



Nun sag, wie hast du's
mit der Nachhaltigkeit?

Gretchenfragen

Gretchenfragen zur Nachhaltigkeit

Joachim Spangenberg führt uns ein in die Terminologie und die Konzepte der Nachhaltigkeitsforschung. Sascha Poom beschreibt den schweizer Beitrag für die EXPO 2010 in Shanghai, Charlotte und Michael Wehrspaun sehen mit dem Konzept der Nachhaltigkeit wieder eine neue Zukunft für den Fortschritt. Chiara Lorenzo stellt uns die Weltfestspiele der „Gutmenschen“ vor und Manuel Schilcher fordert eine nachhaltige Kulturpolitik und wendet sich damit ans Publikum. Wolfgang Roth glaubt gar nicht recht daran, dass wir mit den aktuell diskutierten Initiativen die Erde retten werden. Jana Horvath war beim 37. St. Galler Managementsymposium erstaunt, dass sich die zukünftige europäische Managerelite gerade mit dem ehemaligen iranischen Präsidenten Khatami gemeinsam Sorgen um die natürlichen Ressourcen macht und Julian Kücklich schreibt über die Nachhaltigkeit in der Kreativwirtschaft und abschließend diskutiert Bernhard Seyringer warum das Leitbild der „Nachhaltigkeit“ so schwer zu kommunizieren ist. In der Rubrik Transkulturalität erinnert sich Matthias Thibaut noch einmal an den Kulturkampf der Blair-Jahre, Jakob Tanner diskutiert die Zusammenhänge zwischen Kulturproduktion und Industrie im gegenwärtigen Kulturkapitalismus und Necla Kelek plädiert für einen kritischen Blick auf den Islam.

Bernhard Seyringer & Manuel Schilcher, Herausgeber

JANA HORVATH, MBA Tourism Management
University of New York in Prag

NECLA KELEK, promovierte deutsche Sozialwissenschaftlerin und Frauenrechtlerin türkischer Herkunft. Sie war von 1999 bis 2004 Lehrbeauftragte für Migrationssoziologie an der Evangelischen Fachhochschule für Sozialpädagogik in Hamburg. Autorin von „Die fremde Braut“.

JULIAN KÜCKLICH,

CHIARA LORENZO, promovierte an der Lettere e Filosofia Università Ca' Foscari Venezia, freie Mitarbeiterin von XING Ein Kulturmagazin.

SASCHA POOM, freier Journalist und Galerist in Shanghai

WOLFGANG ROTH, Journalist der Süddeutschen Zeitung

MANUEL SCHILCHER, selbstständiger Ausstellungsgestalter und (Mit-)herausgeber von XING Ein Kulturmagazin.

BERNHARD SEYRINGER, Mitarbeiter der Gesellschaft für Kulturpolitik und (Mit-)herausgeber von XING Ein Kulturmagazin.

JOACHIM H. SPANGENBERG, Dr. rer. pol. (Volkswirtschaft); Vizepräsident des Sustainable Europe Research Instituts (SERI), Wien, Bad Oeynhausen. Seit 2002 Senior Scientist bei SERI, seit 2003 Gastprofessor für ökologische Ökonomik an der Universität Versailles. Vors. Friends of the Earth Europe, Leitungskreis/Sprecher Forum Umwelt und Entwicklung, zur Zeit Beirat NaturwissenschaftlerInnen-Initiative, Executive Committee INES.

JAKOB TANNER, Professor für Geschichte der Neuzeit an der Forschungsstelle für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte und am Historischen Seminar der Universität Zürich.

MATTHIAS THIBAUT,

CHARLOTTE WEHRSPAUN/ MICHAEL WEHRSPAUN,

SCHWERPUNKT: NACHHALTIGKEIT

- 04 Joachim Spangenberg **Nachhaltigkeit als gesellschaftlicher Entwicklungspfad**
Konzept, Grundlagen, Herausforderungen, Anwendungen
- 12 Sascha Poom **Schweizer Alpen in Shanghai**
Wie die Schweiz Klischees über Nachhaltigkeit und Umweltschutz für ihre Image-Kampagnen nutzt
- 14 Charlotte Wehrspaun/ Michael Wehrspaun **Die Entdeckung der Zukunft**
Das Leitbild der „Nachhaltigen Entwicklung“ als eine neue Art der Fortschrittsorientierung?
- 18 Chiara Lorenzo **Laß uns mal drüber reden**
Auf zu den Weltfestspielen der Gutmenschen!
- 20 Manuel Schilcher **Was ihr wollt – Was wollt ihr?**
Die Rolle des Publikums in einer nachhaltigen Kulturpolitik
- 26 Wolfgang Roth **So retten wir die Erde**
Ausgerechnet die Profiteure der Wohlstandsgesellschaft sähen sich gern als Umwelterlöser
- 30 Jana Horvath **37. St. Gallen Symposion**
Nachhaltigkeit in Allianz mit Prominenz und Wissenschaft
- 32 Julian Kücklich **Kreative aller Länder, vereinigt euch!**
Standortfaktor oder Raubbau am Geist
- 36 Bernhard Seyringer **Macht euren Kram doch alleine!**
oder warum das Leitbild der „Nachhaltigkeit“ so schwierig zu kommunizieren ist

TRANSKULTURALITÄT mit Unterstützung der GfK OÖ

- 40 Matthias Thibaut **Das goldene Zeitalter des Premierministers**
Die „Blair-Jahre“ als Kulturkampf - oder warum in Cool Britannia immer noch der Fuchs gejagt wird
- 43 Jakob Tanner **Kultur am Point Of Sale**
Wirtschaft im Cultural Turn
- 48 Necla Kelek **Und bist du nicht von uns, dann bist du des Teufels**
Was Integration heißt, das kann nicht allein der Islam definieren: Die Gebote des Korans und Europa

„Sustainable development“ - das weltweit diskutierte Umweltkonzept hat eine überraschende Geschichte. Sie führt zurück ins barocke Sachsen: zu Hans Carl von Carlowitz in der Silberstadt Freiberg.
Klappentext „Der Erfinder der Nachhaltigkeit“ (1999) Ulrich Grober

