



Klima-Himmel (Foto: Philip Karger © PK-Vision.ch)

## Nachhaltigkeit

# Die Klimadiskussion braucht neue Ansätze

Dass sich das Klima verändert, ist eine Tatsache. Unterschiedliche Auffassungen gibt es bezüglich der Frage, in welchem Umfang der Mensch dafür verantwortlich ist. Philip Karger plädiert für eine sachliche Diskussion, für Konsequenz und benennt KMU als Vorreiter beim Klimaschutz. Beispiele sollen in den nächsten «unternehmen.»-Ausgaben vorgestellt werden.

Das Klima wandelt sich. Anfang August berichteten die Medien über die Schlussfolgerungen des Weltklimarates. «Für viele Massnahmen ist es schon zu spät» lautete das Credo. Aber selbst solche dramatischen Appelle verpuffen in aller Regel ohne allzu grosse Wirkung und vor allem ohne individuelle Folgen. Zu alltäglich sind die dramatischen Nachrichten, die auf uns niederprasseln. Klima, Artensterben, Bevölkerungsexplosion, Migration, Antibiotikaresistenzen, Kriminalitätsrate, Generationenkonflikt, Rentenschok - wer etwas erreichen will, skizziert

ein möglichst drastisches Bedrohungsszenario und bietet seine Forderungen als Königsweg an, um die Katastrophe im letzten Moment gerade noch abzuwenden. Bildlich gesprochen ist es immer 5 vor 12. Das stumpft ab und hat zur Folge, dass die Bevölkerung zunehmend lethargisch reagiert, denn jede und jeder hat das Gefühl, schon unzählige «Katastrophen» ohne spürbare Folgen überlebt zu haben.

Nun ist es ja nicht so, dass Veränderungen per se immer in Katastrophen münden. In vielen Bereichen werden sie

sogar gefordert oder herbeigesehnt. Oft hängt es hauptsächlich von der persönlichen Einschätzung ab, ob jemand Veränderungen als Bedrohung oder Chance empfindet – zum Beispiel Migration, technische Innovationen, medizinischen Fortschritt oder genveränderte Lebensmittel.

Doch zurück zum Klima: Klar ist, dass klimabedingte Veränderungen – ob menschgemacht oder nicht – Auswirkungen haben. Darum gilt es, sich mit der Frage zu beschäftigen, wie diese verhindert, kompensiert oder wie deren Folgen gemildert werden

können. Und diese Lösungen gibt's nicht zum Nulltarif.

Wer ist aber wirklich bereit, persönliche Konsequenzen in Kauf zu nehmen? Mir scheint, dass das Dossier «Klima» in manchen Unternehmen von der Marketingabteilung betreut wird, und die denkt sich dann Massnahmen aus, die dem Unternehmen nicht weh tun, den Kundinnen und Kunden möglichst auch nicht zu sehr – weil die sonst zur Konkurrenz abwandern – und die aber trotzdem «belegen», dass man sich gegen eine Bedrohung engagiert. Autohersteller produzieren E-Autos, aber nicht mit dem Ziel, dass diese möglichst leicht sind und möglichst wenig Energie verbrauchen, was sinnvoll wäre, sondern sie werben mit enormen Leistungen. Der Tesla Roadster schafft es tatsächlich in 1,9 Sekunden von 0 auf 100 km/h – mal im Ernst. Wer braucht das wann und wer

hätte welchen Nachteil, wenn das nicht möglich wäre? Aber man hat seine Verantwortung wahrgenommen, ein Auto produziert, welches kein Benzin verbraucht und alles nimmt – mit gutem Gefühl – weiterhin seinen gewohnten Gang. Aber nicht nur Unternehmen sündigen. Wer kennt nicht Leute, die zwar ziemlich oft fliegen, «dafür aber kein Auto» besitzen. Oder umgekehrt. Sich bei Dingen einzuschränken, die man ohnehin nicht benötigt, führt zu keiner substanzellen Verbesserung. Darum ist Umdenken angesagt – vielleicht etwas weniger radikal, dafür wirklich nachhaltig. Weniger Symbolpolitik und dafür mehr Massnahmen, die wirklich etwas bewirken.

