



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Das Scheitern umweltethischer Ansprüche in der Praxis – Warum
es uns schwerfällt das moralisch ‚Richtige‘ zu tun“

verfasst von / submitted by

Laura Draxler BA, BEd, MEd

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree
of

Master of Arts (MA)

Wien, 2023 / Vienna 2023

Studienkennzahl lt. Studienblatt /

UA 066 641

degree programme code as it appears on the
student record sheet:

Studienrichtung lt. Studienblatt /

Masterstudium Interdisziplinäre Ethik

degree programme as it appears on the student
record sheet:

Betreut von / Supervisor:

Dr. Martin Huth

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. Theorien zur Erklärung moralischen Verhaltens	5
1.1. Kognitive Perspektive moralischen Verhaltens	7
1.2. Intuitiv-emotionale Perspektive moralischen Verhaltens	9
1.3. Motivationale Perspektive moralischen Verhaltens	11
1.3.1. Ansätze rationalen Entscheidens	12
1.3.2. Ansätze moralischer Identität	12
2. Theorien zur Erklärung von Umweltverhalten	19
2.1. Theory of Planned Behaviour	20
2.2. Norm Activation Model	21
2.3. Goal-Framing Theory	22
2.4. Protection Motivation Theory	23
3. Warum es uns schwerfällt das moralisch „Richtige“ zu tun – Barrieren für umweltbewusstes Handeln.....	26
3.1. Soziale, gesellschaftliche und kulturelle Einflüsse	26
3.1.1. Konsum als Ausdruck von Gruppenzugehörigkeit	26
3.1.2. Suffizienz in der Konsumgesellschaft – ein Widerspruch?	30
3.1.3. Konsum unter dem Einfluss von Kultur, Gewohnheit und Normalitätsvorstellungen	33
3.1.4. Weltsicht, Ideologien und Mythen	37
3.2. Mediale Botschaften an Konsument*innen	48
3.2.1. Widersprüchliche Botschaften von Wirtschaft und Umweltethik.....	48
3.2.2. Mediale Verschleierung von Wahrheiten	49
3.2.3. Sprache in der Klimakommunikation und Bestätigungstendenzen.....	50
3.3. Komplexität des Klimawandels	55
3.3.1. Eigenschaften des Klimawandels, die unsere Wahrnehmung und Bewertung von Umweltereignissen und -zuständen beeinträchtigen.....	55
3.3.2. Unsichere Nachhaltigkeitsbewertungen	60
3.4. Unklarheit über Verantwortlichkeit.....	64
3.4.1. Wer ist verantwortlich?	64
3.4.2. Verantwortungsablehnung – Rechtfertigungsstrategien	66
4. Zusammenfassung	72
5. Fazit	76
Literaturverzeichnis	80
Anhang	86
Abstract.....	86

Einleitung

Auch wenn sich viele Menschen darin einig sind, dass Maßnahmen gegen Tierleid, Umweltschäden und Klimawandel erforderlich sind und Verhaltensänderungen in Bezug auf unser Ess-, Konsum- und Reiseverhalten notwendig sind, schaffen es nur wenige diese Veränderungen auch umzusetzen. Ziel dieser Arbeit ist es zu verstehen, wie es zu dieser Kluft zwischen dem als „moralisch“ und „richtig“ bewerteten Verhalten und dem tatsächlichen Verhalten kommt. Dabei gilt es herauszufinden welche Faktoren sich als Widerstände umweltbewussten Handelns auftun, das heißt welche Einflüsse die Entscheidung für die „richtige“ Handlungsalternative erschweren und folglich Untätigkeit im Umweltschutz begünstigen.

Die Diskussion um den Schutz und Erhalt der Umwelt hat in den letzten Jahren zunehmend an Aufmerksamkeit gewonnen. Im Zuge dessen rücken immer öfters umweltethische Fragen in den öffentlichen Diskurs. Die Umweltethik befasst sich mit dem menschlichen Verhältnis zur nicht-menschlichen Umwelt. Eine ihrer Aufgaben ist es, allgemein gültige Maßstäbe zu finden, die einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur begründen (vgl. Ott 2014, 13). Indem sie sich auf das menschliche Handeln in der natürlichen Umwelt bezieht, ist sie als Bereichsethik der angewandten Ethik zu verstehen, die mit Blick auf aktuelle Problemstellungen darauf abzielt Praxisorientierung zu bieten (vgl. ebd.). In der umweltethischen Debatte geht es um Themenkomplexe wie den Klimawandel und die damit zusammenhängenden (zukünftigen) Umweltprobleme, wie etwa der Anstieg des Meeresspiegels, Umweltkatastrophen wie Überflutungen oder Wüstenbildungen und der damit einhergehende Verlust von Lebensräumen. Aber auch die durch menschliche Eingriffe verursachte Umweltverschmutzung, die Zerstörung von Landschaften, das Artensterben und der Umgang mit natürlichen Ressourcen angesichts weltweiter Ressourcenknappheit, sind Probleme, die in der Umweltethik diskutiert werden. Die Tierethik, die als Teilbereich der Umweltethik betrachtet werden kann, behandelt ethische Fragen rund um unseren Umgang mit Tieren. Sie befasst sich beispielsweise mit der Nutzung und Haltung von Tieren für die Milch-, Fleisch-, Leder- und Fellproduktion oder für den Freizeitbereich (Haustier-, Zootierhaltung) und mit Tierversuchen.

Mit der zunehmenden Präsenz ökologischer Themen in der Politik und in der öffentlichen Wahrnehmung bzw. in den Medien (z.B. Berichterstattungen über Umweltprobleme) wächst zugleich der gesellschaftliche Anspruch, ein größeres Bewusstsein für die Umwelt zu schaffen und Handlungsoptionen aufzuzeigen. Forderungen nach einem verantwortungsvollen Umgang mit unserer Umwelt werden immer lauter. Sie werden an die Politik, als auch an die einzelnen Menschen als Verbraucher*innen gerichtet. Auf individueller Verbraucher*innenebene werden Konsument*innen aufgefordert umweltbewusster zu handeln und ihren Verbrauch zu reduzieren. Diese Forderungen betreffen meist die Handlungsfelder Mobilität, Konsum und Freizeitverhalten, Ernährung, sowie Bauen und Wohnen. Sie haben zum Ziel durch eine Veränderung von Verhaltensmustern Emissionen zu reduzieren, natürliche Ressourcen einzusparen und Naturräume zu schützen¹.

Forderungen, die an Verbraucher*innen gerichtete sind und auf den Tierschutz und das Tierwohl abzielen, können beispielsweise die Reduzierung oder der vollständige Verzicht auf Lebensmittel tierischen Ursprungs, Leder- und Pelzprodukte sein, die Beachtung von Siegeln und Angaben zur Herkunft bei der Produktauswahl bzw. die Bevorzugung regionaler, ökologisch und biologisch hergestellter Lebensmittel, sowie der Kauf von Kosmetikartikeln, die ohne Tierversuche hergestellt wurden.

Obwohl viele Menschen umweltbezogene Handlungen, wie die erwähnten, als moralisch richtig und gerecht beurteilen und Maßnahmen gegen Tierleid, Umweltschäden und

¹ Eine Zusammenfassung solcher Forderungen stellen die Handlungsempfehlungen von Stengel (2011, 142) dar:

Mobilität:

- Bevorzugung öffentlicher Verkehrsmittel, vor allem im Stadtverkehr
- Vermeidung oder Verminderung von Flugreisen und Autofahrten

Konsum- und Freizeitverhalten:

- Verlagerung des Urlaubs auf regionale Ziele, die ohne Flugzeug erreicht werden können
- Einschränkung des Modekonsums, speziell bei Bekleidung und Elektronikartikeln
- Reparatur von kaputten Dingen statt Neukauf

Ernährung:

- Einschränkung bei der Wahl umweltbelastender Lebensmittel (vor allem Fleisch, Fisch, Milchprodukte)

Bauen und Wohnen:

- Verzicht auf Neubau und Bevorzugung stadtnaher Wohnungen (um den Arbeitsplatz und Einkäufe möglichst ohne Auto erreichen zu können)
- Verwendung langlebiger Produkte (z.B. Möbel) oder Second-Hand-Artikel, kollektive Nutzung von Geräten
- Energiebewusstes Heizen und Kühlen des Wohnraumes
- Energiebewusste/r Kauf und Nutzung elektronischer Geräte

Klimawandel als erforderlich betrachten, fällt es ihnen oft schwer diese in die Tat umzusetzen. Aber was hält uns Menschen davon ab entsprechend diesem moralischen Empfinden zu handeln? Warum entscheiden wir uns letztlich nicht für die „moralische“ Handlung? Daraus ableitend lässt sich folgende Fragestellung formulieren: *Welche Faktoren bzw. Barrieren erschweren (und verhindern) die Umsetzung umweltgerechten Verhaltens?*² Diese moralpsychologische Auseinandersetzung zielt darauf ab, Entscheidungsprozesse, die zur Unterlassung der umweltbewussten Handlung führen, besser zu verstehen.

Die Arbeit gliedert sich in vier Teile. Im ersten und zweiten Teil werden Theorien zu Erklärung von moralischem Verhalten und Umweltverhalten vorgestellt, um der Frage nach möglichen Einflussfaktoren auf moralisches Verhalten bzw. Umweltverhalten nachzugehen. Von Interesse ist, wie umweltethische Ansprüche praktisch werden können, das heißt unter welchen Gegebenheiten, Bedingungen und Voraussetzungen sie realisiert werden können und welche Faktoren die Bereitschaft, moralischen Handlungen Vorrang gegenüber anderen (z.B. eigennützigen) Handlungen zu geben, beeinflussen. Diese an Handlungstheorien orientierte Darstellung bedeutsamer Faktoren bildet die theoretische Grundlage für die Bearbeitung der zentralen Fragestellung:

Im dritten Teil werden ausgewählte Faktoren, die sich bei der Recherche als besonders relevant bezüglich der Fragestellung herausgestellt haben, diskutiert. Dabei werden insbesondere Einflüsse und Gegebenheiten der äußeren (sozialen) Umwelt und weniger personenbezogene (die Persönlichkeit und individuellen Fähigkeiten betreffenden) Faktoren aufgegriffen. Indem diese Faktoren unsere menschlichen Wahrnehmungs- und Bewertungsprozesse in umweltrelevanten Kontexten beeinflussen und eine Entscheidung für die „richtige“ Handlung erschweren oder verhindern, können sie als Barrieren für umweltgerechtes Handeln verstanden werden. Sie lassen sich vier Bereichen zuordnen:

- (1) Andere Menschen, soziale Gruppen, die Gesellschaft und Kultur mit ihren Wert- und Normalitätsvorstellungen, Gewohnheiten, Weltanschauungen und Ideologien,
- (2) die Medien und ihre Werbebotschaften,

² Die Fragestellung befasst sich ausschließlich mit individuellem Verhalten und bezieht sich vor allem auf Menschen, die unterschiedliche Handlungsoptionen kennen, sich mit diesen auseinandergesetzt haben und bereits ein (persönliches) moralisches Urteil über die „richtige“ Handlung getroffen haben. Weiters ist von Menschen die Rede, die in der Lage sind, das heißt die benötigten (zeitlichen, finanziellen) Mittel besitzen und unter den vorausgesetzten (wohnräumlichen oder rechtlichen) Bedingungen leben, diese „moralische“ Handlung auch tatsächlich auszuführen.

(3) Faktoren, die sich auf die Eigentümlichkeit bzw. Komplexität des Klimawandels beziehen und

(4) Faktoren, die unser Verantwortungsgefühl beeinflussen

Im abschließenden vierten und fünften Teil werden die Ergebnisse zusammengefasst und ein Fazit gezogen.

1. Theorien zur Erklärung moralischen Verhaltens

In diesem ersten Abschnitt soll der Begriff des moralischen Verhaltens (bzw. moralischen Handelns³), sowie eine Auswahl an allgemeinen Theorien zur Erklärung moralischen Verhaltens aufgezeigt werden. Diese dienen in weiterer Folge als theoretische Grundlage für die in Kapitel 3 thematisierten Barrieren für umweltbewusstes Verhalten. Sie lassen sich auf moralische Situationen in unterschiedlichen umweltethischen Kontexten beziehen. Ziel ist es, einen Überblick über die verschiedenen theoretischen Perspektiven und über mögliche bedeutsame Variablen für das Zustandekommen moralischen Verhaltens zu geben. Vor dem Hintergrund, dass Umweltverhalten bzw. umweltbewusstes Handeln als moralisches Verhalten verstanden werden kann, soll die Suche nach möglichen Voraussetzungen, Bedingungen und beeinflussenden Faktoren moralischen Verhaltens Anhaltspunkte für die Beantwortung der Frage nach den Ursachen für Untätigkeit in umweltrelevanten Kontexten geben.

Unter moralischem Verhalten wird das Verhalten gemäß geltender (vgl. Kay-Enders 1996, 13) und als „gut“ erachteter gesellschaftlicher Normen und Werten verstanden (vgl. Frankena & Hoerster 1981). Moral meint ein System an Regeln, die sich mit dem sozialen Zusammenleben beschäftigen (vgl. Arnold, Beauchamp & Bowie 2013, 3), die von einem überwiegenden Teil der Gesellschaft akzeptiert werden und deren Befolgung als „gut“ oder „richtig“ und deren Nichtbefolgung als „böse“ oder „falsch“ bewertet wird (vgl. Blasi 1980, 8). Regeln werden zudem als moralisch charakterisiert, wenn sie mit eigenen Interessen im Konflikt stehen (vgl. Blasi 1980, 8) und eine Wahl zwischen verschiedenen Handlungsalternativen besteht (vgl. Jones 1991, 367). Allerdings ist das, was als „gut“ oder „moralisch“ gilt, nicht immer eindeutig und klar definiert, es kann auch unbestimmt oder umstritten sein. Darüber hinaus verändern sich Bewertungsprozesse mit der Zeit. In dieser Arbeit bezieht sich moralisches Verhalten auf das Verhalten einer Person, das von dieser für „richtig“, bzw. „moralisch“ gehalten wird, unabhängig davon wie viele andere diese

³„Verhalten“ und „Handeln“ können insofern voneinander unterschieden werden, als dem „Verhalten“ ein bewusster oder unbewusster Entscheidungsprozess vorangeht (vgl. Hausmann & Koller 2011, 16), einer „Handlung“ hingegen immer eine (bewusste) Absicht zugrunde liegt (vgl. Düwell, Hübenthal & Werner 2006, 396). Das Handeln kann demnach als eine Form des Verhaltens betrachtet werden. Für diese Arbeit ist sowohl absichtsvolles (umweltbewusstes) Verhalten, als auch unbewusstes (z.B. gewohntes) Verhalten, das umweltgerechtes Verhalten verhindert, von Relevanz.

Bewertung teilen und ohne eine rationale Begründung oder moraltheoretische Rechtfertigung zu berücksichtigen.

Zur Erklärung moralischen Verhaltens können unterschiedliche theoretische Perspektiven verschiedener wissenschaftlicher Disziplinen (z.B. Psychologie, Soziologie, Neurowissenschaft) herangezogen werden. Holzmann (2016, 55ff) gliedert die verschiedenen Ansätze in kognitive, intuitiv-emotionale und motivationale Ansätze:

- (1) Kognitive Ansätze legen den Fokus vor allem auf Prozesse der menschlichen Informationsverarbeitung, worunter etwa „die Wahrnehmung, Speicherung, Verarbeitung sowie Modifikation von Informationen zur Planung und Steuerung des Verhaltens eines Menschen“ (ebd., 55) verstanden werden kann. Aus der kognitiven Perspektive basieren moralische Entscheidungen auf systematischen Denk- bzw. Urteilsprozessen.
- (2) Intuitiv-emotionale Ansätze erklären moralisches Verhalten durch affektiv beeinflusste bzw. automatisch und unbewusst ablaufende Denkprozesse. Kognitive Denk- und Beurteilungsprozesse finden diesen Ansätzen zufolge nur im Rahmen von nachträglichen Rationalisierungen statt.
- (3) Motivationale Ansätze konzentrieren sich auf das Zusammenspiel von persönlichen Motiven, situativen Anreizen und den erwarteten Folgen. Holzmann unterscheidet hier zwischen deduktiv-rationalen Perspektiven, die moralische Entscheidungen als von materiell-strategischen Erwartungswertkalkulationen oder von Gerechtigkeitsvorstellungen bedingt ansehen, und induktiv, selbstkonzeptorientierten Perspektiven, die eine kognitive moralische Selbstdefinition als Antrieb für moralisches Handeln annehmen. Die Selbstdefinition als „moralisch“, „gut“, „ehrlich“ oder „gerecht“ führt dazu, dass die Umwelt stärker vor dem Hintergrund moralischer Aspekte wahrgenommen wird und dem inneren Antrieb gemäß der persönlichen Selbstdefinition zu handeln, nachgegangen wird.

Exemplarisch für die drei Perspektiven sollen im Folgenden einige Theorien moralischen Handelns vorgestellt werden:

1.1. Kognitive Perspektive moralischen Verhaltens

Holzmann (2019, 108ff; 2016, 65ff) befasst sich mit den Komponentenmodellen von Rest (1984), Trevino (1986), Ferrell, Gresham und Fraedrich (1989), sowie Hunt und Vitell (1986) und arbeitet deren Gemeinsamkeiten (sowie Unterschiede) heraus, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden. Komponentenmodelle gehen davon aus, dass eine moralische Handlung aus einem Zusammenspiel kognitiver Prozessschritte, als auch situativer und individueller Einflussfaktoren bestimmt wird. Nach Holzmann (2019, 108) gliedern die meisten Modelle den moralischen Entscheidungsprozess in verschiedene Phasen⁴:

1. Wahrnehmung eines moralischen Problems
2. Beurteilung moralischer Handlungsalternativen
3. Bildung einer moralischen Absicht und Treffen einer moralischen Entscheidung
4. Ausführung einer moralischen Handlung
5. Reflektion und Bewertung der ausgeführten Handlung

Die erste Phase der moralischen Problemwahrnehmung (vgl. ebd. 109f) ist von zentraler Bedeutung, denn sie bestimmt darüber, ob ein moralischer Entscheidungsprozess überhaupt angestoßen wird. Wird eine Situation nicht als moralisch relevant wahrgenommen, erscheint die Auseinandersetzung mit moralischen Alternativen nicht notwendig. Um eine Situation als moralisch bedeutsam wahrzunehmen, benötigt es eine Vorstellung davon, welche Situationen als moralisch problematisch einzustufen sind, sowie eine persönliche Definition des Moralischen. Zudem bestimmen gegenwärtige Motive bzw. unser Fokus auf bestimmte Ziele über unsere (begrenzte) Aufmerksamkeit für moralisch bedeutsame Situationen. Sind bestimmte moralische Aspekte vor dem Hintergrund gegenwärtiger Motive irrelevant, oder liegt unsere Aufmerksamkeit auf anderen Dingen, ist die Wahrnehmung moralischer Problemsituationen schwieriger. Die Phase der Problemwahrnehmung ist für den umweltethischen Kontext von besonderer Bedeutung. In Kapitel 3 werden einige Faktoren genannt, die zu einer verzerrten Wahrnehmung und Einschätzung von Umweltproblemen führen.

⁴ Diese Phasen lassen sich in der Realität nicht trennscharf voneinander unterscheiden. Viele dieser Phasen laufen unbewusst ab und ihre Reihenfolge kann sich auch umkehren, beispielsweise wenn man sich bereits aus einem Affekt heraus für eine Handlung entschieden hat (Phase 3 oder 4) und erst im Nachhinein diese zu rechtfertigen versucht (Phase 2).

In der zweiten Phase (vgl. Holzmann 2016, 111) wird analysiert welche Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen und wie diese aus moralischer und persönlicher Sicht zu bewerten sind. Die Urteilsbildung erfolgt auf Basis moralischer Überzeugungen, persönlicher Motive, sowie Erwartungen über das Eintreffen von Handlungsfolgen. Urteile können aus einem rationalen Abwägungsprozess, oder intuitiv auf Grundlage heuristischer bzw. emotionaler Empfindungen und Gewohnheiten, ohne aufwändige Denkvorgänge, gebildet werden. Rest (1984) verweist auf tief verankerte Ideologien, die moralische Urteile automatisiert herbeiführen können. Auf das Umweltverhalten bezogen, wird sich Kapitel 3 ausführlich mit diesen, unsere Urteilsbildung bestimmenden Faktoren, beschäftigen.

Auf die Bewertung von Handlungsmöglichkeiten folgt die dritte Phase (vgl. ebd.) der Entscheidungsfindung und die Bildung einer Absicht zur Ausführung einer Handlung. Zwischen dem moralischen Handlungsentschluss und dem tatsächlichen Handlungsvollzug (vierte Phase) stehen situative und individuelle Faktoren, die das Handeln beeinflussen. So können äußere Umstände oder eine mangelnde Selbstkontrolle der Umsetzung in die Praxis im Weg stehen. Nach Rest (1984, 72) müssen zu jeder Verhaltensausführung physische oder psychische Barrieren (z.B. Müdigkeit, Ablenkung, Frustration, veränderter Zielfokus, ...) überwunden werden. Hierfür bedarf es der Ego-Strength (die Stärke der eigenen Überzeugungen) und der dazugehörigen Selbstregulationsfähigkeiten. Die emotionale Beteiligung des Individuums würde zudem mit dem Durchhaltevermögen zusammenhängen. Je stärker eine Person emotional an ein Ziel gebunden ist, desto bestrebt sie dieses Ziel trotz Schwierigkeiten zu erreichen.

Wurde die moralische Handlung tatsächlich ausgeführt, kommt der moralische Akteur in die (fünfte) Phase (vgl. ebd., 112) der Reflexion und der Auswertung moralischer Handlungsfolgen für die eigene moralische Entwicklung. Hierbei spielt das Feedback des sozialen Umfeldes eine wichtige Rolle. Für Hunt und Vitell (1986, 72) wirkt sich diese Eigen- sowie Fremdevaluation der Folgen der jeweiligen moralischen bzw. unmoralischen Handlung auf zukünftige Handlungen im Sinne eines Lernprozesses aus. Im Hinblick auf umweltbewusstes Verhalten wird die Abwertung eines bestimmten Verhaltens durch wichtige andere seine Einstellung begünstigen (vgl. Kapitel 3.1).

1.2. Intuitiv-emotionale Perspektive moralischen Verhaltens

Das Social Intuitionist Model nach Haidt (2001, 814, 818) geht davon aus, dass Urteile und Entscheidungen auf zwei unterschiedlichen Prozesswegen getroffen werden können: Auf der einen Seite können Menschen auf Grundlage evolutionär älterer Gehirnregionen schnelle, automatische, affektive intuitive Entscheidungen treffen, auf der anderen Seite können evolutionär jüngere Gehirnregionen einen kontrollierbaren, langsamen und kognitiven Denkprozess anstoßen. Haidt vermutet, dass diese evolutionär älteren, für die Emotionserzeugung und -verarbeitung zuständigen Hirnregionen für moralische Entscheidungen verantwortlich sind. Moralische Urteile und Handlungen werden hauptsächlich durch unbewusst automatisch-affektive Intuitionen bestimmt (Moral Intuition). Es wird angenommen, dass das menschliche Gehirn fortlaufend alles, was wahrgenommen wird, automatisch-intuitiv bewertet. Erst im Nachhinein würden jene Urteile durch rationale Argumente begründet (Moral Reasoning), sowie gegebene Informationen transformiert, um das intuitiv getroffene Urteil zu stützen. Ein überlegter Informationsverarbeitungsprozess würde nach Haidt nur in seltenen Fällen ursächlich für moralische Urteile sein. Für die Aktivierung von kognitiven Denkprozessen müssen nach Haidt die notwendigen kognitiven Kapazitäten, genügend Zeit, sowie eine ausreichend große Motivation, diese begrenzten Ressourcen auch nutzen zu wollen, zur Verfügung stehen (vgl. Haidt 2001, 822). Vorherrschende Intuitionen können dann durch einen Denkprozess überschrieben werden, sodass eine neue Intuition verankert wird. Die Bedingungen dafür würden in moralischen Kontexten jedoch nur selten vorliegen, etwa weil die vorherrschenden Intuitionen meist sehr stark sind, oder die kognitiven Voraussetzungen fehlen. Wie sich (in Kapitel 3) zeigen wird, spielen intuitiv-emotionale Prozesse eine bedeutende Rolle für Umweltverhalten. Beispielsweise werden förderliche als auch hinderliche Emotionen für umweltbewusstes Handeln angenommen.

Das auf das Intuitionist Model aufbauende Synthese-Modell von Greene (2005, 352) grenzt sich von Haidts Ansatz dahingehend ab, dass es kognitive Denkprozesse nicht ausschließlich als nachträgliche Rationalisierungen, sondern auch an der moralischen Urteilsbildung beteiligt annimmt. Greene geht von einer komplexen Interaktion emotional-intuitiver und kognitiv-überlegter Prozesse aus. Für ihn sind beide Systeme zentral für die moralische Urteilsbildung. Allerdings können situative und persönliche Bedingungen (Zeit, kognitive Doppelbelastung, bestimmte Persönlichkeitsmerkmale) dazu führen, dass eines

der beiden Systeme einen stärkeren Einfluss auf eine Entscheidung ausübt. Das kognitive System ist im Vergleich zum affektiven weniger anfällig für situative Veränderungen. So kann zum Beispiel die Manipulation der gegenwärtigen Emotionslage einen entscheidenden Einfluss auf die Urteilsfähigkeit haben. Das kognitive System hat die Aufgabe intuitive Moralprinzipien zu hinterfragen, sie mit anderen erlernten Prinzipien und gegebenen Informationen abzugleichen und sie gegeben falls zu verwerfen. Diese Prozesse sind mit einem höheren Energie- und Zeitaufwand verbunden. Weil Urteile auf Basis des affektiv-moralischen Systems automatisch und unbewusst ablaufen, bedürfen sie einer geringeren kognitiven Anstrengung.

Der intuitiv-emotionale Ansatz sieht (im Vergleich zu kognitiven Ansätzen) weniger im eigenständigen Denken, sondern viel mehr im sozialen Austausch ein Veränderungspotential (vgl. Haidt 2007, 999). Bestehende Intuitionen können durch stichhaltige Argumente anderer Menschen und insbesondere durch Argumente von nahestehenden Menschen, deren Anerkennung angestrebt wird, verändert werden. Haidt und Joseph (2004, 56) gehen von Geburt an genetisch verankerten moralischen Grundvorstellungen⁵ aus, die sich heute in Form von affektiven Reaktionen äußern. Sie werden in Abhängigkeit von der jeweiligen Kultur in sozialen Lernprozessen ausgeprägt; so werden in manchen Kulturen bestimmte Grundvorstellungen verstärkt ausgebildet und andere „verlernt“. Durch die Beobachtung und Imitation von sozialen Riten und Gewohnheiten und insbesondere in der Interaktion mit Peers kommt es zur Ausbildung von kulturell-moralischem Wissen bzw. zur Ausbildung moralischer Überzeugungen (vgl. Haidt 2001, 827).

Auf der Annahme, dass moralische Überzeugungen im sozialen Austausch im Rahmen der Sozialisation gebildet werden, basiert die Theorie des „Karnismus“. In ihrem Buch „Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows. An Introduction to Carnism“ erläutert die Sozialpsychologin Melanie Joy (2010) den Karnismus als eine Ideologie, die unserem Fleischkonsum zugrunde liegt. Unter dem Begriff Ideologie versteht Joy ein System an geteilten Überzeugungen, auf denen unser Verhalten basiert: „A ideology is a shared set of beliefs, as well as the practices that reflect these beliefs“ (ebd., 30). Joy spricht von einem „karnistischen Habitus“, der auf einer spezifischen „karnistischen“ Denkweise beruht, die

⁵Aus einer Studie leiten Haidt und Joseph (2004, 56) fünf grundlegende menschliche Prinzipien sozialen Lebens ab: (1) die Abwendung von Schaden bzw. Fürsorge, (2) Fairness und Reziprozität, (3) Loyalität und Hierarchieverständnis, (4) Eigengruppensolidarität, sowie (5) Reinheit bzw. Heiligkeit.

das Essen von Fleisch als normal, natürlich und notwendig betrachtet. Diese lässt sich auf in der Sozialisation gebildete verinnerlichte Schemata zurückführen. Schemata formen unsere Überzeugungen, Ideen, Wahrnehmungen und Erfahrungen und werden zugleich von ihnen geformt (vgl. ebd., 14f). Als Klassifizierungssystem interpretieren sie eingehende Information und ordnen sie in allgemeine Kategorien. Der Karnismus als unsichtbares System von Überzeugungen wird in späterer Folge (Kapitel 3.1.4.2) als ein Erklärungsansatz für die Untätigkeit in Bezug auf unseren Fleischkonsum herangezogen. Den Aspekt der Tradierung moralischer Überzeugungen auf kultureller Ebene greifen Taylor (1997), Honnacker (2020) und Midgley (2001) auf. Sie gehen davon aus, dass moralische Überzeugungen auf weit zurückreichenden und über die Generationen tradierten Ansichten, Vorstellungen und Mythen über unsere Position in der Welt bzw. über unser Verhältnis zur Natur und anderen Lebewesen basieren. Diese sind mit vertrauten und gewohnten Denk- und Handlungsmustern verbunden. Im Kontext der Umweltethik hat sich eine anthropozentrische Weltanschauung, die von der moralischen Überlegenheit des Menschen gegenüber anderen Lebewesen ausgeht, als problematisch erwiesen. Diese wird in Kapitel 3.1.4.1 erläutert.

