetzten. Wer Natur kannte, nutzte sie, und wer sie nicht kannte, liebte sie – so könnte man die Situation zugespitzt beschreiben. Die interesselose Zuwendung zu Natur, die einer ästhetischen Naturerfahrung zugrunde liegt, konnte sich nur leisten, wer aus der existentiellen Abhängigkeit von Natur befreit war. In Konflikten um die Ausweisung von Schutzgebieten ist dieser Kontrast auch heute noch virulent.

Einerseits ist es plausibel, dass eine größere Liebe zur Natur die Menschen von ihrer Zerstörung abhalten müsste. Die Hoffnung, dass aus Liebe zwangsläufig **Schutz** folge, wird jedoch ernüchtert, wenn man einschlägige empirische Daten aus dem zwischenmenschlichen Bereich anschaut. Wer Statistiken über familiäre Gewalt und Kindesmisshandlung zur Kenntnis nimmt, kann sich nicht der Illusion hingeben, Liebe schütze vor Verletzung. Dass Menschen auch – und oft gerade – diejenigen verletzen, zu denen sie die intensivste emotionale Beziehung haben, ist eine Binsenweisheit, von der selbst die Pop-Musik ein Lied singt: „You always hurt the one you love / The one you shouldn't hurt at all / You always take the sweetest rose / And crush it till the petals fall“ (Fisher und Roberts o.J.)

Wie alle tiefen Emotionen ist die Liebe zur Natur ein äußerst heterogenes und mehrdeutiges Phänomen. Sie kann sich aus sehr unterschiedlichen Erfahrungen speisen:

- Liebe aus der Erfahrung der **Abhängigkeit**: Wir brauchen Natur zum Leben.
- Liebe aus der Erfahrung von **Gemeinsamkeit**: Natur ist wie wir und wir sind wie Natur.
- Liebe aus der Erfahrung von **Differenz**: Natur ist das ganz andere.

Alle genannten Naturerfahrungen können zu Liebe führen, müssen aber nicht. Aus Abhängigkeitserfahrungen kann auch Hass resultieren, aus Ähnlichkeit Desinteresse, aus Differenz der Wunsch nach Angleichung. Diese **Ambivalenz der Gefühle** müsste Naturpädagogik leugnen,

wenn sie einen zwangsläufigen Zusammenhang von Kennen, Lieben und Schützen behaupten wollte.

Die vorgenannten Gründe erscheinen manchen vielleicht etwas weit hergeholt. Der dritte Grund, warum Liebe zur Natur keine hinreichende Naturschutzbedingung ist, ist etwas handfester: Liebe zur Natur ist eben **nicht das einzige Handlungsmotiv**. Selbst Menschen, die ehrliche und tiefe Liebe zur Natur empfinden, lieben außerdem auch noch andere Menschen, ihre Arbeit, ihr Hobby, ihre Freiheit usw. Die Zerstörung von Natur ist in vielen Fällen ein nicht-beabsichtigter Nebeneffekt von Handlungen, deren Motiv andere Vorlieben sind.

Die Befunde der Naturbewusstseinsstudien über die persönliche Bedeutung von Natur zeigen in unüberbietbarer Klarheit, dass es an grundsätzlicher Wertschätzung für die Natur nicht mangelt. Menschen schätzen die Vielfalt in der Natur. Es macht sie glücklich, in der Natur zu sein. Sie fühlen sich der Natur in ihrer Region sehr verbunden und versuchen, so oft wie möglich in der Natur zu sein. Nur ein Zehntel der Befragten fängt mit Natur nichts an (vgl. Abb. 17, Kapitel 8).

Selbst wenn wir bei diesen Angaben den Faktor der sozialen Erwünschtheit in Rechnung stellen, haben wir keine Veranlassung (und auch kein Recht), an der hier zum Ausdruck gebrachten Wertschätzung zu zweifeln. Zu glauben, wir wüssten es besser als die Befragten, nur weil sie sich nicht unseren Erwartungen entsprechend verhalten, würde der Diskursregel widersprechen, dass man einander beim Wort nimmt. Wenn Menschen bekunden, dass ihnen Natur wichtig ist, und dennoch anders handeln, dann muss man fragen, was denn in der anderen Waagschale liegt – und warum es so oft schwerer wiegt als die Liebe zur Natur.

Um die intra- und intersubjektiven Abwägungen zu begreifen, die zum andauernden Fortschreiten des Artenrückgangs, der Landschaftszerschneidung und der Biotopdegradierung führen, reicht eine emotionale Naturbeziehung allein nicht aus. Damit man sie verstehen und gegensteuern kann, muss **Emotion durch Reflexion ergänzt** werden. Die emotional motivierte gute Absicht, Natur zu schützen, ist allein nicht hinreichend. Sie bedarf zusätzlich rationaler Urteilskraft.

10.2 Naturpädagogik, Umweltbildung und BNE

Wer Natur wirksam schützen will, muss nicht nur Tiere, Pflanzen und ökologische Zusammenhänge kennen. Er oder sie muss auch unterschiedliche Naturzustände bewerten, politische und ökonomische Ursachen erkennen und die Funktionsweise moderner Gesellschaften verstehen können. Umweltbildung geht damit über Naturwissenschaftsdidaktik und Naturpädagogik hinaus. Sie umfasst auch politische, ökonomische und ethische Bildung. Mit Blick auf die erforderlichen gesellschaftlichen Veränderungsprozesse entwickelt sich die Umweltbildung zunehmend zu einer umfassenden Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) weiter. Thematisch und methodisch integriert BNE klassische Umweltbildung und globales Lernen. Konzeptionell ist sie handlungs- und problemlösungsorientiert. Sie soll sicherstellen, dass Menschen Globalisierung gestalten und steuernd in sie eingreifen können, um soziale und ökologische Fehlentwicklungen zu verhindern (ROST 2002). Der Erwerb solcher sog. Gestaltungskompetenz ist ihr zentrales Anliegen.

10.2.1 Gestaltungskompetenz

Die Bildung für nachhaltige Entwicklung ist nicht wissenszentriert, sondern zukunfts-, handlungs- und lösungsorientiert. Diese auf die Entwicklung von Fähigkeiten fokussierte Orientierung wird im Begriff der Gestaltungskompetenz auf den Punkt gebracht. Das von Gerhard DE HAAN geprägte Konzept bezeichnet „das nach vorne weisende Vermögen [...], die Zukunft von Sozietäten, in denen man lebt, in aktiver Teilhabe im Sinne nachhaltiger Entwicklung modifizieren und modellieren zu können“ (DE HAAN und HARENBERG 1999: 66). Der Erwerb von Gestaltungskompetenz ist das Lernziel von BNE. Das Online-Portal für die Umsetzung der BNE-Dekade der Vereinten Nationen in Deutschland erklärt den Begriff so:

„Mit Gestaltungskompetenz wird die Fähigkeit bezeichnet, Wissen über nachhaltige Entwicklung anwenden und Probleme nicht nachhaltiger Entwicklung erkennen zu können. Das heißt, aus Gegenwartsanalysen und Zukunftsstudien Schlussfolgerungen über ökologische, ökonomische und soziale Entwicklungen in ihrer wechselseitigen Abhängigkeit ziehen und darauf basierende Entscheidungen treffen, verstehen und individuell, gemeinschaftlich und politisch umsetzen zu können“ (DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION, DUK, o.J.).

Das Konzept der Gestaltungskompetenz stellt in mehreren Teilkompetenzen dar, was Menschen können müssen, wenn sie Gesellschaft erfolgreich gestalten wollen (Tabelle 12). Wissen, Analyse, Kritik und Reflexion sind ebenso wichtig wie das Erkennen und Lösen von Zielkonflikten, Fähigkeit zu Kooperation und Rücksichtnahme sowie Pluralität und Empathie. Damit liegt der Fokus des Konzepts erkennbar auf gesellschaftlichen und sozialen Fragen.

Tab.12: Das Konzept der Gestaltungskompetenz

Komponenten einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE), die gestaltungskompetentes Entscheiden und Handeln ausmachen (DUK.)
Weltoffen und neue Perspektiven integrierend Wissen aufbauen
Vorausschauend Entwicklungen analysieren und beurteilen können
Interdisziplinär Erkenntnisse gewinnen und handeln
Risiken, Gefahren und Unsicherheiten erkennen und abwägen können
Gemeinsam mit anderen planen und handeln können
Zielkonflikte bei der Reflexion über Handlungsstrategien berücksichtigen können
An kollektiven Entscheidungsprozessen teilhaben können
Sich und andere motivieren können, aktiv zu werden
Die eigenen Leitbilder und die anderer reflektieren können
Vorstellungen von Gerechtigkeit als Entscheidungs- und Handlungsgrundlage nutzen können
Selbstständig planen und handeln können
Empathie für andere zeigen können

10.2.2 Selber Denken: BNE in der Tradition der Aufklärung

Das Konzept der Gestaltungskompetenz schließt an das Bildungsideal der Aufklärung an. Der Fähigkeit zu eigenständiger Urteilsbildung kommt darin überragende Bedeutung zu. Nicht Kirche, Gelehrte oder Mächtige sollen den Menschen sagen, was gut und richtig ist, sondern sie

sollen selber denken und sich ein eigenes Urteil bilden können. Damit ist BNE sehr gut anschlussfähig für die Kommunikation über ethische Fragen. Denn auch hier geht es ja nicht darum, bestimmte Verhaltensweisen zu predigen, sondern darum, diskursiv zu ermitteln, welche Handlungen Menschen voneinander erwarten können und welche Haltungen sie für empfehlenswert halten.

Ein solches Bildungsideal hat Immanuel KANT 1784 in einem Aufsatz zur Frage „*Was ist Aufklärung*“ dargelegt. Ziel der Aufklärung ist es, Menschen zum selbständigen Gebrauch ihrer Vernunft zu ermutigen:

„Aufklärung ist der Ausgang des Menschen aus seiner selbst verschuldeten Unmündigkeit. Unmündigkeit ist das Unvermögen, sich seines Verstandes ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Selbstverschuldet ist diese Unmündigkeit, wenn die Ursache derselben nicht am Mangel des Verstandes, sondern der EntschlieÙung und des Mutes liegt, sich seiner ohne Leitung eines anderen zu bedienen. Sapere aude! Habe Mut dich deines eigenen Verstandes zu bedienen! ist also der Wahlspruch der Aufklärung“ (KANT 2006 [1784]: 9).

Schon Kant hat freilich gewusst, dass ein solches Bildungsverständnis ein gewaltiges Hindernis hat: Selber denken ist unbequem. Es ist sehr viel bequemer, die Entscheidung darüber, was zu tun und zu lassen ist, den Experten zu überlassen. Im Kapitel 7.2 hatte ich die Zumutung des eigenen Vernunftgebrauchs als entscheidenden Unterschied zu einer Kommunikation dargestellt, die nicht den Kopf, sondern direkt die Herzen der Menschen erreichen will. Bildung in diesem Sinne lässt sich nicht aufdrängen oder verordnen. Sie setzt Neugier, Wissensdurst und Denkbereitschaft aller Beteiligten voraus.

Nicht nur an die Lernwilligen, sondern auch an die Lehrenden stellt die aufklärerische Tradition hohe Anforderungen. Sie betreffen die **Haltung**, die Lehrende in Bildungsveranstaltungen den Lernenden gegenüber einnehmen. Jeder belehrende oder bekehrende Tonfall ist fehl am Platze. Den in der Agenda 21 geforderten und von der Bildung erwarteten Bewusstseinswandel kann man nicht erzwingen, sondern allenfalls argumentativ bewirken.

Bildung für nachhaltige Entwicklung will es Menschen ermöglichen,

- den heutigen Zustand der Erde zu kennen und seine Ursachen zu verstehen,
- den derzeitigen Zustand und mögliche Entwicklungen zu bewerten,
- Handlungsspielräume zu entdecken und
- handlungsleitende Prinzipien für sich selbst und andere zu entwickeln und zu begründen.

Die damit verbundene Last des Selber-Denkens kann und darf den Beteiligten niemand abnehmen. Diese fundamentale Eigenständigkeit des Bildungsprozesses würde verloren gehen, wenn Naturpädagogik, Umweltbildung oder BNE primär instrumentell als Mittel zur Umsetzung politischer Beschlüsse verstanden würden.

10.2.3 Integration von Naturpädagogik und BNE

Der Ansatz einer Bildung für nachhaltige Entwicklung wurde durch die UN-Weltdekade der Bildung für nachhaltige Entwicklung (2005-14) und das anschließende Weltaktionsprogramm (2015-2019) massiv gefordert und gefördert. Nach wie vor ist gleichwohl das Verhältnis zwischen Naturpädagogik und BNE nicht frei von Spannungen. Die begriffliche Eliminierung von

Natur und Umwelt im Konzept der BNE erscheint manchem Naturpädagogen als Indiz für eine programmatische Fehlentwicklung. Das Konzept der Gestaltungskompetenz mit der ihm innewohnenden Betonung kognitiver Kompetenzen halten einige für einen zu rationalen Zugang. Umgekehrt halten Akteure der BNE einer überwiegend erlebnisorientierten Naturpädagogik vor, die gesellschaftlichen Ursachen der Naturzerstörung nicht adäquat adressieren zu können. Diesem Konflikt liegen, meist unausgesprochen, auch ethische Differenzen zugrunde. Während die BNE mit dem Programm der nachhaltigen Entwicklung klar anthropozentrisch fundiert ist, finden sich in der Naturpädagogik viele Akteure mit ökozentrischen oder holistischen Auffassungen.

Der hier wieder zutage tretende Streit um den Vorrang der Vernunft oder den Vorrang des Gefühls lässt sich, wie schon im Kapitel 3 hinsichtlich der Ethik, salomonisch lösen: Es handelt sich bei Vernunft und Gefühl nicht um alternative, sondern um sich ergänzende Zugänge. Keiner von beiden ist ohne den anderen hinreichend. Der Verstand allein wäre als Handlungsmotivation zu schwach, das Gefühl allein zur Lösung allfälliger Konflikte ungeeignet. Halten wir daher nachdrücklich fest (vgl. ESER 2015b):

- Ohne Vernunft geht es nicht – aber Vernunft allein reicht nicht aus.
- Ohne Gefühl geht es nicht – aber Gefühl allein reicht nicht aus.

Der vermeintlichen Alternative von Vernunft und Gefühl habe ich im Kapitel 3 das von Ulrich GEBHARD (2016) vorgeschlagene Konzept der **Zweisprachigkeit** entgegengesetzt: Es geht darum, Gefühle wahrzunehmen, sie in ihrer Widersprüchlichkeit ernst zu nehmen und sie der Reflexion zugänglich zu machen. Die Einbeziehung der Gefühle tut dabei der Ernsthaftigkeit der Bildung keinen Abbruch. So betont Heike MOLITOR (2015: 26): „Seriosität beinhaltet immer beides: Emotion und gute Argumente“. Eine seriöse Naturpädagogik wird immer auch reflexive Elemente enthalten und eine seriöse Bildung für nachhaltige Entwicklung wird immer auch Raum für die Auseinandersetzung mit (widersprüchlichen) Gefühlen lassen.

10.3 Das Recht auf Naturbeziehung

Naturpädagogik kann einen wichtigen Beitrag zu Umweltbildung und BNE leisten. Gleichwohl muss sie aber auch in ihrer Eigenständigkeit gewürdigt werden. Während die BNE explizit und die Umweltbildung implizit stärker auf die Rolle des Einzelnen in der Gesellschaft zielen, verfolgt die Naturpädagogik nicht in erster Linie politische, sondern persönliche Ziele: Sie ermöglicht es Menschen, eine lebendige Beziehung zu Natur aufzubauen, Natur als Quelle des Glücks zu erleben oder in der Natur ästhetische und moralische Erfahrungen zu machen. Eine lebendige Beziehung zur Natur tut Menschen gut, sie erlaubt ihnen leibliche, seelische oder spirituelle Entwicklung. Menschen intensive Naturbeziehungen zu ermöglichen ist daher **an sich** gut – ohne jede weitere instrumentelle Begründung. Naturpädagogik dient primär der Persönlichkeitsbildung und erst sekundär der Umweltbildung. Naturpädagogik will und darf nicht für Zwecke des Natur- und Umweltschutzes instrumentalisiert werden. Die NATURSCHULE FREIBURG schreibt hierzu:

„In der Naturpädagogik geht es um vielfältige und intensive Naturerfahrungen, um Naturkontakt, Naturvertrautheit, Beziehung zur natürlichen Mitwelt. Wir halten Naturerfahrung und Naturkontakt für ein elementares Grundbedürfnis und Grundrecht des Naturwesens Mensch. Sie tragen Sinn und Wert in sich, ohne ‚für etwas anderes gut sein‘, ohne einem anderen Ziel dienen zu müssen“ (NATURSCHULE FREIBURG 2010: 1).

Die erhoffte Wirkung auf das praktische Umweltengagement kommt gewissermaßen im Schlepptau der Naturbeziehung. Denn eine gelebte Naturbeziehung ist ethisch nicht neutral. Wer eine Beziehung eingeht, übernimmt Verantwortung – und dieser Aspekt ist durchaus auch ein Element der Naturpädagogik.

„Beziehung beinhaltet Umgang miteinander – das schließt Verantwortung mit ein. Wenn Naturpädagogik diesen Aspekt ausklammert oder nicht beachtet, nimmt sie ihrer Arbeit ein wesentliches Stück weg und verliert an Tiefe“ (ebd.).

In diesem letzten Abschnitt sollen also die Zusammenhänge von Ethik, Naturbeziehung und Naturschutz genauer betrachtet werden.

