

„Große Transformation und die Medien – Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation“

Zusammenfassung des Tagungsberichts

Am 10. und 11. Juli 2017 fand in der Ev. Bildungsstätte auf Schwanenwerder die Tagung „Große Transformation und die Medien – Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Kommunikation“ statt.

Die Tagung beleuchtete die Rolle der Medien im anstehenden Transformationsprozess, ein gewisses Versagen bei der Darstellung komplexer Sachverhalte und fragte, wie alternative gesellschaftliche Leitideen initiiert und kommuniziert werden können, die von einem anderen Fortschritt erzählen. Dies betrifft nicht allein die Medien, sondern auch Wissenschaft und Politik stehen vor neuen Herausforderungen der Kommunikation von Lösungsstrategien.

Die Rahmenbedingungen haben sich in den letzten Jahrzehnten erheblich verändert. Die Umweltprobleme unserer Zeit sind so gravierend, dass in vielen Fällen die ‚Planetary Boundaries‘ – die ökologischen Belastungsgrenzen – bereits überschritten sind. Es bleibt nicht mehr viel Zeit, um Umweltschäden zu beheben und den Klimawandel aufzuhalten. Neben den Bereichen Energie, Verkehr und Landwirtschaft sind dringend weitere grundlegende Veränderungen nötig: ein Umdenken in Richtung weniger Wachstum, einer „Grünen Wirtschaft“ und letztlich auch weniger Massenkonsum.

Optimistisch kann stimmen, dass es viele Lösungsansätze gibt, die in der Wissenschaft wie auch in der zivilgesellschaftlichen Praxis erarbeitet worden sind. Allerdings werden diese Ansätze viel zu wenig in der Öffentlichkeit diskutiert. Es braucht für ein Umdenken und Umsteuern eine rege gesellschaftliche Debatte und übergreifende Akzeptanz. Die Tagung beschäftigte sich daher zentral mit der Frage, wie über die Medien Lösungsansätze besser kommuniziert werden können.

Die Tagung war bereits der dritte Teil einer Veranstaltungsreihe zum Thema „Große Transformation“ und deren politische Kommunikation, die in den Jahren 2015 und 2016 am gleichen Ort in Schwanenwerder stattfanden. Die ersten beiden Teile nahmen die jeweiligen Aktivitäten der Wissenschaft und der Politik in den Fokus, während es nun vor allem um neue Kommunikationsstrategien ging.

Die Veranstaltung mit rund 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmern richtete sich eher an ein Fachpublikum: An Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Vertreterinnen und Vertreter aus dem Bereich der zivilgesellschaftlichen Organisationen, der Politik und der Medien. Willkommen waren auch Bürgerinnen und Bürger, die ein Interesse am Thema einer grüneren Wirtschaft und Fragen ihrer besseren Kommunikation haben.

Ausgangspunkt: Wirtschaftswachstum als Katalysator des Anthropozäns

Im ersten Block gab der Düsseldorfer Wirtschaftsjournalist Ferdinand Knauß (Wirtschaftswoche) in einem Einführungsbeitrag unter dem Titel „Wachstum über alles. Zur Etablierung eines Paradigmas durch die Medien“ einen historischen Überblick über die Entwicklung des Wachstumsbegriffs, aus dem er einen Appell an Wirtschaftsjournalisten und Wirtschaftsjournalistinnen und auch die Wirtschaftspolitik ableitete, wieder ein Geschichtsbewusstsein zu entwickeln, um das Wachstumsparadigma zu überwinden. Knauß nannte als „tieferen Grund“ für diese Fixierung „die historische Blindheit des Wirtschaftsjournalismus nicht nur gegenüber der Geschichte, sondern

auch gegenüber der historischen Bedingtheit der eigenen Überzeugung.“ Auch in Wirtschaftslexika fehle jede historische Einordnung des Wachstumsbegriffs. Ein Bewusstsein dafür zu gewinnen, dass Wirtschaftswachstum ein geschichtlich bedingtes Phänomen ist, sei gleichzeitig eine Voraussetzung dafür, sich zukünftig davon zu verabschieden.