1.3. Motivationale Perspektive moralischen Verhaltens

Motivationale Ansätze gehen davon aus, dass persönliche Motive zu moralischen Handlungen motivieren. Unter Motivation wird die Handlungsbereitschaft, ein bestimmtes Ziel erreichen zu wollen, verstanden. Sie bestimmt über die Aktivierung, die Richtung und die Ausdauer einer zielgerichteten Handlung und ergibt sich aus dem Zusammenspiel individueller Dispositionen als auch situativer Anreize (vgl. Holzmann 2016, 94). Abhängig von der theoretischen Perspektive werden moralische Handlungen entweder von, im Zuge rationaler Kosten-Nutzen-Analysen, bevorzugten moralischen (bzw. sozialen) Zielen, oder von dem Wunsch, einem als moralisch definierten Selbst zu entsprechen, motiviert. Im Zusammenhang mit selbstkonzeptorientierten Ansätzen werden die Selbstregulation und (insbesondere) die Selbstkontrolle als bedeutsame Prozesse in der Auseinandersetzung mit konkurrierenden Motiven und der Realisierung von moralischen Handlungen erörtert.

1.3.1. Ansätze rationalen Entscheidens

Ansätze rationalen Entscheidens (vgl. Holzmann 2016, 96) behaupten, dass Entscheidungen grundsätzlich nach dem Prinzip der Rationalität getroffen werden. Demnach entscheiden sich Menschen immer für jene Handlungsalternative, die das günstigste zu erwartende Kosten-Nutzen-Verhältnis aufweist. Abgeleitet aus persönlichen Motiven und situativen (äußeren) Anreizen (wie Strafen und Belohnungen) bestehen Präferenzen für zukünftige Handlungsergebnisse, deren Erreichbarkeit von persönlichen und situativen Restriktionen (z.B. persönlichen Fähigkeiten, dem Zufall, Zwang, Zeitmangel, ...) abhängig sind. Das Fehlen von Anreizen als auch Restriktionen wie Zeitmangel oder mangelndes Wissen werden in Kapitel 3 in Bezug auf umweltfreundliches Handeln aufgegriffen.

Die Ansätze unterscheiden sich in den als wichtig erachteten Präferenzen (z.B. materiell-egoistische Präferenzen oder soziale Präferenzen), sowie in den jeweiligen Entscheidungsrestriktionen. Wirtschaftsethische Ansätze gehen davon aus, dass Menschen, abhängig von bestimmten Restriktionen, grundsätzlich darauf abzielen ihren Eigennutzen zu maximieren. Nach Becker (Theory of Economic Crime, 1968) und Lewicki (Theory of Strategic Lying, 1983) bestimmen subjektive Erwartungswerte über die Auswahl von Handlungsalternativen. Eine wesentliche Restriktion ist für sie die Unsicherheit über den Eintritt zukünftiger Zustände (d.h. über die Handlungsfolgen einer Entscheidung). Sie wird in Kapitel 3 (insbesondere in Bezug auf den Klimawandel) immer wieder ein Thema sein. Spieltheoretische Ansätze (z.B. Müller 1990, 1; Illing 1997, 317; Güth 1999, 5; Wiese 2001) behaupten, dass Menschen in interdependenten Situationen strategische Entscheidungen auf Basis des erwarteten Verhaltens der anderen, an der Situation (z.B. Konfliktsituation) beteiligten Person, treffen. Diese Abhängigkeit der jeweiligen Entscheidung vom Verhalten eines anderen wird hier als wesentliche Restriktion angesehen.

1.3.2. Ansätze moralischer Identität

Eine andere Perspektive stellen Ansätze dar, die die motivationale Grundlage moralischen Handelns in einer persönlichen moralischen Selbstdefinition begründen. Diese gehen davon aus, dass Menschen umso moralischer handeln, je stärker moralische Eigenschaften im Selbstkonzept verankert sind. Moralische Entscheidungen gehen demnach nicht aus einem rationalen kognitiven Denkprozess hervor, vielmehr gründen sie in subjektiven Theorien

und Vorstellungen über das eigene Selbst. Für moralische Handlungen bedarf es nach Blasi (1984, 128) der Entwicklung eines moralischen Selbst bzw. die Konstruktion der eigenen Identität als moralisch. Auf Basis gemachter moralrelevanter Erfahrungen und Interaktionen werden moralische Normen und Werte mit Bedeutung versehen und für das Selbst als relevant anerkannt. Aus dieser Bindung an moralische Normen und Werte geht ein Verpflichtungs- und Verantwortungsgefühl gegenüber moralischem Handeln einher. Das Verantwortungsgefühl in einem spezifischen moralischen Kontext kann (wie in Kapitel 3.4 gezeigt wird) jedoch auch durch äußere Faktoren geschwächt, sowie verdrängt werden.

Im Sinne der Selbstkonsistenz ist das Individuum bestrebt, gemäß der eigenen Selbstdefinition zu handeln. Dabei gleicht es sein tatsächliches Verhalten laufend mit den selbst gesetzten Zielen ab und passt dieses bei Abweichungen bestmöglich an (vgl. Stets & Carter 2006, 1). Die Motivation zum moralischen Handeln ist dabei von der Höhe der moralischen Ansprüche an die eigene Person abhängig (vgl. Blasi 1984, 128). Die moralische Identität wird in neueren Ansätzen, wie den von Aquino und Reed (2002) und Navarez und Lapsley (2009) auch als Wissensstruktur bzw. Schemata aufgefasst, die Orientierung bei der Interpretation und Bewertung von Informationen geben.⁶ Die Ausprägung individueller moralischer Schemata bzw. ihre Aktivierbarkeit ist von Person zu Person unterschiedlich. Je stärker moralische Eigenschaften im Zentrum dieser mentalen Wissensstrukturen verankert sind, desto eher wird eine Person eine Situation unter Berücksichtigung moralischer Aspekte interpretieren und Entscheidungen gemäß moralischer Ideale treffen (vgl. Narvaez & Lapsley 2009, 256). Die Aktivierung bzw. Deaktivierung von Schemata wird aber auch durch situative Reize beeinflusst. Zudem können Rechtfertigungsstrategien (vgl. auch Kapitel 3.4.2) den Bruch mit eigenen Moralvorstellungen erleichtern (vgl. Blasi 1984, 129). Die moralische Identität wird als ein mehr oder weniger stabiles Persönlichkeitskonstrukt beschrieben, das aber im Zuge eines Entwicklungs- und Lernprozesses veränderbar ist (vgl. Aquino & Reed 2002, 1425).

Ansätze moralischer Identität betrachten Menschen als selbstregulierende Systeme, die einen Zustand der inneren Homöostase anstreben. Die Selbstregulation gemäß bestimmter angestrebter Standards kann sowohl automatisch bzw. unbewusst im Sinne eines Reiz-Reaktionsmechanismus, als auch bewusst bzw. kontrolliert erfolgen (vgl. Fitzsimmons &

⁶ Mittels einer Untersuchung von Aquino und Reed (2002, 1427) konnten neun zentrale Eigenschaften, die die moralische Selbstdefinition abbilden, abgeleitet werden: Fürsorglichkeit, Mitgefühl, Gerechtigkeit, Freundlichkeit, Großzügigkeit, Hilfsbereitschaft, Strebsamkeit, Ehrlichkeit und Güte.

Bargh 1999, 151ff). Wenn automatische Reaktionen bewusst kontrolliert (z.B. unterdrückt) werden, spricht man auch von Selbstkontrolle. Die Selbstkontrolle beschreibt den Prozess sich angesichts interner oder externer Widerstände bewusst an selbst gewählten Standards auszurichten (vgl. Baumeister, Heatherton & Tice 1994). Sie ermöglicht es Menschen, sofern es die Situation (Zeit, Aufmerksamkeit, ...) erlaubt, durch kognitive Anstrengung automatisiert ausgelöste Motivationen zu reflektieren und entgegen ihrer grundlegenden emotionalen bzw. motivationalen Tendenz zu handeln (vgl. Baumeister & Vohs, 2007). Dafür müssen kognitiv schwierige Aufgaben erfüllt werden: (1) Die Aufmerksamkeit muss auf dem moralischen Problem liegen, (2) es muss ein rational-systematischer Denkprozess angestoßen werden, (3) die richtige moralische Handlungsalternative muss identifiziert werden, (4) gegenläufige Emotionen müssen unterdrückt werden, (5) Rechtfertigungsstrategien müssen erkannt und überwunden werden und (6) die Person muss motiviert sein die moralische Handlung tatsächlich auszuführen. All diese Aufgaben können im umweltethischen Kontext durch verschiedene Faktoren erschwert werden (wie sich später in Kapitel 3 zeigen wird): Beispielsweise können Umweltprobleme (u. a.) aufgrund gezielter medialer Verschleierung in den Hintergrund rücken. Die Aufmerksamkeit liegt dann nicht auf dem moralischen Problem (vgl. Punkt 1). Das Treffen der „richtigen“ Konsumententscheidungen kann herausfordernd sein (vgl. 3). Hinderliche Gefühle wie Hilflosigkeit oder Schuld, sowie Gefühle des Verlustes (aufgrund von Einschränkungen) müssen bewältigt werden (vgl. 4), sowie die Rechtfertigung von Untätigkeit (beispielsweise) aufgrund der geringen Wirkmacht der/des Einzelnen müssen umgangen werden (vgl. 5).

Im Unterschied zu impulsiven und emotionalen Reaktionen erfordern selbstkontrollierte Handlungen Aufmerksamkeit, Zeit, Intelligenz und Energie. Die Aufmerksamkeit ist als begrenzte Ressource zu verstehen (vgl. Baumeister, Bratslavsky, Muraven & Tice 1998, 680ff). Baumeister et al. vergleicht die Fähigkeit der Selbstkontrolle mit einem Muskel, der bei steigender Beanspruchung an Kraft verliert bzw. ermüdet und nur bis zu einer gewissen Grenze Widerständen standhalten kann. Je länger kognitiv anstrengende Aufgaben ausgeführt werden müssen, desto schwieriger fällt die Selbstkontrolle (vgl. Muraven & Baumeister 2000, 248). Nach dem Ego-Depletion-Ansatz (Baumeister et al. 1998) wird umso mehr kognitive Energie für die Selbstkontrolle benötigt, je stärker widersprüchliche Motivationen und Emotionen, etc. vorhanden sind.

Ausgangspunkt der Selbstregulation und Selbstkontrolle sind Ziele, die sich hinsichtlich ihrer Wichtigkeit unterscheiden können (vgl. Carver & Scheier 2002, 305, 131). Auf oberster Ebene unterscheidet Higgins (1996, 91ff) zwischen individuell erstrebenswerten (Ideal-Selbst) Zielen (z.B. persönlichem Erfolg) und sozial geforderten (Ought-Self) Zielen (z.B. Verhaltensregeln in einer Gruppe). Frimer, Schaefer und Oakes (2014, 790f) gehen davon aus, dass Menschen flexibel zwischen eigennützigen und sozialen Zielen wechseln: In manchen Situationen nehmen sie die Rolle der/des moralischen Akteurin/Akteurs ein, in anderen Situationen übernimmt der/die egoistische Akteur*in. Sowohl Egoismus als auch prosoziales Verhalten dienen den Interessen der/des Einzelnen. Einerseits bringt egoistisches Verhalten die maximalen Ressourcen für eine Person ein, andererseits sichert moralisches Verhalten die Gruppenzugehörigkeit. Auch Eckardt (2021, 132) zufolge ist der Egoismus wie auch der Altruismus evolutionsbiologisch erklärbar. Er weist aber auf die menschliche Neigung zu eigennützigen Zielen und Zielabwägungen hin. Für altruistische Handlungen hätten Menschen nur ein begrenztes „Kontingent“, weil die dafür nötige Selbstkontrolle irgendwann erschöpft sei (ebd., 134).

Menschen können eine Vielzahl von, sich teils auch widersprechenden Zielen verfolgen (vgl. Shah & Kruglanski 2000, 87). Beispielsweise kann der eigene Anspruch, die Natur zu schützen mit einem beruflichen Projekt, das die Zerstörung von Natur bedingt, konkurrieren. Stehen sich zwei entgegengesetzte, für das Individuum wichtige Motive gegenüber, nimmt in beiden Fällen der jeweiligen Zielverfolgung der Selbstwert Schaden, entweder weil man entgegen den eigenen moralischen Vorstellungen handelt oder weil auf ein wichtiges persönliches Ziel verzichtet werden muss. Konflikte, die sich aus konkurrierenden Zielen ergeben können, fordern das Individuum dazu auf, Ziele je nach situativer Gegebenheit und persönlicher Relevanz zu selektieren, sowie Kompromisse zu finden. Mit Kompromissen oder nichterreichten Zielen einhergehende negative Emotionen können mittels Rechtfertigungsstrategien gemildert werden.

Die Self-Concept Maintenance Theorie nach Mazar, Amir und Ariely (2008, 634) versucht die beiden motivationalen Ansätze, das heißt eine ökonomische (rationale) und eine selbstkonzeptorientierte Sichtweise zu integrieren. Sie geht davon aus, dass sowohl eigennützige Motive als auch moralische Selbstideale moralisches Handeln leiten, wobei beide Motive in Konkurrenz miteinander stehen. Die Verfolgung eines Eigennutzens, sowie

die Aufrechterhaltung eines positiven Selbstbildes sind für das Individuum wichtige Ziele, weshalb es bestrebt ist ein möglichst ausgewogenes Gleichgewicht zwischen beiden Motiven herzustellen. Dies gelingt nur, indem es entweder seine moralischen Standards ausblendet oder herabsetzt oder sein Handeln kognitiv Neubewertet bzw. rechtfertigt. Im Hinblick auf die erste Strategie, wird die begrenzt vorhandene Aufmerksamkeit verstärkt an den persönlich-egoistischen Zielen ausgerichtet. Bei der zweiten Strategie werden nur solche Informationen gesucht, die die unmoralische Handlung bestätigen bzw. rechtfertigen. Wie sich später zeigen wird, spielen Bestätigungstendenzen für die Informationsverarbeitung in der Klimakommunikation eine Rolle (vgl. Kapitel 3.2.3). Mittels Aufmerksamkeitssteuerung und Rechtfertigung kann der positive Selbstwert bewahrt werden bei gleichzeitiger Realisierung eigennütziger Ziele. Es wird also möglich unmoralisch zu handeln, ohne einen Identitätskonflikt verspüren zu müssen.

Der Self-Concept Maintenance Theorie liegt die Theorie der kognitiven Dissonanz zugrunde, die besagt, dass Individuen grundsätzlich bestrebt sind in kognitiver Widerspruchsfreiheit zu leben (vgl. Raab, Unger & Unger 2010, 42). Erweisen sich Kognitionen dem Inhalt nach als widersprüchlich, entsteht ein Zustand der Spannung, der meist als unangenehm erlebt wird, woraufhin ein Drang verspürt wird diesen aufzulösen und wieder einen Zustand des Gleichgewichts herbeizuführen. Eine mögliche Strategie zur Dissonanzreduktion nennt Kunda (1990, 483, Theorie des Motivated Reasoning). Sie zielt darauf ab gegenwärtige Motivationslagen zu bestätigen und zu rechtfertigen. Informationen, die mit der Motivationslage kongruent sind werden bevorzugt wahrgenommen, schneller verarbeitet und bleiben länger in Erinnerung. Inkongruente Informationen werden hingegen gemieden oder reinterpretiert. Allerdings wird ein zugunsten der Motivationslage verzerrter Denkprozess durch die Beschaffenheit der Realität eingeschränkt. Eine Reinterpretation fällt umso schwieriger, je genauer die Informationen sind und je einfacher bzw. eindeutiger deren Bewertung ausfällt (vgl. Jain & Maheswaran 2000, 361). Gibt es zum Beispiel klare Beweise bzw. eindeutig gegenläufige Meinungen, die das intuitiv getroffene Urteil als falsch erklären, ist eine Rechtfertigung schwieriger. Jedoch ist davon auszugehen, dass im Kontext moralischer Entscheidungen eine solche Realität nur selten anzutreffen ist, da moralische Bewertungen meist nicht einfach und eindeutig zu treffen sind. Unsicherheit bezüglich moralischer Bewertungen in Umweltbelangen, beispielsweise aufgrund widersprüchlicher Informationen, komplexer Konsumententscheidungen und Nachhaltigkeitswirkungen, sowie unsicherer Zukunftsprognosen (vgl. Kapitel 3), könnte

die Rechtfertigung von unmoralischem Handeln folglich begünstigen. Ditto, Pizarro und Tannenbaum (2009, 313) behaupten sogar, dass sich das Feld des Moralischen unter anderem aufgrund seines komplexen und vieldeutigen bzw. subjektiven Charakters besonders dafür eignet Fehlverhalten umzudeuten und zu rechtfertigen.

Zusammenfassung

Die dargestellten Theorien moralischen Handelns weisen unterschiedliche Perspektiven und Schwerpunktsetzungen auf und unterscheiden sich in ihren Annahmen über die, moralische Handlungen vorrangig bestimmenden, Prozesse: Während kognitive Ansätze systematische Denkprozesse als hauptverantwortlich für moralisches Handeln annehmen, sehen intuitiv-emotionale Modelle Intuitionen und Emotionen als wesentlich an. Bei letzterem werden kognitive Prozesse (nur) als nachträgliche Rechtfertigungen (vgl. Haidt) erklärt, oder es wird (wie bei Greene) eine Kombination aus intuitiv-emotionalen und kognitiven Prozessen, die beide an dem moralischen Entscheidungsprozess beteiligt sind, angenommen. Für motivationale Ansätze sind hingegen moralische Motive im Zusammenspiel mit situativen Anreizen ausschlaggebend, die sich durch bewusste rationale Abwägungsprozesse als nützlich und deswegen als erstrebenswert erwiesen haben, oder die verfolgt werden, weil sie der moralischen Selbstdefinition entsprechen.

Die Absicht besteht nun nicht darin sich hinsichtlich des Stellenwertes dieser Theorien zu positionieren bzw. sich auf eine der genannten Perspektiven festzulegen. Vielmehr dient die Darstellung der verschiedenen Ansätze dazu mögliche einflussreiche Variablen für moralisches Handeln aufzuzeigen. Es lassen sich folgende Faktoren zusammenfassen:

- *kognitive Wahrnehmungs- und Beurteilungsprozesse* (Problemwahrnehmung, Beurteilung, Absichtsbildung, Handlung und Reflektion), unter anderem beeinflusst von der moralischen Intensität eines Problems (abhängig von den erwarteten Handlungskonsequenzen: Höhe, zeitliche Nähe, Konzentration, Betroffenheit), von moralischen Überzeugungen, persönlichen Motiven und situativen (äußeren Umständen) und individuellen Faktoren (z.B. Aufmerksamkeit, Selbstkontrolle) (vgl. z.B. Rest 1984),
- *unbewusst-automatische Intuitionen* (die sich aus grundlegenden moralischen Prinzipien ableiten, die im sozialen Austausch gebildet werden) *und Emotionen*

(abhängig von der Emotionsstärke), die entweder nachträglich durch bewusste kognitive Denkprozesse gerechtfertigt werden (vgl. Haidt 2001), oder die von kognitiven Denkprozessen begleitet werden (vgl. Greene 2005) und von situativen und persönlichen Bedingungen (Zeit, kognitive Kapazitäten, Motivation, Persönlichkeitsmerkmale) beeinflusst werden,

- *moralische (eigennützige) Motive*, die rational als nützlich bewertet werden und das günstigste Kosten-Nutzen-Verhältnis aufweisen (beeinflusst von situativen Anreizen, erwarteten Handlungsfolgen und erwartetem Verhalten anderer) (vgl. z.B. Becker 1968, Lewicki 1983) und
- *moralische (selbstkonzeptbezogene) Motive*, die mit moralischen Selbstidealen (bzw. -definitionen) übereinstimmen, abhängig von der Ausprägung und der Stärke, der im Selbstkonzept verankerten moralischen Eigenschaften, der Selbstregulation und Selbstkontrolle (abhängig von situativen und persönlichen Bedingungen: z.B. verfügbaren kognitiven Ressourcen, Aufmerksamkeit, Intelligenz) (vgl. Aquino & Reed 2002).

Diese allgemeinen Theorien moralischen Handelns lassen sich auf moralische Situationen in unterschiedlichen Kontexten beziehen. Einige der genannten Faktoren werden sich (in Kapitel 3) als bedeutsam für die Erklärung von Untätigkeit im Klimawandel und Umweltschutz erweisen.

Etwas konkreter, das heißt in Hinblick auf umweltethische Kontexte, soll nun der nächste Abschnitt wichtige Variablen für das Zustandekommen von umweltbewussten moralischen Handlungen aufzeigen. Manche der folgenden Theorien entsprechen einer bestimmten hier dargestellten theoretischen Perspektive (kognitiv, intuitiv-emotional und motivational) und konzentrieren sich auf einen einzelnen Aspekt, andere vereinen mehrere Aspekte aus unterschiedlichen Perspektiven und lassen sich daher nicht (eindeutig) einer Richtung zuordnen.

2. Theorien zur Erklärung von Umweltverhalten

Einige Autor*innen betrachten „Umweltverhalten“ als eine Komponente des „Umweltbewusstseins“. Definitionen von „Umweltbewusstsein“ differieren in den unter dem Begriff zusammengefassten Komponenten. Bei Maloney und Ward (1973, 584) beschreibt Umweltbewusstsein das umweltbezogene Wissen („knowledge“), die emotionale Betroffenheit von Umweltproblemen („affect“), die Handlungsbereitschaft („verbal commitment“), also die Absicht etwas gegen die Umweltproblematik zu unternehmen und das tatsächliche Verhalten bezüglich des Umweltschutzes („actual commitment“). Andere Definitionen, wie die von Urban (1986, 365), grenzen die Verhaltenskomponente aus dem Begriff aus. Bei ihm umfasst Umweltbewusstsein eine umweltrelevante Wertorientierung, eine umweltbezogene Einstellung und eine umweltorientierte Handlungsbereitschaft. Eine solche Abgrenzung der kognitiven Dimensionen von dem tatsächlichen Verhalten scheint angesichts der Alltagsverständnisse der Begriffe passender. Definitionen von Umweltverhalten können nach Stern (2000, 408) einerseits an den Auswirkungen des Verhaltens, andererseits an der Absicht des Verhaltens orientiert sein. Menschen können umweltgerechtes Verhalten (z.B. aus Gewohnheit) zeigen, ohne dies beabsichtigt zu haben, oder sie beabsichtigen mit ihrem Verhalten die Umwelt positiv zu verändern, schaden ihr aber tatsächlich, zum Beispiel weil es an Umweltwissen fehlt. Das, was als „umweltgerecht“ erachtet wird, ist nach De Haan (1995, 197) Resultat eines Bewertungsprozesses von Umweltphänomenen, wobei sich das Wissen um diese Phänomene laufend verändert (bzw. erweitert). Es muss also unterschieden werden, ob das bloße Ergebnis, oder die Absicht hinter dem Verhalten, zählt. In dieser Arbeit interessieren in erster Linie Verhaltensweisen, die mit der Absicht die Umwelt zu schützen verbunden stehen, unabhängig von einer Bewertung dieses Ergebnisses bzw. der tatsächlichen Auswirkungen des Verhaltens für die Umwelt. Vor diesem Hintergrund werden die Begriffe „Umweltverhalten“, „umweltbewusstes“, „umweltfreundliches“, „umweltrelevantes“ und „umweltgerechtes“ Verhalten verstanden.

Die folgenden ausgewählten Theorien zur Erklärung von Umweltverhalten werden von Steg (2019, 218ff) zusammengefasst:

2.1. Theory of Planned Behaviour

Die Theorie des geplanten Verhaltens („Theory of Planned Behaviour“) nach Ajzen (1985) geht davon aus, dass Verhalten aus einer Absicht resultiert, ein bestimmtes Verhalten zu zeigen (d.h. ob Menschen planen, dies zu tun). Je stärker die Absicht ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass Sie das Verhalten ausüben. Die Absicht hängt von der Einstellung gegenüber dem Verhalten, subjektiven Normen in Bezug auf das Verhalten und der wahrgenommenen Verhaltenskontrolle ab. Die Einstellung wird von der Bewertung des Verhaltens als positiv oder negativ bestimmt. Sie beruht auf der Überzeugung über die angenommenen Kosten und Nutzen und deren Bedeutungen. Subjektive Normen spiegeln das Ausmaß wider, in dem eine Person glaubt, dass nahestehende Personen das Verhalten gutheißen oder missbilligen würden. Sie entsprechen den sozialen Kosten und Vorteilen des Verhaltens. Subjektive Normen basieren auf Überzeugungen über die Erwartungen relevanter Bezugsgruppen in Bezug auf das eigene Verhalten. Die Ausübung des Verhaltens ist abhängig von der Motivation, diesen Erwartungen zu entsprechen. Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle bezieht sich auf die wahrgenommene Fähigkeit, das Verhalten auszuführen, in Abhängigkeit von Überzeugungen über das Vorhandensein von erleichternden oder erschwerenden Faktoren. Die Theorie geht davon aus, dass alle anderen Faktoren, wie zum Beispiel soziodemografische Faktoren und Werte, das Verhalten indirekt über die Einstellungen, die subjektiven Normen und über die wahrgenommene Verhaltenskontrolle beeinflussen.

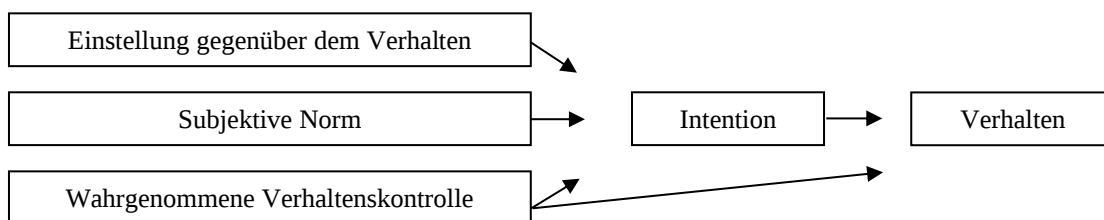


Abbildung 1: Theory of Planned Behaviour (Ajzen 1985)

Die Ergebnisse von Untersuchungen zur Theorie des geplanten Verhaltens wiesen jedoch auf weitere bedeutsame Variablen für umweltbewusstes Verhalten hin. Dies veranlasste Harland, Staats und Wilke (1999) dazu die „persönliche ökologische Norm“, verstanden als ein Gefühl der moralischen Verpflichtung, einzubeziehen, was die Vorhersage von umweltfreundlichen Verhaltensweisen erhöhte.

Eine umfassendere Erweiterung des Modells stellt das integrative Modell („Integrated Behavior Model“) von Montano und Kasprzyk (2008) dar. In diesem wurden die Aufmerksamkeit auf Fähigkeiten und Umweltbarrieren als Moderatoren der Beziehung zwischen Intention und Verhalten gelenkt. Neue Variablen stellen das Wissen und die Fähigkeiten, die nötig sind, um das Verhalten ausführen zu können, die Sichtbarkeit (Wahrnehmbarkeit) von Verhalten, umweltbedingte Einschränkungen und Gewohnheiten dar. Unsichtbar ist ein Verhalten beispielsweise dann, wenn eine Person ein bestimmtes Verhalten gewohnheitsmäßig und automatisch über einen langen Zeitraum ausführt. Dies ist deshalb relevant, weil bei automatisierten Verhaltensweisen Handlungsalternativen gar nicht in Betracht gezogen werden.

2.2. Norm Activation Model

Nach dem „Norm Activation Model“ (Schwartz 1977) (vgl. Steg 2019, 221) gründet umweltfreundliches Handeln auf persönlichen Normen, die das Gefühl der moralischen Verpflichtung Handlungen auszuführen oder zu unterlassen hervorrufen. Persönliche Normen werden durch vier Faktoren aktiviert: Problembewusstsein (und Bewusstsein über die Notwendigkeit zu handeln), die Zuschreibung von Verantwortung, die Wahrnehmung von Handlungsmöglichkeiten (Ergebniswirksamkeit) und die Selbstwirksamkeit. Persönliche Normen sind dann stärker, wenn sich Menschen über Umweltprobleme bewusst sind, die durch ihr Verhalten verursacht werden und wenn sie sich für diese Probleme verantwortlich fühlen. Sie sind stärker, wenn Menschen glauben mit ihren Handlungen dazu beitragen zu können, diese Probleme zu verringern (Selbstwirksamkeit) und wenn sie erwarten, dass sich auch andere für den Umweltschutz engagieren werden, da das Erreichen von Umweltzielen die Kooperation vieler Menschen bedingt (Ergebniswirksamkeit).