10.3.1 Der verwandelnde Wert des Naturerlebens

In dem einleitenden Zitat zur Naturpädagogik hieß es: „Tatsächlich braucht Natur unsere auf Erfahrung gründende Wertschätzung, damit sie nicht gleichgültiger Ausbeutung oder Vernichtung zum Opfer fällt“ (WWF DEUTSCHLAND 2015: 5). Dieser Satz enthält eine wichtige Einsicht: Dass nämlich (fehlende) Wertschätzung der Natur und ihre Ausbeutung miteinander zusammenhängen. Nur ist es nicht die Natur, die die Wertschätzung durch Menschen braucht. Es sind vielmehr die Menschen selbst, denen eine größere Wertschätzung von Natur gut täte, und denen solche Wertschätzung vielleicht helfen würde, etwas sorgsamer und pfleglicher mit ihr umzugehen. Natur zu erleben, verändert Menschen und steigert (nicht immer, aber oft) ihre Naturverbundenheit. Damit wiederum wächst ihre Bereitschaft, sich für den Naturschutz zu engagieren, wobei sie dann wieder Naturerfahrungen machen, die sie weiter verändern. Der US-amerikanische Umweltethiker Bryan NORTON (1987) nennt dies den **verwandelnden Wert der Natur**. Seiner Auffassung nach ist er eines der stärksten Argumente für die Bewahrung der biologischen Vielfalt.

Der Gedanke, dass Naturerleben Menschen zum Guten verändert, ist freilich schon älter. Angelika KREBS zitiert als frühen Beleg für den pädagogischen Wert einer guten Naturbeziehung aus Immanuel Kants Grundlagenwerk „Metaphysik der Sitten“ (1797):

„In Ansehung des Schönen, obgleich Leblosen in der Natur ist ein Hang zum bloßen Zerstören (spiritus destructionis) der Pflicht des Menschen gegen sich selbst zuwider: weil es dasjenige Gefühl im Menschen schwächt oder vertilgt, was zwar nicht für sich allein schon moralisch ist, aber doch diejenige Stimmung der Sinnlichkeit, welche die Moralität sehr befördert, wenigstens dazu vorbereitet, nämlich etwas auch ohne Absicht auf Nutzen zu lieben“ (Kant zit. nach KREBS 1999: 57).

„Etwas auch ohne Absicht auf Nutzen zu lieben“, einfach weil es da ist oder weil es schön ist, können Menschen also in der Natur lernen. Diese Fähigkeit, etwas um seiner selbst willen wertzuschätzen, ist in unserer durch und durch zweckrational organisierten Welt kostbar. Völlig zurecht betont daher Norbert JUNG (2015: 19) „Umweltbildung ist [...] immer Persönlichkeitsbildung, die helfen will, dass sich intrinsische Motivationen und Werthaltungen entwickeln können.“

10.3.2 Naturverbundenheit als menschliche Grundfähigkeit

Im vierten Kapitel dieser Broschüre ging es um die Rolle von Menschenbildern für Naturschutz und Ethik. Mit Martha NUSSBAUMS Fähigkeitsansatz habe ich dort ein Konzept skizziert, das den Brückenschlag zwischen individuellen Fähigkeiten und staatlichen Aufgaben skizziert.

Martha NUSSBAUM (1999: 58) hat die „Fähigkeit, in Verbundenheit mit Tieren, Pflanzen und der ganzen Natur zu leben und pfleglich mit ihnen umzugehen“ als eine Grundfähigkeit des Menschen bezeichnet. Grundfähigkeit bedeutet: Menschen sind als Menschen zur Verwirklichung dieser Fähigkeit imstande, aber nicht verpflichtet. Wir sind fähig, in Verbundenheit mit der Natur zu leben – aber wir können auch anders. Dieser Ansatz betont, über die existentielle Abhängigkeit von Natur hinaus, die Freiwilligkeit solcher Naturverbundenheit.

Der Fähigkeitsansatz ist der Strebsethik zuzuordnen. In Verbundenheit mit der Natur zu leben und pfleglich mit ihr umzugehen, ist etwas, wonach Menschen streben sollten, wenn sie ein erfülltes und menschenwürdiges Leben führen wollen. Während die jeweiligen Naturbeziehungen selbst rein privater Natur sind, begründet die menschliche Grundfähigkeit zur Naturverbundenheit gleichwohl eine gesellschaftliche Aufgabe. Denn in der aristotelischen Philosophie, auf die NUSSBAUM aufbaut, ist es eine Aufgabe des Staates, seinen Mitgliedern das Streben nach Glück zu ermöglichen. Die US-amerikanische Unabhängigkeitserklärung erklärt das Streben nach Glück zu einem unveräußerlichen Recht des Einzelnen. Sofern es nun zum Glück des Einzelnen gehört, intensive und wertschätzende Naturbeziehungen zu erleben, resultieren aus dem Recht auf das Streben nach Glück durchaus auch staatliche Naturschutzpflichten. Allerdings sind dies keine Pflichten gegenüber der Natur, sondern Pflichten gegenüber Menschen in Ansehung der Natur, wie KANT es einst formulierte.

Eine Naturpädagogik, die Naturerleben und Naturbeziehung ermöglicht, unterstützt damit Menschen bei der Verwirklichung eines guten Rechts. Des Rechts nämlich, ihre Fähigkeit zur Naturverbundenheit zu entwickeln und so ein wahrhaft menschliches Leben zu führen.

10.3.3 Naturverbundenheit ist keine Pflicht

Naturerfahrung kann eine verwandelnde Wirkung haben: Sie kann Menschen und ihre Werte verändern, und zwar – im besten Fall – so, dass sie für den Naturschutz aktiv werden. Dieser Veränderungsprozess ist jedoch nicht zwangsläufig einer, den Menschen auch wollen müssen. „Es mag dennoch sein“, betont Konrad OTT (2015: 80), „dass manche Menschen in Bezug auf Naturerfahrungen [...] einfach ‚unmusikalisch‘ sind. Man sollte diese Menschen keinesfalls zu bedauernswerten Geschöpfen erklären und ‚zwangspädagogisieren“.

Eine Naturschutzargumentation, die darauf aufbaut, dass Naturverbundenheit eine Option des guten Lebens ist, darf dies nicht aus den Augen verlieren. Naturverbundenheit ist eben nur das: eine Option. Man darf sie verwirklichen wollen, aber man muss nicht. Im Hinblick auf das Thema Naturverbundenheit sind objektivierende Aussagen mit besonderer Vorsicht zu treffen. Denn wenn objektiv feststünde, was ein gelingendes Leben ausmacht, dann könnte man objektiv wertvollere von weniger wertvollen Lebensentwürfen unterscheiden. Die Politik tut dies mit gutem Grund nicht. Jede und jeder darf nach seiner/ihrer Fassung selig werden – solange er oder sie nicht andere dadurch beeinträchtigt.

Mit einer glücksethischen Argumentation hat die Philosophin Angelika KREBS (2012) bei einem Workshop im Bundesamt für Naturschutz drei Rechte auf Natur postuliert:

- ein Recht auf Natur als Heimat
- ein Recht auf schöne und erhabene Natur
- ein Recht auf Natur als stimmungsvollen Raum

Zur Begründung dieser Rechte hat sie „Freude an der Natur“ und „Liebe zur Heimat“ als Tugenden ausgewiesen und die Übernutzung von Natur als Ausdruck eines verfehlten Strebens nach Gleichheit interpretiert.

„Denn hinter dem die Natur über- oder vernutzenden und von der Wirtschaft und dem verfehlten und uneingelösten Versprechen auf Gleichheit angestachelten Immer-Mehr und So-viel-wie-die-Anderen stecken Gier und Neid, also falsche Bedürfnisse (Laster), während hinter der Freude an der Natur und der Liebe zur Heimat wahre Bedürfnisse (Tugenden) und damit überindividuell schützenswerte Dimensionen des guten menschlichen Lebens stehen“ (KREBS 2012: 13).

Nicht zufällig fühlt man sich bei dieser Argumentation an RUDORFFs Gegenüberstellung von „Schlichtheit, Friede und Freude“ auf der einen Seite und „Strebertum und Scheinwesen“ auf der anderen erinnert (siehe Kapitel 1). Die Unterscheidung wahrer und falscher Bedürfnisse ist bei weitem nicht so evident, wie sie hier erscheint. Sie würde eine normative Anthropologie voraussetzen, die strittig und politisch brisant ist. Denn objektive Menschenbilder wollen etwas vorschreiben, was in einem freiheitlichen Gemeinwesen ins Belieben des Einzelnen gestellt ist: wie man sein Leben führen will. Damit haben sie einen gefährlichen Hang zum Totalitären.

So sehr vielen eine wertschätzende und rücksichtsvolle Beziehung zur Natur als Bestandteil eines gelingenden Lebens erscheinen mag: die Benutzung des Arguments der Naturverbundenheit darf nicht dazu führen, dass Menschen, die ihre Lebensziele anders setzen, als moralisch defizitär gelten.

10.4 Kurz und bündig: Naturverbundenheit ist ein Recht, keine Pflicht

Mythos: „Wer die Natur liebt, schützt sie“

Richtig ist

- Mit der Liebe zur Natur steigt die **Neigung**, pfleglich mit ihr umzugehen.
- Eine lebendige Naturbeziehung fördert das **Gedeihen** von Menschen.
- Die Fähigkeit zur Naturverbundenheit ist eine menschliche Fähigkeit, auf deren Verwirklichungsmöglichkeit Menschen **Anspruch** erheben können.
- Der **verwandelnde** Wert des Naturerlebens steht außer Frage.

Wichtig ist

- **Liebe zur Natur** ist weder notwendig noch hinreichend für Naturschutz.
- Eine moralische **Pflicht** zum Schutz hängt nicht von der Neigung der Individuen ab.
- Naturliebe ist nicht das **einzige** Gefühl, das Menschen zum Handeln motiviert.
- **Umweltbildung** muss auch ökonomische und politische Bildung sein.
- **Bildung für nachhaltige Entwicklung** will Menschen befähigen, gesellschaftliche Veränderungen mitzugestalten.
- Den wiederholt angestrebten „**gesellschaftlichen Wertewandel**“ kann man nicht durch Bildung herbeiführen. Bildung und Kommunikation sind Prozesse mit offenem Ausgang.
- **Naturverbundenheit** ist ein Recht und keine Pflicht. Ihr Fehlen stellt keinen moralischen Makel dar.

11 Mythos „Naturschutzkommunikation schafft Akzeptanz“

Naturschutzkommunikation ist motiviert von dem Wunsch, mit den Mitteln der Kommunikation mehr Menschen für den Naturschutz zu gewinnen und sie zum Mitmachen zu bewegen. Sie ist kein Selbstzweck, sondern verfolgt ganz praktische Ziele. Unter der Überschrift „Ziele und Strategien von Naturschutzkommunikation“ heißt es hierzu im *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation*:

„Die zentralen kommunikativen Zielsetzungen des Naturschutzes lassen sich wie folgt charakterisieren: die Schaffung von Akzeptanz für Bedürfnisse und Maßnahmen des Naturschutzes, die Veränderung der Einstellungen und des Handelns von Menschen sowie die Beeinflussung politischer Entscheidungsprozesse“ (ADOMSENT 2007: 431).

Diese Zielbestimmung scheint repräsentativ für das Feld. Die meisten Akteure der Naturschutzkommunikation werden ihr weitgehend zustimmen. Ich möchte sie daher zum Ausgangspunkt für ein **resümierendes Schlusskapitel** machen, das wesentliche Argumente der vorliegenden Broschüre im Hinblick auf die drei hier formulierten Ziele zusammenfasst. Es geht dabei um:

- die Schaffung von Akzeptanz (Kapitel 11.1),
- die Veränderung der Einstellungen und des Handelns (Kapitel 11.2) und
- die Beeinflussung politischer Entscheidungsprozesse (Kapitel 11.3).

Alle drei Wünsche sind nachvollziehbar und legitim: Wer immer in Kommunikation eintritt, tut dies in der Annahme und Absicht, damit etwas beim Gegenüber zu bewirken. Das gilt freilich für beide Seiten: Auch die Gegenseite möchte mit den Mitteln der Kommunikation Akzeptanz für ihre Position schaffen, die Einstellungen der anderen Seite verändern und politische Entscheidungsprozesse in ihrem Sinne beeinflussen. Eine verständigungsorientierte Kommunikation ist ergebnisoffen. Welche Auffassung sich „durchsetzt“, steht nicht vor vornherein fest, sondern wird diskursiv geklärt. Wir müssen davon ausgehen, dass nicht nur wir, sondern auch die anderen davon überzeugt sind, gute Argumente für ihre Position zu haben. Welches Argument im Diskurs von allen akzeptiert wird, haben wir nicht in der Hand. Unter dieser Maßgabe ist die Zielstellung zu differenzieren: Wir dürfen uns bemühen, diese Ziele zu erreichen, wir dürfen auch hoffen, diese Ziele zu erreichen – erwarten aber dürfen wir es nicht. Umweltkommunikation führt nicht zwangsläufig zu den gewünschten Zielen. Denn die Sicht der Anderen kann, wird und darf sich im Ergebnis der Kommunikation niederschlagen.

11.1 „Schaffung von Akzeptanz“

In den 1990er Jahren veranstaltete die Stuttgarter Akademie für Technikfolgenabschätzung zahlreiche Bürgerforen. Ziele dieser Partizipationsverfahren war es, Bürgergutachten zu erstellen, die beratende Funktion für die politischen Entscheidungsträger haben sollten (AKADEMIE FÜR TECHNIKFOLGENABSCHÄTZUNG 1995). An zwei dieser Foren, zu den Themen „Gentechnik – eine Chance für die Zukunft?“ und „Klimaverträgliche Energieversorgung“, habe ich als Moderatorin mitgewirkt. Aus eigener Erfahrung weiß ich daher, dass die Befürchtung, die ganze Veranstaltung diene lediglich der Akzeptanzbeschaffung, eines der größten Hindernisse für die Mitwirkung engagierter Personen an solchen Verfahren ist.

Wenn die ausdrückliche Zielstellung von Kommunikation die Schaffung von Akzeptanz ist, dann wird Kommunikation als Einbahnstraße gedacht. Bedenken und Einwände, so scheint es, sind unbegründet bzw. durch sachliche Information auszuräumen. „Wenn wir den Menschen nur hinreichend gut erklären, was wir wollen, dann werden sie zum Schluss schon einverstanden sein“ – diese Hoffnung liegt oft dem Ruf nach mehr Partizipation zugrunde. Zur Debatte steht nicht mehr das „ob“, sondern allenfalls noch das „wie“ einer von der Politik geplanten Maßnahme.

Solche „Inszenierungen“ von Partizipation, bei denen Menschen, die Bedenken äußern, von vornherein chancenlos sind, kennen Naturschutzaktive aus eigener Anschauung zur Genüge. Wer Akzeptanzbeschaffung bei Bahnhöfen oder Flughäfen kritisiert, darf, wenn es um die eigene Sache geht, nicht selbst Akzeptanz schaffen wollen. Aus ethischer Perspektive darf Kommunikation nicht für von vornherein feststehende Ziele instrumentalisiert werden. Kommunikation dient nicht der Schaffung von Akzeptanz, sondern der Klärung der Akzeptabilität einer Maßnahme oder Regelung. Dieser Unterschied ist für die Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz grundlegend.

11.1.1 Instrumentalisierung von Kommunikation

Selbstredend erhofft sich der Naturschutz von Kommunikation, dass die Personen, die daran beteiligt sind, am Ende größeres Verständnis für den Naturschutz haben. Umgekehrt ist ein Ergebnis ernsthafter Kommunikation aber auch, dass der Naturschutz die Lebenswirklichkeiten, Wertvorstellungen und Handlungsmotive der Angesprochenen besser versteht. Verständigungsorientierte Kommunikation ist ergebnisoffen.

Der Unterschied zwischen erfolgsorientierter und verständigungsorientierter Kommunikation wurde in Kapitel 7 ausführlich behandelt. Einer verständigungsorientierten Kommunikation geht es gerade nicht um eine Beeinflussung des Gegenübers, sondern um wirkliche Verständigung (HABERMAS 1990). Wird Kommunikation für politisch gesetzte Zwecke instrumentalisiert, dann werden auch die Menschen, die für solche Prozesse Zeit und Energie aufwenden, instrumentalisiert. Und das ist aus moralischen Gründen nicht erlaubt.

Im wissenschaftlichen Vertiefungsbericht zur Naturbewusstseinsstudie 2013 wird folgende Empfehlung für die Kommunikation mit der Zielgruppe des sogenannten Prekären Milieus gegeben:

„Der Satzbau sollte klar, einfach, direkt und auch direktiv sein, mit einer klaren und höflichen Tonalität. Die Prekären möchten ernst genommen werden und erwarten, dass ihnen zugehört wird – wenn sie hingegen das Gefühl haben, arrogant behandelt zu werden, ziehen sie sich zurück“ (BFN 2015: 86).

Dass Menschen ernst genommen werden wollen, gilt sicher nicht nur für die angesprochene Zielgruppe, sondern für alle Menschen, die sich auf Kommunikationsprozesse einlassen. Es handelt sich dabei nicht lediglich um eine beliebige Präferenz, sondern um einen berechtigten Anspruch: Wer an Kommunikation beteiligt wird, hat ein **Recht** darauf, ernst genommen zu werden.

11.1.2 Akzeptanz und Akzeptabilität

Der Unterschied zwischen Akzeptanz und Akzeptabilität ist für die Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz grundlegend. „Akzeptanz bedeutet, dass irgendetwas Anerkennung in der breiten Bevölkerung findet; Akzeptabilität besagt, dass etwas Anerkennung aufgrund guter Gründe verdient.“ So erklärt Konrad OTT (2002: 75) den Unterschied zwischen beiden Begriffen.