Alternativen zum Wachstum als Leitbild der Moderne

Als eine Antwort auf die Frage nach Alternativen zu einem quantitativen Verständnis von Wohlstandssteigerung hob der Züricher Nachhaltigkeitswissenschaftler Kai Niebert die Rolle der Semantik hervor – die Suche nach und Verbreitung von verständlichen Begriffen. Die komplexen Probleme und Lösungswege, die sich im Zusammenhang mit Anthropozän und Nachhaltigkeit stellen, müssten auf für alle verständliche Begriffe heruntergebrochen werden. So schlug Niebert vor, nicht mehr vom „Kohleausstieg“ zu sprechen, sondern von „sauberer Energie“, nicht mehr von der „Ökosteuer“, sondern von einer „Verschmutzungsabgabe“, nicht mehr von „Dekarbonisierung“, sondern von der „Erneuerung der Infrastruktur“.

Als Beispiel einer direkten Wissensvermittlung, mittels Netzwerken und persönlicher Kommunikation, wurde von Roland Zieschank vom Forschungszentrum für Umweltpolitik an der FU Berlin der ‚Nationale Wohlfahrtsindex‘ angeführt. Dieser, das Bruttoinlandsprodukt ergänzende, aber den gesellschaftlichen Wohlstand um ökologische und soziale Folgekosten bereinigte Index entstand zwar aus einem UBA-Forschungsvorhaben, inzwischen ist er aber als ein konzeptioneller wie gleichermaßen empirischer Einstieg in Diskurse und Entscheidungen zu einer anderen Wohlfahrtsentwicklung in Deutschland bekannt geworden. Ein im wissenschaftlichen Raum entstandenes Indikatoreninstrument hat sich somit „über die Zeit als ein geeignetes Kommunikationsinstrument für den gesellschaftlichen Raum erwiesen.“

Elisabeth Freytag-Rigler vom Ministerium für ein lebenswertes Österreich in Wien stellte die Initiative „Wachstum im Wandel“ vor, die vom österreichischen Ministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft initiiert wurde und mehr als 20 Organisationen vereint, die sich explizit mit Fragen zu Wachstum, Wohlstand und Lebensqualität auseinandersetzen. Das aus deutscher Sicht ungewöhnliche und insofern innovative Spektrum reicht beispielsweise vom Bundesministerium für Finanzen über die österreichische Nationalbank bis hin zum Handelskonzern REWE-Group und der Europäischen Umweltagentur. Inzwischen ist die Initiative auf europäischer Ebene angekommen, wo Frau Freytag-Rigler in vielen Gruppierungen und auf mehreren Ebenen mitarbeitet. Herz der Initiative sind Konferenzen, aber auch Zukunftsdossiers, Stakeholder-Dialoge oder Publikationen. Diese Aktivitäten in Österreich zeigen, dass es nicht nur inhaltliche Überlegungen zu einem neuen Verständnis von wirtschaftlicher Entwicklung gibt, sondern auch die Integration solcher Konzepte in andere staatliche Einrichtungen und in Teile der Gesellschaft ein gutes Stück vorangekommen ist – zumindest von der Informationsseite her.

Wer erzählt die Geschichten zur Großen Transformation? Beispiele aus Politik, Wissenschaft und Medien