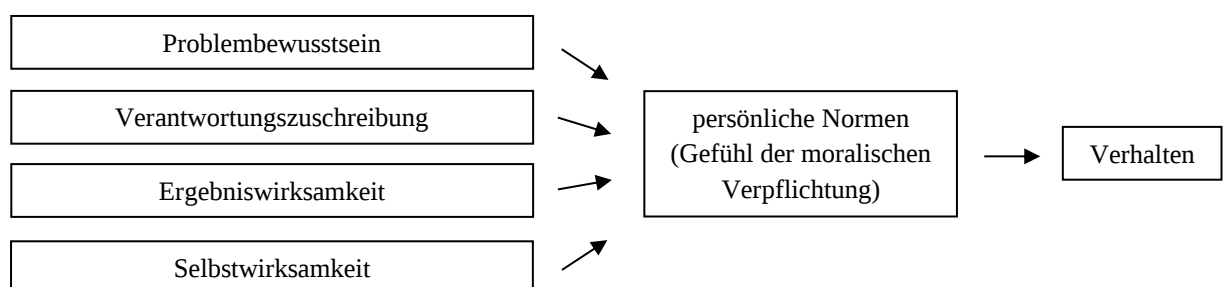


Abbildung 2: Norm Activation Model (adaptiert nach Schwartz 1977)

Eine Erweiterung des „Norm Activation Model“ ist die „Value-Belief-Norm Theory of Environmentalism“ (Stern 2000) (vgl. Steg 2019, 223). Sie besagt, dass das Problembewusstsein auf Werten (d.h. allgemeinen Zielen, die als Leitprinzipien im Leben dienen) und ökologischen Weltanschauungen (d.h. Überzeugungen über die Beziehungen zwischen Mensch und Umwelt) basiert. Der Theorie zufolge würden egoistische Werte negativ und altruistische, sowie biosphärische Werte positiv mit ökologischen Weltanschauungen zusammenhängen. Ökologische Weltanschauungen sagen wiederum ein höheres Problembewusstsein voraus. Biosphärische Werte waren außerdem mit dem Gefühl der moralischen Verpflichtung verbunden. Steg merkt an, dass Menschen in Situationen, in denen umweltfreundliches Verhalten mit hohen „Kosten“ verbunden ist, verleitet sind, ihr Verpflichtungsgefühl durch Abwehrprozesse zu reduzieren (dazu mehr in Kapitel 3).

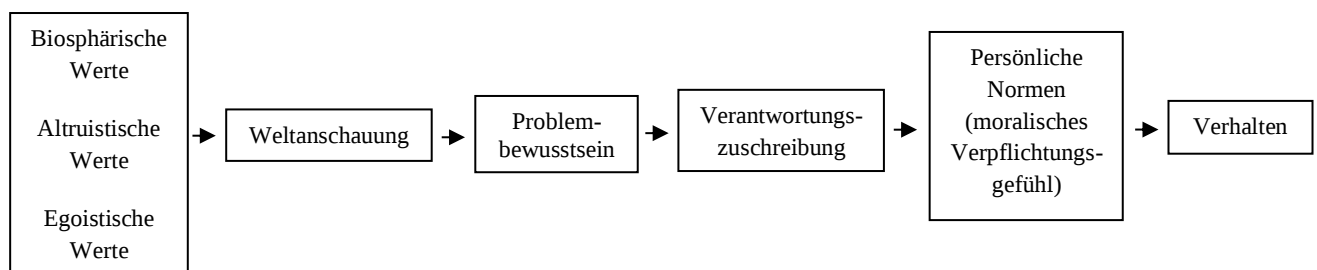


Abbildung 3: Value-Belief-Norm Theory of Environmentalism (Steg 2019, 223)

2.3. Goal-Framing Theory

Eine sich an grundlegenden menschlichen Motiven orientierende Theorie stellt die „Goal-Framing Theory“ nach Lindenberg und Steg (2007) dar (vgl. Steg 2019, 224f). Sie sieht drei allgemeine Ziele als bestimmend für die Informationsverarbeitung und für das Handeln von Menschen an: das hedonistische Ziel, „sich jetzt besser zu fühlen“, das Gewinnziel, „Ressourcen zu schützen und zu verbessern“, und das normative Ziel, „angemessen zu handeln“. Die Stärke der verschiedenen Ziele beeinflusst, woran Menschen im Moment denken, für welche Informationen sie empfänglich sind, welche Alternativen sie wahrnehmen und wie sie schließlich handeln. Normative Ziele bieten die stabilste Grundlage für umweltfreundliches Handeln. Auf Grundlage von Gewinn- oder hedonistischen Zielen umweltfreundlich zu handeln, geht hingegen nur solange es profitabel bzw. lustvoll ist. Die Stärke der Ziele hängt von den Werten, die Menschen vertreten, ab:

Menschen, die hedonistische Werte vertreten gewichten hedonistische Ziele stärker, Menschen mit egoistischen Werten streben nach persönlichem Profit (Gewinnzielen) und Menschen mit altruistischen und biosphärischen Werten verfolgen normative Ziele. Aber auch situative Faktoren beeinflussen die Stärke von Zielen. Zum Beispiel kann normverletzendes Verhalten, das von anderen akzeptiert wird (z.B. das Konsumieren von tierischen Produkten wie z.B. Fell), das normative Ziel (Tiere vor unnötigem Leid zu schützen) schwächen. Verhalten, das signalisiert, dass andere die Norm respektieren, kann das normative Ziel hingegen stärken.

2.4. Protection Motivation Theory

Die „Protection Motivation Theory“ (Rogers 1983) betrachtet Umweltverhalten aus einer motivationalen Perspektive (vgl. Steg 2019, 220). Sie vertritt die Annahme, dass Menschen Kosten und Nutzen von umweltfreundlichem bzw. umweltschädlichem Verhalten bei ihren Entscheidungen berücksichtigen. Der Theorie zufolge handeln Menschen mit größerer Wahrscheinlichkeit umweltfreundlich, wenn sowohl die Bedrohung durch die Risiken umweltschädlichen Handelns als auch die Möglichkeit der Bewältigung, das heißt der Glaube daran Maßnahmen ergreifen zu können (um die Bedrohung zu verringern), hoch eingeschätzt werden. Die Bewertung der Bedrohung umfasst die wahrgenommenen Risiken, die Ausgesetzttheit gegenüber diesen Risiken und die Beurteilung des wahrgenommenen Nutzens von umweltschädlichen Handlungen (reduziert die wahrgenommene Bedrohlichkeit). Die wahrgenommene Bewältigungskompetenz beruht auf der wahrgenommenen Selbstwirksamkeit, der Ergebniswirksamkeit und den wahrgenommenen Kosten umweltfreundlichen Verhaltens. Bei einer Untersuchung von Bockarjova und Steg (2014) war die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen umso wahrscheinlicher, je schwerwiegender die verursachten Probleme von mit fossilen Brennstoffen betriebenen Fahrzeugen wahrgenommen wurden, je betroffener sich die Teilnehmer*innen von dieser Bedrohung fühlten und je weniger positiv sie die Vorteile herkömmlicher Fahrzeuge bewerteten. Menschen, die meinten, dass Elektrofahrzeuge diese Probleme lösen könnten und die Nachteile von Elektrofahrzeugen als weniger negativ bewerteten, entschieden sich eher für ein Elektrofahrzeug.

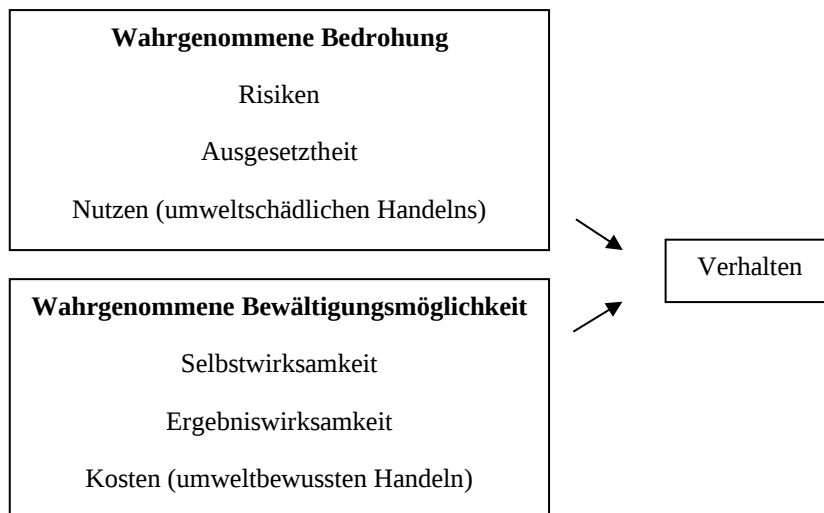


Abbildung 4: Protection Motivation Theory (Steg 2019, 221)

Zusammenfassung

Zusammenfassend soll festgehalten werden, dass umweltbewusstes Verhalten (nach der Theorie des geplanten Verhaltens) einer *Absicht* (zu handeln) bedarf, welche entsteht, wenn das Verhalten positiv bewertet wird (*Einstellung*), eine positive Bewertung durch andere erwartet wird (*subjektive Normen*) und das Verhalten als umsetzbar wahrgenommen wird (*Verhaltenskontrolle*). Ergänzend wurden das *Gefühl der moralischen Verpflichtung*, das nötige *Wissen* und die *Fähigkeiten* für die Umsetzung und die Wahrnehmbarkeit bzw. *Sichtbarkeit von Verhalten* als wichtige Faktoren erkannt, sowie *umweltbedingte Einschränkungen* und *Gewohnheiten* als hemmende Faktoren berücksichtigt. Ein weiteres Modell (Norm Activation Model) nimmt das sich aus persönlichen Normen ableitende *Gefühl der moralischen Verpflichtung*, als handlungsleitend an. Die Stärke dieses Gefühls hängt von dem *Problembewusstsein*, der *Verantwortungsübernahme* (für dieses Problem), der Wahrnehmung von Handlungsmöglichkeiten (*Ergebniswirksamkeit*) und der *Selbstwirksamkeit* ab. Ein wichtiger Faktor, der das Problembewusstsein, die Verantwortungszuschreibung und schließlich unser Verpflichtungsgefühl beeinflussen sind (nach der Value-Belief Norm Theory) grundlegende *Werte* (biosphärische, altruistische, egoistische), die mit ökologischen *Weltanschauungen* zusammenhängen. Von diesen Werten lassen sich (gemäß der Goal-Framing-Theorie) grundlegende *Ziele* (hedonistische, eigennützige und normative) ableiten, die in Abhängigkeit von den gesetzten Zielen und

situativen Anreizen, umweltbewusstes Handeln ermöglichen. Eine andere Theorie (Protection Motivation Theory) geht von einer Kosten-Nutzen-Abwägung umweltfreundlichen Verhaltens aus, die von der *wahrgenommenen Bedrohung* (durch die Risiken umweltschädlichen Handelns) und der *wahrgenommenen Bewältigungsmöglichkeit* bestimmt wird.

Auch wenn die vorgestellten Theorien (in Kapitel 1 und 2) nur eine Auswahl an Theorien zur Erklärung von moralischem Verhalten bzw. Umweltverhalten darstellen, konnten diese Aufschluss darüber geben, welche Faktoren für moralisches bzw. umweltbewusstes Verhalten verantwortlich gemacht werden können. Einige dieser Einflussfaktoren haben sich im folgenden Kapitel als besonders relevant herausgestellt. Unter anderem werden soziale Normen, Werte, Gewohnheiten und Weltanschauungen (Kapitel 3.1), unsicheres Wissen (über Nachhaltigkeitswirkungen) (3.3.2), fehlende Anreize zum Handeln (3.2), das Verpflichtungsgefühl (3.4), sowie Faktoren, die unser Problembewusstsein beeinflussen (3.3) zur Beantwortung der Fragestellung herangezogen.

3. Warum es uns schwerfällt das moralisch „Richtige“ zu tun – Barrieren für umweltbewusstes Handeln

Der nächste Abschnitt zielt auf das zentrale Interesse dieser Arbeit ab, nämlich herauszuarbeiten, welche Faktoren sich als Widerstände moralischen Handelns in umweltethischen Kontexten auf tun bzw. zur Unterlassung der umweltbewussten (moralischen) Handlung führen. Es handelt sich dabei um äußere (soziale) Einflüsse und Gegebenheiten, die unsere Wahrnehmungs- als auch Beurteilungsprozesse (z.B. die Problemwahrnehmung, oder die Bewertung von Umweltverhalten) beeinflussen und weniger um individuelle, personenbezogene Faktoren wie (teils auch angeborene) kognitive und emotionale Fähigkeiten (Selbstregulation, Empathie) bzw. Persönlichkeitsmerkmale, die möglicherweise mit bestimmten Wahrnehmungs-, Bewertungs- und Verhaltenstendenzen zusammenhängen. Diese ausgewählten Faktoren erscheinen in Bezug auf Umweltverhalten besonders relevant: (1) soziale, gesellschaftliche und kulturelle Einflüsse, (2) mediale Einflüsse, (3) Faktoren, die sich auf die Eigentümlichkeit bzw. Komplexität des Klimawandels beziehen und (4) Aspekte, die das Verantwortungsgefühl beeinflussen (bzw. zur Verantwortungsablehnung führen).

3.1. Soziale, gesellschaftliche und kulturelle Einflüsse

3.1.1. Konsum als Ausdruck von Gruppenzugehörigkeit

Eckardt (2021, 138) weist auf die Verflochtenheit von Individuum und Gesellschaft hin: Jedes Individuum sei ein Produkt der Strukturen, in denen es sozialisiert wurde, umgekehrt würden die kollektiven oder strukturellen Ebenen die Motive von Menschen und deren Handlungsfolgen widerspiegeln. Der Mensch sei sowohl Ursache als auch Ausdruck sozialer Einflüsse und Zwänge. Diese gegenseitige Beeinflussung von Individuum und Gesellschaft muss bei Konsumententscheidungen bzw. Entscheidungen für oder gegen eine nachhaltige Lebensweise berücksichtigt werden.

Fritsche, Barth und Jugert (2018, 245f) nehmen eine Perspektive ein, die nachhaltiges und klimafreundliches Handeln nicht mehr, wie in der Vergangenheit, als vorwiegend von

individuellen Entscheidungsprozessen bestimmend auffasst, sondern die kollektive Gruppenprozesse miteinbezieht. Ihr „Social Identity Model of Pro-Environmental Action“ berücksichtigt die „soziale Identität“ und betont die kollektive Dimension umweltfreundlichen Handelns: Die soziale Identität ist die menschliche Fähigkeit, sich als „Wir“ und nicht als „Ich“ zu definieren. Menschen definieren ihr Selbst oft nicht als individuelle Personen, sondern als Gruppenmitglieder. Das ermöglicht es uns als Kollektiv zu denken und zu handeln. In ihrer sozialen Identität sind Menschen dafür anfällig kollektive Bewertungen, Einschätzungen, Ziele und Verhaltenstendenzen, die innerhalb ihrer Gruppe geteilt werden, als ihre eigenen zu übernehmen. Auf diese Weise verwandeln sich individuelle Akteur*innen in kollektive Akteur*innen. Wenn dies der Fall ist, entstehen Bewertungen auf der Grundlage von kollektiven Kognitionen und Motivationen. Menschen kalkulieren dann eher die kollektiven als die persönlichen Kosten und Nutzen umweltfreundlichen Handelns und passen ihr Umweltverhalten eher an Gruppennormen als an die Erwartungen von persönlich bedeutsamen Personen an. Der Klimawandel als ein Phänomen, das nicht direkt beobachtet werden kann, sondern das Vertrauen in Informationen voraussetzt, die von sozialen Institutionen wie der wissenschaftlichen Gemeinschaft gewonnen werden, wird stark durch kollektive Weltanschauungen vermittelt. Sowohl Bewertungen der Umwelt als auch Reaktionen auf Umweltereignisse werden von kollektiven Prozessen und kollektivem Denken bestimmt.

Im Einklang mit der oben genannten Theorie steht eine Sichtweise, die Konsum weniger als individuelle Wahl, sondern als soziale Praxis versteht (vgl. Mock 2020, 247). Schmidt (2017, 752) erläutert dies wie folgt: Menschen konsumieren als Zugehörige zu sozialen Gruppen, wie die Familie, Freundeskreise, die Schulklasse, die Peergroup und andere Gruppen, mit denen sie sich identifizieren. Sie sind auch in Organisationen eingebunden, etwa als Schüler*in einer Schulgemeinschaft, als Mitarbeiter*in einer Firma oder als Mitglied eines Vereins. So lassen sich unterschiedliche Konsumgruppen und -ebenen ausfindig machen, die mit bestimmten Konsumstandards, Lebensstilen und Trends verknüpft sind. Innerhalb dieser Konsumgruppen besteht gegenseitige Beeinflussung zwischen den Mitgliedern. Ein Beispiel ist das neue Auto des Nachbarn, das zum Wunsch nach einem eigenen neuen Auto verleiten kann. Einzelne Verbraucher*innen werden durch den sozialen Austausch beeinflusst, andere können auch einfach durch das Beobachten eines

bestimmten Verhaltens (z.B. Radfahren) oder das Sehen eines bestimmten Produktes (z.B. Hybridauto) beeinflusst werden, so Schmidt.

Die individuelle Moral hängt von der Gruppe, der wir uns zugehörig fühlen, und ihrer Gruppenmoral, mit der wir uns identifizieren, ab (vgl. Nagel 2022, 22). Die Gruppenmoral kann über soziale Normen⁷ und Werte⁸ definiert sein. Die Bedeutung von deskriptiven, sowie subjektiven Normen (den angenommenen Erwartungen wichtiger anderer in Bezug auf das eigene Verhalten) als wichtige Aspekte, die Umweltverhalten erklären können, wurde bereits in Modellen wie der „Theory of Planned Behaviour“ und dem „Integrated Behavior Model“ (vgl. Kapitel 2.1) deutlich.

Menschen, die ein bestimmtes Verhalten, das einer gesellschaftlich akzeptierten Norm entspricht, zeigen, obwohl sie es selbst falsch finden, befürchten nach Sezgin (2018, 125) moralische Ablehnung durch andere. Denn jene, die sich weigern mitzumachen, zeigen dadurch implizit auf, dass die anderen, die keine Probleme mit diesem Verhalten haben, falsch handeln. Eine mögliche Herabsetzung des eigenen moralischen Ansehens scheint so unangenehm, dass lieber eine Rechtfertigung für das eigene (unmoralische) Handeln konstruiert wird. Dies bekräftigt die (in Kapitel 1.1 dargelegte) Auffassung von Holzmann (2016, 112), dass das Feedback des sozialen Umfeldes eine wichtige Rolle für das moralische Handeln spielt. Zur letzten Phase des moralischen Entscheidungsprozesses, der Reflexion und Auswertung moralischer Handlungsfolgen, gehörend, wirkt sich das Feedback auf zukünftige Handlungen aus. Die Angst vor Ablehnung kann demnach ein entscheidender Faktor für die Ausführung oder Unterlassung eines bestimmten Verhaltens sein. Beispiele für Abwertung aufgrund von Andersartigkeit gibt es viele. Menschen, die umweltbewusste Verhaltensweisen zeigen (zum Beispiel Alltagsgegenstände wie Kleidung, elektronische Geräte, Möbel und Autos länger benutzen und insgesamt weniger besitzen, sich vegetarisch oder vegan ernähren), können von anderen als „komisch“, „altmodisch“ „Ökofreak“ und dergleichen abgewertet werden. Sezgin (2018, 126) erläutert typische

⁷ Soziale Normen sind Regeln, die vorgeben, wie sich Mitglieder einer Gruppe zu verhalten haben. Man unterscheidet zwischen zwei Arten von Normen: Unterlassungsnormen spiegeln das wider, was die meisten Menschen gutheißen oder ablehnen, beschreibende Normen orientieren sich hingegen an dem, was die meisten Menschen tun (vgl. Cialdini, Reno & Kallgren 1990). Abhängig davon, wie wichtig Menschen Konformität oder Selbstbestimmung ist, tendieren sie entweder mehr oder weniger dazu Normen zu akzeptieren (vgl. Schwartz 2012, 16).

⁸ Werte werden nach Kluckhohn (1951, 395; zit. n. Thome 2003, 6) als Zielmaßstäbe oder „abstrakte Vorstellungen des Wünschenswerten“ („concepts of the desirable“) verstanden.

Abwehrmechanismen gegenüber abweichenden Denk- und Handlungsweisen: Die erste Stufe ist die Skepsis, etwa das Zweifeln an der Motivation des anderen. Es wird unterstellt, dass der andere insgeheim aus Eigennutzen und nicht der Sache wegen handelt. In der zweiten Stufe, der Trivialisierung, wird dem/der Wohltäter*in mangelnde Kompetenz, Blauäugigkeit oder Naivität unterstellt. In der dritten Stufe werden Distanz und Ablehnung gelebt, bis hin zu persönlicher Abwertung, Diffamierung oder direkten Feindseligkeiten und Schadenfreude bei Scheitern. Sezgin (ebd., 129) zufolge empfinden wir häufig Abneigung gegenüber jemandem, der das Unwillkommene ausspricht. Die rationale Bearbeitung des Gesagten setzt erst später ein. Auch wenn unsere intuitiven moralischen Reaktionen und begleitenden Impulse unser Selbstbild zu verteidigen, stark sind, arbeitet die Botschaft in uns weiter. Eine intuitive ablehnende Reaktion auf Andersartigkeit kann sich also später in eine andere Reaktion wandeln.

In Kapitel 1.2 erwähnt Haidt (2007, 999), dass moralisches Handeln vom Wunsch nach Anerkennung geleitet sein kann. Ihm zufolge können bestehende moralische Intuitionen durch nahestehende Menschen, deren Anerkennung angestrebt wird, verändert werden. In Bezug auf Konsumentscheidungen kann der Wunsch nach Anerkennung innerhalb einer bestimmten (z.B. besitzorientierten) Gruppe zu materiell ressourcenintensiven Anschaffungen führen, die den sozialen Status bzw. die Identität in der Gruppe definieren (vgl. Eckardt 2021, 149). Wenn der Besitz der neusten Produkte (Mode, Technologie), das heißt ein ständiger Austausch „alt“ gewordener Gegenstände durch neue, das Essen von Fleisch, das Bereisen exotischer, ferner Länder (und vieles mehr) erforderlich erscheint, um von einer Gruppe akzeptiert zu werden, ist ein Lebensstil, der von solchen Erwartungshaltungen abweicht, schwer vorstellbar. Die Zugehörigkeit zu Gruppen, in denen Menschen viel Zeit verbringen (z.B. die Familie, die Schulklasse, die Arbeitsgruppe) ist zudem (meist) nicht selbst gewählt, sondern gegeben. Folglich kann ein Mensch (bewusst und unbewusst) dem Zwang unterliegen, sich der Gruppe anzupassen, ähnlich zu denken und zu handeln, um sich zugehörig und akzeptiert zu fühlen und Abwertung oder Ausgrenzung zu vermeiden.

Wir sind aber auch von „tatsächlichen“ Zwängen betroffen, wenn etwa die Bewältigung unseres Alltags (z.B. Mobilität, Arbeit) an ein bestimmtes Verhalten gebunden ist. Wenn der Besitz eines Autos, oder das regelmäßige Fliegen für die Berufsausübung notwendig ist, schränkt das die (wahrgenommenen) Möglichkeiten der Umsetzung umweltgerechten

Verhaltens ein. Das führt zur Frage, wie frei wir überhaupt in unseren Entscheidungen sind. Gesellschaftliche Zwänge oder Erwartungen sind auf verschiedenen Ebenen und in unterschiedlichen Ausprägungen vorhanden. Es ist anzunehmen, dass diese unser Konsumverhalten in Abhängigkeit von ihrer Stärke bzw. der Möglichkeit sich diesen zu widersetzen beeinflussen. Ein beruflicher „Zwang“ zu einem bestimmten Verhalten wird vermutlich stärker wahrgenommen, als beispielsweise der „Zwang“, sich an das Essverhalten der Familienmitglieder anzupassen oder sich „moderne“ Kleidung und Technologie anzuschaffen. Wahrgenommene „Zwänge“ können sich nachhaltigem Konsumieren und Verhalten in den Weg stellen. Aber eher selten stellen diese tatsächliche Zwänge dar. Wir sind in der Lage uns Zwängen zu widersetzen. Dass wir dies meist nicht tun, liegt womöglich daran, dass wir die Kraft dafür nicht aufbringen wollen.

3.1.2. Suffizienz in der Konsumgesellschaft – ein Widerspruch?

Konsumstile sind unter anderem ideologisch, ökonomisch, historisch und sozial in den Kontext der jeweiligen Kultur eingebettet. Sind Konsuminfrastruktur und -systeme einmal geschaffen, entstehen ihrer Struktur entsprechende Konsummuster und Verhaltensweisen, die als Selbstverständlichkeiten aufgefasst werden (vgl. Reisch 2002, 113). Auch wenn sie nicht als Zwang erlebt werden, sondern sich als Gewohnheiten äußern, üben sie doch Zwang auf das Verhalten aus (vgl. ebd., 117). Nach Reisch (ebd., 118) braucht es einen Gegenentwurf zu einem äußerst erfolgreichen Gesellschaftsmodell, der globalisierten Konsumgesellschaft. Nachhaltiges Verhalten, wie mäßiger Konsum, ist sozial abweichendes Verhalten vom gesellschaftlich anerkannten Ziel der „Perfektionierung der Bedürfnisbefriedigung“ (vgl. ebd., 117). In der Konsumgesellschaft können alle Bedürfnisse schnell und einfach durch den Erwerb von Produkten und Dienstleistungen gestillt werden. Dies produziert nach Speck (2016, 7) Abhängigkeiten vom Konsum. Bei hohen Ansprüchen an den Konsum muss viel gearbeitet werden; Veränderungen des Anspruchsniveaus oder des eigenen Verhaltens hin zu vereinfachten Handlungsmustern für den Konsumalltag scheinen nicht annehmbar (vgl. ebd., 9).

Speck (ebd., 3, 9) sieht das Problem in einer Konsumgesellschaft, die suffizientes Verhalten nicht akzeptiert. Suffizienz als nachhaltige Entwicklungsstrategie zielt darauf ab, als umwelt- und ressourcenintensiv eingestufte, gesellschaftliche Praktiken und

Handlungsweisen einzuschränken, zu überdenken, zu verändern oder zu ersetzen, um eine nachhaltige Entwicklung zu fördern und die Umweltauswirkungen menschlichen Konsums zu regulieren. Suffizienz als Strategie für nachhaltige Entwicklung ist in der Vergangenheit in den Hintergrund getreten, da der Fokus immer auf der Effizienzsteigerung lag. Kritikern zufolge stellt das Grundprinzip der Suffizienz die gesamte Gesellschaftsordnung in Frage und wird daher von vielen als unattraktiv bewertet (vgl. ebd., 2). Motive wie Verzicht und Sparsamkeit sind in klassischen Konsumgesellschaften nicht üblich. Suffizientes Handeln bedeutet dann anders zu handeln. Suffiziente Handlungsmuster, die eine geringere gesellschaftliche Akzeptanz aufweisen oder mit einem hohen individuellen Aufwand verbunden sind, setzen sich besonders selten durch. Haben sich suffiziente Lebensmotive aber einmal etabliert, werden diese nicht mehr hinterfragt und ohne negative Assoziationen in den Alltag integriert (vgl. ebd., xx). Problematisch ist, wenn Suffizienz mit Reduktion und Verzicht gleichgesetzt wird (vgl. ebd.) und keine anderen Perspektiven zugelassen werden, wie etwa, dass weniger Konsum auch mehr Freiheit bedeuten kann, wie es zum Beispiel in buddhistischen Lehren zu finden ist (vgl. ebd., 9). Suffizienz unter der Prämisse von Verzicht durchzusetzen stellt eine Herausforderung dar, wenn Verzichtshandlungen in westlichen Kulturkreisen mit der Angst vor Verlusten verbunden sind (vgl. ebd., 2).

„In ihrer weit gefassten Bedeutung geht die Suffizienzstrategie über den Verzicht auf einzelne besonders material- oder energieintensive Produkte oder Dienstleistungen hinaus und fordert einen Wandel hin zu einer Kultur der Nachhaltigkeit, in der nicht-materielle Werte, wie persönliche Weiterentwicklung, soziale Gerechtigkeit und zwischenmenschliche Beziehungen, materielle Werte, wie Status und Besitz, ablösen“ (Kleinhückelkotten 2005, 183; zit. n. Speck 2016, 9).

Der hohe Wert, denen materiellen Dingen (und dem Besitz) nach wie vor gegeben wird, scheint ein Problem darzustellen, zumal er im Widerspruch zu nachhaltigem (mäßigen) Konsumieren steht. Es stellt sich die Frage, wie ein solcher geforderter Wertewechsel erzielt werden kann (und welche wertevermittelten Instanzen (Bildungseinrichtungen, Medien, Politik, ...) hier besonders einflussreich sind).

