

INHALT

EINLEITUNG

Klimafreundlich denken,
klimaschädlich handeln 7

AUSREDE 1	»Klimaschützen nützt mir nichts.«	16
AUSREDE 2	»Meine Rationalität hat Grenzen.«	24
AUSREDE 3	»Widersprüche sind menschlich.«	30
AUSREDE 4	»Morgen. Nächsten Monat. Nächstes Jahr. Irgendwann.«	37
AUSREDE 5	»Es ist zu spät.«	45
AUSREDE 6	»Ich bin kein grüner Öko-Freak.«	50
AUSREDE 7	»Dann müsste ich ja meine Gewohnheiten ändern.«	58
AUSREDE 8	»Ich habe schon genug andere Sorgen.«	69
AUSREDE 9	»Ich bin doch umweltfreundlich (im Großen und Ganzen).«	75
AUSREDE 10	»Ich bezahle den Schaden.«	86
AUSREDE 11	»Ich habe Angst.«	96
AUSREDE 12	»Ich weiß alles. Ganz sicher.«	103
AUSREDE 13	»Es ist zu komplex.«	112
AUSREDE 14	»Ich hatte ja gute Absichten.«	122
AUSREDE 15	»Ich bin zu bequem.«	130
AUSREDE 16	»Ich bin für die Misere nicht verantwortlich.«	132
AUSREDE 17	»Die anderen ...«	137

- AUSREDE 18 »Aber in China ...« 149
- AUSREDE 19 »Ich kann und will es
nicht mehr hören.« 164
- AUSREDE 20 »Sicher ist nur der Tod.« 169
- AUSREDE 21 »Ich genieße Katastrophen
(und die Klimapartys).« 178
- AUSREDE 22 »Neue Technologien
werden das Klima retten.« 182
- AUSREDE 23 »XY hat gesagt ...« 188
- AUSREDE 24 »Klimaschutz schadet der
Wirtschaft und damit uns.« 193
- AUSREDE 25 »Ich habe noch genügend
andere Gründe.« 200

AUSBLICK

Eine klimafreundliche Zukunft 206

Epilog und Danksagungen 227

Anmerkungen und Quellen 231

Literatur 242

Index 251

Über den Autor 254

Klimafreundlich denken, klimaschädlich handeln

Die Forststraße im Mischwald unweit einer Kleinstadt war Ort einer seltsamen Begegnung. In einer Kurve hielt ein überdimensionierter SUV an. Ein Sticker mit dem Slogan »Go back to school, Greta!« war gut sichtbar am Heck platziert. Ein etwas klein gewachsener kahlköpfiger Mann Mitte 40 stieg aus, entleerte einen Sack Batterien im Moos und warf noch einen halbvollen Behälter mit Motoröl hinterher. »Ich hasse die Umwelt!« erklärte er knapp, sprang zurück in sein Auto und brauste davon.

Nein, bitte verlieren Sie jetzt nicht ein weiteres Stück Vertrauen in die Menschheit. Dieser Vorfall ist frei erfunden. Vermutlich hatten nur die wenigsten von uns schon einmal eine solche Begegnung mit einem selbsternannten Umweltfeind. Im Grunde genommen wünschen wir uns nämlich alle gute Luft, intakte Wälder, saubere Flüsse und funktionierende Ökosysteme. Ich persönlich kenne auch niemanden, der sich sehnlichst eine Klimakatastrophe herbeiwünscht. Ja, es gibt einige wenige Menschen, die den Klimawandel und seine Folgen für eine Übertreibung halten. Aber so gut wie niemand hält es für eine ausgesprochen gute Idee, das Klimasystem zu kippen und damit unsere eigene Existenzgrundlage zu gefährden. Im Großen und Ganzen sind wir doch fast alle umweltfreundlich eingestellt und befürworten Klimaschutz.

Einen weniger klimafreundlichen Eindruck hinterlassen hingegen die vielen Entscheidungen, die wir in unserem Alltag treffen. Mit unserer vermeintlichen Umweltfreundlichkeit und Klimaschutzbefürwortung passen diese oft nicht zusammen. Gut, wir werfen keine Batterien in den Wald, wir trennen brav unseren Müll und wir verursachen nach Möglichkeit auch keine Ölteppiche. Klimaschonend sind unsere Lebensstile deshalb aber noch lange nicht: Flüge, Autofahrten, Fleischkonsum, Wein aus Australien zum argentinischen Steak, Übersee-Früchte statt heimischer Äpfel, Aluminiumkapselkaffee, Online-Mode-Shopping inklusive Rückversand und viele andere Entscheidungen belasten unseren ökologischen Fußabdruck. Bei genauerer Betrachtung müssen sich die meisten von uns wahrscheinlich eingestehen: Unsere Konsumententscheidungen stehen nicht im Einklang mit unseren grundsätzlich umwelt- und klimafreundlichen Einstellungen.

