

# **REALITÄTSSCHOCK**

Sascha Lobo

Zehn Lehren  
aus der Gegenwart

+ neu: Der Corona-Schock

KIEPENHEUER & WITSCH

Aus Verantwortung für die Umwelt hat sich der *Verlag Kiepenheuer & Witsch* zu einer nachhaltigen Buchproduktion verpflichtet. Der bewusste Umgang mit unseren Ressourcen, der Schutz unseres Klimas und der Natur gehören zu unseren obersten Unternehmenszielen.

Gemeinsam mit unseren Partnern und Lieferanten setzen wir uns für eine klimaneutrale Buchproduktion ein, die den Erwerb von Klimazertifikaten zur Kompensation des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes einschließt.

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.klimaneutralerverlag.de](http://www.klimaneutralerverlag.de)



Verlag Kiepenheuer & Witsch, FSC® N001512

1. Auflage 2020

© 2020, 2019, Verlag Kiepenheuer & Witsch, Köln  
Alle Rechte vorbehalten.

*Covergestaltung* Barbara Thoben, Köln

*Covermotiv* © Rüdiger Trebels

*Autorenfoto* © Urban Zintel

Gesetzt aus der Eskorte und der Proxima Nova

*Satz* Buch-Werkstatt GmbH, Bad Aibling

*Druck und Bindung* CPI books GmbH, Leck

ISBN 978-3-462-00043-6

EINLEITUNG .....	7
<b>1 KLIMA .....</b>	<b>17</b>
KLIMAKOLLAPS, PLASTIKPANIK, VEGANE VISIONEN	
Wie wir plötzlich bemerken, dass unser Lebensstil Folgen hat	
<b>2 MIGRATION .....</b>	<b>59</b>
MASSENWANDERUNGEN	
Warum Migration heute ein höchst digitales Phänomen ist	
<b>3 INTEGRATION .....</b>	<b>89</b>
... ABER DIESE FREMDEN SIND NICHT VON HIER	
Die großen Missverständnisse, Bosheiten und Absurditäten zur Integration	
<b>4 RECHTSRUCK .....</b>	<b>133</b>
DER KURZE WEG NACH RECHTS	
Wie der fahle Glanz des Autoritären Demokratien zerrüttet	
<b>5 CHINA .....</b>	<b>183</b>
DIE CHINESISCHE WELTMASCHINE	
Wie Chinas Gegenwart auch unsere Zukunft verändert	

<b>6</b>	KÜNSTLICHE INTELLIGENZ . . . . .	217
	WIR NANNTEN ES ARBEIT	
	Wie Künstliche Intelligenz und Plattformen verändern, was wir unter Arbeit verstehen	
<b>7</b>	GESUNDHEIT . . . . .	257
	DIGITALE KÖRPERLICHKEIT	
	Update im Erbkrankheiten-Report – wie unser zweiter Körper entsteht	
<b>8</b>	SOZIALE MEDIEN . . . . .	293
	FUN UND EIN STAHLBAD	
	Shitstorms, Cybermobbing und Fake News – von den dunklen Aspekten der sozialen Medien	
<b>9</b>	WIRTSCHAFT . . . . .	333
	EMOTIONAL ECONOMY – DREI GEFÜHLE VERÄNDERN	
	DIE WIRTSCHAFT	
	Wie der Plattform-Kapitalismus den Homo emotionalis hervorbringt	
<b>10</b>	ZUKUNFT . . . . .	367
	DIE WEISHEIT DER JUGEND	
	Warum die Älteren von den Jungen lernen müssen, um den Realitätsschock zu bewältigen	
<b>+</b>	CORONA . . . . .	393
	DIE DIGITALE REVOLUTION	
	Wie die Pandemie einen Digitalisierungsschub auslöst	

**H**aben Sie auch das Gefühl, die Welt sei irgendwie aus den Fugen geraten? Sie sind damit nicht allein. In den liberalen Demokratien scheint es sogar ein, wenn nicht das vorherrschende Gefühl zu sein, zusammen mit einer Überforderung durch die Gegenwart. Ein diffuses Störgefühl, man kann es kaum so umfassend beschreiben, wie man es spürt. Ich bin davon überzeugt, dass wir, die Gesellschaften der westlichen Industrieländer, einen *Realitätsschock* erlitten haben.

**Realitätsschock in einem Satz: Plötzlich müssen wir erkennen, dass die Welt anders ist als gedacht oder erhofft.**

In manchen Fällen hat sie sich mit enormer Geschwindigkeit durch Globalisierung und Digitalisierung verändert, in anderen offenbart sich mit einem Schlag ein zuvor verborgener Teil der Wirklichkeit. Ein Realitätsschock kann ein Bewusstseinswandel, eine schlagartige Erkenntnis oder eine Enttäuschung im Wortsinn sein, also das Ende einer Täuschung. Auf einen Realitätsschock kann man nicht *nicht* reagieren, seiner gesellschaftlichen, oft globalen Dimension wegen. Aber alte Erfolgsrezepte funktionieren nicht mehr.

Auch herkömmliche Methoden der Analyse geraten an ihre Grenzen. Eine neue, hyperkomplexe Wirklichkeit ist eingebrochen in die zuvor einigermaßen fassbare Welt. Nicht, dass zum Ende des 20. Jahrhunderts alles unkompliziert gewesen wäre. Aber Digitalisierung und Globalisierung haben vorher Unverbundenes vernetzt, vorher Übersehenes sichtbar gemacht und uns die Hoffnung geraubt, Politik, Wirtschaft und Eliten hätten eine gewisse Kontrolle über den Lauf der Dinge. Es gibt heute nur wenige Großprobleme, die keinen globalen und digitalen Hintergrund haben. Die Kontrollillusion ist geplatzt, fast gleichzeitig in so vielen Lebensbereichen: Das Jahr 2020 hat mit der Coronavirus-Pandemie begonnen – ein globaler Schock, der in diesem Buch ein eigenes Kapitel bekommt. Der Klimawandel belastet die Natur, Migration fordert Bürger und Politik heraus, ein weltweiter Rechtsruck bedroht die liberale Demokratie. Der Medienwandel hat die Öffentlichkeit auf den Kopf gestellt, Digitalkonzerne saugen einen Markt nach dem anderen auf, und viele dieser Veränderungen schlagen sich unmittelbar in unserem Alltag nieder. Innerhalb weniger Jahre haben sich fast alle großen gesellschaftlichen Debatten verwandelt. Soziale Medien haben Wahlen entschieden, Künstliche Intelligenz verändert die Arbeitswelt erheblich, eine weltweit operierende, digital organisierte Klimajugend ist entstanden. Etwas scheint zu Ende zu gehen, etwas anderes scheint anzufangen, aber wir können die Umrisse des Neuen bisher nur schemenhaft erkennen.

Wir versuchen, unsere gewohnten Erklärungsmuster aus dem 20. Jahrhundert auf die Geschehnisse des 21. Jahrhunderts anzuwenden und sind perplex, wenn sie nicht mehr

passen. Experten, die lange Zeit einigermaßen verlässlich die Welt erklärten, sind heute oft ratlos oder irren sich.

Realitätsschock bedeutet, dass wir jahrzehntealte Gewissheiten aufgeben müssen, unter anderem, weil wir mit einer Überdosis Weltgeschehen und Komplexität konfrontiert werden. Selbstverständliche Grundannahmen haben sich als unvollständig oder brüchig, manchmal auch als falsch erwiesen. Plötzlich erkennbare, messbare Wahrheiten kollidieren mit bis dahin gut funktionierenden, stimmigen Weltbildern. Die unerwartet vielschichtige Realität stört oder zerstört sorgsam gepflegte Philosophien. Die eigenen Meinungen, Überzeugungen, sogar Werte werden durch diese Turbulenzen einer Probe unterzogen. Eine selten gestellte, eigentlich aber allgegenwärtige Frage lautet heute, ob wir bereit sind, die Konsequenzen unserer politischen Haltungen zu tragen. Ob man an eine global organisierte Welt die gleichen Maßstäbe anlegen möchte wie an eine eher nationalstaatlich organisierte Gesellschaft. Die Pandemie durch den Erreger SARS-CoV-2 wirkt wie ein Final: Kein Land kann sich heute noch leisten, nicht global zu planen und zu handeln. Und zugleich sind neue, zuvor nur von wenigen Fachleuten für möglich gehaltene Problemlagen entstanden. Die Pandemie entspricht einem dieser Realitätsschocks, für die man neue Erkenntnisse und Strategien braucht, um überhaupt wirksam dagegen ankämpfen zu können. Beinahe ist es verstörend, wie nahtlos die Globaldramatik um COVID-19 in das Muster Realitätsschock hineinpasst. Wie sehr mit dieser primär gesundheitlichen und in der Folge so umfassenden Katastrophe die radikale Vernetztheit des Planeten spürbar geworden ist.

Durch alle elf Kapitel in diesem Buch ziehen sich wie rote Fäden Digitalisierung und Globalisierung. Zweifellos leben wir in Zeiten der digitalen Vernetzung, und wie bei einem Netz alles mit allem verbunden ist, finden sich auch zwischen den Kapiteln viele Verknüpfungen und Abhängigkeiten. Die flächendeckende Nutzung des Internets ist auf viele Arten mitverantwortlich für die verschiedenen Realitätsschocks. Das Netz gibt fast allen die Möglichkeit, ohne großen Aufwand den Irritationen des Alltags hinterherzurecherchieren. Dabei stößt man schnell auf Außergewöhnliches, was man zuvor für undenkbar hielt. Die Fachbezeichnung für Alltagsüberzeugungen, für das, was wir zu wissen glauben, lautet »Cultural Truism« (etwa: kulturelle Gewissheiten). Es sind die immer wieder erzählten, aber selten hinterfragten Zusammenhänge und Geschichten, die man für wahr hält. Das Internet kann wie ein Antidot für Cultural Truisms wirken – wenn man genau hinschaut. Aber weil im Netz alles geschrieben steht und das Gegen teil davon, kann das Antidot selbst zum Gift werden. Ein Realitätsschock ist für manche Menschen Anlass zu einer Entdeckungsreise im Netz, die sie in die vernebelte Welt der Verschwörungstheorien führt, aus der man kaum aus eigener Kraft wieder entkommt.