Verzicht und die Angst vor dem Verlust von individueller Freiheit werden auch bei Honnacker (2021b, 35) zum Thema: Wirtschaftswachstum ist nicht nur mit Wohlstandszuwachs verbunden, sondern auch mit individueller Freiheit. Sieht man von der enormen Ungleichheit und Ausbeutung ab, die mit dieser Art des Wirtschaftens, Konsumierens und Reisens einhergeht, scheint die „westliche“ Lebensweise der erstrebenswerte Goldstandard für alle zu sein. Damit verknüpft ist das Versprechen einer

(immer) besseren Zukunft. Dass eine solche Lebensweise aber als eine globale dysfunktional und sogar selbstzerstörerisch ist, wird für Honnacker immer deutlicher, sofern immer mehr Menschen an dieser Lebensform teilhaben. Menschen gebrauchen ihre Freiheit auf Kosten der Freiheit anderer, die anderswo leben oder zukünftig leben werden. Freiheit in zukünftigen Gestaltungsspielräumen könnte aber ohne eine gegenwärtige Selbsteinschränkung der nicht-nachhaltigen Lebensweise nicht gewährt werden, so die Autorin (ebd., 42).

Dass ein mäßiger, suffizienter Lebensstil im Konflikt mit anderen Interessen steht, scheint eine wichtige Komponente in der Erklärung von Untätigkeit zu sein. Ein damit zusammenhängender ungünstiger Faktor ist, dass der Besitz und Gebrauch bestimmter Gegenstände, oder die Ausübung bestimmter Aktivitäten positive Emotionen auslöst. Diese liegen beispielsweise im Geschmack von Fleisch, im Kaufen von Dingen, die schön sind (Kleidung, Deko), die Spaß machen, die praktisch und bequem sind (Auto, Flugzeug, elektrische Geräte, Klimaanlage, ...), im Erleben aufregender Urlaube, im Betreiben von Hobbies (die möglicherweise mit längeren Autofahrten verbunden sind, z.B. Berg-, Wassersport), und in vielem mehr. Die Vorstellung, auf diese Freude bringenden Dinge im Leben, die auch als Gegenstück und Ausgleich zu den anstrengenden Lebensinhalten (z.B. der Arbeit) stehen, verzichten zu müssen, kann schmerzhaft sein. Je schwieriger dieser Verzicht erscheint, desto höher sind die Kosten umweltfreundlichen Handelns. Werden sowohl der Nutzen umweltschädlichen Handelns (die Realisierung eines bestimmten Lebensstils, z.B. das Bereisen ferner Länder) als auch die Kosten umweltfreundlichen Handelns (z.B. der Verzicht auf Flugreisen) als hoch eingeschätzt, kann nach der „Protection Motivation Theorie“ (vgl. Kapitel 2.4) von einer geringen Wahrscheinlichkeit umweltbewussten Handelns ausgegangen werden. Diese verringert sich der Theorie zufolge weiter, wenn die Risiken umweltschädlichen Handelns als gering angesehen werden.

Hinzu kommt, dass mit dem zunehmenden Interesse an „Selbstverwirklichung“ und Selbstfürsorge der Fokus immer mehr auf das Individuum und seine Wünsche gerichtet ist. Zwecks der „Work-Life-Balance“ könnte die eine oder der andere argumentieren, dass es einem zustehe, das Leben zu genießen, schließlich wäre das Leben hart genug, da solle man sich die kleinen Freuden des Alltags (z.B. ein „gutes“ Essens, ein neues Kleidungsstück) nicht nehmen lassen. Wird der Fokus auf den Verlust von Freiheit und Freude gerichtet, erscheint ein nachhaltiger Lebensstil unattraktiv. Dass ein solcher Lebensstil aber nur

möglich ist, indem andere Lebewesen (Tiere), die Natur und andere Menschen ausgenutzt und ausgebeutet werden (und deshalb gar nicht erst möglich sein sollte), wird dabei vergessen.

3.1.3. Konsum unter dem Einfluss von Kultur, Gewohnheit und Normalitätsvorstellungen

Wie bereits (in Kapitel 3.1.1.) ausgeführt, entstehen individuelle Bewertungen auf der Grundlage von kollektiven Kognitionen und Bewertungen, bzw. Bedeutungs- und Wertzuschreibungen, die innerhalb einer Gesellschaft oder Kultur geteilt werden. In diesem Kontext sind zwei Ansätze von Bedeutung: der soziale Interaktionismus und der soziale Konstruktivismus (vgl. Gutzwiller-Helfenfinger 2013, 23): Vygotskys sozialer Interaktionismus (1978) verweist auf die Bedeutung sozialer Interaktionen für die kognitive Entwicklung. Die soziale Gemeinschaft bzw. Kultur spielt somit eine wichtige Rolle bei der Konstruktion von Bedeutung oder Sinnstiftung. Der soziale Konstruktivismus hingegen betont, dass unser Realitätsverständnis, unsere Sinnstiftungen und Bedeutungszuschreibungen das Ergebnis sozialer Konstruktionsprozesse sind. Diesem Verständnis nach sehen wir das als real an, was im Kommunikationsprozess als wahr erkannt wird. Bedeutung ist eine geteilte, gesellschaftlich konstruierte Bedeutung, sie ist historisch und kulturell bzw. kontextuell bestimmt. In Bezug auf Konsumsituationen kann angenommen werden, dass diese in der Kommunikation konstruierten Bedeutungen an Konsumententscheidungen beteiligt sind.

Konsumobjekte (wie das eigene Heim, das eigene Auto, Urlaub, ect.) können mit kulturellen Bedeutungen bzw. Werten verknüpft stehen (vgl. Reisch, 113). Symbolische Bedeutungen, wie zum Beispiel das für Freiheit und Flexibilität stehende Auto halten sich hartnäckig (vgl. Trummer 2015, 74), aber auch Nahrungsmittel haben eine hohe symbolische Bedeutung. Fleisch wird mit Muskelaufbau und Stärke assoziiert und war lange ein Symbol für Männlichkeit (vgl. ebd, 110). Vegetarische Kost wird eher als „weiblich“ kategorisiert. Auch das Töten von Tieren würde nach Joy mit einem Männlichkeitskonstrukt, das von Dominanz, Kontrolle und Gewalt geprägt ist, übereinstimmen. Diese symbolischen Bedeutungen von Nahrungsmitteln sind für den (in Kapitel 1.2 erwähnten) karnistischen Habitus (der an späterer Stelle ausführlicher behandelt wird) mitverantwortlich.

Unser Ernährungsverhalten ist auch heute noch von weit zurückreichenden kulturellen Traditionen gezeichnet. Beck (2021, 8) zufolge prägen diese die meisten Menschen seit der frühen Kindheit an. Sie beeinflussen nicht nur unsere Gedanken und Wahrnehmungen, sondern auch unsere Emotionen, etwa durch die emotionale Verankerung und Besetzung von Lebensmitteln. Zum Beispiel können mit Essenserlebnissen emotional bedeutsame Erinnerungen an Familienbesuche, Urlaube und Feste verbunden sein.

Gesellschaftlich und kulturell tief verwurzelte Bedeutungs- und Wertzuschreibungen können im Widerspruch zu gegenwärtigen umweltbewussten Haltungen stehen. Die kulturelle und die kognitive Dimension der Entscheidungsfindung stehen dann im Konflikt zueinander (vgl. Trummer 2015, 75). Dies kann Veränderungen im Verhalten erschweren. Das Handeln zugunsten des Klimaschutzes bleibt aus, weil gesellschaftlich oder kulturell verankerte Haltungen dieses behindern.

Joy (2010, 113) zufolge entwickeln sich Denk- und Verhaltensmuster lange bevor wir selbst darüber nachdenken und entscheiden können, was wir essen. Wir bevorzugen die Geschmäcke, die wir seit der frühen Kindheit an gelernt haben zu bevorzugen, ohne unsere Lehrer*innen – unsere Eltern und andere Personen in unserem Umfeld – bezüglich dieser Bevorzugungen hinterfragt zu haben. Wir entscheiden uns aus einer ungestörten Gewohnheit für ein bestimmtes Essverhalten. Unterbrechungen bzw. Störungen unseres gewohnheitsmäßigen Verhaltens entstehen am Beispiel des Fleischkonsums nur dann, wenn wir mit dem Schlachtvorgang, den Lebensverhältnissen und den Qualen von Tieren konfrontiert werden. Der Karnismus (die Ideologie, die unserem Fleischkonsum zugrunde liegt, dazu mehr in Kapitel 3.1.4.2.) und seine Abwehrmechanismen würden solche Störungen blockieren, meint Joy. Apathie, das heißt, dass wir kein Mitleid und keinen Ekel empfinden, wenn wir Fleisch essen, sei erlernt (vgl. ebd., 18, 110). Sie sorgt dafür, dass wir keine emotionalen Widerstände spüren. Hinter dem Ekel verbirgt sich Empathie. Um diese verloren gegangene Empathie wieder zu bekommen und um Entscheidungen zu treffen, die unseren wahren Gefühlen entsprechen, müssten wir aus dem System des Karnismus austreten, meint Joy (vgl. ebd., 113).

Die Bedeutung der Gewohnheit greift auch Mannes (2017, 29) auf und verweist auf Bourdieus Habitus: „Das Essen von Fleisch ist ein Teil dessen, was Bourdieu (...) unseren ‚Habitus‘ nennt – eine von den meisten Menschen nicht hinterfragte Grundregel“ (Fiddes 2001, 18; zit. n. ebd.). Der Habitus als „System von Dispositionen und Schemata fungiert

als Denk-, Handlungs- und Wahrnehmungsmatrix“ (Bohn & Hahn 2007, 296). In ihm manifestieren sich Orientierungen wie der Geschmack, Neigungen, Vorlieben und Überzeugungen (vgl. ebd., 297). Der Geschmack ist keine individuelle Wahl, sondern er entsteht aus einer unbewussten Verinnerlichung eines gesellschaftlich generierten Habitus. Entsprechend dieser Auffassung wird auch der karnistische Habitus (vgl. Kapitel 1.2 und 3.1.4.2) bei Joy verstanden. Moralische Urteile, die aus Gewohnheiten ohne aufwändige Denkvorgänge resultieren, werden dann gemäß dem „Social Intuitionist Model“ von Haidt (2001, 814, 818, vgl. Kapitel 1.2) in erster Linie durch intuitiv-emotionale Prozesse (anstatt kognitiv-überlegte Prozesse) bedingt.

Die Veränderung des Habitus ist schwierig, so Mannes (vgl. 2017, 29). Ist ein Habitus einmal verinnerlicht, ist es schwer mit ihm zu brechen. Er wird gefestigt durch Ernährungsgewohnheiten, ständige Wiederholungen im Alltag und körperliche und emotionale Verankerungen. Körperbilder und Ernährungsmuster sind tief in uns verwurzelt und können durch rationale Einsicht und Vernunft kaum geändert werden. Ein rationaler Beweis reicht nicht aus, um uns von etwas zu überzeugen, denn ein Beweis wirkt nur auf den Geist. Wir sind aber Geist und „Automat“. Dreiviertel unserer Handlungen laufen nach Bourdieu automatisch ab (vgl. Bohn & Hahn 2007, 297). Dies lässt sich wiederum mit Haidts Annahme vereinen, die besagt, dass wir ständig alles, was wir wahrnehmen, automatisch-intuitiv bewerten (vgl. Haidt 2001, 822, Kapitel 1.2). Um kognitive Denkprozesse anzuregen, müssen bestimmte Voraussetzungen (kognitive Kapazität, Zeit, Motivation) vorliegen, die in moralischen Kontexten aber häufig nicht gegeben sind, so Haidt. Diese sind zudem mit einem höheren Energie- und Zeitaufwand verbunden (vgl. Greene 2005, 352). Die Gewohnheit wirkt deshalb am eindringlichsten. Der Habitus schützt sich vor Krisen und Infragestellung. Er bleibt über die Zeit stabil, auch wenn er nicht mehr zu den Strukturen einer gewandelten Umwelt passt (vgl. Bohn & Hahn 2007, 297). Stoßen Menschen auf Widerstände, verändern sie nicht gleich ihr Verhalten.

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die menschliche Neigung zur Konformität und die Orientierung an Normalitätsvorstellungen. Vorstellungen von Normalität werden in der Regel von vielen Menschen geteilt, sie können aber auch von Person zu Person variieren oder auf Gruppen beschränkt sein (vgl. Eckardt 2021, 136). Durch unser alltägliches Handeln sind wir aber auch in der Lage Normalitätsvorstellungen zu modifizieren. Das, was als normal gesehen wird, wandelt sich (vgl. ebd.). Gewohnheiten und

Normalitätsvorstellungen müssen nicht bewusst akzeptiert werden, vielmehr sind sie halbbewusst oder unbewusst. Nach Eckardt dürfte es sich um einen schleichenden Prozess handeln, bei dem die kindliche Sozialisation und die entsprechende Kultur eine wichtige Rolle spielen. Mit der Normalität zu brechen erscheint verrückt. Prozesse der Normalisierung und Naturalisierung werden durch Aussagen wie „wer groß werden will, muss Fleisch essen“, „Männer essen Fleisch“, „wir haben schon immer Fleisch gegessen“ oder „der Mensch befindet sich an der Spitze der Nahrungskette“ stabilisiert. Diese „Lebensweisheiten“ und Mythen halten sich hartnäckig (vgl. Mannes 2017, 26). Dass die „Dinge nun einmal so sind“ und es „normal“ oder „natürlich“ ist Fleisch zu essen, wird an jede neue Generation weitergegeben. Eine solche Weltsicht ist so gegenwärtig und selbstverständlich, dass sie gar nicht als eine Ideologie wahrgenommen wird. Es ist naheliegend zu folgern, dass wenn etwas „normal“ und „immer schon so gewesen“ ist, es auch „ok“ sein muss, schließlich können bzw. wollen wir uns nicht vorstellen, dass „alle“ Menschen das Falsche tun.

Eine bedeutende Rolle in der Legitimierung von Ideologien und ihrer Reproduktion auf objektiver Ebene spielt das Rechtssystem (vgl. Joy 2010, 101). Die Grundsätze einer Ideologie werden in Gesetzen verkörpert (vgl. Mannes 2017, 26), etwa durch Gesetze, die das Töten von Nutztieren erlauben, aber das von Haustieren verbieten. Tiere werden als Eigentum und nicht als „Personen“ mit Rechten definiert. Der legale Status von Tieren sichert die Fleischproduktion (vgl. Joy 2010, 101). Die Ideologie zu leben, bedeutet mit dem Gesetz zu leben. Aber wie soll man unter dem Zwang zur Konformität mit dem System brechen? Hinzukommt, dass Intuitionen des Rechts, Autorität verkörpern. Sie werden als rational, als „Stimme der Vernunft“ aufgefasst, dabei sind auch diese in das System eingebettet (vgl. Mannes 2017, 26). Auch wenn wir rational wissen, dass die Entscheidungen eines Staates bzw. eines Rechtssystems nicht zwingend „richtig“ oder „gerecht“ sind, schenken wir diesen „Autoritäten“ immer wieder unser (blindes) Vertrauen. „Wenn es ein Gesetz ist, kann es ja nicht so schlimm sein“, könnte ein Gedanke sein. Dieses „Vertrauen“ gründet vermutlich auch darin, dass es einfacher ist mit dem Gesetz zu gehen und erst gar nicht über die Richtigkeit der Gesetzgebung nachzudenken, etwas daran ändern kann man sowieso nicht. Selbst zu denken und zu einem eigenen Urteil zu kommen erfordert hingegen Zeit und Wissen. Nach Joy (2010, 98) bestätigen neben dem Rechtssystem, auch Professionelle, Ärzt*innen, Berater*innen, Politiker*innen,

Lehrer*innen, Eltern und andere Menschen in Autoritätspositionen, zu denen wir Vertrauen aufgebaut haben, immer wieder die Mythen des Fleischkonsums.

3.1.4. Weltsicht, Ideologien und Mythen

Es wird angenommen, dass weit zurückreichende und über die Generationen tradierte Ideologien unsere Sicht auf unser Verhältnis zur Natur und anderen Lebewesen beeinflussen und folglich unseren Umgang mit diesen mitbestimmen. Diese tief in uns verankerten Ansichten, Vorstellungen und Mythen sind mit vertrauten und gewohnten Denk- und Handlungsmustern verbunden, die Veränderungen im Denken und Handeln erschweren können.

3.1.4.1. Eine anthropozentrische Sicht auf das Mensch-Natur-Verhältnis

Philosophinnen und Philosophen wie Paul Taylor und Mary Midgley sehen eine anthropozentrische Weltsicht als bestimmend für unseren Umgang mit der Natur.

Paul Taylor: Anthropozentrismus vs. Biozentrismus:

In seiner „Ethik der Achtung gegenüber der Natur“ stellt Taylor (1997, 111) der anthropozentrischen eine biozentrische Konzeption ökologischer Ethik gegenüber:

Aus der anthropozentrischen Perspektive beziehen sich alle Pflichten letztlich auf den Menschen. Eine Handlung ist dann moralisch richtig, wenn sie mit dem menschlichen Wohlergehen und den menschlichen Rechten vereinbar ist. Die Verantwortung gegenüber der Natur lässt sich aus ihrem Beitrag zur Verwirklichung menschlicher Werte und Rechte ableiten. Davon unabhängig besteht keine Verpflichtung auf nichtmenschliche Lebewesen Rücksicht zu nehmen.

Aus biozentrischer Sicht sind wir nach Taylor (ebd., 112) jedoch auch gegenüber Pflanzen und Tieren als Mitglieder der Gemeinschaft allen Lebendigen moralisch verpflichtet ihr Wohlergehen zu schützen und zu fördern. Diese Pflicht gründet in der Anerkennung eines inhärenten Wertes aller Lebewesen, unabhängig von unseren Pflichten gegenüber anderen Menschen. Lebewesen werden als Entitäten mit einem eigenen, in sich liegenden Wert, ohne einer Zweckdienlichkeit für das Wohl einer anderen Entität, betrachtet (vgl. ebd.,

117). Demnach ist die Verpflichtung eine Haltung unabhängig von persönlichen Interessen (vgl. ebd., 119). Dieser Konzeption einer ökologischen Ethik liegen folgende Annahmen zugrunde: Aus der biozentrischen Perspektive wird die „Ordnung der Biosphäre der Erde als ein komplexes, in sich geschlossenes Netz miteinander verknüpfter Organismen, Objekte und Ereignisse“ (ebd., 129) betrachtet. „Die ökologischen Beziehungen zwischen jeder Gemeinschaft von Lebewesen und ihrer Umwelt bilden ein organisches Ganzes aus funktional voneinander abhängigen Teilen“ (ebd.). „Jeder individuelle Organismus wird als ein teleologisches Zentrum von Leben verstanden, das sein eigenes Wohl auf seine eigene Weise verfolgt“ (ebd., 125). Eine Überlegenheit des Menschen gegenüber anderen Lebewesen wird abgelehnt. „Menschen werden als Mitglieder einer Gemeinschaft alles Lebendigen“ (ebd., 125) verstanden. Nach Taylor wären Unterschiede in bestimmten Fähigkeiten kein Zeichen für Überlegenheit. Wir besitzen Fähigkeiten, die andere Lebewesen missen, genauso haben diese Fähigkeiten, die wir nicht besitzen (vgl. ebd., 132). Weiter kritisiert Taylor (vgl. ebd.), dass eine Bewertung von nicht-menschlichen Fähigkeiten als weniger „wertvoll“ alleine aus der Perspektive des Menschen, das heißt der Nützlichkeit für den Menschen, erfolgen würde. Hier würden nicht-menschliche Wesen an den Maßstäben der Menschen gemessen. Der inhärente Wert aller Lebewesen müsse unabhängig von einer Bewertung oder dem Vorhandensein von Fähigkeiten angenommen werden (vgl. ebd., 135). Dieser Vergleich mit anderen Spezies ist jedoch eine tief in unserer westlichen Philosophie verwurzelten Praktik (vgl. ebd., 138): Philosophische Traditionen, wie der griechische Humanismus⁹, der Cartesianische Dualismus¹⁰ und das jüdisch christliche Konzept „der Stufenleiter des Seins“¹¹ seien von anthropozentrischem Denken geprägt. Ihre Begründungen der Überlegenheit des Menschen würden auf fragwürdigen Annahmen und irrationalen Vorurteilen basieren. Es gäbe keine guten Gründe für die Überlegenheit des Menschen. Würde uns diese Irrationalität, auf der unser traditionelles Denken aufbaut, bewusst werden, müssten wir die vermeintliche Überlegenheit des Menschen zurückweisen, meint Taylor (vgl. ebd., 141). Eine biozentrische Sichtweise hätte dann eine Umstrukturierung

⁹ Die Höherwertigkeit des Menschen gegenüber den Tieren ergebe sich aus seiner Rationalität, die ihn zu einer höheren Lebensweise befähige (vgl. Taylor 1961, 138).

¹⁰ Die Überlegenheit des Menschen ist auf die Annahme zurückzuführen, dass wir eine Seele haben und Tiere nicht (vgl. ebd., 139).

¹¹ „Menschen seien Tieren und Pflanzen überlegen, da ihr Schöpfer ihnen einen höheren Platz auf der Stufenleiter des Seins gegeben habe. (...) Die ‚nach Gottes Ebenbild erschaffenen‘ Menschen seien Tieren und Pflanzen inhärent überlegen, da sie ihrem Wesen nach Gott näher stünden.“ (ebd., 140)

unseres moralischen Lebens zur Folge. Sie würde ein Abwägen von moralischen Ansprüchen gegenüber Menschen und Ansprüchen gegenüber anderen Lebewesen einfordern (vgl. ebd., 113).

Wenn wir neben den Pflichten gegenüber anderen Menschen auch Pflichten gegenüber anderen Lebewesen nachkommen sollen, drängt sich unweigerlich die Frage auf, mithilfe welcher moralischen Theorie(n) ein solches Abwägen von unterschiedlichen Ansprüchen beantwortet werden könnte, um entscheiden zu können, wann und unter welchen Umständen welche Interessen zu bevorzugen sind. Um Handlungstheorien soll es hier aber nicht gehen, vielmehr ist von Interesse, inwiefern unsere Vorstellung von unserer Position in der Welt unser moralisches Handeln bestimmt.

Auch Honnacker (2020, 7) sieht eine früh verinnerlichte und fest verankerte anthropozentrische Weltsicht als hinderlich für einen veränderten Umgang der Menschen mit ihrer Umwelt an. Solange man bei moralischen Erwägungen die menschliche Perspektive in den Vordergrund stellt, haben ihre Interessen Vorrang gegenüber denen von Tieren, Pflanzen, der Natur und der Atmosphäre. Um Umweltprobleme anzugehen, meint Honnacker, müsste der Mensch dezentriert werden, das heißt seine zentrale Position müsste überwunden werden. Hier könnte man weiter fragen: Wie sähe eine Welt aus, in der Menschen und ihre Interessen nicht als „überlegen“ gelten? Und ist diese überhaupt vorstellbar, wenn wir doch keine andere Welt kennen als die, in der wir leben? Auf jeden Fall scheint eine Sichtweise, die Menschen als Mitglieder einer Gemeinschaft voneinander abhängiger Lebewesen betrachtet, vor dem Hintergrund biologisch-ökologischer Erkenntnisse über das Zusammenwirken von Organismen, überzeugender als eine Perspektive, die alles Lebendige auf der Welt, bis auf den Menschen, moralisch unberücksichtigt lässt bzw. ausblendet.

Die Anerkennung eines Wertes aller Lebewesen und der Natur könnte als Voraussetzung für ein umweltbewusstes und nachhaltiges Handeln angesehen werden und die Höhe dieses zugeschriebenen Wertes könnte die Bereitschaft, sich für die Natur einzusetzen, erklären. Diese Annahme steht im Einklang mit der (in Kapitel 2.2 vorgestellten) „Value-Belief-Norm Theory of Environmentalism“, die positive Zusammenhänge zwischen einer biosphärischen Wertorientierung, einer ökologischen Weltanschauung und Umweltverhalten behauptet. Dieser zufolge ist mit einer hohen Wertzuschreibung ein hohes moralisches Verantwortungsgefühl und mit einer ökologischen Weltanschauung ein hohes

Problembewusstsein verbunden. Mit dem gestiegenen öffentlichen Interesse an Umweltthemen scheint sich auch die Wahrnehmung des Wertes der Natur verändert zu haben. Dieser wird mit dem wachsenden Bewusstsein, dass die Natur nicht unverwundbar und unerschöpflich ist, immer sichtbarer. Dieser Wert ergibt sich aus der Verwirklichung menschlicher Ziele und lässt sich aus der Abhängigkeit von der Natur ableiten. Aber erkennen wir auch einen inhärenten Wert in der Natur, unabhängig von einem Nutzen für uns Menschen? Wenn wir unsere gewohnte anthropozentrische Sichtweise einnehmen und nur uns selbst im Blick haben, fällt dies vermutlich schwer.

Mary Midgley: gewohnte Weltsicht vs. gaianisches Denken:

Auch Mary Midgley (2001) bringt in „Science and Poetry“ immer wieder zum Ausdruck welche Bedeutung die gewohnte Sicht auf die Welt, insbesondere das Denken über unsere Position in der Welt, für das Handeln gegenüber anderen eine Rolle spielt. Der Autorin zufolge haben wir uns daran gewöhnt, uns selbst als isolierte, über der natürlichen Welt stehende Einheiten zu sehen. Diese Sicht blockiert unser Verständnis dafür, wie tief und direkt uns das, was mit der Welt schief geht, betreffen kann. Midgley schlägt als Korrektiv das Konzept von Gaia vor, bei dem die Welt als ein sich selbst erhaltendes Ganzes, vergleichbar mit einem einzelnen Organismus, ein Ganzes, in das wir wie alle anderen Geschöpfe einbezogen sind, betrachtet wird.

Das gaianische Denken, so Midgley (2001, 116), ist eine neue wissenschaftliche Entwicklung eines alten Konzepts. Die Vorstellung von unserem Planeten als ein einziger Organismus ist sehr alt. Platon nannte die Erde „ein einziges großes Lebewesen“. Während andere Kulturen diese Vorstellung natürlich finden, wurde sie in unserer Kultur lange Zeit von der Ernsthaftigkeit ausgeschlossen. Immer wieder wurde eine solche Vorstellung als sentimental oder antimenschlich stigmatisiert. Die christliche Doktrin verdammt sie als eine heidnische Naturanbetung. Moderne Wissenschaftler des zwanzigsten Jahrhunderts widmeten sich lange Zeit ausschließlich atomistischen und reduktiven Erklärungen, die den Bezug auf ein größeres Ganzes ablehnten.

Beigetragen zu dieser problematischen Weltsicht hätte nach Midgley unter anderem die philosophische Anschauung des Dualismus von Geist und Körper, die industrielle Revolution und der Individualismus: Der Begriff unseres Selbst, unseres Geistes, als losgelösten Beobachter, getrennt von der physischen Welt, begleitet uns seit Anbeginn der modernen Wissenschaft (vgl. Midgley 2001, 119). Descartes lehrte uns, Materie im

Wesentlichen als unsere Ressource zu betrachten. Tiere und Pflanzen waren Maschinen und wurden uns zum Bauen zur Verfügung gestellt. Descartes Weltanschauung habe viele Triumphe hervorgebracht, aber er produzierte sie größtenteils durch Teilung von Dingen – Geist vom Körper, Vernunft vom Gefühl und die menschliche Rasse vom Rest des physischen Universums (vgl. ebd.). Die Vorstellung, dass uns natürliche Ressourcen unendlich zur Verfügung stehen, ist eine vor allem durch die industrielle Revolution erzeugte (vgl. ebd., 115). Die davor herrschende Ehrfurcht und der Respekt vor der Natur wurden durch sie abgeschafft. Diese Vision einer unerschöpflichen Natur, macht es uns bis heute schwer, Umweltprobleme ernst zu nehmen. Aber auch ein während des größten Teils des 20. Jahrhunderts gepredigter engstirniger Individualismus, der die moralische Anschauung vertritt, dass die individuelle Freiheit der einzig unbestreitbare Wert ist, hat unser Denken geprägt (vgl. ebd., 128). Weiters würde nach Midgley die soziobiologische Literatur über „Egoismus“ die Wahrnehmung der Menschen gefährlich verzerren (ebd.). Ihr zufolge bedarf es einer ganz anderen Bildsprache, um realistisch begreifen zu können, dass wir tatsächlich ein Teil der Natur sind.

