

# Geschichten vom guten Leben

Autor(en): **Hildesheimer, Gabi / Ernst, Meret**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **32 (2019)**

Heft 10: **Sonderausgabe : Verzichten**

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-868273>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Geschichten vom guten Leben

Die Ökologin Gabi Hildesheimer und der Verhaltensökonom Moritz Jäger wollen das vorherrschende Narrativ auflösen, das Nachhaltigkeit mit Verzicht in eins setzt. Stattdessen fragen sie die Menschen nach dem, was sie glücklich macht.

Interview: Meret Ernst  
Illustration: Till Lauer

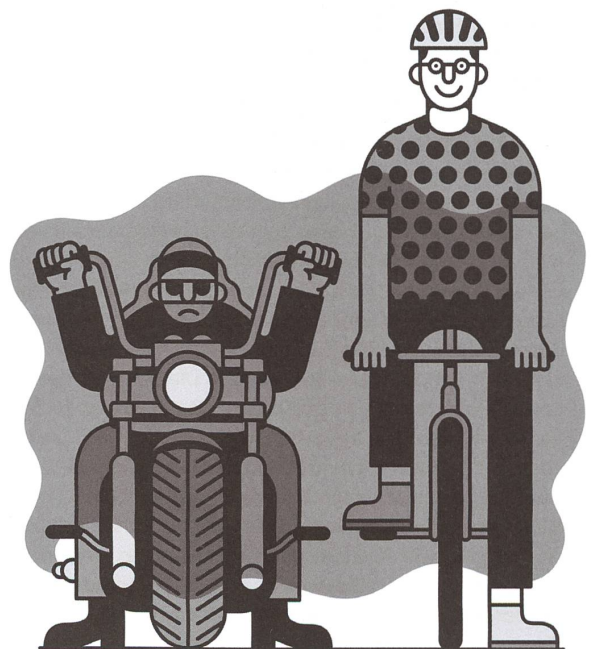
## Wie helfen uns Geschichten, nachhaltiger zu leben?

Gabi Hildesheimer: Sie nehmen uns die Angst vor notwendigen Veränderungen. Zuerst fragten wir unsere Gesprächspartnerinnen und -partner danach, was für sie Nachhaltigkeit bedeute. Die Antworten waren stereotyp. Auf Fleisch verzichten, seltener fliegen, Abfall trennen. Das war uns zu wenig. Erst als wir nach der Quelle persönlichen Glücks fragten, wurde es interessant.

Moritz Jäger: Es gibt ja nicht nur den Zwang, sondern auch zu tiefst menschliche Gründe, die Welt zu retten.

## Welche Gründe sind das?

Moritz Jäger: Der Umwelt und anderen Menschen Sorge zu tragen, macht uns glücklich – und ist im Kern nachhaltig. In den Köpfen der meisten ist Nachhaltigkeit aber verknüpft mit dem, was man in der Zeitung liest. Mit Verzicht. Wie viel darf man verbrauchen, wer ist böse, wer ist verantwortlich, was ist noch fair, wie wenig ist wenig genug?



Gabi Hildesheimer: In solchen Schützengräben richten wir uns ein. Lösen wir die globalen Probleme, werden sich die Rahmenbedingungen fundamental verändern. Das ist inzwischen allen klar. Verändern bedeutet für die meisten verschlechtern, weil sie ihre Welt als beste aller möglichen Welten halten. Fordert uns Nachhaltigkeit zur Veränderung auf, folgt logischerweise Abwehr. Wir klammern uns aus einem latenten Gefühl von Verlustangst an das Bestehende. Im Projekt wechselten wir deshalb den Bezugsrahmen und fragten danach, was glücklich macht. Die Befragten realisierten, dass das oft genau die Dinge in ihrem Leben sind, die man auch in den Kontext der Nachhaltigkeit einordnen könnte.

### **Sie sammeln und analysieren Geschichten.**

#### **Welche Typen gibt es?**

Moritz Jäger: Wir sammeln so breit wie möglich. Wir hören kleine Geschichten über die Freude, etwas zu flicken oder zu teilen, bis hin zu grossen Erzählungen von radikal neuen Lebensentwürfen oder Unternehmensformen.

#### **Wie sammeln Sie?**

Moritz Jäger: Vorerst im Schneeballsystem. Wir hatten bei Bekannten angefangen, fragten nach Empfehlungen, hielten die Ohren offen.

