



KULTUR
PROJEKTE
BERLIN

Das Magazin
zur Plattform
Creative City Berlin



The Big Good Future #3

Nachhaltigkeit und Kultur

„ Wir, Creative City Berlin, sind die zentrale Plattform für Kultur- und Kreativschaffende in Berlin. Wir vernetzen, vermitteln und informieren – und wir unterstützen die, die an innovativen, kreativen und nachhaltigen Lösungen arbeiten.

Dieses Jahr wird ein gutes Jahr. Und egal, wann Sie dieses Magazin in die Hand nehmen, im Jahr 2022, 2023 oder 2024, zweifeln Sie nicht daran. Glauben Sie an die Zukunft. Denn die, die wir in dieser Ausgabe vorstellen, Berlins Kultur- und Kreativschaffende, die tun es auch. Trotz notorischer Dauerkrisen und ständigem Corona-Hoch-und-Runter feilt plötzlich die gesamte Kulturszene an grünen Weichenstellungen: Die einen erstellen aufwändige Klimabilanzierungen und optimieren den CO₂-Fußabdruck. Die anderen tragen kreislauffähige Alternativen in die Gesellschaft oder bauen die Stadt neu. Dabei geht es nicht mehr nur darum, ob man nachhaltiger werden will. Es geht darum, dass eine ganze Gesellschaft nachhaltiger werden muss, weil es die Klimakrise verlangt – und Kulturschaffende stellt das vor ganz neue Herausforderungen.

Wir, Creative City Berlin, präsentieren zum Thema Nachhaltigkeit für die Kultur ein erstes sektorenübergreifendes Kulturmagazin. Und damit setzen wir unsere Reihe „The Big Good Future“ fort. Wir fragen diesmal: Wie und mit welchen Mitteln gestalten Kulturschaffende Gesellschaft? Was sind ihre Ziele, Visionen, welche Wege schlagen sie ein? Und wie nachhaltig ist diese Kultur da draußen, die wir seit Jahren über unsere Plattform Creative City Berlin bei Kulturprojekte Berlin zusammenbringen und vernetzen? Da ist beispielsweise die Modemacherin Hannah Kromminga, die zu hundert Prozent recycelbare Kleidung herstellt. Da ist der Architekt Jörg Finkbeiner, der die ersten kreislauffähigen Hochhäuser baut. Und da sind diejenigen, die Berlins Clubs ökologisch umrüsten oder ganze Dörfer am Rande der Stadt nach Nachhaltigkeitskriterien gründen. Und dann sind da noch die Künstler*innen, die mit Visionen vorangehen und eines demonstrieren: Die Nachhaltigkeitsdebatte, die dringlicher denn je ist, ist keine rein ökologische. Sie hat auch eine soziale und ökonomische Dimension, weil es zum Schluss um die Frage geht, ob wir von dem, was wir tun und was uns antreibt, leben können. Wir

haben die Macher*innen dieser Stadt auf ihren Wegen begleitet. Wir haben sie mit Wissenschaftsperspektiven konfrontiert und ihre Positionen an die Wissenschaft zurückgespielt. Wir waren in ihren Produktionsstätten und Projekträumen, stellen ihre Ideen, Visionen und Lösungen vor – und bündeln und vergleichen die Konzepte. Dabei werfen wir den Blick nie nur auf eine Branche und reduzieren Nachhaltigkeit auf keine Ökologiefrage. Wir thematisieren auch neue Finanzierungswege, greifen die Raumfrage auf und skizzieren Alternativen zur sozialen Absicherung. Insgesamt: Wir bündeln Expert*innenwissen, geben dazu auch ganz praktische Tipps und Hilfestellungen. Und dabei gibt es nie nur einen Weg. Es gibt nur viele Schritte hin zu mehr Nachhaltigkeit, und von dieser maximalen Vielfalt handelt dieses Heft.

Bleiben zum Schluss zwei Fragen. Erstens: Was hat es eigentlich mit diesem mysteriösen Cover auf sich? Das klären wir auf Seite 51. Zweitens: Wie gestaltet man ein Magazin nachhaltig, wenn man schon darüber schreibt? Und hierzu gibt es nicht nur eine Lösung. Wir haben uns schließlich für ein Papier von Arctic Paper entschieden, das auf dem EU Ecolabel basiert und C2C-zertifiziert ist – aber auch darüber lässt sich streiten, tun wir auch (siehe dazu das Streitgespräch auf S. 32/33). Und wir schlagen das Heft nach 104 Seiten nicht einfach zu. Wir führen unsere Tradition der letzten Ausgabe zum Thema Digitalisierung fort und die Debatte auf Creative City Berlin weiter. Ganz nach dem Motto: das Magazin zur Plattform, die Plattform zum Magazin. In diesem Sinne: Viel Spaß auf den folgenden Seiten, mit umweltfreundlichen Grüßen aus der Redaktion.

Jens Thomas
Chefredakteur von Creative City Berlin

Impressum

Eine Publikation von Creative City Berlin / Kulturprojekte Berlin GmbH

Herausgeberin
Corinna Scheller

Chefredaktion
Jens Thomas

Redaktion
Felicia Holtkamp, Boris Messing, Jens Thomas, Alison Winter

Autor*innen dieser Ausgabe
Sabrina Apitz, Zane Berzina, Jacob Sylvester Bilabel, Stephan Bohle, Nicola Bramkamp, Seneit Debese, Axel Fischer, Sema Gedik, Nora Sophie Griefahn, Korina Gutsche, Shai Hoffmann, Felicia Holtkamp, Lisa Jaspers, Tim Janßen, Lubomila Jordanova, Tatjana Kaube, Daniel Kerber, Lino Knocke, Jeannine Koch, Van Bo Le-Mentzel, Boris Messing, Alicja Möltner, Markus Sauerhammer, Nina Schallenberg, Melanie Seifart, Anna Theil, Jens Thomas, Linnart Unger, Alison Winter, Magdalena Ziomek

Lektorat
Annette Meier

Gestaltung
STUDIO BENS

Druck
trigger.medien.gmbH, Berlin

Papier
Für dieses Magazin wurde das Papier *Munken Kristall* von Arctic Paper Munkedal verwendet. Es ist mit dem Zertifikat Cradle to Cradle Certified® auf Bronze-Level ausgezeichnet und basiert auf dem EU Ecolabel.

Koordination
Annette Meier

Redaktionsschluss
Januar 2022

Covermotiv
Lignin aus dem Projekt „Black Liquor“
© Stögerer / Kempkens

*Hinweis der Redaktion: Das Gendern der Texte wurde weitgehend den Autor*innen überlassen.*

© 2022 Kulturprojekte Berlin GmbH



Klosterstraße 68
10179 Berlin
www.kulturprojekte.berlin
Geschäftsführer: Moritz van Dülmen

Gefördert durch



So funktioniert's

Von analog zu digital und wieder zurück: So funktioniert das neue CCB Magazin

Auch #3 von „The Big Good Future“ ist ein analog-digitales Printprodukt. 30 Beiträge lest ihr direkt hier im Heft, weitere 40 findet ihr online im CCB Magazin auf Creative City Berlin, wenn ihr auf die QR-Codes unter den Beiträgen geht – und das Magazin wächst im Netz weiter. Viel Spaß!

www.creativecity.berlin
#ccbmagazin #nachhaltigkeit

„Kultur war immer radikal, neu, hat Bestehendes umgestoßen, gegen Verhältnisse rebelliert und Gewissheiten verrückt. Und die Nachhaltigkeitsdebatte, die wir so zwingend führen müssen, kann und muss durch die Kultur wichtige und neue Impulse erfahren.“



Dr. Klaus Lederer
Senator für Kultur und Europa
Foto © Petrov Ahner

Der Koalitionsvertrag, die Arbeitsgrundlage des Senats, ist quasi noch warm: mehr als 150 Seiten voller Vorhaben, die SPD, GRÜNE und LINKE in den nächsten fünf Jahren besser fortführen und neu stemmen wollen. Gemeinsam. Allein das Kapitel für die Kultur beschreibt auf sechs Seiten, was für die Kulturszene der Stadt verbessert werden soll und was wir als Themen ganz neu angehen.

Darin steht auch, beinahe wie eine Überschrift über allen Plänen, dass die Berliner Kulturpolitik „den Grundsätzen von Freiheit, sozialer Gerechtigkeit, fairer Vergütung, Equal Pay, ökologischer Nachhaltigkeit, Gleichstellung, Diversität und Inklusion verpflichtet“ ist. Das sind keine wohlfeilen Worte, es sind unsere Grundsätze, an denen wir uns messen lassen. Und in zig Projekten, zig Einrichtungen wird seit Jahren nach diesen Prämissen gearbeitet. Zu tun ist dennoch genug.

Für das, was zu tun ist, was man tun kann, erweitert diese Ausgabe den Horizont, bietet manch neue Einsicht. Seit seinem Ursprung, nur so viele Bäume zu fällen wie nachwachsen können, hat der Nachhaltigkeitsgedanke nahezu alle Bereiche erfasst. Die Kultur, Produktion wie Präsentation, ist da keine Ausnahme – und dennoch war und ist Kultur immer besonders.

Kultur war immer auch radikal, neu, hat Bestehendes umgestoßen, gegen Verhältnisse rebelliert und Gewissheiten verrückt. Aber Kultur ist mehr als das: „Kultur ist ein Gemeinschaftsgut und Kulturinstitutionen haben eine Vorbildfunktion in der Gesellschaft.“ (S. 43) Sie ist essenziell für die Verständigung der Gesellschaft mit sich selbst. Will sagen: Die Nachhaltigkeitsdebatte, die wir so zwingend führen müssen, kann und muss durch die Kultur wichtige und neue Impulse erfahren. Zugleich ist die Kultur unentbehrlich dafür, die Debatte in die Breite der Gesellschaft zu tragen.

Da gibt es Hochinteressantes zu lesen, beispielsweise das Interview zur Schaubühne: CO₂ vermeiden, reduzieren und kompensieren. Gedanken zur Clubkultur und wie man hier ökologisch nachhaltige Lösungen finden kann. Oder auch der Beitrag zu Projekträumen zur Nachhaltigkeit in der Kunst. Dann weiter über gerechte Bezahlung und die Überwindung des Gender Pay Gap, auch jeweils Beiträge zur Nachhaltigkeit. Die Gedanken zum Bauen und zum Denkmalschutz, in dem wir baukulturellen Bestand weiter nutzen ... Mir wird dabei bewusst, wie die Ableitung von Überschriften zu Inhalten gelingt, wie großartig die Stadt längst dabei ist, ihren Beitrag zu leisten.

Jede*r kann wo er oder sie steht etwas tun, damit wir ökologisch nachhaltig und klimaneutral arbeiten. Mir ist jedoch klar, dass es „die Politik“ braucht, um solch tollen Initiativen, großartigen Ideen und umwälzenden Gedanken den Weg zu ebnen.

Intro und Perspektiven	Ökologie	Soziales	Ökonomie
1 Editorial 2 Impressum 3 Grußwort 6 Was braucht diese Welt? Fünf Positionen zu Beginn 10 Wie kam der Nachhaltigkeits- begriff in die Kultur? Ein Streifzug durch die Geschichte 12 Das Leitinterview: Im Gespräch mit Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber 	18 Mode & Kreislaufwirtschaft – Wie produziert man für die Zukunft? Die Modeexpertin Hannah Kromminga erklärt's 22 Wie nachhaltig ist die Literatur- szene? Im Gespräch mit Anke Oxenfarth vom oekom Verlag 26 Die ersten Cradle-to-Cradle- Häuser entstehen. Der Architekt Jörg Finkbeiner plant und baut sie 30 Das Blaue vom Himmel oder das Grün der Zukunft? Ein Streit- gespräch über Cradle to Cradle 34 Wie sieht ökologisches Filme- machen aus? Ein Beitrag von Korina Gutsche 36 Wie stellt man nachhaltig her? Ein Besuch beim Modelabel <i>A New Kind of Blue</i> 40 Der Kunstbetrieb will grün werden, aber wie? Das Beispiel Schaubühne 44 Werden die Clubs jetzt nachhaltig? Im Gespräch mit Clubtopia 48 Kunst trifft auf Design, Problem auf Lösung: So wird Zukunft gemacht 54 CO₂-Rechner im Vergleich 55 Der Siegel-Check She She Pop Foto © Benjamin Krieg	58 Klein aber fein: <i>Auf Augenhöhe</i> ist das erste Modelabel für Klein- wüchsige. Von Sema Gedik 62 Smart aber fair: Eine Genossenschaft schafft soziale Absicherung für Selbstständige. Von Magdalena Ziomek und Alicja Möltner 64 Nur reden reicht nicht: Ein Kom- mentar von Nicola Bramkamp zum Gender Pay Gap 66 Kiez und Kollaboration: Zu Besuch bei der ersten Berliner Nachhaltigkeitsgalerie 70 Selbermachen, Dörfer schaffen: Frederik Fischer gründet in Brandenburg ein Dorf 74 Könnt ihr noch oder leidet ihr schon? Was hat kreative Arbeit mit Gesund- heit zu tun? Im Gespräch mit der Kommunikationsagentur Shitshow 	80 Was braucht es für eine nachhaltige Gesellschaft? Im Gespräch mit dem Nachhaltigkeitsforscher Niko Paech 83 Wir über uns: Das Angebot von Kreativ Kultur Berlin 84 Wie sehen nachhaltige Förderungen und Finanzierungswege aus? Ein Überblick von Sabrina Apitz und Melanie Seifart 86 Die Kleinen gegen die Großen: Haben alternative Geschäfts- modelle eine Chance? Von Felicia Holtkamp 90 Groß finanziert klein: Sind nach- haltige Investitionen in die Kreativ- wirtschaft die Zukunft? Im Gespräch mit Juliane Schulze von <i>Media Deals</i> 94 Wie nachhaltig ist Crowdfunding? Experte Shai Hoffmann klärt auf 96 Special Digitalisierung: Schafft die Digitalisierung mehr Nachhaltigkeit? Ein Gespräch mit dem Transformationsforscher Prof. Dr. Tilman Santarius 100 Neun Perspektiven zum Schluss: Wie sieht die Gesellschaft von morgen aus? Black Liquor Foto © Stögerer / Kempkens

Was braucht diese Welt?

Fünf Positionen zu Beginn.

„ Wir brauchen eine neue Allianz zwischen Design, Forschung und Wirtschaft.



Zane Berzina
eine der Gründerinnen des *greenlab*, Professorin an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee und Künstlerin

© Julia Wolf

Die Corona-Pandemie hat gezeigt: Die Politik hört plötzlich auf die Wissenschaft. Auch im Bereich der Nachhaltigkeitsforschung würde ich mir das wünschen. Wir vom *greenlab* der Kunsthochschule Weißensee bilden seit unserer Gründung 2010 eine Schnittstelle zwischen Design, Forschung und Wirtschaft – Ziel ist es, Synergien für eine nachhaltigere Zukunft zu schaffen. Um die 100 Projekte haben wir bislang gefördert. Viele der Projekte, die im *greenlab* begonnen haben, haben großes Potential: *A New Kind of Blue* zum Beispiel entwickelt Zero-Waste-Strategien für Denim (siehe S. 36). *Black Liquor* erforscht das Potenzial von Lignin als nachhaltigem Material, das als Abfallstrom bei der Papierherstellung anfällt (siehe S. 51). *Mujo* wiederum stellt Verpackungen aus Algen her, die sich nach Gebrauch in Wasser auflösen, ohne Schadstoffe zu hinterlassen. So wird Gesellschaft gestaltet, so fangen gesellschaftliche Veränderungen an. Denn die Probleme des 21. Jahrhunderts sind so komplex, dass einzelne Disziplinen sie nicht mehr lösen können. Was es darum braucht, ist eine neue Allianz zwischen Design, Forschung und der Wirtschaft. Es besteht auch kein Zweifel daran, dass Industrie und Wirtschaft von solchen Kooperationen profitieren. Oder mit den Worten des Designtheoretikers Victor Margolin: Design produziert „greifbare Ergebnisse, die als Demonstrationen oder Argumente dafür dienen können, wie wir leben könnten“.



„ Wir müssen die bevorteilen, die ökologisch handeln.



Stephan Bohle
Nachhaltigkeitsexperte und Gründer der Unternehmensberatung *futurestrategy*

© Kerstin Jana Kater

Seit bald 20 Jahren berate ich Unternehmen zur Frage, wie sie nachhaltig werden können. Damals war Nachhaltigkeit ein Nischenthema. Mittlerweile stellt sich eine ganze Gesellschaft darauf ein. Ich empfehle in meinen Beratungen, keine halben Sachen zu machen. Denn wer nachhaltig werden will, muss das gesamte Geschäftsmodell transformieren: Prozesse, Strukturen, das Mindset und die Werte des Unternehmens. Und wir müssen uns jetzt alle auf den Weg machen. Noch ist es leider so, dass nachhaltig wirtschaftende Unternehmen benachteiligt sind, weil sie ihre Umwelt- und Sozialkosten stärker internalisieren und nicht auf die Gesellschaft übertragen. Dieses Prinzip wird sich ändern: Seit Januar 2021 gibt es den neu eingeführten CO₂-Preis, der mit niedrigen 25 Euro pro Tonne beginnt. Im Juni 2021 wurde zudem ein neues Lieferkettengesetz beschlossen, das Unternehmen mit mehr als 3.000 Beschäftigten verpflichtet, über ihre Lieferketten Menschenrechte und Umweltstandards einzuhalten. Noch liegt der Anteil der Unternehmen, die sich an strengen Nachhaltigkeitskriterien orientieren, bei mageren 0,15 Prozent. Das ist eindeutig zu wenig. Die Entwicklung zeigt aber, dass bereits 52 Prozent aller Konsumenten beim Kauf auf Nachhaltigkeit achten, neuere Studien gehen sogar von 70 Prozent aus, darunter sind immer mehr Jüngere. Das wird langfristig nicht nur die Unternehmenskultur verändern. Es wird die Gesellschaft zu einer nachhaltigeren machen, und hier erhoffe ich mir gerade von der Kultur und Kreativwirtschaft neue Impulse und Konzepte.



„ Wir brauchen ein Home-Office-Gesetz und nachhaltige Investitionen.



Jeannine Koch
ehemalige Direktorin der *re:publica* und heutige Vorstandsvorsitzende von *media:net berlinbrandenburg*

© Emely Timm – Die Hoffotografen

Wir sehen gerade, dass sich durch die Digitalisierung alles verändert: Veranstaltungsformate werden digitaler. Das Thema „Beyond Entertainment“ gewinnt an Bedeutung. Formen des immersiven Erlebens bieten neue Begegnungsmöglichkeiten, und mal ehrlich: Müssen wir zum Händeschütteln noch nach NRW fliegen? Ich denke nicht. Die Corona-Krise hat eindringlich gezeigt, was alles möglich ist und wie neue Hybridveranstaltungen die Kultur bereichern können. Zudem bringt das Home Office den Nachhaltigkeitsgedanken entschieden voran: Wie eine Greenpeace-Studie kürzlich herausfand, können 5,4 Millionen Tonnen CO₂ jährlich eingespart werden, wenn 40 Prozent der Arbeitnehmenden dauerhaft an zwei Tagen pro Woche im Home Office arbeiten. Das entspricht 18 Prozent aller durch Pendeln entstehenden Emissionen. Und wer nicht dauerhaft pendeln muss, schränkt nicht nur CO₂-Emissionen ein. Er reduziert Stress, der durch das Pendeln entsteht. Zudem kann dadurch das Umland attraktiver werden, was den angespannten Wohnungsmarkt in Berlin entlastet. Das heißt: Wir brauchen nicht nur ein Home-Office-Gesetz, das Arbeitnehmer*innen stärkt. Wir brauchen Investitionsförderungen für die Kultur, die nachhaltig sind. Genau hierfür mache ich mich stark. Als Vorstandsvorsitzende von *media:net berlinbrandenburg* verrete ich Berlin als Standort über ein Branchennetzwerk mit 450 Mitgliedern.



” Die Institutionen sind jetzt in der Pflicht.



Nina Schallenberg
Kuratorin der Nationalgalerie und Nachhaltigkeitsbeauftragte der Stiftung Preußischer Kulturbesitz

© SPK / Dominik Twillemeier

Angesichts des menschengemachten Klimawandels müssen sich nationale und internationale Kultureinrichtungen auf den Weg machen – sie müssen ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten. Das gilt auch für die Stiftung Preußischer Kulturbesitz (SPK). Wir verfolgen die Vision eines in ökologischer, sozialer und ökonomischer Hinsicht nachhaltigen Handelns. Die CO₂-Neutralität vor 2035 ist unser erstes Ziel. Doch wie ist das zu gestalten? Am 1. Oktober haben mein Kollege Daniel Naumann und ich die neu geschaffenen Stellen der Nachhaltigkeitsbeauftragten angetreten. Sie sind ein erstes Ergebnis davon, was wir als SPK-Mitarbeiter*innen in zahlreichen Diskussionen und Projekten für ein nachhaltigeres Handeln in der Stiftung angestoßen haben. In einem partizipativen Prozess wurden fünf AGs gegründet, die Maßnahmen in den Bereichen Ressourcenschonung, Recycling, Begrünung, Mobilität und Nahrungsmittel voranbringen. Eine stiftungsweite Taskforce konzentriert sich wiederum auf übergeordnete Fragen wie die Erfassung des CO₂-Verbrauchs oder die Entwicklung einer Governance. In enger Zusammenarbeit mit diesen Gruppen entwerfen wir eine Nachhaltigkeitsstrategie für die SPK, in der die verschiedenen Stränge zusammenkommen. Zur Kanalisierung der Prozesse streben wir zudem eine EMAS-Zertifizierung der Stiftung an, die uns Aufschluss über die Umweltauswirkungen unseres Handelns gibt und eine dauerhaft nachhaltige Entwicklung unterstützt. Das Bewahren von Objekten und Wissen für künftige Generationen gehört zu den Kernaufgaben der SPK. Daher stehen wir nicht nur als Individuen, sondern auch als Institution in der Pflicht, dass diese Welt zukunftsfähig ist.



” Wir müssen die Angst vor Verzicht in die Lust auf Innovation verwandeln.



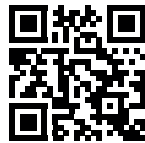
Jacob Sylvester Bilabel
Gründer der *Green Music Initiative* und Leiter des *Aktionsnetzwerks Nachhaltigkeit*

© Daniel Pasche

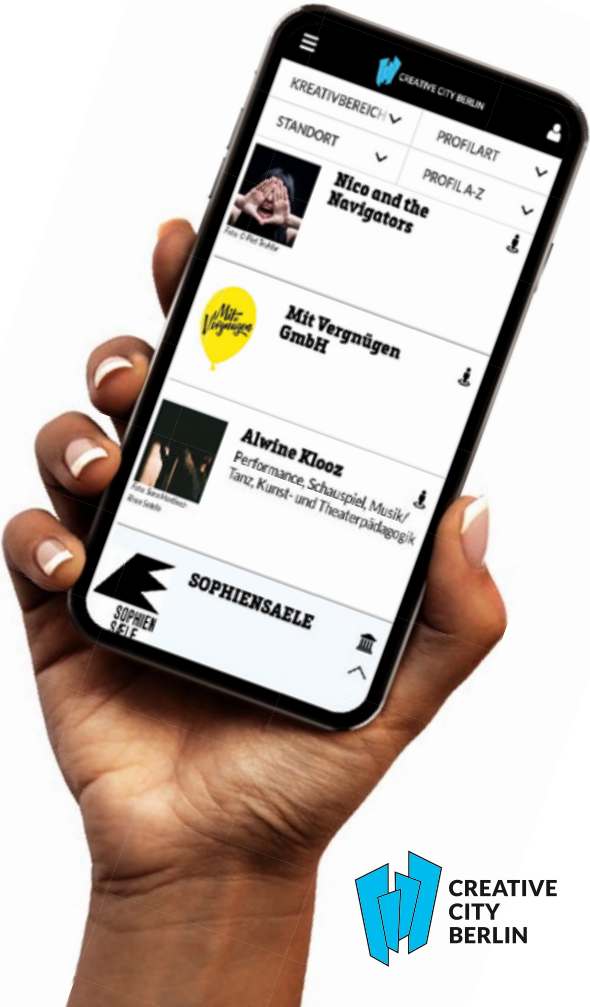
Bei mir fing alles in der WG an. In jeder WG gibt es irgendwann die Situation, wo man in der Küche sitzt und einer sagt, der Kühlschrank ist kaputt. Dafür fühlt sich meist keiner verantwortlich. Ich war derjenige, der sich verantwortlich gefühlt hat – und heute kümmere ich mich um nachhaltige Belange im Bereich der Kultur. 2012 habe ich die *Green Music Initiative* gestartet. Im Herbst 2020 habe ich das *Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit* ins Leben gerufen, eine spartenübergreifende Anlaufstelle für das Thema Betriebsökologie im Bereich Kultur und Medien, das unter anderem von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien finanziert wird. Das Ziel: das Thema Nachhaltigkeit in der Kultur voranbringen. Wir als Aktionsnetzwerk fokussieren uns dabei auf die Betriebsökologie und bündeln die Expertisen von rund 30 Partnern, vom Deutschen Museumsbund über die Filmförderungsanstalt bis hin zum Humboldt Forum oder der documenta. Wir bieten zusammen mit der IHK Köln zertifizierte Weiterbildungen zum/zur „Transformationsmanager*in Nachhaltige Kultur“ an und haben einen von der E.ON Stiftung geförderten CO₂-Rechner für die Kultur ins Leben gerufen. Man muss wissen: 85 Prozent der Emissionen im Kulturbereich sind vergleichbar mit denen in vielen anderen Bereichen. Heizung, Lüftung, Strom – das ist beim Museum nicht anders als in der Lackiererei, die dicken Brocken sind gleich. Unser Rechner ist aber auf das Feintuning im Kulturbereich eingestellt, das kann bisher noch kein anderer CO₂-Rechner. Denn wenn wir Kultur verändern wollen, müssen wir jetzt handeln. Wir müssen die Angst vor Verzicht in die Lust auf Innovation verwandeln.



Finde Akteure, Netzwerke und Expert*innen der Berliner Kultur- und Kreativszene auf **Creative City Berlin** mit mehr als **24.000 Profilen!**



www.creativecity.berlin



Am Anfang war der Förster

Der Nachhaltigkeitsbegriff erobert die Kultur. Aber woher kommt der Begriff? Für was steht er und wie haben sich Nachhaltigkeitsaspekte in der Kultur und Kreativwirtschaft durchgesetzt? Ein Streifzug durch die Geschichte.

Waldbewirtschaftung

Der Freiburger Oberberghauptmann Carl von Carlowitz spricht zum ersten Mal von „nachhaltender Nutzung“. 1732 fordert der Oberjägermeister Hermann Friedrich von Göchhausen, nur so viele Bäume zu fällen, wie nachwachsen können. Der Nachhaltigkeitsbegriff ist geboren.

1713



Ökologiebewegung

Die erste Welle der Ökologiebewegung entsteht. Die Kultursektoren spielen noch keine Rolle. Allerdings formiert sich ab Mitte des 19. Jahrhunderts in England die Reformbewegung Arts and Crafts, die eine Alternative zur Massenproduktion anstrebt.

1860



Grenzen des Wachstums

Viktor Papanek fordert 1971 in „Design for the Real World“ Verzicht und ökologische Kriterien der Produktion. 1972 findet in Stockholm die erste größere internationale Umweltkonferenz statt. Im gleichen Jahr wird der wegweisende Bericht „Die Grenzen des Wachstums“ des Club of Rome veröffentlicht. 1973 werden über die Aktivitäten von UNEP der Begriff und die Strategie „Eco-development“ begründet.

1970er



Club of Rome

Der Club of Rome wird gegründet, er vereint Expert*innen verschiedener Disziplinen aus 30 Ländern. Im selben Jahr wird in Berlin das Internationale Designzentrum (IDZ) ins Leben gerufen. Eine der beiden Eröffnungsausstellungen hat den Titel „Design – Umwelt wird in Frage gestellt“.

1968



Die Grünen

1980 gründen sich die Grünen. 1982 initiiert Joseph Beuys das Projekt „7000 Eichen – Stadtverwaltung statt Stadtverwaltung“. Der 1987 verfasste Brundtland-Bericht prägt das moderne Nachhaltigkeitsverständnis.

1980er



Cradle to Cradle

1992 tagt die UN-Konferenz in Rio de Janeiro. Kultur als Faktor der Nachhaltigkeit wird erstmals im Kapitel 36 der Agenda 21 berücksichtigt. 1994 wird das Nachhaltigkeitsdreieck begründet, das die Bereiche Ökologie, Soziales und Ökonomie verzahnt. 1996 tritt in Deutschland das erste Kreislaufwirtschafts-/Abfallgesetz in Kraft. Ende der 1990er Jahre wird das Prinzip Cradle to Cradle entwickelt (s. S.30).

1990er



1,5-Grad-Ziel & 17 Goals

Die Kulturstiftung des Bundes erstellt ab 2010 mehrere Publikationen zur Nachhaltigkeit in der Kultur. 2012 tritt das Kreislaufwirtschaftsgesetz in Kraft, das zur Schonung der Ressourcen beitragen soll. 2015 werden die Pariser Klimaziele mit einer Erderwärmung von 1,5, maximal 2 Grad völkerrechtlich verankert und die 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 der UN verabschiedet: Nachhaltige Arbeit, Produktion und Konsum werden erstmals als internationale Ziele definiert.

2010–2015



Tutzing Manifest

2001 wird das Tutzing Manifest von Kulturinstitutionen und Kulturschaffenden verfasst, um die „kulturell-ästhetische Dimension“ der Nachhaltigkeit zu stärken. 2006 begründet der Ökonom Niko Paech die Postwachstumsökonomie (s. S. 80). Initiativen wie die Green Music Initiative werden ins Leben gerufen und die Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) von Christian Felber verfasst. Einzelpersonen und Unternehmen wird damit ein wertorientiertes Messwerkzeug an die Hand gegeben.

2000er



European Green Deal

In Berlin gründen sich zahlreiche Initiativen: Die ESMOD initiiert den Studiengang „Sustainability in Fashion“. Die Green showrooms und die Ethical Fashion Show formieren sich im Rahmen der Berlin Fashion Week. 2016 wird das erste Lab zur textilen Kreislaufwirtschaft, das CRCLR House, ins Leben gerufen, auch im Filmbereich entstehen Initiativen. 2019 wird der European Green Deal von der Europäischen Kommission verabschiedet, um die Netto-Emissionen von Treibhausgasen bis 2050 in der Europäischen Union auf null zu setzen.

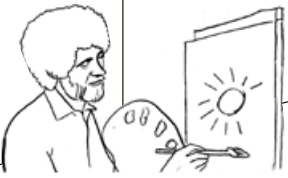
2015–2020



Gallery Climate Coalition

In London formiert sich die Gallery Climate Coalition (GCC), um die CO₂-Emissionen in Kunstbetrieben bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren. Auch in Berlin bildet sich ein Ableger. Die Kulturstiftung des Bundes lanciert ein Pilotprojekt zur Klimabilanzierung mit 19 Institutionen, darunter die Schaubühne Berlin (s. S. 40).

2020



Lieferkettengesetz

Am 11. Juni 2021 wird das Lieferkettengesetz verabschiedet, das 2023 in Kraft tritt (s.S.101). Zudem sind die Einwegkunststoff-Verbotsverordnung und die Einwegkunststoff-Kennzeichnungsverordnung verabschiedet worden. Auch im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit tut sich etwas: Seit Mai 2021 gilt das neue Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (s.S. 60), und weitere Schritte werden 2022 folgen. Wir dürfen gespannt sein.

2021



„Wir haben noch ein Jahrzehnt“



Hans Joachim Schellnhuber ist einer der renommiertesten Klimaforscher der Welt. Er war Berater von Angela Merkel, er hat die Kippelemente in die Forschung eingeführt, auch die Pariser Klimaziele mit einer Erderwärmung von höchstens zwei Grad gehen auf ihn zurück. Jetzt bringt er mit 71 Jahren sein neuestes Lebenswerk voran: das Projekt „Bauhaus der Erde“, um die ökologische Architektur voranzutreiben. Wir sprachen mit ihm über den Mut zur Konsequenz, eine mögliche neue Klimaregierung und was Kunst, Kultur und Politik von der Forschung lernen können.

Interview: Jens Thomas

Foto © Paulus Ponizak

„ Deutlich unter 2 Grad zu bleiben werden wir nicht mehr schaffen. Mit der Stärkung der Kohlenstoffsenken durch Wiederaufforstung, einer Rückgewinnung von Feuchtgebieten und organischer Architektur können wir uns aber langsam wieder in einen erträglichen Temperaturbereich zurückarbeiten.

Hans Joachim Schellnhuber ist promovierter Physiker. Bis September 2018 war er Direktor des 1992 von ihm gegründeten Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung (PIK). Von 2009 bis 2016 war er Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU). Er ist langjähriges Mitglied des Weltklimarats (IPCC) und hat zahlreiche wichtige Entscheidungsträger*innen beraten.

CCB Magazin: Herr Schellnhuber, Sie gelten als einer der weltweit einflussreichsten Klimaforscher und blicken auf eine 40-jährige Laufbahn als Klimaexperte zurück. Sie haben, wenn ich richtig gerechnet habe, einen 13-jährigen Sohn. Läuft der denn schon bei den Protestaktionen von Fridays for Future mit?

Hans Joachim Schellnhuber: Oh ja, das macht er tatsächlich – ein aufgeweckter Bursche. Er interessiert sich allerdings noch mehr für politische Systeme und soziale Gerechtigkeit. Ich bin gespannt, welchen Weg er später einschlagen wird.

Sie haben 1992 das Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) gegründet, dessen Leitung Sie 2018 abgegeben haben. Es hat bis heute maßgeblichen Einfluss auf Wissenschaft und Politik. Sie haben das PIK einmal als Ihre größte Lebensleistung bezeichnet. Erinnern Sie sich noch an die ersten Gehversuche?

Natürlich! 1990 war gerade der erste Bericht des Weltklimarates erschienen. Da wurde einigen klar, dass gehandelt werden muss. Klaus Hasselmann, der letztes Jahr den Physiknobelpreis als Klimamodellierer gewonnen hat, hatte damals angeregt, ein Institut für Klimafolgenforschung zu etablieren. Der damalige Bundesforschungsminister Heinz Riesenhuber (CDU) holte mich dann 1991 als Gründungsdirektor des PIK nach Potsdam. Der menschengemachte Klimawandel war damals allerdings noch ein recht exotisches Thema. Ich spürte jedoch, dass das ein Jahrhundertthema werden würde. Und auch weil ich ab 1994 Angela Merkel in ihrer damaligen Funktion als Umweltministerin beriet, gewann das Institut stetig an Einfluss. Wir haben klein angefangen, mit rund 20 Mitarbeiter*innen. Anfangs saßen wir bizarrerweise in den Büros der ehemaligen Stasi-Zentrale in der Berliner Normannenstraße. Glücklicherweise konnten wir dann auf den Potsdamer Telegrafenberg ziehen, wo früher Albert Einstein und andere Unsterbliche der Wissenschaft wirkten. Heute arbeiten am PIK mehr als 300 feste Mitarbeiter*innen und bis zu 100 Gastforscher*innen in fünf Häusern.

2006 wurden Sie dann von Angela Merkel persönlich zum Klimaberater der Bundesregierung berufen. Die klimapolitischen Erfolge sind, wenn wir ehrlich sind, ernüchternd. Haben Sie die Regierung jahrelang falsch beraten oder hat man zu wenig auf Sie gehört?

Weder noch. Angela Merkel hat die Thematik als Physikerin durchaus verstanden. Mit ihrer Partei war aber wohl nicht mehr zu machen. Das ist das Paradoxon wissenschaftlicher Beratung: Man kann auf Grundlage solider Forschung präzise feststellen, was zu tun wäre. Die Politik sucht aber in der Regel nach oberflächlichen Lösungen, weil der Wähler die Zumutung kurzfristiger Nachteile zugunsten langfristiger Vorteile sofort bestrafen würde. Und man hat über die Jahre schlichtweg die Kippelemente nicht ernst genommen, bei denen sich drastische Veränderungen ab einer bestimmten Temperatur unumkehrbar vollziehen – dazu gehören das Abschmelzen der Eisschilde, das Versiegen des Golfstroms oder die Chaotisierung des indischen Sommermonsuns. Als

die Finanzkrise 2008 kam, war das Klimathema ohnehin vom Tisch. Erst jetzt erkennt man die Problematik parteiübergreifend. Darum habe ich die Hoffnung, dass die neue Regierung eine Klimaregierung werden könnte.

Ach ja?

Das Sondierungspapier war zwar voller gequälter Kompromisse. Aber der Geist dahinter ist ein offener. Ich könnte mir vorstellen, dass man im Laufe der Legislaturperiode einige wegweisende Dinge in Gang bringt. Dazu gehört zum Beispiel der unvermeidbare Übergang zu einer regenerativen, biobasierten Kreislaufwirtschaft. Grundvoraussetzung dafür ist ein Transformationsministerium, das Energie, Industrie, Landnutzung, Bauen und Mobilität zusammenbringt. Ziel der nächsten Regierung muss die Klimaneutralität bis 2040 sein.

