



# Sustainable Austria

Nummer 88 – Herbst 2024

Zusammengestellt von  
Waltraud Geber und Barbara Plank-Bachselten

## Wege ins klimagerechte Leben – *Genuss macht den Unterschied*

*Nachbericht zum SOL-Symposium 2024*



# Wege ins klimagerechte Leben

## Nachbericht zum SOL-Symposium 2024

Von Sophie Strohschneider



**Sophie Strohschneider** ist Praktikantin bei SOL und hat bei der Organisation des Symposiums tatkräftig mitgeholfen.



**Waltraud Geber** leitet die SOL-Regionalgruppe Graz.



**Barbara Plank-Bachselten** hat Waltraud Geber beim Zusammenstellen dieser Ausgabe geholfen.

Auch dieses Jahr hat SOL wieder ein Symposium veranstaltet, heuer zum Thema „Wege ins klimagerechte Leben – Genuss macht den Unterschied!“ Sowohl in der Politik als auch in der Gesellschaft werden Klimaschutz und Nachhaltigkeit schnell in Verbindung mit einer Einschränkung unseres aktuellen Lebensstils gebracht. Dieses Symposium sollte sich jedoch der Frage widmen, ob Klimaschutz und ein nachhaltiges Leben automatisch mit Einschränkung und Verzicht verbunden sein müssen. Genuss spielt in diesem Kontext eine große Rolle, denn dieser ist für viele Menschen stark mit kapitalistischem Konsum verbunden, wohingegen eine nachhaltige Form von Genuss schwieriger vorzustellen ist, wenn wir lediglich im Rahmen von jenem Konsum denken. Aber ist es wirklich eine Einschränkung, wenn wir auf nachhaltige Genussmittel umsteigen? Oder verzichten wir nicht auf viel mehr, wenn wir den Klimawandel nicht aufhalten? Wie können wir Genuss gestalten, der abseits von Verschwendung und kommerziellem Konsum stattfindet, sondern im Rahmen von ökosozialer Gerechtigkeit? Wie schaffen wir eine Form von Genuss, die für alle Menschen auf dieser Welt zugänglich ist?



Die Inhalte und Aktivitäten des Symposiums haben sich mit all diesen Fragen auseinandergesetzt. Begonnen hat das Programm mit der Begrüßung von Tina Wirnsberger, die zusammen mit Dan Jakobowicz das Thema Genuss eingeleitet hat. In diesem Zusammenhang wurde auf das erfolgreiche SOL-Projekt „Ich habe genug“<sup>1</sup> eingegangen, denn es steht fest, dass wir die Ressourcen unseres Planeten suffizienter nutzen müssen und dass auch das ein Genuss sein kann!

Wir haben tolle Beiträge gehört in dem Vortrag von Thomas Bruderermann und in der Podiumsdiskussion über wirksame Klimakommunikation. In den Arbeitskreisen haben wir viele interessante und qualitative Meinungen und Argumente geäußert, in den Workshops haben wir etwas über uns selbst und unsere Hemmungen, Klimaschutz in den Alltag zu integrieren, gelernt. Abschließend kamen all diese Inhalte und Fragen, mit denen wir uns beschäftigt haben, zusammen zu einem Fazit, das wir mit Hilfe von Frau Morgen und Herrn Anderswo<sup>2</sup> visualisieren konnten. Unsere Ehren Gäste waren nämlich natürlich auch wieder dabei, um uns vor Augen zu führen, was sich ändern muss, damit ein faires und gutes Leben für alle in der Zukunft und für alle Menschen dieses Planeten möglich wird.



Frau Morgen, Barbara Huterer und Herr Anderswo

**Danke an alle SOLis, Teilnehmer\*innen, Vortragenden und Impulsgeber\*innen für die inspirierenden Gespräche. Wir wünschen eine spannende Lektüre!**

Vortrags-Mitschnitte und Fotos werden auf [www.nachhaltig.at/symposium2024](http://www.nachhaltig.at/symposium2024) veröffentlicht.

(1) [www.nachhaltig.at/genug](http://www.nachhaltig.at/genug)

(2) [www.nachhaltig.at/puppen](http://www.nachhaltig.at/puppen)

# Werbung und Genuss

## Greenwashing enttarnen und nachhaltigen Genuss fördern Von Ursula Bittner und Brigitte Grahl

Jeder Einkauf ist eine politische Handlung.

- Ca. 26 % der jungen Konsument\*innen bis 29 Jahren würden eine Marke boykottieren, wenn sie nichts Nachhaltiges macht.
- 66 % der Verbraucher\*innen weltweit sind bereit, mehr für umweltfreundliche Produkte zu bezahlen.
- Für 3 von 4 Konsument\*innen ist eine klimafreundliche Herstellung von Lebensmitteln wichtig.

### Greenwashing

Mit dem steigenden Bewusstsein der Konsument\*innen für die Klimakrise und den Auswirkungen unseres Handelns haben Konzerne ihr Marketing angepasst: Mit schwammigen Begriffen, gezielten Falschaussagen oder erfundenen, selbst kreierten Gütezeichen täuschen sie Nachhaltigkeit vor und regen so umweltbewusste Konsument\*innen zum Kauf an. Dabei nutzen sie Intransparenz und gesetzliche Grauzonen aus: Trendbegriffe wie „klimafreundlich“, „klimaneutral“ oder „nachhaltig“ sind bis jetzt in ihrer Bedeutung nicht klar definiert. Für Konsument\*innen sind solche Behauptungen meist weder nachvollziehbar noch überprüfbar.