Es ist unwahrscheinlich, dass Sie in jedem der zehn Kapitel dieses Buchs gleichermaßen überrascht sein werden. Das hat strukturelle Gründe, denn natürlich wissen viele Expertinnen, Experten und informierte Laien in den jeweiligen Bereichen schon lange, was *eigentlich* los ist. Es geht mir aber um unser Gesamtbild der Welt. Erst der Blick auf die ganze Spreizbreite der Gesellschaft zeigt, dass wir in

einer umfassenden Zeitenwende stecken. Mit direkten oder indirekten Auswirkungen auf fast alle Bereiche unseres Lebens, und trotzdem ist diese Verwandlung in den meisten Köpfen nur punktuell angekommen.

Ich schreibe vor allem über die westlichen Industrieländer, weil die Realitätsschocks mit dem Ende der alleinigen Vorherrschaft des Westens und dem Ausfasern des Eurozentrismus einhergehen. Was in Europa einen Realitäts schock darstellt, ist in anderen Ländern manchmal längst breit akzeptierte Wirklichkeit. In diesem Buch geht es auch darum, dass der Westen durch die Digitalisierung und die Globalisierung gezwungen ist, die Selbstwahrnehmung als Nabel der Welt aufzugeben. Kein Zufall, dass verstärkt Kolonialismusdebatten stattfinden. Europa bemerkt, dass das Handeln der vergangenen Jahrhunderte noch heute Konsequenzen hat. Wir stehen am Beginn einer neuen Zeit, aber das heißt natürlich nicht, dass Geschichte ihre Nachwirkungen verliert. Sie kommen oft erst Dekaden später zur vollen Entfaltung.

Die elf Kapitel entsprechen grob den großen Debatten themen unserer Zeit in dieser Taschenbuchausgabe ergänzt um einen Teil zur Pandemie und ihren Folgen. Man kann darüber streiten, dass statt des Kapitels über China eines über Indien Eingang ins Buch hätte finden müssen. Man kann diskutieren, ob nicht die neue Disziplin *Quantum Computing* hätte berücksichtigt werden müssen, am besten mit viel Blockchain drin. Man kann darüber uneins sein, ob Integration tatsächlich in dieser Form ein Kapitel im Buch sein muss, weil sie eher indirekt mit Digitalisierung und Globalisierung zu tun hat. Aber ich habe mich

anhand meiner persönlichen Expertise, Interessenlage und Lebenssituation entschlossen, einige Realitätsschocks nicht als eigene Kapitel mit hineinzunehmen, etwa den Realitätsschock der Geschlechter nach #metoo, die explosive Veränderung der Bildungslandschaft oder den drastischen Wandel der Mobilität.

Das soziologische Fundament von »Realitätsschock« verdanke ich Ulrich Beck. Eine Feststellung aus dem Band »Die Metamorphose der Welt« (2016) soll das Motto meines Buchs sein:

»Denn die Welt, in der wir leben, verändert sich nicht bloß, sie befindet sich in einer Metamorphose [...] Die ewigen Gewissheiten moderner Gesellschaften brechen weg.«

Wenn ein Buch am Ende fertig vorliegt, passen die konzeptionellen Puzzlestücke meist gut ineinander. Aber während man es verfasst, tauchen immer wieder Zweifel auf. Das passt zwar zu einem Buch über das Ende vieler Selbstverständlichkeiten, ohne Becks »Metamorphose« jedoch hätte ich mich vielleicht in meiner eigenen Verstörung verheddert. »Realitätsschock« erhebt natürlich keinen Anspruch auf die einzige mögliche Deutung der beschriebenen Zustände. Einige der Thesen in diesem Buch mögen Sie für unvollständig, schwierig oder falsch halten. Ich widerspreche nicht. Sie finden hier essayistische Annäherungen an die Gegenwart, gestützt von Fachmeinungen, wissenschaftlichen Studien und Analysen sowie meiner eigenen Expertise. Aber wenn mich das Muster Realitätsschock eines gelehrt hat, dann, dass man immer danebenliegen kann. Beck schreibt: »Die laufende Metamorphose hängt zutiefst

mit dem Konzept des Nichtwissens zusammen«, und er meint damit sowohl eine Krise der Expertise wie auch die Beziehung zwischen globalen Risiken und existenziellen Entscheidungssituationen. Ich sehe mein Buch vor allem als Momentaufnahme und Zwischenstation einer noch andauernden Erkenntnisreise, die ich angetreten habe, um meine Verstörungen durch das Weltgeschehen, um die Gegenwart besser zu verstehen und meine Entdeckungen und Einsichten mit der Öffentlichkeit zu teilen.

Ulrich Beck beginnt sein Buch mit einem geflügelten Wort, das von einer deutschen Shakespeare-Übersetzung inspiriert ist: »Die Welt ist aus den Fugen.« Natürlich dekonstruiert er den Satz mit Beck'scher Eleganz sofort wieder, eine fünfhundert Jahre alte Feststellung über den aktuellen Zustand der Welt taugt kaum als umwälzende Neuigkeit. Ich möchte einen anderen Ansatz wählen. Die Welt ist nicht aus den Fugen geraten, sie ist *in* die Fugen geraten. Keine Wortspielerei, jedenfalls nicht nur, sondern die Übersetzung des Realitätsschocks in etwas Positives. Die Redensart stammt aus einer Zeit, als Fugen auch als Mehrzahl von Fug verwendet wurde, das wir heute nur noch vom Gegenwort »Unfug« kennen. Im Wörterbuch der Brüder Grimm steht dort: »Passlichkeit, Angemessenheit«. Unsere alten, zerfallenden Selbstverständlichkeiten weichen neuen Passlichkeiten – wenn wir sie auch noch nicht ganz begreifen.

Lesen Sie »Realitätsschock« als einen Versuch, die Gegenwart zu ordnen, einzuordnen und dadurch besser zu verstehen. Schauen Sie ergänzend auf [realitaetsschock.de](http://realitaetsschock.de), die Webseite zum Buch. Sie finden dort Quellen, Lesungs-

termine, Videos, Hintergrundinformationen, die Weiterführung der hier abgebildeten Themen, den Podcast zu »Realitätsschock« und einiges mehr. Sie können sich aber auch selbst einbringen, mit Bewertungen, Anmerkungen und Kritik. Nicht zuletzt können Sie zum Realitätsschock mitdiskutieren. Ich würde mich darüber sehr freuen.

Sascha Lobo,  
Berlin/Internet im Mai 2020

# 1 KLIMA

## KLIMAKOLLAPS, PLASTIKPANIK, VEGANE VISIONEN

Wie wir plötzlich  
bemerken, dass unser  
Lebensstil Folgen hat



# B

eluschja Guba kann man ohne jede Übertreibung als Mekka der Unwirtlichkeit bezeichnen.

Der Ort liegt am Rande eines Kernwaffen-Testgebiets auf einer eisigen Insel im Norden Russlands in der teilweise zugefrorenen Barentssee. Sowohl auf der Insel wie auch im sie umgebenden Meer finden sich bis heute Unmengen radioaktiven Mülls, unter anderem von der größten jemals gezündeten Atombombe. Die dortige Bevölkerung, die Nenzen, ernährte sich früher beinahe ausschließlich von Rentier-Produkten und Fisch. Denn dort wächst: fast nichts. Die südliche Insel ist geobotanisch zum guten Teil als Frostschuttwüste klassifiziert, und das ist genau das, wonach es sich anhört. Der Norden ist von einer dreihundert Meter dicken Eisschicht bedeckt. Die Jahresdurchschnittstemperatur beträgt knapp sechs Grad. Unter null. Im Winter erreicht die Kälte leicht minus 40 und auch minus 50 Grad. Das Leben dort als »nicht leicht« zu bezeichnen, erscheint als unverschämte Beschönigung.

Im Dezember 2018 aber bekommen die rund 2400 Bewohner überraschenden Besuch: Innerhalb weniger Wochen tauchen mindestens 52 Eisbären auf, und zwar mitten im Städtchen. Manchmal kommen drei oder vier Tiere

gleichzeitig, sie sind auf der Suche nach Fressbarem. Sie dringen in Wohnhäuser ein. Und sie greifen Menschen an. Normalerweise sind Eisbären scheu; wenn sie sich in die Nähe von Behausungen verirren, können sie rasch wieder verschuecht werden. Diese Truppe aber hat sich offenbar nahe der Siedlung fest niedergelassen, obwohl Eisbären Einzelgänger und wenig territorial sind.

Viele Beluschja Gubaner sind Jäger und haben Waffen, aber Eisbären sind auch in Russland strengstens geschützt. Selbst hungrige. Als die Einwohner sich kaum mehr auf die Straße trauen, werden eilig Soldaten mit schweren Panzerwagen von der nahen Militärbasis abkommandiert und patrouillieren in den Straßen. Aber die Eisbären lassen sich nicht mehr verschrecken, weder von Scheinwerfern noch von lauten Geräuschen oder den Hunden der Soldaten. Stattdessen jagen sie Menschen durch die Straßen. Die regionale Nachrichtenseite, der Barents Observer, spricht von einer »Invasion der Eisbären«. Die Inselverwaltung ruft den Notstand aus und veröffentlicht auf ihrem Internetportal Tipps, wie man bei einer Begegnung mit Eisbären seine Überlebenschancen steigert, falls die zuerst dringend empfohlene Flucht nicht möglich ist. Der Trick ist, sich in einer Art Embryonalstellung auf den Boden zu legen, den Kopf auf die Knie zu pressen, mit den Händen den Hals zu schützen und sich nicht mehr zu bewegen, auch nicht bei Prankenbieben oder Bissen in den restlichen Körper. Manchmal lassen die Tiere dann von ihrer Beute ab.