Sie waren einer der ersten, der eine Klimaerwärmung auf maximal zwei Grad gefordert hat. Als Mitglied der deutschen Delegation waren Sie 2015 an der Aushandlung der Pariser Klimaziele von 1,5 bzw. 2 Grad maßgeblich beteiligt. Welche Hoffnung haben Sie, dass die Pariser Klimaziele noch erreicht werden?

Deutlich unter 2 und sogar unter 1,5 Grad zu bleiben scheint mir momentan kaum noch realisierbar. Dazu müssten wir den Kohlenstoffdioxidgehalt in der Erdatmosphäre auf maximal 450 ppm begrenzen. Die globalen Emissionen müssten weit vor 2050 auf null sinken. Die Chance dafür liegt bei vielleicht fünf Prozent. Mich hat es ohnehin gewundert, dass die 1,5-Grad-Leitplanke in Paris vereinbart wurde. Das war von Beginn an – verständliches – Wunschdenken. Ich gehe sogar davon aus, dass wir zwischenzeitlich über die zwei Grad hinauschießen. Mit der Stärkung der Kohlenstoffsinken durch Wiederaufforstung, einer Rückgewinnung von Feuchtgebieten und organischer Architektur können wir uns aber langsam wieder in einen erträglichen Temperaturbereich zurückarbeiten. Wenn gar nichts geschieht, wird die Erdtemperatur in den nächsten Hunderten von Jahren um bis zu acht Grad steigen, allein bis zum Ende dieses Jahrhunderts um vier Grad. Das wäre erdgeschichtlich so, als würden wir vor 30 Millionen Jahren leben, mit brutalen Wetterextremen und einem Meeresspiegelanstieg im Dutzendmeterbereich.

Herr Schellnhuber, unsere Ausgabe lautet „The Big Good Future“. Wir beschäftigen uns mit Nachhaltigkeitsstrategien in der Kultur und Kreativwirtschaft. Welche Rolle kommt Kulturschaffenden Ihrer Meinung nach im aktuellen Klima- und Nachhaltigkeitsdiskurs zu?

Sie müssen sich aus ihrem Kiezlehnstuhl erheben und sagen: Wir machen das nicht mehr mit. Und wer, wenn nicht die Kunst- und Kulturschaffenden, kann die dunklen Ecken der industriellen Moderne grell ausleuchten? Ich habe über Jahre selbst versucht, Kunst- und Kulturakteure für die Klimadebatte zu gewinnen – ohne nennenswerten Erfolg. Erst jetzt macht sich eine ganze Armada auf den Weg, um dem Klimawandel zu trotzen. Was wir brauchen, sind sektorübergreifende Innovationen. Der Übergang zu einer regenerativen Kreislaufwirtschaft ist unvermeidbar. Dazu kann die Kultur und Kreativwirtschaft einen entscheidenden Beitrag leisten.

Sie haben gerade das Projekt „Bauhaus der Erde“ auf den Weg gebracht, um den Holzbau über kreislauffähige Verfahren voranzubringen. Der Gebäudesektor verursacht 40 Prozent des gesamten CO₂-Ausstoßes. Der Nachhaltigkeitsbegriff wurde 1713 von Hans Carl von Carlowitz mit der Forderung begründet, dass nur so viel Holz geschlagen werden solle wie natürlich nachwachsen könne. Sie als Klimaforscher fordern eine Rodung der Wälder?

Nein, auf keinen Fall. Wir müssen insbesondere degradierte Flächen in aller Welt aufforsten, um darüber CO₂ neu zu binden. Wälder nehmen fast ein Drittel der jährlich vom Menschen ausgestoßenen CO₂-Mengen auf. Wir müssen uns jetzt von den Fehlern der Vergangenheit verabschieden, indem wir aufhören, Stahl und Beton zu verbauen, der nicht vernünftig wiederverwertet werden kann. Hier setzt auch unser Projekt „Bauhaus der Erde“ an: Wir wollen den Green Deal, den Umbau der gesamten Volkswirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit, mit dem Bauhaus-Konzept adressieren. Das Bauhaus entstand 1919. Es strebte nach Gesamtkunstwerken, die Architekten, Designer, Handwerker und Künstler zusammenführten. Diesen Ansatz müssen wir heute unter ökologischen Vorzeichen neu verfolgen.

Und das heißt jetzt?

Das bedeutet, dass wir gezielt auf Holz, Bambus, Hanf, Lehm und andere Materialien ohne schweren CO₂-Rucksack setzen. Unser Konzept sieht hierzu unter anderem vor, weit über 90 Prozent der baulichen Wertstoffe zu rezyklieren. Am Projekt „Bauhaus der Erde“ werden bald über 50 Wissenschaftler*innen, Bauexpert*innen und Kreative arbeiten. Im Zentrum steht die Vision einer organischen Architektur, deren nachwachsende Rohstoffe einer klug bewirtschafteten Biosphäre im dynamischen Gleichgewicht entnommen werden. Das setzt einen attraktiven Nachfragemarkt für den Waldbestand voraus, der sich trotz Nutzung positiv entwickelt. Die geerntete Biomasse wird in langlebigen Produkten wie Brettsperrholz oder chemiefreien Möbeln gespeichert. Damit entziehen wir der Erdatmosphäre wieder einen Teil des CO₂, das durch die fossile Energiewirtschaft ausgestoßen wurde. Im Endeffekt können wir so signifikante Mengen des Kohlenstoffbudgets freigeben, das wir weltweit noch haben, um die Erderhitzung auf zwei Grad gegenüber vorindustriellen Zeiten zu begrenzen.

Autoren wie Peter Wohlleben würden Ihnen widersprechen. Er fordert, dass wir Wald nicht roden dürfen, sondern natürlich wachsen lassen müssen, um den Waldbestand als Kohlenstoffspeicher zu stärken. Architekten wie Daniel Fuhrhop wenden sich sogar gänzlich vom Neubau ab – es müsse um den Umbau des bisherigen Bestandes gehen. Und Gegner der Kreislaufwirtschaft argumentieren, dass sie nicht vom Überkonsum abrücke. Nachhaltigkeitsforscher Niko Paech fordert in dieser Ausgabe eine drastische Reduktion von Konsum und Produktionsleistungen. Nur so habe eine nachhaltige Gesellschaft eine Chance.



Prof. Dr. Schellnhuber. Bezeichnet sich selbst als zähen Niederbayern. Er forscht seit 40 Jahren zum Klimawandel. Foto © Paulus Ponizak

Das ist jetzt ein ganzer Reigen an falschen bzw. fragwürdigen Aussagen! Wie viele Druckseiten geben Sie mir für die Entgegnung? Lassen Sie mich in aller Kürze Folgendes klarstellen: Natürlich muss neu gebaut werden, wenn die zusätzlichen zwei Milliarden Menschen, die bis 2050 auf diesem Planeten erwartet werden, ein Zuhause finden sollen. Außerdem leben Milliarden der jetzigen Erdenbürger noch in informellen bzw. elenden Siedlungen. Das zu ignorieren, wäre postkoloniale Arroganz. Im Übrigen ist auch das wohlhabende Deutschland vollgestellt mit hässlichen, dysfunktionalen Nachkriegsbauten, die ersetzt werden müssen. Und was die neumodische Försterromantik angeht: Seit 1.000 Jahren oder mehr bewirtschaften wir Waldökosysteme, und das geht durchaus nachhaltig. Was die Naturpuristen verkennen ist, dass ein sich selbst überlassener Wald irgendwann den Klimax-Zustand erreicht und dann kein CO₂ mehr bindet. Durch das wertschöpfende Auskoppeln von Biomasse wird dagegen so etwas wie eine permanente Pumpe für „negative“ Emissionen in Gang gesetzt. Und für die Kreislaufwirtschaft gilt: Natürlich sollten sich auch die Zirkulationsfreunde vor Augen führen, dass alle vitalen Kreisläufe auf Erden nur partiell geschlossen werden können. Ohne den beständigen Zufluss von Sonnenenergie geht aber gar nichts. Und wenn wir letztere ausgiebig nutzen, können wir uns als Zivilisation auch in größeren Quasi-Zirkeln drehen.

„Künstler und Kulturschaffende müssen sich aus ihrem Kiezlehnstuhl erheben und sagen: Wir machen das nicht mehr mit. Und wer, wenn nicht sie könnten die dunklen Ecken der industriellen Moderne grell ausleuchten?“

Herr Schellnhuber, wir thematisieren in dieser Ausgabe die Nachhaltigkeitsfrage in den verschiedenen Kultursektoren. Auffällig ist, dass Kunst oft radikalen Verzicht übt, während die Kreativwirtschaftssektoren nachhaltige Lösungen unternehmerisch angehen. Als junge Klimaktivist*innen letztes Jahr in den Hungerstreik getreten sind, haben Sie eine Beendigung gefordert – stellten aber klar, dass Sie sich selbst einen Hungerstreik als letzte Konsequenz vorstellen könnten. Müssen wir uns Sorgen um Sie machen?

Nein, zumindest noch nicht (*lacht*). Ich bin außerdem ein zäher Niederbayer und würde vermutlich lange ohne Essen auskommen. Mein offener Brief an die Hungerstreikenden war eine ethische Notwendigkeit, denn es ging tatsächlich um Leben und Tod.

Abschließende Frage: Wie radikal müssen Kunst und Kultur sein, um etwas bewegen zu können?

Kunst und Kultur müssen den Dingen auf den Grund gehen, auch dorthin, wo es schmerzhaft kalt und schmutzig ist. Zugleich bestürzt es mich, wenn junge Menschen in den Hungerstreik treten. Die sollten sich in diesem Alter verlieben, Spaß haben und kühne Pläne schmieden. Aber als Greta Thunberg vorletztes Jahr in mein Büro kam, wurde mir klar, dass die jungen Menschen heute die Last der Zukunftsverantwortung auf sich nehmen, weil die konventionelle Politik diese Verantwortung allzu lange gescheut hat. Und auch viele Kulturschaffende sind inzwischen bereit, diese Last mitzutragen. Wir haben jetzt noch ein Jahrzehnt, um die Weichen umzustellen. Tun wir unsere Pflicht der Menschlichkeit.

Ökologie

Mode & Kreislaufwirtschaft –
Wie produziert man für die Zukunft?

Wie nachhaltig ist die Literaturszene?

Die ersten Cradle-to-Cradle-
Häuser entstehen

Das Blaue vom Himmel oder
das Grün der Zukunft?
Ein Streitgespräch über Cradle to Cradle

Wie sieht ökologisches
Filmemachen aus?

Das Label *A New Kind of Blue*
erfindet die Jeans neu

Der Kunstbetrieb will grün werden,
aber wie? Das Beispiel Schaubühne

Werden die Clubs jetzt nachhaltig?

Kunst trifft auf Design, Problem auf
Lösung: So wird Zukunft gemacht

CO₂-Rechner im Vergleich

Der Siegel-Check



Gib Stoff



Lenny Kravitz jung? Nein, ein uns unbekannter Mann im weißen SILFIR-Anzug. Foto © Studio CNP

Die Modewelt verursacht jährlich Umweltschäden in Milliardenhöhe. Hannah Kromminga, Gründerin der App GIFTD und des Modelabels SILFIR, will ein Zeichen setzen: Über ihre App können gebrauchte Kleidungsstücke verschenkt werden. Die Kollektion ist zu 100 Prozent biologisch oder mechanisch recycelbar. Wie funktioniert das Konzept?

Interview: Jens Thomas

” In Deutschland werden jedes Jahr 230 Millionen fabrikneue Kleider geschreddert, verfrachtet oder verbrannt. Jedes fünfte Kleidungsstück wird so gut wie nie getragen. Hier brauchen wir neue Lösungen.



Hannah Kromminga ist studierte Betriebswirtschaftlerin und begann ihre Karriere 2010 in der Londoner Start-up-Szene. Sie ist Co-Founderin der Greentech Alliance und arbeitet als Strategieberaterin im Bereich der Kreislaufwirtschaft. 2019 gewann sie den Europäischen Kulturpreis „TAURUS Förderpreis Next Generation“. Foto © Europäischer Kulturpreis

CCB Magazin: Hannah, du bist Expertin für textile Kreislaufwirtschaft. Du hast die App GIFTD entwickelt und das nachhaltige Modelabel SILFIR gegründet. Ihr nennt die SILFIR-Kollektion „sustainable fashion – The Soft Workwear Uniform“. Auf den ersten Blick ist sie vor allem eines: weiß. Was ist das Besondere daran?

Hannah Kromminga: Die Kollektion ist ein schlichter, nachhaltiger Unisex-Zweiteiler, der für alle Körperformen und jede Tätigkeit geeignet ist. SILFIR steht für innovative Unisex-Kollektionen, die auf einem Circularity-Konzept beruhen, das heißt auf transparenten Material- und Wertschöpfungsprozessen. Es geht uns aber nicht nur um die Kleidung, sondern auch um den Lebenszyklus der Kleidungsstücke.

SILFIR basiert auf dem Konzept der Kreislaufwirtschaft. Wo liegt das Problem?

Das Problem ist, dass in Deutschland jedes Jahr 230 Millionen fabrikneue Kleider geschreddert, verfrachtet oder verbrannt werden. Laut Greenpeace wird jedes fünfte Kleidungsstück so gut wie nie getragen. Die weltweite Textilproduktion hat sich zwischen 2014 und 2020 in etwa verdoppelt – 2020 wurden rund 200 Milliarden Kleidungsstücke weltweit hergestellt. Zudem verursacht die Textil- und Lederindustrie nach Angabe der Energieagentur IEA einen jährlichen CO₂-Ausstoß von rund 89 Millionen Tonnen. Es ist klar, dass wir so nicht weitermachen können. Darum recyceln wir alle unsere Stoffe und bieten zusätzlich einen umfassenden Reparatur- und Recyclingservice an. Der Wasser-, CO₂- und Abfallverbrauch wird zudem für jedes Kleidungsstück signifikant reduziert. Über ein von uns entwickeltes Rücknahmesystem ermöglichen wir jedem Kunden, den Anzug zurückzusenden oder über die App GIFTD an Freunde, Familie und Nachbarn zu verschenken.

In eure Kollektion ist zusätzlich ein ID-Chip integriert, der über alle an der Produktion Beteiligten, Herstellungsverfahren und -prozesse informiert, wenn man mit dem Handy über das Etikett fährt. Was hat es damit auf sich?

Wir wollen Transparenz schaffen! Vorläufermodell unseres ID-Chips ist die Kollektion der Modedesignerin Ina Budde. Wir waren mit SILFIR sozusagen der erste Berliner Prototyp. Der ID-Chip ist eine Art Circularity-ID, das heißt, er ist in jedes Kleidungsstück integriert und ermöglicht Kunden per QR-Code-Scan oder URL, der Herstellungsgeschichte online bis ins Detail nachzugehen: Wer war alles an der Produktion beteiligt? Wo kommen die Stoffe her? Wurden sie fair gehandelt und wurden die Arbeiter fair bezahlt? Denn wir reden hier über kein nationales Problem, sondern über eines von internationaler Tragweite: Vom Verkauf eines T-Shirts, das hierzulande 29 Euro kostet, bleiben zum Schluss 18 Cent für die Näherinnen in Bangladesch übrig. Außerdem hilft die Circularity-ID den Recyclern, die Kleidungsstücke zu identifizieren und die genaue Zusammensetzung zu erkennen. Letzteres ist wiederum ausschlaggebend für eine sinnvolle Wiederverwertung.

Wie stellt man so eine Kollektion her? Nach welchen Kriterien sucht ihr die Materialien aus? Wo

und wie wird produziert? Werden eure Mitarbeiter auch fair bezahlt? Und an welchen Stellen sagt ihr auch mal: Nein, das machen wir nicht.

Die Mitarbeiter unserer Produktionspartner werden alle fair bezahlt, und die Materialien suchen wir nach der Naturverträglichkeit aus. Uns treibt der Zero-Waste-Gedanke an, das heißt: Jedes Kleidungsstück ist so konzipiert, dass es wieder zu hundert Prozent biologisch oder mechanisch recycelt werden kann. Alles ist aus den innovativsten und nachhaltigsten Bestandteilen zusammengesetzt. Die Schnitte werden von unserer Designerin Anja Krause hier in Berlin konzipiert und mit Materialien aus der Circular-Fashion's-Datenbank realisiert. Produziert wird nach Fair-Wear-Foundation-Standards in Nordportugal. Ein No-Go für uns ist, Nachhaltigkeitsstandards für das Design über Bord zu werfen. Die Nachhaltigkeit steht immer an erster Stelle. Das ist natürlich eine Gratwanderung, denn zu hundert Prozent nachhaltig kann man gar nicht sein.

Ihr setzt am Konzept der Kreislaufwirtschaft an. Dem wird oft entgegengehalten, dass es nicht vom Überkonsum abrückt. Die Studie „Fashion at the crossroads“ von Greenpeace kritisiert, die Modebranche unterliege dem Irrglaube, dass man immer so weitermachen könne, wenn sich nur alles wieder in Kreisläufe zurückführen lasse.

Dem würde ich nicht widersprechen. Beides muss aber kein Widerspruch sein. Das Konzept der Kreislaufwirtschaft setzt ja an der zentralen Prämisse an, Abfälle auf ein Minimum zu reduzieren. Alleine in Deutschland fallen pro Jahr über eine



„ Das Konzept der Kreislaufwirtschaft setzt an der zentralen Prämisse an, Abfälle auf ein Minimum zu reduzieren. Alleine in Deutschland fallen pro Jahr über eine Million Tonnen Kleidungsmüll an. Das können wir nicht mehr ignorieren.

Millionen Tonnen Kleidungsmüll an. Das können wir nicht mehr ignorieren. Und natürlich geht das nur durch ein Abrücken vom Überkonsum. Darum muss Kleidung auch lange haltbar sein, und man muss sie zum Schluss zurückgeben können – entweder wird das Produkt biologisch in die Kreisläufe zurückgeführt, indem es kompostierbar wird, oder es lässt sich technisch in seine Einzelteile zerlegen und recyceln. Ein Problem der Modeproduktion ist zum Beispiel, dass Reißverschlüsse oder Knöpfe nicht einfach kompostierbar sind. Darum ist die technische Recyclbarkeit so wichtig, und auch hier setzt unsere App GIFTD an: Wir schaffen eine neue Ressourcenallokation, wodurch die Weiterverwendung bis zum kompletten Verschleiß garantiert wird. Der Moment des Recyclings lässt sich so maximal hinauszögern.

Aber wie verdienen Modelabels damit Geld? Es ist ein offenes Geheimnis, dass viele kleine Modelabels von ihrer Arbeit kaum leben können. Und die großen Ketten setzen immer mehr auf Nachhaltigkeit, sprich: Sie machen den kleinen Labels Konkurrenz. Wie schafft man es, sich als nachhaltiges Modelabel auf dem Markt gegen andere und vor allem gegenüber der Großindustrie zu behaupten?

Dazu braucht es Investitionen, um möglichst schnell auf eine konkurrenzfähige Auflage zu kommen. Das gelingt den allermeisten Labels aber nicht. Was die kleinen Labels schaffen: Sie üben Innovationsdruck aus. Sie sind die Impulsgeber und

Foto © Daniel Weigel

stoßen Themen an – und sie profitieren davon, dass sie von Anfang an dabei sind und von vornherein Herstellung und Vertriebs- sowie Wachstumsstrategie nachhaltig gestalten. In diesem Punkt haben sie sogar einen Vorteil gegenüber den Großunternehmen, was im Übrigen auch der Pulse Report 2019 der Boston Consulting Group belegt: Gerade die großen Labels und Ketten werden Jahre bis Jahrzehnte am Markt brauchen, um sich an den Nachhaltigkeitstrend anpassen zu können – die Umstellung ist aufwändig und kostet Geld. Die allermeisten kleinen Labels werden nicht zu großen konkurrenzfähigen Marken aufsteigen. Trotzdem nehmen sie durch ihre Innovationen in der Materialentwicklung, im Herstellungsprozess sowie beim Vertriebsmodell eine wichtige Vorreiterrolle für die gesamte Branche ein.



Hier kannst du verschenken – über die App GIFTD kommen alte Klamotten neu in Umlauf. Foto © Karolina Leckowskaya



Foto © Daniel Weigel

Zum Schluss noch einen Tipp bitte: Wie baut man ein nachhaltiges Modelabel nach Kreislaufwirtschaftskriterien auf? Und wie kann man, ohne Nachhaltigkeitsstandards zu verletzen, davon leben?

Ein nachhaltiges Modelabel baut man genauso auf wie jedes andere Business. Man muss sich ein klares Konzept überlegen und gerade am Anfang viele Anpassungen vornehmen, um das Produkt auf dem Markt platzieren zu können. Das ist nicht einfach. Viele Labelbetreiber*innen haben darum weitere Projekte, weil es sonst finanziell nicht reicht. Auch mein Hauptprojekt ist GIFTD, die App. Und ich rate allen: Seid nicht so verliebt in eure Ideen! Schaut, dass sie funktionieren. Eure Mission muss sinnvoll sein, für euch, aber auch für andere. Ich würde jedem Gründer eines Modelabels empfehlen, erst einmal die Standard-Software-Startup-Bücher etwa von Eric Ries zu lesen. Daraus wird man schlau.



GGP Media – Großdruckerei der Bertelsmann Printing Group, die seit September 2021 auch C2C-Druck anbietet. Foto © GGP Media

Läuft wie gedruckt?

Die Verlagsbranche ist in moralischer Bedrängnis: nachhaltiger produzieren oder weiter wie bisher? Anke Oxenfarth ist Literatur- und Sozialwissenschaftlerin. Seit 1999 arbeitet sie im oekom Verlag, einem der führenden Nachhaltigkeitsverlage in Deutschland. Auf der Future Publish in Berlin sprach sie über das Publizieren der Zukunft – wir sprachen mit ihr.

Interview: Boris Messing

„Die Frage ist: Will ich als Verlag Teil der Lösung sein? Oder einfach weitermachen wie bisher?“



Anke Oxenfarth ist seit über zwanzig Jahren beim oekom Verlag als Redakteurin und Lektorin tätig. Sie leitet dort die Stabsstelle Nachhaltigkeit. Seit 2002 ist sie außerdem Chefredakteurin der Zeitschrift Politische Ökologie. Foto © privat / Mario González Toimil

CCB Magazin: Frau Oxenfarth, 2011 haben Sie für den oekom Verlag zusammen mit der Frankfurter Buchmesse das Projekt „Neue Umweltstandards für die Verlagsbranche“ gestartet, ein bundesweites Modellprojekt. Als Ergebnis kam unter anderem das „Kleine 1x1 des nachhaltigen Publizierens“ heraus. Sollten wir nicht ganz auf raschelnde Zeitungen und kunstvoll gebundene Bücher verzichten?

Anke Oxenfarth: Warum sollten wir darauf verzichten?

Weil es konsequent wäre. In Deutschland werden im Jahr mehr als 240 Kilogramm Papier pro Kopf verbraucht. Davon sind zwar 75 Prozent Altpapier, aber würden andere Länder auch so viel verbrauchen, gäbe es keinen Wald mehr.

Nein, komplett auf Buch und Zeitung zu verzichten wäre total irrsinnig. Digitales Lesen oder E-Book-Reader sind nicht die Lösung. Das Internet gehört sogar zu den größten Stromfressern überhaupt. Wäre das Internet ein Land, zu diesem Schluss kam schon 2017 die Greenpeace-Studie „Grüner klicken“, hätte es den sechstgrößten Stromverbrauch der Welt. Und es ist anzunehmen, dass der Verbrauch in der Pandemie noch deutlich anstieg ist. Wie hoch der Anteil von E-Book-Readern daran ist, ist zwar nicht ganz klar. Was sich aber sagen lässt: Die Rohstoffe, die man für einen Umstieg auf digitale Produkte braucht, sind endlich und kämen vor allem aus Ländern, wo die Menschenrechte mit Füßen getreten werden und wo die Ausbeutung der Rohstoffe schon lange zu erheblichen sozialen und ökologischen Verwerfungen führt.

Aber der Trend geht doch in die Richtung von analog zu digital.

Ich glaube nicht, dass Bücher jemals ganz verschwinden werden. Die Erfindung des modernen Buchdrucks durch Johannes Gutenberg 1450 war ein einschneidender Schritt in Richtung kulturelle Zivilisation, davon wollen wir uns nicht trennen. E-Books haben zudem einen mageren Anteil von über fünf Prozent am Buchmarkt – wenngleich ihr Anteil steigt. Die Mediengeschichte hat gezeigt: Wenn ein neues Medium dazukommt, verschwinden die alten nicht komplett. Der Wandel dauert Jahrzehnte. Davon abgesehen teile ich die Argumente der 130 Leseforscher*innen, mit denen sie Ende 2018 in der Stavanger-Erklärung zur Zukunft des Lesens den Vorteil des gedruckten Buchs gegenüber dem E-Book für ein tieferes Verständnis von Texten und das Behalten der Inhalte begründet haben. Die Stavanger-Erklärung belegt plausibel, dass unser Gehirn Informationen jeweils anders verarbeitet, wenn wir sie im Internet, auf dem Handy oder in einem Buch lesen. Nein, auf Buch und Zeitungen brauchen wir nicht zu verzichten. Wir brauchen andere Lösungen.

Und welche wären das?

Beim nachhaltigen Publizieren stellt sich zunächst die Frage, welche Auswirkungen das Produkt hat, das ich erzeuge: Wo ist die Achillesferse und was kann ich ändern? Konkret heißt das für gedruckte Bücher, dass ich schauen sollte, auf welchem Papier ich sie drucke. Wenn ich Recyclingpapier verwende, verbrauche ich deutlich weniger Ressourcen. Zudem

investiere ich damit in die Kreislaufwirtschaft – ich verbrauche weniger Wasser, weniger Strom. Dann muss ich schauen, welche Druckfarben ich verwende: Sind sie mineralöhlhaltig oder nicht? Mittlerweile ist es Standard, dass man mit mineralölfreien Farben druckt. Auch muss ich mir überlegen, wie ich meine Auflage plane: Gehe ich eher von einem realistischen Absatz aus oder sage ich, wir drucken einfach mal 5.000 Exemplare mehr. Wenn man die verkauft, gut, wenn nicht, muss man sie einstampfen und das wäre äußerst unökologisch. Ganz wichtig ist auch, wo ich drucke: in China, um pro Kopie zwei Cent zu sparen? Nur weil die Transportkosten nicht ins Gewicht fallen? Oder drucke ich regional und stärke damit die heimische Druckbranche? Dadurch spare ich auch Emissionen. Das sind die Dinge, die Verlage beachten können.

In Deutschland gibt es rund 3.000 Buchverlage, in Berlin sind es um die 400 – drei Viertel davon sind sogenannte Kleinstverlage. Sind die Verlage momentan nicht mehr mit ihrem Überleben beschäftigt als sich über nachhaltiges Publizieren Gedanken zu machen? Und wissen die Verlage überhaupt über ihren eigenen ökologischen Fußabdruck Bescheid?

Ja und nein. Die Verlage beginnen erst seit wenigen Jahren, über ökologische Standards nachzudenken. In anderen Ländern ist man auch nicht wesentlich weiter. So gibt es in Großbritannien zwar ein Manifest für mehr Nachhaltigkeit, das Green Bookselling Manifesto. Das zielt allerdings auf den Buchhandel ab und nicht direkt auf die Verlage und die Herstellung. Und ja, nicht alle können es sich leisten, Berechnungen anzustellen, wie sie den eigenen Fußabdruck ökologischer gestalten könnten. Als wir 2011 unser Projekt zum nachhaltigen Publizieren gestartet haben, haben sich die meisten Verlage noch gar keine Gedanken darüber gemacht. Jetzt sind wir immerhin weiter. Gerade bei den großen Verlagen ist aber noch ordentlich Luft nach oben. Bislang agieren sie meist nur punktuell nach Nachhaltigkeitskriterien.

Können Sie Beispiele nennen?

Nehmen wir den Oetinger Verlag, der bei drei Kinderbüchern nach Cradle-to-Cradle-Kriterien produziert hat. Das heißt, das Buch ist zum Schluss kompostierbar. Ob sich das C2C-Papier auch recyceln lässt, weiß man aber noch nicht, da die C2C-Kriterien nur den Anwendern bekannt sind. Ein paar der großen Verlage verwenden für manche ihrer Bücher inzwischen Recyclingpapier, aber nicht so durchgehend wie einige kleinere Verlage. Oder der Ullstein Verlag, der Ende 2018 eine große Kampagne gefahren hat, um ein Buch ohne Plastikhülle zu vermarkten. Das war von der Ökobilanz her zwar nicht sehr weitreichend, hat aber in der Branche ein leichtes Beben ausgelöst, das muss man Ullstein zugutehalten. Für solche Kampagnen sind wir dankbar. Aber der Elefant im Raum ist und bleibt das Papier.

Der Umsatz der Verlagsbranche in Deutschland hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren erstaunlich stabil gehalten. Gleichzeitig kommen immer mehr Verlage in Geldnot. Vor allem für kleine

„ Nicht alle Verlage können es sich leisten, Berechnungen anzustellen, wie sie den eigenen Fußabdruck ökologischer gestalten könnten. Es kommt aber Bewegung ins Spiel.

Verlage wird es eng. Kostet nachhaltiges Publizieren die Verlage am Ende nicht zu viel Geld?

Jein. Auch mein Verlag, der oekom Verlag, steht unter großem finanziellen Erfolgsdruck. Es war aber eine bewusste Entscheidung zu sagen, wir publizieren jetzt nachhaltig. Die Frage, die sich ein Verlag stellen muss, ist: Will ich Teil der Lösung sein? Oder einfach weitermachen wie bisher? Wenn man auf Recyclingpapier druckt, kostet das mehr Geld. Man kann seine Bücher aber auch so ausstatten, dass der Unterschied nicht so groß ausfällt.

Frau Oxenfarth, Sie arbeiten seit 1999 für den oekom Verlag. Ihr Verlag ist ein Öko-Vorzeigeverlag. Welche Rolle spielt er bei der Vernetzung anderer Verlage im Kontext des nachhaltigen Publizierens?

Wir haben uns über die Jahre einen Namen gemacht. Gegründet wurden wir 1989. Unser Ziel war es von Anfang an, das Themenfeld ökologische Nachhaltigkeit aus der Nische in den gesellschaftlichen Mainstream zu bringen. Im Zuge des Projekts „Neue Umweltstandards für die Verlagsbranche“, das von 2011 bis 2015 lief, haben wir verschiedene Workshops abgehalten für unterschiedliche Stakeholder wie Verlage oder Druckereien. Außerdem waren wir drei Mal auf der

Frankfurter Buchmesse und haben dort das Thema Nachhaltigkeit auf die Agenda gesetzt. Wir haben versucht, zwischen der Wissenschaft und den einzelnen Akteuren der Buchbranche zu vermitteln. Im Zuge dieser Entwicklung ist auch die Idee zum Umweltzeichen des „Blauen Engels Druckerzeugnisse“ entstanden, das es seit 2015 gibt. Seitdem werde ich immer wieder zu verschiedenen Veranstaltungen der Branche eingeladen und versuche auf Podien oder in Vorträgen eine Lanze für nachhaltiges Publizieren zu brechen.

Der „Blaue Engel“ ist über 40 Jahre alt. Für alle, die das Label nicht kennen: Was hat es damit auf sich?

Das produktbezogene Umweltzeichen „Blauer Engel“ gibt es seit 1978. Es zeichnet umweltschonend hergestellte Produkte aus. Bücher, Zeitschriften oder Magazine, die mit umwelt-zertifizierten Druckereien zusammenarbeiten, die bestimmte Kriterien erfüllen, dürfen diesen „Blauen Engel“ auf ihrem Produkt verwenden. Heute findet man ihn hauptsächlich auf Zeitschriften und bei Werbebroschüren, so zum Beispiel bei REWE. Bücher sind erst sehr wenige damit ausgezeichnet. Das hängt vor allem mit der Schwierigkeit zusammen, geeignetes Recyclingpapier für die Umschläge der Bücher zu finden.

2020 haben die EU-Staaten eine Richtlinie verabschiedet, wonach seit 2021 Einwegplastik verboten ist. Reicht Selbstverpflichtung aus oder braucht auch die Buchbranche ein ökologisches Regulationsgesetz?

Würde der Staat die Subventionen für fossile Energieträger konsequent herunterfahren und bald ganz beenden, würde die Wirtschaft von sich aus recht schnell umsteuern. Darüber hinaus wäre es sicher gut, wenn der Gesetzgeber mit klaren politischen Vorgaben und vielleicht auch finanziellen Anreizen dafür sorgen würde, dass umweltschonendes Produzieren in allen Branchen zum Standard wird. Bis es so weit ist, brauchen wir in allen Wirtschaftszweigen Vorreiter, die die Zeichen der Zeit erkennen und einfach vorangehen. Und davon gibt es in den verschiedensten Branchen zum Glück ja schon eine ganze Menge.

Das könnte dich auch interessieren:

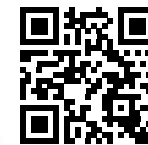


Du willst wissen, wie man **kompostierbare Bücher** herstellt und was der Buchmarkt mit Nachhaltigkeit zu tun hat? Im CCB Magazin erfährst du mehr.

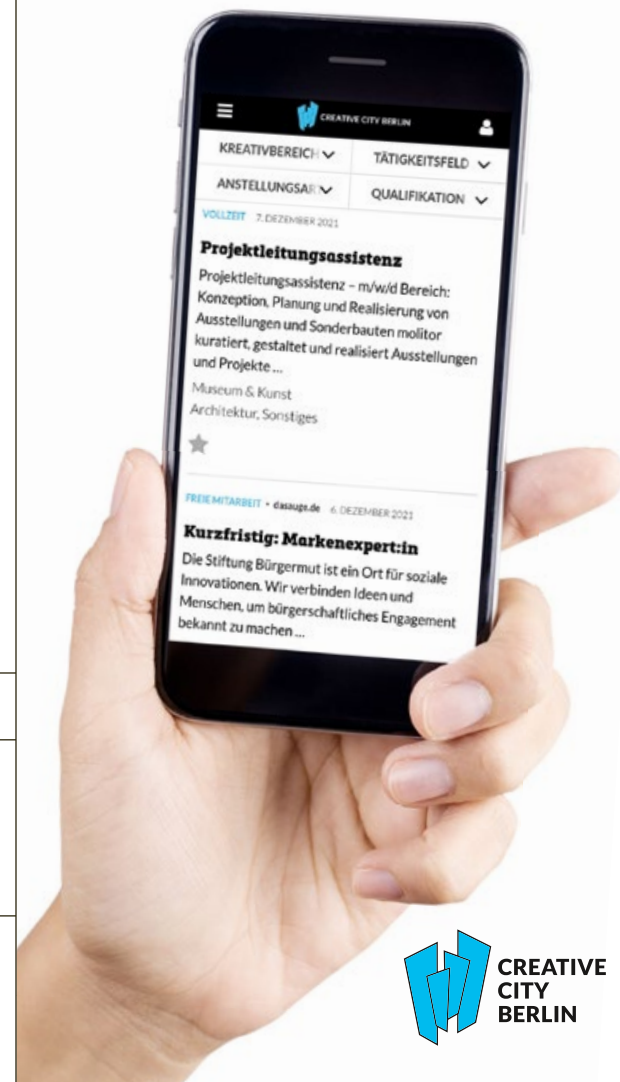
Foto: Frauke Weller © Katrin Schmötzer

**Jobs finden?
Jobs inserieren?**

**Auf Creative City Berlin
findest du jeden Tag bis
zu 4.000 Jobs für Kultur-
und Kreativakteure!**



www.creativecity.berlin



„Wir bauen hier keinen Müll“



Steht wie 'ne Eins, hat aber zwölf Stockwerke: der Cradle-to-Cradle-Woodscraper. Foto © Partner und Partner Architekten

Stahl, Beton, Kunststoffe – Umweltverschmutzung pur. So hat die Bauindustrie jahrzehntelang gebaut. Das Architekturbüro Partner und Partner aus Berlin will das ändern: Es baut sogenannte Woodscraper, zwölfstöckige Holzhochhäuser, die nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip konstruiert werden und deren Einzelteile alle wiederverwertet werden können. Sind das die Häuser der Zukunft? Wir sprachen mit Jörg Finkbeiner, Geschäftsführer von Partner und Partner.

Interview: Boris Messing

„ Mit unseren Woodscrapern gehen wir ganz neue Wege. Alle Baustoffe sind in die jeweiligen Stoffkreisläufe trenn- und sortenrein rückführbar. Das ist die Zukunft.



Jörg Finkbeiner ist einer von zwei Geschäftsführern des Architekturbüros Partner und Partner, die sich auf zirkulären Holzbau spezialisiert haben. 2019 gewann das Büro den Bundespreis Ecodesign, 2021 den Deutschen Nachhaltigkeitspreis. Foto © Partner und Partner Architekten

CCB Magazin: Herr Finkbeiner, Sie haben vor Ihrem Architekturstudium eine Schreinerlehre gemacht. Erinnern Sie sich noch an Ihr erstes selbstgebautes Möbelstück?

Jörg Finkbeiner: Oh ja, das war als Zwölf- oder Dreizehnjähriger, da habe ich mir einen Couchtisch gebaut. Der hat nicht lange gehalten, aber das hat meine Leidenschaft für Holz entfacht. Ich habe schon immer gern gebaut und gebastelt. Mein Gesellenstück nach der Schreinerlehre war ein Steharbeitspult, für das ich sogar einen Innungspreis bekommen habe. Das Pult nutze ich noch heute.