Die Europäische Kommission untersuchte 2021 grüne Werbebotschaften im Onlinehandel. Fast die Hälfte der Behauptungen waren übertrieben, irreführend oder falsch.<sup>1</sup>

„Greenwashing ist ein Überbegriff für eine Vielzahl irreführender Kommunikation und Praktiken, die absichtlich oder unabsichtlich eine falsche positive Wahrnehmung der Umweltleistung einer Organisation hervorrufen.“ (Nemes et al)

Und das beeinflusst auch den Konsum bzw. den Genuss – ich weiß nicht mehr, welches Produkt gut oder schlecht ist, meine Entscheidung ist schwer zu treffen. Das heißt: Greenwashing hält wichtige Maßnahmen auf, bremst wirklich grünes Wirtschaften aus – und die Wirtschaft ist ein wichtiger Teil, um die Klima- und Artenkrise aufzuhalten.

### Was wir von der Werbung lernen können

Wenn wir uns effektiv für den Klimaschutz einsetzen wollen, dürfen wir uns nicht nur als Konsument\*innen sehen, sondern sollten auch andere Hebel nutzen: in der Arbeit, im Verein oder durch zivilgesellschaftliches Engagement. Für dieses Engagement können wir von der Werbung viel lernen: Werbung zeigt z. B., dass es einen großen Wunsch nach intakter Natur und Klimaschutz gibt, sonst würden Unternehmen nicht damit werben. Außerdem spricht Werbung Menschen nicht nur mit Fakten und Argumenten an, sondern auch in ihren Werten und Identitäten, weckt Gefühle und Bedürfnisse nach Genuss, Lebensqualität, Prestige und vielem mehr. Wenn wir Menschen überzeugen wollen, ist es ebenso wichtig, sie emotional anzusprechen.

### Positive Vision ohne Verzicht

Wenn es uns gelingt, unsere Gesellschaft so umzugestalten, dass wir nicht mehr von fossilen Energieträgern abhängig sind, gewinnen wir viel Lebensqualität, die nachhaltigen Genuss erst möglich macht: grüne Orte zum Leben und Spielen, sichere Wege für aktive Mobilität, saubere Luft und vieles mehr.



**Ursula Bittner** ist Wirtschaftsexpertin von Greenpeace in Zentral- und Osteuropa



**Brigitte Grahl** arbeitet für klimaaktiv, die Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt u. a.



Nach den einführenden Worten von Brigitte Grahl und Ursula Bittner wurde festgestellt, dass sich das Thema „Werbung und Genuss“ sehr schwer eingrenzen lässt, da sich allein schon durch die Definition von Genuss ein großes Feld öffnet.

(1) [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269)

# (Klima-)Ausreden genussvoll überwinden!

## Keynote-Vortrag von Thomas Brudermann



Psychologe **Thomas Brudermann** hat über die inneren und äußeren Widersprüche, die klimafreundliches Verhalten erschweren, gesprochen und Wege aufgezeigt, wie wir diese überwinden können.

Foto: Uni Graz/Tzivanopoulos

Was macht klimafreundliches Handeln so schwer, und was braucht es aus Sicht der Psychologie für eine nachhaltige Gesellschaft? Der Fokus liegt dabei auf dem individuellen Entscheidungsverhalten.

### „Ich mache doch schon so viel!“

Klimaschutz ist eh irgendwie gut. Darauf können sich die meisten Menschen einigen. Trotzdem flüchten sich viele in Ausreden, wenn es um konkreten Klimaschutz geht. Zum Beispiel: „**Die Öko-Hanna**“.

Die Öko-Hanna begegnet uns häufig, vielleicht sogar im Spiegel: Sie trennt brav den Müll, schimpft über die vielen Kunststoffverpackungen im Supermarkt und achtet beim Einkauf auf das Bio-Gütesiegel. Fleisch steht nur noch selten auf ihrem Speiseplan und kommt direkt vom Bauern im Nachbarort. Außerdem hat sie einen Sticker mit der Aufschrift „Bitte kein Plastik in die Biotonne!“ am Müllplatz der Wohnanlage angebracht, nachdem sie sich über den noch originalverpackten Räucherlachs im Biomüll geärgert hat.

In ihrer Selbstwahrnehmung ist die Öko-Hanna überdurchschnittlich umweltfreundlich. Sie ist gerne in der Natur und pro Klimaschutz. So ganz funktioniert der klimaneutrale Lebensstil aber dann doch nicht: Die gelegentliche Flugreise muss sein, und völlig ohne Auto geht es auch nicht.

„Ich mache doch schon einiges und mehr als andere“, lautet eine beliebte Rechtfertigung. Als Ersatz für die Plastiksackerl liegen jede Menge Stofftaschen im Kofferraum des Autos, und die Heizung wurde klimabewusst etwas niedriger eingestellt. Zumindest in Teilen finden sich wohl viele von uns in dieser fiktiven Öko-Hanna wieder. Jedes eingesparte Plastiksackerl und jede kürzere Dusche geben der Öko-Hanna ein gutes Gefühl.

Eine zentrale menschliche Wahrnehmungsverzerrung betrifft das eigene Selbstbild: Die meisten von uns nehmen sich selbst tendenziell positiv wahr, also als einen guten, ehrlichen, liebenswerten Menschen. Oder eben als eine überdurchschnittlich begabte Autofahrerin, einen überdurchschnittlichen Klimafreund oder als eine Person, die überdurchschnittlich gut Bescheid weiß. Mit der Realität muss sich dieses Selbstbild nicht zwangsläufig decken, wie wir aus Studien wissen.