Hier begegnet uns wieder die Differenz von Sein und Sollen, die im vierten Kapitel ausführlich behandelt wurde. Moralische Regeln gelten „kontrafaktisch“. Ob Menschen eine Regel als gut begründet anerkennen, ist eine andere Frage, als die, ob sie auch praktisch nach dieser Regel handeln. Das hat, unter anderem, mit der Differenz zwischen kollektiven und distributiven Interessen aller zu tun. Wie Julian NIDA-RÜMELIN (2011) anschaulich erläutert, bezweifeln in vielen Fällen auch die Menschen, die sich nicht an eine Regel halten, grundsätzlich nicht die Geltung der Regel. Auch wer sich gezwungen sieht, zu stehlen und zu betrügen, würde lieber in einer Gesellschaft leben, in der nicht gestohlen und betrogen wird (hierzu ausführlich Kapitel 8.4.2). Dass Menschen Regeln prinzipiell anerkennen und gleichwohl subjektiv gute Gründe haben, sich von der Regel auszunehmen, ist auch empirisch gut belegt (siehe hierzu ADOMSSENT 2016).

Die Diskrepanz zwischen prinzipieller und faktischer Anerkennung ist also kein Spezifikum des Naturschutzes, sie springt nur hier besonders ins Auge. Die prinzipielle Anerkennung des Naturschutzes ist durch die Naturbewusstseinsstudien klar belegt. Dem Satz „*Es ist die Pflicht des Menschen, die Natur zu schützen*“ stimmen in der Befragung von 2013 beeindruckende 95 Prozent der Befragten zu. Dagegen stößt der Satz „*Der Mensch hat das Recht, die Natur zu seinem Nutzen zu verändern*“ mit nur 40 Prozent auf vergleichsweise geringe Zustimmung (BMUB und BFN 2014: 42).

Nichtsdestotrotz stoßen Maßnahmen zum Schutz der Natur vor Ort auf gelegentlich geradezu erbitterten Widerstand. An praktischer Akzeptanz fehlt es nach wie vor. Für die Differenz zwischen der Anerkennung grundsätzlicher Akzeptabilität und (praktischer) Akzeptanz insbesondere bei Großschutzgebieten führt OTT (2002) in Anlehnung an ein Gutachten des Sachverständigenrats für Umweltfragen (SRU 2002, Kap. 3) fünf Gründe an:

- ökonomische Nachteile bzw. ungünstige Rahmenbedingungen finanzieller und organisatorischer Art,
- mangelnde Vertrautheit mit Naturschutzziele,
- konträre Werthaltungen und Überzeugungen,
- Kommunikationsformen, die von den Beteiligten als unbefriedigend oder als autoritär erlebt werden,
- Angst vor Verhaltenseinschränkungen, Bevormundung und Fremdbestimmung

Naturschutzkommunikation muss alle diese Gründe ernst nehmen und adressieren. Nachteile für die Einzelnen lassen sich zwar nicht weg reden. Aber man kann und muss darüber reden, ob (und warum) sie zumutbar sind oder nicht bzw. um welcher und um wessen Vorteile willen die Nachteile in Kauf genommen werden sollen. Was sinnvolle und wünschenswerte Naturschutzziele sind, muss ebenso Gegenstand der Kommunikation sein wie die zugrundeliegenden Werthaltungen und Überzeugungen. Eine verständigungsorientierte Kommunikation ist

weder autoritär noch bevormundend. Sie prüft vielmehr ergebnisoffen die Akzeptabilität von Verhaltenseinschränkungen, ohne zu behaupten, dass sie damit deren Akzeptanz herstellen kann.

11.2 „Veränderung der Einstellungen und des Handelns“

Vor dem Hintergrund, dass die Angst vor Verhaltenseinschränkungen, Bevormundung und Fremdbestimmung einer der Gründe für fehlende Akzeptanz ist, gewinnt die „Veränderung der Einstellungen und des Handelns von Menschen“ als Zielsetzung der Naturschutzkommunikation eine gewisse Brisanz. Ganz entscheidend ist hier die Frage nach dem Subjekt dieser Veränderung: Wer ändert wen? Ganz unmissverständlich muss hier klargestellt werden: Nur die Menschen selbst können ihre Einstellungen und ihr Handeln verändern.

11.2.1 Veränderung ermöglichen: Die Rolle der Bildung

Im zehnten Kapitel habe ich in der Tradition der Aufklärung das Motto „Selber denken“ zum Leitbild der Umweltbildung und der Bildung für nachhaltige Entwicklung erklärt. Bilden kann sich, wie der Philosoph Peter BIERI es formuliert hat, nur jeder selbst:

„Bildung ist etwas, das Menschen mit sich und für sich machen: Man bildet sich. Ausbilden können uns andere, bilden kann sich nur jeder selbst. Eine Ausbildung durchlaufen wir mit dem Ziel, etwas zu können. Wenn wir uns dagegen bilden, arbeiten wir daran, etwas zu werden – wir streben danach, auf eine bestimmte Art und Weise in der Welt zu sein“ (BIERI 2007: 26).

Wer danach strebt, auf eine bestimmte Art und Weise in der Welt zu sein, wird seine Haltungen und Handlungen prüfen und gegebenenfalls verändern. Bei dieser Arbeit, diesem eigenmächtigen Streben, kann Umweltbildung Menschen in vielfältiger Weise unterstützen. Sie kann:

- Naturerfahrungen ermöglichen
- Wissen über Natur vermitteln
- Wissen über die Funktionsweise moderner Gesellschaften vermitteln
- ökonomisches Wissen vermitteln
- unterschiedliche Ansichten und Perspektiven zur Sprache bringen
- Reflexionsprozesse anregen
- nach Motiven, Wertvorstellungen und normativen Überzeugungen fragen
- zu eigenständiger Urteilsbildung befähigen und ermutigen
- nach dem Sinn des Lebens fragen
- zum Philosophieren anregen

Das eigene Denken kann und darf die Umweltbildung den Menschen, die sich auf diesen Weg machen, nicht abnehmen.

11.2.2 Veränderung ermöglichen: Die Rolle von Institutionen

Wer Einstellungen und Handlungen verändern will, muss zunächst einmal anerkennen, dass die einen nicht notwendig mit den anderen zusammen hängen. Mit dem Brecht'schen Einwand „doch die Verhältnisse, sie sind nicht so“ hatte ich weiter vorn illustriert, dass viele Menschen eigentlich bestimmte Dinge gut und richtig finden, sich aber durch die Rahmenbedingungen gehindert sehen, sie auch zu tun.

Die Aufgabe der Naturschutzkommunikation darf man daher nicht auf die Einstellungen und Handlungen von Menschen beschränken, sondern muss auch den institutionellen Rahmen in den Blick nehmen. Selbst bei naturfreundlichen Einstellungen, wie sie die Naturbewusstseinsstudien ja seit Jahren belegen, können institutionelle Rahmenbedingungen die tatkräftige Umsetzung dieser Einstellungen behindern oder aber erleichtern. Dieses Thema wurde ausführlich im Kapitel 9 behandelt.

Gerade hier ist in der Naturschutzkommunikation auch die Bereitschaft zum Zuhören gefragt: Denn die Menschen selbst können am ehesten herausfinden, was sie im Alltag davon abhält, ihre selbst bekundete Liebe zur Natur praktisch werden zu lassen. Ein wichtiges Thema der Naturschutzkommunikation ist damit nicht nur die Frage „Was kann ich tun?“, sondern vor allem die Frage „Was muss getan werden, damit ich auch tun kann, was ich für richtig halte?“ und „Wer genau kann das tun?“. Um die für einen wirksamen und dauerhaften Naturschutz erforderlichen gesamtgesellschaftlichen Veränderungen in Gang zu setzen, braucht es nicht nur die individuelle, sondern eine umfassende Perspektive.

11.2.3 Die Freiheit der Andersdenkenden

Eine Umweltbildung, deren Selbstverständnis es ist, Veränderungsprozesse zu ermöglichen, muss zulassen, dass Menschen ihren eigenen Kopf haben und eigene Wege gehen. Sie belehrt nicht und sie bekehrt nicht, sondern sie ermöglicht, gestattet und fordert eigenständige Urteilsbildung. Damit kann sie an den sog. *Beutelsbacher Konsens* (WEHLING 1977) anknüpfen, der in den 1970er Jahren die Grundsätze der politischen Bildung formuliert hat (siehe Tabelle 13, hierzu ausführlich OVERWIEN 2016).

Ein Grundsatz dieses Konsenses ist das sogenannte **Überwältigungsverbot**. Vor dem Hintergrund des Kalten Krieges und andauernder ideologischer Kontroversen war es den in diesem Feld Tätigen wichtig sicherzustellen, dass Personen, die an Bildungsveranstaltungen teilnehmen, sich ihr eigenes Urteil bilden können. Dazu gehört es auch, strittige Auffassungen als solche zu kennzeichnen (Kontroversitätsgebot) und adressatenspezifische Handlungsspielräume zu identifizieren (Orientierung an den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, Tab. 12, WEHLING 1977: 179f.). Diese Grundsätze haben an Aktualität nicht verloren. Gerade weil der Bildung für den Prozess einer nachhaltigen Entwicklung eine so große Bedeutung beigemessen wird, muss manchmal daran erinnert werden. In der „Agenda 21“ heißt es über die erforderliche Neuausrichtung der Bildung:

„Sowohl die formale als auch die nichtformale Bildung sind unabdingbar für die *Herbeiführung eines Einstellungswandels* bei den Menschen, damit sie über die Voraussetzungen verfügen, die Dinge, um die es ihnen im Zusammenhang mit der nachhaltigen Entwicklung geht, zu bewerten und anzugehen. Sie sind auch von entscheidender Bedeutung für die *Schaffung eines ökologischen und eines ethischen Bewusstseins*, von Werten und Einstellungen, Fähigkeiten und Verhaltensweisen, die mit einer nachhaltigen

Entwicklung vereinbar sind, sowie für eine wirksame Beteiligung der Öffentlichkeit an der Entscheidungsfindung“ (BMU 1992: 329, Hervorhebung UE).

Dass Menschen, die an Bildungsveranstaltungen teilnehmen, **Subjekte und nicht Objekte der Veränderung** sind, darf auch angesichts drängender Probleme nicht in Vergessenheit geraten.

Tab. 13: Der Beutelsbacher Konsens

Drei Grundprinzipien Politischer Bildung
I. Überwältigungsverbot
„Es ist nicht erlaubt, den Schüler– mit welchen Mitteln auch immer – im Sinne erwünschter Meinungen zu überrumpeln und damit an der ‚Gewinnung eines selbständigen Urteils‘ zu hindern. Hier genau verläuft nämlich die Grenze zwischen Politischer Bildung und <i>Indoktrination</i> . Indoktrination aber ist unvereinbar mit der Rolle des Lehrers in einer demokratischen Gesellschaft und der – rundum akzeptierten – Zielvorstellung von der Mündigkeit des Schülers.“
II. Kontroversitätsgebot
„Was in Wissenschaft und Politik <i>kontrovers</i> ist, muss auch im Unterricht kontrovers erscheinen. Diese Forderung ist mit der vorgenannten aufs engste verknüpft, denn wenn unterschiedliche Standpunkte unter den Tisch fallen, Optionen unterschlagen werden, Alternativen unerörtert bleiben, ist der Weg zur Indoktrination beschritten. Zu fragen ist, ob der Lehrer nicht sogar eine <i>Korrekturfunktion</i> haben sollte, d. h. ob er nicht solche Standpunkte und Alternativen besonders herausarbeiten muß, die den Schülern (und anderen Teilnehmern politischer Bildungsveranstaltungen) von ihrer jeweiligen politischen und sozialen Herkunft her fremd sind. [...]“
III. Orientierung an den Teilnehmenden
„Der Schüler muß in die Lage versetzt werden, eine <i>politische Situation</i> und seine <i>eigene Interessenlage</i> zu <i>analysieren</i> , sowie nach Mitteln und Wegen zu suchen, die vorgefundene politische Lage im Sinne seiner Interessen zu beeinflussen. Eine solche Zielsetzung schließt in sehr starkem Maße die Betonung <i>operationaler Fähigkeiten</i> ein, was eine logische Konsequenz aus den beiden vorgenannten Prinzipien ist. [...]“ (WEHLING 1977:179, Herv. i.O.)

11.3 „Beeinflussung politischer Entscheidungsprozesse“

Die Frage, wie Menschen mit Natur umgehen, wird in der Naturschutzkommunikation (allzu) häufig als Frage der persönlichen Haltung behandelt. Zu dieser Entpolitisierung und damit einhergehenden Moralisierung der Umweltthematik hat die Umweltethik ihr Scherflein beigetragen, indem sie jahrzehntelang die ideelle Frage nach dem richtigen Verhältnis „des Menschen“ zur Natur diskutiert, und dabei die Frage nach den materiellen Ursachen ihrer Übernutzung vernachlässigt hat. Die dritte Zielbestimmung der Naturschutzkommunikation fordert daher zurecht eine Re-Politisierung dieses individualisierten Diskurses.

Neben der Schaffung von ökologischem Bewusstsein und ethischem Bewusstsein liegt in der Schaffung eines politischen Bewusstseins eine wichtige Aufgabe der Naturschutzkommunikation. Wer politische Entscheidungsprozesse beeinflussen will, muss in der Naturschutzkommunikation Raum für die Frage schaffen, wie das denn geht. Denn nicht nur die gewählten Politikerinnen und Politiker machen Politik, sondern alle Bürgerinnen und Bürger – und zwar nicht nur mit dem Stimmzettel und auch nicht nur mit dem Warenkorb.

Eine besondere Herausforderung der Naturschutzkommunikation liegt dabei in der wachsenden Skepsis gegenüber der Problemlösefähigkeit freiheitlicher Demokratien. Mehr noch als an ihrer Selbstwirksamkeit scheinen die Menschen an der Wirksamkeit politischer Steuerung zu zweifeln. Die Kurzfristigkeit von Wahlperioden erachten viele als Hindernis für eine langfrist-orientierte Politik und nicht wenige wünschen sich für eine schnellere und reibungslosere Durchsetzung von Naturschutzinteressen eine Regierung, die keine demokratischen Rücksichten nehmen muss. Bei einem Workshop des BfN zum Thema *Naturschutz heute – eine Frage der Gerechtigkeit* (MÜNBERG und DAMSA-ARD 2013) fiel in der Diskussion der Satz: „Naturschutz ist mit demokratischen Mitteln nicht machbar!“ Diese besorgniserregende Einschätzung erntete kaum Widerspruch.

Für alle, die Naturschutz nicht gegen die Bevölkerung, sondern mit ihr durchsetzen wollen, sind Naturschutz und Demokratie keine sich ausschließenden Gegensätze. Dennoch gibt es Aspekte des Naturschutzes, die eine Nähe zu antidemokratischen Weltanschauungen haben. Der Vorrang des Gemeinwohls vor den Interessen von Individuen beispielsweise gehört dazu. Auch allgemeingültige Auslegungen dessen, was ein gelingendes Leben ausmacht, sind ideologieanfällig. Im Naturschutz geht es eben nicht nur um das Verhältnis von Mensch und Natur, sondern auch um das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft sowie das Verhältnis von Freiheit und Rücksichtnahme (hierzu ausführlich Kapitel 4). Angesichts einer erstarkenden politischen Rechten, die zunehmend das Thema Naturschutz für sich vereinnahmt, ist eine besondere Sensibilität für solche weltanschaulichen Schnittflächen erforderlich.

Der Berufsverband Beruflicher Naturschutz hat dem brisanten Thema Rechtsextremismus 2013 eine eigene Fachtagung gewidmet. Im Hinblick auf die damit verbundenen politischen Herausforderungen konstatierte dort Arnim BECHMANN:

„Um sich deutlich und wirksam gegen eine Instrumentalisierung von Rechts abzugrenzen, ist der Natur- und Umweltschutz gefordert, sich eine durchgängig demokratische, selbstkritisch-aufklärerische und in der Sache zukunftsangemessene Orientierung zu geben und nach ihr zu handeln“ (BECHMANN 2013: 32).

Der Forderung nach einer demokratischen Orientierung schließt sich auch Konrad Ott an:

„Die Umweltethik empfiehlt dem Naturschutz keinen apokalyptischen Grundton, sondern rät, die Einstellung von Max Weber mit der von Ernst Bloch zu verbinden. Mit Max Weber sollte man politisches Handeln als ein mühseliges Bohren dicker Bretter begreifen. Mit Ernst Bloch sollte man ins Gelingen verliebt sein, und nicht insgeheim ins Scheitern. Vor allem sollte man die Möglichkeiten (an)erkennen, im Rahmen parlamentarischer Demokratie langfristig angelegte Querschnittsthemen wie den Naturschutz bearbeiten zu können“ (OTT 2015: 252).

Es ist und bleibt eine Herausforderung für die Naturschutzkommunikation, zwischen den unterschiedlichen Logiken unterschiedlicher sozialer Systeme zu vermitteln (LUHMANN 1990). Die Eigenlogik des politischen Systems ist eine andere als die der Ethik, die der Wissenschaft oder die der Wirtschaft.

- Die Wissenschaft will wissen, was wahr ist und was nicht.
- Die Ethik fragt nach Richtig und Falsch oder nach Gut und Böse.
- Die Wirtschaft funktioniert nach der Logik „lohnt sich/lohnt sich nicht“.
- Politik folgt der Logik „ist mehrheitsfähig/ist nicht mehrheitsfähig“.