Im zweiten Tagungsblock stellten Michael Marten und Rainer Benthin vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, sowie Gerd Scholl vom Institut für Ökologische Wirtschaftsforschung die Ergebnisse der neuen Umweltbewusstseinsstudie für Deutschland vor. Sie ergab, dass das Problembewusstsein in der deutschen Bevölkerung für Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes gleichbleibend hoch ist und für die Mehrheit der Befragten ein „Weiter so“ keine Lösung darstellt. Allerdings war die Mehrheit der Befragten 2016 vom künftigen Erfolg

der Klimapolitik noch nicht überzeugt. Es werde zu wenig für Umwelt- und Klimaschutz getan. Stärkere Beachtung findet inzwischen, dass Umwelt und Klimaschutz immer mehr auch eine Frage der sozialen Gerechtigkeit sind. Die Umweltbewusstseinsstudien stellen gewissermaßen einen Spiegel der gesellschaftlichen Resonanz auf ökologische Problemlagen wie auch notwendige Abhilfestrategien dar – auf diese Weise geben sie auch Impulse für Kommunikationsaktivitäten des Umweltministeriums und des Umweltbundesamtes.

Torsten Schäfer, der an der Hochschule Darmstadt eine Professur für Journalismus innehat, stützte in seinem Vortrag zum Thema „Grüner Journalismus: Spannungsfeld zwischen Neutralität und Transformation“ die semantische Kritik von Niebert. Begriffe wie „Große Transformation“ oder „Anthropozän“ seien in der Bevölkerung kaum oder nicht bekannt, da es sich quasi um „Szenebegriffe“ der Wissenschaft handele. Daher müssten Journalisten eine Sprache finden, mit der sie die Leser erreichen können. Schäfer sprach sich gleichwohl für die Benutzung des Begriffs der Nachhaltigkeit aus, weil dieser „bereits tiefen Eingang in regionale, nationale und globale Rechtsregime, Politikprogramme und Märkte und Unternehmen gefunden“ habe. Nachhaltigkeit muss hierbei über die ökologische und ökonomische Dimension hinaus gedacht werden und auch soziale Gerechtigkeit mit einbeziehen. Im Einzelnen lieferte Schäfer detaillierte Vorstellungen zur Entwicklung der kommunikativen Seite.

Auch wenn die Wissenschaft immer mehr Indizien zur Faktizität des Anthropozäns sammelt, spiegelt sich diese Situation kaum, in jedem Fall aber zuwenig in den Medien selbst und dringt als Beschreibung der Gegenwart nicht bis in den Kern der Zeitschriftenredaktionen vor, wie die ZEIT-Redakteurin Petra Pinzler aus der journalistischen Praxis berichtete. Der Sachverhalt erscheine zu groß und zu komplex, um schnell in einen Newsstrom integrierbar zu sein, oder dem imaginären Leser verständlich vermittelbar zu sein. Überspitzt formuliert, leben die Menschen zwar inzwischen im Anthropozän und unterliegen massiven ökologischen Veränderungen, aber darüber schreiben können viele Massenmedien nicht.

So bleibt es häufig noch bei medialen Facetten und Splittern, bestenfalls beispielhaften Geschichten und Berichten. Andererseits gibt es auch Zeichen für ein Umdenken in Redaktionen, beispielhafte Lösungen – etwa zur Verkehrswende – könnten aufgegriffen und in größere Zusammenhänge gestellt werden. Anzustreben sei außerdem eine Form des "Hintergrundbewusstseins" von Nachhaltigkeit, das dann in die verschiedenen Sparten der Redaktionen und die tägliche Erstellung von Artikeln einfließen sollte.