Fakten interpretieren wir so, dass sie zu unserem positiven Selbstbild passen. An Misserfolgen sind demnach oft andere oder ungünstige Umstände

schuld. Eigenen Erfolg führen wir hingegen auf Intelligenz und Eifer zurück. „Self-serving bias“ nennt das die Verhaltensökonomie (die umständliche deutsche Übersetzung lautet „selbstwertdienliche Wahrnehmungsverzerrung“).

Jedes eingesparte Plastiksackerl und jede kürzere Dusche geben der Öko-Hanna ein gutes Gefühl. Denn diese – durchaus sinnvollen – Taten bestätigen die eigenen Öko-Einstellungen. In der Selbstwahrnehmung sieht man dann schnell eine Super-Hanna und Umweltheldin.

### Kleine Alltagshandlungen, große Klimasünden

Der Urlaubsflug nach Südostasien passt zu diesem Selbstbild naturgemäß nicht gut dazu. Der innere Widerspruch lässt sich aber mit Rechtfertigungen gut über-



brücken. Zum Beispiel: „Ich tu' ja sonst schon so viel, da gönne ich mir jetzt den Flug.“ In der Fachsprache bezeichnet man das als moralisches Lizenzieren.

Man wiegt die guten Klimataten mit den weniger guten Taten auf. Aus psychologischer Sicht geht das auf. Beim Blick auf die Emissionsbilanz allerdings nicht: Ein Flug nach Bali und zurück verursacht pro Passagier\*in in etwa 8 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Zum Vergleich: Das ist jene Menge, die für die Beleuchtung eines Durchschnittshaushalts mit dem österreichischen Strommix in ein paar hundert Jahren anfallen würden. Oder bei der Verwendung mehrerer Plastiksäcke täglich bis zum Lebensende. Das heißt: So sinnvoll die kleinen Alltagsmaßnahmen sind, die größeren Klimasünden machen sie nicht gut.

Eine Auseinandersetzung mit der eigenen Klimawirkung kann für klimabewusste Menschen schnell unangenehm werden. Glücklicherweise lässt sich das Selbstbild aber auch mit anderen Argumenten retten: „Kleinvieh macht auch Mist“ hört man dann, oder eben: „Das System ist schuld und nicht ich.“

*Dieser Text wurde erstmals am 8.11.2023 auf [www.tageins.at](http://www.tageins.at) veröffentlicht.*

## Genuss und Solidarität

**Von Christine Sallinger (AG Sozialpolitik; Koordinationsteam) und  
Jeremias Staudinger (Volkshilfe Österreich; AG Sozialpolitik)**

Wer über Genuss spricht, denkt wohl zuerst an gutes Essen und Trinken, vielleicht auch an Genussmittel wie Kaffee, Schokolade, Wein etc., aber bald rücken andere Dinge in den Vordergrund, die über den Geschmackssinn hinausgehen: Ein außergewöhnliches Buch lesen, wunderbare Musik hören, ein beeindruckendes Gemälde sehen sind Erlebnisse, die oft mehr Bedeutung haben als orale Genüsse. Auch armutsbetroffene Menschen brauchen diese Nahrung für die Seele. Deshalb ist der „Hunger auf Kunst und Kultur“ – Kulturpass – inzwischen ein viel genutztes und viel geliebtes Angebot geworden.

In Österreich muss zwar niemand verhungern, Armut gibt es in unserem reichen Land trotzdem. Wir brauchen eine menschenwürdige Existenzsicherung und die Verankerung sozialer Menschenrechte in unserer Verfassung, für die sich die Armutskonferenz mit ihren Mitgliedern einsetzt. Ein gutes Leben für alle und nicht nur für wenige muss das Ziel sein, sowohl national als auch global. Nicht ohne Grund haben die Vereinten Nationen an erste Stelle ihrer Nachhaltigen Entwicklungsziele den Kampf gegen Armut gesetzt – als Voraussetzung für eine wirtschaftlich, ökologisch und sozial nachhaltige Entwicklung auf unserem blauen Planeten.

Das macht deutlich, dass soziale und ökologische Problemlagen gemeinsam gelöst werden müssen. Damit dies gelingen kann, plädiert die Armutskonferenz für Konsum- und Produktionskorridore: Dabei bildet die Befriedigung der Grundbedürfnisse die Untergrenze, die planetaren Grenzen die Obergrenze für Konsum und Produktion. So können wir alle ein genussvolles Leben führen, ohne unsere Lebensgrundlage zu zerstören.



*Wie können wir genießen, ohne unseren Genuss auf dem Leid anderer Menschen zu basieren? Wie können wir Solidarität und Genuss verbinden? Mit diesen konfrontierenden Fragen setzten sich die Teilnehmer\*innen nach den Impulsvorträgen intensiv auseinander. Durch die Expertise der Referent\*innen wurden Lösungsansätze erarbeitet und die Gruppe für offene Themenbereiche sensibilisiert.*

# Klima-Life-Hacking

## Menschen für einen klimafreundlichen Alltag begeistern Von Empower This Planet



Empower This Planet – Verein zur Förderung der gelebten Nachhaltigkeit – ist eine Gemeinschaft für interdisziplinäre Imagination und Zukunftsgestaltung. Gegründet von Sabine Hoffmann (The Tomorrow Tribe), Barbara Fekete (Raum für Zukunftsgestaltung) und Nadine Schratzberger (Montreet).

