

Narrative für Nachhaltigkeit: Geschichten über Gelingendes erzählen

Von Marian Hüer

Abstract

Menschen erzählen sich Geschichten, um sich etwas vorzustellen, sich eine Vision auszumalen und daraus etwas Neues, Besseres zu erbauen. Im Rahmen des Aufsatzes werden Geschichten über eine nachhaltige bzw. zukunftsfähige Lebensweise betrachtet. Diese realen (faktualen) Geschichten erzählen von Menschen und Organisationen, denen der Wandel zu einer nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise in ihrem Handlungsfeld gelingt und die andere zum Wandel ermutigen (als sogenannte Change Agents). Sie etablieren innerhalb der bestehenden Rahmenbedingungen neue Werte und Handlungsweisen und schaffen damit Reallabore, in denen „das Neue“ ausprobiert, angeschaut

und weitererzählt werden kann. Der Aufsatz nimmt erzähltheoretische Grundlagen zur Hilfe und zeigt anhand eines Fallbeispiels, wie Geschichten das zunächst abstrakte Konzept Nachhaltigkeit konkret und anschaulich kommunizieren können. Die entsprechende narrativ-analytische Perspektive öffnet den Blick für die Werte und Prinzipien, die in Form von Narrativen (Erzählstrukturen) in einzelnen Geschichten und auch in Diskursen vermittelt werden. Für professionelle Kommunikatoren kann diese Perspektive ein Methodenansatz sein, um Veränderungsprozesse besser zu verstehen und das eigene Storytelling auf eine fundierte Basis zu heben.

In Schweden gibt es ein Projekt mit dem Namen „Viable Cities“. Die schwedische Regierung hat für dieses Projekt neun Städte in ihrem Land ausgewählt, die bis 2030 klimaneutral sein sollen. Stockholm, Malmö, Göteborg und sechs weitere Städte sollen sich in den nächsten zehn Jahren zu nachhaltig wirtschaftenden Städten – „smart, sustainable cities“ (Viable Cities, 2018) umgestalten. Einen bemerkenswerten Job in dem Projekt hat Per Grankvist: Er arbeitet als Chief Storyteller – als leitender Geschichtenerzähler (Rühle, 2019). Warum arbeitet ein hauptamtlicher Geschichtenerzähler in einem Nachhaltigkeitsprojekt? Dieser Frage widmet sich der vorliegende Aufsatz. Genauer ausgedrückt

geht es um die Frage, inwiefern Geschichten einen Beitrag dazu leisten können, Menschen nicht nur aufzuzeigen, dass ein Wandel notwendig ist, sondern dass er auch machbar und attraktiv ist und sie Teil dieses Wandels sein können. Der Aufsatz führt ein in die narrative (erzählerische) Perspektive auf öffentliche Kommunikation in Veränderungsprozessen – hier in Bezug auf nachhaltige Entwicklung. Betrachtet werden reale (faktuale) Geschichten über Menschen und Organisationen, denen der Wandel zu einer nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweise in ihrem Handlungsfeld gelingt und die andere zum Wandel ermutigen.

Per Grankvist beantwortet die Frage, warum er für das Nachhaltigkeitsprojekt als Geschichtenerzähler arbeitet, in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung: „[Es] reicht [...] nicht, den Leuten rationale Argumente oder Statistiken über den rasanten CO₂-Anstieg zu zeigen. Es braucht Wissenschaft und Planung. Aber eine anschauliche Geschichte dazu zu erzählen, ist genauso wichtig“ (Rühle, 2019, S. 9).