Wirkliche Veränderungen haben spürbare Konsequenzen. Und zwar nicht immer nur für andere, sondern auch für einen selbst. Die Welt zu retten ist unbequem und tut manchmal auch weh. Erst wenn tatsächlich weniger gereist und gependelt wird – und zwar mit allen Verkehrsmitteln – führt das zu einem positiven Effekt. So gesehen ist das Ziel von Kostenwahrheit bei der Mobilität richtig, denn nur wenn Reisen spürbar teurer wird, wird weniger gereist. Wenn dann aber diese Lenkungswirkung durch «soziale Ausgleichsmass-

nahmen» kompensiert wird, macht das die beabsichtigte Wirkung zunichte. Die unbedeckte Wahrheit: Erst wenn Globetrotten, Weihnachtsshopping in New York, der Wochendtrip nach Barcelona oder Ferien in der Karibik keine Selbstverständlichkeit für jedermann mehr sind, stellt sich ein positiver Effekt ein. Aber welche Partei rennt sehenden Auges ins eigene Verderben und versucht, mit solchen Forderungen Wahlen zu gewinnen?

Auch beim Stadtklima – um noch ein anderes Beispiel zu nennen – gäbe es Möglichkeiten, nachhaltige Verbesserungen zu erzielen. Grünstreifen statt in jeder Quartierstrasse Trottoirs auf beiden Strassenseiten? Wäre gut fürs Klima, kostet aber etwas und die Forderung nach höheren Budgets sind ebenfalls heikel, weil Wählerinnen und Wähler die Gefahr wittern, dafür zur Kasse gebeten zu werden.

Schwarzsehen würde aber der KMU- und Gruppe23-Mentalität widersprechen. Darum soll nicht nur mangelnde Konsequenz und Mutlosigkeit beklagt werden. Es gibt zunehmend mehr Menschen und Unternehmen, welche die Zeichen der Zeit erkannt haben, voran gehen und damit Konkretes bewirken.

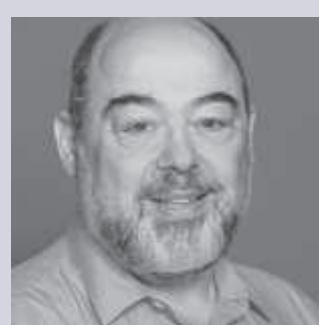
Zum Schutz des Klimas trägt der sorgsame Umgang mit Ressourcen massgeblich bei. Kreislaufwirtschaft heisst ein Zauberwort. Dazu ein Beispiel: Der bei der Renovation des Schänzlitunnels rückgebaute Beton wird gebrochen, aufbereitet, zertifiziert und schliesslich als neues Qualitätsprodukt in der Region wieder verbaut. Was damit möglich ist, zeigt sich zum Beispiel bei der Erweiterung des Kunsthause Zürich, für dessen Bau über 90% Recyclingbeton und treibhausgasreduzierter Zement eingesetzt wurden. Aber auch viele KMU

investieren freiwillig Geld und Ressourcen, um nachhaltige und ressourcenschonende Prozesse zu realisieren.

Solche Beispiele wird die Gruppe23 in den nächsten Ausgaben ihrer Zeitschrift in loser Folge vorstellen, denn nicht Parolen bewirken Veränderungen, sondern persönliche Initiativen – Menschen, die etwas unternehmen!

Philip Karger

Erzählen Sie uns, was Sie oder Ihr Unternehmen für das Klima tun, per E-Mail an [info@gruppe23.ch](mailto:info@gruppe23.ch).



Philip Karger ist nach einer landwirtschaftlichen Lehre und verschiedenen Weiterbildungen über die Mitarbeit in der familien-eigenen Buchhandlung, einer Tochterfirma des S. Karger Verlags – einem der weltweit führenden medizinischen Fachverlage – in den Buch- und Verlagshandel

eingestiegen. Von 2004 bis 2008 war er Geschäftsführer der Karger Libri AG. 2008 gründete er die Firma KargerInformation, die Coaching, Verkaufstrainings und Projektbetreuungen anbietet. Im gleichen Jahr wurde er in den Vorstand der Liberal-demokratischen Partei Basel-Stadt gewählt. Neben seiner beruflichen und politischen Arbeit ist Philip Karger auch als Autor und Fotograf tätig. Er gehört dem Vorstand der Gruppe23 seit 2019 an.

Werbung

**Zweinull bietet Dienstleistungen für eine nachhaltige Organisation und Weiterentwicklung von Firmen, Verbänden und Institutionen an.**



**Zweinull**

**Smart und innovativ.  
Zweinull für Sie.**

[info@zweinull.ch](mailto:info@zweinull.ch)  
[www.zweinull.ch](http://www.zweinull.ch)