Die Invasion der Eisbären ist eine direkte Folge des Klimawandels. Im Winter Ende 2018 verändert sich das Wetter am Nordpol dramatisch, mit beträchtlichen Folgen für

große Teile der nördlichen Hemisphäre. In den USA werden fast minus fünfzig Grad Celsius gemessen in Städten, die so weit südlich liegen wie der Bodensee oder die französischen Weinanbaugebiete im Tal der Loire. In polnahren Regionen wie Nordrussland dagegen ist es viel zu warm. Normalerweise stürmt im Winter über der Arktis der sogenannte *Polar Vortex* oder Polarwirbel. Das ist ein Tiefdruckgebiet in großer Höhe, bei dem sich sehr kalte Luftmassen gegen den Uhrzeigersinn rund um den Nordpol bewegen. Der Polar Vortex entsteht, vereinfacht gesagt, durch die Erddrehung einerseits und temperaturbedingte Druckunterschiede andererseits. Anfang 2019 aber ist der Polarwirbel zu schwach, um einen steten Luftstrom um den Pol herum aufrechterhalten zu können. Deshalb zerfällt er in mehrere kleine Wirbel. Einer davon trägt die extreme Kälte vom Nordpol in die Nordstaaten der USA. Dieser Zerfall des Polarwirbels ist mitverantwortlich für die viel zu hohe Temperatur rund um die Barentssee.

Ein Grund, warum ein Ort wie Beluschja Guba überhaupt existieren kann, ist die warme Strömung in diesem Meer, eine Fernwirkung des Golfstroms. Deshalb ist die Barentssee nicht ständig zugefroren und am Ende eines schönen Sommers sogar weitgehend eisfrei. In bisher normalen Wintern bilden sich durch den wärmeren Wasserstrom statt einer durchgehenden meterdicken Eisdecke im Meer schwimmende Eisschollen. Die zahlreich in der Barentssee lebenden Robben nutzen diese Eisplatten als Ruheplätze. Das ist für sie nicht ohne Gefahr, denn dort werden sie leicht zur Beute von Eisbären. Anfang 2019 zeigen Satellitenaufnahmen, dass zwischen Barentssee und dem Arktischen Ozean

außergewöhnlich wenig Eis vorhanden ist. So wenig, dass die Eisbären mangels gefrorener Jagdgründe kaum mehr Robben jagen können. Deshalb weichen sie für ihre Futtersuche auf Alternativen aus: Die Raubtiere lieben den Müll von Menschen. Der allerdings findet sich meist in der Nähe von Behausungen, das ist der Hauptgrund für den Bärenauflauf in Beluschja Guba. Eisbären werden bis zu 700 Kilogramm schwer und aufgerichtet bis zu 3,40 Meter groß. Weniger bekannt ist, dass sie auch über 40 Stundenkilometer schnell rennen können. Für einen klassischen 100-Meter-Sprint würden sie also nur neun Sekunden brauchen, was die oft angewendete Verteidigungstechnik des Weglaufens für die meisten Menschen schwierig macht. In Beluschja Guba ist der Klimawandel für die Menschen auf durchaus überraschende Weise schon heute lebensbedrohlich.

## ETWAS GROSSES GESCHIEHT

Der Realitätsschock des Klimawandels dürfte vermutlich die gravierendsten Folgen aller Schocks in diesem Buch nach sich ziehen. Dabei muss bei aller Bedrohung ein Realitätsschock durch die Reaktion darauf nichts ausschließlich Negatives sein, sondern öffnet im Gegenteil oft auch Handlungsfenster. Aus Fehlern lernt man nur, wenn man sie erkennt und es drauf anlegt, aber bei einem Realitäts-schock ist man fast immer zur Reaktion gezwungen. In Europa (wozu auch Beluschja Guba zählt) sind seit einiger Zeit verschiedene Realitätsschocks der Umwelt spürbar. Für manche Menschen direkt, für andere vermittelt durch die

Reaktionen Dritter. Plötzlich ist der Klimawandel eines der größten Gesprächsthemen. Anfang 2019 streiken Schüler in ganz Europa (»Fridays for Future«). Schottland und Irland rufen den Klimanotstand aus, Städte wie Konstanz ebenso. Mit einem Mal überbieten sich Supermarktketten dabei, Verpackungen wegzulassen, immer mehr Länder verbieten Plastiktüten. Eine regelrechte Verzichtslust scheint entstanden zu sein. Gerade auch bei denjenigen, denen man kurz zuvor noch vorwarf, unpolitisch und nur an ihrer Playstation interessiert zu sein.

Wäre ich noch unsicher gewesen, ob der Realitätsschock die Empfindung der Stunde ist, David Attenborough hätte mit seiner Rede im Januar 2019 jeden Zweifel beseitigt. Der große Naturforscher der BBC, seit einem halben Jahrhundert weltweit das Gesicht und die Stimme der Freude an der Natur, spricht mit 92 Jahren beim Weltwirtschaftsforum in Davos. Sonst bei jeder Gelegenheit der Maßgabe britischer Zurückhaltung folgend, beschwört Attenborough nicht weniger als den Beginn eines neuen Zeitalters:

»Ich wurde geboren im Holozän, der 12 000 Jahre andauernden Periode klimatischer Stabilität, die den Menschen erlaubte, sesshaft zu werden, Ackerbau zu betreiben und Zivilisationen zu erschaffen. In der Lebensspanne eines Menschen, in meiner Lebensspanne, hat sich das verändert. Das Holozän ist zu Ende. Der Garten Eden ist vorbei. Wir haben die Welt so stark verändert, dass Wissenschaftler sagen, wir sind in einer neuen geologischen Epoche: dem Anthropozän, dem Zeitalter des Menschen.«

Inzwischen sind wir gezwungen festzustellen, dass unsere Gewohnheiten, unsere Lebensstile, unser ganzer

westlich-industrieller Zivilisationskomplex kaum mehr kontrollierbare Folgen hat, und zwar für den ganzen Planeten. »Wir müssen verstehen, was für ein Chaos die älteren Generationen angerichtet haben, das wir nun aufräumen und mit dem wir leben müssen« – das sind die berühmt gewordenen Worte der jungen schwedischen Klimaaktivistin Greta Thunberg auf der Klimakonferenz Ende 2018.

## **DER REALITÄTSSCHOCK DER UMWELT**

Feinstaub, Stickoxide, Insektensterben, Fahrverbote, Supersommer, CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, Trockenheit, Plastikmeere, Dieselskandal, Artensterben, Waldbrände, Klimajugend, Extremwetterlagen. Seit einigen Jahren prasseln Nachrichten auf uns ein, die von Klimawandel und Umweltgrauen künden. Dazu kommen persönlich nachvollziehbare Rückkopplungen: Stimmt, früher gab es wirklich mehr Schmetterlinge. Und der Sommer 2018 war schon wirklich sehr lang, trocken und heiß. Eines von solchen Ereignissen vergisst man vielleicht wieder, zwei taugen zum Kuriosum, drei verursachen ein Stirnrunzeln. Aber irgendwann verwandelt sich das zunehmende Unbehagen in eine simple, aber höchst radikale Erkenntnis: So wie bisher können wir nicht weitermachen. Damit ist der Realitätsschock in der Mitte der Bevölkerung angekommen. Man fühlt sich gezwungen, dazu eine Haltung zu entwickeln. Das Verhalten zu ändern. Den Wandel abzustreiten. Oder man beschließt aktiv, vorerst keine Position einzunehmen.

Die Psychologie sagt allerdings, dass man sich in solchen Fällen oft bereits eine Meinung gebildet hat und sie bloß nicht zulassen möchte. Zum Beispiel, weil man unangenehme Konsequenzen daraus ziehen müsste. Die Heftigkeit, mit der Fahrverbote diskutiert werden, deuten darauf hin, dass die Gegner ahnen, dass es um mehr geht als ein paar Straßen, die mit Dieselfahrzeugen nicht mehr befahren werden sollen – es geht um einen anderen Lebensstil.

Selbstverständlich sind Klimawandel, Müllproblem und Ressourcenverbrauch schon lange ein Thema unter Aktivisten, in Umweltbewegungen und Parteien. Wie bei fast allen Realitätsschocks gibt es Gruppierungen und Einzelpersonen, die längst ahnten und zum Teil sehr genau wussten, was auf uns zukommen würde. Die warnten und sich wunderten, dass über Jahrzehnte zu wenig geschah. Natürlich ist nicht *nichts* passiert. Alarmierte Wissenschaftler, hartnäckige Organisationen, aufgeschlossene Teile von Politik und Wirtschaft haben eine Reihe von Maßnahmen auf den Weg gebracht. Aber Greta hat recht, es war offensichtlich zu wenig, der Druck war zu klein, die Gegenwehr zu groß. Die Öffentlichkeit in den westlichen Industrieländern war mehrheitlich der Meinung, es ginge auch so. Mit dem Realitätsschock der Umwelt beginnt sich diese Lethargie zu ändern.

Drei seiner Facetten sollen hier untersucht werden. Wie der Klimawandel von der abstrakten, in ferner Zukunft stattfindenden Bedrohung zum wichtigsten Thema einer Generation wurde. Wie eine regelrechte Plastikpanik entstand. Und wie überraschend viele Menschen einen der

intimsten Lebensbereiche verändern und beginnen, sich fleischarm, vegetarisch oder vegan zu ernähren.