Geschichten transportieren Handlungsnähe und Identifikationsangebote

Die Nachhaltigkeits- und Transformationsforscherin Kora Kristof hat vier Aspekte formuliert, die – wenn sie erfolgreich vermittelt werden – Wandlungsfähigkeit und Wandlungsbereitschaft positiv beeinflussen können:

- **Informationsaspekt:** Warum ist der Wandel notwendig?
- **Qualifikationsaspekt:** Wie lässt sich der Wandel umsetzen? Was können Menschen in ihrem Alltag dazu beitragen?
- **Motivationsaspekt:** Welche positiven Konsequenzen bringt der Wandel mit sich?
- **Organisationsaspekt:** Inwiefern können sich Menschen mit dem Wandel und dessen zentralen Personen identifizieren? Inwiefern sind sie eingebunden, fühlen sie sich als ein Teil, als Mitwirkende des Wandels? (Kristof, 2010)

Neben wissenschaftlichen Argumenten sind also Handlungsnähe (Qualifikation), Identifikations- und Partizipationsmöglichkeiten (Organisation) und Sinn (Motivation) gefragt. Diese Aspekte transportiert der narrative (erzählende) Kommunikationsmodus (Borner, 2019). So erzählen Geschichten von handelnden Personen, die den Rezipienten nahestehen bzw. in gewisser Weise ähnlich sind. Die Protagonisten haben Motive, Überzeugungen, Werte, auf

deren Grundlage sie handeln. Außerdem steht eine Geschichte in einem (chronologischen) Zusammenhang, sie beschreibt eine Entwicklung mit Anfang und Ende (Müller & Grimm, 2016). In narrativen Kommunikaten werden somit Sinnzusammenhänge gezeichnet, die Handeln nahbar und begreifbar machen. Geschichten können folglich Handlungsmotive aufzeigen, die über den rein wissenschaftlichen Kontext hinausgehen (Hüer, 2019b).

Definition

Als Narrative bzw. **narrative Kommunikate** werden in diesem Aufsatz Kommunikate verstanden, in denen ein Subjekt einen Veränderungsprozess durchschreitet und dies aus dem entsprechenden Kommunikat ableitbar ist (Müller & Grimm, 2016). Dieser Veränderungsprozess besteht mindestens aus einem Anfangszustand, einer Veränderung und einem Endzustand zu unterschiedlichen Zeitpunkten. Neben dieser narrativen Struktur einzelner Kommunikate können auf einer höheren Ebene narrative Grundstrukturen ausgemacht werden, derer sich eine Vielzahl einzelner Geschichten zuordnen lässt. Diese narrativen Grundstrukturen werden als Meta-Narrative bezeichnet (ebd.). Meta-Narrative strukturieren Diskurse, indem sie einzelne Erzählungen anschlussfähig machen (Hüer, 2019a).

Unter **Nachhaltigkeit** wird hier der „möglichst verantwortungsvoll[e], effizient[e] und gerecht[e]“ (Seeger, 2018, S. 1) Umgang „mit ökologischen, ökonomischen und sozialen Ressourcen“ (ebd.) verstanden. Ziel nachhaltiger Entwicklung sind zukunftsfähige Gesellschaften (ebd.).

Dem nachhaltigen Wandel fehlen die Geschichten

Neben einem Informationsdefizit kann es auch ein narratives Defizit geben. Veland et al. gehen in Bezug auf den Klimawandel von einem solchen „narrative deficit“ aus (Veland et al., 2018, S. 43). Es fehlen demzufolge geeignete Geschichten bzw. Narrative, um das globale Phänomen Klimawandel begreifbar zu machen und die wissenschaftlichen Fakten in Alltagskontexte zu übersetzen (ebd.). Der Sozialpsychologe Harald Welzer kommt zu einem ähnlichen Schluss: „Die Nachhaltigkeits- und Klimaschutzbewegung hat keine Geschichte zu erzählen. Sie hat lediglich zu sagen, dass alles sofort anders werden muss, damit es bleibt, wie es ist“ (Welzer, 2012, S. 1).