Mit Ihrem Architekturbüro Partner und Partner bauen Sie in Wolfsburg zwei zwölfstöckige Holzhochhäuser – die ersten ihrer Art. Holz, da schwingen Vorstellungen von Wohlgefühl und Ruhe mit. Aber wie steht es um die Sicherheit und Brandgefahr? Ist Holz als Material überhaupt stabil genug, um ein Hochhaus zu bauen?

Das höre ich oft: Holz brennt doch, fault und knarzt! Das ist jedoch ein falsches Bild. Holz brennt, das ist richtig. Aber da gibt es ganz klare Brandschutzvorgaben, besonders bei Hochhäusern, die man einhalten muss und auch kann. Bei Hausbränden sterben die meisten Menschen übrigens nicht durch Verbrennung, sondern durch eine Rauchvergiftung. Und die Treppenhäuser unserer Woodscraper werden in Stahlbeton gebaut, das ist in Deutschland nicht verhandelbar. Somit kann da nichts brennen, und die Fluchtwege sind auch bei Brand begehrbar. Auch was die Statik betrifft, ist bei richtiger Bauweise Holz sehr sicher. In Wien steht inzwischen ein 24 Stockwerke hohes Holzhochhaus, das ist 84 Meter hoch. Holz kann sehr gut Lasten tragen.

Wie werden die Woodscraper genutzt, wenn sie fertig sind?

Es kommen zum Großteil Wohneinheiten hinein. Unten gibt es Gewerbeflächen, ein kleines Café, einen Fahrradverleih, eine Wäscherei. Aber im Wesentlichen sind es Wohngebäude. Das Holz schafft eine ganz besondere Wohnatmosphäre.

Die Woodscraper werden nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip gebaut. Sie sprechen auch vom „zirkulären Bauen“. Was bedeutet das?

Was das zirkuläre Bauen anbelangt, gehen wir mit den Woodscrapern ganz neue Wege. Alle Baustoffe sind in die jeweiligen Stoffkreisläufe trenn- und sortenrein rückführbar. Beispielsweise verwenden wir keine toxischen Leime, um die Holzteile zu verbinden. Zirkulär bedeutet also, dass sich die Einzelteile des Gebäudes nach 50, 70 oder 100 Jahren demontieren und komplett wiederverwerten lassen, zum Beispiel für den Bau eines neuen Gebäudes. Das entspricht dem C2C-Prinzip. Dazu eignet sich der Holzbau prima, weil wir nur vorgefertigte Bauelemente benutzen, die im Übrigen auch die Bauzeit erheblich verkürzen. Unser Bauprojekt wird zudem von einem Forschungsprojekt der Deutschen Bundesstiftung Umwelt begleitet. Es wurde eine umfangreiche Ökobilanz der beiden Gebäude gemacht, bis zur letzten Schraube ist alles durchbilanziert. Verglichen mit einem gleichartigen Gebäude konventionellen Stils, das aus Stahlbeton und Kunststoffverbunden besteht, haben wir

eine deutlich bessere Ökobilanz. Unser Gebäude ist ressourcenpositiv, sprich: Wir produzieren beim Bauen keinen Müll. Mehr als 50 Prozent des globalen Mülls kommt von der Bauindustrie. Wir wollen hier einen Beitrag leisten.

Seit wann befasst sich die Architektur eigentlich mit C2C?

Vor der Industriellen Revolution wurde auch schon zirkulär gebaut. Das lag vor allem daran, dass Gebäude aus wenigen, regionalen und überwiegend aus Natur- bzw. nachwachsenden Baustoffen konstruiert wurden. Einen Holzbalken nach dem Abbau eines Hauses wiederzuverwenden war einfacher, wirtschaftlicher und damit selbstverständlich. Das ist heute mit globalen, verzweigten Lieferketten und einer unübersehbaren Anzahl von komplexen Bauprodukten nicht mehr möglich. Insofern müssen wir von einem Systemwechsel sprechen, und diese Art Architektur zu denken ist relativ neu.

Wie lange hält so ein Holzhaus?

Das kommt darauf an, wie man es pflegt. Das alte Rathaus in Esslingen beispielsweise, immerhin ein sechsgeschossiger Holzbau, feiert bald sein 600-jähriges Bestehen. Frage beantwortet?

Was ist denn mit den Kosten? Ist das Bauen mit Holz nach C2C-Prinzip teurer?

Diese Frage wird mir oft gestellt. Kurzgefasst, bei den Woodscrapern wird der Bau um zirka zwei Prozent teurer als bei einem konventionellen Bau. Nicht eingerechnet dabei ist aber, dass wir schneller bauen, keinen oder sehr wenig Müll produzieren und alle Materialien wiederverwendet werden können. Mit unserer Methode werden auch viel Zeit und Energie für Umbauten am Haus gespart. Und wir haben keinen toxischen Müll, den wir entsorgen müssen.

Sie betonen, dass Gebäude Auswirkungen nicht nur auf die Bewohner, sondern auch auf die Gesellschaft haben. Was meinen Sie damit?

Holz spricht die Menschen auf vielfältige Weise an: durch die Haptik, den Geruch, die Ästhetik. Und Holz ist auch nachweislich gut für den Schlaf; das Herz schlägt ruhiger, wenn man in einer Holzumgebung schläft. Vor allem sind mit den gesellschaftlichen Auswirkungen aber Parameter wie klimaschädliches Bauen, Müllherzeugung usw. gemeint, die durch den C2C-Holzbau vermieden werden. Diese Kosten werden im konventionellen Bau vergemeinschaftet. Wenn wir schlecht bauen und Müll produzieren, dann zahlt das am Ende die Gesellschaft. Insofern hat das natürlich eine Auswirkung auf die Gesellschaft, wenn wir stattdessen ressourcenpositiv, klimagerecht und zirkulär bauen.

Stichwort Architektur auf Augenhöhe: Welche Akteure müssen beim zirkulären Bauen einbezogen werden, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen?

Wir haben versucht, möglichst alle Beteiligten früh an einen Tisch zu bekommen und von unserer Idee zu überzeugen. Die Fachplaner beispielsweise saßen von Anfang an mit am Tisch. Alle Akteure, von den Statikern über die Planer bis zur Feuerwehr, waren früh in unsere Pläne eingeweiht und konnten ihre Einwände und Ideen vortragen. Das Zusammenspiel war uns sehr wichtig.

Bauen mit Beton – Bauen mit Holz

So viel CO₂ wird freigesetzt:



587 kg

bei der Herstellung von 1 t Zement

19 Mio. t

jährlich bei der Herstellung von Zement, Kalk und Gips für den Bau in Deutschland

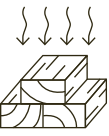
320 kg

bei der Herstellung von 1 m³ Stahlbeton

16 Mio. t

jährlich bei der Herstellung von Eisen und Stahl für den Bau in Deutschland

So viel CO₂ wird gebunden:



1 t

pro Kubikmeter Holz

13 t

jährlich pro Hektar Wald

1,2 Mrd. t

in den Wäldern in Deutschland insgesamt

40–80 t

in einem Einfamilienhaus aus Holz

1.600 t

in einem Woodscrapper

Quellen: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung, Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Thünen-Institut

Mehr als 50 Prozent des globalen Mülls kommen von der Bauindustrie. Wir wollen hier einen Beitrag leisten. Weniger Müll ist mehr Zukunft.

Wie realistisch ist das Baukonzept von Partner und Partner übertragen auf die Großstadt und ihre Bedürfnisse? Könnten ganze Stadtviertel nach dem C2C-Prinzip gebaut werden?

Das ist keine Zukunftsmusik mehr. In Berlin-Tegel sollen 3.000 bis 5.000 Wohnungen aus Holz gebaut werden. Und in Weißensee ist schon ein ganzer Block aus Holzhäusern entstanden. Derzeit planen wir zudem ein Holzbau-Quartier in den Buckower Feldern. In diese Richtung muss es auch gehen. Immer wieder werde ich gefragt, haben wir überhaupt genug Holz? Ja, haben wir. Mit 12 bis 15 Prozent der jährlichen Holzernte können wir den kompletten Wohnungsbau in Deutschland bestreiten. Und eines ist sicher: Beim Beton wird's bald eng, weil uns der Sand ausgeht.

Sie sind Mitglied bei der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen. Der Verein hat bisher insgesamt an die 6.000 nachhaltige Gebäude zertifiziert – das ist ein Tropfen auf den heißen Stein. Nochmal: Wie zukunftsfähig ist zirkuläres, nachhaltiges Bauen? Welche Widerstände sind zu überwinden? Wen gilt es zu überzeugen?

Ganz schön viele Fragen! Wissen Sie, die Bauindustrie ist eine ganz träge Branche. Stahlbeton ist das Baumaterial des 20. Jahrhunderts, alle Wertschöpfungsketten, die sich seit den Zeiten des Bauhauses entwickelt haben, sind fest etabliert, das dauert, bis sich das umstellt. Außerdem geht es da auch um das Renommee und um die Karrieren vieler Architekten. Eine Umstellung auf Holz würde bedeuten: mehr Planer, Statikerinnen, Architekten, Bauherrinnen, Facharbeiter usw., die sich damit befassen müssen. Das sind enorme Kapazitäten, die sich nicht über Nacht entwickeln werden. Im Zweifelsfall macht man es halt so, wie man es immer gemacht hat. Der Erste zu sein, der etwas Neues wagt, ist auch immer mit einem Risiko verbunden.

Und was kann die Politik tun, um die C2C-Bauweise zu fördern und Risiken zu minimieren?

Der Systemwechsel, den ich schon ansprach, geht natürlich über das reine Planen und Bauen von Häusern hinaus. Gesetzliche Regelungen müssen befolgt und eingehalten werden. Gesetze sind aber immer reaktive Regelungen für Probleme, die entstehen. Unsere Welt ist dynamisch, technologische Innovationen kommen schneller als Gesetze darauf reagieren können. Ich würde mir deshalb wünschen, dass die Politik weniger Details regelt, sondern proaktiv Strukturen schafft, Gesetze, die Innovation ermöglichen, im besten Falle fordern. Dann wären wir viel schneller bei der Implementierung neuer Ideen und Konzepte.

Wie weit sind wir denn noch von einem Paradigmenwechsel des fossilen zum postfossilen Bauen entfernt?

Wir sind noch ganz am Anfang. Vor allem in Berlin. Aber ich bin Optimist. Ich habe das Gefühl, es kommt etwas in Gang. Das Bewusstsein, etwas ändern zu müssen, ist jedenfalls da. Und ich bin überzeugt, dass zirkuläres Bauen nach dem C2C-Prinzip eine große Zukunft vor sich hat.

Wie wohnen Sie eigentlich selbst? Haben Sie Möbel von Ikea bei sich zu Hause?

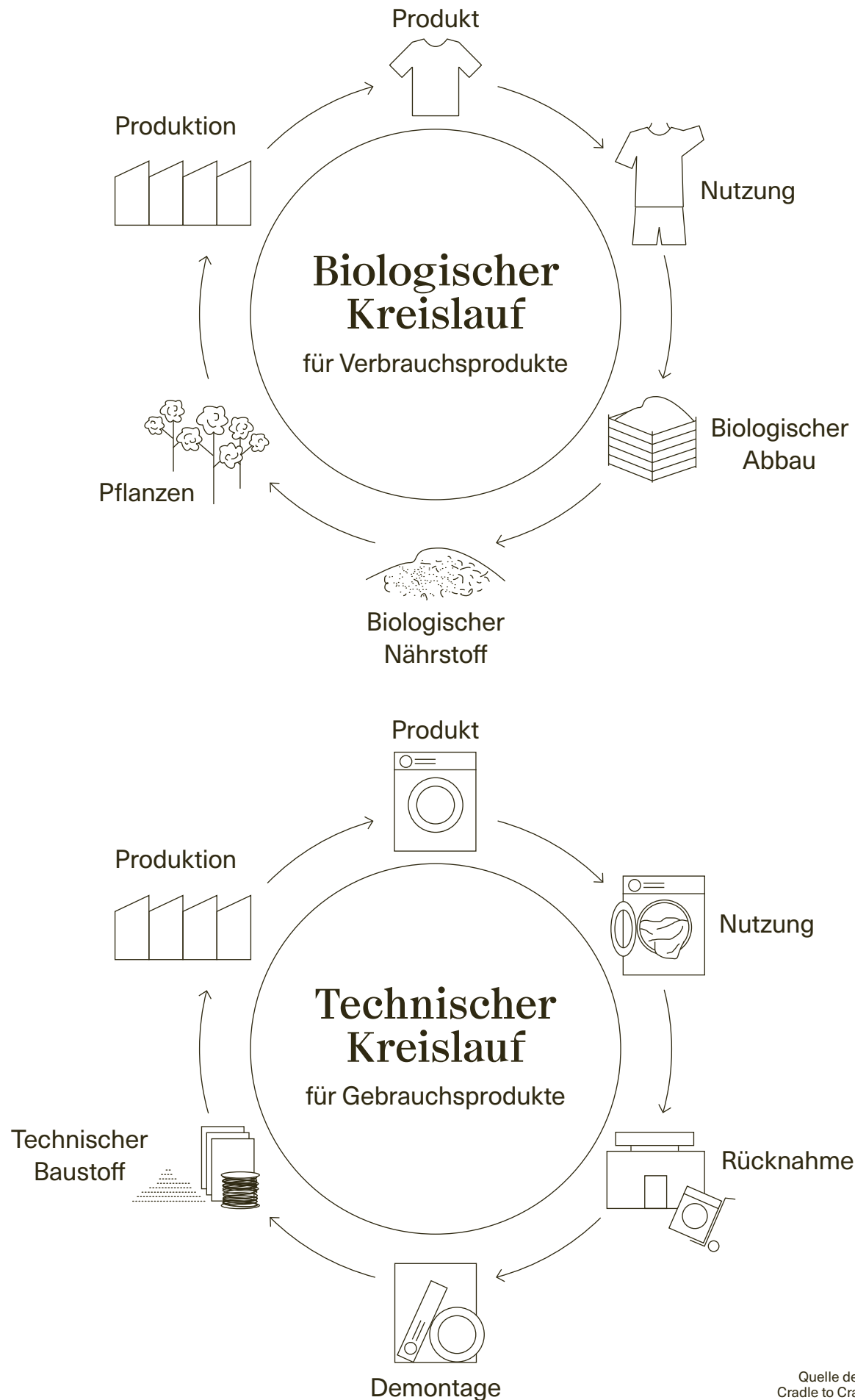
Ich wohne in einem Genossenschaftsprojekt an der Spree, im Spreefeld Berlin. Da sind wir als Bauleiter mit reingekommen. Das ist ein Hybridbau aus Stahl und Holz. Ein Passivhaus. Ehrlich gesagt wäre es gelogen, wenn ich sagen würde, es ist nichts mehr von Ikea in unserer Wohnung, aber das ist das erklärte Ziel. Die Genossenschaft hat unten eine Tischlerwerkstatt, da werde ich mich demnächst mal wieder austoben.

Das könnte dich auch interessieren:



Eine Stadt aus Holz, Umbau statt Neubau, und was verbirgt sich hinter dem Konzept der zirkulären Stadt? Lies dazu unser Special im CCB Magazin mit zahlreichen Expert*innen.

Foto: Eike Roswag-Klinge © Jens Thomas



Quelle der Inhalte:
Cradle to Cradle NGO

Das Blaue vom Himmel oder das Grün der Zukunft?

Cradle to Cradle, das Prinzip, sämtliche Rohstoffe nach dem Gebrauch zu kompostieren oder technisch in die Kreisläufe zurückzuführen, gilt seit Jahren als verheißungsvolle Alternative zur herkömmlichen Produktion. Aber macht das immer Sinn? Ein Streitgespräch.

Um was geht es?

Cradle to Cradle, abgekürzt C2C und übersetzt „von der Wiege zur Wiege“, wurde Ende der 1990er Jahre von dem deutschen Chemiker Michael Braungart und dem US-amerikanischen Architekten William McDonough begründet. Ziel ist, dass alle Materialien technisch oder biologisch wiederverwertbar werden. Entweder sollen Produkte so beschaffen sein, dass sie sich technisch in sortenreine Ausgangsstoffe zerlegen lassen – hier handelt es sich unter anderem um Elektronikartikel, Fußböden oder Fahrräder. Beispiele sind der 2010 von Philips hergestellte Flachbildfernseher Econova oder die Kaffeemaschine Senseo Viva Eco, die zu 100 Prozent recycelfähig ist. Oder die Produkte lassen sich nach ihrem Gebrauch biologisch wiederverwerten, wenn etwa T-Shirts wie das der Marke Trigema kompostierbar sind.

Wie sieht die Faktenlage aus?

Wie viel Prozent aller Produkte in Deutschland biologisch wiederverwertbar sind, dazu gibt es keine belastbaren Zahlen. Gesagt werden kann: Trotz hoher Sammel- und Recyclingquoten liegt der Einsatz von recycelbarem Material in Deutschland bei derzeit nur elf Prozent. Nur rund 10 Prozent

des Kleidermülls wird beispielsweise recycelt. Auch sind Kunststoffverpackungen in Deutschland laut einer WWF-Studie von 2021 zu rund 90 Prozent aus Neukunststoff gefertigt. Über die Hälfte wird nach Gebrauch verbrannt. Laut der Studie ließen sich über neue kreislauffähige Verfahren bis 2040 aber mehr als 20 Millionen Tonnen Kunststoff einsparen – das würde mehr als dem sechsfachen Jahresverbrauch an Kunststoffverpackungen in Deutschland entsprechen. 68 Millionen Tonnen Treibhausgase könnten eingespart werden.

Die Kritik

Kritisiert wird, dass das Konzept nicht vom Mehrkonsum abrückt, sondern davon ausgeht, dass durch ewige Kreisläufe nach wie vor viel konsumiert werden könne. Auch wird die mögliche Umsetzbarkeit bemängelt: Voraussetzung für ein auf C2C basierendes System wäre der komplette Umbau der Industrie. Und wie man vom Kapitalismus, der Wachstum braucht, zu einer Kreislaufwirtschaft gelangt, die nur noch das verbraucht, was recycelt werden kann, ist bislang ungeklärt. Auch stellt sich die Frage, ob das Verfahren immer sinnvoll ist. Lies dazu das folgende Streitgespräch.

„ Ja. Cradle to Cradle ist die Zukunft. Wenn wir Wirtschaft und Gesellschaft umgestalten wollen, müssen wir sämtliche Ressourcen in Kreisläufen führen – technisch und biologisch.



Nora Sophie Griefahn und Tim Janßen von der C2C NGO, einem Berliner Verein zur Unterstützung von Cradle-to-Cradle-Prozessen in der Gesellschaft. Beide sind Mitbegründer*innen des C2C-Kongresses. Foto © C2C NGO

Artensterben, Ressourcenknappheit, Klimawandel: Wir Menschen haben zahlreiche große Schäden verursacht. Die Strategie dagegen ist seit Jahrzehnten dieselbe: Wir versuchen, unseren negativen Fußabdruck zu reduzieren. Dennoch stehen wir nach gut 40 Jahren Klima- und Umweltpolitik davor, Kipppunkte im Erdklimasystem zu erreichen – oder haben diese schon längst überschritten. Gleichzeitig wächst die Weltbevölkerung und mehr Menschen benötigen künftig Energie, Güter und Nahrung. Der bisherige Weg der Reduktion und des Verzichts allein ist daher auf globaler Ebene keine geeignete Strategie, um der Klima- und Ressourcenkrise langfristig zu begegnen und kommenden Generationen eine lebenswerte Zukunft zu sichern. Denn in unserem heutigen linearen System würde das nur bedeuten, dass Ressourcen etwas langsamer zur Neige gehen und etwas weniger CO₂ in die Atmosphäre gelangt. Weniger schlecht sein reicht aber nicht aus.

Stattdessen müssen wir Menschen die von uns selbst geschaffenen Systeme so verändern, dass irreversible Schäden nicht nur vermieden werden, sondern im Idealfall natürliche Systeme wieder aufgebaut werden. Darum brauchen wir Cradle to Cradle. Das heißt, dass sämtliche Produkte für ihr spezifisches Nutzungsszenario so designed und entwickelt werden müssen, dass sie in biologischen und technischen Kreisläufen zirkulieren können. Materialien, die bei der Nutzung eines Produkts unweigerlich durch Abrieb oder Verschleiß in die Umwelt gelangen, sind biologisch abbaubar. Bei Produkten, die keinem Verschleiß unterliegen, sind alle Materialien so verbaut, dass sie sortenrein trennbar und damit wirklich recycelbar sind. Die Produktion findet ausschließlich mit erneuerbaren Energien aus kreislauffähigen Anlagen statt und Boden, Wasser und Luft werden geschützt – oder noch besser: gereinigt und aufgebaut. Und entlang aller Wertschöpfungsketten herrschen menschenwürdige Arbeitsbedingungen.

Damit wir uns nicht falsch verstehen: C2C ist für uns kein Aufruf zu hemmungsloser Vergeudung. Es ist nicht zielführend, ein biologisch abbaubares T-Shirt nach einem Mal tragen in den Wald zu werfen. Doch die Frage, ob jemand zwei oder 20 Jeans benötigt oder nicht, ist eine kulturelle. Und wenn alle Bestandteile dieser Jeans in Kreisläufen zirkulieren können, dann stellt auch der Konsum von 20 Jeans – so überflüssig er manchen erscheinen mag – für unser Habitat keine Gefahr mehr dar. Und C2C ist heute in allen Branchen anwendbar. In manchen, wie Textil und Bau, ist der Ansatz bereits in großen Unternehmen angekommen. In hochtechnologischen Branchen wie der Autoindustrie oder in der IT gibt es dagegen erst wenige Produkte, die C2C entsprechen. Aber eine zirkuläre C2C-Wirtschaft ist möglich, wie zahlreiche Produkte und Geschäftsmodelle zeigen, die bereits nach diesem Ansatz entwickelt wurden. Wir müssen nun dringend Rahmenbedingungen setzen und Technologien und Prozesse umsetzen, die diese Entwicklung fördern. Nur so geht die Welt von morgen.

„ Nein, das Cradle-to-Cradle-Konzept verspricht an vielen Stellen etwas, was es nicht halten kann. Vieles lässt sich gar nicht in die Kreisläufe zurückführen. Oft ist das auch nicht sinnvoll.



Axel Fischer, Chemiker und Pressesprecher der INGEDE, einer internationalen Forschungsgemeinschaft. Seit 1989 fungiert die INGEDE als Interessenvertretung für Unternehmen der Papierindustrie, um den Einsatz von Altpapier zur Herstellung neuer grafischer Papiere zu fördern. Foto © privat

Das Prinzip Cradle to Cradle (C2C) klingt vielversprechend. Das Konzept mag ein guter Ansatz für Modeartikel, Fernseher oder Fahrräder sein – hier können die Artikel entweder technisch oder biologisch in den Kreislauf zurückgeführt werden. Für Papier und Druck gilt das nicht. Hier verspricht das Konzept an vielen Stellen buchstäblich das Grüne vom Himmel. Schlimmstes Beispiel ist für mich die C2C-Zertifizierung von Steinfole. Das ist eine Mischung aus Gesteinsmehl und Plastik, für die die Bezeichnung „Papier“ gar nicht zutrifft, weil es nicht eine einzige Faser enthält. Das ist nicht einmal mit Bauschutt zu entsorgen, das kann man nur noch verbrennen, daran ist gar nichts nachhaltig. Und für andere Druckerzeugnisse gilt: Als zusätzliche Eigenschaft mag C2C noch o.k. sein, wenn ein Produkt ansonsten einem richtigen Umweltzeichen wie dem Blauen Engel oder dem EU Ecolabel entspricht. C2C darf aber kein Alibi für fehlende Rezyklierbarkeit sein, was es derzeit wird. Denn welche Druckerei vergräbt ihre Makulatur hinter dem Haus? Wer kompostiert seine alten Bücher? In Europa wurden im vergangenen Jahr 72 Prozent des Papiers recycelt. Diese sogenannte Recyclingquote bezieht sich auf den gesamten Papier-, Pappe- und Kartonverbrauch. In Deutschland sind das sogar 78 Prozent. Dafür muss sich ein Druckprodukt qualifizieren: Es muss optimal recycelbar sein, nicht kompostierbar oder essbar.

Bleiben wir beim Beispiel der Druckerzeugnisse, hier gibt es deutliche Widersprüche. Der Papierkreislauf braucht ein gesundes Nebeneinander von neuem und recyceltem Papier. Deshalb darf man aber das Recycling nicht verdammen. Derzeit kommt genügend Frischfaser in den Kreislauf. Was viel wichtiger ist: Wir müssen mehr sammeln, mehr recyceln und dafür sorgen, dass Druckprodukte auch recycelbar bleiben, damit man daraus wieder weißes Papier machen kann. Das gewährleistet das C2C-Prinzip nicht. Druckfarben sollten „deinkbar“ sein, sich also beim Recycling von den Fasern ablösen und aus der Fasersuppe entfernen lassen. Und das sind viele Cradle-to-Cradle-zertifizierte Druckfarben gerade nicht. Das Gegenteil ist der Fall: Bisher wurde eine Reihe von Druckfarben, die nicht deinkbar sind und sich deshalb nicht für Druckprodukte mit einem Blauen Engel eignen, für Cradle to Cradle angemeldet, um wenigstens irgendein Umweltzeichen zu haben. Damit ist das Ganze auch kein Gewinn für die Umwelt, eher das Gegenteil. Das ganze Verfahren ist aus meiner Sicht zu intransparent und teuer, viel teurer als ein richtiges, also ISO-konformes Umweltzeichen. Im Gegensatz zum Blauen Engel gibt es bei C2C keine öffentliche Diskussion der Kriterien – es ist ein privates, kommerzielles Zeichen, ein Geschäftsmodell. Um nicht zu sagen Greenwashing. Leider springen aktuell einige Marktteilnehmer teils aus Unkenntnis, teils aus Verzweiflung auf diesen Zug auf.

Es ist grün, dreh doch!

Die Notwendigkeit, ökologieverträglich zu produzieren, dringt immer stärker ins Bewusstsein der Filmemacher*innen. Endlich tut sich etwas. Fakt ist aber auch: Nur Mehrwegbecher und vegetarisches Catering reichen nicht.

Wenn ich in die Zukunft blicke, sehe ich grün: Ob Kinofilm oder Fernsehserie, TV-Sender oder Medienunternehmen – alle wollen klimafreundlich werden. Sind grüne Produktionen bald die Norm?

Seit ich vor über 30 Jahren Umwelttechnik studiert habe, beschäftige ich mich mit unserem Umweltbewusstsein. Zum Film kam ich beruflich erst 2010 durch eine Weiterbildung zur Filmproduktionsleiterin in der Überzeugung, dass Filme das perfekte Medium sind, um Aufmerksamkeit auf globale Themen wie den Klimaschutz zu lenken. Nach zwei Jahren Recherchereisen und erfolglosen Förderanträgen für mein erstes Kinofilmprojekt „The untold story on blue whales“ verlagerte ich meinen Fokus darauf, die Filmbranche selbst umweltverträglicher zu gestalten. In diesem Kontext entwickelte ich die Vision 2020 „Babelsberg goes green“. Damit bin ich zunächst zum Medienboard gegangen, dann zum Wirtschaftsministerium, zur Landeshauptstadt Potsdam, zum regionalen Mediennetzwerk, und habe mit den Babelsberger Filmstudios gesprochen. Ich habe wirklich an viele Türen geklopft. Natürlich war ich nicht die Einzige, die auf die Relevanz grüner Produktionen für den Klimaschutz aufmerksam machen wollte. Aber damals, 2012, war grünes Drehen weitgehend unbekannt. Das Umdenken begann mit der Green Film Initiative vom Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung in der Filmuniversität Babelsberg. Zudem gab es den Green Production Guide der Berlin Brandenburg Film Commission sowie das Heft „Medienboard Berlin-Brandenburg goes green“ zur Berlinale und den Grünen Drehpass der Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein. Das war es aber schon.

Seit 2020 kommt ernsthaft Schwung in die Medienbranche. Nicht nur für mich, weil ich nun immer öfter Schu-

lungsseminare an der Filmuniversität Babelsberg und anderen Medien-Institutionen gebe und endlich – bezahlt! – als Green Consultant für Filmproduktionen Nachhaltigkeitskonzepte entwickle und Klimabilanzen erstelle. Aus dem freiwilligen Grünen Drehpass, der bisher nur an die zweihundert Mal vergeben wurde, ist endlich verpflichtend ein Grüner Filmpass geworden, der eine Filmförderung mit dem Einhalten ökologischer und sozialer Kriterien verbindet. Das beinhaltet den gesamten Produktionsprozess, also auch die Vor- und Nachbereitung. Und auch die Medien- und Filmgesellschaft in Baden-Württemberg setzt mit der Initiative „100 grüne Produktionen“ wichtige Akzente. Mit dabei sind unter anderem einige rbb-Tatort- und Polizeiruf-Produktionen, bei denen ich beratend tätig war. Alle Produktionen mussten nach festgeschriebenen ökologischen Kriterien produziert werden und bis Ende 2021 finalisiert sein. Außerdem ist ab dem 1. Januar 2022 jeder Produzent, der auf Bundesebene gefördert wird, dazu verpflichtet, wirksame ökologische Maßnahmen umzusetzen. Einheitliche Standards sind derzeit noch im Praxistest. Es tut sich also etwas.

100 grüne Produktionen sind im Hinblick auf die Gesamtzahl aller Film- und Fernsehproduktionen in Deutschland allerdings zu wenig. Möglichst bald müssen wir vor allem zwei Probleme lösen: erstens den sogenannten Fördertourismus in den Griff bekommen. Filmemacher*innen, die von mehr als einer Förderanstalt gefördert werden, sind dazu verpflichtet, dort zu drehen, wo sie das Geld bekommen. Das mag verständlich sein, weil das Geld da ausgegeben werden soll, wo es beantragt wird. Auch Gewerke und Dienstleister aus der Region sollen profitieren. Zugleich ist damit ein logistischer Reiseaufwand inklusive höherer CO₂-Emissionen verbunden. Das ganze Team muss von einem Bundesland zum anderen reisen, nur um dort einige Szenen zu drehen. Hier müssen die Förderrichtlinien überarbeitet werden, und

” Für die Zukunft müssen wir zwei Probleme lösen: erstens den sogenannten Fördertourismus in den Griff bekommen. Zweitens brauchen wir eine technische Infrastruktur, die wirklich nachhaltig ist.



Korina Gutsche berät seit 2012 zu nachhaltigem Drehen und gibt Schulungsseminare zu diesem Thema. Als Green Consultant entwickelt sie für Filmproduktionen Nachhaltigkeitskonzepte und Klimabilanzen. www.bluechildfilm.com
Foto © BLUECHILDFILM

es braucht verbindliche Gespräche der regionalen Förderinstitutionen untereinander sowie mit den Landesregierungen. Zweitens müssen wir uns mit der Verfügbarkeit von technischer Infrastruktur befassen: Wenn es nicht genug klimafreundliche Autos im Drehzeitraum zu mieten gibt oder die E- oder CNG-Ladestationen in der Drehregion nicht vorhanden sind, wenn die wenigen Hybridgeneratoren nicht buchbar sind oder der Baustromanschluss mit Ökostrom wie hier in Berlin zu teuer ist – wie sollen die Produzenten dann ökologische Mindeststandards einhalten? Hier ist vor allem die Politik gefragt. Sie muss mit der Wirtschaftsförderung praxisnahe Lösungen finanzieren, damit die Filmbranche dies ausprobieren und implementieren kann. Ein anderer, weitgehend unbeachteter Aspekt sind die CO₂-Emissionen, die durch das Streaming und die Digitalisierung insgesamt verursacht werden. Auch dieses Problem muss mehr Beachtung finden.

Zu guter Letzt darf sich Nachhaltigkeit im Filmbereich nicht nur auf Ökologie reduzieren. Es braucht ebenso nachhaltige Arbeitsstrukturen, damit faire Vergütungen auch langfristige, sozialverträgliche Arbeitsperspektiven bieten. Im Kinofilmbereich verlangen mittlerweile die MFG, MOIN Filmförderung, Hessenfilm und das Medienboard Berlin-Brandenburg die Einhaltung sozialer Standards. Das sind alles relevante Schritte, die wir gemeinsam gehen müssen. Nur so schafft die Filmbranche am Ende den Wertewandel hin zu einer emissionsarmen und ressourcenschonenden Produktionsweise.

Wo finde ich weitere Informationen?

Der Grüne Filmpass ist ein Nachhaltigkeits-Check für die gesamte Wertschöpfungskette eines Films. Er gibt dir einen Überblick über grünes Storytelling, die Wahl der Locations bis hin zur Nutzung von Spezialeffekten und dem Verleih. www.moin-filmfoerderung.de

Green Filming: Das Medienboard Berlin-Brandenburg bietet zahlreiche Informationen zum grünen Drehen: von Catering über Kamera bis hin zu Licht, Kostümen, Finanzinstituten und vielem mehr. www.bbfc.de/service/green-filming

Green Film Shooting: Die Journalistin Birgit Heidsiek hat wichtige Hintergrundinformationen rund um das Thema zusammengetragen. www.greenfilmshooting.net



Foto © IDZ | Tim van der Loo

Text: Boris Messing und Jens Thomas

Tote Hosen doch nicht tot

Die Jeans ist 150 Jahre alt. Herzlichen Glückwunsch! In den 1950er Jahren wurde sie zum Zeichen des Aufbegehrens und Andersseins – nachhaltig war das nicht. Die Berliner Tim van der Loo und Sandra Nicoline Nielsen vom Designstudio *A New Kind of Blue* recyceln alte Jeansstoffe und erfinden die Jeans einfach mal neu – modisch, ökologisch, funktional. Wir haben das Hosen-Duo an ihrer Wirkungsstätte besucht und wollen wissen: Wie stellt man die Jeans nachhaltig her?



1: Die Produktionsstätte von *A New Kind of Blue*. Foto © IDZ | Tim van der Loo; 2: Die Macher*innen: Tim van der Loo und Sandra Nicoline Nielsen. Foto © Jens Thomas; 3: Das Vlies: Keine Fließbandarbeit, handgefertigt. Foto © Jens Thomas

Krossener Straße, Ecke Gryphiusstraße. Ein Hund pinkelt an ein Fahrrad, sein Herrchen steht in Joggern da und schaut gelangweilt zu – so kennt man Friedrichshain. Wir sind verabredet mit Tim van der Loo und Sandra Nicoline Nielsen, die nichts Geringeres wollen als die Modeindustrie in ein neues, kreislauffähiges Zeitalter zu überführen. Tim begrüßt uns freundlich. Wir quetschen uns mit Masken bestückt in die kleine Küche, der Kaffee kocht, los geht's.

Der Ort: ein Coworking-Space in Friedrichshain, wo Modemacher und Textilvisionäre zusammenkommen. Im vorderen Bereich rattern die Nähmaschinen und es wird an Schnittmustern gearbeitet. Im hinteren Bereich sitzt das neue Blau: *A New Kind of Blue*. Das Designstudio ist zwar eines von unzähligen Unternehmen, die sich Nachhaltigkeit auf die Fahne geschrieben haben. Mit ihrem aktuellen Projekt *New Blue* sind sie aber nahezu die einzigen, die sich auf Textilien spezialisieren und neue Jeans aus recycelten Jeansstoffen herstellen. Das Problem: Konventionelle Jeans werden in der Regel unter hohem Chemikalieneinsatz produziert. Der beliebte Used-Look wird durch Sandstrahlen erzeugt – wobei der austretende Staub bei ungeschütztem Arbeiten zur tödlichen Silikose („Staublunge“) führen kann oder mittels aggressiver und gesundheitsgefährdender Chemikalien verstärkt wird. Und selbst bei Bio-Jeans-Produktionen wird in hohem Maße Wasser verbraucht, auch wenn giftige Chemikalien durch umwelt- und gesundheitsschonendere Substanzen ersetzt werden. Wie löst *New Blue* das Problem?

Tim und Sandra fangen an zu erzählen: Ihr Ziel sei es, aus Altem Neues zu formen. Das spare nicht nur Ressourcen. Man wolle auch ein neues Konsumbewusstsein prägen und das bisherige Prinzip der

Modeindustrie – Take, Make, Waste – zu den Akten legen. Das Prinzip ist schnell erzählt: Baumwolle wird geerntet und in Rekordtempo zu einem Produkt verarbeitet. Im Anschluss wird die Ware billig verkauft und nach Benutzung verbrannt oder auf der Müllhalde entsorgt. Das alles, sagt Tim, sei ein linearer Prozess, die Qualität der Produkte sei meist gering und die Klamotten würden vom Kunden rasch durch neue ersetzt oder weggeworfen. Bewusst geworden sei ihm das Problem, als er vor zwei Jahren für den Textilhafen der Berliner Stadtmission arbeitete, einer Non-Profit-Organisation, die unter anderem Kleider für Obdachlose sammelt. Vierzig Tonnen Kleidung seien dort pro Monat angekommen, erzählt er etwas aufgebracht, aber nur 15 Prozent davon waren nutzbar, der Rest hatte Flecken oder war zu alt und wurde weggeworfen. Er fragte sich, wie man aus alten Jeansstoffen neue Textilien machen kann. Für die tradierte Jeans gab es allerdings keine Verfahren.