Nachhaltigkeit als gesellschaftlicher Entwicklungspfad

Konzept, Grundlagen, Herausforderungen, Anwendungen

TEXT: JOACHIM H. SPANGENBERG

Nachhaltigkeit ist das wahrscheinlich anspruchvollste Politik-Konzept, das je entwickelt wurde. Der Begriff beschreibt die Zielsetzung, die Existenzfähigkeit und Vitalität («viability») eines Systems dauerhaft zu sichern. Politisch zielt er auf den langfristigen Erhalt der Funktions- und Leistungsfähigkeit des Wirtschafts- und Gesellschaftssystems, auf das Wohlbefinden der Menschen und den Erhalt einer gesunden Umwelt, und das weltweit. Ausgehend vom Primat der Politik ergibt sich daraus für Nachhaltigkeitspolitik eine doppelte Herausforderung: Einerseits muss sie die räumlichen und zeitlichen Grenzen politischen Handelns so ausweiten, dass zukünftige Generationen und entfernte Nationen und ihre Bürger/innen in die Handlungsperspektive einbezogen werden (Entgrenzung in Raum und Zeit, einschließlich einer Globalisierung der Verantwortung). Andererseits muss sie die Integration aller relevanten Politikbereiche in eine Strategie der nachhaltigen Entwicklung erreichen. Beide

Neuerungen stellen erhebliche, so noch nicht da gewesene Herausforderungen für die Politikgestaltung dar.

POLITIK-INTEGRATION

Wenn im Folgenden von Nachhaltigkeit die Rede ist, so ist damit eine substanzielle Nachhaltigkeit gemeint (auch als Zukunftsfähigkeit bezeichnet), im Gegensatz zu dem Versuch, alte Konzepte ohne inhaltliche Fortentwicklung unter dem Etikett »nachhaltige XY-Politik« erneut zu vermarkten. Eine solche Nachhaltigkeit erfordert die Aufrechterhaltung der produktiven wie reproduktiven Potenziale von Bürger/inne/n, Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt in ihrem Prozess der interdependenten Entwicklung (Koevolution). Sie ist ein anthropozentrisches Konzept der Makroebene, das Menschen als soziale Personen wahrnimmt, d.h. als vergesellschaftetes Individuum mit ökonomischen, sozialen, kulturellen, emotionalen und anderen Formen der gleichzeitigen Integration in un-



Hummer SUV in Rosemary Beach, Sustainable Community in Florida im Sinne des New Urbanism

terschiedliche soziale Gruppen wie Familien, Freundeskreise, Kollegen/Belegschaften, Schichten, Religionsgemeinschaften, Interessenorganisationen etc. Insofern beinhaltet Nachhaltigkeit die Forderung nach einer dauerhaften Sicherung des Humansystems (Humankapital in der Ökonomik, soziale Dimension bei UNCSD, Realisierungschancen oder capabilities bei Sen 2000), des Gesellschaftssystems (Sozialkapital, institutionelle Dimension, die Summe der Regeln und Mechanismen, die das menschliche Zusammenleben bestimmen), der Wirtschaft (Sach- und Finanzkapital, ökonomische Dimension, die Summe der produktiven Prozesse und ihrer Mittel in Erwerbs- wie in Nichterwerbsarbeit) und der Umwelt (Naturkapital, ökologische Dimension, der nicht vom Menschen dominant gesteuerte Teil der Natur). Im Sinne der Nachhaltigkeit sind diese Systeme und ihre Wechselwirkungen zudem so zu gestalten, dass sie in der Gesamtsicht ein sich stabil entwickelndes System ergeben (Integrationsanforderungen).[...]

ENTGRENZUNG: GLOBALE VERANTWORTUNG STATT »FESTUNG EUROPA

«Als Ergebnis der Nord-Süd-Debatte ist das Konzept Nachhaltigkeit naturgemäß von vornherein nicht auf die nationale oder regionale Ebene beschränkt, sondern betont die Globalisierung

ökonomischer wie ökologischer Probleme ebenso wie die Interdependenz der Betroffenen und die notwendige Globalität zielführender Lösungsansätze.[...]

ZEITLICHE ENTGRENZUNG: INTERGENERATIONELLE VERANTWORTUNG, AUCH FÜR ÖKOLOGISCHE UND SOZIALE SCHULDEN

[...] Nachhaltig ist demnach eine Form der Entwicklung, die eine umfassend verstandene Lebensqualität in dieser Generation sichert und zukünftigen Generationen die Wahlmöglichkeit erhält, wie sie ihr Leben gestalten wollen. Die schon klassische Formulierung der Brundtland Kommission lautet, nachhaltig sei „development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs“ (WCED 1987, S. 43). Damit wird der Erhalt von Optionalitäten in einer zeitlich ausgeweiteten Perspektive, von Freiheitsgraden möglicher zukünftiger Entscheidungen (unter Berücksichtigung einer möglichen, wenn nicht gar wahrscheinlichen Änderung der Präferenzen) zur zweiten konstitutiven Neuerung im Konzept nachhaltiger Entwicklung.[...] So ist z.B. die Atomenergie, die für Jahrzehntausende strahlende Abfälle erzeugt und deren Management zukünftigen Generationen überlässt, aus diesem Grund nicht nach- »

Schweizer Alpen in Shanghai

Wie die Schweiz Klischees über Nachhaltigkeit und Umweltschutz für ihre Image-Kampagnen nutzt

TEXT: SASCHA POOM

Gemäß den Leitideen um Nachhaltigkeit und Innovation wird die Fassade des Pavillons „essbar“ und sogar „Energie erzeugend“ sein, so wird schon dadurch der nationalen Innovationskraft schlagender Beweis geführt.

Mit Löwenzahnwiese und Seilbahnen als Eye-Catcher und emotionalen Ankerpunkt präsentieren die Schweizer ihre Auffassung von Nachhaltigkeit und Lebensqualität bei der Expo 2010 in Shanghai. Die groß angelegte Kampagne für China arbeitet bewusst mit einfachen Klischees, die das Publikum sanft zum Schweizer Image als moderner Wirtschafts- und Innovationsstandort hinführen sollen. So zumindest die Strategie der nationalen PR-Agentur Präsenz Schweiz. Mit Erfolg?