Der Wandel in der Medienlandschaft und die neuen Akteure

Im dritten Tagungsblock wurde eingangs ein übergreifender Bogen geschlagen, weil unter dem Leitmotiv der Tagung gleichfalls der Aspekt zum Tragen kommt, den Begriff der gesellschaftlichen Verantwortung (auch) der Medien neu zu denken. Sie sind im Zusammenhang mit Transformationsprozessen nicht mehr nur begleitender Kommentator, der quasi nachgelagert Ideen, Trends oder Lösungsstrategien verfolgt, sondern es stellt sich die Frage, wie antizipativ, oder in der Terminologie der Umweltpolitik: „vorsorgeorientiert“ Zeitungen und andere Medien sich mit einigen Zukunftsfragen befassen. Diese Haltung kann durchaus als Weiterentwicklung der Wächterrolle des Journalismus verstanden werden: So rechtzeitig Lösungen von Seiten der Wissenschaft und der Politik einzufordern, dass noch Handlungsspielräume bestehen, bevor die ökologischen Veränderungen selbst dies erfordern würden oder gar keine Spielräume mehr existieren. Hierzu brachte der Journalist Thomas Leif vom Südwestrundfunk Fernsehen in Mainz in seinem Vortrag „Eine gesellschaftliche Perspektive für die (neuen) Medien“ grundsätzliche Erörterungen ein, die bis in den Bereich der Medienpolitik reichten. Er fordert in einer plakativen Formulierung einen Journalismus mit "mehr Content und weniger Konfetti". Seine fundierte Kritik an den

gegenwärtigen Funktionsweisen der Massenmedien und neue Vorschläge für einen qualitativ höherwertigen (Wissenschafts-)journalismus sind in dieser konzentrierten Darstellung wegweisend.

Eine betriebswirtschaftliche Sichtweise innerhalb des Mediensektors war der Beitrag des Geschäftsführers der „tageszeitung“ (taz), Karl-Heinz Ruch aus Berlin. Ruch stellte am Beispiel der taz dar, wie seit 1979 innerhalb des deutschen Mediensystems ein alternatives publizistisches Projekt aufgebaut wurde und durch Leserfinanzierung und weitgehende Werbefreiheit bis heute trotz Zeitungskrise überleben konnte. Als eine Zukunftsgarantie erweist sich der Übergang zum Genossenschaftsmodell, das dem Verlag eine finanziell gesicherte Handlungsbasis ermöglicht. Die Genossenschaft ist nicht nur eine Alternative zum allein an Markt und Quote ausgerichteten traditionellen Modell der Medienlandschaft, sondern auch eine Option für neue Gründungsprojekte im Medienbereich.

Der Berliner Wissenschaftsjournalist Manfred Ronzheimer stellte in seinem Vortrag die theoretischen Grundlagen eines „Transformationsjournalismus“ und praktische Erfahrungen mit „partizipativem Journalismus“ unter Einbeziehung von „Bürgerreportern“ vor. Über Themen der Transformation werde angesichts ihrer globalen Bedeutung viel zu wenig in den Medien berichtet, stellte Ronzheimer fest. Ein „transformativer Journalismus“ nehme sich dieser Inhalte in neuer Weise an, indem er sowohl die Dimension der Bedrohung als auch konkrete Transformationsansätze von Bürgern und Bürgerinnen darstelle. Zugleich ist dieser Ansatz des „partizipativen Journalismus“, der die Akteure des Wandels in die Medienproduktion direkt einbezieht, ein innovativer Beitrag zur Frage der zukünftigen Gestaltung des Mediensystems.

Am Beispiel des Aufbaus von wissenschaftlichen Plattformen zum Thema Suffizienz, die nun in Eigenregie von Umweltverbänden betrieben werden, zeigt sich gleichfalls eine neue Entwicklung, nämlich der Transfer von Wissen über einen wichtigen Teilbereich einer Großen Transformation, welcher nicht mehr auf die Möglichkeiten der traditionellen Medien setzt, sondern die sozialen Medien und das Internet direkt nutzt. Christine Wenzl vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) zeigte in ihrem Beitrag einerseits, dass Suffizienzstrategien eine wichtige Alternativbotschaft gegenüber dem eingangs skizzierten Wachstumsimperativ darstellen können. Und andererseits, dass unter Nutzung neuer Medienformate (Social Media) eigene Wissenstransferkapazitäten zu „good practise“-Beispielen in und für Kommunen internetbasiert bereitgestellt werden können.