Diese unvereinbaren Logiken stellen die Geduld engagierter Natur- und Umweltschützer immer wieder auf eine harte Probe. „Wenn es doch gut ist, warum tut man's dann nicht?“, „Wenn es doch falsch ist, warum macht die Politik es trotzdem?“ Diese Ungeduld ist angesichts der Dringlichkeit der anstehenden Probleme verständlich. „Der Worte sind genug gewechselt, lasst mich auch endlich Taten sehn!“ – So wünschen sich manche Naturschutzengagierte angesichts endloser Debatten entnervt, es möge endlich etwas Nützliches geschehen. Diesem Drängen kann die Kommunikation über Ethik im Naturschutz bei allem Verständnis allenfalls die Frage des Philosophen Hans-Georg Gadamer entgegen halten: „Gibt es denn schnellere Lösungen als vernünftige?“ (zit. in BERNET 2016).

Wer politische Entscheidungen zugunsten des Naturschutzes beeinflussen will, muss dafür sorgen, dass sich damit Wahlen gewinnen lassen. Wer ökonomische Entscheidungen zugunsten des Naturschutzes verändern möchte, muss zeigen können, dass es sich lohnt. Und wer individuelle Entscheidungen zugunsten des Naturschutzes ändern will, muss begründen können, warum es richtig ist, zugunsten anderer auf eigenen Vorteile zu verzichten, und warum es gut ist, eine lebendige Beziehung zur Natur zu haben und pfleglich mit ihr umzugehen. Allen drei Aufgaben stellt sich die Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz.

11.4 Kurz und bündig: Naturschutzkommunikation ist ergebnisoffen

Mythos „Naturschutzkommunikation schafft Akzeptanz“

Richtig ist

- Selbstverständlich trete ich in die Kommunikation ein, weil ich hoffe, die anderen auf meine Seite zu bringen, von meiner Sicht der Dinge zu **überzeugen** und sie für meine Sache zu gewinnen. Sonst würde ich ja gar nicht anfangen zu reden.

Wichtig ist

- Kommunikation ist **wechselseitig** und verständigungsorientiert.
- Ich muss mich darauf einstellen, dass die Person, mit der ich rede, mich ebenfalls von ihrer (anderen) Sicht der Dinge überzeugen will.
- Wenn ich diese Absicht nicht anerkenne und der einzig denkbare „Gesprächserfolg“ die Übernahme meiner Einstellung durch die anderen Diskursbeteiligten wäre, wäre **echte Verständigung** von vornherein ausgeschlossen.
- **BNE** umfasst ökologische, ökonomische, globale, politische und ethische Bildung.
- Als politische Bildung beachtet BNE das **Überwältigungsgebot** und stellt die Selbstbildung in den Vordergrund.
- Als politisches Anliegen braucht Naturschutz eine **demokratische, (selbst)kritische und aufklärerische** Orientierung.

Literaturverzeichnis

- ADOMBENT, Maik (2007): Naturschutzkommunikation. In: G. MICHELSEN und J. GODEMANN (Hg.): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage. München: oekom, S. 430-440.
- ADOMBENT, Maik (2016): Von Besserwissern, Moralaposteln und Tugendwächtern: Woran Kommunikation über Ethik scheitern kann. In: U. ESER (Hg.): Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Dokumentation des gleichnamigen Workshops in Hohenheim am 8./9./10.2015. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten), i.p.
- AKADEMIE FÜR TECHNIKFOLGENABSCHÄTZUNG IN BADEN-WÜRTTEMBERG (1995): Bürgergutachten Biotechnologie, Gentechnik - eine Chance für die Zukunft? Unter Mitarbeit von Detlef Garbe. Stuttgart.
- ALDI SÜD (2015): Einfach ist mehr. – URL: <https://www.einfach-ist-mehr.de/>, letzter Zugriff am 25.01.2016.
- BACHMANN, Andreas und HERRMANN, Michael (2011): Biodiversitätsstrategie Schweiz. Dialogforum Ethik. Bundesamt für Naturschutz. Stuttgart-Hohenheim, 03.03.2011. – URL: <http://biologischevielfalt.de/10348.html>, letzter Zugriff am 15.12.2015.
- BECHMANN, Arnim (2013): Plädoyer für aufgeklärte politische Salutogenese - als Antwort nach "Rechts". Inwieweit ist der heutige Rechtsextremismus eine Bedrohung für den Natur- und Umweltschutz? Welche Chance bietet die Auseinandersetzung mit ihm? Thesenpapier zur Fachtagung Naturschutz und Rechtsextremismus. Berufsverband Beruflicher Naturschutz. Online verfügbar unter http://www.bbn-online.de/fileadmin/AK_Naturschutzgeschichte/NatSchutz_und_Rechtsextremismus/end-bechmann.pdf.
- BERNET, Walter (2016): Was machen Terror und Flüchtlinge aus uns? Debatte im Zürcher Großmünster. Neue Zürcher Zeitung, 08.02.2016. – URL: <http://www.nzz.ch/zuerich/was-machen-terror-und-fluechtlinge-aus-uns-1.18691488>.
- BIERHALS, Erich (1984): Die falschen Argumente? - Naturschutzargumente und Naturbeziehung. In: Landschaft + Stadt 16 (1/2), S. 117-126.
- BIERI, Peter (2007): Bildung beginnt mit Neugierde. ZEIT-Magazin Leben 2007 (32), S. 26-27. Online verfügbar unter <http://www.zeit.de/2007/32/Peter-Bieri/komplettansicht>.
- BIRNBACHER, Dieter (Hg.) (1980): Ökologie und Ethik. Stuttgart: Reclam.
- BIRNBACHER, Dieter (Hg.) (1997): Ökophilosophie. Stuttgart: Reclam.
- BIRNBACHER, Dieter (2004): ‚Fernstenliebe‘ oder Was motiviert uns, für die Zukunft Vorsorge zu treffen? In: R. DÖRING und M. RÜHS (Hg.): Ökonomische Rationalität und praktische Vernunft. Gerechtigkeit, Ökologische Ökonomie und Naturschutz. Eine Festschrift anlässlich des 60. Geburtstags von Ulrich Hampicke. Würzburg: Königshausen & Neumann, S. 21-36.
- BRICKWEDDE, Fritz und PETERS, Ulrike (2002): Umweltkommunikation - vom Wissen zum Handeln. Berlin: Schmidt (Initiativen zum Umweltschutz, 44).
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (BfN) (2015): Naturbewusstsein 2013. Wissenschaftlicher Vertiefungsbericht. Bonn.
- BUNDESAMT FÜR UMWELT (BAFU) (2012): Strategie Biodiversität Schweiz. – URL: www.bafu.admin.ch/ud-1060-d, letzter Zugriff am 15.12.2015.

- BUNDESMINISTERIUM DER JUSTIZ UND FÜR VERBRAUCHERSCHUTZ (29.07.2009): Bundesnaturschutzgesetz. BNatSchG, Zuletzt geändert durch Art. 421 V v. 31.08.2015 I 1474. – URL: https://www.gesetze-im-internet.de/bnatschg_2009/BJNR254210009.html, letzter Zugriff am 10.02.2016.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (BMU) (Hg.) (1992): Übereinkommen über die biologische Vielfalt. – URL: http://www.dgvn.de/fileadmin/user_upload/DOKUMENTE/UN-Dokumente_zB_Resolutionen/UEbereinkommen_ueber_biologische_Vielfalt.pdf, letzter Zugriff am 04.02.2016.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (BMU) (Hg.) (1992): *Agenda 21*. – URL: <http://www.bmub.bund.de/fileadmin/bmu-import/files/pdfs/allgemein/application/pdf/agenda21.pdf>.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (BMU) (1998): Bericht der Bundesregierung nach dem Übereinkommen über die biologische Vielfalt. Nationalbericht biologische Vielfalt. Bundesumweltministerium. Bonn.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (BMU) (2007): Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt. – URL: http://www.bmu.de/naturschutz_biologische_vielfalt/nationale_strategie/doc/40332.php (21.10.2010)
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (BMU) und BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (BfN) (2010): Naturbewusstsein 2009. Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt. – URL: http://www.naturschutzportal.de/fileadmin/MDB/documents/themen/gesellschaft/Naturbewusstsein_2009.pdf, letzter Zugriff am 05.07.2011.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (BMU) und BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (BfN) (2012): Naturbewusstsein 2011. Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt. – URL: http://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/gesellschaft/Naturbewusstsein_2011/Naturbewusstsein-2011_barrierefrei.pdf, letzter Zugriff am 05.12.2012.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (BMUB) und BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (BfN) (2014): Naturbewusstsein 2013. Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt. Berlin.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (BMUB) und BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (BfN) (Hg.) (2015): Gesellschaftliches Bewusstsein für biologische Vielfalt 2013. Wissen, Einstellung und Verhaltensbereitschaft. Berlin.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, REAKTORSICHERHEIT UND BAU (BMUB)(2015): Naturschutz-Offensive 2020. Für biologische Vielfalt. Berlin.
- CREDIT SUISSE (2015): Global Wealth Report 2015. – URL: <https://publications.credit-suisse.com/tasks/render/file/?fileID=F2425415-DCA7-80B8-EAD989AF9341D47E>, letzter Zugriff am 15.03.2016.
- DAELE, Wolfgang van den (2001): Von moralischer Kommunikation zur Kommunikation über Moral. Reflexive Distanz in kommunikativen Verfahren. In: Zeitschrift für Soziologie 30 (1), S. 4-22.
- DAWKINS, Richard (1978): Das egoistische Gen. Berlin: Springer.
- DEUTSCHE UNESCO-KOMMISSION (DUK) (o.J.): Das Konzept der Gestaltungskompetenz. – URL: <http://www.bne-portal.de/was-ist-bne/grundlagen/gestaltungskompetenz/>, letzter Zugriff am 25.01.2015.

- ERDMANN, Karl-Heinz (2002): Perspektiven den Naturschutzes. Erfordernisse und Möglichkeiten der Weiterentwicklung. In: K.-H. ERDMANN und C. SCHELL (Hg.): Naturschutz und gesellschaftliches Handeln: aktuelle Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. Münster: Landwirtschaftsverlag, S. 213-241.
- ERDMANN, Karl-Heinz; HOPF, Till und SCHELL, Christiane (2008): Informieren und faszinieren. Kommunikation in Natur-Infozentren. Bonn-Bad Godesberg: Bundesamt für Naturschutz (Naturschutz und biologische Vielfalt, Heft 54).
- ERDMANN, Karl-Heinz; LÖFFLER, Jörg; ROSCHER, Sabine (Hg.) (2008): Naturschutz im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung. Ansätze, Konzepte, Strategien. Bonn-Bad Godesberg: Bundesamt für Naturschutz (Naturschutz und biologische Vielfalt, Heft 67).
- ERDMANN, Karl-Heinz und SCHELL, Christiane (Hg.) (2002): Naturschutz und gesellschaftliches Handeln. Aktuelle Beiträge aus Wissenschaft und Praxis. Münster: Landwirtschaftsverlag.
- ESER, Uta (2003a): Einschluss statt Ausgrenzung. Menschen und Natur in der Umweltethik. In: M. DÜWELL und K. STEIGLEDER (Hg.): Bioethik. Eine Einführung. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 344-353.
- ESER, Uta (2003b): Der Wert der Vielfalt: ‚Biodiversität‘ zwischen Wissenschaft, Politik und Ethik. In: M. BOBBERT, M. DÜWELL und K. JAX (Hg.): Umwelt, Ethik und Recht. Tübingen: Francke, S. 160-181.
- ESER, Uta (2015): Was hat Naturschutz mit Ethik zu tun? In: U. ESER, R. WEGERER, H. SEYFANG und A. MÜLLER (Hg.): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414), S. 11-17.
- ESER, Uta (2015): Ohne Klugheit geht es nicht – aber Klugheit ist nicht alles. In: U. ESER, R. WEGERER, H. SEYFANG und A. MÜLLER (Hg.): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414), S. 79-82.
- ESER, Uta (Hg.) (2016): Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Dokumentation des gleichnamigen Workshops am 8./9.10.2015 in Stuttgart-Hohenheim. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten 437).
- ESER, Uta (2016): Naturbewusstsein und Moralbewusstsein: Der Beitrag der Naturbewusstseinsstudie für eine ethisch fundierte Naturschutzkommunikation. In: ESER, U. (Hg.): Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten 437), S. 34-49.
- ESER, Uta., BENZING, Birgit., MÜLLER, Albrecht (2013): Gerechtigkeitsfragen im Naturschutz. Was sie bedeuten und warum sie wichtig sind. – Bundesamt für Naturschutz (Hg): Naturschutz und Biologische Vielfalt, Band 130. – Münster (Landwirtschaftsverlag): 126 S.
- ESER, Uta; NEUREUTHER, Ann-Kathrin; MÜLLER, Albrecht (2011): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit. Ethische Argumentationslinien in der nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt. – Bundesamt für Naturschutz (Hg): Naturschutz und Biologische Vielfalt, Band 107. – Münster (Landwirtschaftsverlag): 119 S.
- ESER, Uta; NEUREUTHER, Ann-Kathrin; SEYFANG, Hannah; MÜLLER, Albrecht (2014): Prudence, Justice and the Good Life. A typology of ethical reasoning in selected European biodiversity strategies. Bonn-Bad Godesberg, Gland (BfN, IUCN). – URL: <https://portals.iucn.org/library/node/44639>
- ESER, Uta und POTTHAST, Thomas (1999): Naturschutzethik. Eine Einführung für die Praxis. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.

- ESER, Uta; WEGERER, Ralf; SEYFANG, Hannah; MÜLLER, Albrecht (Hg.) (2015): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. Bundesamt für Naturschutz. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414).
- EUROPEAN COMMISSION (EC 2011): Citizens' summary. EU biodiversity strategy up to 2020. Brussels. – URL: http://ec.europa.eu/environment/nature/biodiversity/comm2006/pdf/2020/Citizen%20summary/citizen_summary.pdf, letzter Zugriff am 04.03.2015.
- FELT, Ulrike; NOWOTNY, Helga und TASCHWER, Klaus (1995): Wissenschaftsforschung. Eine Einführung. Frankfurt/M.: Campus.
- FISHER, Doris und ROBERTS, Allan (o.J.): You always hurt the one you love. Lyrics Universal Music Publishing Group. URL: <http://www.metrolyrics.com/you-always-hurt-the-one-you-love-lyrics-the-mills-brothers.html>.
- FISHER, Roger; URY, William und PATTON, Bruce (2013): Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik. 24. Aufl. Frankfurt, M., New York, NY: Campus.
- FISCHER, Ludwig (2012): Wir machen Landschaften, die wir eigentlich gar nicht wollen. In: B. DEMUTH, S. HEILAND, N. WIERSBINSKI, P. FINCK und J. SCHILLER (Hg.): Landschaften in Deutschland 2030: Erlittener Wandel – gestalteter Wandel. BfN-Skripten, 314, S. 5-16.
- FONA (2016): Vom Wissen zum Handeln - Neue Wege zum nachhaltigen Konsum. Sozial-ökologische Forschung. Fördermaßnahme des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). – URL: <http://www.fona.de/de/9876>, letzter Zugriff am 25.04.2016.
- GEBHARD, Ulrich (2016): Intuition und Reflexion. Der Ansatz der Alltagsphantasien. In: U. ESER (Hg.): Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Dokumentation des gleichnamigen Workshops in Hohenheim am 8./9.10.2015. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten 347), S. 85-100.
- GLS BANK (2012): Glückliche Hühner für 3,99 sind eine Ente. Werbeplakat, Archiv GLS.
- GORDON, Thomas (1974): Familienkonferenz. Die Lösung von Konflikten zwischen Eltern und Kind. 3. Aufl., Hamburg: Hoffmann und Campe.
- GORKE, Martin (1999): Artensterben. Von der ökologischen Theorie zum Eigenwert der Natur. Stuttgart: Klett-Cotta.
- GRUNWALD, Armin (2010): Die Ökologie der Individuen. Erwartungen an individuelles Umwelthandeln. In: C. BÜSCHER und K. P. JAPP (Hg.): Ökologische Aufklärung. 25 Jahre "Ökologische Kommunikation". Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaft, S. 231-259.
- GUTE BOTSCHAFTER GmbH (2015): Plakatmotive Brot für die Welt. – URL: <https://www.gutebotschafter.de/positionierung/markt/non-profit-organisationen/brot-fuer-die-welt-plakatmotive/>, letzter Zugriff am 17.05.2016
- HAAN, Gerhard de; HARENBERG, Dorothee (1999): Bildung für eine nachhaltige Entwicklung. Gutachten zum Programm. Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK), Bonn. Materialien zur Bildungsplanung und zur Forschungsförderung, 72. – URL: <http://www.pedocs.de/volltexte/2008/218/pdf/heft72.pdf>.
- HABER, Wolfgang (2013): Unbequeme Wahrheiten der ökologischen Wissenschaft. In: Natur und Landschaft 88 (11), S. 460-465.
- HABERMAS, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1 Handlungsrationale und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- HABERMAS, Jürgen (1983): *Moralbewußtsein und kommunikatives Handeln*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- HABERMAS, Jürgen (1990): *Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz*. In: Jürgen Habermas und Niklas Luhmann: *Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie. Was leistet die Systemforschung?* 10. Aufl., hg. v. J. HABERMAS, D. HENRICH und N. LUHMANN. Frankfurt/ M.: Suhrkamp, S. 101-141.
- HABERMAS, Jürgen (1995): *Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- HANSJÜRGENS, Bernd; BRECK, Miriam, MOESENFECHTEL, Urs, SCHRÖTER-SCHLAACK, Christoph, RING, Irene (2015): *Ökonomisch „klug“ handeln: Die Werte der Natur in unsere Entscheidungen integrieren*. In: ESER/ WEGENER/ SEYFANG / MÜLLER (Hg.): *Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist*. Bonn-Bad Godesberg, BfN-Skripten 414, S. 42-49.
- HAUFF, Volker (1987): *Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung*. Greven: Eggenkamp.
- HUME, David (1978): *Ein Traktat über die menschliche Natur*. 3. Buch: *Über die Moral*. engl. Orig.: "A Treatise of Human Nature", 1739. Hamburg: Meiner.
- JESSEL, Beate; JOB-HOBEN, Beate; SCHELL, Christiane (2016): *Glaubwürdig argumentieren: Ethische Grundlagen der Naturschutzkommunikation*. In: U. ESER (Hg.): *Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über ethische Fragen im Naturschutz gelingen*. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 437), S. 16-21.
- JUNG, Norbert (2015): *Reichen kluge Argumente für kluges Handeln?* In: U. ESER, R. WEGENER, H. SEYFANG und A. MÜLLER (Hg.): *Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist*. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414), S. 53-70.
- JUNG, Norbert (2015): *Naturschutz und Umweltbildung - auseinandergelebt?* In: N. JUNG (Hg.): *Natur, Emotion, Bildung – vergessene Leidenschaft? Zum Spannungsfeld von Naturschutz und Umweltbildung*. Opladen [u.a.]: Budrich UniPress (Eberswalder Beiträge zu Bildung und Nachhaltigkeit, 4), S. 11-21.
- KALS, Elisabeth; MÜLLER, Markus M. und BAIER, Monika (2016): *Ethische Diskurse in Umweltkonflikten*. In: U. ESER (Hg.): *Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Dokumentation des gleichnamigen Workshops in Hohenheim am 8./9.10.2015*. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 437), S. 22-33.
- KANT, Immanuel (1965): *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*/ hg. v. K. Vorländer. (Orig. 1785). Unveränderter Nachdruck der 3. Aufl. Hamburg: Meiner.
- KANT, Immanuel (2006): *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung? (1784)*. In: *Was ist Aufklärung? Thesen und Definitionen*/ hg. v. B. STOLLBERG-RILINGER. Stuttgart: Reclam, S. 9-17.
- KÖRNER, Stefan; NAGEL, Annemarie; EISEL, Ulrich (2003): *Naturschutzbegründungen*. Münster-Hiltrup: Bundesamt für Naturschutz; BfN-Schriftenvertrieb im Landwirtschaftsverlag.
- KREBS, Angelika (Hg.) (1997): *Naturethik. Grundtexte der gegenwärtigen tier- und ökoethischen Diskussion*. Frankfurt: Suhrkamp.
- KREBS, Angelika (1999): *Ethics of Nature*. Berlin, New York: de Gruyter.