China wird immer mehr zu einem umkämpften Schauplatz der Image- und Tourismuskampagnen. Präsenz ist angesagt in einem der aufstrebendsten Märkte des neuen Jahrtausends. Auch die Schweiz versucht sich in China zu positionieren und betreibt tatkräftig Marktforschung und Place Branding. „Präsenz Schweiz“ heißt die Organisation, die sich diesem Anliegen professionell und zielorientiert widmet und die Nation in bestem Licht, als innovatives, modernes Land einer breiten chinesischen Öffentlichkeit präsentieren wird. Die nächsten Kernpunkte der PR-Strategie für das zum Schwerpunktland avancierte China heißen Olympiade Peking und Expo 2010 in Shanghai.

Johannes Matyassy, der Geschäftsführer von Präsenz Schweiz, stellte kürzlich die Kampagne zur Wertsteigerung der Marke „Schweiz“ und optimalen Positionierung des Landes in China den Medien vor. Präsenz Schweiz ist die Drehscheibe für die Aktivitäten im Ausland, bündelt alle Image-Aktivitäten zu einem einheitlichen Label und arbeitet seit dem Jahr 2000 an einem „lebendigen, originellen Image“ des Landes. Die „Story Schweiz“, ein 14 Punkte umfassendes nationales

Stärken-Profil, bildet dafür die Grundlage. Die Aktivitäten konzentrieren sich auf Schwerpunktländer und umfassen ein Tätigkeitsfeld von der Meinungsforschung bis zur Projektkoordination der Großveranstaltungen.

Die neue Kampagne für China, die bis zum Jahr 2011 geplant ist, basiert auf Erkenntnissen einer von Präsenz Schweiz in Auftrag gegebenen Studie. Die Agentur gibt seit vielen Jahren solche Image-Studien in Auftrag, doch selten fiel sie so gut aus wie in China. Entgegen der weit verbreiteten Einschätzung wird das Land nämlich nicht überall als Hort von Menschlichkeit und Nächstenliebe wahrgenommen, sondern es mischen sich im Ausland durchaus kritische Vorstellungen in das idyllische Bild vom Bergland, die die Arbeit der Image-Experten gezielt korrigieren sollen. Humanitäre Drückeberger, Interessengemeinschaft und Sachwert ohne menschliche Dimension fasste die NZZ in einer Sonderbeilage 2002 die Auswertung einer solchen Auslandsstudie zum Image der Schweiz im Ausland zusammen. Matyassy und sein Team kämpfen gegen diese ungeliebten Vorurteile, die mit „Clean, Tidy and Efficient“ zusammengefasst werden kann.

Anders als in anderen Regionen der Erde, wo das Image der Schweiz gelitten hat, wie England und USA (ein unangenehmer sichtbarer Effekt ist das hartnäckige Auftauchen von geheimen Nummernkonten bei diversen Kino-Schockern), oder Argentinien, wo man lt. Matyassy (NZZ Sonderbeilage 2002) als identifizierter Schweizer vom Taxilenker mit „Ahh, is that the country where our former president transferred the stolen money?“

Die Leitidee der nachhaltigen Entwicklung ist schon deshalb von großer, ja strategischer Bedeutung, weil sie die wichtigste Antwort auf die Herausforderung der neoliberalen Globalisierung ist. Sie ist zuerst ein europäisches Konzept. Denn mit ihr verbinden sich drei große Ideen der europäischen Moderne: Gerechtigkeit, Demokratie und Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen.

Michael Müller und Ulla Burchardt, SPD

Die Entdeckung der Zukunft

Das Leitbild der „Nachhaltigen Entwicklung“ als eine neue Art der Fortschrittsorientierung?

TEXT: CHARLOTTE WEHRSPAUN/
MICHAEL WEHRSPAUN

Kein Begriff hat in der säkularisierten Moderne so stark die Hoffnungen und Befürchtungen der Menschen auf sich gezogen wie der des „Fortschritts“.

Einen kulturellen Konsens im Hinblick auf dessen Durchsetzung und wahre Bedeutung hat es nie gegeben. Trotzdem hat der Fortschritt bislang in der Regel durch seine Ergebnisse zu überzeugen vermocht: Die moderne Wissenschaft und Technik, die bürgerliche Demokratie, selbst der Kapitalismus – verstanden als „freie“ (und mehr oder weniger „soziale“) Marktwirtschaft – stehen nicht mehr ernsthaft in Frage. Erst die ökologische Krise und der Prozess der Globalisierung sind dabei, die faktische Akzeptanz des Fortschritts grundlegend auszuhöhlen. Es sind die damit verbundenen tiefgreifenden kulturellen Umbrüche, welche ein neues Verständnis des Fortschritts unabdingbar machen.

Das Leitbild der „Nachhaltigen Entwicklung“, welches seit etwa zehn Jahren die ökologische Fachdiskussion prägt, impliziert tendenziell diese neue Art der Fortschrittsorientierung. Es ist von dem Bewusstsein geprägt, dass wir Menschen in unserem Verhalten, indem wir unsere Umwelten gestalten, auf die eine oder andere Weise Natur (-prozesse) in ihrer Form und Wirksamkeit beeinflussen. Folglich dürfen die Natur und die Kultur(en) nicht mehr – wie in vielen geistigen Traditionen der europäischen Moderne üblich – als Entweder/ Oder-Gegensätze verstanden

werden. Statt des Ideals einer „Emanzipation“ von möglichst allen Handlungs- (und Freiheits-)Beschränkungen beinhaltet das Nachhaltigkeitsleitbild die Erkenntnis, dass wir Menschen (auch) für die Zukunft von Umwelt und Natur(-zustand) Verantwortung übernehmen müssen.

Aber obwohl die Prinzipien der Nachhaltigkeit – ein ressourcenschonendes Wirtschaften sowie die Gerechtigkeit zwischen den Generationen – breite Anerkennung in der Bevölkerung finden, hat das neue Leitbild bisher kaum eine nennenswerte kulturelle Wirksamkeit entfalten können.¹ Zurückzuführen ist das vor allem auf den aktuellen Zustand der Umweltkommunikation, die in einer Art sozialtechnologischer Selbstblockade verharrt und damit weder die mit dem Nachhaltigkeitsleitbild verbundenen kulturellen Innovationspotenziale zu realisieren vermag, noch die Möglichkeiten zu nutzen versteht, mit der Nachhaltigkeitsorientierung die aktuelle Fortschrittskepsis und den daraus folgenden Reformstau zu überwinden. Das ist umso fataler, da die ökologischen Probleme mittlerweile, wie z. B. der so genannte Klimawandel, zu einer weltweiten Herausforderung geworden sind. Diese „Krisenglobalisierung“ erzwingt eine Ausweitung der Umweltpolitik zur – vor allem auch neue politische Überzeugungsarbeit erfordern – Nachhaltigkeitspolitik.² Diese wird allerdings kaum eine Chance haben, wenn es



Feuerkogel 2007

Die Reduktion von Kulturpolitik auf Lobbyismus für eine andere Verteilungsgerechtigkeit reicht (...) nicht mehr aus, an strukturellen Entscheidungen wird Kulturpolitik nicht vorbeikommen.