## KLIMAKRISE

Wenn es ein Leitmotiv des Realitätsschocks gibt, dann sind es die Sätze, die Hans Joachim Schellnhuber im März 2019 im ZDF sagte, als er über die neu entstandene Klimajugend Fridays for Future sprach: »Wir Forscher haben seit dreißig Jahren gewarnt vor den Folgen des Klimawandels [...] und keiner hört zu. [...] Aber jetzt passiert etwas Besonderes: Die jungen Leute, die 12-, 14-, 16-Jährigen, die sagen: Wir berufen uns auf die Ergebnisse dieser Forschung.« Schellnhuber gehört zu den weltweit bekanntesten und renommiertesten Klimaforschern. Von ihm stammt das Konzept der »Kippelemente im Erdsystem«, also von den Momenten, in denen sich plötzlich unumkehrbare Veränderungen ereignen können. Daran angelehnt kann man Realitätsschocks als Kippelemente im Wahrnehmungssystem der Öffentlichkeit betrachten.

Im Februar 1974 taucht der Begriff »Klimawandel« zum ersten Mal im Nachrichtenmagazin Spiegel auf, in einem Bericht über eine Hungersnot infolge einer Dürre in der Sahelzone. Ein rätselhafter »Klima-Umschwung« wird beschrieben, zwischen den Zeilen schimmert die Skepsis der Journalisten durch. Leicht distanziert wird zitiert, was »die Verfechter der Klimaänderungs-Theorie« vortragen: »Das Klima auf der nördlichen Halbkugel [...] kühlt langsam, aber stetig ab. [...] Seit Mitte dieses Jahrhunderts fielen die

Durchschnittstemperaturen schneller als jemals zuvor in den letzten 1000 Jahren, um insgesamt ein Celsiusgrad. Zugleich wurde das Klima in den gewaltigen Kältezonen des Nordens, Kanada und Sibirien, immer frostiger.« Ein paar Monate später legt der Spiegel noch einmal besorgter nach: »Kommt eine neue Eiszeit? Nicht gleich, aber der verregnete Sommer in Nordeuropa, so befürchten die Klimaforscher, war nur ein Teil eines weltweiten Wetterumschwungs – ein Vorgeschmack auf kühlere und nassere Zeiten.« Nun ja.

Spätestens seit Ende der 1970er-Jahre wird die tatsächliche Form des Klimawandels öffentlich intensiv diskutiert. Der größte Ölkonzern der Welt, Exxon, findet schon 1977 in einer internen Studie heraus, wie sehr fossile Energieträger wie Erdöl den Klimawandel forcieren und welche entscheidende Rolle CO<sub>2</sub> dabei spielt. Die Studie bleibt geheim, ist für Exxon aber der Anlass zu einer jahrzehntelangen Lobby- und Desinformationskampagne. Die erste Weltklimakonferenz findet 1979 statt, eines der zentralen Themen ist die Veränderung des Klimas, die wenige Jahre zuvor auch zur erwähnten Dürrekatastrophe in der Sahelzone geführt hatte. Mit der Erfindung leistungsfähiger Computer existiert zum ersten Mal eine Technologie, mit der sich die sehr komplexen Klimamodelle berechnen lassen. Mit mehr Daten und größerer Rechenkraft wächst in den 1980er-Jahren die Zahl der Studien. Sie ergeben das eindrucksvolle Mosaik einer drohenden Klimakatastrophe. Wissenschaftler warnen, zeigen eindrucksvolle Erwärmungskurven, verstörende Statistiken, neue Temperaturrekorde. Aber offensichtlich ist damals noch kein breites Bewusstsein für die Relevanz des Klimawandels vorhanden.

Umweltthemen wie saurer Regen, Waldsterben oder Smog sind für die Menschen in dieser Zeit einfach konkreter erlebbar. Mit Tschernobyl rückt 1986 die Atomkraft in den Vordergrund, auch das Ozonloch gehört zu den breit wahrgenommenen Umweltkatastrophen. Aber anders als heute erscheinen die Probleme und Lösungen in den Debatten isoliert und bewältigbar, vor allem durch die mediale Darstellung. Das Ozonloch lässt sich dem Gefühl der Öffentlichkeit nach durch Verzicht auf FCKW beherrschen und gegen Atomunfälle hilft der Verzicht auf Kernkraft. Der große Unterschied zum Klimawandel: Man kann gegen Atomstrom protestieren, ohne den eigenen Lebensstil ändern zu müssen.

Im Juni 1988 findet in den USA eine viel beachtete Senatsanhörung zum Klimawandel statt, der Klimatologe James Hansen bringt damit den Begriff »Treibhauseffekt« in die breite Öffentlichkeit. Solche Stichworte spielen eine ausschlaggebende Rolle für Realitätsschocks. Die richtige Metapher, ein eindrückliches Sprachbild kann die öffentliche Wahrnehmung entscheidend prägen. Eine Konferenz zum Klimawandel in Toronto verstärkt wenig später den medialen Fokus, die Aufmerksamkeit nimmt deutlich zu. Fünfzehn Jahre nach der Warnung vor einer neuen Eiszeit überschreibt der Spiegel 1989 ein Interview über den heißer werdenden Planeten mit dem Zitat: »Es ist bereits zu spät.« Es stammt von Dennis Meadows, der zur »Ökokrise« befragt wird, worunter damals alle Umweltprobleme gefasst werden, auch der Klimawandel. Meadows gilt seit der Veröffentlichung der Studie »Die Grenzen des Wachstums« als einer der Urväter der Umweltbewegung. Er fordert eine

umfassende Verhaltensänderung, damit »die Umwelt nicht auf Kosten kommender Generationen ausgebeutet wird«. Die Menschheit agiere »wie ein Selbstmörder, und es hat keinen Sinn mehr, mit einem Selbstmörder zu argumentieren, wenn er bereits aus dem Fenster gesprungen ist«. Viel drastischer kann man sich kaum ausdrücken. Trotzdem geschieht auch weiterhin zu wenig – oder vielleicht auch gerade deshalb. Kaum etwas wirkt in der und auf die Öffentlichkeit *weniger* aktivierend als die Feststellung, dass es ohnehin zu spät sei. Ende der 1980er läuft zudem die Propaganda der Ölkonzerne an. Der Tenor ihrer beruhigenden Botschaften ist, dass man nichts ändern müsse.

Zwar wird auch schon das Müllproblem von der Umweltbewegung thematisiert, aber der Leitspruch »Jute statt Plastik« gerinnt in der Öffentlichkeit vom Slogan zum Spott. Das breite Publikum ist einfach noch nicht willens oder in der Lage, die Dringlichkeit der Situation zu erkennen. Und so bleibt »öko« bis in die 1990er-Jahre auf Schulhöfen wie an Stammtischen eine Beleidigung. Das Waldsterben scheint abgewendet, saurer Regen und Smog auch. Und was die deutsche Exportweltmeisterschaft gefährden könnte, ist aus konservativer Sicht ohnehin indiskutabel. Veganismus ist unbekannt oder wird als winzige Ernährungssekte wahrgenommen, und für die Lösung des Müllproblems wird in Deutschland das Recycling-System eingeführt. Es scheint zwischendurch, als würden die Dinge wieder einigermaßen ins Lot kommen, und vom Ozonloch hat man auch schon lange nichts mehr gehört.

Heute ist Meadows' Umwelt- und Klimafuror auf größere Teile der Gesellschaft in den westlichen Industrieländern

übergesprungen. Mit einem Diesel-SUV wird man mancherorts angesehen, als betriebe man ein undichtes Plutonium-Endlager im Vorgarten. 2017 führt die Europäische Kommission das »Eurobarometer« durch, eine Befragung von fast 28000 EU-Bürgern. Für 92 Prozent ist der Klimawandel ein ernstes oder sehr ernstes Problem. Die Hälfte der Befragten erklärt, das eigene Verhalten wegen des Klimawandels verändert zu haben. Wenn Beispiele für Verhaltensänderungen angeführt werden, steigt diese Zahl sogar auf 90 Prozent. Bei den Europawahlen 2019 war Klima quer durch die EU das bestimmende Thema. Der Realitätsschock des Klimas: In den Köpfen ist der Klimawandel der Atomkrieg des 21. Jahrhunderts, das gesellschaftliche Angstmaximum.

## EINE KLIMA-GENERATION WÄCHST HERAN

Anfang 2019 wird der Kältewelle wegen in der US-amerikanischen Öffentlichkeit eine ähnliche Diskussion geführt wie im langen Dürresommer 2018 in Europa. Auch sie handelt davon, dass der Klimawandel spürbar geworden ist. Im Bundesstaat Minnesota werden minus 49 Grad gemessen. Das ist unterhalb des Gefrierpunkts von Benzin, selbst frostgeschütztes Heizöl ist dann längst Heizeis. US-Präsident Donald Trump twittert in dieser lebensgefährlichen Situation: »Große Teile des Landes leiden unter riesigen Mengen Schnee und Kälterekorden. [...] Wäre nicht schlecht, wenn jetzt ein wenig von dieser guten alten globalen Erwä-

mung käme.« Hundertzwanzigtausend Likes. Tausende Kommentare, die sich lustig machen über das Phantasma Klimawandel. Es hilft nichts, dass selbst Grundschulkinder ihm antworten, Wetter und Klima seien zwei verschiedene Dinge. Die Welt spottet über Trump. Und doch liegt in dieser Verwechslung auch ein Schlüssel zum Verständnis des Realitätsschocks.