Gabi Hildesheimer: Eine Freundin erzählte uns begeistert, wie sie ihre Einkaufsgewohnheiten fundamental veränderte, als sie bei der Einkaufsgemeinschaft El Comedor einstieg. Kleine Gruppen tun sich zusammen, erreichen eine hohe Bestellmacht und beschaffen faire Lebensmittel, die sie in Gratisarbeit verteilen. Wir besuchten die Bestell- und Verteilungsanlässe und liessen uns die ganze Wertschöpfungskette aus der Perspektive der Beteiligten erzählen.

#### **Hören Sie damit nicht lediglich**

#### **Menschen zu, die ihr Glück im nachhaltigen**

#### **Handeln schon gefunden haben?**

Moritz Jäger: Kaum jemand bezeichnete das als nachhaltig, sondern begründete die Teilnahme damit, dass der Einkauf günstig und zeitsparend und die Lebensmittel besser seien.

Gabi Hildesheimer: Und neue soziale Netze entstehen.

Moritz Jäger: Wir arbeiten derzeit an einem Vorprojekt. Mag sein, dass wir uns noch in einem Umfeld bewegen, in dem Nachhaltigkeit für viele bereits ein wichtiges Thema ist. Doch die Herangehensweise schränkt uns nicht ein. Wir suchen nicht nach den Heldengeschichten nachhaltig agierender Menschen. Solche können auch abschreckend wirken. Wer hat schon ein total nachhaltiges Start-up gegründet, wer lebt komplett abfallfrei? Wir wollen vielmehr herausfinden, was uns lieb und teuer ist und was das mit Nachhaltigkeit zu tun hat. Es geht um die Frage, was das Leben lebenswert macht, und da verschwinden die politischen

Differenzen. Das ist unser Ziel: Wir wollen zeigen, dass Nachhaltigkeit die Gesellschaft nicht spaltet, sondern verbindet, weil es um urmenschliche Bedürfnisse geht.

Gabi Hildesheimer: Der Unterschied zwischen jenen, die nicht auf das Auto verzichten wollen, und jenen, die es tun, ist klein. Beide sind in der Logik des Verzichtens befangen. Den einen ist es das wert und den anderen nicht. Wir behaupten aber, dass wir die Welt nicht retten werden, wenn alle schweren Herzens auf das Auto verzichten müssen.

Moritz Jäger: Voilà. Hier ist sie, die Dichotomie von Verzicht und Verschwenden – das gängige Narrativ zu Nachhaltigkeit. Entweder gehört man zu jenen, denen es gut geht, die aber verschwenderisch sind ...

Gabi Hildesheimer: ... und darum der Umwelt schaden.

Moritz Jäger: Man steht also auf der «moralisch falschen» Seite, aber dafür geht es einem gut. Oder man gehört zu den «moralisch Gerechten», muss aber auf das verzichten, was das Leben lebenswert macht. Dieses Narrativ wollen wir aufbrechen. Es stimmt nicht, dass es nur jenen gut geht, die verschwenderisch unterwegs sind. Verschwendung ist keine Garantie für ein gutes Leben. Ebenso wenig nimmt uns der sinnvolle Umgang mit der Umwelt Lebensqualität weg, im Gegenteil. Die Forschung zeigt, dass wir viel weniger an objektive Bedingungen gebunden sind, als wir meinen. Menschen sind unglaublich anpassungsfähig. Wir haben soziale Bedürfnisse, den Wunsch nach Selbstbestimmung, nach Erleben von Fähigkeit und Erfolg. Das hat per se nichts damit zu tun, wie häufig wir gewisse Dinge konsumieren.

#### **Die Frage nach dem Glück ruft aber auch**

#### **Stereotypen ab. War das ein Problem für Sie?**

Gabi Hildesheimer: Nein. Wir sprechen die Menschen gezielt auf ihre persönlichen Erfahrungen an.

Moritz Jäger: Ohne Dialog funktioniert unser Projekt nicht. Die besten Geschichten verstecken sich oft in Nebensätzen, denen gehen wir nach. Vielen ist bewusst, dass wir nicht so viel brauchen, wie uns suggeriert wird. Es ist wie im Märchen «Des Kaisers neue Kleider», alle kennen die Wahrheit.

#### **Aber niemand spricht sie aus?**

Moritz Jäger: In der öffentlichen Diskussion ist die persönliche Lebensqualität weniger relevant als das Politische und das Ökonomische.