- KREBS, Angelika (2012): Thesen zu Gerechtigkeit und Natur. In: Gerechtigkeitsargumente – Chancen und Herausforderungen für die Naturschutzkommunikation. Dokumentation eines interdisziplinären Workshops am 29. März 2012 im BfN, Bonn. – URL: https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/gesellschaft/Experten-WS_Gerechtigkeit/BfN-Workshop_Gerechtigkeit_29-03-12.pdf, letzter Zugriff 13.06.16
- KUCKARTZ, Udo (2008): Umweltbewusstsein und Umweltverhalten. In: Informationen zur politischen Bildung (287). – URL: <http://www.bpb.de/izpb/8971/umweltbewusstsein-und-umweltverhalten?p=all>, letzter Zugriff 13.06.2016.
- LICHTL, Martin; ROHR, Cornelia, KASPERCZYK, Nadja (2009): Leitmotive für eine moderne Kommunikation zur biologischen Vielfalt. Ergebnisse des F+E-Vorhabens „Natur und Biodiversität in der politischen Kommunikation“. Bonn-Bad Godesberg: Bundesamt für Naturschutz (Naturschutz und biologische Vielfalt, 80).
- LUHMANN, Niklas (1990): Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? 3. Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- LUHMANN, Niklas (1993): Die Moral des Risikos und das Risiko der Moral. In: G. BECHMANN (Hg.): Risiko und Gesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 327-338.
- MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT (2005a): Guide to the Millennium Assessment Reports. Online verfügbar unter <http://www.millenniumassessment.org/en/index.html>., zuletzt geprüft am 25.04.2016.
- MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT (2005b): Ecosystems and Human Well-being. Biodiversity Synthesis. World Resources Institute. Washington, DC. URL: <http://www.millenniumassessment.org/documents/document.354.aspx.pdf>, letzter Zugriff am 25.04.2016.
- MICHELSEN, Gerd und GODEMANN, Jasmin (Hg.) (2007): Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. 2., aktualisierte und überarb. Aufl. München: Oekom-Verlag.
- MIETH, Dietmar (1995): Ethische Evaluierung der Biotechnologie. In: T. v. SCHELL und H. MOOR (Hg.): Biotechnologie – Gentechnik. Eine Chance für neue Industrien. Berlin: Springer, S. 505-530.
- MOLITOR, Heike (2015): Mut zum Gefühl - Naturschutz und Bildung vereint? In: N. JUNG (Hg.): Natur, Emotion, Bildung – vergessene Leidenschaft? Zum Spannungsfeld von Naturschutz und Umweltbildung. Opladen [u.a.]: Budrich UniPress (Eberswalder Beiträge zu Bildung und Nachhaltigkeit, 4), S. 23-30.
- MÜLLER, Albrecht, RÖHL, Susanne, RÖHL, Markus (2010): Bilden Sie sich ein Urteil. Konkrete Diskurse in der Erwachsenenbildung. München: Oekom.
- MÜLLER, Albrecht (2015): Ziel und Aufbau der Reflexiven Beratung. In: ESER, WEGERER, SEYFANG, MÜLLER (Hg.): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414), S. 23-24.
- MÜNSBERG, Verena (2012): Gerechtigkeitsargumente – Chancen und Herausforderungen für die Naturschutzkommunikation. Dokumentation eines interdisziplinären Workshops am 29. März 2012 im BfN, Bonn. Bundesamt für Naturschutz. Bonn-Bad Godesberg. URL: https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/gesellschaft/Experten-WS_Gerechtigkeit/BfN-Workshop_Gerechtigkeit_29-03-12.pdf, letzter Zugriff am 16.11.2015.
- MÜNSBERG, Verena; DAMSA-ARD, Regina (Hg.) (2013): Naturschutz heute - eine Frage der Gerechtigkeit? Dokumentation zur BfN-Fachtagung am 29. und 30. April 2013 in Berlin. Bundesamt für Naturschutz. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 355).

- NABU (2009a): Storch und Laubfrosch sind „Fast weg...“. NABU-Kampagne gegen das Artensterben. Berlin. URL: <https://www.nabu.de/presse/pressemitteilungen/http/index.php?popup=true&show=1428&db=presseservice>, letzter Zugriff am 15.12.2015.
- NABU (2009b): „Fast weg“ Porträts von Laubfrosch, Weißstorch und Apollofalter. URL: <http://www.nabu.de/aktionenundprojekte/fastweg/portraits/>, letzter Zugriff am 24.10.2013, heute nicht mehr verfügbar, privates Archiv
- NABU TV (2015): Lieber Gegner der Natur. Naturschätze in Gefahr – Rette Europas kostbare Natur mit uns! URL: <https://www.youtube.com/watch?v=xrDDsmc5t0>, letzter Zugriff am 25.4.2016
- NAGEL, Annemarie; EISEL, Ulrich (2003): Ethische Begründungen für den Schutz der Natur. In: S. KÖRNER, A. NAGEL und U. EISEL (Hg.): Naturschutzbegründungen. Münster-Hiltrup: Bundesamt für Naturschutz; BfN-Schriftenvertrieb im Landwirtschaftsverl., S. 51-107.
- NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE (2012): Der Wert der Natur für Wirtschaft und Gesellschaft. Eine Einführung. Hg. v. Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung, Bundesamt für Naturschutz, ifuplan. München, Leipzig, Bonn. – URL: http://www.naturkapital-teeb.de/fileadmin/Downloads/Projekt eigene_Publikationen/TEEB_DE_Einfuehrungsbericht.pdf, letzter Zugriff am 03.09.2013.
- NATURSCHULE FREIBURG (2010): „Naturpädagogik“, „Nachhaltigkeit“, „Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE)“. URL: http://naturschule-freiburg.de/cm/attachments/article/54/Naturpaedagogik_und_BNE.pdf, letzter Zugriff am 09.02.2016.
- NIDA-RÜMELIN, Julian (2005): Theoretische und angewandte Ethik: Paradigmen, Begründungen, Bereiche. In: J. NIDA-RÜMELIN (Hg.): Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung. Ein Handbuch. 2. aktualisierte. Stuttgart: Kröner, S. 3-87.
- NIDA-RÜMELIN, Julian (2011): Die Optimierungsfalle. Entwurf einer humanen Ökonomie. München (Irisiana), 310 S.
- NORTON, Bryan G. (1987): *Why preserve natural variety?* Princeton, N.J.: Princeton University Press (Studies in moral, political, and legal philosophy).
- NUSSBAUM, Martha C. (1999): *Gerechtigkeit oder Das gute Leben*. Frankfurt: Suhrkamp.
- OROVERDE (2015): Leitfaden Umweltkommunikation. Green movie, green media. Limbic Map und Motivationsprofile - neue Ansätze für die Nachhaltigkeitskommunikation. Bonn. – URL: http://www.regenwald-schuetzen.org/fileadmin/user_upload/PDF/Materialpakete/Leitfaden_Umweltkommunikation_screen.pdf, letzter Zugriff am 08.12.2015.
- OTT, Konrad (2002): Akzeptanzdefizite im Naturschutz. In: DEUTSCHER RAT FÜR LANDESPFLEGE (Hg.): *Die verschleppte Nachhaltigkeit: frühe Forderungen – aktuelle Akzeptanz. Gutachtliche Stellungnahme und Ergebnisse einer festlichen Fachveranstaltung zum 40-jährigen Jubiläum des DRL vom 1. und 2. Juli 2002 in Berlin*, Bd. 74. Meckenheim (Schriftenreihe des Deutschen Rates für Landespflege, 74), S. 75-81.
- OTT, Konrad (2010): *Umweltethik zur Einführung*. Hamburg: Junius.
- OTT, Konrad (2015): *Zur Dimension des Naturschutzes in einer Theorie starker Nachhaltigkeit*. 1. Aufl. Weimar (Lahn): Metropolis (Beiträge zur Theorie und Praxis starker Nachhaltigkeit, 8).
- OTT, Konrad und GORKE, Martin (Hg.) (2000): *Spektrum der Umweltethik*. Marburg: Metropolis.

- OVERWIEN, Bernd (2016): Bildung für nachhaltige Entwicklung und politische Bildung: Vom Umgang mit Normativität. In: U. ESER (Hg.): Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Dokumentation des gleichnamigen Workshops in Hohenheim am 8./9.10.2015. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 437), S. 58-67.
- PANZA, Christopher und POTTHAST, Adam (2011): Ethik für Dummies. Weinheim: Wiley-VCH-Verlag.
- PIECHOCKI, Reinhard; ERDMANN, Karl-Heinz (Hg.) (2009): Naturschutzbegründungen im Visier. Konflikte um ökologische und ethische Argumentationsmuster. Bundesamt für Naturschutz. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 254).
- PIECHOCKI, Reinhard; OTT, Konrad; POTTHAST, Thomas; WIERSBINSKI, Norbert (2010): Vilmer Thesen zu Grundsatzfragen des Naturschutzes. Vilmer Sommerakademien 2001 - 2010. Bonn: Bundesamt für Naturschutz (BfN-Skripten, 281).
- PÖRKSEN, Bernhard und SCHULZ VON THUN, Friedeman (2014): Kommunikation als Lebenskunst. Philosophie und Praxis des Miteinander-Redens. Heidelberg: Carl Auer Verlag.
- POTTHAST, Thomas (2007): Biodiversität, Ökologie, Evolution – Epistemisch-moralische Hybride und Biologietheorie. In: T. POTTHAST (Hg.): Biodiversität - Schlüsselbegriff des Naturschutzes im 21. Jahrhundert? Erweiterte Ergebnisdokumentation einer Vilmer Sommerakademie. Bonn-Bad Godesberg: Bundesamt für Naturschutz (Naturschutz und biologische Vielfalt, 48), S. 57-88.
- REWE MARKT GMBH (2013): Ohne Biene. Keine Äpfel. Keine Birnen. Keine Gurken. Keine Tomaten. Kein Öl. Kein Honig. Werbeprospekt KW 32. Gültig ab 7.3.2013, Stuttgarter Zeitung vom 8.8.2013, privates Archiv.
- RIESS, Werner (2003): Die Kluft zwischen Umweltwissen und Umwelthandeln als pädagogische Herausforderung. Entwicklung und Erprobung eines Prozessmodells zum Umwelthandeln in alltäglichen Anforderungssituationen. In: Zeitschrift für Didaktik der Naturwissenschaften 9, S. 147-159. URL: ftp://ftp.rz.uni-kiel.de/pub/ipn/zfdn/2003/10.Riess_147-159.pdf, letzter Zugriff am 05.02.2016.
- RÖCHERT, Ralf (2008): Aufklären oder verführen? Zur Bedeutung der Faktoren 'Emotionalität' und 'Integrierte Kommunikation' für Besucherzentren und Ausstellungen. In: K.-H ERDMANN, T. HOPF und C. SCHELL (Hg.): Informieren und faszinieren. Kommunikation in Natur-Infozentren. Bonn-Bad Godesberg: Bundesamt für Naturschutz, S. 7-23.
- ROSENBERG, Marshall B. (2013): Gewaltfreie Kommunikation. Eine Sprache des Lebens; gestalten Sie Ihr Leben, Ihre Beziehungen und Ihre Welt in Übereinstimmung mit Ihren Werten. 11. Aufl. Paderborn: Junfermann.
- ROST, Jürgen (2002): Umweltbildung / Bildung für nachhaltige Entwicklung: Was macht den Unterschied? In: Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik, ZEP (1), S. 7–12. URL: http://www.pedocs.de/volltexte/2013/6176/pdf/ZEP_2002_1_Rost_Umweltbildung_Bildung_fuer_eine.pdf, letzter Zugriff am 10.12.2015.
- RUDORFF, Ernst (1926): Heimatschutz (Orig. 1897). Berlin-Lichterfelde: Hugo Bermühler.
- SACHVERSTÄNDIGENRAT FÜR UMWELTFRAGEN (SRU) (2002): Für eine Stärkung und Neuorientierung des Naturschutzes. Sondergutachten. URL: http://www.umweltrat.de/SharedDocs/Downloads/DE/02_Sondergutachten/2002_SG_Naturschutz.html, letzter Zugriff am 10.12.2015.