Die deutsche Physikerin Friederike Otto hat einen neuen Wissenschaftszweig mitbegründet, die Zuordnungswissenschaft. In ihrem Buch »Wütendes Wetter« umreißt sie, was genau das ist: »Zum ersten Mal in der Geschichte verfügen wir über die Mittel, um belastbare Aussagen über einzelne Wetterereignisse zu treffen.« Hard- und Software sind erst heute leistungsfähig und intelligent genug, um den Anteil des Klimawandels am Wetter bestimmen zu können. Otto möchte damit »die Klimawissenschaft aus der Zukunft in die Gegenwart holen«. Aus dem irgendwann drohenden Weltuntergang wird der Klimawandel zum gerade jetzt nachvollziehbaren Problem.

Zum Beispiel so: In Großbritannien war der November 2011 extrem mild. Im ganzen Monat gab es im ganzen Land keinen Nachtfrost. Ein solches Ereignis wäre theoretisch auch ohne Klimawandel möglich, allerdings nur einmal in 1250 Jahren. Ottos Untersuchung lässt erkennen, dass ein solches Extremereignis heute alle 20 Jahre wiederkehrt. Das Ausbleiben der Kälte im Winter kann ähnlich verhängnisvoll wirken wie ein zu trockener Sommer. Manche Pflanzen keimen nur durch Frosteinwirkung, außerdem ist Kälte der wichtigste Feind vieler Insekten und Schädlinge. Dass in Mitteleuropa inzwischen exotische Mücken mit ebenso

exotischen Krankheitserregern nachgewiesen werden, liegt an zu warmen Wintern.

Zu den üblichen menschlichen Reaktionen auf Hiobsbotschaften gehört das Leugnen und dass diese Verdrängung in Wut oder Trotz umschlagen kann. In den USA gibt es eine Bewegung mit dem Namen »Rolling Coal«, die die Dieselmotoren ihrer SUVs mit speziellem Gerät ausrüstet. Dabei wird der Rußfilter entfernt und Veränderungen an Motor und Auspuffanlage vorgenommen, damit das Fahrzeug möglichst viel tiefschwarzen Rauch ausstößt. Das ist zwar verboten, wird aber als Provokation und vorgeblicher Protest für die Freiheit weiterhin betrieben. Besonders gern neben Elektroautos.

Ohne den zu heißen, zu trockenen Sommer 2018 hätte Fridays for Future wahrscheinlich nicht derart große, nachhaltige Resonanz erfahren. Der Realitätsschock, seine Ausbreitung und seine Wirksamkeit hängen oft am Erleben. Selbst wenn diese eigene Anschauung nur anekdotisch ist, schließlich sind die meisten Leute nicht Zuordnungswissenschaftlerinnen. In gewisser Weise haben die Bevölkerungen, die jetzt den Realitätsschock des Klimas spüren, Trumps Fehler gemacht, Wetter und Klima gleichzusetzen. Und doch ist eine weltweite Klimajugend die einzige vernünftige Reaktion auf die Geschehnisse. Ein heute in Europa geborenes Mädchen wird um 2050 herum wahrscheinlich mit der Gründung ihrer eigenen Familie beschäftigt sein und hat statistisch beste Chancen, das Jahr 2100 zu erleben. Beide Jahreszahlen sind Fixpunkte für Klimaprognosen, auf die sich Studien und Maßnahmen oft beziehen. Was sich für Erwachsene anhört wie ferne, meist

unerreichbare Zukunft, ist für Jugendliche Teil ihres kommenden Lebens.

Dazu passt ein Begriff aus der amerikanischen Managementforschung: »Sense of Urgency«. In deutschen Lehrbüchern wird er oft ungenügend mit »Handlungsdruck« übersetzt, denn es geht eher um die Einsicht und das Gefühl, mit größter Dringlichkeit handeln zu müssen. Viele Gigabyte Wirtschaftsliteratur beschäftigen sich damit, wie man Mitarbeitern diesen Sense of Urgency vermitteln kann, zum Beispiel, wenn es ums Überleben einer Firma geht. Fachleute geben die Antwort, dass es auf ausschließlich rationale Weise kaum möglich sei. Die Dringlichkeit müsse vielmehr emotional spürbar sein, sonst wirke eine abstrakte Gefahr nicht aktivierend, sondern werde kleingeredet, achselzuckend hingenommen oder ignoriert. Wenn man diese Mechanik auf Realitätsschocks übertragen möchte, müssen wir der Klimajugend noch dankbarer sein als ohnehin schon. Sie lässt uns mit ihrer Lautstärke und Hartnäckigkeit spüren, dass wir unser Verhalten ändern müssen.

## PLASTIKPANIK

Plastik ist seit dem Zweiten Weltkrieg der Treiber der Konsumgesellschaft. Das Wort stammt vom altgriechischen Verb »*plassein*«, übersetzt »formen«. Daraus leitet sich »*plastikos*« ab, »formbar«. Diese Formbarkeit entspricht der neu gefühlten Freiheit, die in den 1950er- und 1960er-Jahren vor allem als Konsum ausgelebt wird. Im

Nachkriegsdeutschland (West) klingt »Nylon« nach der großen, weiten Welt. Die Kunststoff-Strumpfhose ist das Symbol für Westbindung, Warenfreude, Wohlstand. Plastik ist das Material der Stunde, so vielfältig, flexibel und modern, wie man selbst sein möchte.

Plastik hat eine Eigenschaft, die für Lebensmittelhersteller bares Geld bedeutet: Es ist leichter als bis dahin verwendete Materialien. Die Plastikverpackung genügt den wachsenden hygienischen Bedürfnissen der Kunden und reduziert Kosten für Transport und Lagerung. Mit seiner Anpassbarkeit an jede Form, seiner Widerstandsfähigkeit und seinem geringen Preis erlaubt Plastik erst die Warenlogistik der modernen Konsumgesellschaft. *FMCG* nennt man diese Produkte in der Sprache des Managements, *Fast Moving Consumer Goods*, Schnelldreher, die Alltagsprodukte der Wohlstandsgesellschaft. Ohne Plastikverpackungen wären sie undenkbar gewesen. Mit Shampoo zum Selbstabfüllen oder Joghurt im wachsversiegelten Holzfass hätten die Konsumgütergiganten Procter & Gamble, Nestlé oder Unilever die Welt kaum erobert. Bei einer Untersuchung von Greenpeace an den Stränden der Philippinen 2017 beträgt der Anteil des angespülten Plastikmülls dieser drei Konzerne rund ein Drittel des Gesamtmülls. Nestlé verkauft im selben Jahr etwa eine Milliarde Produkte täglich, 98 Prozent davon verpackt in Einwegplastik.

Ende der 1960er-Jahre, nach zwanzig Jahren kaum gebremster Konsumfreude, werden die Probleme unübersehbar, wie der Journalist Stephen Buranyi im britischen Guardian nachzeichnet. Im Juni 1969 erscheint in der New York Times ein Artikel über die »Dritte Verschmutzung«

nach der Luft- und Wasserverschmutzung, den feststofflichen Abfall. »Die großen amerikanischen Städte stehen vor der Müllkatastrophe«, lautet der Titel. US-Präsident Nixon, ausgerechnet, nimmt sich in einem Positionspapier 1970 des Themas an: »Neue Verpackungsmethoden verwenden Materialien, die sich nicht abbauen lassen und kaum richtig verbrannt werden können. Daraus ergeben sich schwierige Müllprobleme. Obwohl viele Verpackungen wiederverwendbar wären, werfen wir heute weg, was wir noch vor einer Generation aufbewahrt hätten.« Ein öffentliches Umweltbewusstsein ist entstanden, bald schon sollen in den USA politische Konsequenzen gezogen werden. Wenig später erlässt der Staat New York eine Steuer auf Plastikflaschen, der amerikanische Kongress debattiert darüber, ob man Einwegverpackungen verbieten solle. Eine Stimmung gegen Plastik scheint sich auszubreiten.

Auch in Europa und in Deutschland. Der Spiegel schreibt 1971 über das Müllproblem: »Zwar werden nach der gegenwärtigen Schätzung Kunststoffe gegen Ende des Jahrzehnts gewichtsmäßig nur sechs Prozent der Müllmenge ausmachen; doch gemessen am Volumen, kann ihr Anteil auf etwa 50 Prozent ansteigen.« Das Nachrichtenmagazin zitiert eine Fachzeitschrift mit der eingängigen Formel »Verpackungsmüll – Folge des Fortschritts« und schreibt eindeutige Überschriften: »Müll-Öfen mit Kunststoffen überfüttert« und »Weggeworfene Perlonstrümpfe verrotten nicht«.

Aber Plastikproduzenten, die dahinterstehende Ölindustrie und Großverwender denken kaum daran, Produkte und Geschäftsmodelle umweltgerecht zu verändern.

Einen Teil der Öffentlichkeit haben sie auf ihrer Seite. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung schreibt: »Was nicht verrottet, [...] kann auch nicht schaden.« Solche Ansichten sind auch in der konsumfreudigen Zivilbevölkerung verbreitet. In den 1970ern gilt Plastik als cooler Gestaltungswerkstoff für Möbel, Kleidung, Konsumgüter aller Art. Da das aus ihrer Sicht auch so bleiben soll, beginnen die Hersteller, systematisch gegen Veränderungen und neue Umweltgesetze zu arbeiten. Nicht nur durch konzentriertes Lobbying und Gerichtsverfahren, sondern auch durch eine gezielte Umpolung der Debatte.

Mit groß angelegten Kampagnen verschiebt die Plastikindustrie die Alleinverantwortung für die Müllflut – auf die Kunden. Das passiert vorgeblich im Namen der Umwelt selbst. Über Jahre ist der Vorsitzende des Umweltverbandes »Keep America Beautiful« zugleich Chef einer Einwegdosenfabrik. Die Kommunikationsstrategie des Verbandes steht mustergültig für die gezielte Umleitung des wachsenden Unbehagens in Sachen Müllmassen. Das geschieht zum Beispiel mithilfe eines oft verbreiteten Werbeslogans: »Menschen verschmutzen die Umwelt. Und Menschen können die Verschmutzung stoppen.« Die Kampagnen haben Erfolg, die öffentliche Anti-Plastik-Stimmung wandelt sich und richtet sich kaum mehr gegen die Produzenten, sondern gegen die Leute, die die Verpackungen nicht in den Müll werfen.