Wolfgang Thierse (2006, zum Thema: 30 Jahre Kulturpolitische Gesellschaft e.V.)

Kultur als Verfügungsmasse von Sparkommissaren und als Standortfaktor, der mittels Event und Spektakel den einnahmeträchtigen Tourismus ankurbeln soll. Das kann, das darf es nicht sein!

Dr. Michael Haerdter, Suchraum Nachhaltigkeit

Was ihr wollt – Was wollt ihr?

Die Rolle des Publikums in einer nachhaltigen Kulturpolitik

TEXT: MANUEL SCHILCHER

WAS HEISST SCHON NACHHALTIG?

Es scheint ein einfaches Rezept zu geben um kulturelle Identität herzustellen - sie muss als eine Frage der Finanzen gesehen werden. Als Wirtschaftsfaktor ersten Ranges, wie der ehemalige Staatssekretär Morak die Kultur einmal benannte; als schlagender Bestandteil einer überregional konkurrierenden Öffentlichkeitsstrategie im Standortwettbewerb. Dann erscheinen kulturelle Investitionen idealerweise als Leuchttürme in internationalen Architekturmagazinen und lokalen Tourismusfoldern. Allerdings wird dabei gerne vergessen, dass die gesamtgesellschaftliche Akzeptanz von Kunst und Kultur und das Überleben der öffentlichen Kultureinrichtungen nicht allein eine Frage der zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen ist. Defizite in der kulturellen Bildungserziehung oder

die fortschreitende Überalterung des Publikums stellen mittlerweile ein ernstes Problem dar. „A larger Audience For The Arts and How to Develop It“ lautet nicht nur der Titel eines amerikanischen Standardwerks, sondern formuliert auch die Herausforderung für alle Kultureinrichtungen und Kulturanbieter.

Nachhaltigkeit bedeutet in diesem Sinne das sehr viel breitere und engagiertere Ergreifen von aktiven und systematischen Maßnahmen zur Gewinnung und Entwicklung der zukünftigen Nutzer von Kunst und Kultur. Die Methoden von Werbung und Public Relation greifen hier zu kurz. Imagekampagnen und Tourismusevents, von Werbeagenturen professionalisiert, können in Nicht-Touristenzentren, die wie z.B. Linz bis zu 85% ein lokal/ regionales Kulturpublikum haben (Hochmayer), kaum Nachfrage schaffen.



Ein strategisches Missverständnis liegt dabei in der realen Kulturpolitik. Der Aspekt, dass Bildung zur Teilnahme am kulturellen Geschehen führen und somit zum Motor gesellschaftlicher Entwicklung werden könnte, wird meist ignoriert. Joachim Riedl macht in einem Artikel in der ZEIT auf zwei fundamentale Missverständnisse dieser Politik aufmerksam. "Sie reduziert Bildung hauptsächlich auf die schulische Sphäre, wo vor allem berufsorientierte Fähigkeiten erworben werden sollen, aber nur am Rande weiterführende Kulturtechniken, die da sind: Kreativität, Eigenverantwortung, Nachdenklichkeit oder Gestaltungswillen. Und sie verwechselt Kulturpolitik mit Kunstförderung, was dazu führt, dass sich in den kreativen Primärdisziplinen die elitären Lobbys verselbstständigen, die dann nach und nach alle gesellschaftli-

chen Ressourcen für sich beanspruchen."

Um das zu verhindern, sollten neue Wege in Sachen Kulturpolitik eingeschlagen werden. Kulturpolitik muss klare Ziele vorgeben, was Kunst und Kultur zur Lebensqualität in der Gesellschaft beitragen sollen und finanzielle Anreize schaffen, damit Kulturanbieter Strategien entwickeln und durchsetzen, um unterschiedliche Zielgruppen zu erreichen. Dabei kann es keineswegs nur darum gehen, die bisherigen Angebote des Kulturbetriebs durch Erhöhung der Besucherzahlen aufrechtzuerhalten, sondern es muss vor allem auch Ziel sein, das Potential von Kunst und Kultur neu in den Alltag breiter Bevölkerungsgruppen einzubringen." (Mandel 2005).

Ein Wechsel von einer angebotsorientierten hin zu einer nachfrageorientierten »

Die generelle Überalterung in den westlichen Industriekulturen schlägt sich in der Sphäre der Hochkultur besonders nieder: geht die Entwicklung weiter, dann wird das E-Publikum so ausgedünnt, dass in zwanzig Jahren der herkömmliche Konzertbetrieb kaum mehr aufrecht zu erhalten ist.

Koch, G. R. (2002): Vergiftungsgefahr. Im etablierten Kulturbetrieb dominieren immer mehr die Alten. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.10.2002.

EU-Nachhaltigkeitsstrategie 2001 nennt die wichtigsten Ziele und die Maßnahmen für folgende Problemstellungen:

- Begrenzung des Klimawandels und gesteigerte Nutzung sauberer Energien
- Umgang mit Gefahren für die öffentliche Gesundheit
- Verantwortungsbewussterer Umgang mit natürlichen Ressourcen
- Verbesserung des Verkehrssystems und der Flächennutzung

So retten wir die Erde

Ausgerechnet die Profiteure der Wohlstandsgesellschaft sähen sich gern als Umwelterlöser – ein so nettes wie unnötiges Herzensbedürfnis.