Nach seinem Abschluss 2019 an der Kunsthochschule Weißensee in Berlin bekam Tim ein Stipendium von der Designfarm Berlin, um die Entwicklung von *New Blue* zu verwirklichen. Die 33-jährige Dänin Sandra Nicoline Nielsen, die er einige Jahre zuvor bei einem Festival zur Kreislaufwirtschaft kennengelernt hatte, schloss sich ihm an. Aus dem Projekt ging schließlich ihr Designlabel *A New Kind of Blue* hervor, das sich auf kreislauffähige Designlösungen spezialisiert hat. *New Blue* ist ihr erstes gemeinsames Projekt, für das sie im vergangenen Jahr mit dem Bundespreis Eco-design ausgezeichnet wurden.

Wie stellt man die Jeans nachhaltig her? Wir wechseln den Raum und gehen in die Produktionsstätte. Tim van der Loo, ein schmächtiger Mann mit 30-Tage-Bart, zeigt uns die Schnittmuster, die durch seine

Recycling-Methode entstanden sind. Er holt die zerlegten Teile entschlossen aus einem vollgestopften Sack, aus dem er Neues formt; Neues aus zerrissenen Hosenresten, was man gewöhnlich wegwerfen würde. *New Blue* verbindet dazu zwei Technologien: Die sogenannte Vliesbildung und digital gestützte Stickerei. Die Technik der Vliesbildung hat Tim zusammen mit dem Sächsischen Textilforschungsinstitut entwickelt; die alten, fleckigen oder anderweitig nicht verwendbaren Jeansstoffe werden dabei in ihre faserigen Bestandteile zerrissen und getrennt, anschließend wird aus den Fasern durch Kardieren und Vlieslegen ein Vlies gebildet. Durch die zweite Technik, eine digital gestützte industrielle Stickerei, wird das Vlies in einem letzten Schritt zu einem stabilen Stoff verfestigt, aus dem sich dann Schnittmuster für Hosen machen lassen – tote Hosen werden hier wieder lebendig.

Dabei gleichen ihre Hosen keineswegs den gewöhnlichen Jeans. Sie sind dicker, flauschiger. Das Besondere an ihrem Verfahren: Für die Recycling-Methode werden weder Chemikalien verwendet noch wird Wasser wie bei der herkömmlichen Jeansproduktion verbraucht. Sandra veranschaulicht das Problem in Zahlen. Der ökologische Fußabdruck – sie zitiert dazu den viel beachteten Bericht „A New Textiles Economy“ der Ellen MacArthur Foundation – sei bei der Fashion-Industrie eine Katastrophe: Der CO₂-Ausstoß lag im Jahr 2015 mit 1,2 Milliarden Tonnen so hoch wie der des internationalen Flug- und Schiffsverkehrs zusammen. Der Bericht kommt zu dem Schluss, dass ein Wert von 500 Milliarden Dollar jährlich durch die Wegwerfmentalität und den Mangel an Recycling von Kleidung flöten geht – bei einer Wertschöpfung von insgesamt 1,3 Billionen Dollar ist das eine gewaltige Summe. Nur ein Prozent der Kleidung wird weltweit recycelt. Zudem werden 17 bis 20 Prozent der industriellen Wasserverschmutzung durch Textilproduktion verursacht, dabei verbraucht gerade der Anbau von Baumwolle Unmengen an Wasser – schon jetzt leiden aber knapp 25 Prozent der Weltbevölkerung unter extremer Wasserknappheit. Die zusätzlichen Chemikalien zur Herstellung von Kleidung wie beispielsweise Färbe- und Bleichmittel und Mikroplastikpartikel, die durchs Waschen in die Gewässer gelangen, sind ein ernst zu nehmendes Umweltproblem. Umweltorganisationen und Fashion-Playern ist das bewusst. Trotzdem ändert sich wenig.

Bei *New Blue* wird täglich an Veränderungen gearbeitet. Ihre Methode, sagt Tim, lasse sich theoretisch beständig wiederholen. Das Produkt müsse auch nicht unbedingt aus Jeansstoff sein, die Technik könne beispielsweise auch auf Polyester oder Wolle angewendet werden. Wichtig sei ihm auch die Ästhetik. Jede Hose bekomme seine „eigene Geschichte“, die sich,

so die Idee, endlos fortsetzt. „Das System der Kreislaufwirtschaft wird die Welt verändern“, ist auch Sandra überzeugt. Die Dänin mit dem durchdringenden Blick ist studierte Techno-Anthropologin und hat im Bereich des Müllmanagements gearbeitet. Noch befindet sich das Hosen-Duo in der Protophase. Der Weg zu einem Produkt, das sich jeder leisten kann, ist noch weit, zumal es den beiden Schöpfern wichtig ist, lokal zu produzieren und faire Löhne zu garantieren. Derzeit arbeiten sie mit einem Textilforschungsinstitut in Spanien daran, nachhaltige Färbemethoden zu finden – mit ersten Erfolgen.

Und bei den Hosen soll es längst nicht bleiben. Tim zeigt uns eine Jacke, die genauso wenig nach Jeans aussieht wie die Hose. An der Wand hängt der Prototyp eines Jeans-Hausschuhs. „Das könnte ein weiteres Produkt für die Zukunft sein“, sagt Sandra. Wie es weitergeht, wüssten sie aber noch nicht genau. Derzeit kommt das Duo über das Stipendium von ReFream über die Runden, um die Entwicklung von *New Blue* voranzutreiben und ihre Marke *A New Kind of Blue* auszubauen. Danach komme der nächste Schritt. Ob sich das Produkt aber kommerziell vermarkten lässt? Das hänge letztlich von möglichen Partnern ab, mit denen man zusammenarbeiten wolle, sagt Sandra. Man könne sich auch vorstellen, direkt für die Marke Levi's zu produzieren. Die Frage ist nur, ob die Öko-Hose dann nicht einfach von der Konkurrenz hergestellt wird. Immer mehr Modeketten schreiben sich Nachhaltigkeit auf die Fahnen. Das belegt nicht nur der Report „Pulse of the Fashion Industry“. Im Juni 2021 wurde auch ein neues Lieferkettengesetz verabschiedet, das Unternehmen mit mehr als 3.000 Mitarbeitern ab 2023 zu mehr Nachhaltigkeit zwingt, wenngleich das Gesetz einige Schlupflöcher bereit hält (siehe S.101) und Arbeits- sowie Umweltschutz in der Modeindustrie problematisch bleiben.

Alles in allem zeigt unser Besuch: Die Jeans lebt. Sie ist jetzt 150 Jahre alt. Erfunden hat sie Levi Strauss 1873. Zuerst von den Arbeitern, Farmern und Cowboys in Amerika getragen, verbreitete sie sich nach dem Zweiten Weltkrieg auf der ganzen Welt. Vor allem in den 1950er Jahren wurde sie zum Zeichen des Aufbegehrens und Andersseins – ökologisch war die Hose aber nie. Jetzt bekommt die Jeans womöglich einen neuen Spin. Tim und Sandra versuchen derzeit noch neue Finanzierungswege und einen oder mehrere Vertriebspartner in Deutschland zu finden, was sich leider als nicht so leicht herausstellt. Der Wille ist aber da, und so fangen schöne Geschichten immer an, bis sich die Welt ändert – und damit endet auch unser Gespräch. Wir verabschieden uns mit Faustschlag aus 1,50 Abstand, rücken die Maske noch mal gerade und werfen einen letzten Blick auf die Schnittmuster. Draußen regnet es. Kein Hund in Sicht.



Die Gastspiele sind das Problem

Kulturinstitutionen wollen nicht nur, sie müssen sich heute den ökologischen Herausforderungen stellen – und ihre CO₂-Emissionen senken. Die Schaubühne Berlin hat als Teil eines Pilotprojekts der Kulturstiftung des Bundes erstmals eine Klimabilanzierung erstellt. Wie funktioniert das? Auf was kommt es an? Wir sprachen darüber mit Tobias Veit, Direktor der Schaubühne.

Die meisten CO₂-Emissionen entstehen bei der Schaubühne durch die Gastspiele. Nicht zu reisen ist aber keine Lösung, da Gastspiele Kulturaustausch bedeuten.



Tobias Veit ist seit 20 Jahren an der Schaubühne tätig. Nach seinem Regiestudium an der Hochschule für Schauspielkunst Ernst Busch in Berlin arbeitete er als Produktionsleiter an der Baracke am Deutschen Theater unter der künstlerischen Leitung von Thomas Ostermeier und Jens Hillje.
© Foto: Franziska Sinn

CCB Magazin: Herr Veit, die Schaubühne hat im vergangenen Jahr neben 18 weiteren Kulturinstitutionen an einem Pilotprojekt zur Klimabilanzierung teilgenommen. Ist so eine Klimabilanzierung nicht unheimlich anstrengend und zermürend?

Tobias Veit: Ja, das ist zunächst ungeheuer viel Arbeit, eine Menge von Daten, die überall herausdestilliert werden mussten. Unser Team hat das großartig gemacht und war zu Recht stolz.

Wie lange dauert so eine Klimabilanzierung?

Insgesamt waren das vier Monate. Die erste Anfrage kam im September 2020. Ende Januar letzten Jahres war alles schon erhoben und erfasst. Im Nachhinein erstaunlich schnell für das, was das alles zusammengetragen werden musste.

Wie läuft so eine Klimabilanzierung ab?

Erfasst werden in erster Linie die CO₂-Emissionen. Wir haben die Analyse gemeinsam mit dem Umweltberatungsunternehmen Arqum erstellt. Dabei werden unterschiedliche Bereiche in drei sogenannte Scopes eingeteilt. Scope 1 enthält beispielsweise die direkten Treibhausgasemissionen aus Verbrennungsprozessen – stationär und mobil. Scope 2 enthält indirekte Treibhausgasemissionen wie Strom oder Fernwärme. Und Scope 3 enthält alle sonstigen indirekten Treibhausgasemissionen wie Dienstreisen, Wasserverbrauch oder Müllmanagement. Zuerst fällt es schwer zu verstehen, wie der Wasserverbrauch oder Müll mit CO₂-Emissionen verbunden sind, weil es anders als beim Heizen oder bei Abgasen durch Transporte keinen direkten Bezug zu geben scheint. Diese indirekten Emissionsquellen werden darum in CO₂-Äquivalente umgerechnet, da das Produzieren von Müll selbstverständlich CO₂ verbraucht, nur lässt sich das eben nicht so einfach errechnen wie bei einem Verbrennungsmotor.

Wo liegen denn die größten Probleme bei der Schaubühne, in welchem Bereich ist der CO₂-Verbrauch am höchsten?

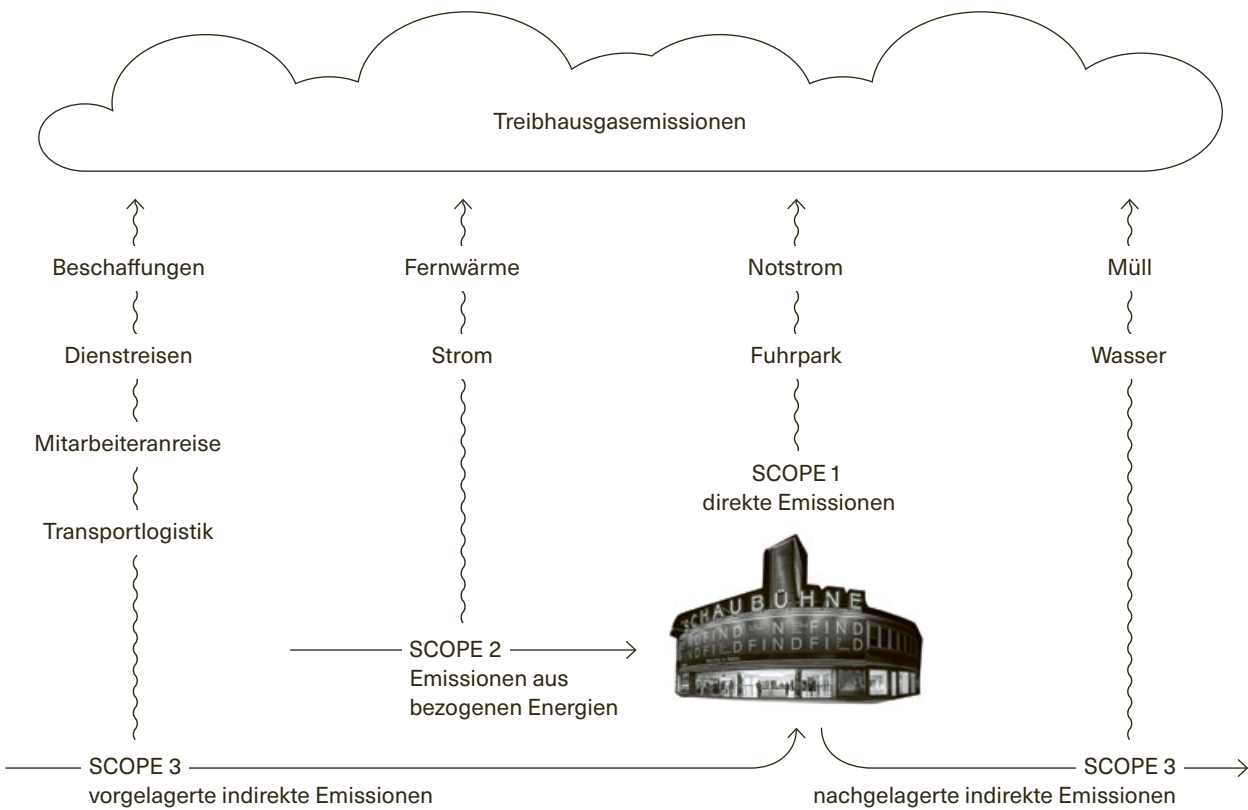
Bei der Schaubühne ist es so, dass die Scope-3-Emissionen allein schon knapp drei Viertel aller CO₂-Emissionen ausmachen. Und innerhalb dieses Scopes fallen die Gastspiele mit 85 Prozent besonders ins Gewicht. Kurzum: Die Gastspiele sind das Problem. Das war für uns schon überraschend! Aber klar, wir reisen um die Welt, gerade 2019 war mit einem hohen Aufkommen an Gastspielen verbunden. Wir waren in Tokio, Mexiko, Europa, Asien... Wir sind vier Millionen Meilen geflogen.

Was sind die nächsten Schritte? Wie kann man als Theater CO₂-Emissionen einsparen?

Es gibt drei Möglichkeiten: vermeiden, reduzieren und kompensieren. Gehen wir mal direkt auf die Gastspiele ein. Gastspiele bedeuten Kulturaustausch und kulturelle Verständigung. Das hat einen hohen Stellenwert, das sollte auch so bleiben, gesellschaftlich, politisch und künstlerisch. Nicht reisen ist also keine Lösung. Die klimabilanzielle Frage muss jedoch immer mitgedacht werden. Kompensationen sind darum unvermeidlich, gleichzeitig gibt es viele andere Wege, die Nachhaltigkeit zu stärken, etwa durch Zugreisen innerhalb von Europa, auch wenn Reisezeit Arbeitszeit ist

Politik muss Fördergelder für Theater an ökologische Standards knüpfen und damit einen Pakt mit der jeweiligen Institution schließen. Kultur ist ein Gemeinschaftsgut, und Kulturinstitutionen haben eine Vorbildfunktion in der Gesellschaft.

Wie funktioniert eine Klimabilanzierung?



Beispiel Schaubühne

und die Gastspiele damit teurer werden. Hier muss ein Umdenken stattfinden.

Ein Grund, weshalb die Schaubühne und viele andere Theater so viele Gastspiele organisieren, ist Geld. Keine Gastspiele, keine Einnahmen. Muss Kultur am Ende einfach mehr kosten, um nachhaltiger zu sein?

Darauf läuft es hinaus. Das ist letztendlich ein Dialog, den wir mit der Politik führen müssen. Wenn die Antwort ist, dass CO₂-Emissionen reduziert werden sollen, dann bedeutet das in jedem Fall, dass es mehr Geld kosten wird. Es gibt allerdings noch einen anderen Punkt, wo die Politik uns helfen könnte – und zwar bei der Kompensation. Das ist die letzte Maßnahme, die man ergreifen sollte, aber da wir nun einmal reisen müssen, wenn ein Kulturaustausch gewünscht ist, werden wir auch solche Maßnahmen ergreifen. Wir selbst dürfen als Theater keine Kompensationszahlungen leisten. Das lässt das Zuwendungsrecht nicht zu, weil es verwaltungstechnisch eine Spende ist. Hier könnte die Politik uns gesetzlich unter die Arme greifen.

Mit einer Kompensation von CO₂-Emissionen wird das Problem allerdings nur verschoben. Gibt es andere Maßnahmen, die die Schaubühne ergreift, um umweltverträglicher zu sein?

Wichtig ist vor allem, dass wir mit der Klimabilanzierung ein Bewusstsein für die Problematik geschaffen haben, nicht nur bei der Leitung, auch bei unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen. Es hat sich bei uns im Haus eine Klimagruppe gegründet, die Ideen zusammenträgt und Vorschläge für Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung macht. Die Ideen werden uns dann als Maßnahmenkatalog vorgeschlagen. So ist beispielsweise die Idee entstanden, kein neues Auto zu kaufen, sondern ein paar Lastenfahräder. Die Requisite und die Technik fahren damit bald durch die Stadt. Ein anderes Beispiel sind die Spielzeithefte und Monatsleporellos, die auf recyceltem Papier gedruckt werden. Und auch auf solche simplen Sachen wie Mülltrennung werden wir künftig besser achten. Wenn das Bewusstsein erstmal da ist, entsteht auch ein anderer Druck, nicht nur auf die Leitung, sondern auf jeden Einzelnen.

Der Arts Council in England hat es geschafft, innerhalb von sechs Jahren 35 Prozent CO₂ in Kultureinrichtungen einzusparen, indem er Fördermittel an die Einhaltung ökologischer Standards geknüpft hat. Brauchen wir so etwas auch?

Ich finde es richtig, dass die Politik Fördergelder mit ökologischen Standards verbindet, es gleichzeitig aber auch ein Pakt ist, der geschlossen wird. Kultur ist ein Gemeinschaftsgut, und Kulturinstitutionen haben, wenn man so will, eine Vorbildfunktion in der Gesellschaft. Wenn also Kulturinstitutionen zeigen, dass die Klimabilanz Jahr um Jahr reduziert werden kann, dann gibt es eine gute Chance, dies mit einer gewissen Wirkungskraft nach außen zu tragen.

Das könnte dich auch interessieren:



2020 hat sich in London die Gallery Climate Coalition (GCC) gegründet, um die CO₂-Emissionen in Kunstbetrieben bis 2030 um 50 Prozent zu reduzieren. Jetzt zieht Berlin nach. Wir sprachen mit den Initiator*innen.



Wisst ihr, was eine EMAS-Zertifizierung ist, wie man sie erstellt und ob sie für euch sinnvoll ist? Christoph Hügelmeyer, Technischer Direktor der Kulturveranstaltungen des Bundes in Berlin GmbH, klärt im Interview auf CCB auf.

Wo finde ich weitere Informationen?



Du suchst konkrete Informationen zur Klimabilanzierung? Lies dazu die Dokumentation der Kulturstiftung des Bundes zu Klimabilanzen in Kulturinstitutionen.



Sind Mobilität und Nachhaltigkeit vereinbar, und wenn ja, wie? Julie's Bicycle klärt darüber in einem Leitfaden für die Darstellenden Künste auf.

Fotos © Timo Ohler / © Roland Schneider



Cryptorave 9, Athen: Omsk Social Club und Mediengruppe Bitnik.
© Mike Tsolis

Was clubbst du?

Rambazamba rund um die Uhr, so sieht der normale Clubbetrieb in Berlin aus – wenn kein Corona ist. Klimafreundlich ist das nicht. Clubtopia, ein Projekt von clubliebe e.V. und der Clubcommission Berlin, will das ändern: Das Team berät Berliner Clubs, wie sie klimafreundlicher werden können. Wie sieht der Club for Future aus?

Interview: Jens Thomas und Boris Messing

„ Bereits ein kleiner Club verbraucht an einem Wochenende dreimal so viel Strom wie ein sparsamer Single-Haushalt im Jahr. Das heißt, er ist für etwa 30 Tonnen CO₂-Ausstoß pro Jahr verantwortlich.“



Konstanze Meyer arbeitet bei Clubtopia und ist zuständig für ökologische und soziale Nachhaltigkeit. Matthias Krümmel berät Clubs in Fragen zur Energie und ist Fachreferent für Klimaschutzpolitik beim BUND, dem Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland.
Fotos © clubliebe e.V. / Karoline Kohle



CCB Magazin: Hallo Konstanze und Matthias, über ein Jahr lang waren alle Clubs in Berlin zu. Ihr unterstützt die Berliner Clubszene dabei, klimafreundlicher zu werden. Haben die Clubs jetzt nicht ganz andere Probleme, als sich mit lästigen Klimafragen herumzuplagen?

Matthias Krümmel: Das könnte man meinen. Der Diskurs um Klimaverträglichkeit und die Reduzierung von CO₂-Emissionen ist aber nicht vom Tisch. Im Gegenteil: Die Frage, wie die Clubs klimafreundlicher oder gar klimaneutral werden, wird die Clubszene noch lange beschäftigen.

Wie gestaltet man einen Club klimafreundlich um?

Konstanze Meyer: Das kann ganz unterschiedlich erfolgen. Ein erster Schritt wäre beispielsweise der Wechsel zu einem zertifizierten Ökostromanbieter nach GSL-Standard. Das Siegel zeichnet Anbieter aus, die einen zusätzlichen Umweltnutzen bieten und Energie nicht aus fossilen Energieträgern produzieren. Ökostrom muss auch nicht unbedingt teurer sein. Ansonsten empfehlen wir viele kleine Schritte, die sich allesamt lohnen und die Energiebilanz eines Clubs verbessern.

Welche zum Beispiel?

Konstanze: Dazu gehören die Umstellung auf LED-Beleuchtung und der Einsatz von energieeffizienten Kühlgeräten und natürlich eine umweltfreundliche Mobilität und Logistik. Auch im Bereich Abfall und Ressourcenschonung können Clubs viel tun: möglichst chemikalienfreie Putzmittel verwenden, Verpackungsmüll vermeiden, Mehrweggeschirr und Mehrwegbehälter für Getränke gebrauchen – das sind nur einige Beispiele. Ein großer Schritt wäre, die Gebäude zu dämmen. Das kann aber teuer werden.

Wie teuer ist denn eine umfassende klimafreundliche Modernisierung? Die Mieten betragen pro Club zwischen 5.000 und 15.000 Euro monatlich. Viele haben jetzt schon Probleme, die horrenden Kosten aufzubringen. Können sich die Berliner Clubs das überhaupt leisten?

Matthias: Das ist in der Tat nicht einfach. Viele der Maßnahmen, die wir empfehlen, lassen sich aber auch ohne finanzielle Mittel oder für einen schmalen Taler realisieren. Es muss ja nicht immer die komplette Modernisierung sein, die sowieso der Vermieter angehen muss, es sei denn, man ist selbst Besitzer. So können zum Beispiel vorhandene technische Geräte wie Kühlschränke oder Lüftungsanlagen effizienter, manchmal auch weniger genutzt werden. Dadurch sparen die Clubs viel Strom und Geld. Andere Maßnahmen wie der Umstieg auf energieeffiziente LEDs kosten zwar etwas, lohnen sich aber langfristig, meist schon nach ein paar Monaten.

Das Ökologiebewusstsein in der Szene wächst: Fridays for Future, Artists for Future, Entrepreneurs for Future, man blickt da kaum noch durch. Spürt ihr dieses Bewusstsein auch unter Clubbetreibern und der Berliner Clubszene? Gibt es ein ernstes Interesse an einer klimafreundlichen Umstellung des Clubbetriebs?

Matthias: Ja, das gibt es. Immer mehr Clubbetreibende begrüßen es, dass Klimaschutz ein wichtiger, wenn auch nicht der einzige Baustein des nachhaltigen Wirtschaftens wird. Die Szene begreift, dass sie eine kulturelle Säule der Nachhaltigkeit ist: Neben Ökonomie, Ökologie und Sozialem stellt vor allem die gelebte Alltagskultur eine gemeinsame Handlungs- und Verständigungsebene dar. Die Nachtkultur leistet einen entscheidenden Beitrag zur Klimaschutzkommunikation. Das vergessen viele.

Ach ja?

Konstanze: Wenn wir von Klimaschutzkommunikation reden heißt das, ohne erhobenen Zeigefinger über die Best Practices des Cluballtags zu sprechen. Wenn Künstler*innen oder auch Kollektive und Kampagnen wie zum Beispiel „Music Declares Emergency“ über die Klimakrise sprechen, geht es oft um Haltungsfragen, gesellschaftliche Verantwortung und Aufbruch. Kultur und Kreativwirtschaft sind in Berlin an einem Großteil des Bruttoinlandprodukts beteiligt, damit korreliert ein großer Klimaschaden. Das wollen etliche Kulturschaffende nun ändern. Jenseits dieser intrinsischen Motivation helfen wir ihnen dabei, sich auf den Weg zur Klimaneutralität zu machen und trotzdem, nein gerade deswegen das Tanzen nicht zu vergessen.

Könnt ihr das einmal beziffern? Wie klimaschädlich sind Berliner Clubs?

Matthias: Bereits ein kleiner Club verbraucht an einem Wochenende dreimal so viel Strom wie ein sparsamer Single-Haushalt im Jahr. Das heißt, ein kleiner Club ist für etwa 30 Tonnen CO₂-Ausstoß pro Jahr verantwortlich. Hinzu kommen

noch die CO₂-Emissionen aus Heizungswärme, Abfall, Wasser, Mobilität etc. Macht also: viel zu viel.
Konstanze: Wenn wir alle 250 Berliner Clubs mit grünem Strom versorgen würden, kämen wir von circa 10.500 Tonnen CO₂ im Jahr auf 700 Tonnen runter – nicht eingerechnet Catering, Heizkosten, Klimaanlage, Mobilität und Abfall. Aber damit wäre schon viel gewonnen.

Könnt ihr eure tägliche Arbeit einmal beschreiben? Wenn wir Clubbetreiber wären, was könntet ihr für uns tun?

Konstanze: Wir beraten Clubs ganz unterschiedlich. In der Regel machen wir dazu eine Vor-Ort-Begehung. Bei dieser nehmen wir alle CO₂-relevanten Fakten auf, so zum Beispiel wie hoch der Stromverbrauch ist, welche Geräte im Club stehen, wie oft sie genutzt werden usw. Aus den gesammelten Daten erstellen wir dann eine CO₂-Bilanz und recherchieren Verbesserungsvorschläge, die wir den Clubs dann unterbreiten. Im Anschluss helfen wir den Clubs bei der Umsetzung. Wir bieten ihnen zudem Unterstützung über die Energieberatung hinaus an. Im Netz gibt es zum Beispiel einen Online-Leitfaden für einen nachhaltigen Clubbetrieb, den Green Club Guide, der gerade aktualisiert und in eine neue Form gebracht wird.

Matthias: Wir organisieren auch die Zukunftslabore Future Party Lab. Hier tauschen sich Professionelle der Nachhaltigkeitsbranche mit der Clubszene aus. Gemeinsam werden innovative Lösungen für nachhaltige Clubnächte entwickelt. Begleitet wird die Veranstaltungsreihe von einem Ideenwettbewerb, der besonders innovative und klimawirksame Lösun-

Foto © clubliebe e.V. / Karoline Kohle



Foto © clubliebe e.V. / Karoline Kohle

gen hervorhebt und deren Umsetzung unterstützt. Und wir organisieren regelmäßig die Runden Tische für eine grüne Clubkultur und laden engagierte Clubbetreibende und Veranstalter*innen ein, gemeinsam einen Verhaltenskodex für umwelt- und klimafreundliches Verhalten im Clubbetrieb zu erarbeiten. Dieser Code of Conduct soll Clubbetreibenden in Zukunft dazu dienen, die Verbesserung ihrer Klimabilanz konkret anzugehen und nach außen zu tragen.

Aber werden eure Vorschläge denn im Anschluss umgesetzt? Wie nachhaltig sind eure Beratungen?

Konstanze: Ökostrom reduziert die Kohlenstoffdioxidemissionen mindestens um den Faktor 15. Das ist die simpelste und gleichzeitig effizienteste Maßnahme. Kommen dann noch – als Kür – Energiesparteknik und ein optimiertes Verbraucherverhalten mit dazu, ist zumindest energetisch schon vieles gut gelöst. Entscheidend ist aber, was die Clubs mit ihren Gästen, zusammen mit dem Team als Agreement und auch mit den Betreibern und Kollektiven zusammen umsetzen.

Frage zum Schluss: Aktuell wird viel darüber diskutiert, welche Anreizsysteme geschaffen werden müssen, damit man sich klima- oder umweltfreundlicher verhält. Auch Verbote sind ein Thema. Welche Maßnahmen haltet ihr speziell für die Clubkultur für sinnvoll?

Konstanze: Eine erste Maßnahme wäre es, wenn Clubs endlich eine Bleibeperspektive in ihrer Location hätten. Wenn Clubbetreibende auf viele Jahre im Voraus planen könnten, wären sie auch eher bereit, Investitionen in klimafreundliche Technik und Umbaumaßnahmen zu investieren. Clubkultur braucht Räume. Die werden aber in einer wachsenden Stadt wie Berlin immer knapper. Orte für die vielfältige Clubkultur Berlins zu erhalten, ist damit eine wesentliche Voraussetzung für die nachhaltige Entwicklung der Clubs.

Matthias: Die bestehenden Clubs brauchen darüber hinaus finanzielle Unterstützung. So müsste es zum Beispiel ein Unterstützungsprogramm geben, um die ökologische Sanierung voranzubringen oder energieeffiziente Geräte anzuschaffen. Hier würden wir uns einen vergleichbaren Fonds wie den für den Lärmschutz in Clubs wünschen – nur eben für die Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen.

Wo finde ich weitere Informationen?

Eine wichtige Handreichung ist der **Green Music Guide** von Julie's Bicycle. Er dient als Leitfaden für Musikunternehmen und Einzelpersonen, um Aktivitäten umweltfreundlicher zu planen.

Weitere Informationen zur Förderung einer klimaverträglichen Musik- und Entertainmentbranche findest du unter www.greenmusicinitiative.de.

 Eine gute Übersicht über Leitfäden für nachhaltige Kulturveranstaltungen, -einrichtungen und -produktionen hat zudem die Nachhaltigkeitsforscherin **Annett Baumast** zusammengestellt.



© Charlotte Bastian

Charlotte Bastian

Das ewige Eis der Arktis hält nicht mehr ewig: Seit Jahrzehnten schmilzt es an beiden Polen in immer rascherem Tempo. In nur hundert Jahren haben sich die Gletscher in den Alpen halbiert; bis 2050 werden sie voraussichtlich nochmal um die Hälfte schrumpfen. Die Folgen: Der Meeresspiegel steigt. Der Golfstrom schwächt sich ab, es kommt zu Überschwemmungen, Unwettern und Dürren. Mit Veränderungen dieser Art befasst sich die Berliner Künstlerin Charlotte Bastian. Ihre Collagen zeigen eine zerstörte, vermüllte, durch den Klimawandel veränderte Natur: Eisschollen treffen auf leerstehende Hochhäuser, ein Betontrümmerhaufen schiebt sich vor das Meer, auf dem öden Boden der kraterartigen Landschaft verteilt sich Plastikmüll. Die Bilder orientieren sich an der romantischen Landschaftsmalerei und irritieren daher umso mehr. *Wir haben die Künstlerin für das CCB Magazin interviewt.*



Jörn Birkholz und Stephan Groß

Kohle, Öl und Gas sind Segen und Fluch zugleich. Sie haben den Traum vom Fliegen möglich gemacht, die freie Fahrt für freie Bürger und die stets warme Wohnung. Jetzt bescheren sie uns den Klimawandel. Trotz der Erkenntnis, dass es kein Weiter in Saus und Braus gibt, verhält sich ein Großteil der Menschheit jedoch noch immer so, als gebe es ein Morgen ohne Einschränkungen. Die Künstler Jörn Birkholz und Stephan Groß bezeichnen ein solches Verhalten als „fossile Sucht“: Die Gesellschaft hält am Wachstum fest, obwohl dessen Grenzen längst erkannt sind. In ihrer Collage „Night and Day“ vergegenwärtigt das Künstlerduo den fatalen, durch ständige Stimulierung angetriebenen Kreislauf: Die CO₂-Emissionen steigen, der Autoverkehr verstopft im Dauerlärm die Straßen. Gibt es dazu eine Alternative? Wie sähe eine Gesellschaft aus, die vom Wachstum abrückt?



Night and Day © Birkholz/Groß

Hartmut Kiewert

Die industrielle Nutztierhaltung trägt Schätzungen zufolge zwischen 15 und 50 Prozent zum Klimawandel bei. Zudem sterben in der Massentierhaltung in Deutschland jährlich etwa 763 Millionen Tiere einen qualvollen Tod. Der Künstler Hartmut Kiewert imaginiert in seinen Gemälden ein anderes Verhältnis zwischen Mensch und Tier: Schweine, Kühe und Hühner sind den Mastanlagen und Schlachthöfen entkommen, die Industrieanlagen sind zu Ruinen zerfallen, Menschen und Tiere leben eng zusammen. Da liegen im Wohnzimmer Schweine, Fuchs und Hirsch sagen sich guten Tag, die Straßen sind von Autos befreit und von der Tierwelt erobert. Der Künstler selbst malt allerdings nicht nur neue Realitäten. Er ernährt sich auch vegan und seine Malmaterialien sind frei von Tierprodukten. *Im CCB Magazin klärt er über seinen Weg auf.*



Hartmut Kiewert, No Cars Go, 2020
© Hartmut Kiewert



Black Liquor

Oh Gott, was ist das? Öl of Olaf? Die nächste große Umweltsauerei? Nein, eine neue kreislauffähige Alternative von Black Liquor, einem an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee entstandenen Projekt: Black Liquor will erdölbasierte Kunststoffe durch ligninbasierte Materialien ersetzen. Denn Lignin ist nach Cellulose das zweithäufigste Biopolymer auf der Erde. Es lässt sich aus der Schwarzlauge gewinnen und gibt den Bäumen ihre Festigkeit. Bis heute wird es fast ausschließlich zur Stromerzeugung verbrannt. Black Liquor will seine ligninbasierten Kunststoffe so einsetzen, dass sie zurück in den natürlichen Kreislauf gelangen. Das Projekt ist in Kooperation mit dem greenlab entstanden. *Wir haben das Team im CCB Magazin interviewt.*

Foto © Esther Kaya Stögerer, Jannis Kempkens





Soapbottle

Nach Angabe des WWF gelangen jedes Jahr zwischen 4,8 und 12,7 Millionen Tonnen Plastik in die Meere – an den Folgen verenden rund eine Million Seevögel jährlich. Die Designerin Jonna Breitenhuber hat an der Universität der Künste die Soapbottle als Alternative entwickelt: Während der Inhalt aufgebraucht wird, löst sich der Behälter langsam von außen mit auf. Die Überreste können als Handseife weiterverwendet oder unter Zugabe von Soda und Natron zu Waschmittel verarbeitet werden. Die Seife besteht aus natürlichen Rohstoffen und ist biologisch abbaubar. Noch ist das Produkt in der Umsetzungsphase. Die Idee könnte aber Schule machen – *im CCB-Interview erklärt die Designerin, wie.*



Foto © SOAPBOTTLE / J. Breitenhuber

Urban Eden

Wie könnte eine klimaresiliente Stadt aussehen? Die Designerin Paulina Grebenstein hat dazu das Stadtraumkonzept Urban Eden entwickelt. In den Städten werden spezielle Grünflächen angelegt, um Regenwasser zu speichern, das bei Hitze abgegeben wird und dadurch für Kühlung sorgt. Denn Städte sind bis zu acht Grad wärmer als das Umland. Bis zum Jahr 2050 könnten die durchschnittlichen Temperaturen in Europas Städten um weitere fünf Grad ansteigen. Die Folgen sind zunehmende Trockenperioden und Starkregen. Auch die Kanalisation will Grebenstein durch ein ausgeklügeltes Regenwassermanagement entlasten. So könnten Flüsse künftig durch neue Filtersysteme gereinigt werden. Man stelle sich vor, dass man in der allzeitverdreckten Spree irgendwann einmal baden gehen kann. Wäre das nicht toll? Für ihr Konzept wurde die Berlinerin mit dem Bundespreis Eco-design ausgezeichnet. *Wir haben sie bei ihrer Arbeit begleitet.*



© Paulina Grebenstein

CO₂-Rechner

Wie kannst du deinen CO₂-Fußabdruck berechnen? Wir listen an dieser Stelle die wichtigsten Rechner auf – ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Nein, nicht die Füße still halten, den eigenen CO₂-Fußabdruck berechnen. Aber wie? In der Regel wird zwischen CO₂-Fußabdruck und ökologischem Fußabdruck nicht ausreichend unterschieden. Der CO₂-Fußabdruck zeigt die CO₂-Emissionen einzelner Personen oder ganzer Institutionen auf. Errechnet wird dabei nicht nur der Ausstoß von CO₂, dem größten Klimakiller, sondern auch von anderen Treibhausgasen wie Methan. Der ökologische Fußabdruck gibt dagegen an, wie hoch der natürliche Ressourcenverbrauch ist, um Angaben zum persönlichen Lebensstil zu erhalten. Das beinhaltet Dinge wie Nahrung, Konsum, Abfall, Wohnen oder Mobilität. Errechnet werden kann er beispielsweise durch das Global Footprint Network. Der CO₂-Fußabdruck legt den Fokus hingegen auf die CO₂-Emissionen; er ist damit nur eine Teilmenge des ökologischen Fußabdrucks. Er lässt sich durch verschiedene Rechner ziemlich akkurat berechnen – man muss nur ein wenig Geduld und Zeit mitbringen.