Es ist in der Tat anzunehmen, dass ein Großteil der momentanen Umwelt- bzw. Klimaschutzkommunikation für viele Menschen (zu) wenig Motivierendes anzubieten hat. Hier wird eher vom Verhindern einer Katastrophe erzählt – was sachlich betrachtet auch richtig ist. Aber die zukünftige Wirklichkeit, die damit erzählt wird, ist eine düstere (Welzer, 2019, Min. 38:23-38:26). Die zweite (bessere) Variante der zukünftigen Wirklichkeit, also die vor dem Untergang bewahrte Welt, erscheint hingegen ziemlich leer. Sie wird allenfalls angedeutet. Dieses Leben ist vielleicht keine Katastrophe, aber so ganz sicher kann man sich da auch nicht sein. Und so wirkt die momentane Wirklichkeit – die Gegenwart, unser Leben jetzt – im Vergleich ausgesprochen angenehm. Auf den Punkt gebracht: **Wenn ich nicht weiß, ob das Leben auf der geretteten Erde überhaupt lebenswert ist, kommt mir die jetzige Situation ganz passabel vor** (Hüer, 2019a).

„Geschichten des Gelingens“ erzählen

Als Alternative schlägt Welzer vor, Klima-

kommunikation mit der Grundaussage „Wir stellen uns eine bessere Welt vor“ einzurahmen (Welzer, 2019, Min. 50:10-50:27): Positive Zukunftsaussichten in Form von realen Beispielen zu geben – solche, die auch eine langfristige Zukunft haben, die zukunftsfähig, die nachhaltig sind. Die **Stiftung Futurzwei**, die Welzer leitet, macht sich genau dies zur Aufgabe: **Sie recherchiert, erzählt und verbreitet „Geschichten des Gelingens“** (Futurzwei, 2012) über Menschen, Projekte und Organisationen, die schon heute in Teilen ihres Handlungsbereichs nachhaltig handeln und deshalb als **Vorbilder für nachhaltigen Wandel** betrachtet werden können. Den Protagonisten der Geschichten gelingt also eine Veränderung im Kleinen, vor der die Gesellschaft im Großen steht.

Eine solche große Veränderung ist zum Beispiel die Energiewende: Erneuerbare Energiequellen sollen fossile ersetzen. Besonders in Deutschland geht damit auch der Ausstieg aus der Kernenergie einher. Zahlreichen Bürgern gelingt die Energiewende im Kleinen. Sie bauen sich Solar- bzw. Photovoltaikanlagen auf ihr Dach und erzeugen bzw. gewinnen damit erneuerbare Energie. Eine „Geschichte des Gelingens“ der Stiftung Futurzwei (2012) erzählt von den Bürgerwerken aus Heidelberg (Walter, 2016). Diese sind ein Dachverband für regionale Energiegenossenschaften. In dem Verband organisieren sich kleinere regionale und lokale Energieerzeuger, an denen Bürger beteiligt sind (Bürgerwerke eG, 2019a). Ziel ist es, die „Energiewende ‚von unten‘“ anzutreiben (Walter, 2016, S. 1; Hüer, 2019).

Die Geschichte erzählt, wie Kai Hock und Felix Schäfer sich für den Ausbau der Solarenergie einsetzen und schließlich den Verband gründen. Die beiden ziehen für ihr Studium nach Heidelberg. Sie begeistern sich schon seit jungen Jahren für die Ener-

giewende bzw. für regenerative Energien. Als Schüler machte sich Schäfer „für ein Solardach auf seinem Gymnasium“ stark (Walter, 2016, S. 2). Diese Begeisterung setzen Hock und Schäfer in die Tat um und engagieren sich für den Aufbau von Solaranlagen auf öffentlichen Dächern. Die beiden haben die Idee, Solaranlagen zu installieren und zu betreiben – und das lokal und von Bürgern getragen. Dazu gründeten sie zunächst die Heidelberger Energiegenossenschaft. Um das Jahr 2012 ändern sich Rahmenbedingungen der Energiewende, für die kleine Energiegenossenschaft erschweren sie sich (Walter, 2016). Hock und Schäfer stehen vor der Herausforderung, die Idee der „Bürgerenergie“ (Walter, 2016, S. 3) zu retten. Sie beschließen, einen Dachverband zu gründen, um die Organisation einzelner Energiegenossenschaften zu stärken: die Bürgerwerke. Heute gibt es genau diesen Dachverband. Inzwischen haben die Bürgerwerke über 95 Mitgliedsgenossenschaften (Bürgerwerke eG, 2019b). Die Idee der Gründer ist aufgegangen.