Als Menschen haben wir ein erstaunliches Talent dafür, Widersprüche in unserem Denken und Handeln zu ignorieren, aufzulösen oder achselzuckend zur Kenntnis zu nehmen. Wir halten uns selbst auch für ehrliche und aufrichtige Menschen, und das ändert sich nicht, wenn gelegentlich eine kleine Notlüge notwendig wird (»Sorry für die Verspätung, ich stand im Stau ...«, »Dieser Kuchen schmeckt trotzdem gut ...«, »Och, ihr habt so ein süßes Baby ...« – Sie kennen das). Aus logischer Sicht wirkt es paradox, wenn wir uns selbst für ehrlich halten und in aller Ehrlichkeit zugeben, gelegentlich zu lügen. Es scheint, als wären viele Menschen gleichzeitig ehrlich und unehrlich, und ich nehme mich selbst hier nicht aus. Aus Sicht der Psychologie sind solche Widersprüche aber nichts Überraschendes. Kleinere Lügen machen das soziale Leben um einiges erträglicher und konfliktärmer und wenn man für eine Lüge einen guten Grund hat, wird das eigene positive Selbstbild als ehrlicher Mensch davon nicht besonders be-

einträchtig. Darüber hinaus ist ein positives Selbstbild der eigenen Seelengesundheit durchaus zuträglich. Sich selbst für einen guten Menschen zu halten, geht mit deutlich mehr Wohlbefinden einher, als sich selbst für einen schlechten Menschen, einen schamlosen Lügner oder eine skrupellose Betrügerin zu halten. Bei kleineren Abweichungen von diesem Ehrlichkeitsideal kann man ruhig ein Auge zudrücken. Auch bei größeren Abweichungen findet man in der Regel gute Entschuldigungen, warum das mühsam aufgebaute Lügenkonstrukt notwendig war und gute Erklärungen dafür, warum man im Großen und Ganzen doch ein guter Mensch ist.

Dieses Paradoxon kennen wir auch in Bezug auf Klimafreundlichkeit. Es scheitert nicht an den guten Einstellungen und guten Absichten. Unsere klimafreundlichen Einstellungen und guten Absichten führen aber leider viel zu selten zu klimafreundlichen Entscheidungen; zwischen unseren Einstellungen und Verhaltensweisen klafft mitunter eine größere Lücke als zwischen den Versprechen einer Partei vor der Wahl und dem tatsächlichen umgesetzten Regierungsprogramm nach der Wahl. Zumindest sind wir sehr geschickt darin, Entschuldigungen und Ausreden zu finden, warum es mit unseren persönlichen Klimaschutzbemühungen nicht so gut klappt. Zwar haben wir anders als Regierungsparteien keine Koalitionspartner, denen wir die Schuld am Schlammassel geben können, aber geeignete Sündenböcke finden wir trotzdem. Die abgehobenen Politikerinnen* zum Beispiel, das System oder einfach die Supermächte China und USA. Unser

* Ich versuche mich in diesem Buch einer inklusiven Sprache zu bedienen, die den Lesefluss nicht stört. Daher verwende ich abwechselnd Substantivierungen, weibliche Substantive und männliche Substantive und in Ausnahmefällen auch andere Formen. Sofern nicht anders gekennzeichnet, sind immer alle gemeint.

positives Selbstbild als klimafreundlich eingestellte Menschen können wir mit Verweisen auf andere und mit weiteren Ausreden behalten.

Ziel des Buchs

Individuelle Entscheidungen sind oft alles andere als klimafreundlich¹. Für unsere klimaschädlichen² Verhaltensweisen gibt es jedoch Gründe oder, wenn man es etwas zugespitzter formulieren möchte, Ausreden. Viele dieser Ausreden sind in psychologischen Mechanismen verortet und für manche von ihnen gibt es eine mehr oder weniger legitime Basis.