[www.empowerthisplanet.earth](http://www.empowerthisplanet.earth)

[www.thetomorrowtribe.net](http://www.thetomorrowtribe.net)

[www.montreet.net](http://www.montreet.net)



Der Verein Empower This Planet (ETP) veröffentlichte in Kooperation mit Thomas Brudermann im März 2024 eine Publikation, in der die ETP-Community 22 Life-Hacks teilt. „Das kleine Buch der großen Taten“ soll dabei unterstützen, tägliche Entscheidungen klimafreundlicher zu treffen: die Fahrt zur Arbeit, das Mittagessen, den Einkauf, den Energieverbrauch oder auch Entscheidungen im eigenen Job. Alles vermeintlich kleine Taten, aber mit großer Wirkung, wenn nur genügend Menschen sie tun.

Es gibt Menschen, die tun schon viel, um ihren Alltag mit Rücksicht auf die planetaren Grenzen zu gestalten: von veganem Essen bis hin zum Reisen mit der Bahn statt dem Flugzeug und dem Einsatz in NGOs.

Ein nächster Schritt kann sein, andere Menschen auch dafür zu begeistern. Sie dort abzuholen, wo sie stehen und für genussvolle, klimafreundliche Handlungen zu motivieren.

Wie du dich in Menschen hineinversetzt, die deinen Klima-Life-Hacks jetzt noch mit Angst und/oder Ablehnung begegnen und wie du sie durch gemeinsame Erlebnisse dem klimafreundlichen Alltag näherbringst, haben wir gemeinsam im Workshop am SOL-Symposium erarbeitet. Klima-Psychologe Thomas Brudermann war Teil des Workshops und hat seine Expertise zum menschlichen Entscheidungsverhalten in den Workshop mit eingebracht.

### Was bedeutet Klima-Life-Hacking?

- Auseinandersetzung mit einem klimafreundlichen Leben
- Praxis der gelebten Nachhaltigkeit
- Theorie zum Entscheidungsverhalten im Klima-Kontext
- Entwicklung von Erlebnissen rund um den eigenen Klima-Life-Hack
- Stärkung der eigenen Selbstwirksamkeit

### Wie begeistere ich Menschen für einen klimafreundlichen Alltag?

Das Ergebnis unseres 75-minütigen, moderierten Zusammenarbeitens waren folgende Aspekte, mit denen wir selbst schon gute Erfahrungen gemacht haben: Wie kann ich Menschen schrittweise und ohne belehrenden Zeigefinger dazu bewegen, etwas an ihrem Alltag zu verändern:

- **Ins Gespräch gehen:** Um Menschen und ihre Motive und Ängste besser zu verstehen, kann es helfen, ins offene Gespräch zu gehen. Um dann in weiterer Folge dort anzusetzen, wo die Person empfänglich für Veränderung ist. → Bei einem gemeinsamen Spaziergang die Frage stellen: „Was würdest du brauchen, um öfter saisonales Gemüse zu kaufen?“
- **Neue Narrative schaffen:** Hinter manchen Bedürfnissen stecken kulturelle Wertewartungen oder Statussymbole eines Freundeskreises, die einem vermitteln, dass man Dinge besitzen muss. Diese Narrative neu zu erzählen, kann jede\*r von uns tun nach dem Motto „Tu Gutes und rede darüber“. → Erzähle in deinem Freundeskreis, wie du deine Urlaube ohne Flugzeug planst.
- **Erlebnisse schaffen:** Oft braucht es mal einen ersten Berührungspunkt mit dem neuen, guten Leben, um den Funken zu entzünden. So ein Erlebnis zu schaffen und mit positiven Gefühlen zu verbinden, macht Spaß und macht das gute Leben greifbarer. → Plane mit Freund\*innen einen veganen Kochabend.
- **Die Familie als härteste Nuss:** Mit nahe stehenden Personen ist es schwieriger, kritische Themen anzusprechen. Was hier aber eine Herangehensweise sein kann, ist, über die Emotionen zu sprechen. → Sprich aus: „Das macht es mit mir, wenn du mehrmals im Jahr mit dem Flugzeug fliegst. Diese Ängste und Sorgen habe ich.“

- **Persönliche versus gesellschaftliche Veränderungen:** In unserem Workshop sind wir auch zu der Erkenntnis gekommen, dass es neben all den kleinen persönlichen Klima-Life-Hacks auch große Veränderungen braucht, die die Politik anstoßen muss. → Durch das Wahlrecht, das wir haben, kann jede\*r von uns die Richtung mitbestimmen. Und auch wichtig hier: Menschen in deinem Umfeld motivieren, wählen zu gehen!



## Genussvoll unterwegs

### Tipps für klimaschonende Reisen mit Genuss für alle beteiligten Menschen

#### [www.bahn-zum-berg.at](http://www.bahn-zum-berg.at)

Liefert dir konkrete Vorschläge, wie du mit öffentlichen Verkehrsmitteln (d)eine Bergtour machen kannst. Derzeit für Österreich, Südtirol und Bayern

#### [www.zuugle.at](http://www.zuugle.at)

Eine Öffi-Bergtouren-Suchmaschine für Österreich, Bayern, Slowenien und Italien (derzeit 423 Touren, die mit Bahn und Bus möglich sind)

#### [www.cyclebee.app](http://www.cyclebee.app)

Die cyclebee-App ermöglicht dir eine einfache Planung und Organisation von Radreisen. Sie bietet sichere Navigation auf Radwegen, Unterkunftssuche, interessante Zwischenstopps, Wetterinformationen, Reiseberichte und vieles mehr.

