

Konferenz
Nachhaltig(keit) – Lernen durch Erzählungen

8. Dezember 2017, Berlin

„Memories of the Future“

Narrative als Werkzeug für Zukunftsgestaltung



Sascha Meinert

IPA

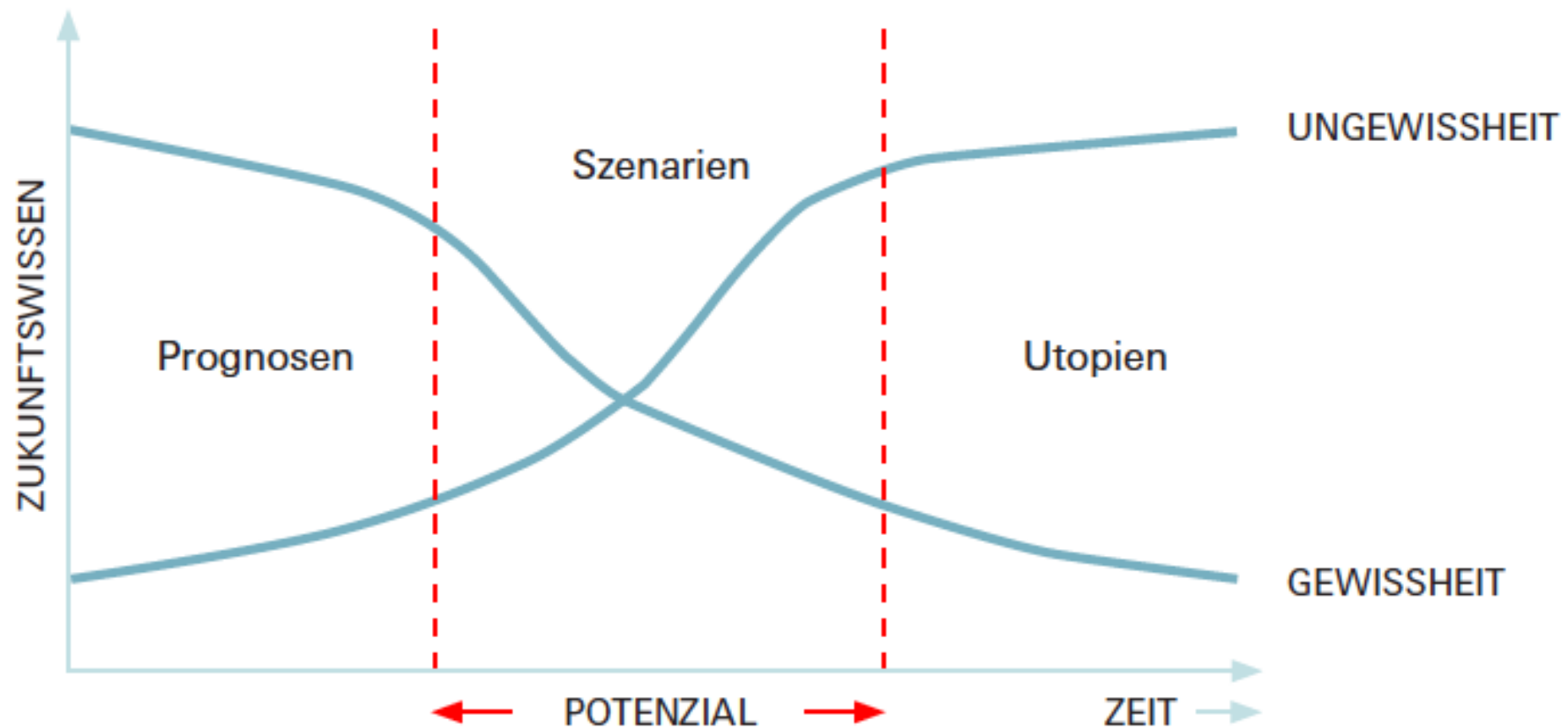
Institut für prospektive Analysen

**„Szenarien sind Geschichten
über die Zukunft,
die Menschen bewegen,
etwas zu tun.“**