Der Beitrag von Hermann Ott vom Wuppertal-Institut in seiner Eigenschaft als Leiter des Projekts „Fokus Wachstumswende“ illustrierte an diesem drittmittelfinanzierten Projekt, wie die Kooperation zwischen Umweltbundesamt, einer Forschergruppe, zivilen Verbänden und Journalistinnen die Kommunikation einer komplexen Fragestellung unterstützen kann. So gab es als Resultat des Projekts einen Crashkurs für Journalisten zur Problematik des quantitativen Wirtschaftswachstums und die Ergebnisse zum Forschungsthema Wachstumswende wurden u.a. im Rahmen eines Parlamentarischen Abends der Öffentlichkeit vorgestellt.

Utopien als Anker für Erzählungen?

In der Abendveranstaltung wurde in unterschiedlichen medialen Formaten das Buch „Ökotopia“ des US-amerikanischen Autors Ernest Callenbach vorgestellt. Es handelt sich um einen ökologischen Zukunftsroman aus dem Jahr 1975, der die politische Abspaltung des US-Westküste und den Aufbau einer autarken ökologischen Republik schildert. In der narrativen Form eines Tagebuch-Romans wurde die Vision einer entmaterialisierten, vom Wachstumsparadigma befreiten, nachhaltigen Gesellschaftsordnung entworfen. Das Buch wurde über eine Million mal verkauft

und hatte enorme Wirkung auf die junge Umweltbewegung jener Jahre, bis hin zu den deutschen Grünen.

Anschließend wurde mit Dr. Thomas Klein (Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung) und Eva Quistorp, die als Mitgründerin der Partei „Die Grünen“ Ernest Callenbach selbst noch persönlich kennengelernt hatte, die Relevanz des Buches für die heutige Zeit erörtert. Eine Fragestellung war, ob sich der narrative Ansatz zur Beschreibung einer alternativen Gesellschaft für die weitere Bewusstseinsbildung besser eignet als ein rein faktenorientiertes Sachbuch. Und: wie sollten die heutigen großen ökologischen Herausforderungen in vergleichbarer Weise erzählt und transportiert werden?

Auf dem Weg zu neuen Erzählungen

Im vierten Tagungsblock am zweiten Tag, der sich schwerpunktmäßig mit dem Kommunikationsansatz „Narration“ beschäftigte, ging Ole Meinefeld von der Heinrich-Böll-Stiftung auf die Diskussionen über eine neue „grüne Erzählung“ ein, die nach dem schlechten Abschneiden von Bündnis90/die Grünen bei der Bundestagswahl 2013 geführt wurden. Eine Rolle spielte dabei der „Veggie-Day“ und das Image der Grünen als „Verbots-Partei“, die die Bürgerinnen und Bürger in ihrem Verhalten bevormunden wolle. Um bei der Bevölkerung mehr Begeisterung für eine gesellschaftliche Transformation zu erreichen, so Meinefeld, müssten Begründungsketten bereitstehen, die verständlich machen, warum Maßnahmen, die fallweise mit Einschränkungen oder Verboten einhergehen, auch notwendig sind. Dies lasse sich deutlich besser erreichen, wenn die ökologischen Notwendigkeiten nicht als Kritik moderner Errungenschaften formuliert werden, sondern als „eine bessere Form der Modernisierung“. Erzählungen müssen somit positiv formuliert werden. Statt die Erzählung des Abbaus fossiler Energieerzeugung sollte die Erzählung des technologischen Wandels gewählt werden, statt Verzicht sollte von „Generationengerechtigkeit“ gesprochen werden. Erneut wurde damit die Relevanz der Semantik und der Entwicklung guter Begriffsbildung unterstrichen.