#### <https://bahn.cyclebee.app>

Hier findest du alle nötigen Daten und Erfahrungen zur Fahrradmitnahme in Zügen. Aktuell nur für österreichische Bahnhöfe und Zugverbindungen; eine Erweiterung nach Deutschland und weitere Länder ist in Planung.

#### [www.radelnohnealter.at](http://www.radelnohnealter.at)

Radeln ohne Alter bietet kostenlose Rikscha-Ausfahrten für Menschen an, die nicht (mehr) selbst Radfahren können: Bewohner\*innen aus Pflegeheimen, Menschen mit Behinderung oder ältere Menschen, die zu Hause wohnen und sich über einen Tapetenwechsel und Gesellschaft freuen.

#### [www.tourismus.nf-int.org](http://www.tourismus.nf-int.org)

Infosammlung der Naturfreunde Internationale rund um nachhaltiges Reisen

#### [www.nf-int.org/labelguide2023](http://www.nf-int.org/labelguide2023)

Broschüre „Wegweiser durch den Labeldschunzel“: 24 ausgewählte, vertrauenswürdige Nachhaltigkeitsiegel im Tourismus



# Wie gelingt wirksame Klimakommunikation?

## Podiumsdiskussion am SOL-Symposium

Zusammengefasst von Sophie Strohschneider (SOL-Praktikantin)

In der diesjährigen Podiumsdiskussion hatten wir die Ehre, fünf starke Frauen auf unserem Podium zu begrüßen. Die Diskussion hat sich mit der Leitfrage beschäftigt, wie wir wirksame Klimakommunikation gestalten können. Alle Diskutantinnen befassen sich beruflich wie privat mit Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Was die Diskussion jedoch besonders spannend und vielfältig machte, war, dass jede aus einer anderen Nische der Nachhaltigkeit kommt. Moderatorin dieser Diskussion war Nunu Kaller, eine österreichische Größe in der Nachhaltigkeits- und Feminismus-Szene. Sybille Chiari ist Kommunikationsexpertin in Bezug auf Klimawandel und Nachhaltig-

tigkeit und daher Expertin auf dem Gebiet der wirksamen Klimakommunikation. Sithara Pathirana ist zusammen mit ihrem Kollegen Cornelius Schulze Leiterin der diesjährigen Klima-Biennale. Als Kulturbeauftragte bietet sie Eindrücke über die Rolle von Kunst und Kultur in Bezug auf den Klimawandel. Elena Beringer ist Trainerin und führt ihren eigenen Podcast „Vorstellungskraft“, in dem sie auf verschiedene Fragen und Themen rund um Nachhaltigkeit, Klimaschutz und soziale Gerechtigkeit eingeht, ganz nach dem Motto: wie können wir uns eine faire und nachhaltige Welt vorstellen? Außerdem war Sarah Batke eingeladen, Marketing Specialist bei One Mobility im Auftrag für das Klimaticket.



## Klimakommunikation und das Wort „Verzicht“

Für Sybille liegt der Kern der Klimakommunikation darin, dass sie mit Spaß und Freude verbunden werden kann, dass eine suffiziente Lebensweise genussvoll ist und sich gut anfühlt. Sie formuliert die Metapher eines Webstuhls. Ihre Aufgabe als Klimakommunikationsexpertin sehe sie darin, verschiedene Fakten über den Klimawandel in eine Geschichte „zusammenzuweben“, um den Zuhörer\*innen den Zusammenhang zwischen verschiedenen „Fäden“ aufzuzeigen. Auf diese Weise könne man den Menschen die Kausalitäten verständlich machen, die zwischen Verhaltensmustern und Auswirkungen auf Umwelt und Klima bestehen. So könne man auch jene Menschen überzeugen, die sich bisher wenig mit diesen Themen beschäftigt haben. Sithara beschreibt die Klima-Biennale als transdisziplinäres Event, in dem es nicht nur um Kunst und Kultur, sondern auch um Vernetzung und Kooperation mit anderen Bereichen des Klimaschutzes gehe, denn Zukunftsfragen können und sollten nicht nur von einer Perspektive betrachtet werden. Kunst dient hierbei als ein Ventil, welches wiederum andere Perspektiven vermitteln und zum Nachdenken und Handeln anregen soll. Sarah beschreibt das Klimaticket als ein innovatives Projekt, denn die Art und Weise, wie das Klimaticket vermarktet wird, fokussiere sich nicht zwingend auf das Klima selbst, sondern auf den nachhaltigen Lebensstil, der damit einhergeht. Es ist nicht nur von Vorteil für das Klima, sondern auch von Vorteil für einen selbst, das Klimaticket zu benutzen. Man gewinnt Zeit und Flexibilität, man schont den Geldbeutel und erhält zusätzliche Angebote außerhalb der Bahn, die einem das Klimaticket ermöglicht.