Die hier dargelegte Zusammenfassung der Geschichte erzählt – auf abstrakter Ebene als Meta-Narrativ betrachtet – wie eine „**Change Agent-Organisation**“ gegründet wird. Darunter kann eine Organisation verstanden werden, die aktiv als „Agent“ für eine bestimmte Veränderung eintritt und diese durch ihr Handeln vorantreibt. In der jüngeren Transformationsforschung wird Change Agents eine zentrale Rolle bezüglich der Initiierung und Verbreitung einer Veränderung zugesprochen (WBGU, 2011; Rogers, 2003; Kristof, 2010). In ihren Nischen handeln Change Agents auf Grundlage neuer bzw. alternativer Werte. Werte spielen bei Veränderungen eine wichtige Rolle, da Menschen (auch) in Veränderungsprozessen nicht rein rational handeln: „Sie agieren in ihren verschiedenen Rollen und vor dem Hintergrund ihrer

Ziele und Vorstellungen“ (Kristof, 2010, S. 55). Die Werte werden unter anderem in Form von Narrativen weiter erzählt und irritieren das Bestehende (Göpel, 2016). Die Ideen und Werte der Change Agents hinterfragen das allgemein Übliche, das sich von nun an (stärker) legitimieren muss (Göpel, 2016; Hüer, 2019b).

Reallabore als Orte neuer Geschichten

In der Geschichte über die Bürgerwerke werden die Motive, Überzeugungen und Werte deutlich, welche die beiden Gründer antreiben: Sie sind begeistert von erneuerbaren Energien und der Möglichkeit, als Bürger eigenständig Energie zu erzeugen. Sie fördern bürgerschaftliches Engagement und Mitbestimmung, setzen auf Kooperation. **Indem von konkreten Personen an einem konkreten Ort erzählt wird, wird die abstrakte Energiewende veranschaulicht und näher an das Handlungsumfeld der Rezipienten gerückt.** Mit den Bürgerwerken ist eine Art Reallabor für eine dezentrale Energiewende entstanden. Somit gibt es einen Ort bzw. in diesem Fall viele Orte, an denen im Kleinen anders gehandelt wird und der Wandel vorgelebt wird – wie in einem Experimentierraum (Hüer, 2019b).

Interessanterweise finden sich diese neuen Räume auch als Räume in den Erzählstrukturen der Geschichten wieder, die über die Reallabore erzählt werden. Neben topografischen, also in erster Linie ortsbezogenen Räumen finden sich in narrativen Kommunikaten auch Räume entlang von Bedeutungen – die **semantischen Räume** (Titzmann, 2013; Lotman, 1993). Diese sind Räume, die mit Bedeutungen bzw. bedeutungstragenden Merkmalen versehen sind. Mindestens zwei semantische Räume stehen zueinander in Opposition, beschreiben Gegensätze (Titzmann, 2013). In den Geschichten über den nachhaltigen Wandel stehen zum Beispiel der

semantische Raum der alten Praxis und der semantische Raum der neuen Praxis, des Reallabors gegenüber (Hüer, 2019b). Im Fall der Erzählung über die Bürgerwerke ist es auf der einen Seite die übliche, deutsche Energiewende, die als zentralisiert und „ausgebremst“ (Walter, 2016, S. 3) beschrieben wird. Dieser gegenüber steht die bürgernahe Energiewende, die Kai Hock und Felix Schäfer vorantreiben wollen. Diese wird als Energiewende „von unten“ (Walter, 2016, S. 1), von Bürgern getragen, als dezentral und leichtläufiger dargestellt.