TEXT: WOLFGANG ROTH

Jeder führt den Kampf gegen den Klimawandel auf seine Weise (der eine laut, der andere leise). Die großen Stromkonzerne der Republik wünschen sich viele neue Kohlekraftwerke, weil ihre Drohung, künftig noch mehr Treibhausgase auszustoßen, ihren Atomreaktoren ein längeres Leben bescheren könnte. Bundesverkehrsminister Wolfgang Tiefensee kämpft wie ein Löwe für einen „Klimapass“, der den Autokäufern mit grüner, gelber oder roter Farbe signalisiert, ob sie ein gutes Fahrzeug oder eine motorisierte Klimasaue erwerben. Die Leute sind offenbar nicht in der Lage, den Zusammenhang zwischen Spritverbrauch und Kohlendioxid zu kopieren; deshalb muss man ihnen mit simpler Farbenlehre kommen, etwa so, wie man kleine Kinder mit einer Ampel vertraut macht.

Weil nun ziemlich klar ist, dass die Menschheit das Erdklima anheizt, und weil die Prognosen der seriösen Wissenschaftler immer härter werden, haben speziell in Deutschland allerlei Ratschläge Konjunktur, wie jeder Einzelne zur Rettung der Welt beitragen kann. Dagegen ließe sich weißgott nichts einwenden, wenn es dabei nicht manchmal läppisch, bisweilen unausgegoren, mitunter sogar kontraproduktiv zugehe. Eine Zeit lang bestand der Masterplan für die Rettung der Erde zum Beispiel darin, nur noch Energiesparlampen zuzulassen. Dumm nur, dass die Quecksilber enthalten und deshalb als Sondermüll entsorgt werden sollten, was aber die allerwenigsten tun.

Dankbar sollte die Erde bitteschön auch dafür sein, dass Stadtwerke wie die in Schwä-



Bombay Beach, Salton Sea 2006

Salton City -Naughty by Nature

Text: Manuel Schilcher

„The Salton Sea is a gift of inestimable worth -- ours to take and make whole again if we will.“ Pat Laflin, 1995 Periscope

„We are very enthusiastic about prospects for the beach down here. Salton Sea is destined to become one of the nation's greatest play spots.“ Kenneth Hunter and J.S. Stein, ca 1960

Bombay Beach wird manchmal als surrealer Ort der USA bezeichnet. Zumindest ist er der niedrigste Ort des Landes. Seine Besonderheit bezieht Bombay Beach vor allem aus seiner Lage am Salton Sea.

Der See ist im Grunde künstlich entstanden: Er ist die Folge eines nach heftigen Regenfällen erfolgten Dammbruchs am Colorado River im Jahre 1905, woraufhin von dort Wassermassen in das sonst ausgetrocknete Imperial Valley strömten. Es dauerte 2 Jahre, bis die Fluten unter Kontrolle gebracht werden konnten. Die Überflutung sorgte auch dafür, dass die Ortschaft Salton, eine Bahnarbeitersiedlung die rechtzeitig evakuiert werden konnte, versank.

In den Zwanziger Jahren des 20. Jhs. entwickelte sich der Salton Sea zu einem beliebten Ausflugsgebiet für die Einwohner Südkaliforniens. Neue Siedlungen entstanden am Ufer: Salton City, Salton Sea Beach und Desert Shores am Westufer und Desert Beach, Mecca und Bombay Beach am Ostufer.

In den späten 50ern wurde die Gegend ein beliebtes Ausflugsziel der Hollywood-Prominenz. Der Architekt Albert Frey baute den North Shore Yacht Club, wo zum Beispiel die Beach Boys, Jerry Lewis und die Marx Brothers verkehrten.

Salton City wurde als aufregende Community mit Swimming Pools, Golfplätzen und eigenem Yachtclub entwickelt. Bis 1964 wurden 20 Millionen Dollar für ein Netzwerk aus Strassen, Stromleitungen und Kanalisation investiert. 15.000 Menschen besaßen Grundstücke, ein professioneller Golfkurs wurde 1963 eröffnet. Der Salton Sea war ein beliebtes Erholungsgebiet, der zweitgrößte Park im Bundesstaat, auf dem jährlich 400.000 Boote verkehrten. Motels und Geschäfte sollten den Ort zum beliebtesten Resort in Kalifornien machen.

Es kam anders. Obwohl viele Grundstücke verkauft wurden, baute man nur wenig Häuser. Die Schwankungen im Wasserspiegel des Sees führten in den Fünfziger und Sechziger Jahren wiederholt zu Überflutungen der angrenzenden Orte, vor allem aber bereitete der ständig zunehmende Salzgehalt Probleme. Dazu kam eine hohe Selenkonzentration, sodass nicht selten tote Fische ans Ufer geschwemmt und Vogelsterben beobachtet wurden. Die Situation kam nie unter Kontrolle.

bisch-Hall auf die konkurrenzlos effizienten Blockheizkraftwerke setzen. Dumm ist nur, dass die sich unter anderem mit Palmöl betreiben lassen. Und wo könnte man das Palmöl herkriegern? Genau – aus den großen südostasiatischen Palmenplantagen, durch deren Abholzung unterm Strich wieder neue Treibhausgas frei werden.

Lästig ist das schon: Muss denn immer alles mit allem zusammenhängen? Muss die Welt so kompliziert sein?

Und dann rettet nun auch die amerikanische Sängerin Sheryl Crow die Erde. Erstens damit, dass sie ihre jüngste Tour unter das Motto „Stop Global Warming“ gestellt hat. Zweitens mit der tief greifenden Aufforderung, bei jedem Gang aufs Klo nur ein Blatt Toilettenpapier zu benutzen. Drittens mit der

Entwicklung eines speziellen Ärmels, der als wiederverwendbare Serviette zum Einsatz kommt. Es steht zu befürchten, dass derlei Großtaten Nachahmer finden in einer Welt, in der sich die Profiteure der Wohlstandsgesellschaften dadurch ein gutes Gewissen verschaffen, dass sie bei den Portionsverpackungen der Kondensmilch die Metalldeckelchen von den Plastikdöschen lösen und ordnungsgemäß einer getrennten Verwertung zuführen. Dass so vieles Pipifax ist, muss dabei zunächst kein Schaden sein. Ein gutes Werk tut auch, wer nur sich selbst erlöst.

Dennoch steht hinter jenen Wie-rette-ich-die-Erde-Plänen aber partiell ein schiefes Weltbild. Und so gesehen stellen die ökologischen Kuschelphantasien auch eine Gefahr für die politische Kultur dar. »

„Nachhaltige Entwicklung“ steht in jeder erst zu nehmenden Gründungsdeklaration und ist seit dem Gipfel in Nizza offizielles Entwicklungsziel, und viele Gesetze tragen das schöne Wort in der Präambel. Seitdem die letzten drei Rahmenprogramme für Forschung und Entwicklung Millionen Euros Forschungsgelder locker machten, spielte auch die Wissenschaft mit: Kaum ein Forschungsprojekt kam ohne die Zielvorstellung „Nachhaltige Entwicklung“ an Fördergelder heran.