Drei Jahrhunderte lang wurden wir ermutigt die Erde einfach als eine unerschöpfliche Speisekammer unseres Begehrens zu sehen. Es war eine Vision von der Natur, die für den Menschen geschaffen ist und die Tatsache verschleierte, dass wir selbst ein organischer Teil dieser natürlichen Welt sind. Jetzt gezwungen zu sein, anzunehmen, dass es sich stattdessen um ein lebendes System handelt, von dessen Fortbestehen wir abhängig sind, ein verwundbares und ausfallfähiges System, ist schwierig. Die Macht der Gewohnheit ist außerordentlich stark und produziert immer noch eine Art von Ungläubigkeit oder Verharmlosung der ökologischen Krise. Obwohl wir immer wieder drauf hingewiesen werden, dass unsere Ressourcen zu Ende gehen werden, fällt es uns schwer diese Informationen ernst zu nehmen. Hinter diesem Verhalten stecke jedoch mehr als der übliche Widerwille schlechte Nachrichten zu akzeptieren. Die gewohnte Sicht hat unser Denken und unsere Vorstellungskraft im Griff, weil sie die vertraute ist. Diese Tatsache lässt sie tendenziell realistischer erscheinen. Auch wenn stets Ansprüche dagegen erhoben werden, bleibt immer ein anfängliches Gefühl von Unwirklichkeit. Man könnte annehmen, dass rationales Eigeninteresse ausreichen könnte, um unser Verhalten zu ändern, das seltsame, so Midgley (vgl. ebd., 126f), ist aber, dass dies nicht der Fall ist. Das Problem ist, dass unsere Vorstellungskraft nicht von unserer Vernunft beherrscht wird. Solange es gut läuft, glauben wir nicht an Katastrophen. Unsere Vorstellungskraft geht nicht über das

Wohlbekannte hinaus. Größere Katastrophen sind immer ungewohnt. Das Motiv des Eigennutzen allein reicht deshalb nicht aus. Midgley (vgl. ebd., 113) betont, dass die Macht der Gewohnheit viel stärker als Klugheit, Altruismus oder der Drang zur Selbsterhaltung ist.

Unsere Vorstellung von unserem Platz in der Welt durchdringt nach Midgley (vgl. ebd., 115) unser ganzes Denken und bestimmt welche Fragen wir fragen und welche Antworten möglich erscheinen. Sie fließt in all unsere Entscheidungen ein. Um die alte Vision zu erschüttern, braucht es eine andere, realistische Vision von der Welt. Alte Ideologien sind in der heutigen Zeit unsicher geworden (vgl. ebd., 125). Die meisten Menschen, die von der mutwilligen Zerstörung von Wäldern und Ozeanen hören, finden es schockierend. Dieses Gefühl von Schock und Empörung sei wichtig, denn Midgley sieht darin die Energiequelle, die Veränderung möglich macht. Das Gefühl ist da und es wird stärker, aber es bräuchte erst eine Katastrophe, um eine größere Veränderung im Denken herbeizuführen (vgl. ebd.). Sie macht deutlich, dass es nicht leicht fällt die Welt neu zu denken und gewohnte Konzepte zu verändern. Wir würden uns aber bereits in die richtige Richtung bewegen, nur müssten wir es noch viel klarer tun.

Aufklärung bzw. Bildung scheint unabdingbar, um ein solches Aufrütteln bzw. Infragestellen und Durchbrechen alter und gewohnter Denk- und Handlungsmuster zu erzielen. Für Midgley sind Gefühle wie Schock und Empörung hilfreich, um Veränderungen herbeizuführen. Katastrophen und Krisen würden zu einem Umdenken führen und zum Handeln auffordern. Auch die aktuelle Klimapolitik zeigt, dass Ressourcenknappheit und die Angst vor Engpässen (im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg seit 2022) das politische Interesse an Nachhaltigkeit, zum Beispiel in Form erneuerbarer Energien, verstärkt und Veränderungen anstößt. Die Aufmerksamkeit und Bedeutung, die Themen auf politischer Ebene erlangen, können sich auch auf die gesellschaftliche und individuelle Ebene übertragen. Die Angst, etwa vor Erdöl-Engpässen, kann zum Beispiel ein Auslöser für Umstrukturierungen sein und auch zu privaten Anpassungsleistungen (wie etwa der ansteigende Ausbau von Photovoltaik-Anlagen auf eigenen Hausdächern) führen. Auch wenn die Motive solcher Anpassungsleistungen meist wirtschaftliche sind und dem Eigeninteresse dienen, könnte die vermittelte Dringlichkeit zum Handeln den Wert und unsere Abhängigkeit von einer nicht endlos erschöpflichen Natur verdeutlichen und in weiterer Folge ein realistischeres Bild unserer Position in der Welt zeichnen.

3.1.4.2. Der Karnismus und seine Mythen

Nach Joy (2010) liegt unserem Fleischkonsum eine Ideologie, ein unsichtbares System von Überzeugungen, der „Karnismus“ (vgl. Kapitel 1), zugrunde. Dieser ermöglicht es uns bestimmte Tiere zu töten bzw. töten zu lassen und zu essen und dies als ethisch vertretbar zu betrachten. Die Autorin (vgl. ebd., 113) verweist auf in der Sozialisation gebildete Schemata, die Tiere als „essbar“ oder „nicht-essbar“ klassifizieren. Wie ein Tier klassifiziert wird, ist davon abhängig wie wir zu ihm stehen (vgl. ebd., 113): Die Bedeutung, die wir einer Sache zuschreiben bestimmt über unsere Gedanken und Gefühle und diese bestimmen häufig über unser Handeln. Aus der Bedeutungszuschreibung resultieren Gefühlen von Empathie bzw. Ekel bei dem Gedanken daran diese Tiere zu essen. Die meisten Menschen sehen zum Beispiel einen Unterschied zwischen Hundefleisch und Hühnerfleisch. Unsere Wahrnehmung dieser Tiere, sowie unsere Beziehung zu ihnen ist sehr verschieden. Hunde sind unsere Haustiere und Lebensgefährten, mit Hühnern haben wir dagegen kaum Kontakt, außer, wenn wir sie essen. Dass Unterschiede in unserer Wahrnehmung inneren Schemata geschuldet sind, zeigt sich etwa daran, dass Menschen keine „intelligenten“ Tiere (wie Delfine), oder „süße“ Tiere (wie Hasen) essen wollen und weniger „attraktive“ Tiere wie Truthähne bevorzugen (vgl. ebd., 122).

Joy setzt voraus, dass die meisten Menschen anderen Menschen oder Tieren kein Leid antun oder dieses mitansehen wollen, vor allem wenn dieses unnötig ist. Den Grund dafür sieht sie in unserer Fähigkeit für andere Lebewesen zu fühlen, das heißt in der Empathie (vgl. ebd., 33). Wenn aber unser Verhalten nicht mit unseren Werten (unnötiges Leid von Tieren zu vermeiden) zusammenpasst, entsteht ein Gefühl der Inkongruenz (vgl. Kapitel 1.3.2), das mit einem Gefühl des Unwohlseins verbunden ist (vgl. ebd., 18). Es gibt drei Möglichkeiten das Gefühl der Inkongruenz zu verhindern, nämlich das Verhalten zu verändern, Werte zu verändern, oder die Wahrnehmung unseres Verhaltens zu verändern bzw. zu verzerren, damit es so aussieht, als würde unser Verhalten zu unseren Werten passen. Joy (vgl. ebd., 33) geht davon aus, dass Menschen die kognitive Dissonanz, die sie beim Genuss von Fleisch empfinden, durch gewisse sozialisierte psychologische und soziale Abwehrmechanismen unbewusst überwinden. Gewaltvolle Ideologien, wie der Karnismus haben ein besonderes Abwehrsystem, das zur Erhaltung der Ideologie beiträgt und Menschen dazu bringt inhumanes Verhalten zu unterstützen und nicht zu realisieren, was

sie tun. Ein wichtiges Werkzeug dieses Systems ist die Betäubung (vgl. ebd., 18f), die durch unsichtbare Abwehrmechanismen, wie der Verdrängung, Vermeidung, Rechtfertigung, Objektifizierung, Deindividualisierung, Dichotomisierung, Rationalisierung und Dissoziation entstehen. Wir betäuben uns selbst, indem wir uns mental und emotional von Erfahrungen trennen. Betäubung kann aber auch ein unvermeidliches und hilfreiches Werkzeug in unserem Leben sein, indem sie uns erlaubt in einer Welt zu funktionieren, die gewalttätig ist, und uns hilft, mit unserem Schmerz umzugehen. Wenn sie aber dafür bedient wird, um Gewalt zu ermöglichen, ist sie destruktiv.

Auf den Abwehrmechanismen *Verdrängung* und *Vermeidung* (vgl. ebd., 14, 21) bauen alle anderen Mechanismen auf. Verdrängt wird beispielsweise der Gedanke, dass es sich um ein lebendiges Tier handelt. Wir alle wissen, dass Fleisch von lebenden Tieren kommt, aber wir vermeiden es darüber nachzudenken. Drei Prozesse, die unsere Wahrnehmung von Tieren beeinflusst und in Kombination sehr effektiv wirken, um den Karnismus unbewusst zu halten, sind die Objektifizierung, die Deindividualisierung und die Dichotomisierung: Bei der *Objektifizierung* (vgl. ebd., 117f) wird das Tier als lebloses Objekt, als eine Sache verstanden. Das Gesetz trägt hierzu bei, indem es das Tier als Eigentum klassifiziert. Wenn wir Tiere als Objekte sehen, fällt es leichter keine moralischen Bedenken beim Essen von Fleisch zu haben. Durch *Deindividualisierung* (vgl. ebd., 119) wird Lebewesen ihre Individualität abgesprochen. Sie zeichnen sich durch ihre Gruppenidentität aus. Tiere werden dann nicht als ein Individuum mit einer eigenen Persönlichkeit und Bedürfnissen wahrgenommen, sondern als Teil einer Gruppe mit denselben Eigenschaften, wie alle anderen dieser Gruppe. Bei der *Dichotomisierung* (vgl. ebd., 122) werden andere gedanklich in zwei gegensätzliche Kategorien zugeordnet. Das Problem der Dichotomisierung ist, dass es ein „schwarz-oder-weiß“-Bild der Realität, wie etwa „essbar“ oder „nicht essbar“ zeichnet. Solche Kategorien basieren häufig auf wenigen oder unrichtigen Informationen.

Joy (vgl. ebd., 96f) zufolge wird das karnistische System von Mythen gestützt, die wir gelernt haben zu akzeptieren. Sie tragen maßgeblich zur Rechtfertigung und Erhaltung der Ideologie bei. Widersprüche zu anderen Wahrheiten werden ignoriert und kritisches Denken unterdrückt. Viele Mythen rund um das Fleischessen sind mit folgenden Annahmen verbunden: Fleisch zu essen ist normal, natürlich und notwendig. Mythen dieser Art sind so inhärent bzw. internalisiert, dass sie unser Verhalten leiten, ohne darüber nachdenken zu

müssen. Wir glauben es sind universelle Wahrheiten, anstatt weit verbreitete Meinungen. Joy vergleicht es mit dem Autofahren: wenn man es einmal erlernt hast, muss man nicht mehr über jede Handlung nachdenken. Entscheidend ist, dass diese Rechtfertigungsstrategien das Gefühl des moralischen Widerstands (ein Unwohlgefühl) unterdrücken, das wir normalerweise fühlen würden, wenn wir Fleisch essen. Wenn wir gute Ausreden haben, fühlen wir uns weniger schuldig. Die Mythen agieren als mentale und emotionale Verblender. Sie maskieren die Diskrepanzen in unseren Überzeugungen und Handlungen gegenüber Tieren. Joy erläutert die drei wichtigsten Mythen des Karnismus folgendermaßen:

„Fleisch zu essen ist normal“ (vgl. ebd., 31, 105): Wenn wir die Grundsätze einer Ideologie als normal ansehen, wird sie normalisiert und ihre Grundsätze werden zur sozialen Norm. Das Problem ist, dass wir das „Normale“ mit einem universellen Wert versehen, obwohl das, was als „normal“ gilt, einfach nur das ist, was die Mehrheit denkt und tut.

„Fleisch zu essen ist natürlich“ (vgl. ebd., 107f): Viele denken, es wäre natürlich Fleisch zu essen, weil Menschen immer schon (zumindest seit zwei Millionen Jahren) Fleisch gegessen haben. Allerdings kann diese Tatsache keine Rechtfertigung dafür sein, dass wir es heute auch tun. Auch Mord hat es immer schon gegeben, das bedeutet aber nicht, dass er gerechtfertigt ist. Wenn die Grundsätze einer Ideologie mit dem Naturgesetz harmonieren, das heißt, wenn Fleisch zu essen bedeutet der natürlichen Ordnung zu folgen, spricht man auch von Naturalisierung. Die Ideologie hat dann eine biologische Basis. Ein anderes Beispiel ist der Glaube an die biologische Überlegenheit bestimmter Menschengruppen. Dieser diente häufig als Rechtfertigung von Gewalt gegenüber anderen Gruppen. Afrikaner*innen waren demzufolge nach der natürlichen Ordnung Sklaven, Frauen das Eigentum des Mannes, der Mensch stand an der Spitze der Essenskette und Tiere waren zum Essen da.

„Fleisch zu essen ist notwendig“ (vgl. ebd., 109f): Diese Annahme ist eng mit dem Glauben an die Natürlichkeit verbunden. Wenn es natürlich ist (Tiere zu töten, um sie zu essen), wird es als Folge notwendig, um zu überleben. Wir wissen aber, dass es möglich ist ohne Fleisch zu überleben. Ähnlich ist die Annahme, Fleisch zu essen wäre notwendig für unsere Gesundheit, obwohl genügend gegenteilige Beweise vorliegen. Genauso hält sich der Glaube, dass Fleisch für die Proteinaufnahme notwendig ist, wobei wir mittlerweile wissen, dass Proteine auch ausreichend im Gemüse vorhanden sind. Weiters gibt es die Auffassung, es sei eine ökonomische Notwendigkeit Fleisch zu produzieren, weil unsere Ökonomie

abhängig vom Fleischkonsum wäre (vgl. ebd., 112). Selbst wenn das der Fall ist, ist fragwürdig, ob diese Tatsache Gewalt rechtfertigt.

Nach wie vor verwenden Menschen solche Argumente zur Rechtfertigung ihres Verhaltens. Auch wenn Mythen mittel wissenschaftlicher Studien widerlegt werden, scheint es zu dauern, bis das bei den meisten Menschen angekommen ist. Wie informiert eine Person über den aktuellen Wissensstand zu einem Thema (z.B. Ernährung) ist, ist abhängig davon, ob sie sich für das Thema interessiert, ob sie Zugang zu Informationen hat und ob sie in der Lage ist diese entsprechend zu interpretieren (dazu mehr in Kapitel 3.3.2.). Da häufig unterschiedliche „Beweislagen“, Behauptungen und Meinungen in den Medien, sowie im Austausch mit anderen Menschen, kursieren und sich diese auch noch laufend verändern, ist es schwierig stets am neusten Stand zu sein und die „richtigen“ Informationen rauszufiltern. Darüber hinaus müssen neue Informationen, die alte „Wahrheiten“ als falsch hinstellen, nicht unbedingt angenommen oder akzeptiert werden. Hierfür kann eine verzerrte Informationsverarbeitung im Zuge von Bestätigungstendenzen (siehe Kapitel 3.2.3.) verantwortlich sein. Sich einzugestehen, dass man falsch lag bzw. an die falschen „Wahrheiten“ geglaubt hat, fällt nicht leicht. Auch Joy (vgl. ebd., 112) spricht diesen Aspekt an: Das Festhalten an gewalttätigen Ideologien würde dadurch bestärkt werden, dass ein Aussprechen gegen die Gewalt ein Eingestehen von falschem Verhalten erfordern würde. Dies führt zum Glauben, wir müssten so weitermachen wie bisher, um das Töten der Vergangenheit zu rechtfertigen. Würde man damit aufhören, würde das bedeuten, dass wir in der Vergangenheit falsch gehandelt haben.

Eine Eigenschaft des Karnismus, die ihn so mächtig macht, ist seine Unsichtbarkeit. Anders als beim Vegetarismus ist Fleisch zu essen keine bewusste Entscheidung, die auf Überzeugungen oder Ansichten über Tiere, uns selbst und die Welt basieren, sondern wir sehen es als normal, natürlich und notwendig an, als etwas, das es immer gegeben hat und immer geben wird. Wir essen Fleisch, ohne darüber nachzudenken was und warum wir das tun, weil das System von Überzeugungen, auf dem dieses Verhalten gründet, unsichtbar ist (vgl. ebd., 29f). Diese Unsichtbarkeit erklärt, warum sich Entscheidungen nicht wie wirkliche Entscheidungen anfühlen. Uns ist gar nicht bewusst, dass wir eine Entscheidung treffen, wenn wir Fleisch essen. Das macht den Karnismus widerstandsfähig gegenüber einer Prüfung. Ein freier Wille benötigt ein Bewusstsein, unsere Muster sind aber unbewusst

und damit außerhalb unserer Kontrolle (vgl. ebd., 113). Wenn eine unsichtbare Ideologie unsere Gedanken und unser Verhalten leitet, besitzen wir nicht die Freiheit selbst zu denken und zu handeln (vgl. ebd., 17). Erst wenn wir die Ideologie durchschauen und unsere inneren Arbeitsmodelle verstehen und reorganisieren, können wir Entscheidungen frei treffen (vgl. ebd., 72). Die Konzerne tragen zur Unsichtbarkeit des Systems bei, indem sie die Wahrheiten über die Fleischproduktion bewusst verstecken und Geheimnisse gut bewahren (vgl. ebd., 71) (vgl. Kapitel 3.2.2). Und wir machen es ihnen einfach, indem wir gar nicht genau hinsehen wollen, obwohl viele die Wahrheit bereits kennen. Lieber glauben wir, was uns gezeigt wird, als die ansprechenden Bilder der Medien anzuzweifeln. Die Unsichtbarkeit des Systems muss dekonstruiert werden, indem die Prinzipien und Praktiken, die hinter dem System stehen aufgedeckt und bewusst werden. Das wäre ein erster Schritt hin zu einem veränderten Umgang mit Tieren, meint Joy (vgl. ebd., 72).

3.2. Mediale Botschaften an Konsument*innen

3.2.1. Widersprüchliche Botschaften von Wirtschaft und Umweltethik

Wir sind vielen verschiedenen und teils auch widersprüchlichen Botschaften zum Klimawandel von Freunden, Familienmitgliedern, Bildungsinstitutionen, Politik und Medien ausgesetzt. In dieser Konfrontation mit gesellschaftlich erwünschten und moralisch geforderten Anforderungen, aber auch mit Widersprüchen und Ambivalenzen, Verantwortung für sich selbst und andere zu übernehmen, stellt hohe, wenn nicht sogar überfordernde Ansprüche an das Individuum.

1) Billig vs. nachhaltig kaufen

Die an die Konsument*innen ausgesandten Botschaften in der Werbung spielen für das Konsumverhalten von Menschen eine wichtige Rolle. Es wird aber auch behauptet, dass die Interessen der Konsument*innen die Angebote auf dem Markt beeinflussen. Durch ihre Nachfrage würden Anreize für Produzent*innen geschaffen, die sich an diesen Interessen orientieren und Angebote schaffen. Schlegel-Matthies (2013, 64) zufolge sähe die Konsumrealität aber anders aus, schließlich würden Anreize durch Werbung geschaffen und gezielte Botschaften an die Konsument*innen gesandt. Immer noch suggeriert uns die Werbung „Preis gut, alles gut“ (vgl. Reidel 2013, 6f). Reidel zufolge interessiert viele Menschen das Einsparen von Ressourcen nicht, sondern das Reduzieren von Ausgaben im monetären Sinn, das heißt das Finden der billigsten Produkte. Die Schnäppchenjägerei sei zum Volkssport kultiviert. Die Suche nach Sonderangeboten und Rabatten würde den Blick auf das große Ganze verstellen. Und es wäre eine Illusion, dass Produkte gleichzeitig billiger, qualitativ besser und schneller verfügbar werden, ohne dass Arbeitsnormen oder Umweltstandards ignoriert werden.

Obwohl der Faktor Nachhaltigkeit in der Gesellschaft und Werbung immer mehr Bedeutung erlangt, scheint bei den meisten Kaufentscheidungen immer noch das Aussehen und vor allem der Preis ausschlaggebend zu sein. Eigenschaften wie Haltbarkeit bzw. Langlebigkeit, oder eine umweltfreundliche Herstellung sind diesen eher untergeordnet. Wir wissen, dass billige Produkte oft geringerer Qualität sind, schneller kaputt gehen, weniger gut schmecken, ungesünder sind und nicht nachhaltig produziert wurden, trotzdem ist es oft reizvoller ein günstiges Produkt zu kaufen und Geld zu sparen als ein teureres Produkt, das solche

negativen Eigenschaften seltener aufweist. Auch wenn vermutlich in den meisten Fällen ein günstiger Preis mit umweltethisch ungünstigen Produktionsbedingungen verbunden steht, muss das nicht immer zutreffen. Eine Orientierung am Preis allein ist nicht ausreichend, um eine nachhaltige Kaufentscheidung zu treffen. An dieser Stelle wird auf die in Kapitel 3.3.2 diskutierte Komplexität von Nachhaltigkeitsbewertungen verwiesen.

2) Mehr vs. weniger kaufen

Eine nachhaltige Lebensweise steht im Widerspruch zu wirtschaftlichen Interessen von Produzent*innen, wenn Nachhaltigkeit unter anderem auch weniger zu konsumieren bedeutet. Auf der einen Seite wird ein reges Konsumieren der Bevölkerung und ein Streben nach Wirtschaftswachstum (das Arbeitsplätze und Wohlstand bedeutet) gutgeheißen, auf der anderen Seite werden Forderungen nach weniger bzw. nach einem nachhaltigeren Konsum immer deutlicher (vgl. Schlegel-Matthies 2013, 63). Das würde dann aber bedeuten, dass vorhandene Konsumgüter länger genutzt werden müssten oder auf manche vielleicht sogar verzichtet werden müsste. Diese Anforderung steht in deutlichem Widerspruch zur Anforderung immer mehr und vor allem stetig zu konsumieren. Es ist ein Widerspruch, der moralisch nicht lösbar ist, so Schlegel-Matthies (2013, 63).

Es ist naheliegend, dass diese, einer nachhaltigen Lebensweise widersprüchlichen Botschaften, Unsicherheit bei der moralischen Bewertung von Verhaltensweisen und der eigenen Positionierung zu diesen, bzw. ein „Hin- und Hergerissen-sein“ begünstigen und eine Entscheidung für ein nachhaltiges Konsumieren erschweren. Werbebotschaften wie „billiger kaufen“ und „mehr kaufen“ prasseln ununterbrochen auf uns ein und lassen uns immer wieder unsere eigenen moralischen Überzeugungen in Frage stellen.

3.2.2. Mediale Verschleierung von Wahrheiten

Trummer (2015, 74f) weist drauf hin, dass mediale Ernährungsbilder von politischen und wirtschaftlichen Interessensträger*innen geprägt sind. Das Wissen über ethische, ökologische und ernährungsbezogene Probleme wird durch ideologisch geleitete Nahrungsimagen der Medien unterminiert. Fleisch, beispielsweise wird in seiner medialen Inszenierung als traditional-ländliches Lifestyle-Produkt dargestellt. Kulturell vertraute

Bilder von Ursprünglichkeit, Natürlichkeit und Industrieferne erwecken den Schein einer heilen ländlichen Welt. In der Werbung und auf den Verpackungen sehen wir glückliche Kühe auf der Weide, freilaufende Hühner und Schweine im Stall mit Stroh. Der Großteil der Tiere, die wir essen, lebt aber nicht unter solchen Bedingungen. Die Werbung tut alles, um uns unangenehme Blicke auf das Tier und die Realität des Tötens zu ersparen, meint Trummer.

Nach Joy (2010) ist die Unsichtbarkeit der realen Produktionsbedingungen ein wichtiger Aspekt, der dabei hilft, den Schein aufrecht zu erhalten: Obwohl wir zehn Billionen Tiere im Jahr töten, haben die wenigsten von uns jemals einen Einblick in den Fleischproduktionsprozess bekommen (vgl. ebd., 35). Die Medien unterstützen die Ideologie, indem sie verhindern, dass Informationen an Verbraucher*innen gelangen. Es werden keine Blicke in die Herstellungsprozesse gewährt, es wird kein Zugang zu Produktionsstätten erlaubt und die Auskunft an Journalist*innen wird verweigert (vgl. ebd., 40f). Wir sehen nicht hinter die Kulissen, weil wir nicht sollen. Wie jede andere gewaltvolle Ideologie, will sich der Karnismus verdeckt halten. So bleibt der Widerspruch im Töten von Lebewesen, für die wir Empathie besitzen, unerkannt (vgl. ebd., 103).

Aber auch wir selbst tragen zur Aufrechterhaltung der Ideologie bei. Wir wissen, dass Fleisch von Tieren stammt, aber wir wollen nicht wissen, wie die Tiere aufgezogen und geschlachtet werden. Joy (vgl. ebd., 71) sieht diesen für den Karnismus wesentlichen Aspekt des Nicht-wissen-wollens als eine Gemeinsamkeit aller gewalttätigen Ideologien an. Der einfachste und effektivste Weg mit der Realität umzugehen, ist sie zu leugnen (vgl. ebd., 97). Wenn wir uns selbst sagen, dass es kein Problem gibt, müssen wir uns keine Gedanken darüber machen, was wir dagegen unternehmen wollen. Wir haben uns daran gewöhnt den Teil in uns zu ignorieren, der weiß was vor sich geht. Allerdings kostet es Kraft die Wahrheit zu leugnen, Inkonsistenzen auszuhalten und das Bewusstsein über das Leid und die Empathie für Tiere getrennt zu halten (vgl. Joy 2010, 97).

3.2.3. Sprache in der Klimakommunikation und Bestätigungstendenzen

Gemäß den intuitiv-emotionalen Ansätzen in Kapitel 1.2 wird moralisches Verhalten durch affektive Prozesse beeinflusst. Emotionen, die in der Konfrontation mit Umweltthemen ausgelöst werden, spielen demnach eine wichtige Rolle. Hinderliche Emotionen für

Umweltverhalten werden laut Nagel (2022, 5, 9) durch eine problematische Darstellung der Klimakrise verursacht: Eine angsteinflößende Sprache in der Klimakommunikation ist immer noch weit verbreitet. In den Zeitungen werden Adjektive wie „katastrophal“, „schockierend“, „erschreckend“, oder „verheerend“, verwendet. Diese panikmachende Sprache spiegelt aber nicht unbedingt die Berichterstattung der Klimawissenschaft wider. Entgegen der Behauptung von Wissenschaftler*innen, wird das Klimaproblem oft als eine unvermeidliche Entwicklung dargestellt. Immer wieder sieht man Bilder eines, auf einer Eisscholle sitzenden, Eisbären, eines brennenden Waldes, oder Bilder von Überschwemmungen und Opfern von Hungersnot. Angesichts der Größe und Dringlichkeit des Themas scheint die Wahl dieser (Bild-)Sprache gerechtfertigt. Das Problem ist aber, dass diese Bilder das Gefühl von Hilflosigkeit hervorrufen. Diese wirkt lähmend und verhindert jegliche Bewegung, so Nagel. Reaktionen auf Hilflosigkeit, Traurigkeit und Wut können nach Kollmuss und Agyeman (2002, 256) Apathie und Resignation sein. Eine weitere Möglichkeit, sich vor Schmerz zu schützen ist durch emotionale Distanzierung oder Rationalisierung (vgl. ebd.). Durch sie sind wir in der Lage Bilder von Krieg oder anderen schrecklichen Ereignissen im Fernsehen zu sehen, aber keine starken Emotionen zu verspüren. Es wird vermutet, dass Menschen, die sich emotional distanzieren haben, sich mit geringerer Wahrscheinlichkeit für die Umwelt engagieren, weil durch die emotionale Distanzierung ihre Motivation geschwächt ist (vgl. ebd.).

Damit zusammenhängend steht eine verminderte Empathie. In der Literatur wird hier auch von „compassion fatigue“ („Mitgefühlsmüdigkeit“) gesprochen (vgl. Roberts 2021, 219). Untersuchungen haben gezeigt, dass die wiederholte Exposition gegenüber Leid zu einem verminderten Mitgefühl führt. Mitgefühlsmüdigkeit ist ein Phänomen, das größtenteils bei medizinischen Fachkräften erforscht wurde. Wissenschaftler*innen sind jedoch der Auffassung, dass sie auch auf die Exposition gegenüber Leid in Form von negativer Berichterstattung und insbesondere negativer Bilder in Medien übertragen werden kann. Studien belegen, dass die ständige Exposition gegenüber gewalttätigen Bildern zu abnehmenden Interesse für das Leiden anderer, zu einer verminderten emotionalen Erregung und zur Abwendung, bis hin zu völliger Medienvermeidung führt (vgl. ebd., 821). Diese Reaktionen würde aus einer aktiven Selbstregulierung resultieren, bei der der moralische Impuls im Dienst des Eigeninteresses unterdrückt wird. Angewendet auf den Umweltkontext, kann angenommen werden, dass wiederholte negative Berichte über unsere Umweltsituation unser Mitgefühl und unsere Sorge für die Umwelt beeinträchtigen.