Bundesumweltamt

Der Goldstandard aller CO₂-Rechner stammt vom Bundesumweltamt. Er ist kostenlos für jeden und jede verfügbar. Hier lässt sich ein Schnellcheck ebenso durchführen wie eine detailliertere Kalkulation. Der Anwendungsbe- reich des Rechners liegt im privaten Wohn- und Lebens- bereich und richtet sich an die Allgemeinbevölkerung. Gut ist hierbei, dass man seinen eigenen Fußabdruck mit dem Bundesdurchschnitt vergleichen kann und zudem Tipps an die Hand bekommt, wie man seine CO₂-Bilanz verbessern kann. Der Rechner gibt dir einen guten Über- blick über deine Lebensweise. www.uba.co2-rechner.de

Julie's Bicycle

Der Rechner mit dem Namen „Creative Green Tool“ von Julie's Bicycle ist speziell für die Kunst- und Kulturindus- trie entwickelt worden. Die NGO wird unter anderem vom Arts Council England und von der EU unterstützt. Der Rechner hat den Vorteil, dass schon Tausende von Daten durch ihn ausgewertet wurden und er daher sehr genau arbeitet. Allerdings braucht es ein wenig Geduld und vie- le Informationen, um ein akkurates Ergebnis zu erzielen. Nichts für mal nebenbei. Der Rechner lässt sich nur als Mitglied nutzen, die Daten werden auf Englisch erfasst. www.juliesbicycle.com/reporting

Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit

Adaptiert von Julie's Bicycle hat das Aktionsnetzwerk Nach- haltigkeit seinen eigenen Rechner entwickelt, der sich der- zeit noch in der Betaphase befindet und ab Mitte März 2022 kostenfrei nutzbar sein wird. Er richtet sich ebenfalls speziell an die Kunst- und Kulturindustrie. In Qualität und Detailliert- heit soll er mit dem Creative Green Tool von Julie's Bicycle mithalten können. www.aktionsnetzwerk-nachhaltigkeit.de

Artlogic

Der CO₂-Rechner von Artlogic ist in erster Line für Museen und Galerien gedacht. Er ist kostenfrei über die Homepage der Gallery Climate Coalition abrufbar. Der Rechner ist ein- fach zu nutzen, aber nicht so ausgefeilt wie der von Julie's Bicycle. Er geht vor allem auch auf spezifische Eigenheiten des Museums- und Galeriebetriebes ein wie beispielsweise die Logistik von Schiffsfrachten und Verpackungsmodalitä- ten. Um ihn anzuwenden, muss man sich vorher registrieren. Die Daten werden auf Englisch erhoben. www.galleryclimatecoalition.org/de/carbon-calculator

MFG

Die Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG) hat als einzige einen CO₂-Rechner für Film- und Fern- sehproduktionen entwickelt. Der Rechner versucht mög- lichst den ganzen Produktionsprozess abzubilden. Ausstat- tung, Beleuchtung, Catering, Transport, Müllmanagement und Postproduktion – jeder Posten wird in die Kalkulation auf- genommen, um ein möglichst präzises Bild des CO₂-Fußab- druckes zu bekommen. Der Rechner ist kostenfrei über die Homepage der MFG nutzbar. mfg.greenshooting.de

Wo finde ich weitere Informationen?

Schau einfach in unsere Nachhaltigkeits-Rubrik auf www.creativecity.berlin!

Siegel-Check

Es gibt unzählige Nachhaltigkeitssiegel. Da den Überblick zu behalten ist schwer. Wir stellen Euch 10 Siegel vor, die ihr als Kulturschaffende kennen solltet.

EU Ecolabel

Das EU Ecolabel existiert seit 1992. Der Standard gilt als sehr hoch. Man findet das Siegel in den Bereichen Haushalt, Bau- en, Elektrogeräte, Textilien und Papierherstellung. Der Fokus liegt neben Schadstoffreduzierung, niedrigem Wasser- und Energieverbrauch auf Recycling und Abfallreduktion. Kriti- siert wird unter anderem, dass sozialverträgliche Standards bei vielen Produktgruppen nicht berücksichtigt würden.

Blauer Engel

Der Blaue Engel ist seit über 40 Jahren das Umweltzeichen der Bundesregierung. Er ist eines der etabliertesten Umwelt- zeichen der Welt mit hohem Standard. Man kennt das Siegel vor allem von umweltschonenden Papierprodukten, es fin- det sich aber auch in den Bereichen Haushalt, Elektrogeräte, Bauen, Büro, Energie/Heizen, Garten/Freizeit und Gewerbe. Die Vergabe orientiert sich an den Aspekten Klima, Umwelt, Gesundheit, Wasser und Ressourcen. Allerdings garantiert der Blaue Engel keine allumfassende Unbedenklichkeit eines Produkts. Das Siegel bescheinigt, dass Produkte eine um- weltfreundlichere Alternative darstellen.

Cradle to Cradle (C2C)

Hinter Cradle to Cradle steht die Idee, dass alle Materialien in den Produktionsprozess zurückgeführt werden können. Seit 2010 vergibt das Cradle to Cradle Products Innovation Institute aus San Francisco (USA) dazu ein Siegel. Es wird in fünf ver- schiedenen Stufen (Basic, Bronze, Silber, Gold, Platin) ver- geben. Zertifiziert werden Materialien von der Bau- und Ein- richtungsbranche über Bücher bis hin zu Textilien. Kritisiert werden am Siegel u. a. mangelnde Transparenz und ein kos- tenintensives Verfahren (siehe die Diskussion auf S. 30ff.).

Global Organic Textile Standard (GOTS)

Das GOTS-Siegel gilt im Textilbereich als einer der höchsten Standards. Es strebt einen einheitlichen sozialen und ökolo- gischen Standard für die Textilverarbeitung an. Die Fasern müssen zu mindestens 70 Prozent aus biologisch erzeugten Naturfasern bestehen. Ab 95 Prozent wird den Produkten der Zusatz „organic“ erteilt. GOTS prüft alle Herstellungsprozes- se und orientiert sich an den Vorgaben der Internationalen Arbeitsorganisation. Das Siegel wird kaum kritisiert.

IVN BEST

Die Zertifizierung Naturtextil gilt als eines der strengsten Öko-Labels der Textilbranche. Die Rohstoffe müssen aus biologischer Produktion stammen, synthetische Fasern dür- fen nicht verwendet werden. Gesundheitsgefährdende oder umweltschädliche Substanzen sind bei der Herstellung ver- boten. Vergleichbar gute Siegel für die Textilproduktion sind Made in Green (Oeko Tex) oder Bluesign.

Fair Wear Foundation (FWF)

Das Siegel der Fair Wear Foundation will die Arbeitsbedin- gungen in Unternehmen der Textilindustrie weltweit ver- bessern. Die FWF ist in 15 Produktionsländern innerhalb von Europa, Afrika und Asien aktiv. Mitglieder sind rund 80 Textil- unternehmen, die etwa 120 Marken vertreten. Kritisiert wird, dass sich die Unternehmen lediglich verpflichten müssen, auf die Umsetzung der Fair-Wear-Standards hinzuarbeiten.

Grüner Filmpass

Der Grüne Filmpass ist das Nachfolgemodell des Grünen Drehpasses und wird seit April 2020 von der Film Commis- sion Hamburg Schleswig-Holstein (FCHSH) ausgestellt. Fil- memacher*innen müssen nachweisen, dass sie am Standort umweltbewusst drehen. Anders als noch beim Grünen Dreh- pass bezieht sich der Grüne Filmpass auf die gesamte Wert- schöpfungskette eines Films, also auch die Postproduktion.

Green Globe

Es gibt bislang kein Nachhaltigkeitssiegel für den kulturellen Veranstaltungsbereich. Allerdings zertifiziert der Green Globe seit 1992 Hotels und Veranstaltungszentren sowie Messen. Bewertet wird nach 248 Zertifizierungskriterien, wovon bis- lang jedoch nur 125 angewendet werden. Die Zertifizierung ist zudem teuer. Der Prozess wird von einem bei Green Globe akkreditierten Consultant begleitet.

Grüner Strom-Label (GSL)

Alle Kulturschaffenden brauchen Strom, und das Grüner Strom-Label kennzeichnet Strom aus regenerativen Energie- quellen – GSL war 1998 das erste Ökostromlabel in Deutsch- land. Der zertifizierte Ökostrom muss aus erneuerbaren Ener- giequellen stammen. Die Stromhändler dürfen sich nicht an Atom- oder Kohlekraftwerken beteiligen. Die Berichterstat- tung erfolgt öffentlich und transparent.

TCO Certified

Das Siegel TCO Certified zeichnet IT-Geräte wie Rechner, Notebooks und Monitore bis hin zu Projektoren, Headsets und Smartphones aus. Bewertet werden die Langlebigkeit und die recyclinggerechte Konstruktion. Kontrolliert werden ökologische und soziale Standards. Das TCO-Siegel zählt zu den strengsten Nachhaltigkeitssiegeln für IT-Produkte. Kriti- siert wird allerdings, dass nur einzelne Produkte und keine Firmen zertifiziert werden. Auch Unternehmen, die in der Kri- tik stehen, können das Siegel erhalten.

Soziales

Klein aber fein:
Auf Augenhöhe ist das erste
Modelabel für Kleinwüchsige

Smart aber fair:
Eine Genossenschaft schafft soziale
Absicherung für Selbstständige

Nur reden reicht nicht:
Ein Kommentar zum Gender Pay Gap

Kiez und Kollaboration:
Zu Besuch bei der ersten Berliner
Nachhaltigkeitsgalerie

Selbermachen, Dörfer schaffen:
Ein Berliner gründet in Brandenburg
ein Dorf

Könnt ihr noch oder leidet ihr schon?
Was hat kreative Arbeit mit
Gesundheit zu tun?

Menschen aus Fleisch und Blut: das Berliner
Performance-Kollektiv She She Pop
Foto © Benjamin Krieg



Auf Augenhöhe



Foto © Anna Spindelndreier

Sema Gedik hat das erste Modelabel für Kleinwüchsige in Deutschland gegründet. Hier erzählt sie von den schwierigen Anfängen und ersten Erfolgen und fragt sich, warum Diversität in der Modebranche noch immer keine Rolle spielt.

von Sema Gedik

” Es gibt heute Kleidungsstücke für Rollstuhlfahrer oder schwangere Frauen. Es gibt sogar erste Modelabels für Menschen mit körperlichen Einschränkungen – aber keines für Kleinwüchsige. Unser Label kann nur ein erster Schritt sein.



Das ist die Gründerin: **Sema Gedik**. Ursprünglich kommt sie aus Helmstedt/Niedersachsen. 2010 verschlug es sie nach Berlin – heute betreibt sie ihr Label *Auf Augenhoehe*. Foto © Auf Augenhoehe

Ich kann mich noch genau daran erinnern, es muss vor 15 Jahren gewesen sein. Meine Cousine Funda suchte wieder einmal verzweifelt nach passender Kleidung und fand keine. Funda ist kleinwüchsig. Sie lebt in der Türkei, und sie zieht sich immer gerne schick an. Ich habe damals Modedesign an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW) studiert, und für mich war da klar, dass sich hier etwas ändern muss. In meinem Studium drehte sich alles um Ökonomie, auch um die ökologische Nachhaltigkeit, das Thema Inklusion spielte keine Rolle. Ich habe mich dann intensiv mit Mode für Kleinwüchsige beschäftigt und herausgefunden: Ein Label für Kleinwüchsige gab es nicht. Es gab nicht mal eine Marke, die sich explizit an Kleinwüchsige richtet.

Darum gründete ich *Auf Augenhoehe*, das erste Modelabel für Kleinwüchsige in Deutschland und sogar weltweit. Im Jahr 2013 fing alles an, zunächst als reines Forschungsprojekt an der HTW. Wir waren ein kleines Team und bekamen ein Stipendium – dieses Glück hat nicht jeder. So konnten wir erste Schnittkonstruktionen erstellen und Prototypen entwickeln. Man muss wissen: Es gibt weltweit mehr als 780.000 kleinwüchsige Menschen. In Deutschland sind es um die 100.000, wobei hier alle eingeschlossen sind, die eine Körpergröße bis zu 1,50 m haben. Das Problem: Es existiert weder eine Konfektionsgrößentabelle noch gibt es Vorlagen für Schnittkonstruktionen, an denen man sich orientieren kann. Darum habe ich alles selber gemacht. Ich habe Kleinwüchsige angesprochen, sie vermessen und schließlich die erste Konfektionsgrößentabelle für Kleinwüchsige erstellt. Aktuell entwickeln wir den „Fit Finder“, eine neue Software für die Größenermittlung. Orientiert habe ich mich bei alledem an der häufigsten Form der Kleinwüchsigkeit, der Achondroplasie. Hier sind die Proportionen nochmal ganz andere: Die Arme sind kürzer und anders geformt. Der Gesäßumfang ist viel kräftiger. Darum passt auch häufig gewöhnliche Kleidung nicht. Viele müssen extra zur Änderungsschneiderei, weil selbst Kindergrößen nicht passen. Mick Morris Mehnert, ein Kleinwüchsiger, mit dem ich seit Jahren zusammenarbeite, sagte einmal zu mir: „Ich hatte einfach keine Lust mehr, ständig Micky-Mouse-Shirts anzuprobieren.“ Einen Anzug fand er erst gar nicht, weil der Brustbereich immer zu eng war. Auf all diese Dinge habe ich bei der Kollektionserstellung geachtet. Und in meinen Gesprächen mit Kleinwüchsigen habe ich stets eine große Dankbarkeit gespürt. Denn wer macht sich schon Gedanken darüber, wie sich Kleinwüchsige kleiden?

Mittlerweile ist *Auf Augenhoehe* auf dem Markt. Die erste Kollektion wurde 2015 während der Berlin Fashion Week vorgestellt, seit 2018 haben wir einen Onlinestore. Für Frauen gibt's Cardigans, Blusen und Strumpfhosen im Sortiment, für Männer Hemden, Chinos und Collegejacken. Alles passt! Ich frage mich nur: Warum sind wir die ersten und bislang einzigen, die so etwas machen? Es gibt zwar hier und da Kleidungsstücke für Rollstuhlfahrer oder schwangere Frauen, aber keine für Kleinwüchsige. Es gibt mittlerweile auch erste Modelabels für Menschen mit körperlichen



Foto © Anna Spindelndreier

Einschränkungen wie Mob aus Österreich oder Modedesigner wie Christa de Carouge und Julian Zigerli, die Modeschauen mit und für Models mit Behinderungen organisieren. Das Thema Kleinwuchs oder Mikrosomie bleibt aber außen vor. Und wir reden hier über eine Branche, die zum einen kleinteilig organisiert ist und in der zum anderen die großen Modeketten den Markt dominieren, das Thema Kleinwüchsigkeit aber ausklammern. Letzteres zeigen auch die „Diversity Reports“ von Fashion Spot: Diversität einschließlich älterer, Plus-Size-, Transgender-, Non-binary- und Models mit Behinderungen spielt kaum eine Rolle. Auf den Laufstegen dieser Welt liegt der Anteil von Transgender-Frauen oder Non-binary-Models meist bei unter 2 Prozent. Gleiches gilt für Plus-Size-Models – das Thema Inklusion und Behinderung kommt erst gar nicht vor. Und das, obwohl sich die Gesellschaft seit Jahren Inklusion auf die Fahnen schreibt: Seit 2009 hat Deutschland ein Inklusionsgesetz für Schulen. Im Mai 2021 wurde erstmals ein Barrierefreiheitsstärkungsgesetz im Deutschen Bundestag verabschiedet. Es verpflichtet Unternehmen, bis 2025 barrierefreien Zugang zu Produkten und Dienstleistungen zu ermöglichen. Modeproduktion wird hier nicht explizit genannt. Und es gibt eine Reihe von Ausnahmen, gerade für kleinere Unternehmen.

Das zeigt: Unser Label kann nur ein erster Schritt sein. Wir nennen das Inklusionsmode. Wir wollen nicht separieren. Wir wollen, dass Mode für Menschen mit Kleinwuchs eine Selbstverständlichkeit wird. Von einem solchen Modelabel zu leben ist natürlich schwer. Die Konkurrenz ist groß, und

dennoch würde ich mich freuen, wenn gerade die großen Ketten mitziehen. Das würde nicht nur die Dringlichkeit unserer Arbeit unterstreichen. Es würde klarstellen, dass Mode für Kleinwüchsige endlich in der herkömmlichen Modeindustrie angekommen ist. Wäre es nicht schön, wenn Kleinwüchsige einmal Mode von der Stange kaufen könnten? Das wäre ein Fortschritt in Richtung einer nachhaltigen Gesellschaft, über die derzeit alle reden. Wir haben den Anfang gemacht. Jetzt sind die anderen dran.

Das könnte dich auch interessieren:



Du willst mehr zum Thema **Mode und Nachhaltigkeit** erfahren? Lies dazu weitere Beiträge im CCB Magazin mit Expert*innen wie Ina Budde, Daniel Kroh oder dem Label Format.

Foto: Daniel Kroh © Dario Srbic



Foto © Anna Spindelndreier

Workshops,
Podiumsdiskussionen,
Fortbildungen, Festivals?
Entdecke aktuelle
Veranstaltungen in
deinem Bereich auf
Creative City Berlin!



www.creativecity.berlin



Smart aber fair



Magdalena Ziomek und Alicja Möltner haben vor sechs Jahren die SMartDe eG in Berlin gegründet, eine Genossenschaft zur Stärkung von Selbstständigen. Sie verfolgen einen Ansatz der sozialen Nachhaltigkeit: Denn die Arbeitsbedingungen von Kreativschaffenden und anderen Selbstständigen sind oft prekär. Es fehlt die soziale Absicherung – insbesondere für diejenigen, die nicht über die Künstlersozialkasse versichert sein können.

„ Wir wollen die soziale Absicherung von Selbstständigen verbessern. Denn die Hälfte aller Solo-Selbstständigen zahlt nicht mal in die Rentenversicherung ein.

Alles fing vor etwa acht Jahren an. Magda arbeitete damals im Projekt *agitPol ska*, Alicja als freischaffende Kulturmanagerin und Musikerin, und wie so viele Kreativschaffende plagten uns Fragen wie: Wie komme ich über die Runden? Wie organisiere ich meine Arbeit, sodass ich sozial abgesichert bin? Die Zahlen sprechen ja seit Jahren eine klare Sprache: Über vier Millionen Selbstständige arbeiten in Deutschland, 2,3 Millionen davon sind Solo-Selbstständige. Die Hälfte zahlt nicht in die Rentenversicherung ein, und nur ein Bruchteil hat Zugang zur Arbeitslosenversicherung. Darüber hinaus hadern viele mit dem Papierkram, mit dem persönlichen Haftungsrisiko, wenn etwas schief läuft, auch mit den Aufträgen oder verspäteten Zahlungen der Kunden. Das alles betrifft die Sicherung der künstlerisch-kreativen Existenz.

Aus diesen Gründen haben wir vor sechs Jahren die Genossenschaft *Smart* in Deutschland gegründet. Das Ziel: die soziale Absicherung von Selbstständigen verbessern. Wir treten für einen Arbeitsansatz der sozialen Nachhaltigkeit ein, denn nur 14 Prozent der Kreativen in Deutschland erwirtschaften als Freiberufler oder Selbstständige überhaupt einen Jahresumsatz von mehr als 17.500 Euro, so die Berechnungen des Bundeswirtschaftsministeriums im „Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2020“. Und dass viele Solo-Selbstständige erheblichen sozialen und wirtschaftlichen Risiken ausgesetzt sind, wurde während der Corona-Pandemie nochmals deutlich. Hier setzen wir an: Ab einem Mitgliedsanteil von 50 Euro jährlich kann jeder Mitglied in unserer Genossenschaft werden. Alle aktiven *Smart*-Mitglieder können Aufträge über die Genossenschaft abwickeln und von der Genossenschaft angestellt sein. Auf der Basis ihrer Einnahmen erhalten sie von *Smart* ein gemittelttes Monatsgehalt. Dabei sind die Mitglieder weiterhin für die Auftragsabsprache mit

dem Kunden und die Leistungserbringung zuständig. *Smart* übernimmt aber die administrative Abwicklung des Auftrages: Wir stellen dem Kunden die Leistung in Rechnung und kümmern uns um die Reisekostenabrechnung, Auslagenerstattung und unter Umständen sogar um das Mahnwesen. Wenn Aufträge über eine Anstellung bei *Smart* abgewickelt werden, muss der- oder diejenige auch keine eigene Selbstständigkeit beim Finanzamt anmelden und spart sich so viel bürokratische Arbeit. Zum Schluss führt die Genossenschaft die Sozialversicherungsbeiträge und Lohnsteuer ab. Bei jedem über *Smart* abgewickelten Auftrag fließt eine Gebühr von sieben Prozent der Netto-Auftragssumme an unsere Genossenschaft. Davon werden die gemeinschaftlich genutzten Services finanziert.

Soweit die Fakten. Wie sieht das aber in der Praxis aus? Ein Beispiel: Eine Tour-Managerin betreut eine Tournee; die Auftragslage ist ganz unterschiedlich – im Sommer ist während der Festival-Saison viel los, im Winter eher Flaute. Im Rahmen einer Anstellung bei *Smart* lässt sich durch die Einnahmen ein monatlich stabiles Durchschnittsgehalt generieren. Denn wenn bestätigte Aufträge im Sommer reinkommen, geht die Genossenschaft in Vorleistung und zahlt schon vorher ein Gehalt auf der Basis der zukünftigen Aufträge aus.

Wir schließen also eine Lücke, was längst überfällig ist. Und wir wissen nur zu gut um die Bedürfnisse von Kulturschaffenden: Wir kommen alle aus der Kultur – wir sind Musiker, Kulturmanagerinnen, Kreative aller Art. Angefangen hat *Smart* in Belgien. Seit sechs Jahren haben wir nun ein Büro in Berlin – gerade sind wir das vierte Mal umgezogen. Anfangs waren wir in einem Co-Working-Space im Bethanien, mit vier Personen und einem Schreibtisch. Dann waren wir in einer Garage am Mehringdamm, seit 2018 sitzen wir am Mehringplatz. Kürzlich haben wir unsere Büros mit Räumen in der Wilhelmstraße erweitert: einem Raum für die Berater*innen, einem Coworking-Space für die Genossenschafts-Mitglieder und einem Raum für Workshops. Wir sind heute Teil eines europäischen *Smart*-Netzwerkes mit Büros in Ländern wie Frankreich, Spanien, Italien, den Niederlanden, Schweden, Österreich und eben Deutschland – mit insgesamt über 95.000 Mitgliedern! Anfangs waren vor allem selbstständige Tänzer, Musikerinnen, Autoren und Installationskünstlerinnen *Smart*-Mitglieder, heute haben wir Zulauf aus nahezu allen Berufsfeldern der Kultur- und Kreativbranche und vor allem von denjenigen, die nicht über die Künstlersozialkasse versichert sein können: Dazu gehören Produzenten, Softwareentwicklerinnen, Kommunikationstrainer, Marketingberaterinnen, Ton-techniker und viele mehr.

Wir haben klein angefangen, wir sind allmählich gewachsen, und genau das wollen wir für unsere Mitglieder auch: Unser Ziel ist es, Kreativschaffenden die Möglichkeit zu geben, ihre Aktivitäten in einem sicheren und sozial nachhaltigen Status auszuüben – und die Praxis zeigt, dass unsere Mitglieder im Laufe der Zeit immer erfolgreicher und umsatzstärker werden.



Reden ist Silber, Bezahlen ist Gold

Der ganze Kulturbetrieb will grün werden und alle reden über Nachhaltigkeit. Aber sprechen wir auch über gleiche Bezahlung von Mann und Frau? Viel zu wenig. Ein Plädoyer für nachhaltige Geschlechtergerechtigkeit in der Kultur.

von Nicola Bramkamp

Foto © Thilo Beu / SAVE THE WORLD

Als die Staats- und Regierungschef*innen 2015 die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung verabschiedeten, war der Jubel groß. Endlich Fortschritt. Endlich mehr Nachhaltigkeit. Da geht was. Die dort entwickelten 17 Ziele für Nachhaltigkeit wurden als ein brillanter Fahrplan für eine gerechtere Welt gefeiert. Ziel Nummer fünf lautet sogar: Geschlechtergerechtigkeit. Als künstlerische Leiterin der Art meets Science-Initiative „Save the World“ kämpfe ich seit 2014 für eine nachhaltige Transformation in der Kultur. Die Stärkung und Beteiligung von Frauen und Mädchen an der Gestaltung unserer Welt ist eine grundlegende Voraussetzung zur Beendigung von Armut, Ungleichheit und Gewalt und dringend notwendig für eine friedliche, gerechte und nachhaltige Welt. Sie hat zugleich eine Hebelwirkung auf das Wirtschaftswachstum und die Entwicklung und ist nicht nur gerecht, sondern zugleich in ökonomischer und sozialer Hinsicht unverzichtbar.

Als ich mit 35 Jahren Schauspielregisseurin am Theater Bonn wurde, konnte ich das, was ich beim Einblick in die Gehaltslisten sah, kaum glauben: Frauen wurden an meiner neuen Wirkungsstätte grundsätzlich schlechter bezahlt als Männer. Der eklatante Gender Pay Gap betraf sowohl die Festangestellten als auch die freischaffenden Künstler*innen. Fast 1.000 Euro pro Monat weniger als ihr gleichaltriger Kollege verdiente eine 40-jährige Schauspieler*in – obwohl sie die gleiche Arbeit leistete. Ich fing an mich umzuhören. Auch an anderen Theaterhäusern ergab sich ein ähnliches Bild. Als dann 2014 die Studie „Frauen in Kultur und Medien“ vom Deutschen Kulturrat erschien, ging ein Raunen durch die Kulturlandschaft; aus einem Gefühl wurde eine Zahl. Frauen verdienen demnach im Schauspiel 42 Prozent weniger als ihre männlichen Kollegen. Im europäischen Vergleich bilden wir im Kultursektor beim Gender Pension Gap das Schlusslicht. Das sind die Ergebnisse des Berichts „Gender Equality Policy in the Arts, Culture and Media“ von 2017. Wie kann es sein, dass es in Deutschland mit unserer gut geförderten kulturellen Infrastruktur so eklatante Ungerechtigkeiten bei der Gleichstellung der Geschlechter gibt? Die Gründe sind vielfältig. Obwohl an den künstlerischen Hochschulen etwas mehr als die Hälfte der Studierenden in Regie, Schauspiel, Gesang, Dramaturgie etc. Frauen sind, landen in den Führungsetagen lediglich 22 Prozent. Fällt denn den 78 Prozent männlichen Kollegen in Leitungspositionen nicht auf, dass hier etwas in Schieflage ist?

Als Schauspielregisseurin habe ich mich bemüht, den Gender Pay Gap weitestgehend abzuschaffen, allerdings mit der Konsequenz, dass ich eine Stelle weniger besetzen konnte. So ergeht es auch den Kolleg*innen in Mannheim, Oberhausen und Hannover, die dort ebenfalls annähernd gleiche Bezahlung einführen.

Ist die Theaterfolklore schuld? Verhindern Vorurteile, stereotype Geschlechterklischees, der sogenannte „unconscious bias“, eine Überwindung des Pay Gaps? Immer noch verdie-

nen beispielsweise Bühnenbildner*innen erheblich mehr als Kostümbildner*innen. Woher kommt das? Ist die Szenographie in ihrer Tradition männlich, technisch und damit gesellschaftlich per se höher bewertet als die Beschäftigung mit Kostümen und Kleidern? Es gibt nicht eine einzige vernünftige Begründung für diese Gehaltsunwucht zwischen den Ausstattungssparten. Oder liegt es an dem gern zitierten Klischee, dass Frauen einfach schlechter verhandeln?

Seit 2018 ist #MeToo, also das Aufbegehren gegen strukturellen Machtmissbrauch in der Kulturbranche, ein großes Thema. In einem patriarchalen System, das auf Angst, Abhängigkeiten und prekären Arbeitsbeschäftigungen basiert, ist es schwer, sich individuell gegen Diskriminierung zur Wehr zu setzen. Viele Künstler*innen sind – gerade nach der Pandemie – überhaupt froh, arbeiten zu können. Da ist ein mutiges Aufbegehren gegen Ungleichheit oft ruf- und berufsschädigend. Dies haben die Studie „Macht und Struktur am Theater“ und die Machtmissbrauchsskandale der letzten Jahre eindrücklich gezeigt. So wie es ist, kann es nicht bleiben. Jetzt ist Handeln gefragt. Denn handeln ist wie wollen, nur krasser. 2018 gründete ich gemeinsam mit Lisa Jopt, der derzeitigen Präsidentin der Genossenschaft Deutscher Bühnenangehöriger und Gründerin des ensemble-netzwerks, die Konferenz „Burning Issues – Performing Arts & Equality“. Gemeinsam mit vielen Initiativen wie Pro Quote Bühne, Diversity Arts Culture, dem ensemble-netzwerk, dem Deutschen Bühnenverein u.a. engagieren wir uns für eine gerechtere Theaterlandschaft. Im Mai 2022 werden wir erneut mit dem renommierten Berliner Theatertreffen kooperieren. Yvonne Büdenhölzer, die Leiterin des Festivals, hat mit der Einführung der Quote ein wichtiges Zeichen für mehr Gerechtigkeit in den Darstellenden Künsten gesetzt.

Die Analysephase ist nun also vorbei, die Fakten liegen auf dem Tisch. Jetzt liegt es an uns, eine nachhaltige Gesellschaft zu gestalten, die sozial, ökologisch und ökonomisch gerecht funktioniert. Kultur schafft den Rahmen, in dem sich zukunftsfähiges Handeln entwickeln kann. Denn das Hinterfragen und Aufbrechen alter Denkmuster ist unser Kerngeschäft. Wenn wir das, was wir auf der Bühne predigen, auch hinter den Kulissen umsetzen, kommen wir dieser Utopie einen großen Schritt näher.

Nicola Bramkamp ist Dramaturgin, Kuratorin und künstlerische Leiterin von „Save the World“. Von 2013 bis 2018 war sie Schauspielregisseurin in Bonn. „Save the World“ bringt Künstler*innen und Expert*innen zusammen und entwickelt innovative, ungewöhnliche Formate der Wissensvermittlung sowie künstlerische Produktionen, die sich mit globalen Zukunftsfragen wie dem Klimawandel beschäftigen. www.savetheworld.de

Text: Lino Knocke

Hey Keule!

Tom Albrecht war in den 1990er Jahren der erste Umweltbeauftragte der TU Berlin. Heute ist er Kurator und betreibt die *Galerie für nachhaltige Kunst* in der Stadt. Was kann Kunst zur Nachhaltigkeitsdebatte beitragen? Ein Besuch in der Berliner Brutstätte für Nachhaltigkeitsfragen.

Hat einen Projekt(t)raum: Tom Albrecht vor seiner Galerie GG3. Foto © Jens Thomas



Wer in Berlin vom Moritzplatz aus den Leuschnerdamm entlangschlendert, kann sich kaum vorstellen, dass hier einmal vor 32 Jahren der Todesstreifen die Stadtteile Kreuzberg und Mitte voneinander trennte. Auf der Kreuzberger Straßenseite, Hausnummer 19, sticht ein Schild sofort ins Auge: „Group Global 3000“ steht darauf in dicken roten Lettern und „Galerie für nachhaltige Kunst“. Die tief eingefassten, weiß getünchten Fenster gewähren keinen Blick ins Innere und machen mich gerade deshalb neugierig: Was gibt’s da unten wohl zu sehen? Durch eine Flügeltür führt eine kleine Treppe hinab in ein von Leuchtstoffröhren hell ausgeleuchtetes Souterrain – die Galerie.

Ein Stück Holz in Form einer verkohlten Keule baumelt von der Decke. „Das ist die ‚Fossile Keule‘, da kann man sich schnell den Kopf dran stoßen“, sagt ein hoch aufgeschossener Mann, der der ältere Bruder von Max Ballauf sein könnte. Das verkohlte Holzscheit habe er bei einem Lagerfeuer im Kinderbauernhof um die Ecke gefunden. Die meisten Kunstobjekte hier seien aus gefundenen oder recycelten Materialien. Den ersten Nachhaltigkeitstest hat mein Interviewgast schon mal bestanden.

Von No Future zu Fridays for Future
Der Mann mit den grau melierten Haaren ist Tom Albrecht, Kurator und Gründer der Galerie. Tom Albrecht ist kein Unbekannter. 1991 wurde er erster Umweltbeauftragter der TU Berlin. Nach Berlin kam er schon 1972, genau in dem Jahr also, als der Club of Rome, der erste Zusammenschluss weltweit alarmierter Klimaexperten, vor dem Ende der Ressourcen warnte. In den 1970er und 1980er Jahren war Berlin noch eine andere Stadt: Es gab kein Fridays for Future, dafür No Future: New Wave und Punks mit nihilistischem Weltbild waren dominierende Jugendkulturen rund um das Berliner SO36, es gab noch keine Debatten über Enthaltsamkeit und die Erderwärmung, dafür leere Autobahnen wegen der ersten Ölpreiskrise in Nahost und erste Diskussionen über die Zukunft des Waldes. Die Grünen standen in den Startlöchern, mit Turnschuhen, die noch nicht recycelbar waren. Es gab Unmengen an besetzten Häusern und viel Ton, Steine und Scherben – nachhaltig war auch das nicht.

Tom lädt mich mit einer Geste ein, mich umzuschauen. Seit 2012 betreibt er mit einem Team ehrenamtlich die *Galerie für nachhaltige Kunst*: drei Ausstellungsräume, eine Toilette, eine Teeküche und eine Kammer für den Ausstellungsbedarf, verdeckt durch ein Rollo. „Es ist etwas eng hier“, gibt Tom zu. Aber 60 Leute bringe man schon unter.

Einer seiner Ausstellungen hieß „Artists for Future“, eine andere beschäftigte sich mit „Fossiler Sucht“. Exponate hängen an den Wänden und sind im Raum

platziert. Die „Fossile Keule“ zum Beispiel, an der ich mir beim Laufen durch die Räumlichkeiten permanent den Kopf stoße. Die Keule schlägt zurück wie ein Bumerang. „Der Mensch glaubt, dass das, was er hinterlässt, keine Konsequenzen hat“, sagt Tom. Die Begegnung mit der Keule sei eine Anregung, ökologischer zu leben. Ein anderes Exponat von Lioba von den Driesch ist der „Beichtstuhl für ökologische Sünden“. Er besteht aus zwei an den Lehnen zusammengestellten Stühlen, neben denen ein Hocker mit einem Kaugummi-Automaten steht. „Der Beichtstuhl für ökologische Sünden steht bereit“, sagt Tom mit einem schelmischen Grinsen und bietet sich mir als Beichtvater an. „Der durchschnittliche CO₂-Ausstoß liegt in Deutschland bei 11,6 Tonnen pro Kopf im Jahr. Bei einem Transatlantikflug von Düsseldorf nach New York fallen schon 3,65 Tonnen CO₂ an. Wir tun so, als könnten wir ewig so weitermachen“, sagt der Beichtvater. In der *Galerie für nachhaltige Kunst* kann man seine Flugsünden und Fleischgelüste – die schlimms-

”
Wir kennen die Fakten und trotzdem kaufen wir uns einen SUV und fliegen zwei Mal im Jahr nach Thailand oder Malle. Das ist für mich typisches Suchtverhalten.

ten Umweltsünden – eingestehen, sich dafür schämen und mit Handschlag entschuldigen, so als gäbe es wieder ein Morgen. Für symbolische zwei Cent kann man sich obendrein noch ein CO₂-Zertifikat aus dem Kaugummi-Automaten ziehen. Und ein kleines Buch hält Psalmen für die Absolution bereit. Etwa: „Meine Kinder und Enkel heiligen die Mittel.“ Da jeder von uns CO₂ emittiere, sagt Tom, sei Humor ein gutes Mittel, unsere Widersprüche beim Thema Nachhaltigkeit anzusprechen, ohne missionarisch zu sein. Dialog klappe besser mit Humor.