Claus Faber

Kreative aller Länder, vereinigt euch!

Standortfaktor oder Raubbau am Geist

TEXT: JULIAN KÜCKLICH

Bislang profitieren von den Creative Industries vor allem Privatunternehmer. Das Konzept der Creative Industries, das in den späten neunziger Jahren in Großbritannien von der Blair-Regierung entwickelt wurde, um den Übergang in eine wissensbasierte Ökonomie zu beschleunigen, hat sich in den letzten Jahren wie ein Lauffeuer verbreitet. Auch in Deutschland gehört das Schlagwort der Kulturwirtschaft mittlerweile zum Vokabular von Politikern, Kulturschaffenden und intellektuellen.

Nach den Vorreitern Nordrhein-Westfalen,

Hessen und Schleswig-Holstein hat sich 2005 auch Berlin zum Ziel gesetzt, die „kreativen Industrien“ stärker zu fördern. Spätestens seit der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit die Parole ausgegeben hat, dass sich Berlin mit seiner Zukunft als „nachindustrielle Stadt“ anfreunden müsse, gelten die Creative Industries auch in der Hauptstadt als Wunderwaffe zur Stärkung der Konjunktur.

Höchste Zeit also, der Herkunft dieses Begriffs auf den Grund zu gehen und seine Geschichte nachzuvollziehen. Denn das dahinter stehende Konzept ist zwar nur vage



Albert Frey North Shore Yacht Club Salton Sea, 1958-59

definiert, zeichnet sich aber dadurch aus, dass es auf der ganzen Welt auf fast identische Art und Weise umgesetzt wird. Und gegen diesen globalen Einsatz des Creative-Industries-Modells ohne Rücksicht auf regionale Unterschiede regt sich immer stärkerer Widerstand.

Die erste Bestimmung des Begriffs der Creative Industries legte 1998 das unter Blair neu gegründete Ministerium für Kultur, Medien und Sport (DMCS) vor. In seinem Bericht über die kreativen Industrien des Vereinigten Königreichs wurden diese als diejenigen Industrien definiert, die ihren Ursprung in individueller Kreativität haben und die dazu geeignet sind, durch die Schaffung und Verwertung geistigen Eigentums Wohlstand und Arbeit zu gewährleisten.

Als zentraler Punkt dieser Definition

sollte sich im Folgenden insbesondere die Verwertung geistigen Eigentums erweisen. Denn obwohl die Liste der Branchen, die zu den Creative Industries zählen, umfangreich ist, und neben der Design-, Film- und Musikindustrie etwa auch Werbung, Publikationswesen und Softwareentwicklung umfasst, berücksichtigt sie nicht, dass die Wege der Wertschöpfung in diesen Branchen oft sehr unterschiedlich verlaufen.

Die Maßnahmen zur Umsetzung dieser Politik bestanden zunächst darin, dass in Städten mit industrieller Vergangenheit eine Infrastruktur zur Ansiedelung kreativer Industrien geschaffen wurde. So entstand beispielsweise in Belfast direkt neben den Werften, wo einst die Titanic gebaut wurde, das Laganside-Areal, dessen Zentrum der Odyssey-Komplex mit einem Großleinwandki- »

Sustainable development meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.

Brundtland-Report 1987

Macht euren Kram doch alleine!

oder warum das Leitbild der „Nachhaltigkeit“ so schwierig zu kommunizieren ist

TEXT: BERNHARD SEYRINGER

Zweifellos forcieren die aktuellen sozialen Turbulenzen in Folge einer globalen Deregulierung von Infrastrukturen und Re-privatisierung von Lebensrisiken die internationale Verbreitung des Konzeptes der Nachhaltigen Entwicklung und auch die individuelle Bereitschaft in der Bevölkerung sich mit diesem Konzept zu beschäftigen, da es als Ausweg oder zumindest als Linderung einer oft als naturgesetzlich und zugleich als fatal wahrgenommenen Entwicklung auf der globalen Politikebene wahrgenommen wird.

Die weite Verbreitung sagt aber noch nichts über die Lösungskompetenz des Konzeptes der „Nachhaltigkeit“ aus. Es handelt sich ja auch um ein sehr abstraktes Leitbild gesellschaftlicher Entwicklung, oder eigentlich genauer um ein Leitbild im Werden, dass vorerst eher ein setting an Werten und Normen darstellt, und durch öffentliche Kommunikation Leitbildqualitäten erlangen soll-

te. Es liegt allerdings eine bestimmte Diskrepanz darin, denn bei aller folgenden Kritik, darf nicht vergessen werden, dass es um die kulturellen Aspekte des Leitbildes insgesamt wesentlich besser steht: Die Idee der langfristigen Sicherung der Lebensgrundlage der Menschen findet auf der kulturellen Ebene mit Sicherheit weitestgehende positive Resonanz, da sie mit zentralen Werten zumindest der westlichen Kulturen verknüpft ist.

Die konkreten Handlungsmotive, an die unbedingt appelliert werden müsste, bleiben dabei vorerst eher blass. Es könnte sich aus dem beschriebenen Mangel an Konkretheit allerdings auch der Vorteil ergeben, dass sich situationsbedingte, also kurzfristige, Handlungskoalitionen bilden, und vielleicht sogar Identitäten entlang solcher Handlungsstränge konstruieren ließen, wie Manuel Castells das bereits vor einigen Jahren vorgeschlagen hat.



Diese Vorteile können aber mittelfristig nur dann genützt werden, wenn es in wesentlich besserem Maße gelingt überzeugende Erklärungen für gegenwärtige Probleme zu finden und darüber hinaus konkrete Handlungsmotivationen zu mobilisieren.

