

WAS HABEN BIOGASANLAGEN IN DEUTSCHLAND MIT DEN SOZIALSTRUKTUREN IN AFRIKA ZU TUN?

Oder: Über Nutzen und Diebe – Ein Kommunikationsbeispiel

Kommentar von Walter Danner



Walter Danner

Eigentlich sollte die Überschrift lauten: „Mehr Biogasanlagen in Deutschland führen zu weniger Nutzen in Afrika“. Das hätte mehr Aufmerksamkeit erregt und mehr Leser zum Lesen animiert. Diese Wortwahl entspricht aber nicht dem sonst gewohnt anspruchsvolleren Niveau der SONNENENERGIE.

Sprache kann manipulieren, informieren, desinformieren, langweilen, inspirieren und mehr. Wir erleben es täglich in Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Radio und Fernsehen. Und Sprache kann Angst machen. Vorsätzlich oder unabsichtlich. Da ist sie, die Angst. Vor dem Zusammenbruch der Stromnetze, vor der kalten Wohnung, vor dem abgetauten Kühlschrank. Und das alles, weil Atomkraftwerke abgeschaltet werden müssen und weil es zu viel Wind- und Sonnenenergie gibt. Und wir können alle einen halben Tag weniger Urlaub pro Jahr machen, weil uns der Strom aus Photovoltaik Milliarden kostet. Da ist sie, die Manipulation in der Sprache, in der Information.

Wer versteht Energiepolitik?

Der Energiemarkt ist ein komplexes Thema. Vieles wird nur von Fachleuten vollständig verstanden. Entschieden wird aber von Politikern, die die Zustimmung der Bevölkerung brauchen. Der Durch-

schnittsbürger beschäftigt sich mehr mit Hartz-IV-TV als mit existenziellen Fragen über Stromversorgung, Heizung und Mobilität. Das nutzen die Anti-Erneuerbare-Energien-Lobbyisten und schüren die Angst mit Schlagworten und Stammtischparolen.

Das ist aber auch eine Kommunikationsmöglichkeit für die Energiewende. Wir müssen komplexe Sachverhalte auf einen Satz runter brechen, auf einen Satz, der am Stammtisch verstanden wird. Wir müssen anknüpfen an die Interessen von Lieschen Müller und Otto Normal. Wir müssen, wenn wir gehört werden wollen, Fachartikel eindampfen auf einen Satz. Es muss ein Satz sein, den Stammtischgeher weiter erzählen. Deshalb muss er einfach und interessant sein. Ein Kommunikationswissenschaftler hat einmal gesagt, dass Information erst zur Information wird, wenn sie vom Empfänger verstanden wird. Meine Schlussfolgerung daraus ist, dass wir viele Worte und Sätze machen, aber vielfach keine Information liefern, weil sie nicht wirklich im Kopf der Empfänger ankommt. Wir wollen die Bürger mit unseren Informationen erreichen.

Was ist der nächste Schritt?

Afrika und Biogasanlagen – die Kurzfassung: Europäische Bauern produzieren mehr Nahrungsmittel als gegessen,

gefressen und weggeworfen werden können. Die Überschüsse werden, unterstützt durch Subventionen, nach Afrika exportiert. Dort zerstören sie die lokalen Märkte, afrikanische Bauern gehen pleite, ziehen in die Städte, überwiegend in die dortigen Slums. Afrikanische Mädchen haben, mit Ausnahme der Prostitution, meist keine Möglichkeit zum Gelderwerb, Jungen werden in ihrer Not zu Dieben. Gäbe es mehr Biogasanlagen in Deutschland und Europa, würden die Exportüberschüsse auf ein Minimum herabsinken, Bauern könnten in Afrika ihre Ernten wieder verkaufen. Die Bevölkerung würde wieder vermehrt von den Slums zurück aufs Land ziehen können. In Deutschland sparen wir Steuergelder, da weniger unsinnige Subventionen mehr aufgewendet werden würden. Fazit: Biogasanlagen haben in Deutschland mehr positive Effekte, als man vielleicht denkt; es geht nicht nur um die Erzeugung von Strom und Wärme.

Das war jetzt mehr als ein Satz. Vielleicht ist es auch möglich, diesen Zusammenhang auf einen Satz einzudampfen. Der Zusammenhang Afrika – Biogasanlagen ließe sich sicherlich auch differenzierter und ausführlicher darstellen. Wir sollten beides tun: Ausführliche fundierte Informationen bereitstellen, aber auch Stammtisch-Argumente formulieren. Jeder Zielgruppe das Ihre.

Biogas ist blond, weil ..

- Biogas ist attraktiv; vorwiegend für Männer
- Biogas hat Qualitäten und bietet viele Möglichkeiten (im Energiemix)
- Und trotzdem wird Biogas permanent unterschätzt

