Den Klimawandel kommunizieren: Probleme und Lösungen

Gesundheitsaspekte spielen eine zentrale Rolle bei der Kommunikation von Klimafolgen

Zwischen den Jahren 2000 und 2016 hat sich die Zahl der Menschen, die Hitzewellen ausgesetzt waren, um 125 Millionen erhöht. 2015 litt eine Rekordzahl von 175 Millionen Menschen unter extremer Hitze – diese Zahl wird sich in den kommenden Jahren verschlimmern. Die Ausbreitungsrate von Denguefieber hat sich – verglichen mit den Zahlen von 1990 – global zwischen 3 und 5,9 Prozent erhöht. Bei 50 bis 100 Millionen geschätzten jährlichen Infektionen wird die sich weltweit am schnellsten ausbreitende Krankheit immer schlimmer um sich greifen. Unterernährung ist die gravierendste Gesundheitsfolge des Klimawandels im 21. Jahrhundert. Denn mit jedem zusätzlichen Grad, um das die globale Temperatur steigt, geht die globale Weizenernte um sechs Prozent zurück – und die Reisernte um zehn Prozent.

Während ich den Lancet Countdown Report 2017 lese, dessen Ergebnisse ich an die Öffentlichkeit verbreiten soll, kann ich nur eins denken: Wir haben es versaut.

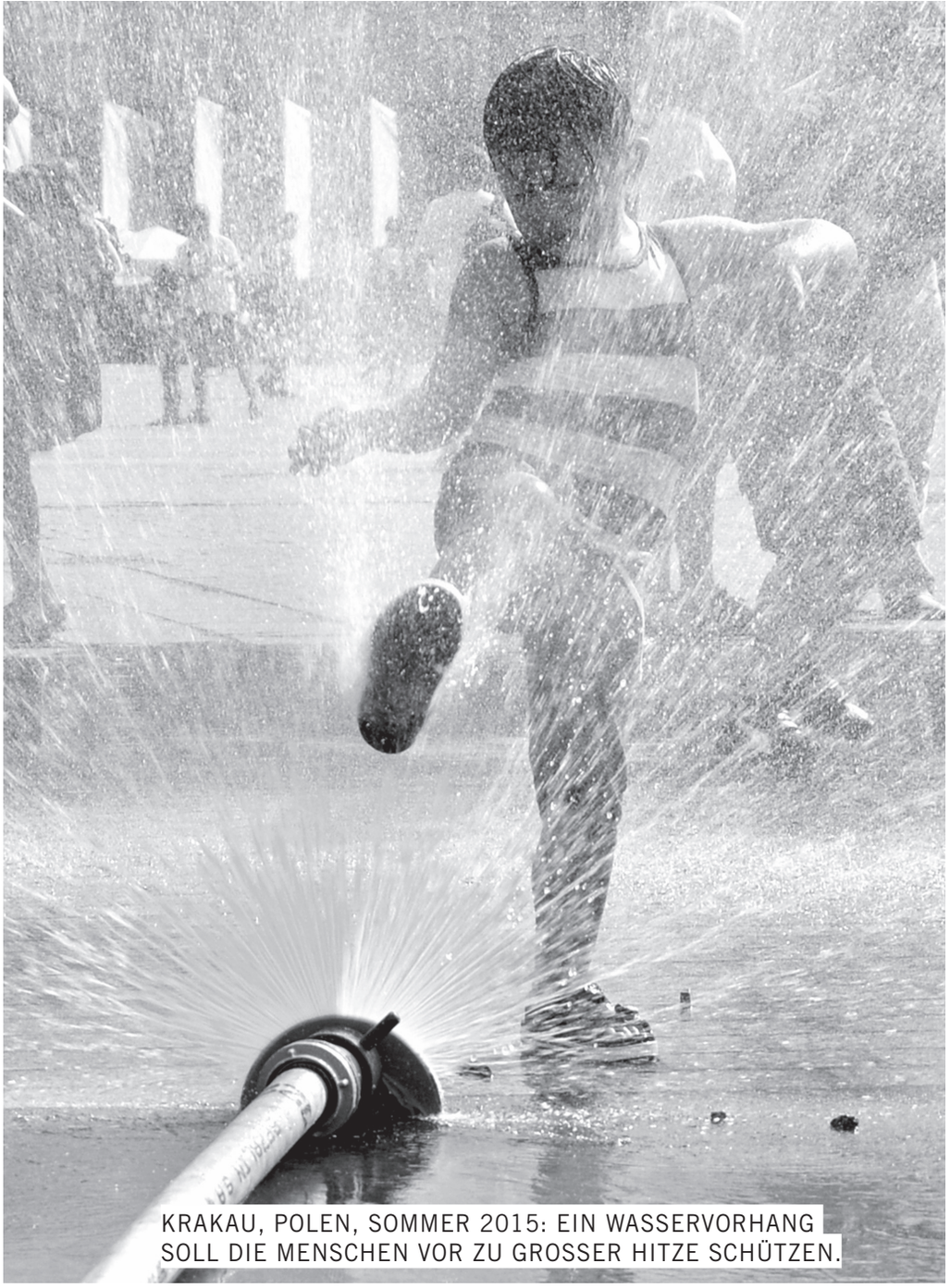
Klar ist: Während die physikalischen Auswirkungen des Klimawandels seit etlichen Jahren bekannt sind, sind seine Gesundheitsfolgen viel schlimmer als bisher angenommen. Wie soll ich also meine Aufgabe, die der Klima-Kommunikatorin, angehen, ohne meine Leserschaft – die Menschen, die sich die Mühe machen, sich hiermit zu beschäftigen – geradewegs in die Spirale der Depression zu schicken?