Das Wort Verzicht wurde in der Diskussion ausführlich besprochen. Sithara und Sybille argumentieren, dass es kontraproduktiv sei, im Zusammenhang mit Kli-



mawandel und Nachhaltigkeit nur von Verzicht zu sprechen. Sie finden den Begriff unpassend, da er suggeriere, dass wir durch unsere aktuelle Lebensweise nicht verzichten würden. Ein leitender Tenor in der Diskussion war nämlich genau diese Aussage: Wir verzichten (in Zukunft) auf viel mehr, wenn wir Umwelt und Klima nicht schützen. Die Frage sei eher, worauf wir verzichten und welche Gewichtung man den jeweiligen Verlusten zuteilt. Elena führt das Argument fort und weist darauf hin, dass wir bereits jetzt auf vieles verzichten. Man stelle sich zum Beispiel vor, auf wie viel Platz wir durch den Autoverkehr verzichten. Platz, den man grün gestalten könnte, ein fußgängerfreundlicher Raum, in dem man sich entfalten kann, ganz abgesehen von den ästhetischen Vorteilen. Verzicht ist also eine Frage der Perspektive und wie man ihn definiert. Wenn man ihn so definiert, dass man auf Dinge verzichtet, die einem wirklich gut tun, dann verzichten wir zurzeit auf viel mehr, als wir es durch Klima- und Umweltschutzmaßnahmen tun würden. Deswegen sei das Wort „Verzicht“ in diesem Kontext nicht passend und sollte viel mehr als „Gewinn“ verstanden werden.



## Wie funktioniert nun wirksame Klimakommunikation?

Nunu hält fest, dass die positiven Eigenschaften von Klimamaßnahmen gegeben sind und die Möglichkeiten, sie umzusetzen, ebenso. Aber wie kommuniziert man das nun auf eine wirksame Art und Weise? Ganz wichtig sei es, die positiven Aspekte in den Vordergrund zu stellen und die vermeintlich negativen zu hinterfragen. Für Sarah ist beim Klimaticket der Aspekt der Entschleunigung und die damit verbundene Ruhe und geschenkte Freizeit, die man im Auto nicht hätte, zu betonen. Das gehe auch einher mit der Verantwortung des eigenen Handelns. Denn obwohl es immer „schlimmere“ Personen und Firmen auf der Welt gibt, befreit einen das nicht von seiner eigenen Handlungsfähigkeit, so Sithara. Schließlich kennen alle die Aussage „In China sind doch alle viel schlimmer!“, dabei hat unser Konsum etwas damit zu tun, was in China passiert, so Sarah. Am wichtigsten sei es laut Elena schlussendlich, nicht immer nur mitzuziehen, sondern auch selbst aktiv zu werden. Denn das motiviert andere, das Gleiche zu tun.

## Was macht uns Hoffnung?

In Anbetracht all der Dinge, die noch nicht richtig laufen bzw. besser laufen können und müssen, ist es genauso wichtig, nicht die Hoffnung zu verlieren, dass wir trotz aller Hürden immer noch eine positive Veränderung in die Gesellschaft bringen können. Sithara äußert ganz klar, dass für sie die junge Generation die Hoffnungsträger\*innen sind. Ihr Aktivismus und Interesse, die aufgewendete Energie für die Notwendigkeit einer Veränderung zum nachhaltigen Leben, machen ihr Hoffnung, dass sich Appelle an Entscheidungsträger\*innen der Politik und Wirtschaft bezahlt machen werden. Ähnlich sieht es Sarah, die ebenfalls daran glaubt, dass die junge Generation schlichtweg aufgrund der Bedrohung des guten Lebens, die für diese Generation sehr akut ist, die notwendige Veränderung bringen wird. Besonders positiv fällt ihr auch der zunehmende Austausch zu diesem Thema auf. Immer mehr Menschen interessieren sich für Klimaschutz und Nachhaltigkeit, und dieser Austausch breite sich auch auf diejenigen aus, die damit bisher wenig in Kontakt gekommen sind. Sybille und Elena sehen es genauso und fügen hinzu, dass sowohl kleine Initiativen als auch große industrielle Vereinigungen ein Gefühl von Hoffnung vermitteln.

Das SOL-Symposium 2024 wurde

Gefördert durch die

**Österreichische  
Entwicklungszusammenarbeit**

### Impressum:

**Medieninhaber, Herausgeber:** „SOL – Menschen für Solidarität, Ökologie und Lebensstil“, Sapphog. 20/1, 1100 Wien (= Redaktionsanschrift). Druck: Gugler GmbH, Melk. DVR 0544485. ZVR Nr. 384533867. Namentlich gekennzeichnete Artikel drücken die Meinung der Autor\*innen aus. Layout: Barbara Huterer.

**Kontakt** für Leser\*innen, Inserent\*innen und Autor\*innen:  
[sol@nachhaltig.at](mailto:sol@nachhaltig.at)

**Offenlegung:** [www.nachhaltig.at/impressum](http://www.nachhaltig.at/impressum)

# Zukunftsreise(n) im Kopf

## Zukunftsbilder malen, für eine Zukunft aller Möglichkeiten Von Barbara Fekete und Sabine Hoffmann, The Tomorrow Tribe

### Warum Zukunftsbilder malen?

Um in der aktuellen (Klima)Katastrophen-Stimmung die eigene Selbstwirksamkeit zu spüren, brauchen wir Menschen positive Zukunftsbilder, um loszugehen für eine „Zukunft aller Möglichkeiten“, die wir aktiv und selbst im Jetzt gestalten.

### Was bedeutet Zukunftsreise(n) im Kopf?

Zukunftsreise(n) im Kopf bedeutet eine Auszeit für den Kopf, um neue Perspektiven für die eigene Realität zu gewinnen. Das eigene „Realitätsfenster“ zu erweitern, um neue Lösungen für die Zukunft des eigenen Lebens und Wirtschaftens zu visualisieren und zu entwickeln. Als inneres Bild, das wir im außen sichtbar machen und teilen.