In diesem Buch setze ich mich mit den vielen Ausreden für mangelnde Klimafreundlichkeit auseinander. Auf diesem Weg möchte ich Ihnen Erkenntnisse aus der Klimapsychologie näherbringen und dabei vor allem auf die Frage eingehen, wo die psychologischen Barrieren für die notwendigen Änderungen in Einstellungen UND Verhalten liegen. Verschiedene Konzepte aus Psychologie und Verhaltensökonomie erklären einerseits unser klimafreundliches Entscheidungsverhalten, bieten andererseits aber auch eine wunderbare Grundlage, um Ausreden für klimaschädliche Entscheidungen zu finden. Zur Veranschaulichung verwende ich zahlreiche Anekdoten und Beispiele. Am Ende der meisten Kapitel finden Sie außerdem Kästen mit Zusammenfassungen oder zusätzlichen Hintergrundinformationen. Eines der Kapitel widmet sich auch dem Thema Klimaangst. Psychologische Studien, die sich mit Themen wie Auswirkungen der Klimakrise auf die mentale Gesundheit oder mit klimawandelbedingten Angststörungen beschäftigen, lasse ich aber weitgehend außen vor. Vielmehr geht es in diesem Buch um klimarelevante Entscheidungen, die Sie selbst oder auch die Menschen in Ihrem Freundes- und Familienkreis im täglichen Leben treffen. Das Buch bietet verschiedene Blickwinkel und erklärt die psychologischen

Mechanismen, mit denen wir trotz wenig klimafreundlicher Lebensweisen ein positives Selbstbild beibehalten.

Es obliegt Ihnen selbst, was Sie mit den hier angebotenen Ausreden für unsere kleinen Klimasünden machen: Eine naheliegende Möglichkeit ist, dass Sie Ihr Repertoire an Selbstbetrugs-Skills erweitern und Ihre Fertigkeiten in der Kunst der Ausrede perfektionieren. Dank der Lektüre dieses Buchs werden Sie für jede erdenkliche Entscheidung einen perfekten Vorwand parat haben (bitte, gern geschehen). Eine weitere Möglichkeit ist, die angeblichen »Klimafreunde« in Ihrem Freundeskreis direkt zu konfrontieren und ihnen besserwisserisch ihre Ausreden vorzuhalten. Davor warne ich ausdrücklich. Am vernünftigsten ist es wahrscheinlich, auf beide dieser Optionen zu verzichten. Für mich sind die beschriebenen Ausreden Mittel zum Zweck, verschiedene Aspekte der Klimapsychologie zu erläutern. Anhand der vorgestellten psychologischen Mechanismen können Sie mehr Verständnis für Ihre eigenen Entscheidungen und die Entscheidungen anderer aufbringen. Wenn das auch zu Selbstreflexion und klimafreundlicheren Entscheidungen anregt, freue ich mich.

Natürlich möchte ich mich in diesem Buch nicht nur auf die Ausreden und Barrieren fixieren. Verhaltensökonomie und Psychologie geben uns auch Hinweise darauf, wie klimafreundliches Verhalten gelingen kann und welche Voraussetzungen und Rahmenbedingungen dafür gegeben sein müssen. Gegenwärtig liegt es auch an bestehenden Strukturen und Systemen, die uns klimafreundliches Handeln erschweren. Manche von uns haben keine realistische Möglichkeit, klimafreundlichere Entscheidungen zu treffen, also beispielsweise vom Auto auf Öffis umzusteigen oder teures Biogemüse zu kaufen. Die Verantwortung alleine auf uns Bürgerinnen oder auf uns Konsumenten abzuschieben, ist zu billig. Auch politische Entscheidungsträger und Entscheidungsträgerin-

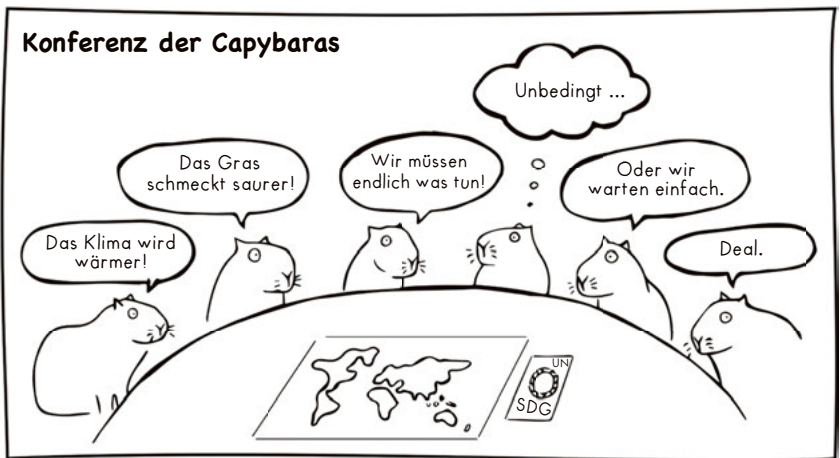
nen, Interessensvertretungen und nicht zuletzt Unternehmen stehen in der Pflicht, die entsprechenden Voraussetzungen, also Strukturen für ein klimafreundliches Leben, zu schaffen. Der letzte Teil des Buchs widmet sich demnach einem Ausblick in eine Zukunft, in der es uns leichter fällt, klimafreundliche Entscheidungen zu treffen.

