Sind Umweltrisiken Kavaliersdelikte?

Ökologische Verantwortung – mehr als ein Kommunikationsproblem

Das Problem der Verständigung im sogenannten Risikodiskurs war Ende vergangener Woche Thema einer Tagung im Gottlieb-Duttweiler-Institut in Rüschlikon. Dabei ging es einerseits um Fragen des unternehmerischen Bewusstseins und Handelns angesichts der weitreichenden ökologischen Folgen industrieller Produktion und organisatorischer Massnahmen, andererseits um die Erfordernisse nichtbeschönigender Auseinandersetzung mit einer kritischen und ihrer Gefährdung bewussten Öffentlichkeit.

■ VON MAJA WICKI, RÜSCHLIKON

Zu Beginn ist eine Begriffsklärung nötig, die in Rüschlikon leider erst am Ende der Tagung durch den Soziologen Niklas Luhmann vorgenommen wurde: Was für die einen Risiko ist, ist für die anderen Gefährdung. Wer zum Beispiel zu schnell fährt, riskiert einen Unfall, gefährdet aber ein Kind am Rand der Strasse. Wer raucht, riskiert einen Krebs, setzt aber diejenigen, die sein Büro oder seine Wohnung teilen, echter Krebsgefährdung aus.

Begriff «Umwelt» durch «Welt» ersetzen

Oder: Wer Autos und Zigaretten, wer giftige Chemikalien, Pflanzenschutzmittel, Isektizide, Wachstumshormone für Schlachttiere, Treibgas, Atomkraftwerke, nicht abbaubare Waschmittel und Verpackungen und vieles mehr aus dem ökologischen Problemkatalog herstellt und umsetzt, riskiert, mit den verhängnisvollen Folgen seiner Produktion oder Geschäftstätigkeit konfrontiert zu werden, nämlich mit der gesundheitlichen Gefährdung der Bevölkerung, mit schwerwiegenden Krankheiten, mit Klimaschäden, mit untrinkbarem Wasser, mit vergifteten Böden und kranken Wäldern, kurz mit der Zerstörung von Gesellschaft und (Um-)Welt. Der «Umwelt»-Begriff, der multiplizierbar ist und die Illusion verschiedener, das heisst besserer und schlechterer Umwelten vermitteln mag, muss vielleicht definitiv durch den der «Welt» ersetzt werden, der das gemeinsame globale Schicksal aller Menschen einschliesst, sowohl derjenigen an den Schalthebeln wie das der Massen.

Niklas Lumann machte klar, dass von «Risiken» immer dann gesprochen werden muss, wenn eventuelle künftige Schäden auf eigene Entscheidungen zurückzuführen sind. Risiken sind ein Korrelat von verantwortlichen Entscheiden, von individuellen, unternehmerischen oder gesellschaftlichen. Ob die Entscheide selbst gefällt werden, oder ob deren Folgen auf jemanden zurückfallen, führt zu unterschiedlichen Haltungen der gleichen Realität gegenüber. Die Zehntausende von Toten und Verstümmelten, die der motorisierte Verkehr jährlich verursacht, werden daher von den einen zu «normalen» Nebenfolgen der Mobilität erklärt, von den anderen aber zu einem zu hohen Preis.

Unterschied zwischen Wort und Tat

Leider, führt Luhmann aus, sei das Bewusstsein der Vernetzung von Risiken, die «eben in Kauf zu nehmen seien», und den verhängnisvollen Folgen, die andere «in Kauf zu nehmen haben», häufig zu schwach oder zu gespalten, als dass es wirtschaftliches und politisches Handeln verändern könnte. «Grün diskutieren und FDP verdienen» (bei uns auch SVP, Auto-Partei, Teile von CVP oder ähnlich) sei leider eine der häufigen Manager-Schizophrenien, kommentierte auch der Politikberater Joseph Huber von der Freien Universität Berlin. Diese individuelle Spaltung spiegle eine kulturelle Spaltung, derzufolge ökologisches Bewusstsein und Forderungen nach einer auch in Zukunft lebenswerten Welt den Frauenbewegungen und dem Sozialarbeitsbereich zugeschoben würden, während die «Herrschaftsträger» in Wirtschaft und Politik für sich die Wachstumsrationalität beanspruchten. Und jede Gruppierung beschuldige die andere des Realitätsverlusts und des Unverstands.

