



Kein Alkohol ist auch keine Lösung: Das mussten die Amerikaner während der Prohibition einsehen



Rauchfrei: Die Orte, an denen noch ungehemmt gequalmt werden darf, schwinden zusehends



Einst Wundermittel, dann Ozonschicht-Killer: Spraydosen mit FCKW gehören der Vergangenheit an

Fotos (S. 4 u. S. 5; [M]): Salauyou Yury/ddp; Colourbox; Vladyslav Danilin/ddp; Givaga/ddp; Sergey Peterman/ddp; Alamy Stock Photo/Mauritius; Grafik: DZ; kl. Foto: James Bogue (S. 5, u.)

»Das Wichtigste: zuhören«

Plastikmüll, Klimawandel, Dieselabgase: Man kann auch schlechte Nachrichten so vermitteln, dass gute Taten daraus folgen

DIE ZEIT: Frau Lertzman, Wissenschaft und Medien berichten seit Jahrzehnten über Umweltprobleme, dennoch werden der Müll im Meer und die Treibhausgase in der Atmosphäre immer bedrohlicher. Bringen all diese Informationen am Ende nichts, weil wir unseren Lebensstil ohnehin nicht ändern?

Renee Lertzman: Wie gut jemand über die ökologischen Folgen seines Lebensstils Bescheid weiß, hat tatsächlich kaum Einfluss darauf, wie er diesen gestaltet. Eigentlich ist es ja nicht überraschend, dass Nachrichten nicht direkt in Taten umgesetzt werden. Denn es geht ja um komplexe Probleme. Die Sorge um die Natur ist die eine Seite. Aber wir wollen auch nicht auf unseren Komfort verzichten. Ähnlich wie bei einem Raucher tut sich ein Zwiespalt auf, zwischen dem, worauf wir Lust haben, und dem, was wir tun sollten.

ZEIT: Aber gerade das Rauchen ist doch ein Beispiel dafür, dass mehr Information – neben Verboten und Preiserhöhungen – zu Umdenken führen kann.

Lertzman: Ja, aber das Rauchen ist ein sehr viel einfacherer Fall: Da ist klar, dass es einen Unterschied macht, wenn ich als Individuum mein Verhalten ändere. In Umweltfragen hingegen braucht man auch auf gesellschaftlicher Ebene Veränderungen. Die Herausforderung ist ungleich größer. Das schüchtern die Menschen ein, viele geben auf und verdrängen das Problem im Alltag.



Expertin für Kommunikation: Renee Lertzman

ZEIT: Und trotzdem gibt es diese unliebsamen Fakten. Wie können wir darüber reden?

Lertzman: Anstatt zu jeder Katastrophenmeldung immer gleich das Gegenmittelchen zu liefern, à la »zehn Dinge, die Sie tun können, um das Klima zu retten«, müssen wir die Komplexität der Situation anerkennen und die Gefühle, die sie auslöst.

ZEIT: Was bedeutet das konkret?

Lertzman: Wir müssen ehrlich sein. Die Gefahren realistisch darstellen. Und ansprechen, dass die Größe der Herausforderungen Angst machen kann. Dass wir auf Dinge verzichten müssen und dass das schmerzhaft sein wird. Menschen spüren, wenn man sie ernst nimmt. Professoren sollten auf diese Weise mit Studenten sprechen, der Chef mit seinen Mitarbeitern und Medien mit der Öffentlichkeit. Sie sollten es machen wie ein guter Therapeut mit seinem Patienten: ehrlich sein und empathisch.

ZEIT: Aber im Unterschied zu Patienten, die von sich aus zu einem Therapeuten gehen, weil sie Hilfe suchen, ist die Gesellschaft vielleicht nicht bereit zuzuhören.

Lertzman: Es sind mehr Menschen dazu bereit, als wir meinen. Eine Umfrage der Yale University zeigt, dass die Mehrheit der US-Amerikaner den Klimawandel als wichtiges Thema wahrnimmt. Das macht Hoffnung, auch wenn die derzeitige Regierung der USA anders denkt.

ZEIT: Es gibt also Trump-Wähler, die sich Sorgen ums Klima machen?

