

# „Lichtstreif am Horizont“

**Nachhaltigkeitsjournalismus breitet sich langsam, aber doch aus und findet immer mehr Gehör, glaubt Umweltjournalistin Susanne Wolf.**

**Gibt es ausreichend Umwelt- und Nachhaltigkeitsjournalismus in den heimischen Medien, um diese Themen der Bevölkerung wirklich nahe und ins Bewusstsein zu bringen?**

**SUSANNE WOLF:** Ich kämpfe darum – und das Interesse am Thema steigt. Es gibt auch immer mehr Magazine, die sich darauf spezialisiert haben: als Neuheiten zum Beispiel „Green Woman“ oder Beilagen der „Maxima“. Es tut sich etwas, natürlich auch bei den Qualitätstageszeitungen. Aber ich frage mich, ob sich bei letzteren die Katze nicht in den Schwanz beißt, denn diese wenden sich an ein Publikum, das sowieso eher bewusst lebt. Man müsste auch ein breites Publikum erreichen.

**Welche Bedeutung haben Social Media und Onlinemedien?**

Ich bin auf Facebook und Twitter aktiv und betreibe meinen eigenen Blog. Nachhaltigkeit in den Köpfen der Menschen zu verankern, hat viel damit zu tun, mit Leuten zu reden und Diskussionen anzuregen – auch wenn man sich damit unbeliebt macht.

**Inwiefern unbeliebt?**

Manche Leute fühlen sich gemaßregelt: sie wollen nicht von lieb gewonnenen und praktischen Gewohnheiten wie der Nutzung eines Autos heruntersteigen. Und oft höre ich auch die Aussage: Das nützt doch nichts, wenn ich alleine etwas tue oder wenn wir als kleines Land wie Österreich etwas tun.

**Wie ist Ihre Meinung zu diesem Einwand?**

Ich glaube, dass man nicht immer darauf warten sollte, bis etwas passiert, sondern auch einmal wo anfangen muss! Aber na-

türlich müsste der Schritt zu mehr Nachhaltigkeit eine globale Bewegung werden, hierfür sind Social Media und Petitionen wieder gut. Man müsste auch bei Kindern und Jugendlichen mit der Bewusstseinsbildung ansetzen. Ich habe auch schon für eine Jugendzeitschrift gearbeitet, aber damals hieß es, bloß nicht zu viel davon. Ich habe immer wieder kämpfen müssen für das Thema, auch beim „Konsument“ habe ich dafür gekämpft, einen eigenen Ratgeber über nachhaltigen Konsum zu machen. Erst hieß es, das rechne sich nicht, aber ich glaube schon, dass das die Menschen interessiert. Ich habe mich durchgesetzt.

**Wie muss man Nachhaltigkeitsjournalismus aufziehen, damit die Leute wirklich auf Probleme, über die Sie schreiben, aufmerksam werden – wie 8,7 Millionen Tonnen Elektromüll pro Jahr allein in Europa, von dem ein Großteil in Afrika landet, oder Massentierhaltung oder Tierversuche? Wie bringt man die Leser dazu, diese Berichte nicht nur zu überfliegen, sondern ihren Alltag dahingehend zu ändern, dass sie etwas für Umweltschutz und Nachhaltigkeit tun?**

Ich denke, man muss drastischer vorgehen, krasse Beispiele zeigen – auch wenn ich Panikmache nicht mag. Man muss zeigen, wie die Welt in 20 Jahren aussieht, wenn wir so weiterleben, wie wir es bisher tun. Die Herausforderung ist hier, nicht zu reißerisch zu werden und trotzdem aufzurütteln. Mir fällt als Beispiel ein Foto ein, das auf Facebook kursierte und eine junge Frau zeigte, die sich als „Versuchsperson“ zur Verfügung gestellt hatte, um zu demonstrieren, wie Tiere in Tierversuchen gequält werden, das war eine Aktion des

**SUSANNE WOLF**

schreibt für „Konsument“, „Die Furche“, „Lebensart“ und andere sowie in ihrem eigenen Blog ([www.susanne-wolf.com](http://www.susanne-wolf.com)) über Umweltschutz, soziale Themen und vieles mehr. Sie entlarvt Greenwashing-Kampagnen großer Konzerne und lebt nach dem Motto „Sei selbst die Veränderung“.

Naturkosmetik-Herstellers Lush. Das Bild schockierte, rüttelte auf – und die Firma Lush ist gleichzeitig bekannt dafür, dass sie sich für Alternativen zu Tierversuchen einsetzt. Ich denke also, dass es durchaus auch einmal reißerisch werden darf, wenn es etwas in den Köpfen der Menschen bewirkt!