### Wie entstehen Zukunftsbilder zum „Leben und Wirtschaften im Kreislauf“?

1. Ankommen in der gemeinsamen Gegenwart, z. B. mit der Übung „Wenn ich für eine Woche alle Plakate der Welt für eine Botschaft nutzen könnte, dann würde diese jetzt gerade lauten ...“
2. Reise in die Zukunft: je nach Rahmen und Setting in Form einer „Mind Journey“ (unser Gehirn ist eine Zeitmaschine und folgt gerne in die Zukunft), einer räumlichen Veränderung oder einer körperlichen Übung. Ziel ist ein entspannter Zustand, in dem Kreativität möglich ist.

Als erste Station kommen wir z. B. in einer Stadt in genau 16 Jahren (2040) an, die im Kreislauf wirtschaftet und funktioniert: Wie sieht es dort aus? Wonach riecht es? Was für Gebäude gibt es? Wie werden diese beheizt/gekühlt? Welche Rolle spielt der Verkehr? Was tun die Menschen in dieser Stadt? Gibt es Müll und wenn ja, wo und wie wird dieser verwertet?

3. Ankommen in der Zukunft aller Möglichkeiten – in einer angeleiteten Imagination erforschen wir den Raum der Zukunftsmöglichkeiten: Was bedeutet das „Leben und Wirtschaften im Kreislauf“ konkret ...
  - a. ... für mich?
  - b. ... für meine Familie?
  - c. ... für meinen Wirkungsbereich im Job?
4. Mein Zukunftsbild: Während der angeleiteten Imagination entstehen Bilder im Kopf, die z. B. direkt auf Papier oder in ein Legomodell (Lego Serious Play) gebracht werden. Ziel ist ein konkretes Bild von allen Teilnehmer\*innen, das jeweils aus der Perspektive der eigenen Lebenswelt entsteht. In einem weiteren Schritt werden die Bilder zusammengelegt und zu einem gemeinsamen Bild weiterentwickelt.
5. Unsere Zukunft aller Möglichkeiten: Gemeinsam entsteht ein Bild zu den wichtigsten Bereichen des „Zusammenlebens und Wirtschaftens im Kreislauf“ – Energie, Produktion, Geldflüsse, Mobilität, Reisen, Konsum, Ernährung.
6. Transfer in die eigene Realität

Gemeinsam berichten die Teilnehmer\*innen aus der Zukunft, wie es sich dort lebt und anfühlt (für sie persönlich) und wie sie hierhergekommen sind.



**Barbara Fekete**, Zukunftsentwicklerin, Nachhaltigkeitscoach mit 6 Jahren Erfahrung in der Begleitung von Initiativen zur nachhaltigen Veränderung von Arbeitsweisen und Teamstrukturen, LeaderShip-Coaching und als zertifizierte Nachhaltigkeits-Designerin.



**Sabine Hoffmann**, führender Kopf von The Tomorrow Tribe, Zukunftsentwicklerin, Aktivistin mit 25 Jahren Erfahrung in der Entwicklung von Visionen, LeaderShip und nachhaltiger Veränderung von Arbeitsweisen, Strukturen und der Innovationskraft von Organisationen.



**The Tomorrow Tribe**, das sind Menschen, die nachhaltiges Zusammenarbeiten und Wirtschaften fordern, fördern und leben. Was sich dabei auflöst, sind die klassische Berater- und die Kundenseite. Gemeinsam stellen die Tribe-Mitglieder in Frage, entwickeln Zukunftsbilder, probieren Neues aus, setzen um und teilen (!) ihre Erfahrung.

## Teilnehmer\*innen über das SOL-Symposium 2024



*Mein Motiv, zum Symposium zu kommen, war einfach der Titel, also Genuss und Nachhaltigkeit zu verbinden. Das waren nämlich genau die Begriffe, die mich vor einem Vierteljahrhundert zu SOL gebracht haben.*

Walter Galehr, SOL Salzburg-Stadt

*Die Podiumsdiskussion mit den fünf Frauen war hoch anregend und sehr inspirierend. Das ganze Symposium war hochspannend und hat mir viele neue Gedanken und Anregungen gebracht.*

Max Gramberger, Obmann der „Gießerei“ in Ried im Innkreis



*Was ich am SOL-Symposium sehr schätze, das ist die Vielfalt. Ich bin jetzt das dritte Mal da, und jedes Jahr war mir das so ein wichtiger Teil. Der Markt war toll – zu sehen, was es alles an Genussmöglichkeiten gibt. Ich bin sehr froh, da zu sein und vieles mitzunehmen.*

Luise Karner, Absolventin des „Ich habe genug“-Lehrgangs



*Das Symposium war sehr interessant, hat wissenschaftliche Initiativen aus der Praxis gehabt, und ich fand es voll empfehlenswert.*

Fernando Andrés Sánchez González, Sachbuchautor



*Das Thema „Genuss versus Verzicht“ ist ein Thema, das uns von der Armutskonferenz schon seit vielen Jahren beschäftigt und wo wir auf einer Linie mit SOL sind. Es geht darum, wie man mit dem Klimawandel am besten umgeht, natürlich fängt man da im engsten Umfeld an.*

Christine Sallinger, Workshop-Leiterin am SOL-Symposium



*Ich habe das Symposium sehr gut zusammengestellt gefunden und finde gerade das Thema Klimavermittlung sehr zeitgemäß. Es hat mir rundherum gefallen, wie immer, wenn ich zum Symposium komme.*

Anna Steger, aktive SOLi aus Salzburg



## Markt der Genussmöglichkeiten am SOL-Symposium 2024:

### **Community Cooking**

im Kulturhaus Brotfabrik (Absberggasse 27, 1100 Wien) ist ein Begegnungsort für interkulturellen Austausch und gemeinschaftliches Leben. Jeden Dienstag von 17 bis 20 gibt es eine offene Kochrunde – Teilnahme kostenlos!