Für Joachim Borner, Geschäftsführer des Bildungsträgers Kolleg für Management und Gestaltung nachhaltiger Entwicklung, sind Narrative „Erzählweisen in einem gesellschaftlichen Diskurs“, die auch – wie im Fall der Nachhaltigkeit – eine „zielbeschreibende Orientierung“ beinhalten können. Narrative hätten den Vorteil, dass sie wegen ihrer gefühlsbezogenen Anteile und Stilmittel (z.B. Personalisierung) besser vom Rezipienten aufgenommen werden als rein faktenbasierte Informationsangebote, dadurch auch Kontexte verständlicher machen und die Möglichkeit eröffnen, das Erfahrene in eigene Handlungsmuster einzubauen. Mehrere Vorschläge befassen sich damit, wie über die Vorteile von „Geschichten“ – einem Kulturgut in allen Gesellschaften – nicht nur Informationen, sondern auch ein Wandel der Einstellungen verbreitet werden kann. Besonders hervorgehoben werden von ihm „Erzählungen aus der Zukunft“, welche Erfolge eines gelungenen Transformationsprozesses darstellen und so bis in das Hier und Jetzt zurückwirken könnten.

Wilfried Kraus vom Bundesministerium für Bildung und Forschung stellte die Punkte Langfristigkeit und Partizipation in den Mittelpunkt. Diese kommen in der forschungspolitischen Praxis in den Programmen „FONA“ (Forschung für Nachhaltigkeit) und „Kopernikus“ (Energiewendeforschung) zum Ausdruck, die in Umsetzung und Wirkung auf Jahrzehnte hin angelegt seien. Immer wichtiger werde hier auch die Beteiligung von betroffenen Bürgerinnen und Bürgern sowie Experten und Expertinnen im Rahmen von Forschungsprozessen. Dazu sei auch die Wissenschaftskommunikation geändert worden, um eine bessere Ansprache der Bevölkerung zu erreichen. Jedenfalls reiche es inzwischen nicht mehr, dass die Wissenschaft Lösungswege ausarbeitet, die Medien und die Bevölkerung aber kaum etwas davon erfahren. Als Konkretisierungsbeispiele führte

Kraus die Erstellung von kommunalen Klimakatastern an – zur langfristigen Vorbereitung auf negative Auswirkungen des Klimawandels, sowie die Entwicklung einer nachhaltig ausgerichteten Finanzwirtschaft.

Podiumsdiskussion: Narrative für die Große Transformation

Die Tagung schloss mit einer Podiumsdiskussion, an der sich Michael Müller, Parlamentarischer Staatssekretär a.D., Vorsitzender der Kommission Lagerung hochradioaktiver Abfallstoffe, Berlin, Ernst-Christoph Stolper, stellv. Bundesvorsitzender des BUND, Berlin sowie Christian Füller, Chefredakteur der Wochenzeitschrift „der Freitag“, Berlin, beteiligten. Die Podiumsdiskussion erörterte in der Moderation durch Manfred Ronzheimer und Roland Zieschank aus unterschiedlichen Blickwinkeln die Frage nach den Möglichkeiten für eine bessere Kommunikation von Themenstellungen der Großen Transformation in die Gesellschaft und in die Politik hinein. Diese Kommunikation sollte sich nicht nur auf Informationsweitergabe beschränken, sondern auch Motivation und Anleitung zur praktischen Veränderung beinhalten.

Müller machte den umfassenden zivilisationsgeschichtlichen Zusammenhang deutlich, in dem der Transformationsdiskurs stehe. Das zentrale Thema der europäischen Moderne sei die soziale Emanzipation, die Befreiung des Menschen gewesen, was letztlich zum Weltmodell der Demokratie wurde. Der Fehler bestehe darin, dass der Weg zu dieser Emanzipation über technische Modernisierung heute als Selbstzweck betrachtet und die ökologischen Begrenzungen missachtet würden. Beides gelte es auf neue Weise zu verbinden: „Wir müssen eine Idee finden, wie die ökologische Debatte zur Debatte über die Zukunft der Gesellschaft wird“.