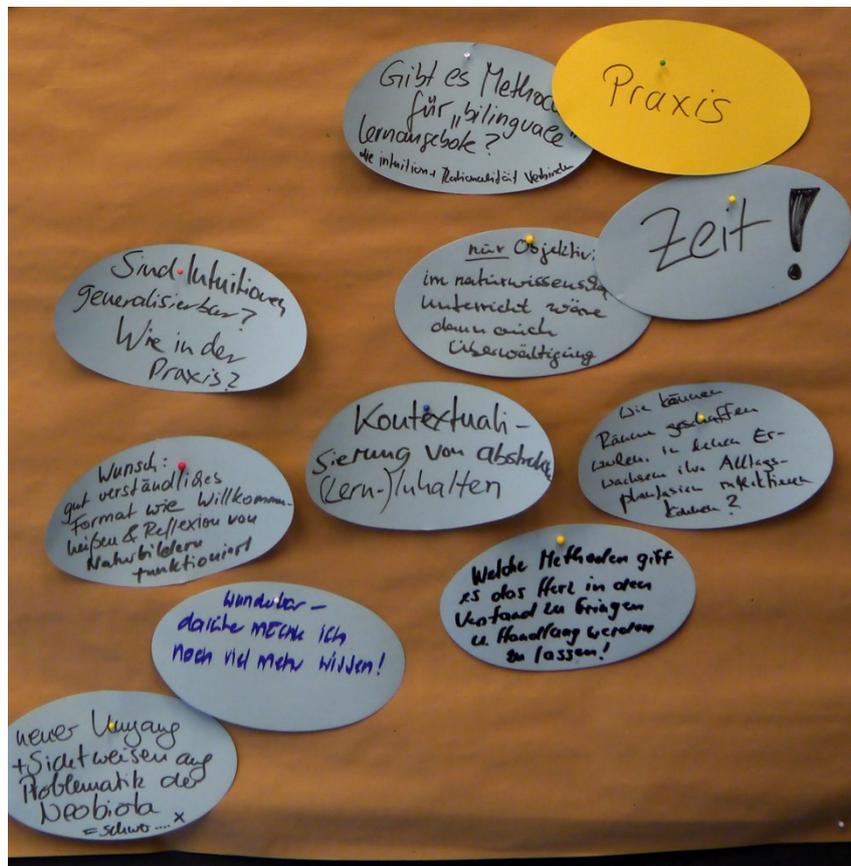
- SCHACK, Korinna (2004): Reden Sie noch oder überzeugen Sie schon? Mit der richtigen Kommunikationsstrategie bringen Sie Ihre Botschaft rüber. In: *activ.um Impulse für engagierte Naturschutzarbeit* (8), S. 2-4. – URL: <http://www.oekom.de/fileadmin/broschueren/pdf/aktiv.um/aktivum8.pdf>, letzter Zugriff 13.06.2016.
- SCHLOSSBERGER, Matthias (Hg.) (2015): Die Natur und das gute Leben. Dokumentation zur gleichnamigen Tagung im März 2014 an der Universität Potsdam. Bundesamt für Naturschutz. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 403).
- SCHREINER, Johann (2007): Naturschutz in Deutschland - Ziele Herausforderungen, Lösungen. In: G. MICHELSEN und J. GODEMANN (Hg.): *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. 2., aktualisierte und überarb. Aufl.* München: Oekom, S. 387-396.
- SCHULZ VON THUN, Friedemann (1981): *Miteinander reden. 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der Kommunikation.* Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- SCHUSTER, Kai (2007): Naturschutz und Lebensstile. In: G. MICHELSEN J. und GODEMANN (Hg.): *Handbuch Nachhaltigkeitskommunikation. Grundlagen und Praxis. 2., aktualisierte und überarb. Aufl.* München: oekom, S. 418-429.
- SCHUSTER, Kai (2008): *Gesellschaft und Naturschutz. Empirische Grundlagen für eine lebensstilorientierte Naturschutzkommunikation.* Bonn: Bundesamt für Naturschutz (Naturschutz und biologische Vielfalt, 53).
- SPRINGER, Axel (Hg.) (2011): BILD Hamburg zeichnet Umwelt-Helden aus. – URL: http://www.axelspringer.de/presse/BILD-HAMBURG-zeichnet-Umwelt-Helden-aus_1778131.html, letzter Zugriff am 09.02.2016.
- SUSKE, Wolfgang und MAURER, Johannes (2014): *Die Sicht der Anderen.* Umweltdachverband Wien. URL: www.komm-natura.at, letzter Zugriff am 10.12.2015.
- THE ECONOMICS OF ECOSYSTEMS & BIODIVERSITY (TEEB) o.J.. Homepage. – URL: <http://www.teebweb.org/>, letzter Zugriff am 25.04.2016.
- THE WORLD BANK (2008): *World Development Indicators 2008.* – URL: <http://data.worldbank.org/sites/default/files/wdi08.pdf>, letzter Zugriff am 16.05.2016
- TROMMER, Gerhard (2015): Viel Klugheit – wenig Wildnis. In: U. ESER, R. WEGERER, H. SEYFANG und A. MÜLLER (Hg.): *Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist.* Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414), S. 50-52.
- UMWELTSTATION UNTERALLGÄU (2016): *Umweltheldinnen und Umwelthelden gesucht!* – URL: <http://www.umweltstation-unterallgaeu.de/news/umwelthelden>, letzter Zugriff 13.06.2016.
- UNITED NATIONS CONFERENCE ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (UNCED) (1992): *Rio Erklärung über Umwelt und Entwicklung.* URL: <http://www.un.org/Depts/german/conf/agenda21/rio.pdf>, letzter Zugriff am 08.03.2016.
- UNITED NATIONS ENVIRONMENTAL PROGRAMME (UNEP) (2010): *Decision adopted by the conference of the parties to the convention on biological diversity at its tenth meeting. X/2. The Strategic Plan for Biodiversity 2011-2020 and the Aichi Biodiversity Targets.* URL: <https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-10/cop-10-dec-02-en.pdf>.
- WANDSCHNEIDER, D. (1989): *Das Gutachtendilemma. Über das Unethische partikularer Wahrheit.* In: M. GATZEMEIER (Hg.): *Verantwortung in Wissenschaft und Technik.* Mannheim: BI-Wiss.-Verlag, S. 114-129.

- WEGERER, Ralf (2015): Klugheitsargumente haben es in sich. Interaktive Übung. In: U. ESER, R. WEGERER, H. SEYFANG und A. MÜLLER (Hg.): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 414), S. 71-73.
- WEHLING, Hans-Georg (1977): Konsens à la Beutelsbach? Nachlese zu einem Expertengespräch. In: S. SCHIELE und H. SCHNEIDER (Hg.): Das Konsensproblem in der politischen Bildung, S. 173-184.
- WEHRSPAUN, Michael (2009): Umweltgerechtigkeit und ökologische Gerechtigkeit. In: C. HORNBERG und A. PAULI (Hg.): Umweltgerechtigkeit. Die soziale Verteilung von gesundheitsrelevanten Umweltbelastungen. Dokumentation der Fachtagung vom 27. bis 28. Oktober 2008 in Berlin. Bielefeld: S. 59-70.
- WILLIAMS, Bernard Arthur Owen (1999): Ethik und die Grenzen der Philosophie. Hamburg: Rotbuch-Verlag.
- WINTERFELD, Uta von (2016): Vom Politischen Wesen. Oder: Warum individuelle Tugend den Globus nicht rettet. In: U. ESER (Hg.): Jenseits von Belehrung und Bekehrung. Wie kann Kommunikation über Ethik im Naturschutz gelingen? Dokumentation des gleichnamigen Workshops in Hohenheim am 8./9.10.2015. Bonn-Bad Godesberg (BfN-Skripten, 437), S. 66-76.
- WWF DEUTSCHLAND (2013): Wir haben es in der Hand. WWF Freianzeigen. – URL: <http://www.wwf.de/aktiv-werden/downloads/freianzeigen/wir-haben-es-in-der-hand/>, letzter Zugriff am 03.05.2016.
- WWF DEUTSCHLAND (2015): Natur verbindet. WWF-Handbuch zum Lernen in und mit der Natur. Berlin. URL: <http://www.wwf.de/aktiv-werden/bildungsarbeit-lehrerservice/natur-verbundet/handbuch-natur-verbundet/>, letzter Zugriff am 08.12.2015.

Anhang: Arbeitsmaterialien

Themen

Motive und Gründe klären	136
Tatsachen, Werte und Normen unterscheiden	138
Unausgesprochene Vorannahmen entdecken	140
Gerechtigkeit und Glück unterscheiden	141
Moralischen Selbstwert verstehen	143
Verantwortung wahrnehmen	145
Vom Wir zum wer	147
Perspektivwechsel üben	149
Bedürfnisse hierarchisieren	150
Globales Lernen	152



Motive und Gründe klären

Für viele Menschen versteht es sich von selbst, dass Naturschutz gut und richtig ist. Diese Übung soll es ermöglichen, eigene Motive und Überzeugungen zu entdecken und zur Sprache zu bringen. Wir verstehen, dass die Angabe von Gründen eine Aufgabe der Ethik ist, und lernen, zwischen Wertfragen (gut/schlecht) und Normfragen (erlaubt/verboten/geboden) zu unterscheiden. Anhand eigener Argumente lernen wir die drei Typen Klugheit, Glück und Gerechtigkeit kennen.

Hintergrund

Dass viele Tier- und Pflanzenarten gefährdet oder vom Aussterben bedroht sind, ist ein zentrales Argument des Naturschutzes. Wer dieses Argument verwendet, geht meist davon aus, dass die Information „Bald gibt es die Art xy nicht mehr“ Bedauern („Das ist schade“) oder gar Empörung („Das ist schlimm!“) auslöst. Letztlich hofft man, dass Bedauern oder Empörung zu einem Handlungsimpuls führen: „Da muss man doch was tun!“. Diese erwartete Reaktion versteht sich aber keineswegs von selbst. Vielmehr könnte die Reaktion auf die Information „Fast weg“, so der Titel der gleichnamigen NABU-Kampagne, auch ein achselzuckendes „Na und?“ sein (s. Kapitel 4.2).

Aufgabe

Die Mitwirkenden werden gebeten sich zu überlegen, wie sie reagieren, wenn jemand auf die Information, dass eine Art bedroht ist, erwidert: „Na und?“ Sie sollen also Begründungen auf folgende Fragen finden:

- Warum ist das Aussterben von Arten schlecht bzw. falsch?
- Warum sind Handlungen zum Schutz von Arten gut bzw. richtig?

Die Teilnehmenden diskutieren in Kleingruppen (2-3 Personen) und schreiben ihre Begründungen auf Kärtchen. Dabei unterscheiden sie:

- Motive: Was sind meine persönlichen Begründungen? (grüne Karten)
- Gründe: Mit welchen Begründungen versuche ich, andere zu überzeugen? (rote Karten)

Auswertung

Die Karten werden im Plenum gesammelt und an eine Moderationstafel gepinnt. Gleiche/ähnliche Karten werden gruppiert. Die Diskussionsleitung organisiert alle Kärtchen (grüne und rote) nach den drei Argumentationstypen Klugheit, Glück und Gerechtigkeit:

- Klugheit: Karten, die auf die (potentielle) Nützlichkeit von Arten abstellen
- Glück: Karten, die auf subjektives Wohlergehen abstellen
- Gerechtigkeit: Karten, die auf moralische Rechte oder Pflichten verweisen

Erfahrungsgemäß sammeln sich in der Rubrik „Klugheit“ überwiegend rote Karten (Gründe, mit denen wir andere zu überzeugen versuchen), während die grünen Karten (persönliche Motive) sich vorwiegend unter der Rubrik Glück finden (siehe Abbildung 4, S. 19).

Quellen

- Ich verwende für diese Übung Postkarten der **NABU-Kampagne „Fast weg“** aus meinem Archiv. Im Internet sind die Motive seit Ablauf der Nutzungsrechte nicht mehr verfügbar.
- Als Einstieg in die Übung kann man sehr gut ein 4-minütiges **Video** verwenden, das Motive und Absichten der Kampagne darstellt (Abb. 25): Es findet sich unter der Webadresse: <https://www.youtube.com/watch?v=iOZS6QdZ8hg>
- Die Unterscheidung der Typen **Klugheit, Glück und Gerechtigkeit** ist in Kapitel 5.4 erläutert, Stärken und Schwächen fast Tab. 7 (S. 59) summarisch zusammen.



Abb. 25: Video zur NABU Kampagne Fast weg (Screenshot)

Tatsachen, Werte und Normen unterscheiden

In Naturschutzkonflikten müssen wir drei Ebenen unterscheiden: Die Sachebene, die Wertebene und die Normebene. Diese Unterscheidung fällt philosophisch Ungeübten erfahrungsgemäß nicht leicht. Mit der Methode der Reflexiven Beratung lässt sie sich an jedem beliebigen Fallbeispiel einüben.

Hintergrund

Bei der Reflexiven Beratung schildert ein sogenannter Fallberichterstatter (aus dem Kreis der Teilnehmenden oder eingeladen) einen konkreten Naturschutzkonflikt, in dem er/sie eine Entscheidung treffen muss. Im Idealfall hat diese Person wirklich Entscheidungsbefugnis in der zu beratenden Frage. Die Übung soll kein „Sandkastenspiel“ sein, sondern einen konkreten Beratungsbedarf befriedigen. Das fördert die Ernsthaftigkeit der Bemühung, einen Konsens zu finden. Das Ziel der Kleingruppenarbeit ist es, eine gemeinsame Handlungsempfehlung zu entwickeln. Dabei müssen die Mitwirkenden sich über Tatsachen, Werte und Normen verständigen. Der Umgang mit den drei Rubriken erfolgt also gewissermaßen nebenbei.

Aufgabe

Die Teilnehmenden sollen der Person, die den Fall einbringt, einen informierten Rat erteilen, was sie tun soll – und zwar im Konsens. Im Zuge der Beratung werden die Konfliktebenen sortiert:

- Dissense über **Tatsachen**: Sind die behaupteten Tatsachen, Zusammenhänge und Prognosen richtig oder falsch?
- Dissense über **Bewertungen**: Sind die Tatsachen, Zusammenhänge und Prognosen gut oder schlecht?
- Dissense über **Normen**: Kann man, darf man oder muss man prognostizierte Folgen hinnehmen? Verstoßen Handlungen gegen moralische Prinzipien? Verletzen Handlungsfolgen moralische Rechte?

Beispiel

Die Mitarbeiterin eines Fremdenverkehrsbüros soll für den Gemeinderat eine Stellungnahme zu einem geplanten Nationalpark abgeben. Soll sie dem Gremium die Befürwortung oder die Ablehnung des Nationalparks empfehlen? Dafür muss sie zunächst beurteilen und danach bewerten, welche Folgen ein Schutzgebiet für den Tourismus hat. Erst dann kann sie zu einer Handlungsempfehlung kommen. Es spielen also alle drei Ebenen eine Rolle:

- Sachebene: Wird ein Nationalpark mehr Tourismus in die Region bringen oder nicht?
- Wertebene: Ist es wünschenswert, mehr Tourismus in die Region zu bringen oder nicht?
- Normebene: Ist es den Menschen in der Region zumutbar, dass der Tourismus zu- oder abnimmt? Wie können die Vor- und Nachteile des Tourismus gerecht verteilt werden?

Auswertung

Angesichts begrenzter Zeit werden zutage tretende Dissense häufig nicht zu klären sein. Meist verlangen die Beteiligten nach weiteren (Sach-)Informationen. Wichtig ist daher, sich klar zu machen, wozu welche Informationen gebraucht würden. Sehr oft weicht die Debatte auf strittige Sachfragen aus, ohne dass man sich die darunterliegenden (und verborgenen) Wert- und Normdissense klarmacht. Die Moderation muss daher darauf achten, offene Fragen fest zu halten (s. Abbildung 26) und immer wieder nach ihrer normativen Relevanz zu fragen: Warum ist das wichtig? Wozu müssen Sie das wissen?



Abb. 26: Ergebnis einer Reflexiven Beratung: Viele offene Fragen (Bild: Wegerer)

Quellen

MÜLLER, Albrecht, RÖHL, Susanne, RÖHL, Markus (2010): Bilden Sie sich ein Urteil. Konkrete Diskurse in der Erwachsenenbildung. München: oekom.

MÜLLER, Albrecht (2015): Ziel und Aufbau der Reflexiven Beratung. In: Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. BfN-Skripten 414: 23-24.

MÜLLER, Albrecht, WEGENER, Ralf (2015): Fallbeispiel Kohlekraftwerk Lubmin. In: Klugheit, Glück, Gerechtigkeit: Warum Ethik für die konkrete Naturschutzarbeit wichtig ist. BfN-Skripten 414: 23-24.

Download des BfN-Skripts unter: <https://www.bfn.de/fileadmin/BfN/service/Dokumente/skripten/Skript414.pdf>

Unausgesprochene Vorannahmen entdecken

Die dominante Form der Naturschutzkommunikation behandelt Naturschutz als eine Frage des gesunden Menschenverstands: „Wir müssen die Natur schützen, weil wir sie brauchen“. Damit bleiben Wert- und Moralvorstellungen im Verborgenen. Ziel dieser Übung ist es, die in verbreiteten Klugheitsargumenten versteckten impliziten Werte und Normen zu entdecken.

Hintergrund

Klugheitsargumente erscheinen auf den ersten Blick als reine Tatsachen. Vollständige Argumente werden daraus erst, wenn man die dahinterliegenden Werte und Normen ergänzt (Tabelle 14).

Tab. 14: Aufbau eines Arguments

Aufbau eines Arguments (ESER et al. 2011: 17)
<p>Vollständige Argumente leiten ihre Schlussfolgerung aus klar benannten Voraussetzungen (Prämissen) ab. Der „Klassiker“ unter den Argumenten – und die einfachste Form – ist die <i>logische Ableitung</i>, bei der sich eine (besondere) Schlussfolgerung zwingend aus einer allgemeinen Regel und einem besonderen Fall ergibt</p>
<p>Beispiel: Prämisse P1: Alle Menschen sind sterblich. (Allgemeine Regel) Prämisse P2: Sokrates ist ein Mensch. (Besonderer Fall) Schluss S: Sokrates ist sterblich.</p>
<p>Wenn die Schlussfolgerung eine Soll-Aussage ist, dann muss auch in den Prämissen wenigstens eine Soll-Aussagen enthalten sein – andernfalls ist der Schluss logisch nicht möglich.</p>
<p>Beispiel: P1: Tiere quälen ist verboten. P2: Die Haltung von Hennen in Legebatterien ist Tierquälerei. S: Die Haltung von Hennen in Legebatterien ist verboten.</p>
<p>Wer der Schlussfolgerung S nicht zustimmt, muss begründen, ob er die (<i>vorschreibende</i>) Regel (P1) oder die (<i>beschreibende</i>) Aussage (P2) für falsch hält. Damit wird die Diskussion viel genauer. Wer S nicht akzeptiert, könnte entweder der Meinung sein, dass Tiere quälen nicht grundsätzlich verboten ist – also die Geltung der Regel bestreiten. Oder aber er könnte der Meinung sein, dass die angesprochene Haltung keine Quälerei sei – also die Zuordnung des Falls unter die akzeptierte Regel bestreiten. Das löst zwar den Konflikt noch nicht, macht aber klarer, wo er liegt.</p>
<p>Im Alltag verzichten wir oft auf die Kennzeichnung von Prämissen, die wir für allgemein akzeptiert oder selbstverständlich halten.</p>
<p>Beispiel P1: Es regnet (Beschreibung, Ist-Aussage) S: Du sollst einen Schirm mitnehmen! (Vorschrift = Soll-Aussage)</p> <p>Unausgesprochene Prämissen P2: Ein Schirm verhindert, dass Du nass wirst. P3: Du darfst nicht nass werden.</p>

In der Alltagssprache ist es zu umständlich, Werte und Normen immer explizit zu benennen – und solange sie von allen geteilt werden auch unnötig. Wenn man aber der Quelle von Konflikten auf die Spur kommen will, muss man es üben. Im Prinzip eignet sich dafür jeder beliebige Text, der Menschen für den Naturschutz gewinnen will. In der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (NBS) finden sich zahlreiche Klugheitsargumente, die man für diese Übung verwenden kann (siehe Tabelle 15, ESER et al. 2011: 18).