Der Kern einer Geschichte

Eine vollständige Geschichte entsteht aus der Gegenüberstellung der semantischen Räume dadurch, dass sich an dieser Raumordnung etwas ändert: Es kommt zu einem Ereignis. Dabei überschreitet mindestens eine Figur der Geschichte die Grenze zwischen zwei semantischen Räumen, verschiebt diese Grenze oder entfernt sie (Lotman, 1993; Titzmann, 2013). Das Unmöglich-Scheinende, das Außergewöhnliche, das Unerwartete, das hinter der Grenze liegt, ist jedoch zunächst nicht erreichbar. **Und dann geschieht es ebenfalls: Der Held oder die Heldin der Geschichte erreicht das Gewünschte. Hierin liegt so etwas wie der Kern jeder Geschichte.**

Die beiden Gründer Hock und Schäfer überschreiten in der Geschichte nicht nur die Grenze zur bürgernahen Energiewende, sondern wirken mit ihrer Genossenschaft und dem deutschlandweiten Dachverband auf die Gestaltung der (deutschen) Energiewende ein. Je nachdem, wie umfangreich ihr Einfluss interpretiert wird, haben sie die Grenze zwischen „deutscher“ und „bürgernaher“ Energiewende verschoben oder gar aufgelöst (Hüer, 2019b).

Fazit

Reale Geschichten über nachhaltiges Handeln – **„Nachhaltigkeits-Narrative“ – schaffen Raum, um neue, alternative Werte zu vermitteln.** Dies geschieht mithilfe handelnder Personen und somit konkret und handlungsnah. **Nachhaltigkeits-Narrative können Werte transportieren**, die positiv konnotiert sind und als erstrebenswert wahrgenommen werden, z.B. Gemeinschaft, Mitbestimmung oder verantwortungsvolles Handeln. Über diese Werte prägen Erzählungen über Nachhaltigkeit möglicherweise Vorstellungen einer wünschenswerten Zukunft – Vorstellungen eines Wandels, an dem Menschen teilhaben wollen: „For the world to change with us, rather than against us“ (Veland et al., 2018, S. 45).

Literaturverzeichnis

- Borner, J. (2019).** Akzeptanz und Narrative – Kommunikationswissenschaftliche Perspektive. Reflexion der Erfahrungen in Reallaboransätzen in Mecklenburg-Vorpommern. In: Fraune, C., Knodt, M.; Gölz, S. & Langer, K. (Hrsg.) (2019). Akzeptanz und politische Partizipation in der Energietransformation. Gesellschaftliche Herausforderungen jenseits von Technik und Ressourcenausstattung. Wiesbaden: Springer VS. S. 353-376.
- Bürgerwerke eG (2019a).** Über die Bürgerwerke. Internetseite. URL: <https://buengerwerke.de/strom-beziehen/die-buengerwerke/ueber-uns/>. [Abgerufen am: 25.10.2019].
- Bürgerwerke eG (2019b).** Die Genossenschaften. Internetseite. Abgerufen unter: <https://buengerwerke.de/strom-beziehen/die-buengerwerke/die-genossenschaften/>. [Abgerufen am: 18.12.2019].
- Fraune, C., Knodt, M., Gölz, S. & Langer, K. (Hrsg.) (2019).** Akzeptanz und politische Partizipation in der Energietransformation. Gesellschaftliche Herausforderungen jenseits von Technik und Ressourcenausstattung. Wiesbaden: Springer VS.
- Futurzwei. Stiftung Zukunftsfähigkeit (2012).** Das Zukunftsarchiv. Internetseite. Abgerufen unter: <https://futzurzwei.org/article/das-zukunftsarchiv>. [Abgerufen am: 24.10.2019].
- Göpel, M. (2016).** The Great Mindshift. How a New Economic Paradigm and Sustainability Transformations go Hand in Hand. Cham: Springer Open.
- Hüer, M. (2019a).** „Geschichten des Gelingens“ – Erzählungen von Beiträgen zu einer nachhaltigen Entwicklung. Theoretische Einordnung und Erarbeitung von Analyse Kriterien. Bericht über das Wissenschaftliche Projekt. Unveröffentlichte Bachelorarbeit, Hochschule Osnabrück.
- Hüer, M. (2019b).** „Geschichten des Gelingens“ – Inhaltsanalyse journalistischer Erzählungen über Pioniere nachhaltigen Wandels. Unveröffentlichte Bachelorarbeit, Hochschule Osnabrück.
- Krah, H. & Titzmann, M.(Hrsg.) (2013).** Medien und Kommunikation. Eine interdisziplinäre Einführung. 3., stark erweiterte Auflage. Passau: Stutz.
- Kristof, K. (2010).** Wege zum Wandel. Wie wir gesellschaftliche Veränderungen erfolgreicher gestalten können. München: Oekom-Verlag.
- Lotman, J. M. (1993).** Die Struktur literarischer Texte. 4., unveränderte Auflage. München: Fink (UTB).
- Müller, M. & Grimm, P. (2016).** Narrative Medienforschung. Einführung in Methodik und Anwendung. Konstanz / München: UVK Verlagsgesellschaft.
- Rogers, E. M. (2003).** Diffusion of innovations. Fifth Edition. New York: Free Press.
- Rühle, A. (2019).** Die Zigarette danach. Interview mit Per Grankvist. In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 291 (2019). 17.12.2019. S. 9.
- Seeger, P. (2018).** Qualitätsjournalismus, Nachhaltigkeit und Lebensqualität. Herausforderungen für Praxis und Forschung. Vortragsskript. Vortrag auf der