Das Ideenkonglomerat der Nachhaltigkeit stellt somit eher einen abstrakten kulturellen Bezugspunkt her, dessen Erdungsversuche ein durch teilweise widersprüchliche Positionen definiertes Diskursfeld aufspannen, als ein Konzept darzustellen, und somit muß aus sozialwissenschaftlicher Sicht, als erstes die Frage gestellt werden: *Was soll hier eigentlich popularisiert werden?*

Als erstes existieren in den Denkrichtungen fundamentale Unterschiede zwischen den Vorstellungswelten die aus dem Bereich der Umweltverbände kommen und am ehesten dem Konzept einer steady state economy ent-

sprechen, und andererseits den Nachhaltigkeitsvorstellungen der Unternehmerverbände, die im wesentlichen ein leicht modifiziertes „Weiter so“ wünschen, im Idealfall durch weitere Einnahmequellen garniert die sich durch umweltpolitische Maßnahmen so erschließen lassen. Das Vorstellungsspektrum ist also ein Breites, von der radikalen ökologischen Wende und der Erhaltung des Naturkapitals bis zum „Weiter so“, und der techniddeterministischen Vorstellung der Substituierbarkeit des Naturkapitals durch technischen Fortschritt.

Weitgehend geteilt wird dagegen die integrative Problemperspektive, das heißt die Annahme, dass sowohl ökologische, ökonomische aber auch kulturelle Faktoren eng miteinander verknüpft werden müssen, nimmt man das Konzept der Nachhaltigkeit in seiner vollen Komplexität ernst. In der öffentlichen Kommunikation werden diese Dimensi- »

Eine Studie zum Thema „Kommunikation von Nachhaltigkeit, theoretische Ansätze und milieuspezifische Selektionsmechanismen“ wird im Auftrag eines österreichischen Bundesministeriums gerade von XING Büro für Kultur- und Wissenschaftskommunikation erarbeitet, und die zentralen Thesen stehen demnächst zum download bereit.



Kultur am Point Of Sale Wirtschaft im Cultural Turn

Welche Wechselwirkungen gibt es zwischen Kultur und Wirtschaft? Der Schweizer Historiker Jakob Tanner beschreibt die Geschichte ihres Zusammenspiels zwischen zwei Polen: Kulturalisierung ökonomischer Strategien einerseits und Funktionalisierung der Kultur für unternehmerische Zielsetzungen andererseits.

«Make people depend on you.» «Do not explain too much»: Das sind zwei von 101 Lebensweisheiten, welche die AIG, die global operierende Versicherungs- und Finanzgesellschaft American International Group, in der smart illustrierten Werbebroschüre We Know Money feilbietet. Die Sprüche stammen, wie eine Fußnote festhält, aus The Art of Worldly Wisdom des spanischen Jesuit Baltasar Gracián (1601-58).¹ Die «Hand-Orakel» dieses unbequemen, doch bis auf die Knochen katholischen Paters waren Ende der

1820er Jahre von Arthur Schopenhauer unter dem Zusatztitel Kunst der Weltklugheit ins Deutsche übertragen worden – knapp 200 Jahre später bedient sich nun ein Weltkonzern dieses Werkes und reiht semantisch eingedampfte Zeilen aneinander, um Geldmachen als eine Steigerungsform von weltkluger Erfahrungsweisheit darzustellen. Noch bis weit in die Nachkriegszeit hinein wäre ein solcher Auftritt als Geschmacksverstauchung qualifiziert worden. In Deutschland und anderswo schienen sich Kultur und Wirtschaft »

TEXT: JAKOB TANNER

FAZ 25.04.07 In dieser Woche treffen sich die Vertreter der Islamkonferenz zum zweiten Mal in ihren Arbeitsgruppen. Es geht um die Integration der Muslime und somit um das Verhältnis der Religion, des Islam zur Gesellschaft, um Menschenrechte, die unteilbar sind, auch für muslimische Frauen und Männer. Es wird über europäische Werte wie die Religionsfreiheit gestritten und den säkularen Staat. Die Publizistin und Soziologin Necla Kelek („Die fremde Braut“) setzt sich in ihrer Streitschrift mit den Prämissen auseinander, unter denen diese Gespräche geführt werden. Ohne kritische Auseinandersetzung mit dem historischen Kontext, dem Koran, islamischen Traditionen und Sitten, der Freiheitsfeindlichkeit und dem kollektivistischen Gesellschaftsmodell, das der Islam verfolgt, werde es keine Integration der Muslime in Europa geben. Islamwissenschaftlern wie Tariq Ramadan wirft sie Frauenfeindlichkeit und eine Gegenaufklärung vor, die das Ziel hat, die europäische Moderne zu islamisieren und den Westen zu diffamieren.

Und bist du nicht von uns, dann bist du des Teufels

Was Integration heißt, das kann nicht allein der Islam definieren: Die Gebote des Korans und Europa

TEXT: NECLA KELEK



In den aktuellen Grenzen der Europäischen Union leben zurzeit mehr als zwanzig Millionen Menschen, zwölf Millionen davon sind Migranten in Westeuropa, die zu den Muslimen gerechnet werden und deren Zahl sich in den kommenden Jahren verdoppeln wird. Erfüllen sich die Wünsche der Türkei, wird der Islam in absehbarer Zukunft ein bedeutender Faktor nicht nur der Außen-, sondern auch der europäischen Innenpolitik sein. Die Auseinandersetzung mit dem, was Islam ist und wie er gelebt wird, berührt also den Kern der europäischen Zukunft.

Der Islam selbst hat in den 1400 Jahren seiner Geschichte in Europa so gut wie keine Wurzeln schlagen können. Der Islam ist eine arabische Religion, auch wenn sie sich universalistisch gibt. Er kennt keine Individualität, sein Menschenbild ist nicht gerüstet für die Moderne, die den selbstverantwortlichen Einzelnen braucht; der Islam verfolgt ein anderes, ein kollektivistisches Gesellschaftsmodell. Der Islam hat nicht nur den Anspruch, ein Glaube zu sein, sondern er steht als Religion für die Einheit von Leben, Glauben, Gesetzen und Politik. Dies widerspricht der Säkularisierung. Der Islam versucht, seine Rechte als Kollektiv von Gläubigen einzufordern, wobei die aufgeklärte Gesellschaft zuallererst das Recht des Einzelnen schützt.