Dass eine panikmachende Bildsprache nicht der effektivste und nachhaltigste Weg ist, um Menschen zu nachhaltigem Handeln zu bewegen belegen laut Nagel (2022, 9) einige Untersuchungen (z.B. Moser & Dilling 2004; Lorenzoni, Nicholson-Cole & Whitmarsh 2007): Dramatische oder schockierende Darstellungen können sehr erfolgreich sein, um die Aufmerksamkeit der Menschen zu erregen und sie in gewisser Weise darüber zu informieren, dass der Klimawandel ein wichtiges Thema ist, sie können aber auch bewirken, dass sich Menschen in ihrer persönlichen Beziehung zum Problem distanziert und machtlos fühlen. Empirische Untersuchungen zur Rolle visueller und symbolischer Darstellungen des Klimawandels für öffentliches Engagement (z.B. O'Neill & Nicholson-Cole 2009) haben ergeben, dass die gleichen Bilder, die den Teilnehmer*innen die Bedeutung des Klimawandels vermittelten, auch entmutigend wirkten und Gefühle von Hilflosigkeit, Machtlosigkeit, Kontrollverlust und Distanz erzeugten. Wie bereits in Kapitel 2 gezeigt wurde, ist die Handlungsfähigkeit oder wahrgenommene Selbstwirksamkeit (die Überzeugung einer Person, schwierige Situationen gut bewältigen zu können) ein entscheidendes Moment für das Handeln (vgl. Steg 2019, 220f): Wie gut eine Person ihre Fähigkeit zur Lösung eines Problems einschätzt, entscheidet darüber, ob sie das Problem überhaupt angeht. Menschen vermeiden bedrohliche Situationen, wenn sie denken, dass diese über ihre Fähigkeiten zur Bewältigung hinausgehen, während sie sich aktiv engagieren und Selbstvertrauen ausstrahlen, wenn sie glauben, dass sie mit einer beängstigenden Situation umgehen können. Daraus ableitend, werden Menschen, die sich machtlos im Kampf gegen den Klimawandel fühlen, weniger wahrscheinlich klimabegünstigende Handlungen ergreifen.

Katastrophengeschichten erregen Aufmerksamkeit und verursachen Angst, aber sie motivieren die Menschen nicht, etwas zu tun, um das Problem zu lösen (vgl. Nagel 2022, 10). Aus psychologischer Sicht gelingt die Vermittlung moralischer Imperative im Kontext des Klimawandels nach Halsband (2022, 377) besser, wenn das klimaschützende Handeln über positiv besetzte Emotionen wie Stolz vermittelt wird und die Aufmerksamkeit auf positive Aspekte statt auf Abschreckungsszenarien gerichtet wird. Eine globale Studie von Bain, Milfont, Kashima et al. (2015) fanden heraus, dass die Motivation, Maßnahmen gegen den Klimawandel zu ergreifen, eindeutig mit wahrgenommenen Co-benefits zusammenhängt. Können sich diese Co-benefits in einer Kosten-Nutzen-Abwägung behaupten, erklärt dies gemäß den Ansätzen rationalen Entscheidens (vgl. Kapitel 1.3.1) umweltbewusstes Verhalten. Die Co-benefits stellen dann motivationale Anreize zum

Handeln dar. Unter Einbezug der „Goal-Framing Theorie“ (vgl. Kapitel 2.3), könnte die Darstellung der Vorteile von Klimaschutzmaßnahmen besonders jene Menschen ansprechen, die eigennützige Ziele stärker gewichten als normative Ziele. Die Studienergebnisse von Bain et al. ergaben, dass die Darstellung von Vorteilen zu einer positiveren Einstellung gegenüber diesen Maßnahmen führte als die Darstellung von drohenden Verlusten, die durch das Ausbleiben von Maßnahmen entstehen würden. Eine positive Darstellung würde zudem Hoffnung erwecken und die Erwartung an die persönliche oder soziale Selbstwirksamkeit steigern. Dies ermöglicht es Menschen, sich ihren Problemen zu stellen, anstatt in einen Zustand des Fatalismus und der Verleugnung zu verfallen, um Angst zu unterdrücken. Nagel (2022, 15) merkt an, dass Gefühle der Hoffnung und des Vertrauens in engem Zusammenhang mit der Bereitschaft umweltfreundlich zu handeln und Klimaschutzprogramme zu unterstützen stehen.

Ein ungünstiger Faktor, der die Wahrnehmung und Interpretation von Informationen über Umweltereignisse (die in der Klimakommunikation zwischen verschiedenen Akteur*innen vermittelt werden), sowie Informationen über die eigene Person (bzw. das eigene Handeln), betrifft, sind Bestätigungstendenzen. Wie bereits in Kapitel 1.3.2 erläutert wurde, neigen Menschen dazu, solcherart Informationen zu suchen, die Einstellungen, Überzeugungen und ihr Verhalten bestätigen. Sie vertrauen bzw. erinnern sich eher an solche Informationen, die zu ihren eigenen Ansichten passen. Informationen, die diese in Frage stellen oder sie dazu zwingen, ihr Verhalten zu ändern, ignorieren oder vergessen sie, oder sie interpretieren sie als Ausnahmen. Diese Bestätigungstendenzen lassen sich auch auf die Informationsverarbeitung in Bezug auf den Klimawandel anwenden. Menschen, die dem Klimawandel skeptisch gegenüberstehen, schenken zum Beispiel jenen Nachrichten mehr Aufmerksamkeit, die extreme Wetterbedingungen als normal darstellen, während Menschen, die den Klimawandel als ernstzunehmend betrachten, eher Verbindungen zwischen der globalen Erwärmung und Wetterereignissen herstellen (vgl. Nagel 2022, 11). Informationen über Umweltprobleme werden nach Kollmuss und Agyeman (2002, 255) aber auch deshalb vermieden, weil sie einigen unserer Grundannahmen bezüglich der Lebensqualität, wirtschaftlichem Wohlstand und materiellen Besitz widersprechen. Mittels Aufmerksamkeitssteuerung und Rechtfertigung können eigennützige Ziele realisiert werden und gleichzeitig ein positives Selbstbild bewahrt werden. Gemäß der Theorie der kognitiven Dissonanz streben wir nach Konsistenz zwischen dem, was wir denken und dem, wie wir

handeln. Eine Möglichkeit mit dem Auseinanderfallen von moralischem Selbstbild (z.B. sich selbst als umweltbewusst wahrzunehmen) und realem Verhalten (trotzdem regelmäßig in den Urlaub zu fliegen) umzugehen, ist diesen Widerspruch mittels selektiver Wahrnehmung aufzulösen (vgl. Eckardt 2021, 150). Informationen (über unsere Person), die unsere bestehenden Werte und mentalen Konzepte unterstützen, werden akzeptiert, während Informationen, die unseren Überzeugungen widersprechen oder diese untergraben, vernachlässigt oder überhaupt nicht wahrgenommen werden (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, 255). Positive Handlungen werden hervorgehoben oder sogar ausgedacht, für negative Handlungen werden Ausreden erfunden, oder sie werden vergessen (vgl. ebd.). Auch die Selbstbestätigungstheorie von Steele und Liu (1983) erklärt solche Verhaltensweisen auf erlebte Dissonanz (vgl. Symmank & Hoffmann 2017, 956). Sie geht davon aus, dass Menschen bestrebt sind ein positives Selbstbild aufrechtzuerhalten und äußere Bedrohungen dieses Selbstbildes abzuwehren. Um einen konfliktfreien psychischen Zustand zu erreichen, muss die Diskrepanz zwischen Selbstbild und eigenem Verhalten überwunden oder kompensiert werden. Das Problem, das sich aus einem solchen Umgang mit Widersprüchen (zwischen moralischen Idealen und realer Lebenswelt bzw. moralischem Selbstbild und eigenem Handeln) ergibt, ist klar: Durch ihre Auflösung, verlieren Widersprüche ihr Potenzial für Verhaltensveränderungen zugunsten des Umweltschutzes.

3.3. Komplexität des Klimawandels

3.3.1. Eigenschaften des Klimawandels, die unsere Wahrnehmung und Bewertung von Umweltereignissen und -zuständen beeinträchtigen

1) Räumliche und zeitliche Distanz von krisenhaften Zuständen infolge des Klimawandels

Obwohl die Auswirkungen des Klimawandels messbar sind, sind sie für viele Menschen nicht spürbar bzw. sichtbar, weil sie in einer Region leben, in der sich (klimatische) Veränderungen kaum auf ihr Leben auswirken. Der Klimawandel ist zwar gegenwärtig, es sind aber nicht alle Erdregionen gleichermaßen von Veränderungen (wie Wüstenbildungen), oder Ereignissen (wie Wirbelstürmen oder Überschwemmungen) betroffen. Zudem werden Umweltereignisse dieser Art nicht immer (eindeutig) als mit dem Klimawandel zusammenhängend betrachtet.

Gardiner (2011) weist darauf hin, dass die Ursachen und Wirkungen des Klimawandels räumlich verstreut sind. Emissionen werden zum größten Teil von Industrieländern verursacht, die in der gesamten Atmosphäre verteilt werden. Die Gefährdungen durch den Klimawandel sind aber global ungleich verteilt. Die Ungerechtigkeit bestehe darin, dass die reicheren Staaten mehr CO₂ produzieren als die ärmeren, letztere aber aufgrund ihrer geographischen Lage mehr betroffen und zugleich verwundbarer sind, weil weniger finanzielle und technologische Ressourcen für Adaptionsmaßnahmen zur Verfügung stehen (vgl. ebd.).

Zur räumlichen Distanz kommt hinzu, dass folgenschwere bzw. lebensverändernde Probleme aufgrund eines globalen Temperaturanstieges, die den Lebensraum, die Lebensqualität und die Existenz von Menschen bedrohen wird, erst in ferner Zukunft gesehen werden. Aktuell gibt es noch keine großen Veränderungen, die uns Menschen zu einer anderen Lebensweise zwingen. Zudem ist unklar wann der Zeitpunkt, an dem die Folgen des Klimawandels untragbar oder gar existenzbedrohlich werden, kommen wird. Diese zeitliche Distanz der erwarteten Probleme ist eine Komponente, die unsere Wahrnehmung und Bewertung des Klimawandels beeinflusst.

Die Forschung hat gezeigt, dass Menschen bei der Bewertung potenzieller Kosten und Vorteile unmittelbaren Problemen mehr Beachtung schenken als jenen, die in der Zukunft liegen (vgl. Nagel 2022, 9). Halsband (2022, 375) verweist auf Gilbert (2006), der hierfür

das menschliche Gehirn und seine unvollständige Fähigkeit, auf in der Zukunft eintretende Gefahren einzugehen, als verantwortlich ansieht. Nagel (2022, 9) zufolge gäbe es gute evolutionäre Gründe, warum die meisten Menschen eine begrenzte Aufmerksamkeitsspanne für nichtunmittelbare Probleme haben. Problematisch sei es aber dann, wenn diese Kurzsichtigkeit dazu führt, dass Probleme, die in der Zukunft zu erwarten sind, ignoriert werden. Die intergenerationelle Dimension des Klimawandels würde dann ausgeblendet werden (vgl. Halsband 2022, 375).

Fühlen sich Menschen von Klimaereignissen nicht betroffen, weil diese ihr tägliches Leben noch nicht beeinträchtigen und in ferner Zukunft liegen, oder nicht einmal während der eigenen Lebenszeit zu erwarten sind, wird sich das auf ihre Motivation für klimabewusstes Handeln auswirken. Dies entspricht der „Protection Motivation Theory“ (vgl. Kapitel 2.4): Wenn aufgrund der räumlichen und zeitlichen Distanz die Bedrohung durch die Risiken umweltschädlichen Handelns, sowie die Ausgesetzttheit gegenüber diesen Risiken, als gering eingeschätzt wird, ist umweltfreundliches Handeln unwahrscheinlicher.

2) Langsamer Prozess des Klimawandels

Einen weiteren zeitlichen Faktor nennen Kollmuss und Agyeman (2002, 254): Der sehr langsame und allmähliche Wandel der Umwelt könnte unsere Bewertung von Informationen zum Klimawandel beeinträchtigen, denn Menschen tendieren dazu plötzliche Veränderungen stärker wahrzunehmen als langsame und stetige Veränderungen. Auch Halsband (2022, 375) verweist auf eine Tendenz, viel zurückhaltender auf „schleichende“ Veränderungen zu reagieren, als auf solche, die unmittelbar auftreten. Sie sieht diese als einen bedeutenden Faktor für die Untätigkeit im Klimawandel an.

3) Zeitliche Verzögerung von positiven Auswirkungen

Die zeitliche Verzögerung der Auswirkungen von klimapositiven Handlungen kann ebenso als eine kognitive Barriere angesehen werden. Wenn es gelingt den Ausstoß von Treibhausgasen zu reduzieren, dann zeigen sich die positiven Folgen erst in 30 bis 50 Jahren, zu einem Zeitpunkt, wo bereits viele gar nicht mehr leben werden, meint Gardiner (2011). Von unserem jetzigen Handeln profitieren nicht wir selbst, sondern vor allem die künftigen Generationen. Diese Tatsache kann Menschen dazu bewegen nicht zu kooperieren. Sozial-kooperatives Verhalten zugunsten des Klimaschutzes wird nicht

belohnt, vielmehr wird es mit Einschränkungen bzw. dem Verlust von Freiheiten in Verbindung gebracht. Jene, die es verweigern bekommen die negativen Auswirkungen nicht zu spüren, sondern können weiter profitieren, jedoch auf Kosten der zukünftigen Generationen. Dies kann die Motivation zu positivem Wirken mindern, insbesondere wenn das Wohl von künftigen Generationen nicht beachtet oder als wertvoll und wichtig bewertet wird. Gardiner sieht diese „inter-generationelle Verantwortung“ als die größte ethische Herausforderung des Klimawandels an. Gegenwärtige Generationen sind vergleichsweise wenig von ihren eigenen Emissionen betroffen und haben dadurch kaum einen Anreiz zu handeln. Indem sie nicht handeln, geben sie das Problem an die nächste Generation weiter und schaffen Gegenanreize. Eine kooperative Lösung sieht Gardiner als schlichtweg unmöglich an, da wichtige Kooperationspartner*innen noch gar nicht existieren (bzw. leben). Nach Gardiner ist das Problem Resultat einer „moralischen Korruption“ der heutigen Akteur*innen, die keine Verpflichtungen gegenüber zukünftigen Generationen sehen.

4) Unsicherheit über Auswirkungen

Gardiner (2011, 406) zufolge ist Unsicherheit über die Auswirkungen unserer Handlungen ein inhärenter Teil des Problems. Oft können nur Abschätzungen hinsichtlich potenzieller Risiken und Auswirkungen gemacht werden. Wenn wir genau wüssten, was wann passieren wird und wen es betreffen wird, könnte das Problem leichter angegangen werden. Aus Ungewissheit nichts zu tun wäre jedoch inakzeptabel. Weder können wir die Probleme, mit denen wir im Leben konfrontiert werden, auswählen, noch können wir sie ignorieren.

Auf die Entscheidungsfindung in Situationen der Unsicherheit, insbesondere in Situationen, in denen die Risiken bzw. die Eintrittswahrscheinlichkeiten von künftigen Umweltzuständen unbekannt sind, geht die Prospect-Theorie von Kahneman und Tversky (1979) ein: Der Theorie zufolge treffen Menschen ihre Entscheidungen nicht basierend auf rationalen Abwägungen potenzieller Verluste und Gewinne, sondern ausgehend von der wahrgenommenen Wahrscheinlichkeit eines Ergebnisses. Diese kann jedoch großen Verzerrungen unterliegen. Für das individuelle Risikoverhalten bedeutet das, dass abhängig von der eingeschätzten Sicherheit eines auftretenden Ereignisses, Menschen dazu neigen, potenzielle, unsichere Ereignisse im Vergleich zu sicher eintretenden Ereignissen zu vernachlässigen. Das heißt, wenn es um Verluste geht, ziehen Menschen einen unsicheren, aber höheren Verlust einem kleineren sicheren Verlust vor. Wenn die Auswirkungen des

Klimawandels als mögliche, das heißt unsichere Verluste in ferner Zukunft dargestellt werden und die Reaktionen auf den Klimawandel bzw. Lösungsvorschläge für das Problem als sichere Verluste (wie etwa in Form von Verzicht) dargestellt werden, ist es naheliegend, dass Menschen Risiken (die mit dem Klimawandel verbunden sind) zwecks Aufrechterhaltung des Status quo in Kauf nehmen (vgl. Nagel 2022, 8). Die Klimakommunikation betreffend, ist deshalb von Bedeutung die Vorteile des Klimaschutzes hervorzuheben und nicht nur über Risikoprävention zu sprechen.

Zudem befördert Unsicherheit bezüglich der Kosten und Nutzen eines Tuns oder Unterlassens die Orientierung an Normalitätsvorstellungen (vgl. Eckardt 2021, 147). Unsicherheit kann auch einen unangebrachten Optimismus begünstigen (vgl. Halsband 2022, 372): Eine Reihe psychologischer Studien zur Risikobeurteilung zeigen, dass wenn die Wahrscheinlichkeit möglicher negativer Folgen nach aktuellem Wissensstand nicht oder nur sehr ungenau bemessen werden kann, die Tendenz besteht ungerechtfertigt optimistisch zu denken und die Gefahr zu unterschätzen. Aber nicht nur die Unsicherheit über künftige Umweltzustände, sondern auch unser mangelndes Verständnis für die Komplexität des Klimawandels verleitet uns dazu Zusammenhänge zu vereinfachen (vgl. Kapitel 3.3.2) und das Ausmaß der Folgen zu unterschätzen (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, 255).

Ungläubigkeit in Bezug auf die Folgeschwere des Klimawandels kann auch mit der menschlichen Neigung, nicht glauben zu können, was noch nicht eingetroffen ist, erklärt werden (vgl. Eckardt 2021, 149; Nagel 2022, 7). Es fällt schwer, an kommende Katastrophen zu glauben, wenn im Moment alles gut ist. Große Probleme werden anhand persönlicher Erfahrungen im eigenen Umfeld beurteilt. Auf Erfahrungen mit ähnlichen Situationen aus der Vergangenheit kann aber meist nicht zurückgegriffen werden, weshalb die Folgen von Umweltereignisse oft nur unzureichend abschätzbar sind.

5) Unsichtbarkeit des Klimawandels

Die Nicht-Unmittelbarkeit der Auswirkungen unseres Handelns beeinträchtigt unser Bewusstsein für ökologische Probleme und unsere Verantwortlichkeit für diese (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, 254; Eckardt 2021, 148). Viele Veränderungen durch den Klimawandel bleiben unsichtbar und sind nicht direkt erfahrbar oder spürbar, wie zum Beispiel die Ansammlung von Treibhausgasen in der Atmosphäre, oder der Artenschwund. Insbesondere Entwicklungen in abgelegenen Gebieten entziehen sich häufig unserer Wahrnehmung. Oft können wir Veränderungen erst erkennen, wenn bereits schwere

Schäden verursacht wurden (vgl. ebd.). Genauso wenig werden die positiven Auswirkungen unserer umweltbewussten Handlungen sichtbar. Positive Veränderungen, die die Atmosphäre, Landschaften, den Lebensraum von nicht-menschlichen Lebewesen, oder das Tierwohl betreffen, können im Alltag nicht wahrgenommen werden. Eine Belohnung durch ein sichtbares positives Ergebnis eigenen bewussten Handelns und der Dank derjenigen, die davon (am meisten) profitieren (die Natur, die Tiere und zukünftige Generationen) bleiben aus.

Die Unfassbarkeit und Unsichtbarkeit des Klimawandels würde nach Eckardt (2021, 147f) dem Wirksamwerden von Gefühlen im Weg steht und folglich unsere emotionale Beziehung zur Umwelt beeinträchtigen: Wenn Umweltereignisse räumlich und zeitlich entfernt, nicht sichtbar und erfahrbare sind, fühlen wir uns nicht gefährdet und spüren deshalb auch nicht das Bedürfnis uns mit diesen befassen zu müssen. Probleme scheinen zu weit entfernt und abstrakt, um für uns zu einem emotionalen Thema zu werden. Im Vergleich sind die Vorteile der täglichen Autofahrt, oder die Freundin, die traurig ist, weil ich nicht mit ihr in den Urlaub fliegen möchte, hingegen sehr gut spürbar. Diese mangelnde Empathie für Umweltprobleme vermindert folglich die Handlungsbereitschaft für umweltfreundliches Verhalten, so Eckardt.

Die Bedeutung der emotionalen Komponente wird auch dadurch sichtbar, indem Tierschutz-Kampagnen eine größere öffentliche Unterstützung erfahren als Kampagnen zu abstrakteren Themen wie den Klimawandel (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, 254). Diese sind unmittelbarer und „realer“ als der Klimawandel, der nur mittels mathematischer Modelle sichtbar wird. Darüber hinaus werden Informationen über den Klimawandel meist so kommuniziert, dass sie unser intellektuelles Verständnis anregen – wissenschaftliche Erkenntnisse (z.B. Zusammenhänge zwischen dem CO₂-Gehalt in der Atmosphäre und einem Temperaturanstieg) können überzeugend sein und lassen die meisten Menschen die Ernsthaftigkeit des Problems verstehen – sie erzeugen aber meist keine emotionale Reaktion in uns (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, 254; Nagel 2022, 7).

Emotionale Reaktionen auf Umweltereignisse zu erleben, bedeutet aber noch nicht, dass wir umweltbewusst handeln. Wie bereits (im Kapitel 3.2.3. zur Sprache in der Klimakommunikation) gezeigt wurde, gibt es Emotionen, die dem Handeln hinderlich wirken. Starke Gefühle wie Angst, Traurigkeit, Wut, Schuld oder Hilflosigkeit führen nicht zu umweltbewusstem Handeln (vgl. Kollmuss & Agyeman 2002, 256). Auf sie folgen häufig psychologische Prozesse, die darauf abzielen uns von diesen negativen Gefühlen zu

befreien. Weitere Emotionen, die Untätigkeit im Klimawandel begünstigen, sind nach Halsband (2022, 371) das Gefühl der Überforderung, die angesichts der Komplexität des Klimawandels und bestehender Wissenslücken aufkommt, die Scham über die eigene Überforderung, die Angst falsche Entscheidungen zu treffen und Mutlosigkeit aufgrund der Wirkungslosigkeit des eigenen Handelns und der Tatsache, dass eine erfolgreiche Lösung nur als Kollektiv erreicht werden kann.

3.3.2. Unsichere Nachhaltigkeitsbewertungen

Wenn es um nachhaltige Konsumententscheidungen geht, ist die individuelle Beurteilung von Nachhaltigkeitswirkungen von Konsumverhalten von Bedeutung. Es gibt Verhaltensweisen, wo eine Bewertung nicht schwerfällt, etwa wenn klare positive ökologische Auswirkungen anzunehmen sind, wie zum Beispiel bei der Einschränkung des Autofahrens, Fliegens oder Fleischkonsums (vgl. Mock 2020, 257; Eckardt 2021, 127). Schwieriger wird es dann, wenn eine Bewertung nicht eindeutig ausfällt. Um eine gute Kaufentscheidung treffen zu können, muss der/die Konsument*in beurteilen können, welche Produkte ökologisch nachhaltig sind und welche das möglicherweise nur vortäuschen. Eine solche Beurteilung setzt einiges voraus: Es müssen Informationen über ein Produkt vorhanden und zugänglich für den/die Konsument*in sein. Beides ist häufig nicht gegeben. Die Kennzeichnung auf Produkten beschränkt sich abhängig von der Art des Produktes auf den Hersteller, das Herkunftsland, die Inhaltsstoffe und das Material. Mehr wissen wir in der Regel nicht über ein Produkt, wenn wir es kaufen, außer wir haben uns im Vorfeld weitere Informationen über das Produkt und den Hersteller – vorausgesetzt diese sind vorhanden – beschaffen, die auf die Qualität des Produkts schließen lässt. Aber selbst dann können meist nur unsichere Annahmen zu den tatsächlichen Produkteigenschaften gemacht werden. Nachhaltigkeitsbewertungen gestalten sich als anspruchsvoll, weil alle Lebensphasen eines Produkts (die Rohstoffgewinnung, der Transport, die Lagerung und Entsorgung) berücksichtigt werden müssen. Diese Prozesse werden für den/die Konsument*in aber nicht transparent gemacht, vielmehr „verschwinden“ sie im Produkt. Hinzu kommt, dass die Suche nach den erwünschten Informationen viel Zeit beanspruchen kann und von der Recherchekompetenz bzw. von bestimmten Fähigkeiten der suchenden Person (z.B. vertrauenswürdige Quellen zu erkennen) abhängig ist. Und selbst wenn man

denkt, fündig geworden zu sein, kann die Vertrauenswürdigkeit und Richtigkeit dieser Informationen immer angezweifelt werden. Mock (2020, 257) merkt an, dass eine Orientierung an Umweltzertifizierungen und Nachhaltigkeitssiegeln aufgrund ihrer Undurchsichtigkeit unverlässlich ist. Selbst die wissenschaftliche Bewertung ist selten eindeutig. Trotz moderner Wissenschaft ist das Wissen um ökologische Zusammenhänge manchmal so komplex, dass es selbst für die Wissenschaft unverständlich ist (vgl. Eckardt 2021, 127). Die Wissenschaft ist in Fragen der Nachhaltigkeit mit komplexen Unsicherheiten konfrontiert (vgl. ebd., 126). Umweltbelange, wie die langfristigen Auswirkungen von Schadstoffen, sind ein Beispiel dafür. Wissenschaftliche Beurteilungen bezüglich der Nachhaltigkeit oder Klimabilanz von bestimmten Konsumgütern (wie z.B. Nahrungsmitteln), sowie ihre mediale Präsenz und Erscheinung in der Öffentlichkeit verändern sich. Die Medien spiegeln nicht nur den aktuellen Stand der Wissenschaft wider, sondern auch wirtschaftliche und politische Interessen nehmen Einfluss auf das Auftreten und die Darstellung von Informationen in den Medien. Wenn es um nachhaltig produzierte Lebensmittel oder „echte“ Bio-Marken geht, ist eine Entscheidung für bzw. gegen ein Produkt nicht immer einfach, zumal widersprüchliche und sich laufend wandelnde Informationen kursieren. Aus den teils widersprüchlichen Informationen und Zuschreibungen, die den öffentlichen Diskurs beispielsweise über Ernährung prägen, resultiert nach Trummer (2015, 74, 76) Unsicherheit. In der Konsequenz hält der/die Verbraucher*in am Bewährten fest und orientiert sich trotz besseren Wissens an den gewohnten Ernährungssystemen der Eltern und Großeltern, so Trummer. Dass Menschen Schwierigkeiten mit großer Komplexität haben, zeigt sich auch in ihrer Neigung zur Komplexitätsreduktion (vgl. Eckardt 2021, 135). Diese kann sich dann im Glauben an einfache Wahrheiten, in Verallgemeinerungen oder in der Überformung von Wissen und Werten durch eine eingeschränkte subjektive Wahrnehmung zeigen (vgl. ebd.).

Reidel (2013, 7f) ist der Auffassung, dass wir in unserer Wahrnehmungs- und Verarbeitungsfähigkeit der globalen Zusammenhänge überfordert sind. Er fragt sich, ob wir mit dem Wissen, was uns zur Verfügung steht, überhaupt in der Lage sind nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Der/die Konsument*in hat Zugang zu mehr Informationen denn je, es liegt aber bei ihm/ihr Informationsangebote in Anspruch zu nehmen, sich ein Wissen über die Auswirkungen der eigenen Konsumententscheidungen anzueignen und sich vor dem Kauf über die Nachhaltigkeit von Produkten zu informieren. Dies ist mit einem

Mehraufwand verbunden, den nicht jede/r bereit ist zu leisten, so Reidel. Zum einen wird ein Mehraufwand an Zeit benötigt, herauszufinden, welche Waren zu bevorzugen sind, ein Mehraufwand an Anstrengung, solche Waren zu bekommen, aber auch an Geld, weil solche Waren häufig teurer sind. Und selbst wenn man sich dazu bereit erklärt diesen Aufwand zu leisten, bleibt fraglich, ob wir die gefundenen Informationen auch „richtig“ interpretieren und beurteilen können. Symmank und Hoffmann (2017, 954) weisen darauf hin, dass sich die Bewertung von Nachhaltigkeitswirkungen von Konsumententscheidungen vor allem dann als schwierig gestaltet, wenn es einen Interpretationsspielraum über „richtig“ und „falsch“ gibt. Welche Konsumententscheidungen verantwortungsvoll sind und welche nicht, ist manchmal nicht ganz klar. Es gibt keine allgemein gültigen Richtlinien für richtiges oder falsches, angemessenes oder unangemessenes Verhalten. Deshalb können sich Meinungen, Bewertungen und Verhaltensweisen von Konsument*innen stark unterscheiden. Man kann zu sehr unterschiedlichen Einschätzungen kommen, je nachdem welches Entscheidungskriterium vorrangig ist (z.B. das Tierwohl, die eigene Gesundheit oder die Sicherung von Arbeitsplätzen). Dieser Mangel an eindeutigen normativen bzw. gesellschaftlich akzeptierten Vorgaben verleitet nach Symmank und Hoffmann dazu, dass sich Konsument*innen ihrer Verantwortung entziehen.