Grünes Marketing: Tatbeweise nötig

Risiken sind «big business», auch wenn die Folgen des grossen Geschäfts Katastrophen sind. Dass eine Aufhebung der von Luhmann und Huber geschilderten Spaltung mit den Mitteln herkömmlicher Kommunikation fast nicht möglich ist, vertraten auch Urs Läubli und Robert Zwahlen, die sich auf ökologische Beratung von Unternehmen spezialisiert haben. Es bedürfte der fortgesetzten Eigenerfahrung von verantwortlichen aller Schichten, dass die Schädigung dieser Welt von globalem Ausmass ist und dass sie neimanden auspart. Vielleicht, meinen sie, könnte diese Erfahrung zu «weitsichtigem Egoismus» motivieren. «Grünes» Marketing sei zwar im Augenblick Mode, hier sei ein eigentlicher politischer Druck entstanden. Aber Marketing ohne entsprechende Tatbeweise sei schnell einmal unglaubwürdig. Allein schon, ob eine Stabsstelle oder eine zentrale Geschäftsleitungsstelle mit den Fragen der Unternehmensrisiken, das heisst mit der Schadenverursachung und Schadenverminderung in Produktion und Entsorgung betraut werde, sage viel über die Glaubwürdigkeit der Anstrengungen einer Firma aus. Die Finanzabteilung werde – vergleichsweise – auch nicht als Stabsstelle geführt.

Flüge unter 600 km nicht zu verantworten

Die Spannung hat ihren Grund offensichtlich in ökonomischen Grenzen, die von Unternehmen trotz Einsicht in ökologische Notwendigkeiten nicht überschritten werden wollen. Stephan Fröhlich, Leiter der Abteilung Unternehmensentwicklung und Mitglied der Geschäftsleitung von Swissair, stellte fest, dass die ökologische Schonzeit von Fluggesellschaften endgültig abgelaufen sei. Unmissverständlich sagte er, dass gemessen an den verursachten Belastungen durch Luftverschmutzung und Lärm, Flüge unter 600 Kilometern eigentlich gar nicht mehr zu verantworten seien – obwohl sie, aus Wettbewerbsgründen, kaum vom Swissair-Angebot gestrichen werden. Ebenso unvertretbar seien nach ökologischen Massstäben Nachtflüge, fuhr Fröhlich fort, auch Luxusangebote, wie etwa 1-Tage-Bade- oder Christkindlmarkt-Flüge, überhaupt die Luxusansprüche der 1. Klasse.

Unabhängig von möglichen Verkehrszunahmen, auch im Hinblick auf den EG-Markt, müsse «funktionsorientiertes Verhalten» die Swissair-Devise sein. In vielerlei Hinsicht werde dieser Devise unternehmerisch schon nachgelebt, etwa im Airbus-Entschied, sodann durch verbesserte Abwässer- und Wärmerückgewinnungsanlagen, durch getrenntes Abfallsammeln an Bord sowie durch konstante Schulung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gespräche mit der flughafennahen Bevölkerung, die unter den Immissionen am meisten litten, gehörten ebenfalls zu den Aufgaben der Geschäftsleitung. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wie jetzt brauche es Mut, die ökologische Option zu wählen, doch dieser Mut sei letztlich identisch mit dem Entschluss zur langfristen Perspektive.

Kavaliershafte Verharmlosung ablegen

Immer deutlicher stellt sich heraus, dass der Risikobegriff seine kavaliershafte Verharmlosung ablegen muss, damit in der Spannung zwischen ökologischem Bewusstsein und Wirtschaftlichkeit mehr zugunsten des ersten entschieden wird. Unternehmen haben letztlich nur noch einen kleinen Aufschub, um sich darüber klar zu werden, dass mit der Zerstörung der Lebenswelt jede Wachstumsrationalität zerbricht.