Die Abwälzung der Verantwortung auf den Einzelnen passt in den 1980ern gut in die zunehmend neoliberalen Zeiten. Selbst Margaret Thatcher ruft dazu auf, sich endlich besser zu benehmen und keinen Plastikmüll mehr in die

Landschaft zu werfen. »Plastikmüll zum persönlichen Ver-  
sagen umzudefinieren funktionierte perfekt«, schreibt Bu-  
ranyi und zitiert Thatcher anlässlich der Begehung eines  
stark verschmutzten Parks: »Das liegt nicht in der Ver-  
antwortung der Regierung, es ist die Schuld der Leute, die  
diesen Müll bedenkenlos wegwerfen.« Die Produzenten  
des Plastikmülls werden nicht einmal erwähnt. Bis heute  
wirkt diese Umdefinition nach. Natürlich tragen die Leute,  
die ihren Abfall irgendwo fallen lassen, die Schuld an ihrer  
Missetat. Aber ein verschmutzter Park hat nichts zu tun mit  
dem eigentlichen Problem, der schieren Existenz von der-  
art viel Plastikmüll. Die Vermischung dieser Probleme in  
den Köpfen muss als überaus erfolgreiche PR-Kampagne  
betrachtet werden – als Plastikpropaganda.

Um einen Rückfall in die Anti-Plastik-Stimmung dauer-  
haft zu verhindern, bedient sich die Plastikindustrie eines  
weiteren cleveren Tricks, der Legende des Recyclings und  
der Wiederverwendbarkeit. Im Zweiten Weltkrieg war die  
Wiederverwendung von Rohstoffen aus dem Hausmüll von  
mehreren Ländern systematisch ausgebaut worden, in den  
USA »Salvage for Victory« (Altmaterial für den Sieg) und  
»National Salvage Campaign« in Großbritannien. Diese  
historischen Anknüpfungspunkte nimmt die Plastikin-  
dustrie wieder auf und propagiert Recycling. Auch das ist  
kommunikativ geschickt, niemand kann ernsthaft gegen  
Recycling sein. Aber in den ersten Jahren handelt es sich  
um reine Kundenberuhigung, denn bis Ende der 1980er-  
Jahre beträgt weltweit der Anteil des wiederverwerteten  
Plastiks rund null Prozent. Vor der Einführung des Dualen  
Systems zur Mülltrennung in Deutschland in den Jahren

1990 und 1991, später vor allem durch den »Grünen Punkt« bekannt, liegt der Anteil bei 2,7 Prozent. Von diesen Zahlen aber hört man wenig, die Öffentlichkeit wird mit Zukunftsversprechen besänftigt. Die Industrie in den USA behauptet Anfang der 1990er, im Jahr 2000 werde Plastik das meistwiederverwertete Material sein.

Schon 1988 wissenschaftlich beschrieben, erscheinen durch den Zufallsfund eines Seglers 1997 regelmäßig Medienberichte über die gigantischen Plastikinseln im Pazifik. Spätestens seit Anfang der Nullerjahre warnen Wissenschaftler lautstark vor Mikroplastik, das unter anderem durch Abrieb von größeren Plastikteilen entsteht. Eine breite gesellschaftliche Reaktion bleibt aus. Trotz der Warnungen erobert Mikroplastik als absichtlich verwendeter Inhaltsstoff sogar Produkte vom Shampoo über die Hautcreme bis zum Peeling. Nach dem Jahrtausendwechsel steigt der Recycling-Anteil von Plastik nur wenig. In den USA liegt er noch immer im einstelligen Prozentbereich. Die Plastikindustrie wechselt die PR-Strategie und verbreitet, dass »Plastiktüten zu den am meisten wiederverwendeten Gegenständen im Haushalt« gehören. 2003 führt eine Lobbyistin aus, was genau damit gemeint ist: »Viele, viele Tüten werden wiederverwendet als Bücher- oder Lunch-Tüten für die Schulkinder, als Mülltüten oder um Waldabfall zu lassenschaften vom Rasen aufzunehmen.« Ein brillanter Satz wie aus dem Lehrbuch für manipulative PR, denn er ist wahr, klingt einleuchtend und überzeugend – aber vernebelt die relevanten Tatsachen. Auch mehrmals verwendete Tüten landen danach im Müll. Wenn das Kind sein Schulbrot in der Plastiktüte mitnimmt, ändert das nichts

daran, dass der Vater beim nächsten Einkauf wieder fünf Stück mit nach Hause trägt. Und dass mit Hundekot verschmierte Tüten ausgewaschen und mehrfach verwendet werden, dürfte eher nicht die Regel sein. Plastik ist weiter auf dem Siegeszug, nach der Jahrtausendwende schütteln viele Volkswirtschaften die Neunzigerjahre ab und feiern bis zur Finanzkrise ein Konsumfeuerwerk. Wenn es eine Gleichung gibt für die Plastikwirtschaft, lautet sie: Mehr Konsum bedeutet mehr Plastik. Immer neue Produkte, immer neue Verpackungen. Die Supermärkte sind die Kathedralen des Plastikkapitalismus.

Zweifel auf Regierungsebene entstehen um die Jahrtausendwende in Bangladesch. Dort kommt es 1998 und 1999 zu Flutkatastrophen. Das Land, etwas größer als die Schweiz und Österreich zusammengenommen, steht zeitweise zu 60 Prozent unter Wasser. In vielen Städten fließen die Fluten wochenlang kaum ab, Krankheiten fordern Tausende Todesopfer. Behördliche Untersuchungen ergeben, dass Kunststoffmüll die Kanalisationen verstopft und so den Rückgang des Wassers verhindert hat. 2002 verbietet Bangladesch Plastiktüten.

Im Jahr 2008 verbietet Ruanda, ein ostafrikanisches Land mit zwölf Millionen Einwohnern, rigoros sämtliche Plastiktüten. Der autoritäre Präsident entschließt sich unter anderem zu diesem Schritt, weil Kühe Plastik fressen und daran verenden und weil der Regen auf herumliegenden Tüten Lachen bildet, in denen Malariaäcken gedeihen. Aber anders als in Bangladesch handelt es sich nicht um eine Notfallmaßnahme – sondern um bewussten Umweltschutz. Denn die ruandische Verfassung garan-

tiert jedem Bürger das Recht auf eine gesunde Umwelt. Das Land ist damit Vorreiter in Sachen Plastikmüll. Zehn Jahre später werden mehr als vierzig Staaten dem Beispiel gefolgt sein. Das ruandische Verbot scheint fast von Anfang an zu funktionieren, auch in der Zivilgesellschaft. Die Regierung begleitet es mit umfangreichen Kampagnen und unterstützt Forscher bei der Entwicklung von Alternativen. Auch »Public Shaming«, die Bloßstellung von Plastiksündern, trägt zum Erfolg bei. Händler, die Plastiktüten verwenden und erwischt werden, müssen ihre Sünden auf gut sichtbaren Schildern vor ihren Läden bekennen. Kigali wird fast über Nacht zur (selbsterklärt) saubersten Hauptstadt Afrikas. Der sichtbare Erfolg auf Regierungsebene verschafft den Anti-Plastik-Aktivisten weltweit Rückenwind.

Zur selben Zeit geschieht etwas, das rückblickend mit vielen Realitätsschocks verbunden scheint: Die Nutzerzahlen sozialer Medien explodieren, vor allem von Facebook. Im August 2008 erreicht Facebook 100 Millionen Nutzer, Anfang 2009 sind es 150 Millionen, im Sommer 2010 sind eine halbe Milliarde Menschen auf dem sozialen Netzwerk aktiv. Rasch erkennen Aktivisten aller Art das Potenzial. Das deutsche Umweltbundesamt kommt schon 2010 in einer Befragungsstudie zum Schluss: »Das Internet ist das A und O bei Neuenwerbung und Planung von Projekten einer modernen NGO.« Dabei ist Deutschland im Vergleich zu den meisten anderen Ländern langsam. Weltweit beginnen Umweltschützer, sich mithilfe sozialer Medien des Themas Plastik anzunehmen, Videoclips erreichen viral Millionen, Veranstaltungen werden in ungekannter Geschwindigkeit organisiert. Mit dem Erstarken der sozialen Medien sind

für die Massenkommunikation keine teuren Strukturen mehr notwendig.

Meine unüberraschende These ist, dass bei der Entstehung der Plastikpanik, des Realitätsschocks Plastik, soziale Medien die entscheidende Rolle gespielt haben. Dabei ist das *Wie* bemerkenswert. Es taugt auch als Vorbild dafür, wie ein schwieriger vor Ort erlebbarer Realitätsschock medial in Szene gesetzt werden und zu Veränderungen in Politik und Gesellschaft führen kann.

Die Rezeption eindrücklicher Bilder und Videos in sozialen Medien unterscheidet sich von der in anderen Medien. Die ständige Konfrontation mit immer neuen, aber ähnlich verstörenden Bildern baut Druck auf. Anders als redaktionelle Medien haben soziale Medien eine sehr liberale Auffassung von Aktualität. Es reicht, dass ein paar Multiplikatoren einen Inhalt in genau diesem Moment relevant finden – schon wird er als aktuell wahrgenommen. Immer wieder werden jahrealte Artikel oder Aufnahmen auf Facebook und Twitter als brandneu weitergereicht. Deshalb eignen sich soziale Medien perfekt für Kampagnenkommunikation. Sie können ein Thema immer wieder neu emotional aufladen und dadurch massenhafte Weiterverbreitung erreichen, ohne dass es einen nachrichtlichen Anlass geben muss. In klassischen Medien ist aktuell und relevant, was vorhin geschah, in sozialen Medien ist aktuell und relevant, was vorhin eingestellt wurde.