Stolper präferierte den Begriff „Werte“ anstelle von „Narrativen“, da es die Werte seien, die auch das Verhalten lenkten. Laut Stolper entwickelt sich Politik an Widersprüchen. Transformationen sind somit keine harmonischen Übergänge, sondern durchaus konfliktreiche Prozesse. Dies bedeute vor allem, dass auf Umweltverschmutzer konkreter Druck in der Öffentlichkeit ausgeübt wird. Die von Stolper über den BUND mitorganisierten Demonstrationen gegen das TTIP-Handelsabkommen sind ein Beispiel dafür, wie zivilgesellschaftliche Organisationen über den Protest auf der Straße letztlich erfolgreich politischen Druck ausüben können, und dies bei einem durchaus komplexen und nicht eindimensionalen Thema.

Für Füller geht es bei der Transformation nicht so sehr um einen großen Plan, sondern es handelt sich um eine harte Auseinandersetzung, um einen Kampf. Die Presseverlage verfolgten zwar keine Mission. Aber ihre Aufgabe sei es, auch solche Themen in die gesellschaftliche Diskussion zu bringen, die von der Politik bisher nicht oder unterwertig behandelt werden. Dabei gehe es auch um Verständlichkeit; wobei zentrale Begriffe für einen gesellschaftlichen Diskurs nicht geeignet seien: Das Tagungsthema selbst ist absolut nicht weiter vermittelbar, war Füllers prononciertes Statement. – Allerdings sollte die Tagung aus Sicht der Veranstalter ja genau diese Problematik erst auf die Agenda bringen. In der journalistischen Praxis sei es aber, dies kann als zukunftsweisendes Statement angesehen werden, durchaus möglich, komplexe Themen auch in leseraffine Formate zu übersetzen. Dazu zählen nicht zuletzt narrative Formate: „Der Long read ist im Kommen“, so der Chefredakteur des „Freitag“.

Als eine große Hürde wurde auch in dieser Runde die Spannung zwischen Begriffen der (wissenschaftlichen) "Community" und den Strukturzwängen der Medien identifiziert: Die Begrifflichkeit der Großen Transformation, die sich wenig zur Nutzung in populären Medien eignet, da sie für viele Leserinnen und Leser eine Schranke der Unverständlichkeit aufbaut und damit die Auflagen nicht fördert. Gleiches gilt auch für die Begriffe des „Anthropozäns“, der „Suffizienz“ und in Teilen auch für die „Nachhaltigkeit“. Das Transformations-Vokabular hält zum einen viele Journalisten und Journalistinnen davon ab, sich mit diesen Themen zu beschäftigen; zum zweiten verlangt es verstärkte „Übersetzungsarbeit“ aus einer fachlichen in eine allgemein verständliche Sprache. Als

verständnisfördernd wurde wiederum der erzählende Kommunikationsansatz des „Narrativ“ angesehen, da er einzelne Fakten in einen Sinnzusammenhang stellt.

Insgesamt herrschte in der Abschlussrunde Konsens, dass für die politischen Debatten im öffentlichen Raum die Medien wieder eine wichtige katalytische Rolle spielen müssten. Neben dem Publikum, das über verständliche und narrativ-eingängige publizistische Formate anzusprechen sei, müssten besondere Konfliktthemen für die politische Auseinandersetzung von der Presse aus eigenem Antrieb aufgegriffen und gezielt an die Teil-Leserschaft der politischen Entscheidungsträger (und Entscheidungsträgerinnen) kommuniziert werden. Dazu sollte auch vermehrt eine Sensibilisierung des klassischen Politik- und Parlaments-Journalismus für den Bereich der Nachhaltigkeits- und Transformations-Themen erreicht werden. Dies wiederum bedingt auch eine gewisse Neuorientierung des Wissenschaftssystems in Richtung gesellschaftlicher Kommunikation von Forschungsergebnissen, welche die negativen Begleiterscheinungen des Anthropozäns analysieren und die eigentlich in vielen Bereichen ausgearbeiteten Lösungsvorschläge in der Gesellschaft stärker zur Diskussion stellen.

Roland Zieschank und Manfred Ronzheimer