Tagung „Narrationen der Nachhaltigkeit“ in der Schader-Stiftung am 30.01.2018. URL: https://lernendurcherzaehlungen.files.wordpress.com/2018/04/4_seeger_prc3a4sentation.pdf. [Abgerufen am: 05.05.2019].

Titzmann, M. (2013). Narrative Strukturen in semiotischen Äußerungen. In: Kraah, H., Titzmann, M.(Hrsg.) (2013). Medien und Kommunikation. Eine interdisziplinäre Einführung. 3., stark erweiterte Auflage. Passau: Stutz. S. 115-141.

Veland, S., Scoville-Simonds, M., Gram-Hanssen, I., Schorre, A. K., El Khoury, A., Nordbø, M. J., Lynch, A. H., Hochachka, G. & Bjørkan, M. (2018). Narrative matters for sustainability. The transformative role of storytelling in realizing 1.5°C futures. In: Current Opinion in Environmental Sustainability. Vol. 31. (2018). S. 41-47.

Viable Cities (2018). Mission: Climate Neutral Cities 2030. Internetseite. URL: <https://viablecities.com/en/home/>. [Abgerufen am: 17.12.2019].

Walter, K. (2016). Die Energie der Verbundenheit. In: futurzwei.org. Internetseite. URL: <https://www.futurzwei.org/article/777>. [Abgerufen am: 16.10.2019]. (Seitenzahlen beziehen sich auf ein erzeugtes pdf-Dokument).

Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) (2011). Welt im Wandel. Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation. Bonn. Abgerufen unter: <https://www.wbgu.de/de/publikationen/publikation/welt-im-wandel-gesellschaftsvertrag-fuer-eine-grosse-transformation#sektion-downloads>. [Abgerufen am: 13.04.2019].

Welzer, H. (2012). Wiedergewinnung von Zukunft - Geschichten des Gelingens erzählen. URL: <http://www.bpb.de/gesellschaft/bildung/kulturelle-bildung/141002/wiedergewinnung-von-zukunft>. [Abgerufen am: 05.01.2019].

Welzer, H. (2019). Zukunftsbilder. Video-Aufzeichnung des Vortrags auf dem ‚K3 Kongress zu Klimawandel, Kommunikation und Gesellschaft‘ am 25.09.2019. URL: <https://k3-klimakongress.org/videos-k3-2019/>. [Abgerufen am: 14.11.2019].