Große Kraft entfalten soziale Medien auch, weil Publikumsreaktionen zum Inhalt mitgeliefert werden: Tausende Likes und hochemotionale Kommentare. Dass Gruppenemotionalität ansteckend wirkt, zeigen die

Konservenlacher, die seit den 1950er-Jahren in TV-Sitcoms eingespielt werden. Von Beginn an sind soziale Medien auf kollektive Emotionalisierung programmiert. Sie erlauben, auf einfache Weise und visuell gestützt an die Empathie der Nutzer zu appellieren. Deshalb erreichen Themen wie Tierleid, Wut auf Lobbys oder Ängste aller Art ein großes Publikum.

Seit etwa 2011 zirkulieren in den Netzwerken vermehrt Fotos und Videos, die die Verschmutzung der Meere mit Plastik illustrieren. Der Aufbau der Bilder ist oft ähnlich, Unterwasseraufnahmen, im Hintergrund unscharf ein paar Fische, im Vordergrund Plastikmüll. Eine Schildkröte, verstümmelt von einem festgewachsenen Plastikteil. Ein Bild zeigt einen Fluss, der gar nicht mehr als solcher erkennbar ist. Wie Entengrütze auf dem überdüngten Dorfteich ist die Wasseroberfläche mit Plastikverpackungen aller Art bedeckt. In einem Video gerät eine Jacht auf dem Meer in eine riesige schwimmende Plastikhölde. In einem anderen versucht jemand, einer Schildkröte mit einer Zange einen Plastik-Strohhalm aus dem Nasenloch zu ziehen. Der Halm ist festgewachsen, es fließt viel Blut. Acht Minuten dauert das Martyrium, die Kamera hält auf das Tier, das immer wieder schmerzverzerrt den Mund aufreißt, lautlose Schreie. Der Clip wurde weit über einhundert Millionen Mal angesehen. Wie oft kann man sich solche Bilder anschauen, bis man das Problem nicht länger ignorieren möchte? Die ständige Konfrontation mit Informationen in sozialen Medien haben den oben beschriebenen Effekt: Man wird dazu gedrängt, sich eine Meinung zu bilden. Ein Stakkato drastischer Informationen kann zwar auch eine

Überlastung verursachen, die in der Abwehr jeder Verantwortung mündet oder in Zynismus. Aber steter Tropfen höhlt selbst ein Herz aus Stein.

Zur Wahrheit entstehender Umwelttrends gehört allerdings auch, dass es viele professionelle Umweltschutzmaschinerien gibt, Vereine, Verbände und Unternehmen, die für den und auch vom Umweltschutz leben. Sei es durch Spenden, Kooperationen oder Produkte wie Umweltsiegel, die von Herstellern bezahlt werden müssen. Kristallisierungspunkt ist dabei die öffentliche Aufmerksamkeit; deshalb koordinieren Umweltorganisationen regelmäßig und international, was das »nächste große Ding« sein wird, ob man die Kommunikation auf Plastikmüll, Klimawandel oder was auch immer konzentriert. Gerade auf dem Spendenmarkt gilt: Die Flut hebt alle Boote. Je präsenter ein Thema in der Öffentlichkeit ist, umso satter fließt der Geldstrom. Deshalb achten Umweltorganisationen auf neue öffentliche Stimmungen, die sich in ihrem Sinne verwerten lassen. Das ist keinesfalls verwerflich, bedeutet aber, dass eine Menge Leute Interesse am Anheizen bestimmter Stimmungen haben. Ein Realitätsschock kann zugleich ein Spenden-Jackpot sein.

Im Jahr 2015 gründet Greenpeace ein eigenes auf Plastik spezialisiertes Team; das lässt sich vielleicht als einer der wichtigen Momente identifizieren, in dem die netzgetriebene Ablehnung von Einwegplastik vom Ökotrend zur gesellschaftlichen Bewegung wird. Man kann Greenpeace durchaus als Kommunikationskonzern betrachten, mit einem hehren Ziel, natürlich. Im Rahmen der Kampagnenkonzeption kommt es neben eindrücklichen Videos vor al-

lem auf wirksame Fotos und gute Sprachbilder an. In sozialen wie in traditionellen Medien ist die Währung das Zitat, die Weitererzählbarkeit: Wie kann man einen Sachverhalt so verdichten, dass die Information häufig weitererzählt wird? Am besten eignen sich dafür spektakuläre Vergleiche und eingängige Metaphern. In Großbritannien wird verbreitet, dass die dort jährlich verbrauchten sechs Milliarden Plastiktüten so viel wiegen wie 300 Blauwale, 300 000 Meeresschildkröten oder drei Millionen Pelikane.

Eindrucksvolle Vergleiche zu entwickeln ist wesentlicher Bestandteil von NGO-Kampagnen. Sie erzeugen im Kopf die Bilder, die Menschen irgendwann zum plötzlichen Aufmerken und Umdenken bringen. Diese Stimmungen werden über soziale Medien in die Massenmedien übertragen, zum Beispiel, weil entsprechende Artikel auf Facebook große Aufmerksamkeit und damit viele Klicks bekommen. Ein Thema gilt dann redaktionell als lohnenswert, es wird intensiver verfolgt und von verschiedenen Seiten beleuchtet. Journalisten nutzen oft selbst Social Media – Fragen, die dort groß erscheinen, gelangen so in redaktionelle Medien. Dann werden Verantwortliche und Zuständige um Statements zu den viel besprochenen Sachverhalten gebeten. So kann über emotionale Bilder in sozialen Medien eine öffentliche Debatte entstehen, die schließlich auch die Politik erreicht.

Noch im Jahr 2015 beschließt die britische Regierung einen verpflichtenden Preis für Plastiktüten in Supermärkten ab Anfang 2016. Fünf Cent sind für keinen Lebensmittel-Shopper in London eine prohibitive Summe, aber für viele ein Anlass, kurz innezuhalten. In den ersten sechs Monaten 2016 fällt der Tütenverbrauch in Großbritannien

um 85 Prozent. Wie zuvor an vielen Orten wie Dänemark, Indien oder einzelnen Städten in den USA zeigt sich: Bürger können noch so gebildet, verantwortungsbewusst, aufgeschlossen sein – wenn sie sich zu Konsumenten verwandeln, setzen sie andere Prioritäten. Deshalb verpuffen Bitten, Aufrufe, Appelle oft. Damit die Einsicht auch zu einer Verhaltensänderung führt, brauchen Konsumenten genau das, was sie zu Konsumenten macht: einen Preis.

Immer stärker geraten Plastik, seine Produzenten und Verwender ins Fadenkreuz der öffentlichen Meinung, eine selbstverstärkende Spirale der Aufmerksamkeit entsteht. Wenn eine kritische Masse ein Thema für wichtig hält, beginnt sie, in sozialen Medien häufiger darüber zu kommunizieren. Zusätzlich tritt der sogenannte Baader-Meinhof-Effekt auf: Wer auf rote Autos achtet, sieht plötzlich überall rote Autos. Und redet dann darüber. Die Durchdringung des Alltags mit sozialen Medien sorgt ironischerweise dafür, dass Plastik nicht nur im Meer, sondern auch im Netz überall zu sein scheint. Die Debatte wird stetig größer, auch politisch. Im Februar 2017 veröffentlicht die in Nairobi ansässige UN-Umweltagentur ein Schreiben: »Die UNO erklärt den Krieg gegen Plastik«.

In Großbritannien zeigt der erwähnte David Attenborough Ende 2017 in der BBC die Naturdokumentation »Blue Planet II«. In der letzten Folge geht es ein paar Minuten um Plastikmüll im Ozean und die Tiere, die daran verenden. Dazu die sonore Stimme Attenboroughs, der kühl die Schäden beschreibt. Die perfekt gefilmte Schönheit der Natur und die darauffolgende Plastikdrastik erzeugen eine Fallhöhe, die das Publikum aufrüttelt. Ein

weiterer Moment der Erkenntnis für die Öffentlichkeit, der sich nachvollziehen lässt. »Attenborough-Effekt« heißt in Großbritannien und anderen englischsprachigen Ländern der Realitätsschock des Plastiks. Seit dem BBC-Film mit weltweit über 70 Millionen Zuschauern haben Medienbeiträge zu Plastikmüll die mit Abstand meisten Publikumsreaktionen, schreibt der Guardian. Mehr noch als der Daueraufreger Kriminalität von Migranten.

Spätestens zu dieser Zeit verändert sich auch in Deutschland messbar das Bewusstsein. Die Deutsche Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung veröffentlicht eine Statistik, nach der innerhalb eines Jahres, von 2016 bis 2017, die Zahl der verwendeten Plastiktüten um 35 Prozent sinkt. Statt 45 beträgt der Pro-Kopf-Verbrauch nur noch 29 Plastiktüten. Das geschieht wie in Großbritannien nicht von allein, sondern ist Folge der Vereinbarung einiger Hundert Händler, Tüten nicht mehr kostenlos herauszugeben. Im Sommer 2018 kündigt McDonald's an, in vielen Ländern Plastikstrohhalme durch Papierhalme zu ersetzen. Die Aktion wird zwar eher als öffentlichkeitswirksames PR-Symbol verstanden. Aber McDonald's ist nichts weniger als der Vatikan des Einweggeschirrs. Der Plastikschock hat die Masse erreicht.