#### **Wie bringen Sie also Geschichten über das persönliche Glück in die Öffentlichkeit und damit in eine Wirkung?**

Moritz Jäger: Das eine ist die Frage nach dem Kanal. Das andere ist die Fülle. Jede Geschichte ist ein Puzzlestück, setzt man sie zusammen, ergibt sich ein Bild. Es zeigt, dass die Frage, wie wir glücklich leben wollen, eben nicht nur privat, sondern politisch ist. →

→ Gabi Hildesheimer: Es geht gar nicht anders als über den Prozess des Sammelns und Erzählens. Aus den Geschichten folgen keine übertragbaren Handlungsanweisungen, keine Ratgeberbücher. Aber sie zeigen, wie kompetent wir darin sind, unerwartete Lösungen zu finden, die uns beglücken.

Moritz Jäger: Ich kann nicht bloss meine oder die Geschichten von anderen erzählen. Wir möchten die Menschen selbst zum Erzählen bringen – dadurch entwickelt das Projekt seine Kraft. Wir versuchen herauszufinden, was der gemeinsame Nenner ist. Das Ziel ist es, Wirkung zu entfalten und dabei zu lernen

#### **Wie wollen Sie die individuelle Erfahrung für andere nutzbar machen?**

Gabi Hildesheimer: So weit sind wir noch nicht. Den Auftrag, den wir uns in diesem Vorprojekt gegeben haben, lautete: Gibt es diese Geschichten? Trägt unsere Behauptung, dass sie für uns, aber auch für die Befragten etwas Positives auslösen? Beides konnten wir bestätigen. Wir beauftragten Designstudierende, mit ihren Mitteln Geschichten zu sammeln. Sie legten los und präsentierten uns am Ende, wie berührt die Befragten reagierten.

#### **Was folgt daraus für die Frage nach dem Kanal?**

Gabi Hildesheimer: Es braucht eine Heimat für die Geschichten, die Kommunikation ermöglicht. Sei es auf einer Online-Plattform, in einem Erzählcafé, in leeren Büchern, die wir in Umlauf setzen, damit man die eigene Geschichte hineinschreibt, bis hin zur Idee, an der Bushaltestelle eine Geschichte vorzulesen – es wird mehr als einen Kanal geben.

#### **Sie knüpfen dabei an orale Traditionen an?**

Moritz Jäger: Alltagsgeschichten müssen erzählt werden. Dabei überführen wir die Frage nach der Lebensqualität in eine Gestaltungsdiskussion. Wie wollen wir unser Leben gestalten, damit es uns und der Umwelt gut geht, statt: Wie bringen wir Menschen dazu, auf das Auto zu verzichten.

#### **Worin besteht die Gefahr von Verzichtsgeschichten?**

Moritz Jäger: Sie lösen Verlustängste aus. Wir sind sehr geschickt darin, unseren Besitz zu schützen, wenn wir Angst haben. Wir entziehen uns der Information, negieren das Problem, halten es für unfair, handeln zu müssen. Fühlen sich Menschen bevormundet, verliert man sie. Dann braucht es Zwang und Kontrolle für Verhaltensänderungen. Am Schluss sind nur noch die konsequent «moralisch Korrekten» dabei, eine Minderheit.

#### **Was ist mit positiven Verzichtsgeschichten?**

Moritz Jäger: Sie meinen die Entrümpelungsgeschichten. Diese werden kaum je unter Verzicht gelistet, sondern als Gewinn erfahren: Ballast loswerden und dafür Raum und Klarheit ge-

winnen. Oder wie uns jemand erzählte: Man verzichtet im Winter auf Erdbeeren. Mit dem gesparten Geld gönnt man sich die etwas teureren, aber umso schmackhafteren Erdbeeren aus der Region.

Gabi Hildesheimer: Eine überschaubare Auswahl an Optionen bei einer Entscheidung wird häufig als befreiend, als Gewinn beschrieben.

#### **Sie meinen Konsumverzicht als Entlastung?**

Gabi Hildesheimer: Man kann das als Konsumverzicht bezeichnen. Die Menschen erfahren es aber als Befreiung von Zwängen. Die Geschichten erzählen in diesem Zusammenhang oft von einem Gewinn an Raum, Zeit und Freiheit.