Aber zurück in die Gegenwart und zum Status quo: In dem Kasten am Ende des Kapitels finden Sie eine kurze Zusammenfassung der Klimawandelproblematik, für den Fall, dass Sie damit noch nicht vertraut sind. Details lasse ich bewusst aus, denn dafür gibt es geeignetere Quellen, zum Beispiel das Buch *Klimawandel – Fakten gegen Fake & Fiction* von Marcus Wadsak³ oder *Klimawandel kompakt* von Christian Schönwiese.⁴ Einen kompakten Einstieg liefern David Nelles und Christian Serrer mit ihrem empfehlenswerten Buch *Die Klimälösung*.⁵ Andererseits gibt es zu dem Thema jede Menge Desinformation, die im Internet, in sozialen Netzwerken und vereinzelt in Büchern gestreut wird. Zur Überprüfung dubioser Aussagen empfehle ich die Webseiten klimafakten.de und skepticalscience.com, denn diese liefern seriöse und gut verständliche Faktenchecks auf Basis des derzeitigen Stands der Klimaforschung.

Laut Klimaforschung sind wir Menschen verantwortlich für den gegenwärtig beobachtbaren Klimawandel und all seine (hauptsächlich negativen) Folgen. Eine Metaanalyse von über 88.000 wissenschaftlichen Studien zum Klimawandel zeigt einen Konsens von über 99,5 Prozent, dass die Klimakrise menschengemacht ist.⁶ Zu keinem anderen aktuellen Thema gibt es eine vergleichbare Übereinstimmung unter Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern. Die Zeit drängt und wir erleben gerade die ersten (noch vergleichsweise milden) Auswirkungen der Klimakrise, zum Beispiel das Schmelzen von Gletschern oder die Zunahme von extremen Wetterereignissen. Die Situation ist ernst, aber nicht hoffnungslos. In Hin-

blick auf unsere klimaschädlichen Lebensstile ist man aber geradezu versucht zu sagen: Die Situation ist hoffnungslos, aber nicht besonders ernst.

Ganz so zynisch wie in dem Alfred Polgar zugeschriebenen Zitat (»Für den Preußen ist die Lage ernst, aber nicht hoffnungslos, für den Österreicher hoffnungslos, aber nicht ernst.«⁷) möchte ich es aber doch nicht sehen. Ich lade Sie ein, mit mir in die Welt der Klimapsychologie einzutauchen und den Gründen für unsere Ausflüchte auf den Grund zu gehen – mit einer gewissen Portion Ernsthaftigkeit, Zweckoptimismus und einer Prise Humor.



Capybaras, auch Wasserschweine genannt, sind so ziemlich die freundlichsten Tiere, die man sich vorstellen kann. In den Cartoons aus der Feder von Annechien Hoeben machen sie sich Gedanken zur Klimakrise. Dabei verdeutlichen sie einige der in diesem Buch dargestellten Konzepte. Vielleicht helfen sie Ihnen genauso gut wie mir, trotz des ernststen Themas den Humor nicht zu verlieren.

Warum ist Klimawandel ein Problem und was habe ich persönlich damit zu tun?

Der sogenannte *Treibhauseffekt* macht die Erde zu einem lebensfreundlichen Ort mit im Schnitt plus 14 Grad Celsius an der Erdoberfläche. *Treibhausgase* wie Kohlendioxid (CO₂), Methan (CH₄) oder Wasserdampf (H₂O) speichern Wärmeenergie in der Atmosphäre; ohne sie wäre es um ca. 32 Grad kälter (minus 18 Grad Celsius).

Der Anteil von Treibhausgasen in der Atmosphäre war über die letzten Jahrtausende hinweg stabil; für CO₂ betrug der Volumenanteil ca. 270 pro Million (kurz: 270 ppm). Anders als Stickstoff und Sauerstoff sind Treibhausgase also nur in Spuren vorhanden. Die Ökosysteme und Ozeane stoßen CO₂ aus und nehmen es in gleichem Maße wieder auf. Seit Beginn der Industriellen Revolution im 18. Jahrhundert verbrennen wir aber mehr und mehr fossile Rohstoffe (Kohle, Öl und Gas), wodurch der eingelagerte Kohlenstoff in Form von zusätzlichem CO₂ oder CH₄ in die Atmosphäre gelangt (zwecks Vergleichbarkeit wird auch von CO₂-Äquivalenten gesprochen).⁸

Gleichzeitig hat sich die Landnutzung stark verändert. So kann ein natürlicher Wald viel mehr Kohlenstoff speichern und aufnehmen als eine industrielle Ackerfläche. Der CO₂-Mittelwert in der Atmosphäre im Jahr 2020 betrug 415 ppm, was einer Steigerung von 66 Prozent im Vergleich zu vorindustriellen Zeiten entspricht. Das führt zur gegenwärtig beobachteten Klimakrise mit schmelzenden Gletschern, extremen Wetterereignissen und mittelfristig ansteigendem Meeresspiegel. Der erhöhte CO₂-Gehalt führt auch zu einer Übersäuerung und Erwärmung der Weltmeere, was marine Ökosysteme bedroht und schon erste Folgen zeigt (wie etwa das Korallensterben). Die längerfristigen Konsequenzen sind nur schwer abzuschätzen und reichen von negativ bis zu katastrophal.