## DER RECYCLING-MYTHOS

Fünfundzwanzig Jahre nach der großspurigen Ankündigung gut funktionierender Recyclingsysteme für Plastik liegt die weltweite Quote der Wiedernutzung bei unter 20 Prozent (2015). Und selbst diese Zahl wird von Experten für indus-

trie seitig übertrieben gehalten, in den USA beträgt sie sogar nur neun Prozent. Plastik kann nicht einfach eingeschmolzen werden, sondern muss aufwendig aufbereitet werden. Weil das Zeit, Energie und Geld kostet, steht Recycling in direkter Konkurrenz mit neu produziertem Plastik. Je geringer der Ölpreis, desto weniger attraktiv ist Recycling.

In Deutschland gehört Mülltrennung zu den ablasshaften Alltagsriten. Die Deutschen fühlen sich durch ihre mit großer Ernsthaftigkeit betriebene Mülltrennungsarbeit als Recycling-Weltmeister. Deshalb nutzen sie Plastik ohne Reue. Von den größeren europäischen Flächenländern hat Deutschland das höchste Aufkommen von Verpackungsmüll je Person, über 200 Kilogramm im Jahr. Daraus speist sich das zweithöchste Aufkommen von Plastikmüll aus Verpackungen, 37 Kilogramm pro Kopf (2017). Die Industrie rechnet ihre Statistiken zur Wiederverwendung schön, Exporte werden ignoriert, gar nicht recycelbare Kunststoffe auch. Im Spiegel erklärt Anfang 2019 Henning Wilts, Experte für Kreislaufwirtschaft, dass die wahre Recycling-Quote für deutsches Plastik bei nur 5,6 Prozent des jährlich verwendeten Neumaterials liegt. Der Rest wird laut Müllwirtschaft zu etwa zwei Dritteln »energetisch verwertet«, was eine so amtlich wie elegant klingende Umschreibung für »Verbrennen« ist. Dabei entstehen extrem giftige Substanzen wie Dibenzofurane oder polychlorierte Dibenzodioxine, besser bekannt als »Dioxin«. Diese Substanzen können inzwischen herausgefiltert und gesammelt werden, aber sie müssen am Ende irgendwo hin. Also steckt man die Reste in große Säcke und lagert es in unterirdischen Schächten, etwa in alten Salzbergwerken.

Dort steht es hochtoxisch herum, geschützt in erster Linie durch die Hoffnung, dass dort niemals seismische Aktivitäten auftreten mögen.

Ein Teil des Plastikmülls aber kann nicht wiederverwertet oder verbrannt werden. Deshalb exportiert Deutschland wie viele Länder der EU seinen Müll in alle Welt. Bis 2017 führt China unglaubliche 56 Prozent des weltweiten Plastikmülls ein, darunter jährlich zweieinhalb Milliarden Kilogramm aus Europa. Anfang 2018 stoppt die chinesische Regierung über Nacht den Müllimport. Seitdem findet deutscher Plastikmüll seine letzte Heimat in Malaysia, Indien, Indonesien oder Ghana. Oder seine vorletzte Heimat, denn Müllexportmeister Deutschland kontrolliert weniger intensiv als daheim, ob die Plastikflut am Ende nicht doch über die Flüsse ins Meer gespült wird. Man vertraut im Wesentlichen auf Zusicherungen.

In sozialen Medien kursieren Grafiken und Statistiken, dass 90 Prozent des heute ins Meer gespülten Plastiks von nur zehn Flüssen stamme, davon acht in Asien und zwei in Afrika. An der Spitze stehe der Yangtse in China, es folgten unter anderem Indus und Ganges in Indien, der ägyptische Nil und der Niger in Niger. Es ist eine wiederkehrende Maßnahme der Selbstberuhigung, Statistiken oberflächlich so zu lesen, dass die eigene Haltung gestützt wird. Asiatische und afrikanische Flüsse verschmutzen die Meere, was habe ich damit zu tun? Die Rangliste stammt aus einer Studie des deutschen Helmholtz-Zentrums für Umweltforschung und ist wissenschaftlich nachvollziehbar. Aber sie muss im Kontext des Müllexports gesehen werden. Experten sprechen von Müllverdrängung: Afrikanische oder asiatische Deponien

nehmen lieber für teures Geld europäischen Müll an – der heimische landet deswegen mit höherer Wahrscheinlichkeit in wilden Deponien und Flüssen. Erst für 2021 erlässt die EU ein Verbot von Einmalverpackungen aus Plastik.

Sicherlich hat Plastik auch seine Vorteile, sogar für die Umwelt. Das Gewicht, die Vielseitigkeit, der Preis, Plastik ist gleichzeitig belastbar und flexibel. Aber der Plastikkapitalismus hätte schon vor zwanzig, dreißig oder vierzig Jahren gebremst werden können. Die Meere wären heute weitaus weniger vermüllt. Im Milliardenland Indien wurden Plastikflaschen überhaupt erst Anfang der 2000er Jahre zum Allgemeingut, vor allem durch große Lebensmittelkonzerne. Und Anfang der 1990er, nach der deutschen Wiedervereinigung, wurde das DDR-Müllverwertungssystem SERO erst hochgelobt, aber dann auf undurchsichtige Weise transformiert und schließlich abgewickelt. Es passte nicht ins glitzernde Konsumparadies der hundert Duschgelmarken und wohl auch nicht ins Konzept der westlichen Müllindustrie. Der Plastikkapitalismus ist auch direkt mit dem Klimawandel verbunden, denn die Hersteller von Kunststoffen gehören zu den größten CO<sub>2</sub>-Emittenten überhaupt.

Nichts steht so ikonisch für den Sieg des Konsums über die Nachhaltigkeit wie Plastik. Sein Erfolg im 20. Jahrhundert, vor allem in Form von Einweg-Plastikverpackungen, markiert die Egozentrik der Industrieländer. Was, wenn sich alle so verhalten wie wir? Diese Frage haben sich die Menschen im Westen selten gestellt und nie beantwortet.

Das lässt viele westliche Aktivitäten leicht bigott erscheinen: Wir haben jahrzehntelang nicht ernsthaft über Plastikmüll nachgedacht – und jetzt drängen wir mit aller

Macht ärmere Länder mit größeren Problemen und weniger Infrastrukturen dazu, sich gefälligst nicht so zu verhalten wie wir selbst.

Es mag in vielen Fällen keine Alternative zum westlichen Drängen geben – Europa hat fast alle Urwälder abgeholtz, Brasilien darf trotzdem nicht das Gleiche tun –, aber die Haltung wirkt doch unsympathisch und herablassend. »Tu, was ich sage, nicht, was ich tue« – dieses ewige Zitat des frühen englischen Humanisten John Selden von 1654 erscheint als übergeordnetes Motto des westlichen 20. Jahrhunderts, der Zeit vor unseren Realitätsschocks. Das Mindeste wäre daher eine gewisse Demut der Industriestaaten, auch und gerade beim weltweiten Feldzug im Namen der Natur.

## PLÖTZLICH PFLANZLICH

Vielleicht lässt sich am Wandel des eigenen Alltags am besten sagen, was Menschen nachhaltig bewegt. Etwa seit Anfang der Zehnerjahre ändern viele Menschen ihr Leben: Sie ernähren sich anders – fleischreduziert, vegetarisch oder sogar vegan. Viele der verfügbaren Statistiken zur veganen Welle sind zwar mit einer gewissen Vorsicht zu beurteilen, weil sie nicht in jeder Dimension wissenschaftlichen Standards genügen. Aber sie reichen qualitativ doch für einen Eindruck aus. In Großbritannien lassen im Jahr 2015 Studien auf eine halbe Million Veganer schließen, Mitte 2018 ergibt eine Umfrage, dass bis zu dreieinhalb Millionen Menschen eine vegane Lebensweise führen, geführt haben oder in Erwägung ziehen. Ausdrücklich auch »um den mensch-

lichen Einfluss auf den Planeten zu reduzieren«. Beim Vegetarismus sind es sieben Millionen. Der größte britische Lebensmitteleinzelhändler Waitrose richtet 2018 in mehr als 130 Läden Abteilungen für vegane Produkte ein.

Auch in Frankreich, dem Epizentrum der Esskultur, verändert sich etwas. Im Sommer 2018 schreibt der Präsident des französischen Fleischereiverbandes einen offenen Brief an den Innenminister. Die 18000 französischen Fleischer und Schlachter seien sehr besorgt über die intensive Berichterstattung zur »Mode des veganen Lebens«. Anlass ist nicht nur der spürbare Rückgang des Fleischverzehrs »durch diese Ideologie«, sondern auch Drohungen und sogar Anschläge auf Fleischereien, mutmaßlich durch militante Veganer.

2016 ergibt eine Untersuchung im Auftrag der Veganen Gesellschaft, dass in Deutschland 1,3 Millionen Veganer leben. Bis zu neun Prozent der Bevölkerung, etwa sieben Millionen Menschen, ernähren sich vegetarisch. Seit 2016 erscheinen Artikel in großen Medien, die beschreiben, worauf Eltern achten müssen, wenn Kinder vegan leben wollen. Im Juli 2018 schreibt Bernd Ulrich, stellvertretender Chefredakteur der Zeit, wie und warum er seit einem Jahr vegan lebt. Der Anstoß dazu kam laut Ulrich von seinem Sohn, der sich so gegen eine bedenkenlose Konsumhaltung engagiert. Die wichtigste Wirtschaftszeitschrift der Welt, der Economist, und das amerikanische Magazin Forbes erklären 2019 zum Jahr, in dem Veganismus zum Mainstream wird. Das bildet sich auch ökonomisch ab: Anfang Mai 2019 geht Beyond Meat, ein Hersteller rein pflanzlicher Fleischalternativen, mit einem Kursfeuerwerk an die Börse. Es ist der erfolgreichste Börsengang in den USA seit dem Jahr 2000.