Tab. 15: Klugheitsargumente in der NBS

Argument	Seite NBS
„Biologische Vielfalt ist eine existenzielle Grundlage für das menschliche Leben.“	9
„Pflanzen, Tiere, Pilze und Mikroorganismen reinigen Wasser und Luft und sorgen für fruchtbare Böden.“	6
„Wirtschaft und Gesellschaft sind auf die Nutzung von Natur und Landschaft angewiesen.“	6
„Viele Einkommen und Arbeitsplätze hängen direkt oder indirekt von Natur und Landschaft ab.“	12
„50 % der heute gebräuchlichen Arzneimittel [basieren] auf Heilpflanzen bzw. auf deren Inhaltsstoffen.“	12
„Der Tourismus ist angewiesen auf schöne und intakte Natur und Landschaft.“	12
„Die Natur liefert Leistungen, die ohne sie mit erheblichem Aufwand und zu sehr hohen Kosten technisch gelöst werden müssten.“	12
„Intakte Ökosysteme tragen dazu bei, Katastrophen zu vermeiden bzw. deren Ausmaß zu vermindern.“	11
„[J]e höher die genetische Vielfalt ist, desto eher ist die Anpassungsfähigkeit der Arten an sich verändernde Umweltbedingungen gegeben.“	10

Aufgabe

Die Teilnehmenden sollen aus den genannten Tatsachen ein vollständiges Argument formulieren und Bewertungsgrundlage und Handlungsempfehlung klar benennen:

1. Welche Tatsache benennt die Aussage?
2. Welche Handlungsempfehlung beabsichtigt das Argument?
3. Welche Werte setzt es voraus?
4. Welche Normen setzt es voraus?

Beispiel

Das erste Argument aus der Tabelle lässt sich wie folgt vervollständigen:

1. Biologische Vielfalt ist eine existenzielle Grundlage für menschliches Leben.
2. Die biologische Vielfalt muss erhalten werden!
3. Menschliches Leben ist wertvoll. (Wertende Aussage)
4. Menschliches Leben muss erhalten werden! (Normative Aussage)

Quelle

ESER, Uta, Ann-Kathrin NEUREUTHER und Albrecht MÜLLER (2011): Klugheit, Glück, Gerechtigkeit. Ethische Argumentationslinien in der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt. Bonn-Bad-Godesberg, Bundesamt für Naturschutz, NaBiV 107. Bezugsquelle: <http://www.buchweltshop.de/bundesamt-fuer-naturschutz/naturschutz-biologische-vielfalt.html>

Gerechtigkeit und Glück unterscheiden

Von ihrer Verbindlichkeit und ihrem Begründungsaufwand unterscheiden sich die Kategorien „Glück“ und „Gerechtigkeit“ erheblich. Das Verständnis dieses Unterschieds ist elementar für die Naturschutzkommunikation. Bei dieser Übung sollen sich die Mitwirkenden anhand einer Frage, zu der viele sehr starke moralische Intuitionen haben, die Stärken und Schwächen der verschiedenen Argumentationswege erarbeiten.

Hintergrund

Naturverbundenheit und Pflichten gegenüber anderen Lebewesen sind zwei grundverschiedene Argumente. Im Hinblick auf den Verpflichtungscharakter für andere macht es einen großen Unterschied, ob ich danach **strebe**, in Verbundenheit mit Tieren und Pflanzen zu leben und pfleglich mit ihnen umzugehen (Glück), oder ob ich finde, Tiere und Pflanzen haben ein **Recht** auf eigene Existenz (Gerechtigkeit). Nicht alles, was ich persönlich gut und erstrebenswert finde, müssen auch andere gut und erstrebenswert finden. Nur Gerechtigkeitsaussagen beanspruchen Geltung für alle anderen.

- Glücksargumente entsprechen oft eher den Motiven der Naturschutzakteure. Sie können aber nicht ohne weiteres andere verpflichten.
- Gerechtigkeitsargumente haben einen hohen Verbindlichkeitsanspruch, aber daher auch eine hohe Begründungslast.

Aufgabe

Am Beispiel des Fleischkonsums können die Teilnehmenden sich in Kleingruppen die drei verschiedenen Begründungstypen Klugheit, Glück und Gerechtigkeit erarbeiten. Menschen verzichten aus sehr unterschiedlichen Gründen auf den Verzehr von Fleisch. In Kleingruppen werden mögliche Gründe gesammelt und auf einer Tafel den drei Begründungstypen zugeordnet.

Beispiel: Mögliche Begründungen könnten folgendermaßen aussehen:

- Wer kein / wenig Fleisch isst, bleibt gesünder und lebt länger (Klugheit).
- Jedes Tier hat ein eigenes Recht auf Leben. Fleisch essen ist moralisch verboten, weil wir kein Recht haben Tiere zu töten (Gerechtigkeit).
- Es ist ein Akt der Humanität, sein Leben mit Rücksichtnahme auf andere zu führen. Diese Haltung der Rücksichtnahme bedeutet, wo immer möglich auf die Tötung anderer Lebewesen zu verzichten (Glück).

Auswertung

Die Ergebnisse der Übung werden im Plenum vorgestellt. Zum Abschluss kann ein Meinungsbild erstellt werden, welche Argumente den Teilnehmenden am ehesten einleuchten. Zur Auseinandersetzung mit der Intuition eines moralischen Selbstwerts von Tieren eignet sich die folgende Übung.

Bedeutung und Tragweite des moralischen Selbstwerts

Die Naturbewusstseinsstudien haben gezeigt, dass Menschen bezüglich der moralischen Rechte der nicht-menschlichen Natur starke Intuitionen haben. Allerdings sind diese Intuitionen durchaus widersprüchlich und taugen nicht ohne weitere als Handlungsanweisung. Diese Übung ermöglicht es, die Stärke und Subjektivität unserer Intuitionen zu erkennen.

Hintergrund

Viele Menschen sind davon überzeugt, dass Pflanzen oder Tiere einen moralischen Selbstwert haben. Das bedeutet: Wir dürfen sie nicht nur als Mittel für unsere Zwecke gebrauchen, sondern müssen sie als Selbstzwecke respektieren. Diese Achtung ist eine Pflicht gegenüber dem jeweiligen Lebewesen. Im Unterschied dazu beziehen sich beim Konzept des glücksbezogenen Eigenwerts eventuelle moralische Pflichten auf die Person, die danach strebt, in Verbundenheit mit dem fraglichen Lebewesen zu leben und es pfleglich zu behandeln. Um herauszufinden, wie verlässlich unsere diesbezüglichen Intuitionen sind, mache ich gerne folgenden Test.

Aufgabe

Ich zeige nacheinander drei Bilder (s. Abbildung 26)

1. Wertvolle Briefmarkensammlung
2. Schöne Zimmerpflanze
3. Niedlicher Hund



Abb. 26: Briefmarkensammlung, Zimmerpflanze und Hund (Bilder: Menk, dennysutter, mdorottya – alle Fotolia)

Zu jedem Bild stelle ich die Frage: „Eine Freundin hat mir dies zur Pflege anvertraut. Ich vergesse, mich darum zu kümmern, und es kommt dadurch zu Schaden. Wem tue ich dabei Unrecht?“

Nach jedem Bild wird ein Meinungsbild erstellt.

Bei (1) sind sich meist alle einig, dass ich nur der Freundin Unrecht tue. Ich habe ihr gegenüber die Pflicht, mein Versprechen einzuhalten. Briefmarken haben keine Rechte.

Bei (2) sind die Meinungen geteilt: Ich habe auf jeden Fall eine Pflicht gegenüber der Freundin, ihre Pflanze nicht vertrocknen zu lassen. Aber vielleicht hat auch die Pflanze ein Recht, dass ich sie gieße?

Spätestens bei (3) finden fast alle, dass ich dem Hund selbst Unrecht tue, wenn ich vergesse, ihm Futter und Wasser zu geben. Sein Leiden nimmt mich direkt moralisch in die Pflicht.

Diskussion

Nachdem angesichts des Hundes das Meinungsbild erfahrungsgemäß eine starke Intuition in Richtung Selbstwert von Lebewesen erbringt, können als **Gegenbeispiel** Bilder weniger ansprechender Tiere gezeigt werden (Abb. 27):



Abb. 27: Weberknecht, Zecke und Schnecke (Bilder: WoGi, bina01, Bernhard Plank – alle Fotolia)

- Was ist mit dem **Weberknecht**, der in meinem Staubsauger qualvoll erstickt?
- Was ist mit der **Zecke**, die ich entferne und dann verbrenne?
- Was ist mit der **Schnecke**, die beim Salatwaschen im Abguss landet?

Jetzt kann im Plenum ausführlich diskutiert werden: Tue ich ihnen auch Unrecht? Wenn ja: warum? Wenn nein, warum nicht?

Tierschutz vs. Naturschutz

Diese Übung betrifft unseren Umgang mit Individuen. Im Hinblick auf überindividuelle Einheiten wie Arten oder Populationen haben wir meist keine so klaren Intuitionen. Naturschutzpraktiken wie die Bekämpfung gebietsfremder Arten können in Widerspruch zu tierschützerischen Intuitionen geraten, die auf Individuen bezogen sind. (Ein solcher Konflikt zwischen einem individualistisch argumentierenden Tierschutz und einem ökologisch argumentierenden Naturschutz ist literarisch inszeniert in T.C. Boyles Roman „Wenn das Schlachten vorbei ist“, München, Hanser, 2012.)

Verantwortung wahrnehmen

Die Naturbewusstseinsstudien haben gezeigt, dass viele Menschen sich selbst für Freunde der Natur erachten, während es vor allem die anderen sind, denen man Achtlosigkeit und Desinteresse unterstellt. Diese Übung soll veranschaulichen, wie gut dieses Freund-Feind-Schema funktioniert und wie verbreitet es ist.

Hintergrund

Der zu Recht gefürchtete „moralische Zeigefinger“ zeigt oft auf die Anderen. Die Übung illustriert den Spruch „Wenn Du mit dem Finger auf andere zeigst, zeigen drei Finger auf dich selbst“ (Abbildung 28). Die Einsicht in die eigene „Mittäterschaft“ dient dabei nicht der Zuweisung von Schuld, wie man das in einem moralisierenden Diskurs erwarten würde, sondern der Identifikation von Handlungsmöglichkeiten. Verantwortung wahrnehmen heißt erst einmal: Wahrnehmen wo mein eigenes Handeln, das ich so oder auch anders gestalten kann, Ergebnisse zur Folge hat, die ich nicht will. Erst dann kann ich Verantwortung wahrnehmen im Sinne der Übernahme von Verantwortung: Ich handle im Rahmen meiner Möglichkeiten so, dass ich die Folgen dieses Handelns verantworten kann.



Abb. 28: Zeigende Hand (Bild: artinspiring, Fotolia)

Aufgabe

Betrachten Sie zusammen den Film „Naturschätze in Gefahr“ von NABU und anderen Naturschutzinitiativen. Diskutieren Sie nach einer kurzen Bienenkorbrunde im Plenum die Fragen:

- Wer fühlt sich von dem Film angesprochen?
- Wen will der Film ansprechen?
- Wen spricht er an?
- Wer ist ein „Gegner“ der Natur?

Kontrastieren Sie danach den Film mit den Ergebnissen der Naturbewusstseinsstudien (BMUB und BfN 2014: 40, siehe Abbildung 29):

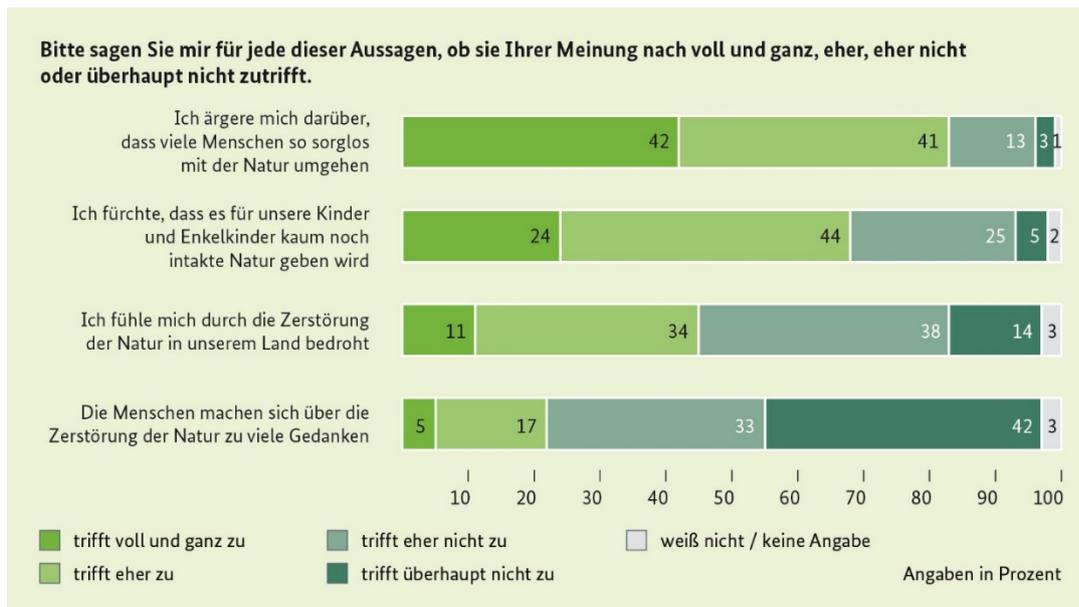


Abb. 29: Wahrnehmung der Gefährdung der Natur (Bild: Naturbewusstseinsstudie 2013)

- 83 Prozent der Befragten ärgern sich, dass viele Menschen so sorglos mit der Natur umgehen.
- 22 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass sich die Menschen über die Zerstörung der Natur zu viele Gedanken machen, 75 Prozent finden, das ist nicht der Fall.
- Wer sind die „vielen“ Sorglosen, über die sich 83 Prozent ärgern?

Auswertung

Die Diskussion soll es den Teilnehmenden ermöglichen, sich in allen Lebensbereichen auf die Suche nach Möglichkeiten der Wahrnehmung von Verantwortung für Natur zu machen:

- Wohnen
- Arbeiten / Mobilität
- Freizeit, Erholung, Urlaub
- Ernährung / Konsum
- Politik / gesellschaftliches Engagement

Quellen

- **Das Video „Naturschätze in Gefahr“** findet sich bei Youtube unter folgendem Link: <https://www.youtube.com/watch?v=xxrDDsmc5t0>
- Alle **Naturbewusstseinsstudien** sind zum kostenlosen Download auf den Seiten des BfN verfügbar: http://www.bfn.de/0309_naturbewusstsein.html

Vom Wir zum Wer

Solange sich die Kommunikation auf Kollektivsubjekte wie „der Mensch“ oder „wir alle“ beschränkt, geraten unterschiedliche Verantwortungen unterschiedlicher Menschen nicht hinreichend in den Blick. Diese Übung soll helfen, den Blick für die unterschiedlichen Handlungsmöglichkeiten zu schärfen.

Hintergrund

Im Kapitel 9 wurde die Engführung der Kommunikation auf Fragen individueller Verantwortung kritisiert. Stattdessen wurde auf die wechselseitige Abhängigkeit von individuellem Handeln und institutionellem Rahmen verwiesen. Die Handlungsspielräume der Einzelnen sind durch Institutionen reguliert und gleichzeitig werden Institutionen durch die Handlungen Einzelner (mit)geprägt. Eine Kommunikation über Ethik, die die Verantwortungsfalle vermeiden will, muss ermöglichen, dass Menschen wahrnehmen und verstehen, wer für was Verantwortung trägt – und wer nicht.

Aufgabe

Ausgehend von der WWF-Kampagne „Wir haben es in der Hand“ erarbeiten die Teilnehmenden in Kleingruppen die unterschiedlichen Akteure und deren Handlungsmöglichkeiten (vgl. (Abbildung 30): Wer tut was warum?

- Konsumentinnen und Konsumenten
- Produzentinnen und Produzenten (Landwirtschaft, Forstwirtschaft, produzierendes Gewerbe, Dienstleistungsgewerbe)
- Verbände (Wirtschafts-, Umwelt-, Sozialverbände)
- Bürgerinnen und Bürger (einzeln, Initiativen)
- Politikerinnen und Politiker / Parlament (Legislative)
- Regierung / Verwaltung (Exekutive)
- Justiz (Judikative)



Abb. 30: Vom Wir zum Wer (Bild: Fotomek – Fotolia)

Auswertung

Nach der Kleingruppendiskussion erstellen die Beteiligten auf einer Moderationstafel ein Schaubild, das die unterschiedlichen Akteure und ihre Entscheidungsspielräume benennt. Auf dieser Grundlage können wechselseitige Einflussmöglichkeiten identifiziert und Gestaltungsspielräume entdeckt werden: Wer müsste und könnte was tun, damit sich die Handlungsspielräume der anderen Akteure verändern?

Quelle

- **WWF Freianzeigen** „Wir haben es in der Hand“ sind online verfügbar unter <http://www.wwf.de/aktiv-werden/downloads/freianzeigen/wir-haben-es-in-der-hand/>

Perspektivwechsel üben

Es gehört zum Wesen der Moral, vom eigenen Standpunkt abzurücken und die Perspektive eines anderen einzunehmen: Wie würde ich mein eigenes Handeln bewerten, wenn ich nicht ich selbst, sondern ein anderer wäre? Dieser Perspektivwechsel ist zwar durch eigene Erfahrungen begrenzt, aber nicht unmöglich. Man kann ihn jedenfalls üben. Diese Aufgabe soll dabei helfen.