### **Gartenpolylog**

hat Umweltbildungsmaterialien zu gemeinschaftlichem Gärtnern im Klimawandel erarbeitet und will gemeinschaftliches Kompostieren im öffentlichen Raum – auch mitten in der Stadt und ganz ohne Garten – ermöglichen.  
[www.ecogardenstraining.com/de](http://www.ecogardenstraining.com/de)  
[www.gartenpolylog.org/node/1316](http://www.gartenpolylog.org/node/1316)

### **MILA Mitmach-Supermarkt**

– eine Alternative zu den etablierten Handelskonzernen  
[www.mila.wien](http://www.mila.wien)

### **Soul Sound Journey**

ist eine Möglichkeit für Menschen, die bei Gongklängen entspannen wollen.  
[www.soulsoundjourney.com](http://www.soulsoundjourney.com)

### **Wandern für den Frieden**

organisiert weltweit Wanderungen, Spaziergänge, Demonstrationen und große, mehrtägige Friedensmärsche.  
[www.wandernfuerdenfrieden.org](http://www.wandernfuerdenfrieden.org)

### **The Wellbeing Driven Economy**

ist ein Sachbuch von Fernando Andrés Sánchez González.

### **Der Werksalon**

ist ein kreatives Atelier und eine offene Werkstatt, in der Tischler\*innen, Handwerker\*innen und Künstler\*innen in Wien zusammenarbeiten.  
[www.werksalon.at](http://www.werksalon.at)

# SOL braucht deine Spende.

Bei SOL arbeiten viele Ehrenamtliche für einen solidarischen, ökologischen Lebensstil. Dennoch brauchen wir auch finanzielle Unterstützer:

- Es fallen Sachkosten an, z.B. Druck (nach höchsten Umweltstandards) und Porto für unser SOL-Magazin, Büromiete usw.
- Für die Koordination und Unterstützung der aktiven SOLis, professionelle Verwaltung und Vernetzung mit anderen Initiativen geht es nicht ohne einige Teilzeitangestellte.
- Um unsere Ideen für einen gesellschaftlichen Wandel beispielhaft umzusetzen, machen wir Projekte. Diese werden aber nur zu 80-90 % gefördert, den Rest müssen wir aus Eigenmitteln (= Spenden) finanzieren.



## Unser Spendenkonto:

Kontoinhaber: SOL  
IBAN: AT56 1200 0004 5501 5107  
BIC: BKAUATWW

**SOL-Büro:**  
office@nachhaltig.at  
0680/208 76 51

Spenden an SOL sind steuerlich absetzbar<sup>1</sup>. Dazu brauchen wir allerdings dein Geburtsdatum, deinen exakten Namen (wie am Meldezettel!) und deine Erlaubnis, diese Daten ans Finanzamt weiterzuleiten. Das kannst du uns unter [www.nachhaltig.at/spenden-2](http://www.nachhaltig.at/spenden-2) (oder per Post an SOL, Sapphogasse 20/1, 1100 Wien) mitteilen.

## Das SOL-Magazin ...

... zeigt vierteljährlich die Vielfalt unserer Aktivitäten. Der formale Abo-Preis beträgt 3,60 € pro Jahr und ist seit der Vereinsgründung 1979 unverändert. Die realen Kosten sind heute bei weitem höher, aber wir wollen, dass niemand aus finanziellen Gründen aus der Gemeinschaft der SOLis ausgeschlossen ist. Daher bitten wir um eine Zahlung nach Selbsteinschätzung. Das heißt: Wenn du einen beliebig hohen Beitrag leistest, bekommst du ein Jahr lang das SOL-Magazin.



Einige aktive SOLis

**Probeabo:** Wir schicken dir gerne zum Kennenlernen die nächsten drei Ausgaben kostenlos und unverbindlich zu. Bitte bestell auf [www.nachhaltig.at/shop](http://www.nachhaltig.at/shop) oder kontaktiere uns (siehe oben).

## Dein Dauerauftrag

Ein fixer monatlicher Beitrag ist der einfachste Weg, SOL zu unterstützen, und ermöglicht uns längerfristige Planung. Du kannst bei deiner Bank einen Dauerauftrag einrichten oder den Abschnitt unten ausfüllen und an uns senden. Auf Wunsch bekommst du von uns ein kleines Geschenk.



### Dauerauftrag



Empfänger: SOL. IBAN = AT56 1200 0004 5501 5107, BIC = BKAUATWW.

Auftraggeber\*in: Name des/r Kontoinhaber\*in: .....

Adresse des/r Kontoinhaber\*in: ..... Bank des/r Kontoinhaber\*in: .....

Bankfiliale des/r Kontoinhaber\*in: ..... IBAN des/r Kontoinhaber\*in: .....

BIC: ..... Betrag: .....€ (in Worten: .....)

Termin: monatlich zum 5. des Monats. Beginn ab sofort, ein Widerruf ist ohne Angabe von Gründen jederzeit bei deiner Bank möglich.

Für Rückfragen: Tel.: ..... Email: .....

Datum: ..... Unterschrift: .....  Ich möchte bitte ein Geschenk!

Bitte ausschneiden, unterschreiben und im Kuvert an **SOL, Sapphogasse 20/1, 1100 Wien** senden. DANKE!