Lertzman: Durchaus. Aber sie sind skeptisch, wenn ihnen jemand von oben herab moralisierend erklärt, was sie zu tun haben. Ich habe mit Jugendlichen gearbeitet, die lernen wollten, wie sie mit ihren skeptischen Eltern und Nachbarn über den Klimawandel sprechen können. Wir haben ein Video mit Tipps erstellt, und die Ju-

gendlichen haben ihre Erfahrungen ausgetauscht. Das Wichtigste: zuhören. Statt zu belehren, haben die Jugendlichen ihre Bekannten gefragt, was sie über den Klimawandel denken, sie haben zugehört und ein echtes Gespräch gesucht. Aus der Neurowissenschaft wissen wir, dass Menschen ihr Verhalten am ehesten ändern, wenn sie zum Nachdenken gebracht werden.

ZEIT: Das klingt manipulativ.

Lertzman: Überhaupt nicht. Es ist genau das Gegenteil von Manipulation. Wir sprechen die Dinge direkt an. Umdenken kann man nur erreichen, indem man ein echtes Gespräch sucht.

ZEIT: Medien sind ja weniger mit Zuhören als mit dem Senden von Botschaften beschäftigt. Was können Journalisten von diesen Erkenntnissen lernen?

Lertzman: Erstens müssen sie wissen, dass die Inhalte, die sie produzieren, Gefühle wie Angst und Beklommenheit hervorrufen können. Es wäre gut, die Menschen mit diesen Gefühlen nicht allein zu lassen, sondern in Interaktion zu treten. Und zweitens: Journalisten können sehr wohl zuhören. Von der Wahl der Themen bis zu den Fragen bei der Recherche können sie sich um möglichst große Offenheit bemühen, um herauszufinden, was die Menschen tatsächlich beschäftigt.

ZEIT: Beim Nudging, einem Ansatz aus der Verhaltensökonomie, wird versucht, das Verhalten von Menschen zu beeinflussen, ohne dass sie es merken. Die britische Regierung hat dafür sogar ein Beratersteam eingesetzt. Was halten Sie davon?

Lertzman: Natürlich hat Nudging etwas Bevormundendes. Und wenn diese Art der Politik überhandnimmt, dann spüren die Wähler das. Ich denke, das ist ein Grund für das Misstrauen gegenüber Eliten, das sich beim Brexit und der US-Wahl geäußert hat. Ich arbeite lieber mit gemeinsamen Zielen: Eine gesunde Welt für uns und unsere Kinder, das wollen wir doch alle. Nur sind wir uns uneins darüber, wie wir das auf den Weg bringen sollen. Darüber müssen wir uns unterhalten. Das ist komplizierter, als nur über die Menge an Plastik im Meer zu sprechen oder über die steigenden Temperaturen. Aber es ist nötig.

ZEIT: Bleibt angesichts der drängenden Umweltprobleme überhaupt genug Zeit, um die Gesellschaft auf diese Weise zu überzeugen?

Lertzman: Massenweise Studien belegen, dass Verhaltensänderungen im großen Stil nur auf diese Art vonstattengehen können. Natürlich braucht man auch verhaltensökonomische Maßnahmen wie günstigere Tarife für umweltfreundlichen Strom oder eine Stadtplanung, die dafür sorgt, dass Bewohner ihre Autos weniger benutzen. Aber ohne Empathie und ohne die Einbindung der Menschen läuft es auf Zwang hinaus, auf Lösungen, die von oben nach unten gerichtet sind. Es amüsiert mich, wenn mir die Frage gestellt wird, ob wir genug Zeit dafür haben. Denn warum sollte es schneller gehen, wenn man Menschen verurteilt und ihnen vorschreibt, was richtig und falsch ist? Das ist der schnellste Weg – und zwar zum Widerstand.

ZEIT: Es gibt also Trump-Wähler, die sich Sorgen ums Klima machen?

Lertzman: Durchaus. Aber sie sind skeptisch, wenn ihnen jemand von oben herab moralisierend erklärt, was sie zu tun haben. Ich habe mit Jugendlichen gearbeitet, die lernen wollten, wie sie mit ihren skeptischen Eltern und Nachbarn über den Klimawandel sprechen können. Wir haben ein Video mit Tipps erstellt, und die Ju-

Das Gespräch führte **Ruth Fulterer**

Die US-Kommunikationsforscherin Renee Lertzman berät Unternehmen zu Umweltproblemen

ANZEIGE

Tel. 069 2.060770

TOD'S

MADE IN ITALY

TOD'S

TODS.COM

#LEAVEYOURMARK