Der Projektraum als soziale Plastik
Das Thema Nachhaltigkeit dagegen ist wenig humorvoll. Tom erinnert sich, wie sich der Diskurs über die Jahre entfaltet hat: zuerst der Brundtland-Bericht der Vereinten Nationen 1987, der als Beginn des weltweiten Diskurses über nachhaltige Entwicklung gilt, dann

kam die alarmierende Rio-Konferenz 1992 und aktuell sind es die 17 Sustainable Development Goals der UN, die bei Tom in der Galerie verteilt ausliegen und Kunstobjekte wissenschaftlich unterfüttern sollen. So wie im Nebenraum. Videos laufen hier ohne Stop. In einem Video blickt die Künstlerin Keeley Haftner mit unbewegter Mimik in die Kamera. Sie nimmt eine Wasserflasche in die Hand und befüllt sie mit farbigem Glitzer, schüttelt sie kräftig und trinkt. Die ersten Schlucke des dunkel glitzernden Gesöffs flößt sie sich noch tapfer ein. Dann muss sie aufstoßen, setzt ab, trinkt erneut. Der Kampf mit dem Glitzer zeichnet sich in ihrem Gesicht ab, der Märtyrerin entgleist die Mimik. Heroisch trinkt sie immer weiter bis zum bitteren Ende. Nach 5-minütiger Selbstfolter hält sie eine leere 1-Liter-Flasche in die Kamera. Geschafft. „Das Video visualisiert die Dominanz von Mikroplastik in unseren Ozeanen, wie es Lebewesen konsumieren und es so über die Nahrungskette in unseren Körper gelangt“, interpretiert Tom das Video, das in Dauerschleife läuft.

Wir gehen weiter durch die Galerie. Tom redet, als stünde er an einem Pult, die Vermittlung von Wissen scheint ihm vertraut. Ursprünglich kommt er aus Düsseldorf, aufgewachsen ist er in unmittelbarer Nachbarschaft zu Joseph Beuys – Beuys ist sein großes Künstler-Idol. Er selbst hat Maschinenbau studiert und später noch ein Studium der Sozialwissenschaften abgeschlossen. Kunst hat er immer nur nebenher gemacht. „Bis heute bereue ich es, nicht Kunst studiert zu haben“, sagt der Kurator. Heute bediene er sich der Objekte, Installationen, Fotografien, Videos, Wörter und Aktionen, um seinen Ideen Ausdruck zu verleihen. Im Team geführte Projekträume – wie seine Galerie – verkörpern für ihn das Konzept der sozialen Plastik. Nach dem Kunstbegriff von Beuys verfolgten sie den Anspruch, durch Kunst formend und gestaltend auf die Gesellschaft einzuwirken. Man könnte es auch soziale Nachhaltigkeit nennen.

Der Projektraum *Galerie für nachhaltige Kunst* ist ein Novum in der Stadt. Galerien gibt es in Berlin um die 450, zudem 150 Projekträume, die wegen der Raumnot seit Jahren ums Überleben kämpfen. Es gibt aber keinen, der sich ausschließlich mit dem Thema Nachhaltigkeit befasst. Warum bloß, frage ich Tom. Und was kann Kunst zur aktuellen Nachhaltigkeitsdebatte überhaupt noch beisteuern, was Fridays for Future oder andere nicht schaffen? „Der Nachhaltigkeitsdiskurs ist an vielen Stellen einfach zu faktenüberladen“, sagt Tom, „es fehlen Begegnung und Bilder“. Das schaffe die Kunst. Umweltaktivisten wie Extinction Rebellion beispielsweise hätten von der Performance Art viel gelernt. Bei Kunst ginge es immer auch um Inszenierung, das würden die Umweltaktivist*innen geschickt für sich nutzen. „Der aktuelle Diskurs stellt allerdings die ökologische Dimension in den Mittelpunkt“, sagt

Tom. In der Galerie gehe es dagegen um die Lebenswirklichkeit der Menschen: um die soziale Nachhaltigkeit in all ihren Aspekten.

Die Sucht nach fossilen Leckerlis

Das Logo der Galerie, das zwei hintereinander abgebildete Globen zeigt, demonstriert ironisch den umfassenden Anspruch seines Denkens. Der Name *Group Global 3000*, kurz GG3, sei zwar eine „Anspielung auf weltumspannende Firmen mit großem Namen“. Aber ernst gemeint sei das schon: „Wir leben, als ob wir eine zweite Welt hätten.“ Es geht bei *Group Global 3000* nicht primär um den Verkauf von Kunstobjekten. Es geht um künstlerische Begegnung und das performative Machen. Als gemeinnütziger Ver-



1: Das Fenster: Die Arbeit „Windows of Consumption“ der Berliner Künstlerin Mona Lüders. Foto © Mona Lüders;
2: Die Beichte: Nachhaltigkeitsvater Tom Albrecht legt los. Foto © Jens Thomas; 3: Die Keule: Wer sich klimaschädlich verhält, wird zurechtgekehrt. Foto © Jens Thomas

ein und nicht-kommerzielle Galerie, finanziert durch Spenden, komme er selbst jeden Monat für die Miete auf, sagt Tom. Er sei mittlerweile Rentner. Wenn er noch zusätzlich arbeiten müsste, könnte er die Galerie in der Intensität gar nicht betreiben. Eine wichtige Finanzspritze sei außerdem der 2016 gewonnene Projektraumpreis von der Berliner Senatsverwaltung für Kultur und Europa gewesen. „Noch bin ich froh, den Raum mieten zu können. Aber es gibt Begehrlichkeiten, die sich immer deutlicher äußern“, sagt Tom. Ein Blick auf die gegenüberliegende Straßenseite reicht aus, um zu sehen, was sich neben dem lärmenden Verkehr noch alles verändert hat: viele Neubauten mit gläsernen Balkongeländern. Er selbst wohnt über der Galerie im Altbau.

Kunst und Verbindungen schaffen, den Wahnsinn des Wachstums kommentieren, Kunst mit Wissenschaft verketten und die Nachbarschaft zum Gespräch ein-

2



Der aktuelle Diskurs stellt die ökologische Dimension in den Mittelpunkt, es geht aber auch um die Lebenswirklichkeit der Menschen: um soziale Nachhaltigkeit. Projekträume sind hier Türöffner.

3



laden – darum geht es Tom Albrecht. Eines der letzten Themen, die er beackert hat, war die „fossile Sucht“. Er sagt: „Wir kennen die Fakten, wir wissen um unser schädliches Verhalten und trotzdem kaufen wir uns einen SUV und fliegen zwei Mal im Jahr nach Thailand oder Malle. Das ist für mich ein typisches Suchtverhalten. Die Lunge beißt, aber hey, was soll's.“ Tom analysiert das nüchtern, und man kann sich gut vorstellen, wie er an der TU Berlin gearbeitet hat. Seit der Gründung haben in der Galerie weit über 200 Künstlerinnen und Künstler ausgestellt, die Adressdatenbank enthält über 1000 Kontakte.

Ob Projekträume in Berlin aber eine langfristige Zukunft in der Stadt haben? „Das wird sich zeigen“, sagt Tom. Dass die Existenz der Projekträume in Berlin bedroht ist, zeigte bereits die Studie „Projekträume: Vitales, aber fragiles Herz der Kunstszene“ der Soziologin Séverine Marguin vor einigen Jahren. Mit weniger als 5.000 Euro jährlich muss der Großteil der Projekträume in Berlin auskommen, so das Ergebnis. Nachhaltig ist das nicht. Um die Zukunft der Galerie macht Tom sich darum Sorgen, obwohl er thematisch alle Trümpfe in der Hand hat. Das Thema Ökologie mit all seinen sozialen und wirtschaftlichen Implikationen ist noch lange nicht ausgeschöpft. Und eine Galerie for Future, das hat dieser Stadt gerade noch gefehlt.



Aus Altem wird Neues: In Wiesenburg/Brandenburg entsteht das Ko-Dorf nahe dem Bahnhof mit Anschluss nach Berlin.
Foto © agmm Architekten + Stadtplaner

Ab in den Silicon Wald!

Bauen, bauen, bauen, so lautet die Devise, um den Mietmarkt zu regulieren. Aber will man, dass Berlin immer dichter bebaut wird?

Frederik Fischer, Journalist und Gründer des Start-ups Tame, hat sich entschieden, in Brandenburg einfach mal ein Dorf zu gründen: das *Ko-Dorf*. Was hat das mit Nachhaltigkeit zu tun? Ein Gespräch mit einem Mann, der auf gepackten Koffern sitzt.

Interview: Jens Thomas

” Die Frage ist: Wie können wir in Zukunft sozial gerecht und ökologieverträglich arbeiten, leben, wohnen? Das Ko-Dorf soll hierzu eine Anregung sein.



Frederik Fischer ist Gründer und Geschäftsführer von Neulandia. Er sitzt im Vorstand der Genossenschaft Viel-Leben eG und ist Mitinitiator von Futur Eins, einem Think und Do Tank für die Gesellschaft von morgen.
Foto © Manuela Clemens

CCB Magazin: Frederik, wir kennen uns bereits von zahlreichen Meetups und Projekten. 2012 hast du Tame gegründet, eine Twitter-Alternative, um die Flut von Nachrichten im Netz neu zu sortieren. Jetzt gründest du ein Dorf in Brandenburg. War dir Berlin zu langweilig oder hattest du Landweh?

Frederik Fischer: Von beidem ein bisschen. Ich komme aus der Tech-Szene. Nach meinem Studium habe ich mich direkt mit einem Tech-Start-up selbstständig gemacht. Wir sind schnell gewachsen, hatten zehn Mitarbeiter und flogen häufig ins Silicon Valley. Um Abstand zu gewinnen, bin ich an den Wochenenden mit meiner Frau oft durch Brandenburg gerdelt. Das hat Ruhe in mein Leben gebracht. Berlin wurde zudem immer enger und teurer. Auf der anderen Seite gab es in ländlichen Regionen ganze Landstriche, die wie leergefegt waren. Ich fragte mich damals, wie man das verbinden kann: Wie schafft man es, den ländlichen Raum mit seinem Bestand neu zu nutzen, ohne das Alte aufgeben zu müssen? So kam die Idee mit dem *Ko-Dorf* auf, eine Synthese aus Kuhdorf und Kooperation. Jetzt sind wir kurz vor dem Ziel. Und wir bringen Schwung in eine Debatte, die längst überfällig ist.

Welche Debatte?

Wie sieht das Leben in der Stadt und auf dem Land in der Zukunft aus? Wie können wir sozial gerecht und ökologieverträglich arbeiten, leben, wohnen? Wir beobachten seit Jahren eine Entkoppelung von Beruf und Stadt: Viele leben nicht mehr in der Stadt, weil sie dort unbedingt wohnen wollen, sondern weil sie der Beruf an die Stadt bindet. Immer mehr sehnen sich aber nach Ruhe und Rückzug, wobei sie auch am kulturellen Leben teilhaben wollen. Die Mieten in Berlin sind allein in den letzten fünf Jahren um 44 Prozent gestiegen, die Immobilienpreise letztes Jahr wieder um rund 12,5 Prozent. Auf der anderen Seite gibt es ganze Dörfer und Landstriche, wo sich die Bevölkerung abgehängt fühlt oder abgehängt ist. Die Frage ist, wie wir hier ein neues Gleichgewicht hinbekommen. Das *Ko-Dorf* kann dazu eine Anregung sein.

Wie gründet man ein solches Dorf?

Das ist ein steiniger Weg, und er ist auch noch nicht zu Ende. Wir sind seit zwei Jahren mit dem Baurecht beschäftigt und warten noch immer auf den rechtskräftigen Bebauungsplan, es sieht aber gut aus. Das Dorf an sich basiert auf einem Genossenschaftsmodell. Die Idee dazu kam mir in den Niederlanden. Ich war auf einer Hochzeit, wo alle in einem Feriendorf untergebracht waren. Das waren genossenschaftlich organisierte Einheiten, jeder hatte sein eigenes Haus, trotzdem gab es die Möglichkeit, als Gemeinschaft zusammenzukommen. Das hat mich überzeugt. Diese Idee habe ich dann auf ein dörfliches Konstrukt übertragen. Ich wusste allerdings nicht, wie man das macht – ich bin Journalist, kein Architekt. Während meiner Recherchephase stieß ich dann auf das Feriendorf in Meerleben an der Ostsee. Ich kontaktierte die Initiatoren, den Architekten Patric Meier und seine Lebensgefährtin Katrin Frische, und schnell kamen wir zu der Überzeugung, dass uns eine ganz ähnliche Vision antreibt. Patric brachte zudem die nötige fachliche Expertise mit. Jetzt befinden sich zwei Projekte in der Planungsphase: eines in Erndte-

brück in Nordrhein-Westfalen, das andere in Wiesenburg in Brandenburg, hundert Kilometer von Berlin entfernt.

Wie sieht das Ko-Dorf aus? Was gibt es da alles?

Und wer kann zu welchen Konditionen einziehen?

Das Dorf besteht aus vier Hektar Land und 40 Wohnparteien, die genossenschaftlich organisiert sind. Das Herzstück des Dorfes ist ein altes Sägewerk, das rund 40.000 Quadratmeter umfasst. Die Idee war hier, das Alte wieder nutzbar zu machen. Hier werden wir einen Coworking Space errichten, Veranstaltungsmöglichkeiten organisieren, auch ein Café, einen Buchladen und ein Ko-Dorf-Späti wird es geben. Der Späti soll zur Anlaufstelle für ökologische, nachhaltige Produkte aus der Region werden. Ziel ist es, eng mit den lokalen Produzenten zusammenarbeiten. Ansonsten nutzen wir die Infrastruktur der Gemeinde: Wir bauen hier keinen neuen Supermarkt. Wir gehen auf die Gemeinde zu. Und umgekehrt laden wir die Wiesenburg auch zu uns ein. Das *Ko-Dorf* selbst setzt sich aus drei frei wählbaren Haustypen zusammen: Häusern von 30, 60 und 80 Quadratmetern. Als größere Familie kann man natürlich noch kleinere Einheiten hinzunehmen – oder wieder abgeben, wenn beispielsweise die Kinder aus dem Haus sind. Wobei man die Häuser nicht kauft. Sie bleiben im Besitz der Genossenschaft. Dazu wird man Mitglied und erwirbt Anteile in Höhe der Einlage. Wenn man irgendwann wieder ausziehen will, verkauft man die Anteile an die Nachrücker, die auf der Warteliste stehen. Unser Ansatz ist, die Wohnverhältnisse zu flexibilisieren, weil sich immer wieder mal Arbeits- und Lebensformen verändern.

Wer darf alles einziehen und wer zieht ein? Klempner, IT-Spezialistinnen, Kreativschaffende?

Da machen wir keine Vorgaben. Der Schwerpunkt liegt allerdings klar auf dem Digital- und Kreativ-Milieu, aus dem wir kommen. Es gibt aber auch welche, die haben Jobs an Universitäten, Forschungseinrichtungen oder bei Versicherungen. Selbst ein paar Wiesenburg werden im *Ko-Dorf* wohnen. Für den Wohnsitz muss man sich bewerben. Die Bewerbungen schauen wir uns natürlich genau an, man will ja wissen, mit wem man Tür an Tür wohnt. Die ersten zehn Parteien haben wir noch selbst ausgesucht. Seitdem bestimmt die Gruppe, wer einzieht oder auf die Nachrückerliste kommt. Dazu gibt es Steckbriefe und Vorstellungsrunden. Insgesamt können bis zu hundert Personen einziehen. Die Gruppe hat auch immer die Möglichkeit, ein Veto einzulegen, wenn sie Bauchschmerzen mit Bewerbern hat. Das passiert auch manchmal, in den meisten Fällen finden sich aber die Richtigen.

Irgendwie klingt das nach einem Exklusivclub für Leben auf dem Land. Ist das nicht die nächste Stufe der Gentrifizierung? Jetzt kommen die ausgebildeten Hauptstädter und erobern den Silicon Wald, weil sie die Stadt satthaben?

Nein, überhaupt nicht. Wir sind weder ein Exklusivclub noch Selbstversorger. Die Altersspanne reicht vom Kleinkind bis zur Rentnerin. Musiker treffen auf IT-Managerinnen oder lokale Handwerker. Wir suchen ja gerade den Kontakt zur Region. Untypisch ist das Verfahren, das stimmt, weil man sich bewerben muss, das muss man sonst in keinem Dorf und in

keiner Stadt. Aber in der Stadt entscheidet der Hauseigentümer, wer einzieht, und das hängt zum Schluss meist vom Geldbeutel ab. Und immer mehr Menschen müssen umziehen, weil sie sich die Wohnung nicht mehr leisten können. Bei uns ist es umgekehrt: Man zieht zu günstigen Konditionen ein, die Plätze sind nur begrenzt. Darum soll es auch nicht bei einem *Ko-Dorf* bleiben – die Idee müsste Schule machen.

Wie haben die Wiesenburg denn reagiert, als ihr mit Bauplänen und aufgeklappten Laptops aufkreuzt seid? Wollen die überhaupt, dass ihr kommt?

Die haben sehr gut reagiert. Sie waren ja von Beginn an in den Prozess involviert. Man muss wissen: Nicht wir bewerben uns bei den Kommunen, die Kommunen bewerben sich bei uns. Das war eine der wichtigen Vorbedingungen für das Vorhaben, um Konflikte im Vorfeld zu vermeiden. Denn wenn sich die Kommunen selber bewerben, sind sie in der Regel aufgeschlossen gegenüber Veränderungen. Im Gegenzug achten wir natürlich darauf, wer kommt: Die Kodörfler müssen sich im Dorf verwurzeln wollen. Voraussetzung für einen Wohnplatz ist, dass man im *Ko-Dorf* seinen Erstwohnsitz hat – wir verbieten quasi die Ferienhausnutzung. Zugleich muss jedem klar sein, dass er nicht jeden Tag nach Berlin pendeln kann. Home-Office sollte schon drin sein. Auch aus ökologischen Gründen.

Was kostet es, im Dorf zu wohnen? Und was kostet das Gesamtprojekt?

Das wissen wir noch nicht verbindlich, weil das von weiteren Planungsprozessen abhängt. Was wir sagen können ist, dass sich die Häuser in einer Preisspanne zwischen 135.000 und 330.000 Euro bewegen. Darin sind aber alle Kosten berücksichtigt, auch die Planungs- und Erschließungskosten, der Kaufpreis für das Grundstück und ein Kostenansatz für die Gemeinschaftsflächen. Für das Sägewerk planen wir mit rund zwei Millionen, das wird durch alle Genossenschaftsmitglieder geteilt. Insgesamt läuft es wohl auf 20 Millionen hinaus. Das Projekt ist natürlich mit einem gewissen Risiko behaftet. Darum haben wir am Anfang von allen Genossenschaftsmitgliedern einen Beitrag von knapp 6.000 Euro verlangt. Darüber konnten wir die Baurechtschaffung finanzieren. Zudem haben wir Fördermittel vom Land Brandenburg erhalten, und als Kodörfler braucht man ohnehin nur 30 Prozent Eigenkapital. Denn es gibt die Möglichkeit, den Pflichtanteil bis zur Höhe von 50.000 Euro über das Programm KfW134 zu finanzieren. Die restliche Finanzierung übernimmt die Genossenschaft. Dieser Kredit wird mit dem Wohngeld über viele Jahre in kleinen Beträgen abbezahlt. Das macht den Einstieg sehr viel leichter. Man bedenke, dass eine Immobilie in Berlin und im Speckgürtel mittlerweile fast eine Million kostet. Und hinter unserem Projekt steckt kein kommerzieller Projektentwickler, der sich zum Schluss die Taschen vollstopft. Hier entsteht etwas, das wirklich nachhaltig ist und der Gemeinde zur Verfügung steht.

Stichwort Nachhaltigkeit: Sind die Häuser denn auch nachhaltig gebaut?

Ja, es sind ökologische Häuser. Die Fassaden werden mit sichtbarem Echtholz verkleidet. Holz war uns wichtig, denn



Könnte gemütlich werden: Das Ko-Dorf als Modell. Foto © agmm Architekten + Stadtplaner

die klassischen Neubaugebiete sind uns ein Grauen. Die Kleinhäuser sollen zudem mit Gründächern versehen werden, damit Regenwasser gesammelt und zur Gartenbewässerung genutzt werden kann. Es geht uns aber gar nicht so sehr um feste Öko-DIN-Normen. Wir betrachten Nachhaltigkeit in der Breite – ökologisch und sozial. Es geht um Energieeffizienz und wohngesundes Bauen. Der vorhandene Baumbestand wird in die Planung integriert. Die Wohnhöfe werden gemeinschaftlich genutzt. Zudem streben wir eine eigene Wärme- und Energieversorgung an. Im nächsten Planungsschritt untersuchen wir die Realisierbarkeit eines Blockheizkraftwerks, von Hackschnitzel-Heizungen und Photovoltaikanlagen. Und mit der Revitalisierung des seit der Wende leerstehenden Sägewerks schenken wir dem Backsteinbau ein zweites Leben – schon das ist nachhaltig.

Frederik, 1950 lebte nicht einmal ein Drittel der Weltbevölkerung in Städten. Seit 2007 ist es mehr als die Hälfte. Nach Berechnungen der UN werden es 2050 zwei Drittel sein, wobei die urbanen Räume für 75 Prozent des Energieverbrauchs verantwortlich sind. Wenn du eine Prognose abgeben würdest: Wie sehr können Modellprojekte wie deines etwas an der Gesamtsituation ändern? Werden wir Zeugen eines Gesellschaftswandels, durch den das Dorf eine Renaissance erlebt?

Ob die Verstädterung ewig so weitergehen wird, da bin ich mir gar nicht mal so sicher. Berlin ist beispielsweise im letzten Jahr wieder geschrumpft. Die Frage wird aber sein: Wie können wir den ländlichen Raum neu entdecken und zugleich die Städte klimafreundlicher und lebenswerter machen? Das Dorf ist in den Köpfen vieler Menschen längst zum eigentlichen Sehnsuchtsort geworden. Das lässt sich mit Umfra-

gen aus der Zeit vor der Pandemie belegen. Demnach wollen über die Hälfte der Menschen in Deutschland am liebsten in Dörfern und Kleinstädten leben. Nur circa ein Drittel sieht das Zentrum von Großstädten noch als idealen Wohnort. Der Grund für das Wachstum der Großstädte war schlicht, dass die wenigsten Menschen bislang ihren Job einfach mitnehmen konnten. Das hat sich durch die großzügigen Home-Office-Regelungen geändert. Diese Entwicklung macht neue Lebensmodelle möglich und eröffnet Chancen für die ländlichen Räume. Die gilt es zu nutzen – gemeinwohlorientiert, ökologisch, sozial. Denn das Interesse an ländlichen Räumen könnte sich auch als vergiftetes Geschenk erweisen. Dann nämlich, wenn sich Großstädter lediglich Ferienimmobilien kaufen oder an den Ortsrändern Retortensiedlungen bauen. Die Orte, um die es uns geht, sind ein Investment in die Lebensqualität und Ökologieverträglichkeit. Wir entwickeln ein neues soziales Miteinander Tür an Tür. Ich bin mir sicher, dass wir in den kommenden Jahren noch viele weitere solcher Wohninnovationen erleben werden.

Das könnte dich auch interessieren:



Die Berliner Architektin **Verena von Beckerath** hat in Kreuzberg ein Co-House entwickelt – ökologisch, sozial. Was verbirgt sich dahinter?

Foto © Gitty Darugar

Da ist etwas nicht im Lot



Helm oder Kondom? Man weiß es nicht so genau. Das Objekt heißt jedenfalls „die Glocke“. Foto © Marie Jacob

Neue Ökologiestandards und Ansprüche an die Sozialverträglichkeit – das ist die eine Seite der modernen Arbeitswelt. Die andere ist: Immer mehr Menschen fallen aufgrund psychischer Belastung aus. Die Berliner Kommunikationsagentur *SHITSHOW – Agentur für psychische Gesundheit* berät zur Resilienz, gibt Workshops und hat eine Pop-Up-Ausstellung zum Thema Depressionen und Angsterkrankungen entwickelt. Wie kann Kunst und Kommunikationsdesign aufzeigen, was in der Gesellschaft tabuisiert wird?

Interview: Jens Thomas

„ Depressionen und Angststörungen gehören mittlerweile zu den zentralen Ursachen für Lebensbeeinträchtigungen weltweit. Vor allem junge Menschen sind betroffen, holen sich aber meistens erst Hilfe, wenn die Erkrankung bereits auf dem Weg ist, chronisch zu werden.



Das Team von SHITSHOW (v. l. n. r.): Nele Groeger, Johanna Dreyer, Luisa Weyrich, Benthe Untiedt
Foto © Shitshow

CCB Magazin: Hallo Nele, Johanna und Luisa. Die Fehltag und Fälle von Berufsunfähigkeit aufgrund von psychischen Erkrankungen sind in den letzten Jahren rasant gestiegen – die DAK spricht von einem Anstieg um fast 140 Prozent zwischen 2000 und 2019. 8,7 Mio. Menschen sind in Deutschland an Depressionen und Angststörungen erkrankt. Ihr habt dazu eine „psychoedukative“ Ausstellung entwickelt. Was genau ist das und wem hilft es?

SHITSHOW: Bei unserer Ausstellung handelt es sich um eine interaktive Pop-Up-Ausstellung, in denen die Besucher*innen vier Designobjekte, die MOODSUITS®, ausprobieren können. Die Objekte sind auf der Basis von Befragungen Betroffener entstanden. Sie geben psychosomatischen Symptomen, die mit einer Depression oder einer Angststörung verbunden sind, eine Form. Die Ausstellung heißt „Die SHITSHOW – eine Ausstellung über Scheißgefühle“. Scheißgefühle kennen wir erstmal alle. Längerfristig können sie chronisch werden. Mit den MOODSUITS® machen wir es Außenstehenden einfacher, Empathie für die Betroffenen zu entwickeln.

Wer ist denn hauptsächlich betroffen?

Depressionen und Angststörungen gehören mittlerweile zu den zentralen Ursachen für Lebensbeeinträchtigungen weltweit. Es gibt zwar keine belastbaren Zahlen darüber, ob psychische Erkrankungen im Laufe der Zeit zugenommen haben, da die Leiden heute auch besser erkannt und häufiger diagnostiziert werden. Sagen lässt sich aber, dass alle Altersgruppen betroffen sind, wobei Frauen häufiger an Depressionen leiden als Männer. Die Jüngeren holen sich meistens erst Hilfe, wenn die Erkrankung auf dem Weg ist, chronisch zu werden. Hier setzt auch unsere Ausstellung an – und das alles in einer zugänglichen Ästhetik, ohne die übliche Schwere.

Kann man eure MOODSUITS® denn tragen? Sie sehen nicht so aus, als käme man damit problemlos durch die Innenstadt.

Es geht ja nicht darum, dass man sie im Alltag trägt. Das Design ist bewusst überdimensioniert. Nimm zum Beispiel „DIE GLOCKE“, ein Designobjekt, das man wie einen Helm aufsetzen kann. Sie macht das Gefühl der depressiven Abgeschiedenheit, der Dumpfheit und Einsamkeit körperlich erfahrbar. Oder „DER WÜRGER“, eine Art schwerer Kette, die man verkehrt herum um den Hals hängt und die mit einer kleinen, eingearbeiteten Holzkugel auf den Hals des Tragenden drückt. Sie macht das mit einer Angststörung häufig einhergehende Engegefühl im Hals – Ärzt*innen nennen es Globusgefühl – nachfühlbar. Die MOODSUITS® basieren auf dem in kognitionswissenschaftlicher und psychologischer Forschung entwickelten Embodiment-Konzept, das vereinfacht gesagt die Wechselwirkung zwischen Geist und Körper untersucht. Gefühle und Wahrnehmungen haben demnach immer auch körperliche Auswirkungen – mit einer Depression oder Angststörung fühlen wir uns schwer, niedergedrückt, in der Klemme oder wie hinter einer Milchglaswand, von der Welt abgeschnitten. Uns war es wichtig, psychische Erkrankungen aus der Betroffenheitsecke zu holen und deutlich zu machen, dass sie jeden treffen können.

Wie kam die Idee dazu? Darf ich fragen, ob ihr selbst betroffen seid?

Natürlich darfst du fragen. Die Idee entstand zunächst im Dialog zwischen uns dreien: Johanna hat Erfahrungen mit Angststörungen, Nele hat Erfahrungen mit Depressionen und Luisa hat Erfahrungen mit Johanna und Nele. Wir haben uns viel mit der Frage beschäftigt, wie man es Nichtbetroffenen erleichtern kann, psychische Erkrankungen als reale Erkrankungen wahrzunehmen. Denn wenngleich die Sensibilität in der Gesellschaft gegenüber psychischen Erkrankungen über die Jahre zugenommen hat, trauen sich viele noch immer nicht damit an die Öffentlichkeit. Die MOODSUITS® dienen hier als Brücke. Sie sollen die Verständigung zwischen den unterschiedlichen Gruppen erleichtern.

Eure Objekte wurden gemeinsam mit Produkt-designer*innen der Universität der Künste entwickelt. Ihr setzt, wie ihr sagt, auf das körperliche Erleben der Besucher*innen. Was erlebt man in der Ausstellung? Und wie wird das Projekt angenommen?

Wir zeigen, dass man mit dem Problem nicht alleine ist oder alleine sein muss – und genau das erleben die Besucher*innen. Die Reaktionen sind bisher durchweg positiv. Betroffene geben häufig das Feedback, dass sie sich durch unseren Ansatz empowered fühlen. Mittlerweile sind wir ja eine Beratungsagentur für psychische Gesundheit am Arbeitsplatz. Wir haben sogar eine Psychologin mit an Bord – unsere Zielgruppe sind Organisationen und Unternehmen. In der Vergangenheit war aber auch die Arbeit mit Kindern und Jugendlichen besonders schön. Bei einer Ausstellung in einer Tagesklinik kam zum Beispiel mal eine betroffene Tochter mit ihrer Mutter und sagte nach dem Ausprobieren: „Siehst du, Mama, so fühlt sich das an, wenn Papa immer sagt ‚Jetzt lass den Kopf doch nicht so hängen!‘ – ich versuche es ja, aber ich kann es einfach nicht, weil es mich so runterdrückt.“ Die Mutter wollte daraufhin unbedingt gemeinsam mit dem Vater die Ausstellung besuchen. Das sind tolle Erlebnisse, die uns in unserer Arbeit bestärken.

Studien haben ergeben, dass die moderne Arbeitswelt, ihre Schnelligkeit und die zunehmenden Unsicherheiten psychische Krankheiten bedingen können. Die Gefahr, einen Unfall auf der Arbeit zu erleiden, ist in Deutschland auf ein historisches Tief gesunken. Die Zahl der Arbeitnehmer dagegen, die wegen psychischer Leiden und Verhaltensstörungen ausfallen, hat sich in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdoppelt. Ist eure Ausstellung eine Kritik an der heutigen Arbeitswelt, die viele überfordert?

Das ist eine spannende Frage – und sie ist gar nicht so einfach zu beantworten. Gerade was die Ursachen psychischer Erkrankungen angeht, teilt sich die öffentliche Meinung ja nach wie vor in die Lager derjenigen, die sie vor allem in der Biologie des Menschen begründet sehen, und jener, die unsere Lebenswelt als Ursache in den Fokus rücken. Wir möchten darauf keine einfachen Antworten geben, weil es keine

Das Objekt „die Glocke“. Foto © Marie Jacob

Psychische Erkrankungen

137 %

betrug die Zunahme der Fehltage aufgrund von psychischen Erkrankungen laut DAK im Zeitraum von 2000 bis 2019.

Zugleich werden Depressionen, Burnout und andere psychische Leiden heute besser erkannt und damit häufiger diagnostiziert.

40 %

Anstieg verzeichneten Burnout, Depressionen, Angststörungen und andere psychische Erkrankungen als Grund für die Berufsunfähigkeit. Sie sind somit laut Swiss-Life-BU-Report die häufigste Ursache.

17 %

der Arbeitsunfähigkeitstage von 2014 bis 2020 wurden laut DAK durch psychische Erkrankungen verursacht. Sie sind somit die zweithäufigste Ursache.

28 %

der Fälle von Berufsunfähigkeit bei Männern gehen laut Swiss Life auf eine psychische Erkrankung zurück.

44 %

der Fälle von Berufsunfähigkeit bei Frauen sind auf eine psychische Erkrankung zurückzuführen.

Frauen werden häufiger bereits in jungen Jahren psychisch krank. Bei Männern treten diese Diagnosen meist erst in der zweiten Lebenshälfte auf.



Das Objekt „der Würger“. Foto © Marie Jacob

einfachen Antworten gibt. Die Ursachen für psychische Erkrankungen sind immer multifaktoriell – es spielen sowohl biologische Faktoren eine Rolle als auch unsere moderne Lebenswelt, die stetige Verfügbarkeit, ständige Selbstmotivation und der Leistungsdruck. Wir machen es uns unserer Meinung nach zu einfach, wenn wir den psychisch erkrankten Menschen entweder als die Summe dysfunktionaler biologischer Vorgänge oder als „fehlangepasstes Individuum“ an die Anforderungen des modernen Arbeitsmarktes betrachten. Genau diese Unterscheidung möchten wir mit unserem körperzentrierten Ansatz aufbrechen. Wichtig ist uns, dass man eine psychische Erkrankung in ihrer Komplexität ernst nimmt. Da ist etwas nicht im Lot, von innen und von außen. Die äußeren Umstände beeinflussen das Innere, das psychische Gleichgewicht, und andersherum.

Ihr seid Designerinnen und Beraterinnen. Eine Tendenz der letzten Jahre ist es, dass Designer zunehmend nachhaltig produzieren, sprich ökologisch oder fair-sozial. Die arbeitssoziologische Forschung zur „Subjektivierung der Nachhaltigkeit“ rückt dagegen eine ganz andere Form der Nachhaltigkeit in den Fokus: Sie fragt nach der Schonung der Ressource Mensch. Zentrale Frage ist, wie das Arbeitssubjekt in der modernen Arbeitswelt geschützt werden kann – vor sozialer Ungleichheit, vor permanenter Verfügbarkeit etc. Brauchen wir einen neuen Blick auf die Nachhaltigkeit, der die Belange der Arbeitssubjekte ins Zentrum stellt?

Unbedingt! Ein System, das Menschen einzig und allein als austauschbare Arbeitskräfte definiert, fördert den psychosozialen Druck, fördert Unsicherheit und damit die Anfälligkeit für psychische Krisen. Wir leben ja in einer Arbeitsgesellschaft, in der auf der einen Seite der Wunsch nach Selbstverwirklichung und Kreativität zunimmt, in der auf der anderen Seite aber die Angst vor Deklassierung und sozialem Abstieg an Dominanz gewinnt. Antworten auf das wachsende psychische Leid können darum nie nur individuell sein. Man muss das soziale Gefüge als Ganzes in den Blick nehmen.

Wie müsste eine Gesellschaft aussehen, damit es ein Projekt wie eures gar nicht braucht?

Eine solche Gesellschaft würde sowohl auf individueller als auch auf gemeinschaftlicher Ebene vor der Entwicklung schwerwiegender psychischer Krisen schützen. Dafür bräuchte es eine Arbeitswelt, die dem psychosozialen Druck und der Angst vor sozialem Abstieg entgegenwirkt. Und es müsste, ganz basal, die psychotherapeutische Grundversorgung für Hilfesuchende verbessert und ausgeweitet werden. Hilfsangebote wären schneller auffindbar und leichter zugänglich. Außerdem müsste das Wissen über den Erhalt und die Wiederherstellung der eigenen psychischen Gesundheit bereits in den Schulen vermittelt werden – Großbritannien hat bereits vor zwei Jahren das Schulfach „psychische Gesundheit“ eingeführt, ein Beispiel, dem man folgen sollte. Eine resiliente Gesellschaft – gerade auch in Zeiten des technischen Fortschritts – ist eine Gesellschaft, die jedem ein Leben in Würde und mit der notwendigen materiellen Sicherheit garantiert. Armut und prekäre Lebensumstände gehören zu den größten Risikofaktoren für die Entwicklung psychischer Erkrankungen – und davon sind gerade Kreativschaffende nicht ausgenommen.

Das könnte dich auch interessieren:



Christoph Harrach, Transformationsforscher und Preisträger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises, bekam sehr früh Burnout – seitdem verfolgt er einen doppelten Ansatz der Nachhaltigkeit: einen psychologisch-spirituellen und einen sozial-ökologischen. Was es damit auf sich hat, erfahrt ihr im CCB Magazin.

Foto © Thomas Kierok

Ökonomie

Was braucht es für eine nachhaltige Gesellschaft? Im Gespräch mit Niko Paech

Wir über uns:
Das Angebot von Kreativ Kultur Berlin

Wie sehen nachhaltige Förderungen und Finanzierungswege aus?
Eine Bestandsaufnahme

Die Kleinen gegen die Großen:
Haben alternative Geschäftsmodelle eine Chance?

Groß finanziert klein:
Sind nachhaltige Investitionen in die Kreativwirtschaft die Zukunft?

Ist Crowdfunding die Lösung?
Experte Shai Hoffmann klärt auf



„Wir müssen uns vom Wachstum verabschieden“



Bringt die Dinge gerne auf den Punkt: Niko Paech. Foto © Jens Volle

Wie passen Ökonomie, Nachhaltigkeit und Kulturproduktion zusammen?
Für den Nachhaltigkeitsforscher Niko Paech steht fest: Wir brauchen eine Verringerung des Konsums und von Produktionsleistungen. Was würde das für Kulturschaffende bedeuten, und wäre ein solches Szenario realistisch?
Ein Gespräch über die Entrümpelung der Gesellschaft, neue Arbeitsmodelle und die Frage, ob die Kreislaufwirtschaft am Ende Science Fiction bleibt.