Natürlich ist niemand allein verantwortlich für die Klimakrise, aber wir alle tragen mit klimaschädlichen Entscheidungen dazu bei: 100 Personenkilometer mit dem Auto stoßen im Schnitt ca. 21 Kilogramm CO₂ aus; mit der Bahn ist es nur ein Bruchteil davon⁹, während Radfahren komplett emissionsfrei ist. Flugreisen sind am schädlichsten mit durchschnittlich 43 Kilogramm pro 100 Personenkilometern¹⁰ (hinzu kommen noch die klimaschädlichen Kondensstreifen). Die Bilanz von E-Autos ist abhängig von der Stromerzeugung, aber in jedem Fall deutlich schlechter als die von Bahn oder Bus. Nicht nur unser Mobilitätsverhalten, auch die Energieerzeugung, die Produktion und der Transport von Gütern und unsere Ernährung spielen eine Rolle. Für die Produktion von einem Kilogramm Rindfleisch werden zum Beispiel 12 bis 24 Kilogramm CO₂-Äquivalente ausgestoßen, für Hühnerfleisch 5 Kilogramm, für ein Kilogramm Gemüse im Schnitt nur 0,15 Kilogramm.¹¹

Zum Klimawandel gesellen sich weitere globale ökologische Probleme. Unsere gegenwärtigen Produktions- und Konsumgewohnheiten haben starke negative Wirkung auf die Biodiversität (Aussterben vieler Arten), auf Ökosysteme zu Land und zu Wasser oder auf biochemische Kreisläufe (vor allem durch die Verwendung von Phosphor und Stickstoff in der Landwirtschaft).

In vielen Bereichen verlassen wir gerade den *sicheren Betriebsbereich*.¹² Wir bewegen uns in Sphären, in denen die Auswirkungen auf unsere eigene Lebens- und Überlebensgrundlage unklar sind. Der Klimawandel erhält auch deshalb so viel Aufmerksamkeit, weil er mit vielen anderen dieser sogenannten *planetaren Grenzen* direkt oder indirekt zusammenhängt. Die Grundursache für alle diese Probleme lautet einfach zusammengefasst: Unsere gegenwärtigen Systeme in Wirtschaft und Gesellschaft sind *nicht nachhaltig*. Wir leben auf Kosten zukünftiger Generationen.

AUSREDE 1

»Klimaschützen nützt mir nichts.«

You only live once.

(So ziemlich jede Anfang-Zwanzigerin und so mancher Mid-Vierziger)

Man lebt nur einmal und dabei meist in Angst, etwas zu verpassen: *#YOLO* (»You only live once«) und *#FOMO* (»Fear of missing out«) haben sich in den letzten Jahren zu beliebten Hashtags in den sozialen Medien entwickelt. Sie spiegeln den Wunsch wider, das Leben in vollen Zügen zu genießen. Über etwaige Konsequenzen von Entscheidungen denkt man besser nicht allzu lange nach, solange sie dem eigenen Vergnügen dienen. *#YOLO* und *#FOMO* sind dankbare Ausreden für Unvernunft, aber auch für ungezügelt Konsum und Genuss. Wir wollen das reich gedeckte Buffet des Lebens auskosten und nehmen, was wir bekommen können. Wir möchten nichts verpassen. Von Klimawandel haben wir zwar gehört, aber deshalb auf das argentinische Steak verzichten? Auf südafrikanischen Wein? Auf den Flug nach Südostasien oder den Wochenendtrip nach Mallorca? Eher nicht. Wenn man nicht gerade praktizierender Hinduist ist, kann man die Vorzüge eines genusserfüllten Lebensstils nicht auf ein nächstes Leben verschieben. Wir wissen nicht, was morgen kommt. Unsere begrenzte Zeit wollen wir möglichst gut nutzen, ohne unnötige Spaßbremsen.