Ulrich Golücke

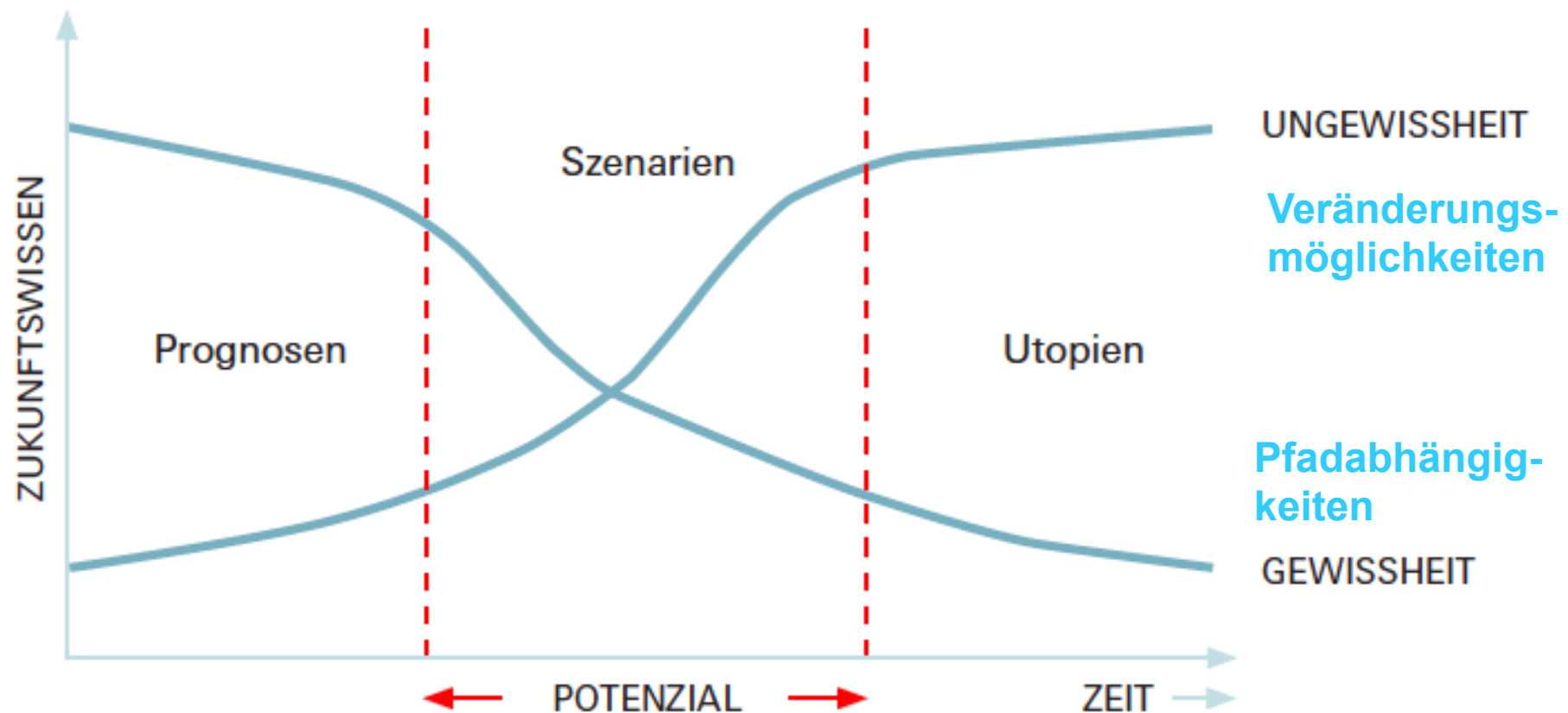
Der „Raum“ für Szenarien

Abgrenzung des Szenario-Ansatzes von Prognosen und Utopien



Der „Raum“ für Szenarien

Abgrenzung des Szenario-Ansatzes von Prognosen und Utopien



Drei Beispiele



Projekt für die Städteregion
Aachen, i.A. der Aachener
Stiftung Kathy Beys

Infos:

www.regionalszenarien.de/heimat-2035



Peergroup-Netzwerk,
Bundeszentrale für politische
Bildung

Infos: www.teamglobal.de

Nachhaltiger Konsum 2030

Einladung zum Dialog über die Zukunft

Initiative des BMJV im Rahmen
des Nationalen Programms für
Nachhaltigen Konsum

Nachhaltiger Konsum 2030

Einladung zum Dialog über die Zukunft

Projektanliegen

Anliegen der Szenarien-Werkstatt „Nachhaltiger Konsum 2030“ ist es, anhand von Szenarien unterschiedliche Wege und Anknüpfungspunkte eines nachhaltig(er)en Konsums in einem größeren Gesamtbild zusammenzuführen und greifbar zu machen.

Zeithorizont ist das Jahr 2030.

Zur Orientierung, zum Abwägen, für den Austausch mit anderen – und als Ermutigung zum Handeln.

Nachhaltiger Konsum 2030

Einladung zum Dialog über die Zukunft

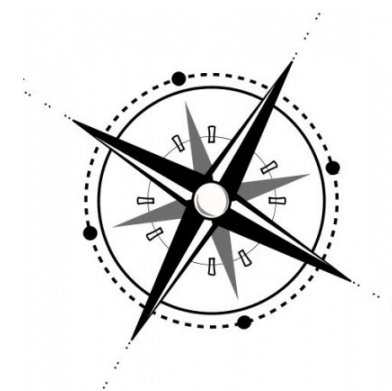
Projektverlauf

- **Online-Befragung und Interviews**
- **Literaturrecherche und Medienauswertung**
- **Herausarbeitung unterschiedlicher Erzählstränge**
- **Entwicklung von Narrativen, Szenarien & Materialien**
- **Dialog & Workshops: Adressierung und Einbindung unterschiedlicher Zielgruppen**

Nachhaltiger Konsum 2030

Drei Narrative für den Wandel

- I. Die Erzählung vom achtsamen, verantwortungsvollen Konsum**
- II. Die Erzählung vom Nachhaltigen Konsum als politischer Gestaltungsaufgabe**
- III. Die Erzählung vom nachhaltigen Konsum als technologischer Herausforderung**



I. Die Erzählung vom achtsamen, verantwortungsvollen Konsum



II. Die Erzählung vom Nachhaltigen Konsum als politischer Gestaltungsaufgabe



III. Die Erzählung vom Nachhaltigen Konsum als technologischer Herausforderung



Nicht ‚Entweder-oder‘, sondern ‚Sowohl-als-auch‘...

Synthese:

Für einen substantziellen Wandel in Richtung ‚Nachhaltiger Konsum‘ müssen die drei unterschiedlichen Erzählstränge bzw. Handlungsebenen in einem

dynamischen

Prozess

zusammengeführt werden, sich gegenseitig bestärken und ihre jeweiligen Schwächen ausgleichen



Es bedarf aber nicht nur einer Zusammenführung, sondern auch einer tiefergehenden Betrachtung

I. Die Erzählung vom achtsamen, verantwortungsvollen Konsum

„Warum konsumieren wir nicht schon längst nachhaltig(er)?!“

II. Die Erzählung vom Nachhaltigen Konsum als politischer Gestaltungsaufgabe

**„Warum sorgt die Politik nicht für die richtigen Gesetze
und Rahmenbedingungen?!“**

III. Die Erzählung vom nachhaltigen Konsum als technologischer Herausforderung

**„Warum haben technologische Lösungen bislang nicht
zu mehr Nachhaltigkeit geführt?!“**

Häufig im Fokus:

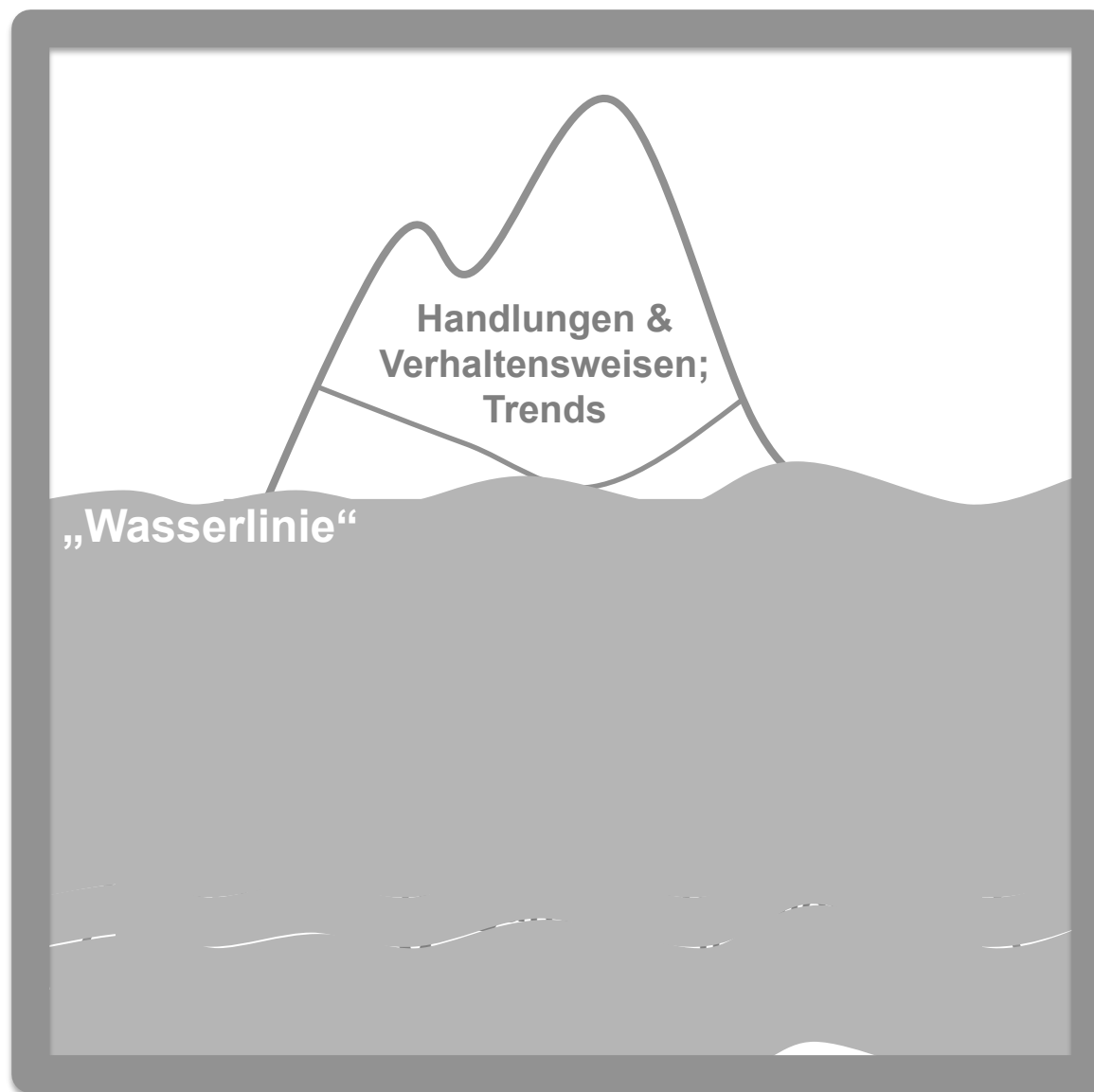
„**Was** müssen wir ändern?“

... als Konsumenten

... in der Politik

... in der Art und Weise,
wie wir Technologien
entwickeln und nutzen

Die **eigentlichen**
Ursachen liegen tiefer...