Wissen in Form von Faktenwissen über klimarelevante Zusammenhänge als Grundlage für Konsumententscheidungen ist abhängig von Aufklärungs- bzw. Bildungsangeboten. Interessanterweise sind ausgerechnet ökologisch besonders informierte Menschen statistisch gesehen größere Ressourcenverbraucher*innen und haben zudem eine schlechte Klimabilanz; denn mit steigendem Wohlstand und höherem Bildungsgrad nehmen Flugreisen, Autofahren, Wohnungsfläche, Heizungsverbrauch und der Besitz von Unterhaltungselektronik zu (vgl. Eckardt 2021, 127). Statistiken zeigen beispielsweise, dass vermögens- und bildungsmäßig relativ gut gestellte Wähler*innen der „Grünen“ im Durchschnitt am meisten fliegen, obwohl sie gleichzeitig am kritischsten gegenüber dem Fliegen sind. Personen ohne ausgeprägte Umweltkenntnisse haben meist eine bessere Bilanz, weil Nachhaltigkeitsindikatoren, wie die genannten, weniger auf sie zutreffen (vgl. ebd.). Wissen bildet einen Faktor für menschliches Verhalten, bietet aber keinen normativen Maßstab für das Handeln. Zudem kann Wissen überformt, ignoriert und ausgeblendet werden (vgl. Eckardt 2021, 137). Laut Lorenzoni, Nicholson-Cole und Whitmarsh (2007) umfasst Engagement die Komponenten Kognition (Wissen bzw. Verstehen), Affekt

(Emotionen, Interesse und Besorgnis) und Verhalten (vgl. Nagel 2022, 6). Das heißt, damit sich Menschen am Klimaschutz beteiligen, müssen sie nicht nur über Wissen verfügen, sondern sich auch dafür interessieren, motiviert und handlungsfähig sein (bzw. sich dafür halten). Eckardt (2021, 135) zufolge hat sich in vielfältigen Beobachtungen und Experimenten gezeigt, dass Menschen nicht überwiegend bewusst, rational und kalkulierend handeln, andernfalls wären viele Verhaltensweisen unerklärlich. Die Welt sei zu komplex, um alles rational erfassen zu können.

Kenntnisse von klimarelevanten Zusammenhängen bzw. den ökologischen Auswirkungen von Konsum- und Lebensstilen und das Wissen von nachhaltigen Alternativen scheint eine Grundvoraussetzung für umweltbewusstes Handeln zu sein, denn ohne Wissen gibt es kein Bewusstsein und somit auch keinen Anreiz für Veränderung. Wie sich aber (auch in Kapitel 2, den Theorien zur Erklärung von Umweltverhalten) gezeigt hat, reicht Wissen allein nicht aus. Zu viele andere Faktoren sind mitentscheidend, wenn es um menschliches Verhalten geht.

3.4. Unklarheit über Verantwortlichkeit

3.4.1. Wer ist verantwortlich?

Die Frage nach der Verantwortlichkeit in Bezug auf Umweltthemen, also wer, wofür, wem gegenüber und in welchem Ausmaß (mit)verantwortlich ist, ist nicht einfach zu beantworten. Wer ist verantwortlich für den Klimawandel, die Zerstörung der Natur oder das Leid von Tieren? Sind es Akteur*innen in machtvollen Positionen wie politische Entscheidungsträger*innen, oder deren Wähler*innen bzw. Unterstützer*innen? Oder sind es die Konsument*innen, die ihre Präferenzen mitteilen, auf die Politiker*innen und Unternehmer*innen reagieren? Und was ist mit den Menschen, die die Entscheidungen der Regierung einfach hinnehmen und zu einer Änderung der Situation nichts beitragen wollen? Halsband (2022, 358) stellt fest, dass der Klimawandel häufig als ein Problem charakterisiert wird, das Entscheidungsträger*innen in politischen Strukturen und seltener das Individuum verantwortet. Zum Beispiel beruht der weltweite Ausstoß von CO₂, oder die Überfischung der Weltmeere auf Entscheidungen von Regierung und Unternehmen, an denen Individuen nicht mitwirken (vgl. Honnacker 2021a, 146). Auch Kallhoff (2021, 231) verweist auf die gängige Ansicht, dass machtvolle Institutionen zu den Verantwortlichen gemacht werden sollten, weil mit Macht Verantwortung einhergehe. Halsband (2022, 359) wirft ein, dass politische Klimaschutz-Forderungen auch auf die Motivation von Individuen im Sinne von Wähler*innen zurückzuführen sind. Zudem gibt es die, auf William Hutt (1936) zurückgehende ökonomische Auffassung, dass der Markt sich an der Nachfrage bzw. den Präferenzen der Konsument*innen richtet (vgl. Schmidt 2017, 738). Diese macht Konsument*innen zu Verantwortlichen. Allerdings ist zu beachten, dass Konsument*innen von wirtschaftlichen Akteuren*innen mithilfe von Werbung auch zu einem bestimmten Konsumverhalten und Lebensstil aufgefordert und gedrängt werden. Werbebotschaften vermitteln uns beständig welche Konsumgüter erstrebenswert oder benötigt werden. Daraus ableitend könnte man fragen, ob die Interessen der Konsument*innen eigentlich vom Markt (und der Werbung) geschaffen werden. Weder nur die eine noch die andere Einflussrichtung scheint zuzutreffen, viel passender ist die Annahme einer gegenseitigen Beeinflussung von Individuum und Markt. Halsband (2022, 359) argumentiert weiter, dass das Problem der Untätigkeit aber auch einem Ausbleiben an Maßnahmen, die Einzelne selbst ergreifen

können (z.B. durch Konsumententscheidungen), oder fehlendem Engagement auf kollektiver Ebene, geschuldet ist. Nur die Politik zu verantworten, wäre also zu kurzgefasst.

Die Frage nach den Verantwortlichen wird zusätzlich durch die Komplexität des Klimawandels erschwert. Insbesondere stoßen individuelle Verantwortungszuschreibungen an ihre Grenzen, da sich eindeutige Kausalitäten des Handelns einzelner Personen nur schwer festlegen lassen (vgl. Schmidt 2017, 741). Nach dem Verantwortungsmodell von May und Kutz (1992) können Akteure*innen für etwas verantwortlich sein, woran sie partizipieren und/oder wovon sie profitieren, unabhängig von den tatsächlichen (messbaren) Schadenseffekten ihres eigenen Handelns (vgl. Schmidt 2017, 745). Durch die Beteiligung an kollektiven Handlungskontexten ergibt sich ein anteiliger Schadensbeitrag. Das Prinzip der geteilten Verantwortung nach Heidbrink und Schmidt (2011) besagt, dass Menschen als Konsument*innen zusammen mit anderen Marktakteur*innen eine „geteilte Verantwortung“ für die Folgen und Risiken von Konsumhandlungen tragen (vgl. Gutzwiller-Helfenfinger 2013, 35). Schmidt (2017, 743) spricht von einer „geteilten kollektiven Kausalität“: Auch wenn unklar ist, wie viele Konsument*innen ein Produkt kaufen müssten oder nicht kaufen müssten, damit Unternehmen darauf reagieren und das Angebot anpassen, lässt jede Kaufentscheidung die Zahl der Käufer*innen bzw. nicht Käufer*innen ansteigen und ist so kausal mit dem Handeln der Unternehmen indirekt verbunden.

Auch Honnacker (2021a, 145f) verweist auf eine, sich auf diese statistische Relevanz beziehende, Argumentationsweise, welche die Bedeutung individuellen Handelns unterminiere: In der umweltethischen Debatte um moralische Verantwortung geht es häufig darum Verantwortungsträger*innen zu identifizieren, deren Handlungen klimarelevant sind, das heißt kausal mit dem Klimawandel verknüpft sind. Da individuelle Handlungen statistisch nicht ins Gewicht fallen, wird vom einzelnen Menschen häufig abgesehen. Als Verursacher kann er deshalb nicht haftbar gemacht werden. Honnacker (vgl. ebd., 153) stellt klar, dass die statistische Auswirkung einer individuellen Handlung zwar klein sein mag, sie aber deswegen noch nicht moralisch irrelevant ist. Unsere moralische Selbstbewertung wird nicht nur von empirisch messbaren Konsequenzen bestimmt. Handlungen sagen etwas über unser moralisches Selbstverständnis aus, unabhängig davon wie groß ihre Wirkung ist. Honnacker (vgl. ebd., 146) sieht zwischen der individuellen Folgenlosigkeit und der kumulierten Wirkmacht menschlichen Handelns einen Widerspruch. Einerseits wird uns

unsere individuelle Verantwortung aufgrund unserer fehlenden statistischen Wirkmacht abgesprochen, andererseits sind wir Teil eines Konsumenten-Kollektivs, das folgenwirksam und verantwortlich ist.

Eine Verantwortungsablehnung könnte auch aus der von Kallhoff (2021, 44) beschriebenen Auffassung resultieren, dass niemanden die Schuld für die Klimakrise trifft, weil diese weder beabsichtigt noch vorhersehbar war. Die Auswirkungen einer übermäßigen Ausbeutung von natürlichen Ressourcen sei eine Folge von Aneignungsformen, die auf mangelndem Wissen (u. a. über langfristige Wirkungen) basieren und sich als nicht nachhaltig herausgestellt haben. Diese Entwicklung wird als Tragik der Allmende („tragedy of the commons“) verstanden. In Bezug auf die Verantwortungsfrage plädiert Kallhoff (vgl. ebd., 62) dafür den Blick weg von der Schuldfrage und den Verantwortlichen der Vergangenheit, sondern auf die Zukunft zu richten. Für sie stehe außer Frage, dass wir für zukünftige Entwicklungen verantwortlich sind. Zudem würde uns, unabhängig davon wer die Schuld trägt, unser Wissen, dass etwas falsch läuft, zu Verantwortlichen machen (vgl. ebd., 61).

Die Anerkennung der eigenen Verantwortung für den Umweltschutz kann als Voraussetzung für umweltbewusstes Handeln betrachtet werden. Wäre die Antwort auf die Schuld- und Verantwortungsfrage klarer, würde es uns vielleicht leichter fallen unsere Mitschuld einzugestehen und Verantwortung zu übernehmen.

3.4.2. Verantwortungsablehnung – Rechtfertigungsstrategien

Herrscht Uneinigkeit bzw. Unklarheit über das Vorhandensein oder die Größe der individuellen Verantwortung fällt es leichter Verantwortung abzulehnen oder zu ignorieren. Im Folgenden sollen nun Denkweisen bzw. Interpretationen, die in der Auseinandersetzung mit einer geteilten Verantwortung auftreten können und zur Verantwortungsablehnung beitragen bzw. diese begünstigen, vorgestellt werden. Sie können auch als Rechtfertigungen für Untätigkeit aufgefasst werden.

1) „Wenn ich allein nichts bewirken kann, bin nicht ich, sondern die anderen verantwortlich.“:

Gutzwiler-Helfenfinger (2013, 35) erläutert das Problem einer geteilten Verantwortung in Bezug auf die Wahrnehmung von individueller Verantwortung: Weil die individuellen Möglichkeiten der Einflussnahme in einem bestehenden System (z.B. Öko- oder Wirtschaftssystem) begrenzt sind, ist das Handeln der anderen Menschen ausschlaggebend. Es besteht also immer eine Abhängigkeit von anderen Akteur*innen, wenn eine Veränderungen im System erzielt werden soll. Das macht es der/dem Einzelnen schwer, die direkten und indirekten Folgen des eigenen Handelns zu beurteilen bzw. zu erkennen. Diese Abhängigkeit von den anderen kann eine Distanzierung von der eigenen Verantwortung bewirken. Als Rechtfertigung für unser Handeln, können wir argumentieren, dass unser eigener kleiner Beitrag keine Wirkung hat, wenn alle anderen nichts tun oder zu wenig andere etwas tun (vgl. ebd.). Daraus kann gefolgert werden, dass Eigeninitiative im Klimaschutz eine vergeudete Investition ist, solange sie durch andere, die nichts unternehmen, untergraben wird (vgl. Kallhoff 2021, 20). Ein weiterer Schritt wäre die Abweisung der Verantwortung: „Wenn ich allein nichts bewirken kann, bin nicht ich, sondern die anderen verantwortlich.“ Die Verantwortung und Schuld werden dann den anderen zugewiesen. Nach Honnacker (2021a, 153) würde die Rolle des Individuums durch die vollständige Übertragung der Schuld in eine Kollektivschuld übersehen.

Auch Symmank und Hoffmann (2017, 957) stellen fest, dass das Problem einer geteilten Verantwortung eine mögliche Verantwortungsdiffusion ist – ein Prozess der Verantwortungsablehnung, bei dem die Verantwortung auf andere Personen übertragen wird. Mit Verweis auf Bandura (1996) erklären die Autor*innen, dass eine geteilte Verantwortung (die Aufteilung der Verantwortung auf viele Personen) zur Folge hat, dass sich die/der Einzelne weniger verantwortlich fühlt. Und je größer die Gruppe ist, desto weniger fühlt sie/er sich verantwortlich. Die/der Einzelne wird nicht persönlich für ihr/sein Handeln zur Rechenschaft gezogen. Dadurch fällt es in Gruppen leichter sich rücksichtslos und unmoralisch zu verhalten.

2) „Im Vergleich zu den anderen ist mein verursachter Schaden gering“:

Im Zusammenhang mit einer geteilten Verantwortung ist auch der Vergleich mit anderen von Bedeutung. Nagel (2022, 13) argumentiert, dass der eigene Verzicht, um

Treibhausgasemissionen zu reduzieren, wenig attraktiv ist, wenn der verursachte Schaden im Vergleich zu anderen (Verursacher*innen) gering erscheint und andere weiterhin große Mengen an Treibhausgasen ausstoßen. Einerseits findet hier ein Vergleich von verursachten Schäden statt. Weil der eigene verursachte Schaden bzw. der ökologische Fußabdruck immer viel kleiner ist als ein Schaden, der zum Beispiel von der Industrie verursacht wird, scheint dieser im Verhältnis gering und deshalb vernachlässigbar. Eine Rechtfertigung könnte dann lauten: *„Im Vergleich zu den anderen ist mein verursachter Schaden gering“*. Dass unser Lebensstil (bzw. unser alltägliches Handeln) aber von dieser Industrie abhängig ist und ohne sie nicht möglich wäre, ist uns aber oft nicht ersichtlich.

3) „Warum soll ich auf etwas verzichten, wenn es andere auch nicht tun?“:

Andererseits kommt in Nagels Aussage auch das Thema der Ungerechtigkeit ins Spiel: *„Warum soll ich auf etwas verzichten, wenn es andere auch nicht tun?“* Das Gefühl allein gegen den Klimawandel zu kämpfen und Einschränkungen dafür in Kauf nehmen zu müssen, während andere weiter machen wie bisher, könnte als ungerecht empfunden werden. Würden viele Menschen kooperieren, wäre der Gewinn für jede/n groß, der Anteil des Gewinnes, der direkt aus der Handlung einer einzelnen Person resultiert, scheint aber zu gering, um den Aufwand und die Kosten dieser Person zu kompensieren (vgl. Kallhoff 2021, 66). Niemand sei bereit in ein allgemeines Gut zu investieren, ohne zu wissen, dass die anderen Beteiligten kooperieren (vgl. ebd., 36).

Problematisch ist in diesem Zusammenhang ein Verhalten, das als „Trittbrett fahren“ bezeichnete wird (vgl. Kallhoff 2015, 150). Es beschreibt die Nutzung eines kollektiven Gutes, ohne einen Beitrag an der Erhaltung des Gutes zu leisten. Trittbrettfahrer*innen beteiligen sich nicht am Atmosphärenschatz, profitieren aber von jenen, die Emissionen reduzieren, indem sie die neuen Emissions-Freiräume für sich nutzen. Die Einsparung von Ressourcen wird deshalb auch als sinnlos betrachtet. Andere Akteur*innen, die sich nicht am Klimaschutz beteiligen, würden diese gewonnenen Freiräume für sich beanspruchen (vgl. ebd., 151). Hinzukommt, dass sie nicht nur von einem Gut profitieren, sondern auch die Kosten dafür nicht tragen müssen (vgl. ebd. 2021, 36). Die Mehrheit der Menschen wäre „free-rider“, diese genießen die Vorteile eines auf Ausbeutung basierten Systems, bezahlen aber nicht für die Kosten eines solchen Lebens. Kollektive Güter, wie die Atmosphäre, sind öffentlich. Jene, die nichts für den Erhalt oder die Nutzung des Gutes bezahlen, können

nicht von seiner Nutzung ausgeschlossen werden (vgl. ebd., 59). „Free-riding“ hat keine Konsequenzen, die Anreize für kooperatives Verhalten darstellen könnten.

4) „*Es ist sinnlos etwas zu unternehmen, wenn ich als Einzelne/r ohnehin nichts bewirken kann.*“:

Dass Erfolge im Klima- und Umweltschutz von kollektivem Handeln abhängig sind, verleitet dazu, die persönliche Verantwortung bzw. den persönlichen Beitrag zu diesen Erfolgen auszublenden oder zu vernachlässigen. Aufgrund des nur geringen Wirkens einer einzelnen Person können Menschen ihren Beitrag als „sinnlos“ betrachten. Klimaziele sind zu groß und die Möglichkeiten der/des Einzelnen zu klein, um Emissionen zu reduzieren. Individuelles Handeln wird deshalb als ineffizient und nutzlos betrachtet (vgl. Kallhoff 2021, 24). Menschen, die so denken, argumentieren womöglich folgendermaßen: „*Es ist sinnlos etwas zu unternehmen, wenn ich als Einzelne/r eh nichts bewirken kann.*“ Eine solche Argumentationsweise reduziert den Klimawandel auf ein quantitatives Problem und lässt eine mögliche Vereinigung von Akteur*innen, sowie die Bewegung anderer zum Handeln außer Acht (vgl. ebd., 25). Dass der eigene Beitrag ein Teil vom großen Ganzen ist und damit Bedeutung erlangt, bleibt unberücksichtigt.

Die Unsichtbarkeit der Auswirkungen individueller Handlungen unterstützt ein solches Denken. Auch wenn ich einen Beitrag leiste, kann das erwünschte Ergebnis erst durch kollektives Beitragen erfahrbar und sichtbar werden. Die Tatsache, dass die Wirkung einer individuellen Handlung, wie etwa der Verzicht auf bestimmte Konsumgüter, meist nicht registrierbar ist und unsichtbar bleibt, kann laut Eckardt (2021, 144) entmutigend wirken. Durch meine individuelle Handlung kann ich am Klimawandel wenig ändern. Allein kann ich das Klima weder retten, noch kann ich mir mein eigenes Stückchen stabiles Klima sichern. Das heißt, selbst wenn Individuen zugunsten des Klimaschutzes bereit sind auf bestimmte Konsumgüter zu verzichten oder eine Lebensstilveränderung durchzuführen, sind sie nicht vor einem Zusammenbruch des Klimas gewappnet, der alle gleichermaßen betrifft, so Eckardt (ebd.).

Kollmuss und Agyeman (2002, 256f) weisen darauf hin, dass unser Verantwortungsgefühl von unserer Kontrollüberzeugung beeinflusst wird: Die Kontrollüberzeugung ist (bei Newhouse 1991) die wahrgenommene Fähigkeit einer Person Veränderungen durch ihr eigenes Verhalten herbeizuführen. Sie kann mit dem Begriff der „Verhaltenskontrolle“ (der wahrgenommenen Fähigkeit, ein Verhalten ausführen zu können) in der „Theory of Planned

Behaviour“ (vgl. Kapitel 2.1) verglichen werden. Die Verhaltenskontrolle wird als wichtige Variable für das Zustandekommen einer Verhaltensintention betrachtet. Menschen mit einer hohen internen Kontrollüberzeugung glauben, dass ihre eigenen Handlungen zu Veränderungen führen, während Menschen mit einer hohen externen Kontrollüberzeugungen ihre eigenen Handlungen als unbedeutend ansehen und denken, dass Veränderungen nur von anderen, Mächtigen herbeigeführt werden können (vgl. Kollmuss & Ayeman 202, 256f). Eine solche innere Haltung, die das eigene Handeln als unbedeutend oder sinnlos betrachtet, wird die Ablehnung von Verantwortung begünstigen.

5) „Wir stecken schon viel zu tief drin. Da kommt man nicht mehr raus“:

Einen weiteren Einwand gegen verantwortungsvolles Handeln nennt Kallhoff (2015, 162) den „Fatalismuseinwand“: Der Klimawandel sei eine Tatsache, die nicht mehr rückgängig gemacht werden kann. Dafür würde sich bereits eine zu große Masse an klimawirksamen Gasen in der Atmosphäre befinden. Selbst eine drastische Reduktion von Emissionen könnte daran nichts mehr ändern. Nichtsdestotrotz müsste man sich Gedanken über den zukünftigen Umgang mit der Atmosphäre machen, denn die Handlungsoptionen für mögliche Maßnahmen zum Atmosphärenschatz wären noch nicht ausgeschöpft, meint Kallhoff.

Kein „Zurück“ gibt es auch aufgrund unserer tiefen Verstrickung in die Mitschuld: Durch unseren Lebensstil tragen wir eine Mitschuld, von der wir uns unmöglich komplett befreien können. Aussagen wie „*da kommt man eh nicht mehr raus*“ deuten darauf hin, dass die Person sich aufgrund einer vermeintlichen „Unmöglichkeit“ aus dem System auszutreten, bereits damit abgefunden hat mitschuldig zu sein. Immer wieder begründen Menschen ihre Untätigkeit damit, dass, es „jetzt eh schon zu spät“ sei und es „kein Zurück mehr“ gebe, weil „wir schon viel zu tief drinstecken“ würden. Dass es aber nicht um das unrealistische Ziel der absoluten Schuldfreiheit gehen muss und dass „wenig“ besser als „nichts“ ist, wird ignoriert. „Entweder ganz oder gar nicht“, könnte deren Vorwand lauten. Dazwischen gibt es nichts.

Honnaker (2021a, 151) weist auf diese Problematik der „Unmöglichkeit eines richtigen Lebens im falschen“ hin. Unser alltägliches Handeln wird durch politische, kulturelle und ökonomische Strukturen geprägt, wodurch es fast unmöglich wird, nicht Kompliz*in und Nutznießer*in eines Alltags zu sein, der unweigerlich ökologisch verheerende Effekte zeigt. Diese „ökologische Schuld“ hat also eine strukturelle Qualität. Indem wir einer Arbeit

nachgehen, Transportmittel verwenden und die vielen anderen Techniken nutzen, die bereits Bestandteil des täglichen Lebens sind, tragen wir eine unabwendbare Mitschuld. Eine Möglichkeit mit Schuldgefühlen umzugehen, ist nach Kollmuss und Agyeman (2002, 257) die Delegation von Schuld, das heißt die Ablehnung eigener Schuld und die Beschuldigung anderer, beispielsweise die Politik, die Industrie und Konzerne. Honnacker (2021a, 153) sieht aber auch ein Potential in dem Gefühl von Schuld. Das Bewusstsein über unsere Kollektivschuld könne nämlich auch ein Gefühl der moralischen Verpflichtung erzeugen. Sie sieht Schuld als eine „Schlüsselemotion“ der Transformation an.

4. Zusammenfassung

In der vorliegenden Arbeit galt es herauszufinden, welche Faktoren die Umsetzung umweltgerechten Verhaltens erschweren bzw. verhindern. Dabei waren insbesondere Einflüsse und Gegebenheiten der äußeren (sozialen) Umwelt von Interesse und weniger personenbezogene Faktoren, die sich auf die Persönlichkeit und die individuellen Fähigkeiten beziehen. Letzteres betreffend ist die Fähigkeit zur Selbstkontrolle zu erwähnen, die es uns ermöglicht, uns angesichts interner und externer Widerstände bewusst an selbst gewählten Standards auszurichten und uns entgegen konkurrierenden motivationalen Tendenzen zu entscheiden. Aber auch unsere moralische Identität bzw. die Ausprägung und Stärke, der im Selbstkonzept verinnerlichten, moralischen Eigenschaften, sind für moralisches Handeln mitbestimmend. Diese individuellen Eigenschaften und Fähigkeiten, die teils genetisch verankert sind, aber auch im sozialen Austausch bzw. in der Sozialisation gebildet werden, stellen wichtige Grundlagen für moralisches Handeln dar, wurden aber in dieser Arbeit weniger ausführlich behandelt. Es soll jedoch angemerkt sein, dass von unterschiedlichen individuellen Voraussetzungen, die moralisches Handeln begünstigen oder erschweren, auszugehen ist. Moralisches Handeln resultiert aus einem komplexen Entscheidungsprozess, der von einer Vielzahl an Faktoren bestimmt wird, die hier nicht vollständig abgebildet werden konnten. Die Arbeit beschränkt sich auf ausgewählte Faktoren, die sich im umweltethischen Kontext als besonders relevant herausgestellt haben. Diese treffen nicht auf alle Menschen gleichermaßen zu, sondern sind, abhängig von sozialen und individuellen Gegebenheiten, mehr oder weniger von Bedeutung. Folgende behandelte Faktoren können zusammengefasst werden:

- Wahrnehmungs-, Beurteilungs- und Entscheidungsprozesse, die zur Umsetzung oder Unterlassung einer moralischen Handlung führen, werden von den Menschen in unserem Umfeld, unserer Gesellschaft und unserer Kultur beeinflusst. Als Angehörige sozialer Gruppen werden wir mit Normen, Werten und Normalitätsvorstellungen konfrontiert. Unser Streben nach Gruppenzugehörigkeit und Anerkennung, sowie die Angst vor Ablehnung führen dazu, dass wir uns den Erwartungshaltungen der Gruppenmitglieder anpassen und die Gruppenmoral, als unsere eigene übernehmen. Unser Lebensstil und unsere Konsumentscheidungen sind also Ausdruck unserer Gruppenzugehörigkeit bzw. sozialen Identität. Wenn

eine nachhaltige Lebensweise Abweichungen von sozialen Erwartungen und Wertvorstellungen bedeuten und mit Ablehnung oder Ausgrenzung einhergehen, spricht dies gegen sie. Folglich ist die Umsetzung eines nachhaltigen Lebensstils davon abhängig, ob diese innerhalb der eigenen Gruppen als möglich erscheint.

- In der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Anforderungen werden wir mit Widersprüchen konfrontiert. Ein mäßigeres, suffizientes Konsumverhalten ist mit einer materiellen und besitzorientierten Wertorientierung unserer Konsumgesellschaft schlichtweg unvereinbar. Der/die Konsument*in wird vor die Wahl gestellt und muss sich entscheiden welchen Anforderungen er/sie gerecht werden möchte. Ein nachhaltiger Lebensstil ist vor allem dann unattraktiv, wenn suffizientes Verhalten als Verlust von Freude und Freiheit interpretiert wird.
- Unsere Entscheidungen werden von gesellschaftlich und kulturell tief verwurzelten Bedeutungs- und Wertzuschreibungen beeinflusst. Symbolische Bedeutungen (wie zum Beispiel das für Freiheit und Flexibilität stehende Auto, oder das mit „Männlichkeit“ assoziierte Essen von Fleisch), sind Teil unserer kulturellen Identität und können mit ökologischen Werten im Konflikt stehen.
- Einen weiteren Faktor bilden Ideologien bzw. Vorstellungen und Ansichten über unser Verhältnis zur Natur und anderen Lebewesen, die Veränderungen im Denken und Handeln erschweren. Die tief in uns verankerte und lange zurückgehende Vorstellung von der Überlegenheit des Menschen und einer unerschöpflichen Natur, die für den Menschen geschaffen ist, prägt seit Jahrhunderten unser Denken. Diese anthropozentrische Sicht auf die Welt beeinträchtigt die Wahrnehmung unserer Verantwortung gegenüber der natürlichen Umwelt. Die Macht der Gewohnheit erklärt, warum es uns so schwerfällt, uns von diesem alten Weltbild zu lösen. Sie produziert immer noch eine Art von Ungläubigkeit, oder Verharmlosung der ökologischen Krise.
- Unserem Umgang mit Tieren liegt zudem eine karnistische Denkweise bzw. ein karnistischer Habitus zugrunde. Unsere Ansichten über Tiere, uns selbst und die Welt basieren auf Mythen, die wir gelernt haben zu akzeptieren. Tiere zu essen, sehen wir als „normal“, „natürlich“ und „notwendig“ an, als etwas, das es immer gegeben hat und immer geben wird. Abwehrprozesse sorgen dafür, dass unsere Empathie für Tiere unterdrückt, widersprüchliche Informationen ignoriert und kritisches Denken verhindert wird. Das Rechtssystem mit seinen Gesetzen über den

Umgang mit Tieren trägt zur Reproduktion und Legitimierung der Ideologie des Karnismus bei. Ferner bestätigen auch andere Professionelle, denen wir unser Vertrauen schenken (Ärzt*innen, Berater*innen, Politiker*innen, Lehrer*innen, ...) immer wieder die Mythen rund um den Fleischkonsum. Darüber hinaus unterstützen die Medien das karnistische System. Durch ideologisch geleitete Ernährungsbilder und die bewusste Verschleierung von Wahrheiten, wird das Wissen der Konsument*innen über ethische, ökologische und ernährungsbezogene Probleme unterminiert. Indem die Medien verhindern, dass Informationen an Verbraucher*innen gelangen, bleibt der Karnismus als Ideologie unsichtbar.