Das *YOLO*-Motto wirkt vor allem selbstbezogen, selbstdienlich und irgendwie auch egoistisch. Anders als beim antiken Motto *Carpe diem* geht es nicht so sehr um das sinnvolle

Nutzen des Tages, sondern um das Maximieren des eigenen Vergnügens im Hier und Jetzt. Sucht man auf der Plattform Instagram nach dem Hashtag #YOLO, findet man Millionen von Beiträgen, darunter vorwiegend Bilder von exotischen Reisedestinationen, spaßigen Freizeitaktivitäten und ausgefallenen kulinarischen Genüssen. Beiträge wie »Öffi-Jahreskarte gekauft«, »Gestrigen Gemüseintopf aufgewärmt« oder »Gerade für den Regenwald gespendet« sucht man unter dem Hashtag #YOLO vergeblich. Ist man in seinem einzigen Leben in erster Linie auf Vergnügen aus, ist das einem klimafreundlichen Lebensstil offenbar nicht sonderlich zuträglich.

»You life only once« ist für sich genommen eine recht brauchbare Ausrede für Klimasünden. So gesehen ist es ein Glücksfall, dass wir Menschen nicht ständig nach dem Motto #YOLO leben, sondern auch ernsthafte und vernünftige Züge an den Tag legen. Mit Rationalität kommen wir der Klimafreundlichkeit schon etwas näher, würde man meinen. Schließlich sind Menschen vernunftbegabte, mündige Wesen. Wir sind emanzipiert, reflektiert und geprägt durch Selbsterkenntnis. Dieses Menschenbild hat sich ab dem 18. Jahrhundert durchgesetzt. In den Wirtschaftswissenschaften wurde diese Auffassung später etwas vereinfacht und man hat daraus ein Stereotyp kreiert: Es heißt *Homo oeconomicus*.¹³ Dieser fiktive rationale Akteur ist ausschließlich darauf bedacht, seinen eigenen Nutzen zu maximieren. Er ist zwar genau genommen ebenso egoistisch wie ein Homo YOLO, aber dabei vernünftig und rational. Ein *Homo oeconomicus* geht sehr systematisch an jedes Problem heran und bezieht alle verfügbaren Informationen in seine Entscheidungen mit ein. Seine Vorlieben (in der Fachsprache: Präferenzen) sind stabil. Wenn er Schokopudding lieber mag als Vanillepudding, wird er immer Schokopudding kaufen. Er reagiert aber auch auf sogenannte Anreize. Kostet der Vanillepudding nur die Hälfte vom Schokopudding,

ist das ein Anreiz für den rationalen Schokopudding-Liebhaber, doch einmal Vanille zu probieren. Er wird aber sofort wieder zu Schoko wechseln, wenn der Preisanreiz nicht mehr besteht. Im Gegensatz zum Homo YOLO ist der Homo oeconomicus somit ein ziemlich langweiliger Zeitgenosse. Homo YOLO würde alle noch so exotischen Geschmacksrichtungen probieren wollen, anstatt immer bei Schoko zu bleiben. Die Idee monetärer Anreize für mehr Klimaschutz entspricht ebenfalls dem Denkmodell vom Homo oeconomicus: Bezahlen wir die Leute doch einfach dafür, sich klimafreundlich zu verhalten. Dann haben sie einen direkten Nutzen vom Klimaschutz und die Ausrede »Es nützt mir nichts« wird hinfällig. Das kann zwar zu einem gewissen Grad funktionieren, birgt aber auch Risiken und Nebenwirkungen (lesen Sie dazu bitte später Ausrede 10 oder wenden Sie sich an die Verhaltensökonomin ihres Vertrauens).