**Geht es also nur mit schockierenden Bildern?**

Was ich verurteile, sind Katastrophenmeldungen ohne Lösungsvorschläge, die alleine darauf ausgerichtet sind, Angst zu verbreiten. Es geht mir sehr darum, auch aufzuzeigen, was man tun könnte, damit es nicht so weit kommt. Man muss diese Nachrichten im Zusammenhang mit Lösungsvorschlägen bringen. Man sollte also auch schreiben, wie man gesünder und



bewusster lebt und wie man mehr Rücksicht nehmen kann. Mir ist sehr wichtig, hier auch Positives zu bringen, einen Lichtstreif am Horizont zu kreieren.

Wahrscheinlich ist es auch nicht gut, nur Beispiele aus entfernten Ländern zu bringen wie die Elektromüllhalden in Afrika oder den aufgrund des großen Wasserverbrauchs ausgetrockneten Aralsee in Zentralasien. Das ist den Leuten zu weit weg. Uns geht es zu gut. Wir müssen auch aufzeigen, welche Auswirkungen es bei uns gibt. Die Österreicher müssen wissen, wie groß auch bei uns die Luftverschmutzung ist – ich kann gar nicht verstehen, wieso so viele immer noch Auto fahren – vor allem in den Großstädten. Wir müssen mehr informieren, was das mit der Luft macht, die wir alle atmen. Wenn sie Berichte über Afrika lesen, finden die Leute das zwar traurig, aber reagieren zu wenig. Man müsste sie mehr darauf hinweisen, was bei uns passiert. Und andererseits hat Nachhaltigkeitsjournalismus auch damit zu tun, den Menschen zu vermitteln, nicht nur an sich selbst zu denken.

**Mit dem Nicht-nur-an-sich-selbst-Denken in vielen Facetten hat Ihre gesamte journalistische Arbeit zu tun, Sie schreiben über die Integration von Migrant\*innen ebenso wie über Sexismus.**

Ich finde, das hängt alles zusammen, auch wenn es unterschiedliche Dinge sind. Mir liegt das Bewusstsein für sich selbst am Herzen, das passt auch zu Frauenthemen. Alles hängt für mich mit Nachhaltigkeit zusammen, nicht nur im ökologischen Sinn, sondern auch im ökonomischen und sozialen. Es geht darum, nicht nur die Umwelt zu schützen, sondern auch zum Beispiel die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie zu verbessern. Es geht mir um Bewusstseinsbildung und soziale Gerechtigkeit, darum, dass alles bei sich selbst anfängt, daher mein Motto: Sei selbst die Veränderung. Das fängt auch schon beim Selbstwertgefühl an. Es wirkt sich auch auf die Umwelt aus, wenn jemand bewusst auf sich selbst schaut und darauf, wie es anderen geht. Wenn ich mit mir selbst im Reinen bin, behandle ich auch meine Umwelt, also meine Mitmenschen,

die Natur, die Tiere besser. Denn unser Lebensstil und unser Konsumverhalten haben nicht nur Auswirkungen auf unsere Umwelt, sondern auch auf Menschen in ärmeren Ländern – Stichwort Landraub, Regenwaldabholzung, Elektromüll und so weiter. Da sind wir wieder beim nachhaltigen Konsum und der Vermischung von Umwelt- und sozialen Themen!

**Sie haben auch über Massentierhaltung geschrieben – wie gewinnt man mehr Leute für Bio-Lebensmittel, wenn die Bevölkerung doch weiterhin nach den billigsten Angeboten sucht?**

Bio-Gemüse und Bio-Obst oder -Milchprodukte sind gar nicht mehr so viel teurer, bei Bio-Fleisch verstehe ich den Einwand. Seit ich mich mit Massentierhaltung beschäftigt habe, versuche ich weniger Fleisch und dafür vermehrt Bio-Produkte zu essen, denn da vergeht es einem. Aber es nützt nicht immer, darüber zu berichten. Die Leute haben auch starke Verdrängungsmechanismen. Wir werden sicher nicht alle bekehren, aber wenn es mit einem Teil der Bevölkerung gelingt ...

**Könnten Berichte mit bekannten Testimonials helfen, die nach Vorschrift recyceln, bio essen oder mit dem Rad anstatt mit dem Auto fahren?**

Sicherlich könnte das helfen. Mir fallen im ersten Moment Hollywoodstars wie Leonardo di Caprio oder Cameron Diaz ein, von denen man weiß, dass sie sich für Nachhaltigkeit einsetzen. Bei uns ist es weniger verbreitet, hier Testimonials zu Wort kommen zu lassen, aber es gibt sicher auch bei uns Vorbilder. Das werde ich mir für kommende Artikel vornehmen.

**Sehen Sie sich als Weltverbesserin?**

Ja, das kann man so sagen, ich bin eine große Optimistin. Mein Ideal ist, dass jeder selbst dazu beiträgt, dass wir zu einer besseren Welt kommen. Und ich glaube, dass sich etwas ändert, wenn auch langsam.



**THERESA STEININGER**  
ist freie Journalistin in Wien.

tsteininger@gmx.at