Hintergrund

Im Kapitel 6 wurde der Respekt vor der Sicht der Anderen als Grundbedingung gelingender Kommunikation über Ethik dargestellt. Die gleichnamige Veröffentlichung des Umweltdachverbands Wien stellt in wohlwollenden und witzigen Porträts die unterschiedlichen Akteure mit ihren Handlungsmotiven und Sorgen dar. Nach diesem Muster lassen sich Rollenspiele zum besseren Verständnis praktischer Umweltkonflikte erstellen.

Aufgabe

Nach der Erarbeitung der unterschiedlichen Rollen in der vorherigen Übung können die Teilnehmenden einen Umweltkonflikt mit verteilten Rollen diskutieren. Sie erhalten zuvor Zeit, sich ihre Rolle nach dem Muster der Broschüre „Die Sicht der anderen“ zu erarbeiten:

- Wie sehe ich mich selbst?
- Wie bin ich nicht?
- Wie sehen mich die anderen?
- Was motiviert mich für meine Arbeit?
- Was macht mir Sorgen?
- Was für eine Beziehung habe ich zur Natur
- Welche Vision habe ich?

Quelle

- Download der **Broschüre „Die Sicht der anderen“** unter: <http://www.komm-natura.at>
Auf dieser Seite stehen auch alle Karikaturen zum freien Download zur Verfügung.

Bedürfnisse hierarchisieren

Die Verwirklichung der menschlichen Fähigkeit zur Naturverbundenheit kann mit der Verwirklichung anderer Grundfähigkeiten in Konflikt geraten. Diese Übung soll Verständnis wecken für die Vielzahl unterschiedlicher Bedürfnisse, die menschliches Handeln motivieren. Ihr Ziel ist es, eine Diskussion über die Frage zu stimulieren, was Menschen für ein gutes Leben wirklich brauchen.

Hintergrund

Eine wiederholte Begründung für Naturschutz liegt in dem Ziel, ein Leben im Einklang mit der Natur zu führen. So hat etwa die zehnte Vertragsstaatenkonferenz der Biodiversitätskonvention ihren strategischen Plan 2011-20 mit dem Titel „Living in harmony with nature“ überschrieben (UNEP 2010: 6). Ebenso haben die Vereinten Nationen mit der Rio-Deklaration 1992 ein „Recht auf ein gesundes und produktives Leben im Einklang mit der Natur“ postuliert (UNCED 1992: 1). Für ein angemessenes Verständnis der Schwierigkeiten, Naturschutzkonflikte gerecht zu lösen, ist es von elementarer Bedeutung, mögliche **Zielkonflikte** zwischen diesem Ziel und anderen, möglicherweise ebenfalls gut begründeten Zielen zu erkennen. So erstrebenswert es ist, zur Beilegung von Konflikten nach Win-win-Lösungen zu suchen, so wichtig ist es auch, sich klar zu machen, dass es manchmal nur möglich ist, mehr für den Naturschutz zu erreichen, wenn konkurrierende Ziele nachgeordnet werden.

Aufgabe

Um Dilemmata zu verstehen und sich über die Hierarchisierung von Bedürfnissen zu verständigen, können beliebige Umweltkonflikte herangezogen werden. Ziel ist es, die Auseinandersetzung als Konflikt zwischen einem Recht auf ein Leben im Einklang mit der Natur und anderen Rechten zu rekonstruieren und den Geltungsanspruch dieser Rechte zu klären. Wählen Sie ein Beispiel, das den Teilnehmenden vertraut ist. Alle Bedürfnisse, um die es bei dem Konflikt geht, werden in Einzelarbeit auf Karten notiert. Auf einer Moderationstafel werden diese dann gemeinsam den Rubriken aus der Rio-Deklaration „Produktivität“, „Gesundheit“ und „Einklang mit der Natur“ zugeordnet. Bei Bedarf können weitere Rubriken ergänzt werden.

Diskutieren Sie: Welche Bedürfnisse haben Vorrang? Wessen Bedürfnisse sind das? Wo gibt es unlösbare Dilemmata?

Beispiel

Ein besonders facettenreiches und damit lehrreiches Beispiel ist der aktuelle **Konflikt zwischen Energiewende und Naturschutz**:

- **Produktivität:** ganztägig und ganzjährig zuverlässige Versorgung mit preiswerter Energie
- **Gesundheit:** gesundheitliche Risiken durch Atomkraft, durch den Klimawandel, durch Starkstromleitungen, durch Lärm (Bau und Betrieb von Windkraft)
- **Einklang mit der Natur:** unzerschnittene Landschaften, naturnahe Gewässer, artenreiches Grünland, Artenschutz und Tierschutz (Fische, Wale, Vögel, Fledermäuse etc.)

Die Liste lässt sich ergänzen um Aspekte wie Behaglichkeit (große, helle, warme Wohnungen), Sicherheit (gut ausgeleuchtete Straßen und Gebäude), Flexibilität (Automobilität, Hochgeschwindigkeitszüge, Flugverkehr) usw.

Bedürfnishierarchie

Es gibt keine objektive und allgemein anerkannte **Rangfolge menschlicher Bedürfnisse**. Eine Unterscheidung von elementaren Grundbedürfnissen und darüber hinausgehenden persönlichen Entwicklungsbedürfnissen ist aber weitgehend etabliert. Ausgehend von einem humanistischen Menschenbild, hat der Psychologe Abraham MASLOW (1908-1979) ein Stufenmodell der Motivation entwickelt, das als Bedürfnispyramide bekannt geworden ist (s. Abbildung 31). Alternativ zur Gruppierung nach ‚Produktivität‘, ‚Gesundheit‘ und ‚Einklang mit der Natur‘ kann man versuchen, diese Pyramide für die Darstellung und Hierarchisierung der Bedürfnisse zu nutzen, die in den behandelten Umweltkonflikt involviert sind.

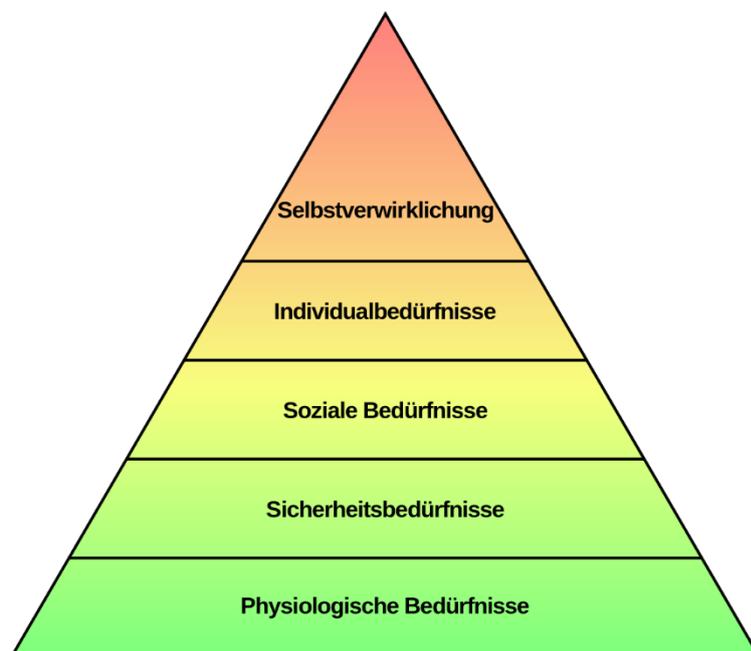


Abb. 31: Einfache Bedürfnishierarchie nach Maslow (Bild: Jüppsche, Wikimedia)

Quellen

- **Rio-Deklaration:** Die Erklärung über Umwelt und Entwicklung der Rio-Konferenz 1992 ist online verfügbar unter <http://www.un.org/Depts/german/conf/agenda21/rio.pdf>
- **Aichi-Ziele:** Der Strategische Plan für Biodiversität und die Aichi Biodiversitätssziele der COP 10, 2010, sind online verfügbar unter <https://www.cbd.int/doc/decisions/cop-10/cop-10-dec-02-en.pdf> (nur auf Englisch).
- Darstellung und Erläuterung der **Maslowschen Bedürfnispyramide** bei Wikipedia: https://de.wikipedia.org/wiki/Maslowsche_Bed%C3%BCrfnishaierarchie

Globales Lernen

Das Thema „Internationale Verantwortung“ bleibt in der Naturschutzkommunikation oft sehr abstrakt. Die hier zusammengestellten Materialien können helfen, dieses Anliegen zu veranschaulichen. Sie sollen Art und Ausmaß unseres Beitrags zur weltweiten Naturzerstörung illustrieren und den ursächlichen Zusammenhang verschiedener weltweiter Ungleichheiten demonstrieren.

Hintergrund

Die Naturschutzoffensive 2020 geht in ihrem achten Kapitel auf Deutschlands internationale Verantwortung ein. Unter dem Titel „Natur kennt keine Grenzen“ betont sie den Zusammenhang zwischen den hiesigen Lebensstilen und Wirtschaftsweisen und der Naturzerstörung in anderen Ländern. Dieser Zusammenhang wird dort allerdings ausdrücklich nicht als moralischer erachtet. Im Unterschied zu dieser Auffassung beruht die Anerkennung einer Mit-Verantwortung Deutschlands für den Rückgang der biologischen Vielfalt in anderen Kontinenten auf moralischen Prinzipien: dem Verursacherprinzip, dem Prinzip der Verteilungsgerechtigkeit und dem Prinzip der ausgleichenden Gerechtigkeit. Die hier zusammengestellten Ressourcen können bei der Erarbeitung dieses Zusammenhangs hilfreich sein.

Das Modell des ökologischen Fußabdrucks

Mit Hilfe des Ökologischen Fußabdrucks lässt sich veranschaulichen, wie die hiesige Lebens- und Wirtschaftsweise zur Naturzerstörung andernorts beiträgt. Er ist ein Maß für den Flächenverbrauch, der mit unterschiedlichen Lebensstilen und Lebensstandards verbunden ist. Die Internetseiten des **Global Footprint Network** bieten umfangreiches Anschauungs- und Übungsmaterial.

Das Thema **Zukunftsgerechtigkeit** demonstriert der sog. Earth Overshoot Day. Dieses Datum markiert den Tag, an dem der ökologische Fußabdruck der Menschheit genauso groß ist wie die verfügbare Fläche. Von diesem Zeitpunkt an leben wir Menschen heute auf Kosten der zukünftigen Generationen. Bei der Erfindung dieses Kommunikationswerkzeugs 1987 lag das Datum noch im Dezember, mittlerweile ist es im August gelandet. Auf der Internetseite findet man die jahresaktuellen Zahlen (s. Abbildung 32).



Abb. 32: Earth Overshoot Day (Screenshot)

Einen hilfreichen Einstieg in die Diskussion über Fragen **globaler Gerechtigkeit** bietet die vom Global Footprint Network bereitgestellte und fortlaufend aktualisierte Weltkarte, die die weltweit ungleiche Verteilung des Biokapazitätsdefizits darstellt (Abbildung 33). Hier erkennt man ökologische Schuldnerländer und ökologische Gläubigerländer. Rot dargestellt sind die Länder, die derzeit über ihre ökologischen Verhältnisse leben, d. h. deren Konsum- und Produktionsmuster mehr Ressourcen verbrauchen als ihr Land bereitstellt. Grün dargestellt sind die Länder, deren Ressourcenverbrauch unter dem liegt, was ihr Land hergeben würde.

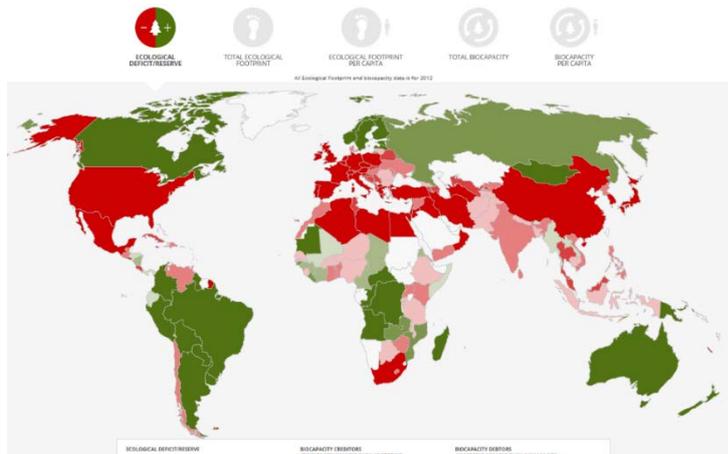


Abb. 33. Weltkarte der Biokapazitätsdefizite und reserven (Screenshot)

Weltweite Ungleichheiten

Man kann die weltweite Ungleichverteilung des ökologischen Fußabdrucks mit anderen Verteilungen vergleichen. Die Verteilung ökonomischen Reichtums etwa wird jährlich im Weltvermögensbericht publiziert (s. Abbildung 34, CREDIT SUISSE 2015: 10). Die Darstellung zeigt, dass die Bevölkerung Deutschlands im Durchschnitt zum reichsten Segment der Weltbevölkerung gehört, das über ein Vermögen von mehr als 100.000 US-Dollar verfügt.

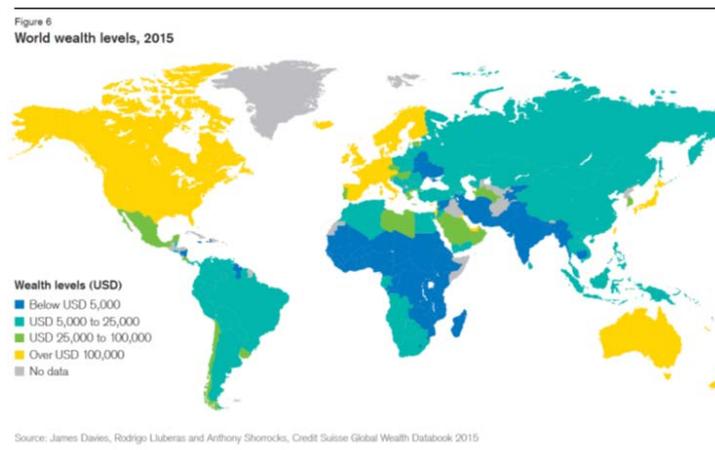


Abb. 34: Weltkarte der Vermögensverteilung (Screenshot)

Vermögen und Konsum, und damit konsumbedingter Naturverbrauch, sind eng korreliert. Nach Angaben der Weltbank tätigt das reichste Fünftel der Weltbevölkerung mehr als drei Viertel des privaten Konsums (s. Abbildung 35). Der Weltentwicklungsbericht der Vereinten

Nationen hat 1998 diese weltweite Ungleichheit im Konsum und deren soziale und ökologische Folgen detailliert dargestellt.

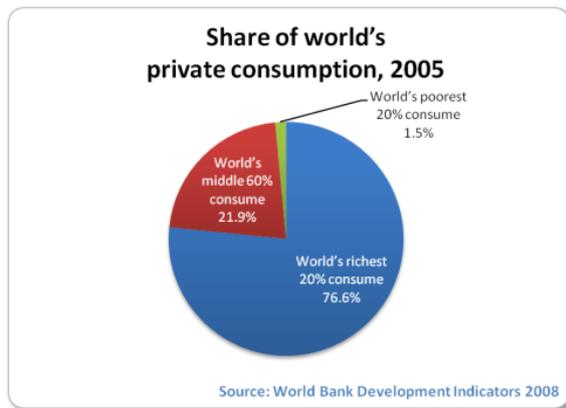


Abb. 35: Globale 20:80-Verteilung des privaten Konsums (Bild: globalissues.org)

Die Debatte über weltweite Ungleichheit, ihre Ursachen und Zusammenhänge bildet den Anschluss zur Bildung für nachhaltige Entwicklung, die stets eine globale Perspektive einnimmt. Im Mittelpunkt der diesbezüglichen Kommunikation steht die Frage, wie es möglich wird, die Bedürfnisse aller heute lebenden Menschen zu befriedigen, ohne dabei die Bedürfnisbefriedigung zukünftiger Generationen zu beeinträchtigen. Unter Berücksichtigung der weltweiten Ungleichheiten kommt diese Diskussion nicht um die Frage herum, welche unserer hiesigen Wünsche und Interessen wir aus moralischen Gründen zurückstellen müssen, damit genug für die Bedürfnisbefriedigung aller bleibt.

Quellen

- **Earth Overshoot Day:** <http://www.overshootday.org/> - Arbeitsmaterialien für die Bildung bietet die Rubrik „For kids and teachers“.
- Deutsche Webseiten des Global Footprint Network: <http://www.footprintnetwork.org/de/>, **Ökologischer Fußabdruck nach Nationen:** http://www.footprintnetwork.org/ecological_footprint_nations/
- **Bildungsmaterialien** des Global Footprint Network (nur auf Englisch verfügbar): http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/page/educational_resources/
- **Global Wealth Report** und Databook zum kostenlosen Download verfügbar unter: <https://www.credit-suisse.com/ch/de/about-us/research/research-institute/publications.html>
- Internetportal zum **Globalen Lernen** mit ein- und weiterführender Literatur, Materialien und Serviceangeboten: <http://www.gobaleslernen.de>
- Die Website **Global Issues** (nur auf Englisch) präsentiert verschiedenen globale Themen und zeigt, wie sie zusammenhängen: <http://www.globalissues.org>
- **Human Development Report** 1998 (nur auf Englisch verfügbar): Download unter http://hdr.undp.org/sites/default/files/reports/259/hdr_1998_en_complete_nostats.pdf