#### **Wie lassen sich Ihre Beobachtungen auf Firmen und Organisationen beziehen?**

Moritz Jäger: Auch Firmen befürchten, dass sie unter den Anforderungen der Nachhaltigkeit leiden. Wir versuchen mit ähnlichen Mitteln, diese Haltung aufzubrechen und zu zeigen, dass vieles, was sie heute schon gut machen, bereits nachhaltig ist, und dass man davon noch viel mehr tun kann. Wir helfen ihnen, aus dem Verlust- oder dem Verzichts-narrativ herauszukommen. Das ist das Ziel.

#### **In der Theorie wird das als**

#### **Framing beschrieben. Tun Sie nicht dasselbe, wenn Sie Nachhaltigkeit als Lebensqualität umschreiben?**

Moritz Jäger: Uns geht es nicht darum, im Sinne eines Marketingtricks den Dingen ein neues Etikett zu verleihen. Unsere Geschichten spiegeln eine mögliche und bereits bestehende Realität wider und zeigen Lebensqualität besser als das gängige Narrativ. Die Menschen sollen sich in einer Position wiederfinden, in der sie sich kompetent fühlen, ihr Leben so zu gestalten, dass sie glücklich sind. Dabei erreichen wir Nachhaltigkeit.

Gabi Hildesheimer: Sich um die Umwelt, um sich selbst und um andere Menschen gut zu kümmern, folgt der gleichen Logik.

#### **Sie zielen auf Nachhaltigkeit, indem**

#### **Sie Verhaltensveränderungen auslösen?**

Moritz Jäger: Nachhaltigkeit ist eben häufig nicht per se das Ziel, sondern ein «Kollateralnutzen». Das zeigt etwa die Geschichte der Familie mit drei Töchtern im Teenager-Alter. Ihre Essenssituation hatte sich aufgrund von Präferenzen und Stundenplänen derart verkompliziert, dass der Familienschiefe hing. Man hielt Familienrat über Bedürfnisse und Regeln, entwickelte ein System und löste die Frage, wie die Familie mit Kindern zur Wohngemeinschaft werden kann. Erst in Nebensätzen wurde deutlich, dass nun weniger Fleisch auf den Tisch kommen soll, weil nämlich vor allem der Vater Fleisch wollte. Und dass sich Foodwaste durch

eine bessere Organisation reduzieren lässt. Was dadurch gespart wird, setzen sie nun für bessere Produkte ein. Diese Entwicklung war nicht primär eine Frage des nachhaltigen Handelns, sondern des kompetenten Managen des Alltags.

**Und eine Frage danach,  
wie wir Bedürfnisse verhandeln?**

Moritz Jäger: Im Erzählen realisierte die Mutter, wie toll die Familie das hingekriegt hatte. Sie kam in den Modus des Ausprobierens, Neugestaltens. Das machte sie stolz und glücklich.

**Wie machen wir Geschichten jenseits von  
Marketing und Framing produktiv?**

Gabi Hildesheimer: Die gesellschaftliche Wirkung von Geschichten ist längst erkannt. Neue Sichtweisen werden zuerst in einer Nische erzählt und verändern dann die Welt. Das kann sehr schnell gehen, wie etwa der Historiker Yuval Harari mit Blick auf die französische Revolution beschreibt.

Moritz Jäger: Im Marketing wirkt Storytelling oft manipulativ. Uns geht es nicht um erfundene, sondern um bisher nicht erzählte oder als unwichtig erachtete Geschichten.

Gabi Hildesheimer: Und um die negativ besetzte Nachhaltigkeit. Wir arbeiten am narrativen Switch.

**Das heisst, sie wollen andere  
Geschichten und die Geschichten der  
Nachhaltigkeit anders erzählen?**

Moritz Jäger: Geschichten zu erzählen, ist zentral. Das tun wir viel zu selten. Wir konsumieren zwar viele Geschichten, produzieren sie aber kaum selbst. Viele meinen, ihre Geschichten interessieren keinen. Das wollen wir aufbrechen. ○



**Tsuku**

Gabi Hildesheimer und Moritz Jäger gründeten 2017 die Firma Tsuku, die unter dem Begriff «Behavioral Sustainability» nachhaltiges Verhalten in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik fördern will. Tsuku stützt sich dabei auf ein Netzwerk in Wirtschaft, Politik, Kunst und Wissenschaft. Für das Projekt «Geschichtenarchitektur für ein gutes Leben und eine gesunde Welt» erhielt Tsuku Unterstützung von der Stiftung Mercator. Weiter berät Tsuku Firmen und Politik bei der Umsetzung des Pariser Klimaabkommens.