Informationen über die negativen Auswirkungen des Klimawandels, die emotionale Wirkung haben, können die Wichtigkeit des Themas klarmachen. Zum Beispiel Artikel wie der von David Wallace-Wells im New York Magazine „Die unbewohnbare Erde: Hunger, ökonomischer Kollaps und eine Sonne, die uns kocht“ (s.S. 22f.) – in diesem Jahr einer der am weitesten verbreiteten Artikel über den Klimawandel. In den Sozialen Medien wurde er mehr als 800.000 mal geteilt. Manche meiner FreundInnen, die sich für dieses Thema sonst nicht interessieren, haben diesen Artikel auf Facebook gepostet, mit Kommentaren, die genauso wenig konstruktiv waren wie meine erste Reaktion auf den Lancet Report. Hier drängt sich die Frage auf: Wie effektiv kommuniziert ein solcher Text den Klimawandel? Manche nennen den Text von Wallace-Wells sogar einen Klimadesaster-Porno, eine Horrorgeschichte ohne Aufruf zur Veränderung, die die Naturwissenschaften fetischisiert, statt zu sozialer und politischer Aktion anzuregen. Während solche emotional wirkende Information über die Auswirkungen des Klimawandels die Aufmerksamkeit auf sich zieht, kann sie gleichzeitig so lähmen, dass wir uns überwältigt und machtlos fühlen. Deshalb muss sie mit konstruktiven Informationen über mögliche Lösungen kombiniert werden, die das Gefühl der Gefahr verringern. Um noch einmal auf den Lancet Countdown zurückzukommen, geben Trends etwa in der Energiegewinnung und im Transportsektor Anlass zu Optimismus. Das Elektroauto soll bis Ende 2017 kostengleich mit seinem nicht-elektrischen Pendant sein. Wenn dieser Trend andauert, könnte er einen Systemübergang einläuten. Da fossile Brennstoffe im Zuge dieses Wechsels überflüssig werden, könnte eine nie gesehene Reduktion der Krankheits- und Sterbefälle beginnen – ein bemerkenswerter Erfolg für die globale Gesundheit.

Außerdem haben wir alle ein eingeschränktes Budget an Aufmerksamkeit, die wir erübrigen können. Ich zum Beispiel schaffe es nicht, an ein Weihnachtsgeschenk für meinen Vater zu denken. Manche Menschen sind mit drohenden militärischen Gefahren beschäftigt, mit dem Zugang zu Verhütungsmitteln oder anderen Alltagsproblemen, die einfach dringender sind als das fern klingende Stichwort Klimawandel.

Auch wenn das immer seltener geschieht, machen wir oft den Fehler, das Klimarisiko zu kommunizieren, indem wir uns auf Ereignisse konzentrieren, die zeitlich und örtlich weit entfernt liegen. Wenn wir uns die Vorhersagen der NASA zum Klimawandel anschauen, dass der arktische Ozean noch vor Mitte des Jahrhunderts im Sommer eisfrei sein wird, betrifft mich das vielleicht, macht mich aber nicht *besorgt*. Es ist bekannt, dass wir Menschen die Tendenz haben, Geschehnisse in ungewisser Zukunft herunterzuspielen, im Vergleich zum Hier und Jetzt – und die Risiken danach zu beurteilen, wie nah sie uns selbst, unserer Familie und uns ähnlichen Menschen sind.