Interview: Jens Thomas

„ Wenn wir das 1,5- oder 2-Grad-Klimaschutzziel erreichen wollen, müsste jeder Mensch mit einer Tonne CO₂-Emissionen pro Jahr auskommen. Derzeit liegt dieser Wert in Deutschland bei 11 Tonnen. Schon das verlangt eine verkleinerte Ökonomie.“

Niko Paech ist Ökonom, Nachhaltigkeitsforscher und Begründer der Postwachstumsökonomie. Er lehrt und forscht an der Universität Siegen als außerplanmäßiger Professor im Bereich der Pluralen Ökonomik. Sein Werk „Befreiung vom Überfluss“ (oekom, 2012) hat bis heute Einfluss auf die deutsche Nachhaltigkeitsforschung.

CCB Magazin: Herr Paech, für die einen sind Sie ein Popstar der Postwachstumsökonomie. Andere bezeichnen Sie als Utopisten. Die NZZ schrieb, dass Sie sich gerne zum Clown machen. Ärgert Sie das?

Niko Paech: Ach, wissen Sie, wir leben in einer Ökonomie der Aufmerksamkeit, und die Kritik sagt oft mehr über den Kritiker als den Kritisierten aus. Die NZZ hat hier wohl etwas dick aufgetragen oder missverstanden.

Sie gelten als Begründer der Postwachstumsökonomie und treten für eine radikale Begrenzung des Wachstums ein. Ist das ein gesellschaftliches Ideal oder glauben Sie, dass sie in der Realität wirklich funktioniert?

Natürlich glaube ich, dass sie funktioniert. Allein die drängendste aller ökologischen Herausforderungen, nämlich der Klimawandel, verlangt nach einer verkleinerten und nicht mehr wachsenden Ökonomie. Um das 1,5- oder 2-Grad-Klimaschutzziel zu erreichen, müsste jeder Mensch mit ca. einer Tonne an CO₂-Emissionen pro Jahr auskommen. Derzeit liegt dieser Wert in Deutschland bei ca. 11 Tonnen. Und die notwendige Reduktion lässt sich meines Erachtens nur im Rahmen einer Postwachstumsökonomie erzielen: erstens durch die Senkung der Mobilität und des Konsums, also mehr Suffizienz; zweitens mittels gradueller Selbstversorgung, etwa durch Reparatur, eigene Produktion und Gemeinschaftsnutzung, drittens durch einen Akzent auf Regionalökonomie und viertens durch einen Umbau der verbliebenen, wenngleich stark verkleinerten Industrie.

Viele Nationen versuchen die ökologische Frage mit Wachstum und digitalem Fortschritt zu verbinden.

Alle Versuche, die ökologische Überlebensfähigkeit technologisch wiederherzustellen, sind aber gescheitert. Sie waren getrieben von der Hoffnung, den Menschen keine Reduktionsleistungen zumuten zu müssen. Und sie waren kontraproduktiv. Die deutsche Energiewende ist eine Katastrophe. Erstens hat sie praktisch keine signifikanten Reduktionen an Treibhausgasen bewirkt. Stattdessen hat sie ganze Landschaften durch eine industrielle Nachverdichtung verunstaltet. Technische Lösungen für Umweltprobleme basieren darauf, Schäden nicht zu beseitigen, sondern nur zeitlich, räumlich, stofflich oder systemisch zu verlagern.

Viele Kultur- und Kreativschaffende, um die es in diesem Heft geht, haben den Postwachstumsgedanken verinnerlicht, sie verdienen aber kaum oder zu wenig Geld. Sind das die Realitätsverweigerer von gestern oder die Pioniere von morgen?

Lebensqualität, Selbstwertgefühl und soziale Anerkennung sind keine Frage des Geldes, sondern eines sinnstiftenden Daseins. Ich stelle nicht in Abrede, dass hierzu ein hinreichendes Geldeinkommen vonnöten ist, das kann aber in einer überlebensfähigen Ökonomie durchschnittlich nur geringer sein als derzeit. Darum braucht es die ergänzenden Subsistenzaktivitäten in Form von Reparatur, Gemeinschaftsnutzung und eigener Produktion. Und wer diese schon jetzt ausübt, ist seiner Zeit voraus. Gesellschaftliche

Nischen und Reallabore können hier Vorbildcharakter haben. Dazu braucht es aber eine Verkürzung und Umverteilung der Arbeitszeit.

Und das heißt?

Gehen wir von einer 20-Stunden-Woche aus, dann kann die gewonnene Zeit genutzt werden, um an der Nahrungsmittelversorgung mitzuwirken oder auf andere Weise den Zwang zu mildern, ein hohes monetäres Einkommen zu erwirtschaften. Zum Beispiel auch dadurch, dass man die Nutzungsdauer von Produkten verdoppelt. Das setzt voraus, Gebrauchsgegenstände zu pflegen, instand zu halten und nötigenfalls zu reparieren. Dadurch halbiert sich die Finanzlast, um mit diesen Dingen auskömmlich versorgt zu sein. Und wenn zusätzlich manche Güter überhaupt nicht mehr selbst angeschafft werden müssen, weil sie mit drei anderen Personen geteilt werden, sinkt der entsprechende Finanzbedarf abermals um zwei Drittel. Dieses Prinzip kann durch kommunale Ressourcenzentren und Lernorte unterstützt werden.

Vertreter der FDP würden sagen, das rechnet sich nicht. Selbst linke Ökonomen wie Heiner Flassbeck argumentieren, dass wir eine hohe Konsumquote brauchen, damit sich gerechte Lohnstrukturen entwickeln können. Und viele der Nachhaltigkeitslabels verdienen darum zu wenig Geld, weil sie nicht auf Masse und Konsum setzen.

Auf einem physisch begrenzten Planeten kann aber nicht gerecht verteilt werden, was in einer gerechten Welt gar nicht hätte entstehen dürfen. Unser System basiert seit Jahren auf irreversibler Plünderung. Hinzu kommt, dass eine Konsumgesellschaft mitteleuropäischer Prägung nicht mit Resilienz und Krisenrobustheit vereinbar ist. Die Coronakrise hat die Fehlentwicklungen der letzten Jahre gnadenlos aufgedeckt. Die Versorgung mit lebensnotwendigen Gütern wie Atemschutzmasken oder Beatmungsgeräten war plötzlich gefährdet, weil das Versorgungssystem aufgrund seiner globalen Verflechtungen unkontrollierbar ist. Hinzu kommen psychische Wachstumsgrenzen. Immer mehr Menschen leiden unter Reizüberflutung und Konsumstress, weil sie sich mehr Güter kaufen können, als sie in der Lage sind, stressfrei zu genießen. Wir brauchen nicht nur eine Verringerung des Konsums, sondern kürzere Wertschöpfungsketten, die sich demokratischer und ökologischer gestalten lassen.

Aber wie soll das denn gelingen? Viele stimmen Ihnen zu, dass wir mehr Verzicht brauchen, warnen aber, so die Wirtschaftsjournalistin von der taz, Ulrike Herrmann, dass wir in eine schwere Wirtschaftskrise schlittern würden, wenn wir diesen Wechsel abrupt vollziehen. Was wir bräuchten, wäre der Übergang in eine Kreislaufwirtschaft, die nur noch das verbraucht, was sich recyceln lässt. Herr Paech, ist das die Lösung?

Die C2C-Idee beruht auf magischem Denken, sie könnte einem rührseligen Science-Fiction-Roman entstammen. Und sie ist nicht zu Ende gedacht, weil ihre flächendeckende Umsetzung auf Voraussetzungen beruht, die ihrerseits nicht zum ökologischen Nulltarif zu haben sind – denken wir an In-

frastrukturen, besondere Produktionsstandorte und zusätzliche Transporte, um die Ressourcen im Kreislauf zu halten. Die Vertreter dieser Konzeption müssten, wenn sie konsequent wären, die Gesellschaft radikal entrümpeln, und zwar von den in den vergangenen drei Jahrzehnten entstandenen Produktdesigns, die niemals kreislauffähig sein können. Und das sind genau jene Dinge, auf denen unser aktueller Wohlstand basiert. In den 1950er Jahren waren Produkte kreislauffähiger als heute. Die Autos konnte man alleine auseinanderbauen. Die Einzelteile ließen sich alle ersetzen. Erst als wir anfangen, in die hochinnovative, smarte Elektronik und Digitalisierung einzusteigen und die Massenproduktion zu globalisieren und zu standardisieren, haben wir uns von jeglicher Kreislauffähigkeit verabschiedet. Deren Wiedererlangung hat einen Preis: weniger Auswahl, weniger Digitalisierung, weniger Komfort und weniger technische Leistung. Und dann haben wir noch nicht über den Preis der C2C-Produkte oder die darauf basierenden Dienstleistungen gesprochen, vor allem woher die hierfür notwendige Energie stammen soll. Dies alles verschweigen uns die C2C-Utopisten.

Herr Paech, zum Schluss ein kleines Zukunftskino. Wenn sich Ihr Modell der Arbeitszeitreduktion nicht durchsetzen wird, weil es keine Mehrheiten gibt, richtet es am Ende die KI? Philosophen wie Richard David Precht warnen vor dem transhumanistischen Zeitalter, weil Maschinen die menschliche Arbeit ersetzen könnten, glauben aber andererseits, dass die Künstliche Intelligenz den Menschen von langweiliger Arbeit befreien kann. Verrichten wir in Zukunft nur noch die Arbeit, die sinnstiftend und nachhaltig ist?

Das wäre schön, die Digitalisierung erweist sich aber als Brandbeschleuniger praktisch jeder Gegenwarts Krise. Erschwingliche Direktflüge, die das Klima ruinieren, wären ohne die Digitalisierung gar nicht möglich. In meinem Zukunftskino würde eine neue Welle von Maschinenstürmern auf den Plan treten, um die Rückkehr zu beherrschbaren und reparablen Technologien zu erstreiten. Kleine Produktionseinheiten und sinnvolle Arbeit in Werkstätten und Manufakturen, in denen handwerklich Güter erzeugt werden. Hierzu könnte man die Digitalisierung wiederum nutzen. Ich selbst tausche mich mit jemandem in Augsburg aus, der ein Produktionslabor aufgebaut hat. Dort wird die Digitalisierung eingesetzt, um die Produktion von der Massenfertigung zu befreien. Nur so gelangen wir zu einer Wirtschaft, die keiner digital kontrollierten Titanic entspricht, sondern einem Schwarm eleganter, wendiger und eigenständig gesteuerter Boote gleicht. Dazu bedarf es reduktiver Gegenkulturen, die aus den Nischen heraus Gesellschaft und Politik herausfordern. Kreativschaffende können hier mit vorgelebten Beispielen vorangehen. Sie sind es, die sich zum Lautsprecher einer neuen Postwachstumsgesellschaft aufschwingen können – am besten gleich.

In eigener Sache



Nachhaltigkeit hat nicht nur etwas mit Ökologie und Sozialverträglichkeit zu tun. Sie hängt auch von langfristigen Unterstützungsleistungen und Förderstrukturen ab. Wir stellen euch darum an dieser Stelle das Beratungsangebot unserer Kolleg*innen von Kreativ Kultur Berlin vor.

Foto © Alexander Rentsch

Wir machen die Türen auf und beraten euch

Analog und jetzt auch digital: Seit 2016 ist Kreativ Kultur Berlin, das Berliner Beratungszentrum für Kultur- und Kreativschaffende, die erste Anlaufstelle und zentraler Wegweiser zu Förder- und Finanzierungsfragen in der Hauptstadt – und wird ebenso wie Creative City Berlin von Kulturprojekte Berlin verantwortet. Die Berater*innen informieren, unterstützen und vernetzen euch hier unbürokratisch und kostenfrei sowie sparten- und branchenübergreifend. Angeboten werden Einzel- und auch Gruppenberatungen zur Förderung und Finanzierung von Projekten. Eure Fragen zur Professionalisierung und Entwicklung von Geschäftsmodellen werden beantwortet. Gerade wurde eine neue Webseite gelauncht. Herzstück ist der Förderfinder, der Förder- und Finanzierungsprogramme im Kultur- und Kreativbereich berlin-, deutschland- und europaweit aufführt. Die umfangreiche Datenbank ist mit knapp 400 Einträgen bestückt und wird stetig aktualisiert. Neu ist auch eine Infothek, die das Beratungswissen digital bündelt und die Expert*innensprechstunden, Infosessions, Antragschecks sowie die Vielzahl an Workshops ergänzt. Schaut doch mal rein oder vorbei und verschafft euch einen Überblick.

Wie nachhaltig sind aber die einzelnen Programme? Und welche Förder- und Finanzierungstöpfe gibt es überhaupt? Darüber schreiben Sabrina Apitz und Melanie Seifart, Projektkoordinatorinnen bei Kreativ Kultur Berlin, auf den folgenden Seiten – und sie geben euch Tipps, wie und wo ihr euch weiter informieren könnt.

Weitere Infos findet ihr unter: www.kreativkultur.berlin

Förderung und Finanzierung

Kulturförderung wird in Deutschland großgeschrieben. Aber zielt sie auch auf Nachhaltigkeit ab?



von **Sabrina Apitz**,
Kulturförderberatung
Foto © Marcelina Wellmer

Wir von der Kulturförderberatung beraten Künstler*innen und Kulturschaffende seit Jahren zu Förder- und Finanzierungsfragen. Und wir beobachten: Das Thema Nachhaltigkeit wird immer wichtiger. Allerdings gibt es eine Diskrepanz zwischen Förderinstrumenten und Bedarfen. Die Kunst- und Kulturszene hat sich eine Art Selbstverpflichtung auferlegt, nachhaltiger zu werden. Es fehlt aber an Förderinstrumenten, die den Ansprüchen gerecht werden. Dabei tragen die Künste in der Verbindung von Diskurs und Praxis zur Erfindung und Etablierung umfassender nachhaltiger Strukturen bei. Bislang ist es allerdings so, dass man sich ökologisch verantwortliches Handeln leisten können muss. Es fehlt an entsprechenden Unterstützungsprogrammen.

Konkret heißt das: Wir benötigen neben neuen Förderinstrumenten zur Nachhaltigkeit vor allem Weiterbildungen und Prozessbegleitung, um zu lernen, wie ökologisches Handeln im eigenen Kontext umsetzbar ist. Dazu gehören neue Formen der Kooperation genauso wie nachhaltiges Touring. Durch Fortbildung, Austauschformate, zusätzliche Stellen und allgemeine Foren zum Thema Nachhaltigkeit, ökologisches Produzieren sowie Carbon literacy müssen die Akteure unterstützt werden, um ihre Produktionsweisen aktiv transformieren zu können. Denn das Thema Nachhaltigkeit ist definitiv in der Kunst und Kultur angekommen. In einigen Förderprogrammen wird der Aspekt des nachhaltigen Produzierens bereits mitgedacht, zum Teil auch gefordert, allerdings leider nur selten bis gar nicht finanziell gefördert. Darum geben wir euch an dieser Stelle einen Überblick über entsprechende Programme, die bereits existieren.

Initiativen im Überblick
Kreatives Europa KULTUR nennt die „Förderung der Zusammenarbeit in den Bereichen Innovation, Nachhaltigkeit und Wettbewerbsfähigkeit“ als eines der Ziele des Programmes. Stiftungen im Nachhaltigkeitsbereich öffnen sich und suchen nicht mehr nur nach technischen Innovationen, sondern auch nach Bildungs- oder kulturellen Projekten. Zudem gibt es einige spannende Initiativen und Pilotprojekte in der Kunst- und Kulturszene: Im Pilotprojekt „Klimabilanzen in Kulturinstitutionen“ hat die Kulturstiftung des Bundes 19 kulturelle Einrichtungen unterstützt, ihre Emissionen zu ermitteln. (siehe S. 40). Das Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit ist eine spartenübergreifende Anlaufstelle für das Thema Betriebsökologie im Bereich Kultur und Medien. Gefördert von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien werden Pilotprojekte initiiert, begleitet, dokumentiert und kommuniziert. Derzeit arbeitet man an einem frei verfügbaren CO₂-Rechner für die Kultur (siehe S. 54). Das Netzwerk Kultur und Agenda 2030 hat eine umfangreiche Materialsammlung zu Beiträgen, Publikationen und Leitfäden veröffentlicht. Von 2018 bis 2020 verfolgte das beim Deutschen Kulturrat angesiedelte Projektbüro, das durch die Unterstützung des Rates für Nachhaltige Entwicklung und in Kooperation mit dem Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland ins Leben gerufen wurde, das Ziel, eine Brücke zwischen dem Nachhaltigkeitsdiskurs des Natur- und Umweltbereichs und kulturpolitischen Debatten zu schlagen.

Der Nachhaltigkeitsgedanke gewinnt in der Kreativwirtschaft an Gewicht. Aber stehen den Ansprüchen entsprechende Finanzierungsprogramme gegenüber? Und welche Finanzierungstöpfe gibt es?



von **Melanie Seifart**,
Kreativwirtschaftsberatung
Foto © Marcelina Wellmer

Seit nunmehr fünf Jahren beraten wir als Team der Kreativwirtschaftsberatung selbstständige Kulturschaffende und Kreativunternehmer*innen in Berlin zu Finanzierungs- und Unterstützungsmöglichkeiten. Seit Beginn der Beratungen stellen wir fest, dass zwei Herzen in der Brust von Kultur- und Kulturschaffenden schlagen: Zum einen brennen sie für die schöpferische Tätigkeit, zum anderen arbeiten sie mit Kreativität an unternehmerischen Lösungen und Produkten für eine nachhaltigere Wirtschaft und Gesellschaft. Damit ist die Kultur- und Kreativwirtschaft ein wichtiger Bestandteil der Sozialökonomie in Berlin. Allerdings scheinen sich Nachhaltigkeitsziele und kreativwirtschaftliche Interessen an vielen Stellen auszuschließen. Viele Kulturschaffende treten für soziale und ökologische Belange ein; sie rücken damit vom klassischen Wachstumsparadigma der Wirtschaft ab. Auf der anderen Seite müssen sie wirtschaftliche Interessen verfolgen, wenn sie ihre Selbstständigkeit aufbauen wollen. Die zentrale Frage ist: Wie passen Gemeinwohlorientierung, Ökologieverträglichkeit und Wirtschaftlichkeit zusammen? Und wie steht es um entsprechende Finanzierungsmöglichkeiten?

Wir beobachten: Viele Finanzierungstöpfe der Wirtschaftsförderung setzen bislang auf die ökonomische Nachhaltigkeit; im Vordergrund stehen die Marktplatzierung und das entsprechende Wachstum der Unternehmen. Dem steht – ironischerweise – die klassische Non-Profit-Kulturförderung gegenüber, die nur jene Künstler*innen und Vorhaben fördert, die nicht kommerziell arbeiten. Somit decken die aktuellen Förderprogramme die hybriden Arbeitsrealitäten von Kulturschaffenden und Kreativunternehmer*innen nicht ab. Ziel müsste es sein, hier neue Mittelwege der Finanzierbarkeit zu finden. Und wie steht es um entsprechende Förderprogramme? Mittlerweile gibt es – neben vielen Preisen, die seit Jahren zum Thema Nachhaltigkeit existieren – einige Finanzierungsmöglichkeiten mit Nachhaltigkeitsfokus in Berlin und auf Bundesebene. Diese stellen wir euch hier vor.

Förderprogramme im Überblick
Coaching BONUS Seit dem 1. Juli 2021 können Unternehmen der sozialen Ökonomie in Berlin das Förderprogramm für den Aufbau innerbetrieblicher Kompetenzen in Anspruch nehmen. Design Transfer Bonus Berlin Das Programm des Landes Berlin setzt u.a. auch einen Fokus auf soziale Ökonomie und gewährt Unternehmen einen Zuschuss, um innovative Designlösungen zum Aufbau und zur Weiterentwicklung ihrer Unternehmen zu entwickeln. GründungsBONUS Berlin Auch das Programm der Investitionsbank des Landes Berlin legt einen Fokus auf soziale Ökonomie und stellt Jungunternehmen einen Existenzgründungszuschuss für Ausgaben zur Sicherstellung ihres Wachstums zur Verfügung. Mikromezzaninfonds Deutschland Gewerbliche Sozial- und Umweltunternehmen gehören zur besonderen Zielgruppe des Fonds, welcher durch eine stille Beteiligung den Unternehmen ausreichend Eigenkapital zur Verfügung stellt, um diesen den Zugang zur Kreditfinanzierung zu ermöglichen. Nachhaltig wirtschaften und Impact Investing Auch im Bereich der privaten Kapitalgeber hat sich in den letzten Jahren einiges getan. Hier rücken neben einer rentablen und skalierbaren Geschäftsidee auch immer mehr Nachhaltigkeitskriterien in den Fokus der Investoren. FASE – Finanzierungsagentur für Sozialunternehmen Die Agentur berät zu geeigneten Finanzierungslösungen und zu passenden Investoren und Partnern. Phineo – Wegbereiter des Impact Investing in Deutschland Durch die jahrelange Erfahrung und den Aufbau eines großen Netzwerks kann Phineo junge Unternehmen dabei unterstützen, private und öffentliche Geldgeber zu finden und Partnerschaften sektorübergreifend aufzubauen. Purpose Ventures Die Genossenschaft unterstützt Unternehmen durch Wissen, Ressourcen, Beratung und Kapital dabei, unabhängig und sinnorientiert zu bleiben. Sie setzt sich für neue Eigentums- und Verantwortungsformen ein.
 Du suchst Förderprogramme und Finanzierungswege? Der Förderfinder auf Kreativ Kultur Berlin hilft dir: www.kreativkultur.berlin

Make the Planet Great Again



Die Digitalisierung hat die Weltökonomie auf den Kopf gestellt. Wenige Global Player der Tech-Industrie verdienen sehr gut, viele kleine Anbieter dagegen wenig. Aber sind die kleinen Anbieter machtlos? Wollen sie überhaupt mithalten? Ein Streifzug durch den Berliner Dschungel der Plattform-Alternativen.

von Felicia Holtkamp

Foto © Ecosia

„ Wir wollen eine echte soziale, demokratische Plattform schaffen, werbefrei und unabhängig von Großkonzernen.“

Volker Oppmann, yourbook.shop



 **Volker Oppmann:** 2017 schuf er mojobreads, heute leitet er yourbook.shop. Seine Geschichte kannst du im CCB Magazin nachlesen.
Foto © Tobias Tanzyna

Anfang September vor dem Amazon-Lager in Berlin-Mariendorf. Eine Ansammlung Protestierender trillert gegen den Kapitalismus. Seit Jahren wird Amazon dafür kritisiert, seine Mitarbeitenden schlecht zu bezahlen und die Konkurrenz auszusteichen. Unter dem Hashtag #ausgeliefert machte die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di im September 2021 mit bundesweiten Aktionstagen auf prekäre Beschäftigungen bei Amazon aufmerksam. Im Fokus standen bessere Arbeitsbedingungen bei Subunternehmen für Transport und Zustellung der Amazon-Pakete. Außerdem wird der Konzern dafür kritisiert, systematisch Neuware zu zerstören – Ressourcenschonung sieht anders aus.

Gibt es Alternativen? Wir begeben uns in Berlin auf die Suche. Unsere Reise führt uns zuerst zu yourbook.shop. Das Sozialunternehmen möchte den lokalen Buchhandel stärken. Hinter der Plattform steckt der Berliner Volker Oppmann, selbsternannter „serial entrepreneur“. Er will „eine echte soziale, demokratische Plattform schaffen, die werbefrei und unabhängig von Großkonzernen ist“. Denn Amazon beherrscht seit Jahren den Buchhandel. Großer Unmut kam erstmals 2014 auf, als über die überwältigende Dominanz des Online-Buchhandels berichtet wurde. Im August 2021 glättete der Börsenverein des Deutschen Buchhandels mit einem Bericht zwar die Wogen: Mit 27,2 Prozent lag die Zuwachsrate bei den Webshops der Buchhändler*innen dabei fast viermal so hoch wie bei Amazon mit 7,2 Prozent. Trotzdem wird Amazons Anteil am Onlinebuchhandel in Deutschland auf rund 50 Prozent geschätzt – genaue Zahlen gibt der Tech-Gigant nicht heraus. Der Konzern gehört mittlerweile zu den Top-10-Verlegern in den USA; 2019 wurden mehr als tausend Titel über Amazon Publishing veröffentlicht. Damit setzt der Konzern auch deutsche Verlage unter Druck. Während der Coronakrise 2020 kam es bei Amazon zudem zu Verzögerungen bei der Auslieferung von Büchern, mit der Begründung, dass andere Produkte Priorität hätten. Kritiker behaupten, dass der Konzern damit seine Marktmacht missbrauchte, um den Kauf seiner Kindle-E-Books zu forcieren, die Buchläden hatten schließlich zu, Alternativen gab es keine. Volker Oppmann von yourbook.shop weiß davon ein Lied zu singen. „Die großen Plattformen sind Anlaufstellen für gekaufte Reichweite und die Manipulation von Aufmerksamkeit. Das findet bei uns nicht statt.“ Oppmann versucht sich darum seit Jahren an Alternativen. 2013 hat er Log.os gegründet, Buch-Shop und Community-Plattform in einem, daraus wurde 2017 Mojobreads, jetzt heißt das Online-Schiff yourbook.shop. An Amazons rabiater Machtgebaren wird auch yourbook.shop so schnell nichts ändern können. Über die Plattform können die Kund*innen aber online Bücher von ihren bevorzugten lokalen Buchhandlungen kaufen, die bei jedem Kauf mindestens 15 Prozent bekommen. yourbook.shop verbindet Community- und Shop-Elemente und hat bewusst auf Wagniskapital verzichtet, um seinem Modell einer Gemeinwohl-Ökonomie Glaubwürdigkeit zu verleihen. Jede Partner-Buchhandlung baut auf der Plattform seine eigene Community auf. Man schließt sich hier wie in alten Zeiten in Literaturgruppen zusammen, empfiehlt sich

gegenseitig Bücher. Lokale Buchhandlungen sollen so mit der Literaturcommunity vereint werden. Autor*innen finden ihre Leser*innen, indem sie Bücher direkt an sie verkaufen und damit mehr vom Gewinn einstreichen.

Plattformwechsel. Wir treffen Peter Harris, der mit Resonate eine Alternative zu Spotify sein will. Denn mit 360 Millionen monatlichen Nutzer*innen ist Spotify der größte Musikstreaming-Dienst der Welt. Das Unternehmen hat einen Marktanteil von 44 Prozent, gefolgt von Apple Music mit 18 und Amazon mit 14 Prozent. Mehr als 70 Millionen Musiktitel und rund 2,9 Millionen Podcasts stehen den Nutzer*innen auf Spotify zur Verfügung – und das Ganze für läppische zehn Euro im Monat (abhängig vom Abo-Modell). Für die Künstler*innen aber, die den Musikcontent für die Plattform beisteuern, ist das ein unmoralisches Angebot, da sie kaum Geld damit verdienen. Das durch die Abos eingenommene Geld zahlt Spotify nach der Anzahl der Klicks aus, 0,0038 Dollar pro Klick, um genau zu sein. Im Schnitt erhalten Künstler*innen 2.739 Euro für eine Million Streams. Das bedeutet, dass das Gros der Abonnementgebühren an wenige Stars verteilt wird und die restlichen Künstler*innen nicht davon leben können. Peter Harris fand das unfair – und gründete 2015 Resonate als Musikstreaming-Genossenschaftsmodell. Mittlerweile hat die Plattform 17.000 Mitglieder. Resonate kombiniert Streaming und Downloading, auch #stream2own genannt. Das Prinzip besteht aus neun Stufen. Je häufiger ein Song gehört wird, desto mehr Credits zahlen die Nutzer*innen, bis beim neunten Hören der ganze Song für 1.022 Credits im Einkaufspaket landet. Umgerechnet sind das etwa 1,25 Euro. Bei Resonate erhalten die Künstler*innen ohne Label 70 Prozent des Umsatzes, die restlichen 30 Prozent gehen an die Plattform, das ist bei Spotify zwar nicht anders. Um aber ein paar Euro zu verdienen, müsste der Song tausendfach geklickt werden. Bei Resonate kaufen die Nutzer*innen nicht nur die Songs. Sie werden mit ihren Anteilen an der Genossenschaft auch an Gewinnausschüttungen beteiligt. Peter Harris sagt: „Mit Resonate versuchen wir eine Kultur zu etablieren, die Musik als Kunst wahrnimmt und präsentiert und nicht als Stimungsregler oder Audio-Tape.“



Er suchte auf einer Weltreise nach dem Sinn des Lebens. Heute betreibt er eine Suchmaschine, die Bäume pflanzt: **Christian Kroll**. Wir haben ihn bei seiner Arbeit begleitet.

Foto © Ecosia

„I have a stream“: **Peter Harris** wollte eine Plattform schaffen, die den Musikern gehört. Hat er auch. Wir haben mit ihm über seinen Weg gesprochen.

Foto © Resonate

Nächste Plattform. Wir sind mit Christian Kroll verabredet, dem Gründer der Plattform Ecosia, die eine Alternative zum mit Abstand größten Tech-Monopolisten Google sein will. Bei der mobilen Suche beträgt dessen Suchmaschinen-Marktanteil gemäß SEO-Summary über 97 Prozent. Die nächst größere Suchmaschine – Bing – hat nicht einmal zwei Prozent Marktanteil. An Google kommt heute keiner vorbei. Und: Google frisst eine ganze Menge Strom. Laut eigenen Berechnungen verbraucht eine Suchanfrage auf seiner Plattform 0,2 Gramm CO₂. Im Juni 2021 gingen bei Google allein in den USA knapp 12 Milliarden Suchanfragen ein – das sind umgerechnet 2400 Tonnen CO₂-Ausstoß. Die Nutzung des Internets gehört zwar nicht zu den größten Klimakillern, trägt aber einen großen Anteil zur CO₂-Belastung bei – Tendenz steigend. Christian Kroll will das mit Ecosia ändern. Die Plattform hat er 2009 gegründet. Die Grundidee ist, mit den Einnahmen aus dem Werbegeschäft Bäume auf der ganzen Welt zu pflanzen. Ecosias Suchmaschinen-Algorithmus basiert auf Bing. Durch sein Modell hat Krolls Team bis heute mehr als 140 Millionen Bäume pflanzen können – beispielsweise in Indonesien, Tansania, Äthiopien, Kenia und Kolumbien. Und Ecosia stärkt darüber die lokalen Gemeinschaften. Zudem gleicht die Suchmaschine ihre eigenen durch Suchanfragen verursachten CO₂-Emissionen durch eigenfinanzierten Solarstrom aus. Damit ist das Unternehmen sogar CO₂-negativ, sprich: Es speist seinen grünen Strom ins allgemeine Netz ein.

Unser Streifzug zeigt: yourbook.shop, Resonate, Ecosia bieten alle eine faire Alternative zu den großen Digitalkonzernen. Keiner zwingt sie in die Knie. Aber das will auch kaum einer. Vom eigenen Geschäftsmodell leben zu können ist allerdings schwer. Darum schließt man sich zusammen. Deshalb gründet man Genossenschaften oder verbessert den CO₂-Fußabdruck. Am Ende entscheidet damit nicht nur der Konsument, sondern auch der Produzent. Mögen die Klicks mit ihnen sein.

Das könnte dich auch interessieren:



Wie gründet man eine Genossenschaft im Bereich der Kultur? **Moritz Malsch** von der Lettrétage klärt auf.



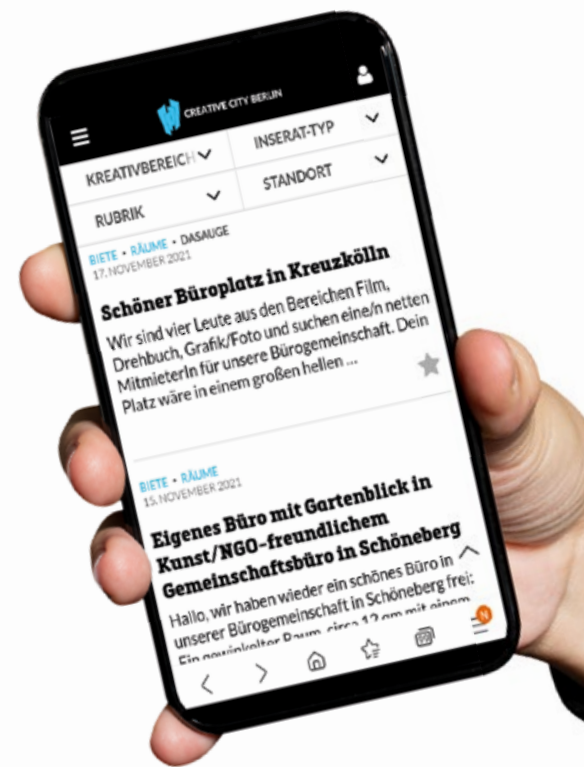
Welche Rechtsform ist für solidarische, gemeinwohlorientierte und nachhaltige Geschäftsvorhaben die beste? Die Ökonomin **Elisabeth Voß** und der Rechtsanwalt **Rupay Dahm** geben Tipps und Infos im CCB Magazin.

Fotos © Jens Thomas

Finde Arbeitsräume, Ateliers, Projektpartner, Equipment und Know-how in der Projektbörse von Creative City Berlin!



www.creativecity.berlin



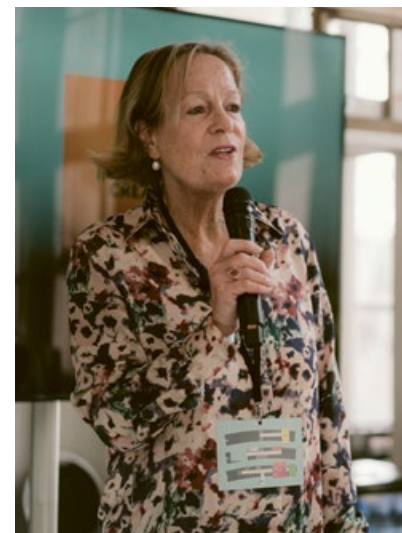
Schnelles Geld oder nachhaltiges Investment?



Kreativschaffende und Investoren diskutieren auf dem Investors Lab der Berliner Kreativwirtschaftsberatung. Foto © Alexander Rentsch

Wie und unter welchen Umständen lohnt sich Venture Capital (Risikokapital) für nachhaltiges Unternehmertum? Ist das das Ende der Nachhaltigkeit oder der Beginn einer neuen Epoche? Wir sprachen darüber mit Juliane Schulze von *Media Deals*, die seit Jahren zu Venture Capital in der Kreativwirtschaft forscht.

„Derzeit stehen sich der Wunsch nach Mitbestimmung seitens der Investoren und die Angst des Kreativen vor einem Kontrollverlust gegenüber.“



Juliane Schulze ist Initiatorin von *create.sustain.invest* und Vorstandsmitglied von *Media Deals*, einem europäischen Investorennetzwerk, das auch Studien zu zentralen Themen der Wagnisfinanzierung durchführt. Zudem hat sie das Programm „Invest in Creativity – Investors Lab Berlin“ der Kreativwirtschaftsberatung fachlich begleitet, das Investoren und Kreativunternehmen zusammenführt. Foto © Alexander Rentsch

CCB Magazin: Frau Schulze, viele Kreativunternehmen wachsen langsam. Wie passen schnelles Venture Capital und gemäßigtes, „nachhaltiges“ Wachstum zusammen?

Juliane Schulze: Nicht sehr gut! Die meisten Venture Capitals (VCs) haben eher ein Interesse an Unternehmen mit hohem Wachstumspotenzial, in die sie investieren. Es geht ihnen um ein exponentielles Wachstum. Diese Art Investor erwartet eine enorm hohe Rendite in kurzer Zeit, die Kreativwirtschaftsunternehmen häufig gar nicht erwirtschaften können – selbst, wenn sie wollten.

Sie haben eine Studie zum Thema VC unter dem Titel „Taking the pulse of investors. Traditional and alternative finance sources in financing the creative industries“ veröffentlicht. Wie lauten die Ergebnisse?

Die wichtigsten Ergebnisse für Kreativschaffende sind, dass Privat- und Wagniskapital zwar in die Kreativwirtschaft fließen. Die Investitionsziele der Investoren sind aber sehr unterschiedlich. So bevorzugten Privatkapitalgeber zuallererst Software- und Computer-Services, gefolgt von Video- und Online-Games sowie Werbung auf Platz drei. Bei Kreditgebern, so zum Beispiel Banken, rangierten Software- und Computer-Services ebenfalls ganz oben, danach nannten sie die Filmwirtschaft und das Verlagswesen. Bei Crowdfinanziers lagen die Präferenzen etwas anders, da Donation-, Lending- und Investment-Plattformen die besten Investitionsaussichten vor allem für Video-, Games- und Softwareunternehmen erkannten. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass neue Technologien ein Schlüssel für das Interesse der Investoren an der Kreativwirtschaft sind.

Was müssen Kreativunternehmer beachten, wenn sie sich um VC bewerben?