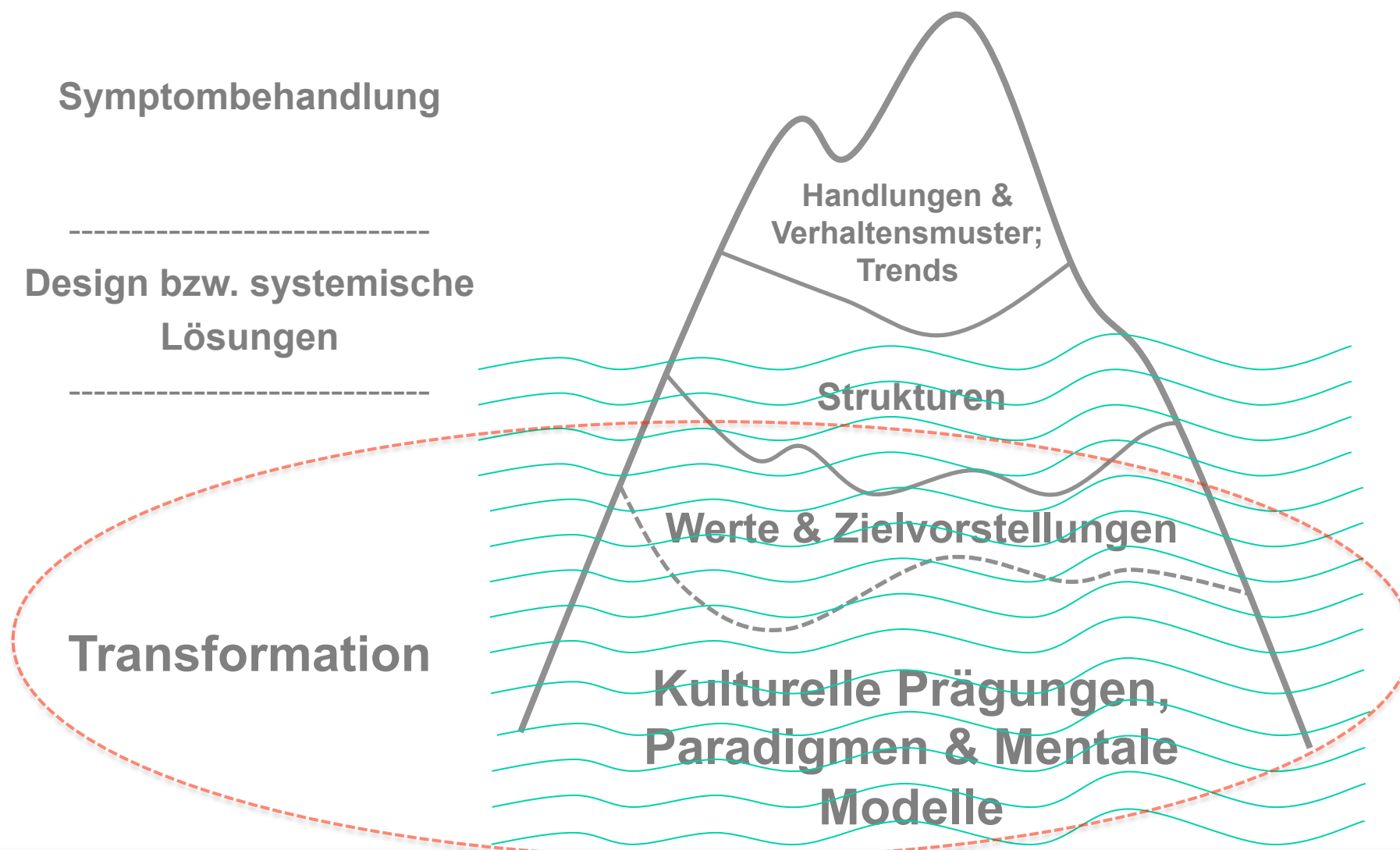


Perspektivenwechsel: „**Warum** handeln wir so, wie wir handeln?“

↑
... prägen ...
↑
... prägen ...
↑
... prägen ...



Handlungsebenen und -ansätze für einen nachhaltig(er)en Konsum



IV. Die Rahmenerzählung: Nachhaltiger Konsum als Kulturwandel



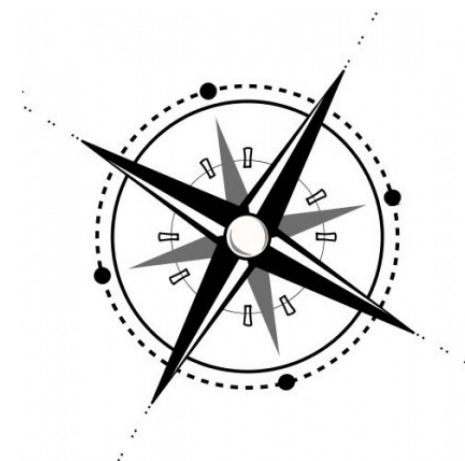
Allgemeine Aspekte für wirkungsvolle Narrative zum Nachhaltigen Konsum

