Von Markus Hesse

In der politischen Diskussion überwiegt ein Interpretationsmuster: die „Kommunikationspanne“. Angeblich wurde ein richtiger Schritt in der Öffentlichkeit falsch kommuniziert. Man mag dies kaum glauben: Kann man sich heute noch politisch Meriten verdienen, wenn behre Ziele *ohne* konkrete Schritte zu ihrer Umsetzung im Programm stehen? Traut man Wählerinnen und Wählern nicht zu, die praktischen Konsequenzen des stufenweisen Erhöhungspfades berechnen zu können? Egal wie man es kommuniziert: Im Kern läuft der Erhöhungspfad auf einen im Zeitablauf spürbaren Anstieg der Benzinpreise hinaus. Ist dies in der Sache richtig, und das scheint im Grunde unbestritten, dann ist es nur redlich, mit offenen Karten zu spielen. Aus der Not langfristige Ziele in ein kurz- und mittelfristiges Handlungsprogramm übersetzen zu müssen, gibt es keinen Ausweg, solange Politik ein Mindestmaß an Transparenz und Aufrichtigkeit besitzt. Energie und Verkehr müssen teuer werden. Die entscheidende Frage ist jedoch, ob der *Begründungszusammenhang* stimmt und inwieweit Ziele, Instrumente und Wirkungen im Konzept der ökologischen Steuerreform konsistent zusammenpassen.

Zumindest bei der plakativen Forderung nach „5 Mark“ sehe ich diesen Anspruch bei weitem nicht erfüllt, und jenseits Grundregeln politischer Kommunikation (sage dem Bürger erst hinterher die Wahrheit) scheint die fehlende Schlüssigkeit dieses Konzepts ein Sargnagel zu sein, den die mehr oder minder inszenierte Kampagne den Grünen offeriert. Der reale Benzinpreis kann doch nur das Vehikel sein, mit dem Politikstrategien arbeiten, um zum gewünschten Ergebnis zu kommen. Dieses Ergebnis besteht aber in den anvisierten ökologischen und ökonomischen Wirkungen, nicht im Preis an sich. Diese Wirkungen sind von vielen Faktoren abhängig. Was passiert z.B. nach starken Preisschwankungen auf dem Rohölmarkt? Ab wann reduziert sich der Kohlendioxid-Verbrauch: ab 4,20, 4,80 oder erst ab 5,10 Mark/ Liter?

Bei allem Verständnis für die Notwendigkeit, Themen und Thesen zu bündeln, vieles spricht für Vorsicht und Differenzierung. Es geht doch primär um die Grundrichtung, in der ein definiertes Ziel angesteuert wird. Der Spielraum für eine konkrete Beweisführung (Instrument X führt zu Effekt Y) reicht noch für ein wissen-

Kommunikation über Ökologie und darüber hinaus

Benzinpreis - der Brotpreis der Moderne?

Die Forderung der Bündnisgrünen, den Benzinpreis innerhalb der nächsten zehn Jahre auf 5 Mark/Liter zu erhöhen und die fast schon hysterische Reaktion in der Öffentlichkeit darauf geben in mehrfacher Hinsicht zu denken. Auf der Tagesordnung stehen Grundfragen der politischen Kommunikation, sowie Restriktionen und Spielräume der Umweltpolitik.

schaftliches Modell, geht aber in einem politischen Programm definitiv gegen Null. Vermutlich ist den Grünen die notwendige Handlungsorientierung zu perfekt geraten: Nicht jedes Konzept läßt sich politisch-administrativ zu Ende rechnen. Schlimm genug, daß jetzt in hasenfüßiger Manier behauptet wird, dank des Drei-Liter-Autos würde Benzin teurer, der Verkehr bliebe aber gleich billig wie heute. Das war ja wohl wirklich nie gewollt.

Der *andere* Sargnagel im 5-Mark-Konzept ist das nicht erfüllte Axiom, höhere Benzinpreise würden bessere Angebote und eine erhöhte Nachfrage beim öffentlichen Verkehr mit sich bringen und beides würde dann den Verkehr ökologisieren. Diese Behauptung wirft, gerade im Rückblick auf bekannte Praktiken, Zweifel auf. Womöglich sogar zurecht: Mit großen Qualitätssprüngen ist beim öffentlichen Verkehr kaum zu rechnen; Ausnahmen bestätigen die Regel. Wirklich massenhafte, verhaltensrelevante Verlagerungseffekte bleiben begrenzt. Ob diese dann auch ökologisch wären, ist ebenfalls nicht pauschal beantwortbar. Der Verkehr, vor allem der Autoverkehr, ist eng verzahnt mit der modernen Gesellschaft. Andere Verkehrs- und Transportmuster setzen größere Veränderungen (und Veränderbarkeiten) in Ökonomie und Gesellschaft voraus, die derzeit nicht in Sicht sind. Womöglich liegt es genau daran, daß die politischen Mehrheiten für eine Kurskorrektur fehlen.

Es ist natürlich *auch* eine Frage der politischen Kommunikation. Es fehlt an der ökologischen Allianz, die dafür sorgt, daß die ökologische Steuerreform konsequent im politischen und gesellschaftlichen Raum zirkuliert. Ist das Thema erst in den Schlagzeilen (was ja nicht oft vorkommt), schlägt die Stunde für den kritischen Diskurs. Doch wo ist die große Koalition für die Ökosteuer? Wo ist die ökologische Avantgarde, die ganze Bücherschränke vollgeschrieben, in guter deutscher Tradition Vereine gegründet, Kongresse gefüllt hat? Fehlt ihren führenden Vertretern der Mumm zum Widerspruch, wenn ein im Grundsatz richtiges und wichtiges Konzept im Strudel von Pressehysterie und politischem Opportunismus baden geht? Wenn der Präsident des Wuppertal-Instituts hauptsächlich die Polarisierung der 5-Mark-Forderung und ihre Promotoren kritisiert („Harakiri“), statt die Sache und die Richtung zu stützen, die ja eigentlich auch die seine ist, läßt sich dies mit den Zwängen der politischen Farbenlehre allein nicht erklären. Immerhin fand der Sprecher des Umweltsachverständigenrats ein klares Wort.

Gleichwohl ist eine gewichtige Tatsache, was im Geschrei der Medien untergeht: Verkehrspolitik steht nicht oben auf der Agenda der Gesellschafts- und Umweltpolitik. Vermutlich gibt es in Teilen der Gesellschaft nachvollziehbare Gründe für diese Prioritätensetzung. Zumindest muß Verkehrspolitik darauf Rücksicht nehmen, daß ihre Verteilungsimplicationen besonders sensibel wahrgenommen werden. Auch wenn kurzfristige Mehrbelastungen langfristige Erträge bieten, sind die Rollen von Gewinnern und Verlierern trotzdem höchst ungleich verteilt.

Die 5-Mark-Debatte macht Sinn als bescheidenes Zeichen dafür, daß es nicht weiter gehen soll wie bisher, und als Markposten für den Aufbruch in eine andere Richtung. Dieser ist ohne höhere Transportpreise nicht denkbar. Doch man kann ihn nicht erzwingen, und daß er auch eine Frage von Augenmaß, Zeitpunkt und politischer Stimmung ist, war eine bittere Lektion - mehr für das politische Konzept als für sein Marketing.

Der Autor

Dr. Markus Hesse ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung (IRS). Er war zuvor zehn Jahre am IÖW. Kontakt: IRS, Flakenstr. 28-31, 15537 Erkner. Tel. 03362/ 793-240, Fax -111, E-mail: hessem@irs.los.shuttle.de

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.