Eine der wichtigsten Fragen, die sich jeder Unternehmer von Beginn an stellen sollte, ist, welche Investoren die Richtigen für einen sind: Sind es die Crowdfinanziers, mit deren Hilfe ich meine Produkte durch geschickte Vorverkäufe finanziere und die ich als Fans oder sogar als Community an mich binden kann? Oder sind es Business Angels, die eher geringere Summen aus der eigenen Tasche in junge Firmen investieren, die sich dann aber mit einbringen und mit dem Managementteam zusammenarbeiten wollen? Oder sind es Risikokapitalfonds, die Gelder anderer Anleger einsammeln und hohe Summen in skalierbare Firmen unter reinen Kapitalinvestitionsgesichtspunkten einstellen? Diese VCs erzeugen durch ihre Gewinnerwartungen einen enormen Wachstumsdruck, der für Firmen auch problematisch sein kann.

Inwiefern haben Investoren ein Interesse, in nachhaltige, sprich ökologische oder fair-soziale Unternehmenskonzepte zu investieren? Oder bremst der Postwachstumsgedanke vieler Kreativschaffender die Investmentbereitschaft aus?

Immer mehr Investoren zeigen Interesse an nachhaltigen Geschäftsideen. Es gibt auch mittlerweile erste Investoren, die sich auf grünes Unternehmertum spezialisiert haben – darunter VNT Management, eCapital oder Sirius. Der Fokus

liegt hier aber klar auf erneuerbaren Energien, Leistungselektronik, der Energieeinsparung oder ressourcenschonenden Verfahren, die sich an schnellen Exit-Erlösen bemessen. Zugleich zeigt das: Investoren ist nicht egal, in welche Unternehmen sie investieren. Bewegungen wie MeToo, Fridays for Future oder das Pariser Klimaabkommen sowie der European Green Deal haben zu einem neuen gesellschaftlichen Klima beigetragen, in dem jetzt auch Investoren agieren. Auf der anderen Seite glauben viele Investoren immer noch, dass die Kreativwirtschaft eine Hochrisikozone ist und dass es nur kreative Lifestyle-Unternehmen gibt. Es stimmt zwar, dass viele Kreativwirtschaftsunternehmen nur ein begrenztes Wachstum aufweisen oder anstreben. Sie handeln aber häufig unternehmerischer als sie selbst glauben. Investoren fehlt einfach das Wissen um die Wertschöpfungs- und Wertungsketten innerhalb der Kreativwirtschaft, und sie verpassen damit interessante Investitionsmöglichkeiten. Darum müssen wir uns auch mit den Erwartungen beider Seiten auseinandersetzen. Derzeit stehen sich der Wunsch nach Mitbestimmung seitens der Investoren und die Angst des Kreativen vor einem Kontrollverlust gegenüber.

Das heißt doch, dass VC für nachhaltige Kreativunternehmen nicht das Richtige ist.

Sagen wir es mal so: Bei VCs geht es in der Mehrheit um Blockbuster-Erfolge, die sich – wenn überhaupt – erst in einer späten Reifephase eines Unternehmens einstellen. Das Gros in der Kreativwirtschaft sind aber Selbstständige und Kleinstunternehmer – und oft welche mit einer nachhaltigen Geschäftsidee, die wenig Interesse am Skalieren haben. Kleinere Unternehmen mit solidem Wachstum und einer Konzentration auf das Kerngeschäft oder idealerweise nachhaltige Unternehmenskonzepte können jedoch sehr interessant für Angel-Investoren sein, die ihr privates Kapital, Knowhow und ihre professionellen Netzwerke in junge Firmen investieren und ihnen so helfen, am Markt erfolgreich zu werden. Wenn sich dieser Erfolg später in einem Firmenwachstum ausdrückt, das für VCs attraktiv wird, können Angel-Investoren ihre Anteile an diesen Fonds verkaufen. Die traditionellen Investitionsschritte passen sich sozusagen an die Reifephasen der Unternehmen an: Die Plattformfinanzierung besonders in der wichtigen Testphase vor der Markteinführung kann die beste Wahl sein, um die Validität der Produkte oder Projekte zu überprüfen und sie gegebenenfalls so nah wie möglich am Markt und durch Nutzerfeedback weiterzuentwickeln. Entscheidend ist, Kapitalgeber zu finden, die tatsächlich in der jeweiligen Entwicklungsstufe des Unternehmens zu einem passen.

Wo findet man Wagniskapitalgeber, die zu einem nachhaltigen Geschäftsvorhaben passen?

Angel-Investoren sind vor allem in lokalen, nationalen und europäischen Verbänden organisiert. Jede Metropole hat ihre Business-Angels-Clubs, so auch Berlin. Diese Clubs laden interessante Firmen zu Pitches ein, in denen die Unternehmer sich und ihre Firma vorstellen können. VCs haben sich ebenfalls ähnlich organisiert, national und auch europaweit. Man kommt also um eine gründliche Recherche nicht herum. Pas-

sende Investoren findet man zudem am besten durch Empfehlungen, durch das Recherchieren von vergleichbaren Firmen, in die bereits investiert worden ist – oder natürlich auf Branchenevents wie Messen, Märkten und Festivals.

Können Sie ein Beispiel nennen, wo ein nachhaltiges Unternehmen aus der Kreativwirtschaft erfolgreich Privatkapital eingeworben hat?

Nehmen wir das Hamburger Start-up Tutaka. Tutaka bietet nachhaltig produzierte Alternativen zu vielen Kunststoffprodukten, so etwa in Hotels und Gastronomie, oder anderen Wegwerfartikeln im Eventbereich – tolles Design trifft hier auf nachhaltige Produkte, vom Filzslider im Hotelzimmer bis zum Pappzelt für Festivals. Im Frühjahr 2019 launchte Tutaka einen digitalen Marktplatz-Prototypen, der schnell eine enorme Nachfrage weckte. Um nachhaltigen Einkauf für ihre Businesskunden noch einfacher zu machen, entwickelte das Unternehmen Mitte 2020 den Marktplatz inklusive Produktprüfung und begann, ein E-Commerce-System zu implementieren. Dafür sammelten die Gründer*innen in einer Seed-Investment-Runde erfolgreich eine sechsstellige Summe ein. Allerdings gibt es bislang wenige solcher Geschichten.

Inwiefern besteht die Gefahr, dass der Glaube an permanentes Wachstum den Nachhaltigkeitsgedanken untergräbt? Ökonomen wie Niko Paech plädieren für ein neues Wirtschaftsverständnis, das auf Reduktion setzt. Viele Kreativschaffende wehren sich gegen Vermarktung. Zarah Bruhn, Gründerin von Social-Bee, fordert eine neue Bemessungsformel für grüne Investitionen, die auf „Wirkungsmaximierung“ statt auf Gewinnmaximierung basiert.

” Den VCs geht es um Blockbuster-Erfolge. Die meisten Kreativschaffenden sind aber Selbstständige und Kleinstunternehmer, die wenig Interesse am Skalieren haben.

” Immer mehr Investoren zeigen Interesse an nachhaltigen Geschäftsideen. Investoren ist nicht egal, in welche Unternehmen sie investieren. Bewegungen wie MeToo und Fridays for Future oder das Pariser Klimaabkommen haben zu einem neuen gesellschaftlichen Klima beigetragen.

Natürlich muss man die Frage stellen, wie viel Wachstum unser Planet überhaupt noch verträgt. Das ist eine Grund-satzfrage. Das Geschäftsmodell von Investoren basiert jedoch immer noch darauf, dass Firmen, in die sie investiert haben, eine attraktive Rendite erwirtschaften, die sie in andere interessante Firmen reinvestieren können. Diese Rendite wird nicht zuletzt durch starkes Wachstum erzielt. Diesen systemischen Konflikt aufzulösen kann noch eine Weile dauern. Investoren sind sich jedoch bereits häufig ihrer Verantwortung im Gestalten unserer Zukunft bewusst. Ich vermute allerdings, dass wir in den nächsten Jahren zunächst dem Trugschluss erliegen werden, dass Wachstum unentwegt grün bzw. nachhaltig sein kann. Irgendwann setzen die Rebound-Effekte ein und wir stellen fest: Halt! Die gewonnen Emissionseinsparungen verlieren wir wieder, weil wir noch immer am permanenten Wachstumsglauben, nur unter neuen Vorzeichen, festhalten.

Welche Rolle kommt der Politik zu? Muss sie nachhaltiges Unternehmertum fördern, unterstützen? Die neue Bundesregierung will nachhaltige Unternehmen stärken. Braucht es neue Programme oder Fonds, und wenn ja, welche?

Ja, die Politik muss eine nachhaltige Gesellschaft fördern, ganz klar. Das können Steuererleichterungen für nachhaltige Unternehmensleistungen sein. Es braucht aber auch spezielle Fonds, die in nachhaltige, kreativwirtschaftliche Projekte investieren. Man muss wissen: Nachhaltige Fonds sind noch immer eine Nische. Am gesamten Vermögen in Publikumsfonds haben sie bislang rund drei Prozent Marktanteil. Aber auch hier gilt: Es tut sich etwas. Der Gender Equality und Diversity Media Fund beispielsweise investiert im Bereich der Filmfinanzierung in einen Fonds für die Gleichstellung der Geschlechter und die Vielfalt in der Kinoindustrie. Zudem stellt er durch ein neues Label sicher, dass der Schutz aller Minderheiten in der Medienbranche in den verschiedenen

Phasen einer Filmproduktion gewährt wird. Andere Fonds, die in nachhaltige Geschäftsideen investieren, sind eher sektoral oder ökologisch ausgerichtet. Hier ist noch viel Luft nach oben. Wir mit *Media Deals* versuchen hierzu solide Brücken zwischen den Parteien zu bauen. Es muss klar werden, wo sich Investitionsgelegenheiten anbieten. Vergessen wir nicht, dass die Politik der Strafzinsen zu einer größeren Offenheit vieler Geldgeber führt. Das gilt es zu nutzen. Die zahlreichen Erfolgsgeschichten in der Kreativwirtschaft sind den Branchen und Investoren immer noch weitgehend unbekannt. Darum müssen wir endlich belastbares Datenmaterial sammeln und allen zur Verfügung stellen. Wir kommen nur im gemeinsamen Gespräch weiter. Wir müssen Vertrauen aufbauen.

Das könnte dich auch interessieren:



Die Koalition hat den Weg freige-macht für eine neue Rechtsform für Unternehmen in Verantwortungseigentum – die **Purpose Stiftung** aus Basel / Berlin arbeitet daran seit Jahren: Sie will Machtkonzentrationen verhindern und berät Unternehmen zu alternativen Eigentumskonzepten. Um was es geht, erfahrt ihr im CCB Magazin.

Foto © Purpose

Ist Crowdfunding die Lösung?



© Svenja Kopyciok

Shai Hoffmann macht seit Jahren eine Crowdfunding-Kampagne nach der anderen, um nachhaltige Konzepte für die Gesellschaft zu entwickeln. Aber ist Crowdfunding auch als Finanzierungsform nachhaltig? Eine Bestandsaufnahme.

von Shai Hoffmann,
Crowdfunding-Coach und Demokratieaktivist

Darf ich mich vorstellen: Ich bin Shai Hoffmann, Sozialunternehmer, Speaker, Moderator und Aktivist. Ich setze mich für gesellschaftliche Belange ein und lanciere Projekte in Sachen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Politik und Gesellschaft – und ich nutze dazu vor allem eines: Crowdfunding. Crowdfunding ist für mich eine Möglichkeit, meine Ideen zu verwirklichen. Man setzt eine Kampagne auf und braucht keine lästigen Antragsformulare auszufüllen oder irgendwo Schlange zu stehen: Man macht einfach. Und wenn man eine Crowdfunding-Kampagne ein, zwei Mal gemacht hat, weiß man, wie das geht. Ich habe mittlerweile über zehn Kampagnen hinter mir. Ich habe zum Beispiel die Karma Classics auf den Weg gebracht, eine nachhaltige, fair produzierte Alternative zu den Converse Chucks, die man auch selber herstellen kann. Dann bin ich mit dem „Bus der Begegnungen“ zwei Wochen vor der Bundestagswahl 2017 quer durch Deutschland gereist, um mit den Menschen vor Ort ins Gespräch zu kommen. Ausgestattet mit Kaffee und Snacks, ein paar Stühlen, Tischen und mit viel Mut und Energie haben wir uns auf die Marktplätze gestellt und die Menschen gefragt, was sie bewegt. Aktuell produziere ich zudem Israel-Palästina-Bildungsvideos, um das binäre Denken über den Nahostkonflikt aufzubrechen und Widersprüche aushalten zu lernen. Denn Nichtwissen mündet oft in antisemitischen und antimuslimischen Ressentiments – übrigens nicht selten auch bei Lehrenden. Hier zum Diskurs anzuregen, das hat für mich etwas mit einer nachhaltigen und demokratischen Gesellschaft zu tun. Und beides ist untrennbar: Eine funktionierende Demokratie beginnt beim Austausch und Miteinander. Eine nachhaltige Gesellschaft gibt es nur, wenn unsere Ziele gesellschaftlich-sozial und ökologisch nachhaltig sind, wenn Mensch, Natur und Umwelt nicht zu Schaden kommen.

Crowdfunding hat also viel mit Nachhaltigkeit zu tun. Auf Plattformen wie Startnext hat heute gefühlt jedes zweite Projekt einen nachhaltigen Impact – und das, weil die Macher und Macherinnen den Menschen nicht einfach etwas verkaufen wollen; es geht darum, Mitstreiter für eine Sache zu finden. Das heißt nicht, dass Crowdfunding per se nachhaltig ist. So gab es mal eine Kampagne, in der ein Autolobbyist Crowdfunding nutzen wollte, um gegen Tempo 30 zu wettern. In der Regel sind das aber Einzelbeispiele, zum Schluss setzen sich meist die guten Ideen durch. Beispiele gibt es zur Genüge: Die Unverpackt-Läden, die Plastikverpackungen beim Einkauf vermeiden, wurden über Crowdfunding groß. Anstatt der angepeilten 45.000 Euro wurden zum Schluss 108.915 Euro eingesammelt – heute gibt es bundesweit zig Unverpackt-Läden. Das Problem dahinter ist klar: Deutschland steht mit 220,5 kg produziertem Verpackungsmüll pro Kopf an der Spitze in Europa. Der europäische Durchschnitt liegt bei „nur“ 167,3 kg. Obst und Gemüse werden zu 63 Prozent vorverpackt verkauft, jährlich fallen insgesamt über 18 Millionen Tonnen Verpackungsabfälle in Deutschland an. Ein anderes Beispiel sind die Unternehmen einhorn und Soulbottles. Beide konnten Crowdfunding für

sich nutzen, um ihre Unternehmen aufzubauen: einhorn hat die Vermögen-Eigentum-Debatte neu entfacht und die Frage aufgeworfen, wie Unternehmen in Zukunft aufgestellt sein müssen, damit die Menschen in den Unternehmen gut und gerne arbeiten. Die Soulbottles produzieren nachhaltige, individuell gestaltete Flaschen aus Glas, um Plastikmüll zu vermeiden – denn weltweit treiben Schätzungen zufolge mehr als 250.000 Tonnen Plastikmüll auf den Ozeanen. Und die Konsumenten entscheiden bei der Produktion über das Design mit. Das heißt, Crowdfunding bringt nicht nur nachhaltige Ideen in die Welt. Man vergewissert sich auch, wer die Idee gut findet, wer mitmacht und Mitstreiter wird. Und ich bin überzeugt, alles, was einem am Herzen liegt, ist zum Schluss am überzeugendsten. Dafür braucht es keine Marketingabteilung. Dafür braucht es nur dich, deinen Mut, deine Zielstrebigkeit und deinen Veränderungswillen.

Aber ist Crowdfunding auch als Finanzierungsform nachhaltig? Unter Umständen ja. Zunächst muss man sagen, dass von einer Crowdfunding-Kampagne nur die wenigsten leben können: Der Durchschnittswert einer erfolgreichen Kampagne liegt in Deutschland bei rund 8.000 Euro. Damit können weder die eigene Arbeit noch weitere Mitarbeiter ausreichend bezahlt werden. Man könnte auch sagen: Hier fängt Selbstausbeutung an. Ich denke aber, dass sich hier gerade ein Bewusstseinswandel vollzieht. Viele achten mittlerweile darauf, dass die eigene Kampagnen-Arbeit finanziert wird. Das ist auch bei mir so. Ich konnte über meine Kampagnen teils über 100.000 Euro einnehmen und darüber das Projekt, meine eigene Arbeitskraft und die Kampagnen-Mitarbeiter bezahlen. Wobei Crowdfunding nicht auf eine reine Finanzierungsform reduziert werden kann. Crowdfunding schiebt Projekte an. Es findet oft auch nur ergänzend zu bereits bestehenden Finanzierungsstrukturen statt – darüber können zum Beispiel neue Magazinreihen, einzelne Festivals oder Film-Einzelproduktionen finanziert werden. Und eine Tendenz macht mir Hoffnung: Auch Stiftungen und die größeren Banken haben mittlerweile das Potenzial von Crowdfunding erkannt. Die sagen, wir finden das gut, wir bezuschussen dich mit einem Kredit, ohne weitere Businesspläne oder größeren Bürokratieaufwand. Hier muss es weitergehen. Auch Förderstrukturen könnten daraufhin angepasst werden, denn ein erfolgreiches Crowdfunding beweist, dass die Idee auf Resonanz stößt. Für die Zukunft wünsche ich mir mehr Mut, auch in den Institutionen. Und ich bin fest davon überzeugt, dass man mit guten, kreativen Ideen und einer packenden Story viel bewirken kann. Traut euch neue Dinge zu, das ist wie eine Liebesbeziehung! Lasst uns Berlin und die Welt grüner, bunter und toleranter machen. Dadurch wird nicht nur die Stadt, sondern auch das Leben lebenswerter.

„Es ist Unfug, alles durchzu-digitalisieren“



© Felix Noak

Tilman Santarius ist Professor für Digitalisierung und Sozial-Ökologische Transformation an der Technischen Universität Berlin (TU). Er forscht seit Jahren zum Thema Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Wir wollten von ihm wissen, wie sich ökologische, soziale und digitale Nachhaltigkeit bedingen und welche Rolle den Kreativschaffenden dabei zukommt.

Interview: Jens Thomas

„Die Digitalisierung ist kein Muss, die Nachhaltigkeit schon. Ob wir in Zukunft auf diesem Planeten überlebensfähig sind, hängt nicht von der Digitalisierung ab. Das entscheiden wir – über unseren Lebensstil.“

Prof. Tilman Santarius ist seit 2017 Professor für Sozial-Ökologische Transformation und Nachhaltige Digitalisierung an der Technischen Universität Berlin und am Einstein Center Digital Futures. Ehrenamtlich engagiert er sich im Aufsichtsrat von Greenpeace Deutschland. Zuletzt erschien sein Buch „Smarte grüne Welt? Digitalisierung zwischen Überwachung, Konsum und Nachhaltigkeit“.

CCB Magazin: Herr Santarius, wir haben eine neue Bundesregierung. Die Schwerpunkte Nachhaltigkeit und Digitalisierung stehen ganz oben auf der Agenda. In welchen Bereich setzen Sie mehr Hoffnung, in die Digitalisierung oder in die Nachhaltigkeit?

Tilman Santarius: Was die neue Koalition daraus macht, werden wir sehen. Generell erhoffe ich mir mehr beim Thema Nachhaltigkeit. So wie wir bislang gelebt haben, kann es nicht weitergehen, das sagen alle wissenschaftlichen Berichte und mittlerweile auch der gesunde Menschenverstand. Die Digitalisierung ist dagegen kein Muss. Das ist etwas, das wir uns als Gesellschaft leisten können, weil es vieles einfacher macht. Ob wir in Zukunft auf diesem Planeten aber überlebensfähig sind, das hängt nicht von der Digitalisierung ab. Das entscheiden wir als Menschen, über unseren Lebensstil.

Auffällig ist, dass die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit parteiübergreifend mit einem Wachstumsglauben verknüpft sind. Ist das nicht ein Widerspruch?

Absolut. Dass wir runter vom Gas müssen und nicht einfach weiter so wachsen können, hört man derzeit von kaum einer Partei, nicht einmal von den Grünen. Wollen wir aber das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens erreichen, brauchen wir ein anderes Wirtschaftsmodell. Und die Digitalisierung befeuert hier geradezu den Irrglauben, dass man immer weiterwachsen kann. Der Fokus darf aber nicht auf Effizienzsteigerung liegen. Wir brauchen eine klügere und reduzierte Inanspruchnahme von Ressourcen.

Und das heißt?

Stefan Lange und ich sprechen in unserem Buch „Smarte grüne Welt?“ von der „sanften Digitalisierung“, das meint: Es ist Unfug, alles durchzudigitalisieren. Es braucht nicht überall künstliche Intelligenz. An vielen Stellen müssen wir das Tempo rausnehmen: sanfte, kluge, selektive Digitalisierung in den Bereichen, wo es Sinn macht und wo es der Gesellschaft etwas bringt. Der weltweite Stromverbrauch ist jetzt schon zu zehn Prozent auf das Internet zurückzuführen. Und beim Stromproblem bleibt es nicht. Auf die weltweit zehn Milliarden Smartphones, die seit Einführung des ersten iPhones 2007 produziert wurden, fallen beispielsweise rund 260.000 Tonnen Aluminium an. Das Gute ist: Das Internet und die Digitalisierung ermöglichen eine stärkere Vernetzung und dadurch effizientere Arbeitsprozesse und Kooperationen. Die Produktion von Waren könnte künftig viel näher an den Verbraucher*innen angesiedelt werden, dadurch können Transportwege wegfallen und der Ausstoß klimaschädlicher Gase lässt sich senken. Aber das geschieht nicht automatisch. Ziel muss es jetzt sein, durch aktive politische Maßnahmen die Digitalisierung für das Klima nutzbar zu machen.

Jetzt machen Sie's mal konkret. Wie gelingt das?

Auf nationaler Ebene brauchen wir erstmal ein Homeoffice-Gesetz, um flexibleres Arbeiten und einen Rückgang des Verkehrs zu ermöglichen. So hat das Berliner Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung errechnet, dass schon ein Homeoffice-Tag in Deutschland 1,6 Millionen Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr einsparen kann. Zweitens

„Kulturakteure sind und bleiben die Impulsgeber. Sie müssen nur schauen, dass sie zum Schluss nicht unter die Räder kommen. Und die ökologisch-soziale Transformation schaffen wir nur, wenn alle mitziehen.“

brauchen wir EU-Designrichtlinien für Produkte der Informations- und Kommunikationstechnologie, also für Smartphones, Laptops, Handys, aber auch für die Rechenzentren. Da muss drinstehen, dass bestimmte Energiestandards eingehalten werden müssen – hier muss auf möglichst wenig Datengenerierung geachtet werden. Drittens müssen die Geräte nachhaltig hergestellt werden. Sie müssen reparierfähig, langlebiger und fair hergestellt sein. Es geht also zusätzlich um die Hardware-suffizienz. Dazu gehören auch längere Garantieplichten für Produkte, Rücknahmeverpflichtungen und ein „Right to Repair“ von den Anbietern, um den Mehrkonsum zu verringern, aber auch – ganz wichtig – eine zusätzliche Software-suffizienz: Die Unternehmen müssen regelmäßig kostenfreie Updates bereitstellen, um die Lebensdauer von Produkten und Angeboten maximal auszudehnen. Und viertens sollte die Politik das alles mit allgemeinen Rahmenbedingungen flankieren, etwa steigenden Ökosteuern oder beispielsweise einer Reform des Monopolrechts, damit die digitalen Lösungen von morgen nicht von Google, Facebook und Amazon stammen.

Viele der nachhaltigen Lösungen kommen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft. In welchem Wechselverhältnis stehen hier Digitalisierung und Nachhaltigkeit? Bedingt sich beides oder schließt es sich am Ende aus?

Dazu muss man sich die einzelnen Branchen anschauen. Nehmen wir den Veranstaltungsbereich. Hier fallen, was den Nachhaltigkeits-Impact betrifft, die Hin- und Rückfahrt der Teilnehmer*innen am meisten ins Gewicht. Daran kann

man erst mal wenig ändern, es sei denn, man sagt sämtliche Konzerte ab, was keiner wollen kann. Man kann aber fragen, wie viele Events in Präsenz es bei der Fülle an Veranstaltungen braucht. Die Corona-Krise hat eindringlich gezeigt, wie die Einschränkung des Verkehrs durch Zoom-Meetings dem Klima zugute kommt. Auf dem Peak der Corona-Krise hatten wir 26 Prozent weniger Emissionen in Deutschland, hauptsächlich durch den Rückgang des Verkehrs, der um 50 bis 80 Prozent einbrach. Es gab zwar auch einen 120-prozentigen Anstieg an Videokonferenzen. Die verursachen unterm Strich aber deutlich weniger Emissionen als Flugzeuge oder andere Formen der Mobilität: Schon einmal zoomen statt der Bahnfahrt von München nach Hamburg spart 90 Prozent der Treibhausgase ein. Ein anderes Beispiel ist der Literaturbetrieb. Hier glauben viele, dass das Umstellen von Papier auf digital an sich nachhaltiger ist. Das ist ein Irrglaube. Der Bau und Betrieb von Kindles oder iPads verbraucht so viel Energie und Rohstoffe, dass sich das erst nach rund 50 heruntergeladenen Büchern rentiert. On top zur Online-Lektüre kommen die Bücherverkäufe, die seit Jahren kaum zurückgehen – es ist also nicht so, dass digitale Publikationen Printerzeugnisse einfach ersetzen. Und das Hauptproblem bleibt das Streaming. Auch hier meint man, dass durch den Wegfall physischer Produkte – etwa durch die CD, deren Verkaufszahlen zwischen 2001 und 2020 um 80 Prozent eingebrochen sind – ökologisch etwas gewonnen ist. Wir streamen aber immer mehr. Das Streaming von Filmen ist eine der energieintensivsten digitalen Dienstleistungen überhaupt. Es macht jetzt schon 60 bis 70 Prozent der globalen Datenströme aus.

Welche Lösungen sehen Sie hier?

Wir müssen die kleinen nachhaltigen Anbieter bevorteilen und im Netz auffindbarer machen. Wir arbeiten derzeit zum Beispiel an einem neuen Green Assumption Assistant, der auf der Plattform Ecosia erstellt wird und alternative, nachhaltige Produkte vorschlägt.

Aber man kommt doch gegen die großen Konzerne und Plattformen nicht an. Plattformen wie Google, Amazon oder Facebook funktionieren deshalb so gut, weil alles so effizient, bequem und einfach ist. Ist das Problem zum Schluss nicht eines der sozialen Nachhaltigkeit? Geht es nicht um die Gerechtigkeitsfrage?

Es geht um beides: um ein ökologisches und soziales Problem. Die großen Plattformen missachten nicht nur ökologische Standards. Sie sind auch in sozialer Hinsicht nicht-nachhaltig. Dass Künstler auf Spotify kaum etwas verdienen, ist bekannt. Einen höheren Ertrag würden sie erst erzielen, wenn sich die Klickraten um ein Tausendfaches erhöhen – das ist wiederum hochgradig unökologisch. Der Datenkapitalismus basiert heute auf der Mehrung von Daten, die sich nicht erschöpfen, ganz im Gegensatz zum alten Industriekapitalismus, dessen Grundlage der Verschleiß physischer Produkte – Öl, Kohle, Stahl – war.

Die Autoren Thomas Ramge und Viktor Mayer-Schönberger fordern in ihrem Buch „Das Digital“ eine neue „progressive Daten-Sharing-Pflicht“. Datengiganten wie Google sollen demnach ihre Daten mit Wettbewerbern teilen, wenn sie einen bestimmten Marktanteil erreichen, beispielsweise zehn Prozent. Ist das die Lösung?

In sozialer Hinsicht ja. Datensharing kann eine Möglichkeit sein, um die Marktmacht der Wenigen zu brechen. Ich begrüße es auch, dass derzeit auf EU-Ebene der Digital Markets Act verhandelt wird, um die Macht von digitalen Großkonzernen zu beschneiden. Auf der anderen Seite: Nicht jede Form der Dezentralisierung von Daten ist aus ökologischer Sicht nachhaltig. Nehmen wir das Beispiel Blockchain und Bitcoin. Es ist eine völlig irrsinnige Vorstellung einiger eingeschwo-rener Blockchain-Fans, mit der breiten Anwendung der Blockchain-Technologie ließe sich eine nachhaltige Ökonomie realisieren. Bitcoin liefert dafür ein Extrembeispiel: Eine einzige Berechnung eines Bitcoin-Blocks ist etwa 10.000 Mal so energieintensiv ist wie eine Kreditkarten-Transaktion. Es wäre der Ruin des Planeten, wenn die gesamte Wirtschaft auf Bitcoin-ähnlichen Blockchain-Anwendungen basieren würde. Ein anderes Beispiel ist die Anwendung der Künstlichen Intelligenz: KI-basierte Systeme können durch Mustererkennung bei Anlagensteuerungsdaten dabei helfen, dezentral verteilte Energiesystemkomponenten – Energieerzeuger, Verbraucher, Speicher – in Smart Grids besser zu koordinieren und die Netzauslastung zu optimieren. Die beste KI-basierte Optimierung des Energiesystems bringt aber wenig, wenn nicht auch der Ausbau von erneuerbaren Energien rasch vorangetrieben wird. Das Ökologische mit dem Sozialen zu verbinden bleibt eine Herkulesaufgabe.

Herr Santarius, wenn wir das Interview in zehn Jahren führen würden: Hat die Bundesregierung das 1,5-Grad-Ziel des Pariser Abkommens erreicht? Und welchen Beitrag können Kulturakteure für eine nachhaltige und digitale Gesellschaft leisten?

Das 1,5-Grad-Ziel zu erreichen erfordert langfristig eine mutige Politik und hängt daher nicht nur von der neuen Bundesregierung ab – die allerdings ganz dringend die Weichen anders stellen muss, wenn das überhaupt noch gelingen soll. Kulturakteure sind und bleiben die Impulsgeber. Sie haben manchmal bahnbrechende Ideen. Sie müssen nur schauen, dass sie zum Schluss nicht unter die Räder kommen. Und die ökologisch-soziale Transformation schaffen wir nur, wenn alle mitziehen. Die Politik setzt dabei die Leitplanken. Und für die Nutzer gilt: Vorsicht bei datenintensiven Anwendungen, allen voran beim Video-Streaming. Wer in der Straßenbahn Video streamt, hat einen so hohen Energieverbrauch, dass der Vorteil gegenüber dem Auto schwindet. Aber wer weiß, vielleicht haben wir in zehn Jahren autofreie Innenstädte. Das wäre dann die gute Nachricht.

Das könnte dich auch interessieren:



 Von analog bis digital: Du willst wissen, wie man ein Festival nachhaltig plant und umsetzt? Lies dazu das Interview mit **Fuchs & Hirsch**.



 Avatarisierung, quer durchs Metaverse, und geflogen wird nur noch im Netz: Wie nachhaltig ist die neue digitale **Post-Corona-Welt**?



 **Streaming** gilt gemeinhin als ökologische Alternative, das ist ein Irrtum. Wie klimaschädlich ist das Streaming? Ist es das neue Rauchen?

Wie sieht eine nachhaltige Gesellschaft aus?

Hier spricht die Stadt.

” Eine nachhaltige Gesellschaft hat für mich etwas mit Inklusion zu tun.

Ich habe die App Greta entwickelt, damit auch Blinde und Gehörlose ins Kino gehen können. Ich nenne das ‚Kino für alle‘. Mein Ziel ist es, gesellschaftliche Probleme unternehmerisch zu lösen.“

Seneit Debese, Greta & Starks



© Philip Nürnberger



© Jan Pries

” Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, dass wir Wirtschaft und Gesellschaft komplett neu denken müssen.

Wirtschaft beschränkt sich nicht aufs Produzieren und Skalieren. Es geht um die Frage, was ein ‚Wir‘ schafft. Und an diesem ‚Wir‘ arbeite ich seit Jahren: Ich stelle kostenlose Bauanleitungen zur Erstellung von Hartz-IV-Möbeln ins Netz. Ich baue die kleinste Wohnung Deutschlands, die sich jeder leisten kann. Wir müssen diese Welt so hinterlassen, dass auch unsere Nachkommen darin leben können.“

Van Bo Le-Mentzel, Architekt und Aktivist

” Für mich setzt Nachhaltigkeit eine ökologische und sozial gerechte Welt voraus.

Darum habe ich 2018 eine Petition für ein neues Lieferkettengesetz eingereicht, um einen rechtlichen Rahmen zum Schutz von Umwelt und Menschenrechten entlang globaler Lieferketten zu erwirken. Jetzt gibt es ein solches Gesetz. Es hat zwar einige Schlupflöcher. Aber es bewegt sich was.“

Lisa Jaspers, Modeaktivistin und CEO von Folkdays



© Jens Thomas



© Kristoffer Schwetje

© Plan A



„ Unser Ziel ist es, mit digitalen Mitteln eine dekarbonisierte und nachhaltige Wirtschaft aufzubauen.

„ Dafür habe ich zusammen mit Nathan Bonnisseau das Start-up Plan A gegründet. Wir haben als erste eine Software entwickelt, die es Unternehmen ermöglicht, ihre Emissionen zu überwachen und zu reduzieren und gleichzeitig ihre ESG-Leistung zu verbessern. Damit werden sie zu Vorreitern der nachhaltigen Transformation. Denn einen Plan B gibt es nicht.“

Lubomila Jordanova, Plan A

„ Nachhaltigkeit setzt für mich bei einem Wertebewusstsein an.

„ Wir beraten dazu Kreative und geben sogenannte Werte-Workshops. Denn Gründer*innen und Kreative entwickeln oft Produkte, die nachhaltig sind. Über Werte, die damit verbunden sind, und ihre eigenen Bedürfnisse sprechen sie dagegen viel zu wenig. Hier setzen wir an und beraten diejenigen, die an einer nachhaltigen Gesellschaft von morgen arbeiten.“

Anna Theil, Studio Für Morgen

„ Wir entwickeln Architektur- und Designkonzepte für humanitäre und soziale Zwecke.

„ Denn die Welt von morgen braucht dringend neue Lösungen, insbesondere Produkte, Dienstleistungen und Orte, die sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltig sind. Dazu begleiten wir UN-Organisationen, NGOs, Kommunen, Stiftungen und Unternehmen bei ihren Innovations- und Transformationsprojekten – direkt in Krisenregionen und oftmals in herausfordernden Situationen.“

Daniel Kerber, Morethanshelters

© Christian Klant



© Studio Good

„ Wir arbeiten mit Unternehmen zusammen, die Gutes tun, deren ethische Grundsätze wir teilen, schätzen und unterstützen wollen.

„ Viele unserer Kund*innen sind keine gewinnorientierten Unternehmen. Wir arbeiten meist für Organisationen aus dem kulturellen oder wissenschaftlichen Bereich – und für Hilfsorganisationen. Nur so lässt sich eine nachhaltige Gesellschaft voranbringen.“

Linnart Unger, Studio GOOD

© Kristoffer Schwetje



© privat

„ Berlin braucht bezahlbare Produktions- und Präsentationsräume.

„ Darum kümmern wir uns. Wir agieren wir mit einem interdisziplinären Team an der Schnittstelle zwischen Verwaltung, freier Szene und gemeinwohlorientierter Immobilienwirtschaft. Wir akquirieren Räume, vermieten sie und entwickeln Standorte, von der Konzeption über die bau- und kulturfachliche Prüfung bis hin zur Einbindung von Szenevertreter*innen und der Öffentlichkeitsarbeit. Ziel ist die Schaffung einer Infrastruktur für Berlins Kunst- und Kulturszene, die nachhaltigen Bestand hat.“

Tatjana Kaube, Kulturraum Berlin

„ Wenn wir eine nachhaltige Gesellschaft wollen, müssen wir die unterstützen, die daran arbeiten.

„ Wir als Social-Entrepreneurship-Verband geben den Sozialunternehmern eine Stimme. Unser Netzwerk zählt bereits über 800 Mitglieder. Wir agieren an der Schnittstelle von sozialem Unternehmertum und Politik. Wir wollen, dass alle gleichermaßen vom Fortschritt profitieren.“

Markus Sauerhammer, Send e.V.

Zum Schluss: Danke an alle Beteiligten und Partner*innen!

Aktionsnetzwerk Nachhaltigkeit • C2C NGO • circular.fashion • clubliebe e.V. • futurestrategy • Gallery Climate Coalition (GCC) • Green Future Club • greenlab • Internationales Design Zentrum Berlin (IDZ) • Kulturstiftung des Bundes • Kulturveranstaltungen des Bundes in Berlin GmbH • media:net berlin-brandenburg • Medienboard Berlin-Brandenburg • Netzwerk Nachhaltigkeit in Kunst und Kultur e.V. (2N2K) • Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK) • Projekt Zukunft • Rat für Nachhaltige Entwicklung • Senatsverwaltung für Kultur und Europa • Stiftung Preußischer Kulturbesitz • sustainable natives • weißensee kunsthochschule berlin • sowie alle Labels, Netzwerke und Kulturakteur*innen, deren Geschichten ihr auf Creative City Berlin lesen könnt.

**Kreativ
Kultur
Berlin**

Beratungszentrum
für Kultur- und
Kreativschaffende

Wir beraten, informieren und vernetzen
im Bereich der Kulturförderung und
Kreativwirtschaft – sparten- und branchen-
übergreifend von Künstler*in bis Start-Up.

Kompetent, unbürokratisch, kostenfrei!

www.kreativkultur.berlin



www.creativecity.berlin