Unzweifelhaft sind wir durch Risikobeschreibungen eher bewegt und betroffen, wenn wir uns selbst in Gefahr glauben. *Besorgt* war ich besonders, als Stürme und Überflutungen Deutschland heimsuchten, wohin ich vor kurzem gezogen war. Derzeitige Stürme und Fluten in Deutschland, und ebenso in Frankreich, wo meine Familie lebt, sind ein Realitätscheck, der uns zeigt, was passiert, wenn der Klimawandel einsetzt und extreme Wetterereignisse Normalität werden. Die Gegenwart und die lokale Relevanz des Klimawandels zu betonen, reduziert die psychologische Distanz. Auch weil ich weiß, dass extremes Wetter direkte Gesundheitsfolgen hat wie Ertrinken, Unfälle oder (langfristiger) durch verseuchtes Wasser und Essen ausgelöste Krankheiten, versetzen mich die möglichen Konsequenzen umso mehr in Stress.



KRAKAU, POLEN, SOMMER 2015: EIN WASSERVORHANG SOLL DIE MENSCHEN VOR ZU GROSSER HITZE SCHÜTZEN.

Foto: Silar / CC-BY-SA 4.0

Wichtig ist, dass Informationen über mögliche Gesundheitsfolgen eine wirkungsvolle Möglichkeit bieten, über den Klimawandel zu sprechen. Gesundheitsfachleute sind als ExpertInnen zum Thema zunehmend gefragt und werden ermutigt, mit ihren PatientInnen sowie lokalen EntscheidungsträgerInnen über Gesundheitsgefahren zu reden – Asthma, Allergien und die Verbreitung bestimmter Krankheiten durch Klimaveränderungen. Organisationen wie die globale Gesundheits- und Klimaallianz, die Gesundheits- und Umweltallianz *HEAL* oder *Health Care without Harm,* um nur einige zu nennen, sind wichtige Institutionen, die solche Themen an die Öffentlichkeit bringen. Es ist ein wichtiger Bestandteil ihrer Arbeit, zu zeigen, dass viele der Schritte, die wir ergreifen, sofort positive Gesundheitseffekte hervorbringen. Ein positiver Wille, sich dem Thema zu stellen, entsteht, wenn wir die Vorteile des Aktivwerdens aufzeigen, statt uns auf die Folgen des Nichtstuns zu konzentrieren. Das könnte bedeuten, sich auf die durch Einsparung von Emissionen vermiedenen Gesundheitsfolgen zu konzentrieren, statt zu betonen, was passieren wird, wenn es keine Reduktion gibt. Den Treibhauseffekt zu beheben, heißt, die Smogluft zu reinigen, die unsere Lungen vergiftet. Diese langfristigen wie unmittelbaren Gesundheitsfaktoren sind der Grund, weshalb die Lancet Commission zu Gesundheit und Klimawandel sagte, eine umfassende Antwort auf den Klimawandel sei die größte Chance für die Weltgesundheit im 21. Jahrhundert.

Trotzdem sind die sprachlichen Mittel nicht alles. Selbst wenn Sie alle genannten Kommunikationshilfen einsetzen, um den Klimawandel relevant und dringlich erscheinen zu lassen, kann es sein, dass Ihr Gesprächspartner nicht darauf anspricht. Deshalb sind die Sozialwissenschaften, die des menschlichen Verhaltens und der Kommunikation, hier genauso wichtig wie die von Klimawandel und Nachhaltigkeit. Wenn Sie über Klimawandel sprechen, müssen sie sich anpassen und eine Geschichte um die Werte der Menschen herum erzählen. In ihrem letzten Buch argumentieren Corner and Clarke, es gehe nicht darum, „Gewinner“ bei der Diskussion zu sein, sondern, einen lebendigen Dialog in Gang zu setzen. Das heisst, wir müssen über Botschaften und Geschichten die Werte der Menschen ansprechen – in den USA sind hier Erfindergeist, Unabhängigkeit, Wohlstand und Führungskraft der Schlüssel, in Indien eher Werte wie Gemeinschaft, Autonomie und Achtung vor der Natur. Die Forschungen zeigen, dass viele Menschen von Natur aus am Wohlergehen anderer und ihrer Umwelt interessiert sind. Appelle, sich für andere einzusetzen, können daher effektiver motivieren als ökonomische Eigeninteressen. Bei Menschen wie Donald Trump wiederum gibt es nur eine Möglichkeit – ihnen eine Studie zu zeigen, die mich neulich im Büro zum Lachen brachte: „Klimawandel: Gut für den Sex, schlecht fürs Sperma. Manche mögens heiß, die Hoden nicht“ – ein Arbeitspapier, das zeigt, dass in den USA auf die sogenannten *80-Grad-Tage* (in Celsius: ca. 27 Grad) neun Monate später niedrigere Geburtenraten folgen.

Sarah Hurtes ist Medienbeauftragte der Europäischen Klimastiftung und war als Referentin bei der Global Health Summer School 2017.