- **Rationale Argumente und Einsichten alleine bewegen wenig**
- **Für einen nachhaltigen Wandel, der sich nicht in der Symptombehandlung erschöpft, müssen die „Schichten des Eisbergs unterhalb der Wasseroberfläche“ in den Fokus genommen werden:**
 1. Die systemischen und strukturellen Zusammenhänge
 2. Wertvorstellungen, Bedürfnis- und Zielkonflikte, Verunsicherungen
 3. Die zugrundeliegenden kulturellen Prägungen und mentalen Modelle
- **Der dominante Mythos unserer Zeit ist der ökonomische Mythos**
- **Aber nicht die Negation des Heutigen steht im Mittelpunkt, sondern alternative, erstrebenswerte Zukunftsangebote**
(vor deren Hintergrund unsere heutigen Prägungen aber durchaus als rückständig und beschränkend erscheinen mögen)

Allgemeine Aspekte für wirkungsvolle Narrative zum Nachhaltigen Konsum

Zieldimensionen:

- **Suffizienz**
- **Effizienz**
- **Konsistenz**
- **Zusammenhalt, Ausgleich und Teilhabe**



Diese Zielmarken werden zum Teil nach wie vor aus dem
Ökonomischen Mythos heraus definiert und bewertet; wir brauchen
(Um-)Deutungsangebote für einen Narrativ der Nachhaltigkeit

Narrative für eine Nachhaltige Entwicklung müssen attraktive Um-Deutungsangebote enthalten, z.B.

- Vom Besitzen zum **Nutzen**; vom Verbrauchen zum **Verwenden**;
- Von Verzicht & Einschränkung zu **Genug-Haben** und **Entlastung**;
- Von Schnelllebigkeit und Oberflächlichkeit zu **Dauerhaftem** und **Tiefgehenden**;
- Vom habituellen Konsum zum **achtsamen Konsum**;
- Von Kurzsichtigkeit und Nahbereich zur **Horizontenerweiterung**;
- Von der Beliebigkeit zu **Verbindlichkeit** und **Werten**;
- Von unbegrenzten (Wahl-)Möglichkeiten zu **Prioritäten** und **Orientierung**;
- Von der Trennung zwischen menschlicher Technik und natürlichen Prozessen zur **konsistenten Einbettung** (von einer linearen zur **systemischen Herangehensweise**);
- Von der Vereinzelung und Abgrenzung zur **Zugehörigkeit** und **Verbundenheit**;
- Von Konkurrenz zur **Kooperation**; vom Wettbewerb zum **Zusammenhalt**
- Von einer zunehmenden Ungleichheit und Polarisierung zu mehr **Gerechtigkeit** und **Teilhabe ...**

Allgemeine Aspekte für wirkungsvolle Narrative zum Nachhaltigen Konsum

- Aus unserer heutigen Situation heraus geht es nicht nur um die Diagnose der heutigen und die Beschreibung einer nachhaltigen Welt, sondern insbesondere auch um **Narrative für Wege**, die von der einen zur anderen führen;
- **Eine Romantisierung oder Trivialisierung des Transformationsprozesses ist nicht zielführend**
(auch die Mühen und Hürden, die Beharrungskräfte sowie die Werkzeuge für den Wandel müssen deutlich werden)
- **Es geht eine spannende Herausforderung – im Grunde um vielschichtige Formen einer „Heldenreise“**

Der Zyklus der Heldinnenreise

(in Anlehnung an Joseph Campbell)



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!



IPA

Institut für prospektive Analysen

Sascha Meinert

Prenzlauer Allee 36

10405 Berlin

Fon: +49(0)30 - 33987340

Fax: +49(0)30 - 33987341

Email: meinert@ipa-netzwerk.de

www.ipa-netzwerk.de