Wenn jemand bei uns die Haltung der katholischen Kirche zur Verhütung oder zur Homosexualität kritisiert, würde niemand auf die Idee kommen, dass damit zugleich der katholische Glaube an sich oder die Religiosität Einzelner in Frage gestellt wird. Kritisiert man aber die Haltung der Muslime zu Frauen und nennt man diese unmenschlich, kommt der Einwand, man könne doch den Glauben nicht in Frage stellen. Das ist das Dilemma des Islam: dass er im Persönlichen ein Weg zur Spiritualität sein kann, dass niemand das Erleben des Einzelnen in Frage stellen will, sich aber der einzelne Muslim als ein der Gemeinschaft verpflichtetes Sozialwesen verhält, das die eigene Anschauung für das Ganze hält.

Die ersten beiden großen Versuche des Islam, in Europa Fuß zu fassen, waren militärische Eroberungszüge und scheiterten - im siebten Jahrhundert in den Schlachten von Tours und Poitiers und 1683 vor Wien. Nach seiner intellektuellen Blütezeit im neunten Jahrhundert, als sich Mohammeds Lehre mit der Ratio des Aristoteles zu vereinen schien und die Neugier die Wissenschaften entfachte, gewann der Islam beispielsweise durch den islamischen Gelehrten Ibn Rushd, genannt Averroes (1126 bis 1198), Einfluss auf das christlich-europäische Denken und eröffnete Europa einen Zugang auf das umfassende Erbe der griechischen Philosophie. Aber spätestens mit Averroes' Niederlage verschwand der Zweifel und damit auch die Innovationskraft aus dem islamischen Denken und führte zu dem beklagenswerten Zustand, in dem sich die islamische

Theologie und die Wissenschaften der muslimischen Welt nach Untersuchungen des Arab Human Development Report der Vereinten Nationen auch heute noch befinden. Weder von den militärischen noch von den intellektuellen Niederlagen hat sich der Islam seither erholt. Sie haben vielmehr ein nachhaltiges Minderwertigkeitsgefühl erzeugt, das seine Kompensation im Fundamentalismus sucht.

Diese Haltung hat in Europa in Tariq Ramadan, einem Professor für Islamstudien an der Universität Oxford, ihren eloquentesten Fürsprecher. Er versucht die offensichtlichen Niederlagen des Islam in Siege umzudeuten. Ramadan ist ein Vertreter der Antiaufklärung und der Restauration des Islam. Wenn er in seinem Buch „Der Islam und der Westen“ zu dem Schluss kommt: „Die islamische Welt ist eine Welt der Erinnerung“, meint er damit die Haltung, das Streben danach, den Zustand des „Jahrhunderts des Propheten“ Mohammed wiederherzustellen. Er hält es demzufolge für sinnlos, gar beleidigend, eine Modernisierung des Islam einzufordern, weil die Umma im Medina des siebten Jahrhunderts das Ideal der islamischen Gesellschaft darstellt. Dafür muss er einen großen Teil der islamischen Theologie und Philosophie aus der Geschichte streichen. So kommen in seiner Darstellung der Geschichte des Islam das achte bis elfte Jahrhundert gar nicht vor, weil es ihm offensichtlich nicht passt, was die Mu'taziliten über die Freiheit des Menschen, die Vernunft und den Glauben mit den Methoden der Rationalität gemeinsam mit Christen erdachten.

Wenn Tariq Ramadan achthundert Jahre später immer noch die Vernunft und den Zweifel aus dem Glauben zu verbannen sucht - „Erforschen, erkunden, verstehen bedeutete niemals, mit Gott in Widerstreit zu treten oder die Spannung des Zweifels über das höchste Wesen und seine Präsenz zu erfahren“ -, dann bewegt er sich auf einer Linie mit dem Ajatollah Chomeini, der sagte: „Wir wollen keine Kopfmenschen.“ Und wie für Chomeini sind auch für Ramadan westliche Werte nichts anderes als Geißeln des Imperialismus: „Die westliche Lebensweise stützt sich auf und erhält sich durch die Verführung zur Aufstachelung der natürlichsten und primitivsten Instinkte des Menschen: sozialer Erfolg, Wille zur Macht, Drang zur Freiheit, Liebe zu Besitz, sexuelles Bedürfnis usw.“ Obwohl er darüber redet: Zur Integration der Muslime in Europa trägt Ramadan nichts bei, er sagt, es gehe nicht um eine „Integration der Muslime in ihre westliche Umwelt, sondern eine Integration der Umwelt in das ewige Universum der Muslime“. Es ist der Versuch, die europäische Moderne zu islamisieren.

Das Bekenntnis zu westlichen Verfassungen und Gesetzen erscheint in diesem Kontext als Lippenbekenntnis. Wer wie Ramadan sagt: „Der Koran verbietet es, dass eine muslimische Frau einen Nichtmuslim heiratet. Wenn das geschieht, dann können wir sagen, dass die Frau die Gemeinschaft verlässt“. Wer sich dann konsequenterweise nicht zur Ächtung der Steinigung von Frauen »bekennen kann, der schließt »



XING
progressive ideas

Kommunikationsstrategien für Kultur- & Wissenschaftsprojekte
Strategische Kommunikation von wissenschaftsbasierten Raumimages
Publikationen, Symposien, Kampagnen, Markenentwicklung
für Kunden aus Stadtentwicklung, Politik und Kultur.

XING progressive ideas
Büro für Wissenschaftskommunikation & Stadtforschung
contact: xing@xing.at

XING - Ein Kulturmagazin

Nachhaltigkeit

Heft 08, Jahrgang 04, Juli 2007

Büro zur Förderung von Kultur- und Wissenschaftskommunikation, e.V
Herausgeber: Bernhard Seyringer, Manuel Schilcher
Beirat: Thomas Hellmuth, Fritz Betz, Michael Amon
Mitarbeit: Sabine Gebetsroither
Druck: DBL, Bad Leonfelden
unterstützt von: GfK - Gesellschaft für Kulturpolitik OÖ, ww.gfk-ooe.at
Institut für Kulturförderung des Landes OÖ

Einzelheft: 5 Euro + Versandkosten
Verkauf in ausgewählten Buchhandlungen und öffentlichen Institutionen
Details unter www.xing.at - xing@xing.at
Bank Austria Creditanstalt :: BLZ 12000 KtoNr 50109836701
Verlag & Redaktionsadresse: red@xing.at, XING Graben 11, 4020 Linz



Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, vorbehalten. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wider. Das Copyright sowie die Verantwortung für die publizierten Inhalte liegen ausschließlich bei den jeweiligen AutorInnen.