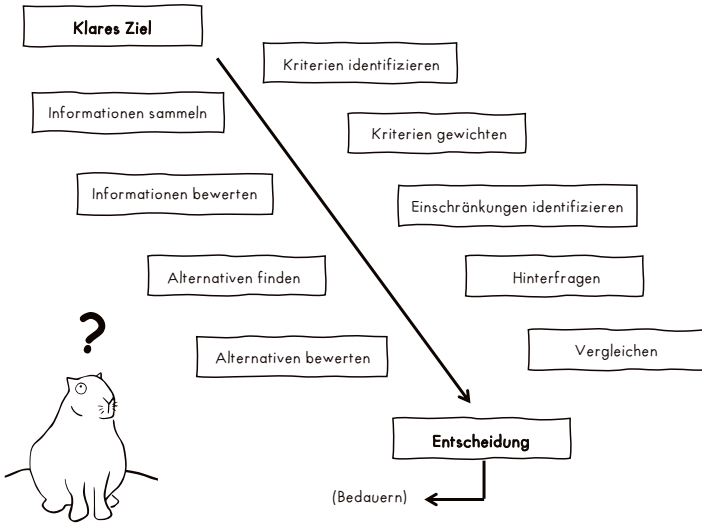


Wahrscheinlich hat niemals jemand ernsthaft angenommen, dass dieser Homo oeconomicus auch in Wirklichkeit so weit verbreitet ist wie in den Wirtschaftslehrbüchern. Die allermeisten von uns werden hin und wieder, ganz zufällig und aus einer Laune heraus, eine neue Puddingsorte ausprobieren, auch wenn wir Schokolade lieben. Aber für ökonomische Modelle und Berechnungen erwies sich dieser fiktive Agent als immens praktisch und so hält er sich bis heute hartnäckig. Viele ökonomische Modelle gehen davon aus, die Menschen würden sich stets rational verhalten. Aus diesen Modellen werden dann übrigens Empfehlungen an Entscheidungsträger in Politik und Gesellschaft abgeleitet. Das erklärt wohl die eine oder andere fragwürdige politische Entscheidung, über deren Scheitern sich Politiker und Ökonomen dann gemeinsam wundern. Auch Sie wundern sich an dieser Stelle möglicherweise: Warum geht es hier um Rationalität und ökonomische Modelle? Was hat das mit Klimapsychologie zu tun? Ich bitte noch um ein bisschen Geduld. Psychologische Mechanismen sind oft nicht besonders rational, sie werden aber auf Basis der Rationalitätsidee besser verständlich. Versprochen.

Rationale Entscheidungen folgen in etwa folgender Systematik: Man startet mit einem klaren Ziel und mit individuellen Präferenzen, sammelt Informationen und überlegt sich Kriterien für die Bewertung verschiedener Alternativen. Die gefundenen Alternativen werden verglichen und schlussendlich trifft man, nach langem Hin und Her oder auch vielen schlaflosen Nächten, in denen man Für und Wider abwägt, eine Entscheidung. Das anschließende Bedauern dieser Entscheidung ist übrigens streng genommen nicht Teil des rationalen Entscheidungsprozesses. Es gibt aber Hinweise darauf, dass ein streng rationaler Entscheidungsprozess unter Berücksichtigung von möglichst vielen Informationen und einer

großen Auswahl an Wahlmöglichkeiten unsere Zufriedenheit mit der letztendlich getroffenen Entscheidung verringert.¹⁴

Rationales Entscheiden



Schritte im rationalen Entscheidungsprozess

Hilft uns diese ökonomische Rationalität bei klimafreundlichen Entscheidungen? Leider nur bedingt und in Abhängigkeit unserer Präferenzen. Zwar können sehr starke klimafreundliche Präferenzen im Zuge der Nutzenmaximierung tatsächlich zu rationalen, klimafreundlichen Entscheidungen führen. Sind aber neben Klimafreundlichkeit auch andere Kriterien wichtig (oder wichtiger), sieht die Sache anders aus. Dann wird rationales Handeln nämlich schnell zur Ausrede für Klimaschädlichkeit. In der traditionellen Auslegung der *Rational Choice* werden alle Kriterien monetär bewertet und die Entscheider maximieren ihren ökonomischen Nutzen. Und

dann kann das Ergebnis aller rationalen Abwägungen klimaschädlich sein. Hat man zum Beispiel klare Vorlieben für den Individualverkehr, ist Autofahren rational. Selbst wenn man dem öffentlichen Verkehr gegenüber aufgeschlossen ist, kann die Autofahrt zum Supermarkt rationaler sein als die Busfahrt, denn die Spritkosten sind niedriger als die Ticketpreise. Müsste man erst ein Auto ausleihen, wäre es umgekehrt – außer es sprechen andere Kriterien (wie der Transport der Einkaufssachen) dagegen.

Rationalität führt aber auch zu anderen klimaschädlichen Entscheidungen. Eine Flugreise bringt uns an einen anderen, mutmaßlich schöneren Ort, sie maximiert somit unseren Nutzen, wenn wir lieber woanders sein wollen als hier (und es uns nichts ausmacht, in engen Sitzreihen eingezwängt von schwitzenden Mitreisenden umgeben zu sein). Sobald wir an dem schöneren Ort angekommen sind, können wir außerdem ein Selfie posten und mit dem Hashtag #YOLO versehen (was vielen von uns ebenfalls sehr wichtig ist). Hat man eine Vorliebe für Fleisch, dann maximiert das Vertilgen eines Steaks ebenfalls unseren Nutzen. Vorausgesetzt, dass Kriterien wie Tierwohl und Erderwärmungspotenzial eine untergeordnete Rolle spielen.