- Wenn Nachhaltigkeit (unter anderem) weniger zu konsumieren bedeutet, steht dies auch ganz klar im Widerspruch zu wirtschaftlichen Interessen. Werbebotschaften fordern uns dazu auf immer mehr und billiger zu konsumieren. Sich diesen Aufforderungen zu widersetzen und bewusste Konsumententscheidungen zu treffen erscheint angesichts einer ständigen Ausgesetztheit gegenüber medialen Reizen herausfordernd.
- Weiters beeinflussen die Medien unsere Wahrnehmung und Bewertung von Umweltereignissen. Eine angsteinflößende und abschreckende (Bild-)Sprache in der Berichterstattung über Umweltprobleme bewegt Menschen nicht zu nachhaltigem Handeln, sondern erzeugt Gefühle der Hilflosigkeit, auf die mit Apathie und Resignation reagiert wird. Aber auch Bestätigungstendenzen sind ein ungünstiger Faktor, der sich auf die Problemwahrnehmung auswirkt. Informationen, die unsere bestehenden Werte und mentalen Konzepte nicht unterstützen, werden dann einfach vernachlässigt oder überhaupt nicht wahrgenommen. Problematisch ist das deshalb, weil durch die Auflösung von Widerständen ihr Potenzial für Veränderung verloren geht.
- Aber auch die Komplexität von Umweltphänomenen kann Untätigkeit begünstigen. Wenn sich Menschen von Klimaereignissen nicht betroffen fühlen, weil diese ihr tägliches Leben (noch) nicht beeinträchtigen, in ferner Zukunft liegen, oder weil ihre Auswirkungen unsicher sind, kann dies zur Verharmlosung und Ungläubigkeit führen. Die Unfassbarkeit bzw. Komplexität verhindert zudem das Wirksamwerden von Gefühlen, die zum klimabewussten Handeln motivieren. Weil gegenwärtige Generationen im Vergleich zu künftigen Generationen wenig vom Klimawandel betroffen sind, haben sie kaum einen Anreiz zu handeln. Kurzsichtigkeit und die

Vernachlässigung unserer intergenerationellen Verantwortung führt dazu, dass Probleme ignoriert und an die nächste Generation weitergegeben werden.

- Ein weiterer ungünstiger Faktor ist, dass Konsument*innen in Fragen der Nachhaltigkeit mit Unsicherheiten konfrontiert sind. Nachhaltigkeitsbewertungen gestalten sich angesichts komplexer ökologischer Zusammenhänge, fehlender oder nur schwer zugänglicher Informationen, sowie widersprüchlicher Aussagen in den Medien und der Wissenschaft als herausfordernd. Der für eine „sichere“ Beurteilung zu leistende Mehraufwand an Zeit (um herauszufinden, welche Produkte zu bevorzugen sind) kann zudem abschreckend wirken. Fühlt sich die/der Einzelne überfordert die „richtigen“ Entscheidungen zu treffen, begünstigt dies Untätigkeit und das Festhalten am Bewährten.
- Unsicherheit herrscht auch bezüglich der Verantwortungszuschreibungen. Aufgrund der geringen Wirkmacht individuellen Handelns und der Abhängigkeit von kollektivem Handeln, wird von der Verantwortung des Einzelnen häufig abgesehen. Aber auch der Vergleich mit anderen, die größere Schäden verursachen, oder das Gefühl der Unmöglichkeit einer Wiedergutmachung (bzw. Schuldfreiheit) kann zur Delegation von Schuld und zur Distanzierung von der eigenen Verantwortung führen.

Die genannten Punkte geben Aufschluss darüber, welche sozialen, emotionalen und kognitiven Widerstände in der Auseinandersetzung mit komplexen Umweltthemen, widersprüchlichen gesellschaftlichen Anforderungen und moralischen Ansprüchen, das Festhalten am gewohnten Verhalten bzw. Untätigkeit im Umweltschutz begünstigen. Sie können mögliche Antworten auf die Frage geben, warum es zu keiner Verhaltensveränderung kommt, selbst wenn wir einen veränderten Umgang mit unserer Umwelt als notwendig betrachten.

5. Fazit

Es wird deutlich, dass wir bei der Umsetzung von umweltbewussten Verhalten vor einigen Herausforderungen stehen:

- Es fällt schwer aus gewohnten Denk- und Verhaltensmustern auszubrechen, von sozialen Wert- und Normalitätsvorstellungen abzuweichen, entgegen den Erwartungshaltungen anderer zu handeln, sich sozialen Zwängen zu widersetzen und sich dabei der Gefahr der Ablehnung auszusetzen.
- Es fällt schwer sich von einem anthropozentrischen Weltbild und der Vorstellung einer unerschöpflichen Natur zu lösen, wenn diese schon so lange unser Denken über unser Verhältnis zu anderen Lebewesen und der Natur bestimmen. Die Welt neu zu denken, sich selbst in Frage zu stellen, sowie sich einzugestehen, dass man an die falschen „Wahrheiten“ geglaubt hat, ist nicht einfach.
- Es fällt schwer die Gewalt gegen Tiere und unsere Natur wahrzuhaben und sich Gefühlen der Wut, Trauer, Scham, Machtlosigkeit, Unsicherheit oder auch Angst zu stellen. Leichter erscheint es sich mit den Problemen auf unserer Welt erst gar nicht zu befassen und negativen Informationen aus dem Weg zu gehen.
- Es fällt schwer die Motivation zum Handeln zu finden, wenn die Anreize fehlen. Die hohen (sicheren) Kosten individuellen Handelns stehen einem geringen (unsicheren), in ferner Zukunft liegenden, Nutzen gegenüber. Weder wird sozial-kooperatives Verhalten zugunsten des Klimaschutzes belohnt, noch sind positive Auswirkungen wahrnehmbar. Vielmehr werden damit Einschränkungen und der Verlust von Freiheit assoziiert. Das Verzichten (auf selbst „unwichtige“ Konsumgüter) fällt schwer, wenn uns die Werbung ununterbrochen vom Gegenteil zu überzeugen versucht. Weiters kann der Mehraufwand an Zeit, um herauszufinden, welche Produkte zu bevorzugen sind, um stets am neusten Stand zu sein, sowie komplexe und widersprüchliche Informationen richtig interpretieren zu können, abschrecken und überfordern.

Aber auch die negativen Anreize fehlen, etwa weil der Klimawandel aufgrund seiner zeitlichen und räumlichen Distanz von vielen nicht als Bedrohung wahrgenommen wird, oder weil Menschen, die nicht kooperieren wollen, die (zukünftigen) negativen Auswirkungen nicht zu spüren bekommen.

- Es fällt schwer sich die Mitschuld als Nutznießer*in eines Alltags, der verheerende Auswirkungen auf die Umwelt zeigt, einzugestehen und unsere Verantwortung für unsere Umwelt, als auch die Verantwortung für zukünftige Generationen anzunehmen, wenn wir doch genauso gut weiterzumachen können wie bisher und die Verantwortung weiterreichen können.

Und doch sollten wir einen Weg finden uns diesen Herausforderungen zu stellen, wenn wir positive Entwicklungen in der Zukunft anstreben. Ausgehend von der dargestellten Problemlage, müssten folgende Punkte realisiert werden, um die Umsetzung umweltbewussten Handelns zu erleichtern:

- Ideologien und Mythen, die unsere Gedanken und unser Verhalten leiten, müssen sichtbar gemacht werden. Erst dann besitzen wir die Freiheit selbst zu denken und zu handeln. Durch die Aufdeckung unsichtbarer Prozesse kann ein „Aufrütteln“ erzielt werden, das ein erster Schritt hin zu einem Umdenken ist. Wir müssen wegkommen von einem Denken, das Ausreden für unsere Untätigkeit sucht – Ausreden, die auf Unwissen, fehlerhaften und fragwürdigen Annahmen basieren. Wir müssen uns für neue „Wahrheiten“ öffnen und es uns eingestehen, wenn wir in der Vergangenheit falsch lagen.
- Wir müssen uns der Macht der Gewohnheit stellen und die Kraft aufbringen, immer wieder gegen die automatisierten Denk- und Verhaltensmuster anzukämpfen, bis neue Muster und schließlich Gewohnheiten entstehen. Vielleicht braucht es viele Versuche, bis sich Veränderungen im Verhalten einstellen. Aus unserer Vergangenheit wissen wir, dass das, was wir gewöhnt sind, und das, was als normal gilt, sich wandeln kann.
- Wir müssen die Werte, die unserer Gesellschaft zu Grunde liegen, hinterfragen und uns überlegen, ob wir diese anerkennen wollen. Teilen wir eine Weltsicht, in der Menschen einen höheren Wert besitzen als andere Lebewesen, oder die Werte unserer Konsumgesellschaft? Werden die Werte unserer Gesellschaft (von uns) anders gewichtet, stellt sich die Frage, ob man den Erwartungshaltungen anderer Menschen, deren Werte man nicht mehr teilt, überhaupt entsprechen möchte. Möglicherweise trifft man auf Menschen, die sich für neue Sichtweisen öffnen, wenn man sie damit konfrontiert.

Wird anderen Werten (wie der Natur oder Gerechtigkeit) mehr Aufmerksamkeit geschenkt, fällt es womöglich auch leichter sich mit einem neuen bzw. veränderten Lebensstil anzufreunden, ohne diesen als Verlust von Freiheit zu interpretieren. Realisieren wird, dass unser Lebensstil auf einem gewaltvollen System der Ausbeutung (von Menschen, Tieren und der Natur), das auf Kosten der Freiheit anderer, die anderswo leben oder zukünftig leben werden, aufbaut, wird schnell klar, dass ein solcher Lebensstil erst gar nicht möglich sein sollte. Indem wir von dem System profitieren und wissen, dass es falsch ist, tragen wir eine Mitschuld. Diese sollte unser moralisches Verpflichtungsgefühl verstärken.

- Wir müssen von einem Kosten-Nutzen-Denken Abstand nehmen. Moralisches Handeln zielt nicht auf einen persönlichen Nutzen. Sucht man nach einem Gewinn, wird man nicht fündig werden, weil die Früchte unseres Handelns erst von zukünftigen Generationen geerntet werden. Umwelthandel ist ein Handeln für andere, in der Zukunft lebende Menschen und Lebewesen, für deren Lebensraum wir Verantwortung tragen.
- Zu guter Letzt müssen wir Verantwortung übernehmen. Auch wenn umstritten ist, wie groß die individuelle Verantwortung im Verhältnis zur Verantwortung anderer Entscheidungsträger*innen wie Regierung, Politik oder Industrie ist, kann zumindest argumentiert werden, dass der/die Einzelne als Verbraucher*in, als Entscheidungsträger*in in unterschiedlichen Handlungsbereichen und als Teil eines Kollektivs für zukünftige Entwicklungen verantwortlich ist. Menschen, die argumentieren „ich allein kann ja eh nichts bewirken“, mögen (in den meisten Fällen) recht haben, ignorieren dabei aber die Tatsache, dass sie ein Teil eines Kollektivs sind, das sehr wohl Veränderungen erzielen kann und, dass sie durch ihr Handeln auch andere zum Handeln bewegen können. Gehen wir von einer „geteilten Verantwortung“ aus, können wir daraus die moralische Verpflichtung, einen Beitrag zu leisten, ableiten. Wie groß dieser Beitrag im Vergleich zu anderen ist, sollte für die/den Einzelnen nicht von Bedeutung sein. Dass (bestimmte) andere eine größere Wirkung erzielen können wissen wir. Diese Tatsache kann uns unsere individuelle Verantwortung aber nicht absprechen. Es braucht keinen Vergleich mit anderen, um dem eigenen Handeln moralische Bedeutung zu geben. Dass es „schon zu spät ist“, weil der Klimawandel nicht mehr rückgängig gemacht werden kann, kann kein Argument dafür sein alle Bemühungen als sinnlos abzutun.

Schließlich muss es ja nicht das Ziel sein, diesen aufzuhalten. Es muss auch nicht um radikale Veränderungen gehen, oder um unrealistische Ziele wie einen kompletten „Ausstieg“ aus dem System. In manchen Bereichen mögen wir vielleicht keine andere Wahl haben, als uns dem System zu fügen, in anderen gibt es jedoch einen Spielraum, in dem es uns möglich ist, uns zwischen umweltschädlichen und umweltfreundlichen Handlungen zu entscheiden. Auch wenn es vielleicht (zunächst) nur kleine Veränderungen sind, ist das besser als gar nichts beizutragen.

Literaturverzeichnis

- Arnold, D. G.; Beauchamp, T. L.; Bowie, N. E. (Hrsg.) (2013): *Ethical Theory and Business*. 9. Aufl., Boston, München.
- Aquino, K.; Reed, A. II (2002): "The Self-importance of Moral Identity". In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 83 (6), S. 1423-1440.
- Bain, P. G.; Milfont, T. L.; Kashima, Y.; Bilewicz, M.; Doron, G.; Garðarsdóttir, R. B.; ... (2015). "Co-benefits of Addressing Climate Change Can Motivate Action Around the World." In: *Nature Climate Change*, 6 (2), 154-157.
- Bandura, A. (1978): "Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change". In: *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1 (4), S. 139-161.
- Baumeister, R. F.; Heatherton, T. F.; Tice, D. M. (1994): *Losing Control. How and Why People Fail at Self-regulation*. San Diego.
- Baumeister, R. F.; Bratslavsky, E.; Muraven, M.; Tice, D. M. (1998): "Ego Depletion: Is the Active Self a Limited Resource?". In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 74 (5), S. 1252-1265.
- Baumeister, R. F.; Vohs, K. D. (2007): "Self-Regulation, Ego Depletion, and Motivation". In: *Social Pers Psych Compass*. 1 (1), S. 115-128.
- Beck, V.; Ladwig, B. (2021): "Ethical Consumerism: Veganism". In: *Wiley Interdisciplinary Reviews. Climate Change*. 12 (1).
- Blasi, A. (1980): "Bridging Moral Cognition and Moral Action: A Critical Review of the Literature". In: *Psychological Bulletin*. 88 (1), S. 1-45.
- Blasi, A. (1984): „Autonomie im Gehorsam: Der Erwerb von Distanz im Sozialisationsprozeß“. In: W. Edelstein; J. Habermas (Hrsg.): *Soziale Interaktion und soziales Verstehen. Beiträge zur Entwicklung der Interaktionskompetenz*. Frankfurt/M: Suhrkamp, S. 300-347.
- Bohn, C.; Hahn, A., (1999/2007): „Pierre Bourdieu (1930-2002)“. In: Kaesler, D. (Hrsg.): *Klassiker der Soziologie. Band 2. Von Talcott Parsons bis Anthony Giddens*. 5. Aufl., München: Verlag C. H. Beck, S. 289-310.
- De Haan, G. (1995): „Umweltbewußtsein“. In: Jänicke, M.; Bolle, HJ.; Carius, A. (Hrsg.): *Umwelt Global*. Berlin, Heidelberg: Springer.

- Ditto, P. H.; Pizarro, D. A.; Tannenbaum, D. (2009): „Motivated Moral Reasoning”. In: Bartels, D. M.; Bauman, C. W.; Skitka, L. J.; Medin, D. L. (Hrsg.): *Moral Judgment and Decision Making*. Amsterdam, S. 307-338.
- Düwell, M.; Hübenthal, C.; Werner, M. H. (Hrsg.) (2006): *Handbuch Ethik*. 2. Aufl., Stuttgart.
- Ekardt, F. (2021): *Theorie der Nachhaltigkeit. Ethische, rechtliche, politische und transformative Zugänge – am Beispiel von Klimawandel, Ressourcenknappheit und Welthandel*. 3. Aufl., Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Frankena, W. K.; Hoerster, N. (1981): *Analytische Ethik. Eine Einführung*. 3. Aufl., München.
- Frimer, J. A.; Schaefer, N.; Oakes, H. (2014): „Moral Actor, Selfish Agent”. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 106 (5), S. 790-802.
- Fritsche, I.; Barth, M.; Jugert, P.; Masson, T.; Reese, G. (2018): “Social Identity Model of Pro-environmental Action (SIMPEA)”. In: *Psychological Review*, 125 (2), S. 245-269.
- Fitzsimmons, G. M.; Bargh, J. A. (1999): “Automatic Self-Regulation”. In: Baumeister, R. F. (Hrsg.): *The Self in Social Psychology*. Hove, S. 151-170.
- Gardiner, S. M. (2011): *A Perfect Moral Storm. The Ethical Tragedy of Climate Change*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Greene, J. D. (2005): “Cognitive Neuroscience and the Structure of the Moral Mind”. In: Carruthers, P.; Laurence, S.; Stich, S. (Hrsg.): *The Innate Mind*, S. 338-352.
- Gutzwiller-Helfenfinger, E. (2013): „Moralität in alltäglichen Konsumsituationen: eine entwicklungspsychologische Perspektive“. In: *Haushalt in Bildung & Forschung*, 2 (3), S. 21-42.
- Haidt, J. (2001): “The Emotional Dog and its Rational Tail: A Social Intuitionist Approach to Moral Judgment”. In: *Psychological Review*, 108 (4), S. 814-834.
- Haidt, J. (2007): “The New Synthesis in Moral Psychology”. In: *Science*, 316 (5827), S. 998-1002.
- Haidt, J.; Joseph, C. (2004): “Intuitive Ethics: How Innately Prepared Intuitions Generate Culturally Variable virtues”. In: *Daedalus*, 133 (4), S. 55-66.
- Halsband, A. (2022): „Untätigkeit im Klimawandel als Problem moralischer Motivation. Eine tugendethische Analyse“. In: Sturma, D. (Hrsg.); Quante, M.; Nida-Rümelin, J.: *Natur, Ethik und Ästhetik*. Brill Mentis, S. 353-384.

- Hausmann, C.; Koller, M. M. (2011): *Psychologie, Soziologie und Pädagogik: Ein Lehrbuch für Pflege- und Gesundheitsberufe*. Wien.
- Holzmann, R. (2016): *Betrug und Korruption im Experiment: Ansätze für ein evidenzbasiertes Compliance-Management*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Holzmann, R. (2019): *Wirtschaftsethik*. 2. Auflage. München: Springer Gabler.
- Honnacker, A. (2020): "Environmentalism and Democracy". In: *European Journal of Pragmatism and American Philosophy*.
- Honnacker, A. (2021a): „Von Klimasünden, Flugscham, and Moralischen Streckübungen: Ökologisches (Schuld-)Bewusstsein im Anthropozän“. In: *The Germanic Review*, 96 (2), S. 143-158.
- Honnacker, A. (2021b): „Stressfaktor Klimakrise. Für eine ökologische Demokratisierung der Demokratie“, In: Dabrowski, M.; Radtke, M.; Ehret, P. (Hrsg.): *Demokratie – Gerechtigkeit – Partizipation*. Verlag Ferdinand Schöningh.
- Jain, S. P.; Maheswaran, D. (2000): "Motivated Reasoning: A Depth-of- Processing Perspective". In: *Journal of Consumer Research*, 26 (4), S. 358-371.
- Jones, T. M. (1991): "Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model". In: *Academy of Management Review*, 16 (2), S. 366-395.
- Joy, M. (2011): *Why We Love Dogs Eat Pigs and Wear Cows: An Introduction to Carnism: the Belief System that Enables Us to Eat Some Animals and Not Others*. Conari Publishers Group UK distributor.
- Kahneman, D., Amos, T. (1979): "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk". In: *Econometrica*, 47 (2), S. 263-291.
- Kay-Enders, B. (1996): *Marketing und Ethik. Grundlagen, Determinanten, Handlungsempfehlungen*. Wiesbaden.
- Kallhoff, A. (2015): „Klimakoooperation: Kollektives Handeln für ein öffentliches Gut“, In: Kallhoff, A.: *Klimagerechtigkeit und Klimaethik*. Wiener Reihe. Berlin: Walter de Gruyter, 143-167.
- Kallhoff, A. (2021): *Climate Justice and Collective Action*. (Routledge Studies in Climate Justice). Oxford: Routledge.
- Kollmuss, A.; Agyeman, J. (2002): "Mind the Gap: Why Do People Act Environmentally and What Are the Barriers to Pro-environmental Behavior?". In: *Environmental Education Research*. 8 (3), S. 239-260.

- Kunda, Z. (1990): „The Case for Motivated Reasoning”: In: *Psychological Bulletin*, 108 (3), S. 480-498.
- Lange, L. (2019): *Sollen wollen und lassen sollen. Die Lücke zwischen Moral und Verhalten*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Maloney, M. P.; Ward, M. P. (1973): “Ecology: Let’s Hear from the People. An Objective Scale for the Measurement of Ecological Attitudes and Knowledge”. In: *American Psychologist*, 28 (7), S. 583-586.
- Mannes, J. (2017): „Die gesellschaftliche Konstruktion des Fleischkonsums - und die Formierung des Karnismus-Habitus“. In: *Soziologiemagazin*, 10 (1), S. 13-32.
- Mazar, N.; Amir, O.; Ariely, D. (2008): “The Dishonesty of Honest People: A Theory of Self-Concept Maintenance”. In: *Journal of Marketing Research*, 45 (6), S. 633-644.
- Midgley, M. (2001): *Science and Poetry*. London, New York: Routledge, S. 105-139.
- Mock, M. (2020): „Verantwortliches Individuum? Die (Un-)Haltbarkeit der Erzählung von der Konsumentinnenverantwortung“. In: Blühdorn, I.; Butzlaff, F.; Deflorian, M.; Hausknost, D.; Mock, M.: *Nachhaltige Nicht-Nachhaltigkeit. Warum die ökologische Transformation der Gesellschaft nicht stattfindet*. 2. Aufl., Bielefeld: transcript Verlag, S. 245-272.
- Montaño, D. E.; Kasprzyk, D. (2008): “Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, and the Integrated Behavioral Model”. In: Glanz, K., Rimer, B. K., Viswanath, K. (Hrsg.): *Health Behavior and Health Education: Theory, Research, and Practice*. Jossey-Bass, S. 67-96.
- Nagel, L. (2022): *Vom Gefahren- zum Chancennarrativ. Wie Klimakommunikation psychologische Barrieren gegenüber nachhaltigem Handeln überwinden kann*. IASS Discussion Paper.
- Narvaez, D.; Lapsley, D. K. (2009): “Moral Identity, Moral Functioning, and the Development of Moral Character”. In: Bartels, D. M.; Bauman, C. W.; Skitka, L. J.; Medin, D. L. (Hrsg.): *Moral Judgment and Decision Making*. Amsterdam, S. 237-274.
- Ott, K. (2014): *Umweltethik. Zur Einführung*. 2. Aufl., Hamburg: Junius Verlag.
- Raab, G.; Unger, A.; Unger, F. (2010): *Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung*. 3. Aufl., Wiesbaden.
- Reidel, J. (2013): „Zur Ethik des Konsums – Konsumentenverantwortung als Lösung globaler Probleme?“ In: *Haushalt in Bildung und Forschung*, 2 (2), S. 3-13.

- Reisch, L. A. (2002): „Kultivierung der Nachhaltigkeit - Ein neuer Weg zu nachhaltigem Konsum?“. In: *GAIA*, 11 (2).
- Roberts, J. (2021): “Empathy Cultivation through (Pro)Social Media: A Counter to Compassion Fatigue”. In: *Journalism and Media*. 2, 819-829.
- Schlegel-Matthies, K. (2013): „Ethik, Konsumentenverantwortung und Verbraucherbildung im Spannungsfeld“. In: *Haushalt in Bildung & Forschung*. 2 (2), S. 61-70.
- Schmidt, I. (2017): „Konsumentenverantwortung“. In: Heidbrink, L.; Langbehn, C.; Loh, J. (Hrsg.): *Handbuch Verantwortung*. Springer, S. 735-764
- Sezgin, H. (2018): „Wann, wenn nicht jetzt? Warum es oft schwer fällt, das Gute zu tun.“ In: *Indes*, 7 (1), S. 122-129.
- Shah, J. Y.; Kruglanski, A. W. (2000): “Aspects of Goal Networks”. In: Boekarts, M.; Pintrich, P. R.; Zeidner, M. (Hrsg.): *The Handbook of Self-Regulation*. San Diego, S. 86-109.
- Speck, M. (2016): *Konsum und Suffizienz. Eine empirische Untersuchung privater Haushalte in Deutschland*. Springer. Wiesbaden
- Steg, L. (2019): *Environmental Psychology: An Introduction*. John Wiley & Sons.
- Stengel, O. (2011): *Suffizienz - Die Konsumgesellschaft in der ökologischen Krise*. München: Oekom Verlag.
- Stern, P. (2000): “Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior”. In: *Journal of Social Issues*, 56 (3), S. S. 407-424.
- Stets, J. E.; Carter, M. J. (2006): “The Moral Identity: A Principle Level Identity”. In: McClelland, K.A.; Fararo, T.J. (Hrsg.): *Purpose, Meaning, and Action: Control System Theories in Sociology*. New York, S. 293-316.
- Symmank, C.; Hoffmann, S. (2017): „Leugnung und Ablehnung von Verantwortung“. In: Heidbrink, L.; Langbehn, C.; Loh, J. (Hrsg.): *Handbuch Verantwortung*. Springer, S. 949-972.
- Taylor, P. (1997): „Die Ethik der Achtung gegenüber der Natur“. In: Krebs, A.: *Naturethik. Grundtexte der gegenwärtigen tier- und ökoethischen Diskussion*. Suhrkamp. S. 111-143.
- Thome, H. (2003): „Soziologische Wertforschung. Ein von Niklas Luhmann inspirierter Vorschlag für die engere Verknüpfung von Theorie und Empirie“. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 32 (1), S. 4-28.

- Trummer, M. (2015): „Die kulturellen Schranken des Gewissens – Fleischkonsum zwischen Tradition, Lebensstil und Ernährungswissen“: In: Ploeger, A.; Schönberger, G.; Hirschfelder, G.; Rückert-John, J.: *Was der Mensch essen darf. Ökologischer Zwang, ökologisches Gewissen und globale Konflikte*. Wiesbaden: Springer.
- Urban, D. (1986): „Was ist Umweltbewußtsein?“. In: *Zeitschrift für Soziologie*, 15 (5), S. 363-377.

Anhang

Abstract

Auch wenn sich viele Menschen darin einig sind, dass Maßnahmen zur Bekämpfung von Tierleid, Umweltschäden und Klimawandel erforderlich sind und Verhaltensänderungen in Bezug auf unser Ess-, Konsum- und Reiseverhalten notwendig sind, schaffen es nur wenige diese Veränderungen umzusetzen. In der vorliegenden Arbeit soll es um diese Kluft zwischen dem als „moralisch“ und „richtig“ bewerteten Verhalten und dem tatsächlichen Verhalten gehen. Dabei ist von Interesse welche Faktoren sich als Widerstände moralischen Handelns im Kontext der Umweltethik auf tun können bzw. welche Einflüsse die Entscheidung für die „richtige“ Handlungsalternative erschweren. Um mögliche bedeutsame Faktoren für moralisches Verhalten herauszuarbeiten, wird untersucht, wie moralische Ansprüche praktisch werden können, bzw. unter welchen Gegebenheiten, Bedingungen und Voraussetzungen sie realisiert werden können und welche Faktoren die Bereitschaft, der moralischen Handlung Vorrang gegenüber anderen Handlungen zu geben, beeinflussen. Dafür werden Theorien zur Erklärung von moralischem Verhalten bzw. Umweltverhalten herangezogen. Anschließend wird der zentralen Fragestellung dieser Arbeit nachgegangen. Diese konzentriert sich auf ausgewählte Faktoren, die sich als Barrieren für moralisches Handeln in umweltrelevanten Kontexten herausgestellt haben. Hier werden beispielsweise Wert- und Normalitätsvorstellungen, Erwartungshaltungen, Weltanschauungen, Ideologien und Mythen, mit denen Menschen als Mitglieder sozialer Gruppen, einer Gesellschaft und Kultur konfrontiert werden, thematisiert. Aber auch die, durch die Medien (und die Werbung) vermittelten, teils widersprüchlichen Botschaften an Konsument*innen, die gezielte Verschleierung von Wahrheiten und die unvorteilhafte Sprache in der Klimakommunikation können Umweltverhalten erschweren bzw. verhindern. Ferner sind die Komplexität des Klimawandels und die damit verbundene Unsicherheit bezüglich Nachhaltigkeitsbewertungen und Verantwortlichkeiten Faktoren, die einer Verhaltensänderung im Weg stehen können.

Even though many people agree on the need for action against animal suffering, environmental damage and climate change, and on the need for behavioural changes in our eating, consumption and travel habits, few actually manage to implement these changes.

This thesis is about the gap between what is considered "moral" and "right" behaviour and how people actually behave. The aim is to find out which factors can be resistances to moral action in the context of environmental ethics and, in other words, which influences make it difficult to decide on the "right" behaviour. In order to work out possible significant factors for moral behaviour, it will be examined under which circumstances, conditions and prerequisites moral claims can become practical and which factors influence the willingness to give priority to moral action over other actions. For this purpose, theories for explaining moral behaviour and environmental behaviour are used. Subsequently, the central question of this thesis is pursued. It concentrates on selected factors that have emerged as barriers to moral action in environmentally relevant contexts. For example, value and concepts of normality, social expectations, world views, ideologies and myths with which people are confronted as members of social groups, society and culture are addressed. Furthermore, contradictory messages conveyed to consumers by the media (and advertising), the deliberate concealment of truths, and a disadvantageous language in the media used in terms of climate change can also prevent environmental behaviour. Moreover, the complexity of climate change and the associated uncertainty regarding sustainability assessments and responsibilities are factors that can stand in the way of behavioural change.