Praktischerweise decken sich klimaschädliche Vorlieben oft auch mit der ökonomischen Nutzenmaximierung: Eine Flugreise nach Paris ist in der Regel günstiger als eine Fahrt per Bahn und ein Kilogramm Fleisch kann im Supermarkt billiger sein als ein Kilogramm Gemüse.¹⁵ In diesem Fall nützt uns Klimaschutz persönlich tatsächlich nichts. Diese Einschätzung ändert sich auch dann nicht, wenn sich ein rationaler, autobesitzender, fernfliegender Steakesser perfekt über seine Klimawandelwirkung informiert: Mit einer vegetarischen Lebensweise würde er im Vergleich zu fleischreicher Ernährung (über 100 Gramm pro Tag) fast die Hälfte seiner Ernährungsemissionen einsparen und mit veganer Ernährung sogar mehr als die

Hälfte.¹⁶ Er würde aber auch feststellen, dass die Emissionen, die mit seinem individuellen Verhalten in puncto Ernährung oder Mobilität einhergehen – also etwa 10 bis 20 Tonnen CO₂ pro Jahr¹⁷ –, das Weltklima nicht nennenswert beeinflussen. Am Ende des Tages ist das Problem schließlich nicht er als Individuum, sondern die vielen anderen – die sich aber leider genauso wie er verhalten.

Wenn wir also unseren liebgewonnenen klimaschädlichen Aktivitäten nachgehen, lässt sich das tatsächlich mit rationalem Verhalten begründen. Klimaschutz nützt mir als Einzelperson nichts. Ich alleine werde das Klima nicht retten. Es zahlt sich geldmäßig nicht aus und Spaß macht es auch keinen. Die Ausrede funktioniert. Homo oeconomicus und Homo YOLO können sich, bildhaft gesprochen, die Hand reichen und gemeinsam klimaschädliche Entscheidungen treffen: Nicht nur Vergnügungssucht, sondern auch ökonomisch rationales Verhalten führen zu klimaschädlichen Entscheidungen. Eine schlechte Nachricht gleich am Anfang dieses Buchs.

Glücklicherweise kann ich aber auch mit einer guten Nachricht aufwarten: Wir Menschen verhalten uns nur in Ausnahmefällen so rational wie es in den Lehrbüchern der Ökonomie steht, oder so spaßsüchtig und egoistisch wie es Homo YOLO vorgibt. Die meisten unserer Entscheidungen im Alltag treffen wir nicht unter rationalen Gesichtspunkten, sondern beeinflusst von Daumenregeln, Wahrnehmungsverzerrungen, Gewohnheiten, sozialen Einflüssen, externen Rahmenbedingungen, Weltbildern und kulturellen Prägungen, Zufällen und einer Reihe anderer Faktoren. Wir sind nur *begrenzt rational*, wie es Herbert Simon ausdrückt¹⁸, oder *vorhersehbar irrational*, wie Dan Ariely feststellt.¹⁹

Dass wir uns meist nicht rational verhalten und nicht nur unseren eigenen Nutzen und Spaß zum Schaden des Klimas maximieren, gibt Grund zur Hoffnung. Oder?

Rational Choice

Unter *Rational Choice* (auch: *Theorie der rationalen Entscheidung*) versteht man in den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften individuelles Entscheidungsverhalten, das auf individuelle Nutzenmaximierung ausgerichtet ist. Ein rational handelnder Akteur maximiert demnach seinen eigenen Nutzen, indem er aus einer Liste von Alternativen jene wählt, von der er sich subjektiv den größten Nutzen erwartet (*Subjective Expected Utility (SEU)*, *Subjektive Nutzenerwartung*). Dies tut er auf Basis seiner Präferenzen und der zur Verfügung stehenden Informationen. Monetäre Anreize beeinflussen sein Verhalten.

Als *Homo oeconomicus* wird in der neoklassischen Ökonomie ein fiktiver Akteur bezeichnet, der sich nach dem Prinzip der individuellen, subjektiven Nutzenmaximierung verhält, wobei unter Nutzen in der Regel ein *monetärer Nutzen* verstanden wird. Dabei verfügt dieser Akteur in unbegrenztem Maße über Informationen und Rechenkapazität. Obgleich solche Annahmen nicht realistisch sind, dient der *Homo oeconomicus* in Wirtschaftsmodellen der dominierenden neoklassischen Schule nach wie vor als Basis. Von anderen Schulen der Ökonomie, insbesondere der *Verhaltensökonomie* und der experimentellen Ökonomie, wird dies stark kritisiert. Tatsächlich folgen menschliche Akteure nur in Ausnahmefällen einer einfachen *Nutzenmaximierung* wie im Modell des *Homo oeconomicus* angenommen.

Homo YOLO beschreibt in diesem Kapitel einen hedonistischen Menschentypus, der die Maximierung des eigenen Vergnügens in den Vordergrund stellt und Angst hat, etwas zu verpassen. Ich verwende diese Begriffsschöpfung in diesem Buch zum ersten Mal.²⁰