

«KLEIN ANFANGEN, UM GROSSES ZU SCHAFFEN»

DIE KLIMAAKTIVISTIN PAYAL PAREKH IM GESPRÄCH MIT CHRISTIANE SCHULZKI-HADDOUTI

MEHR KLIMASCHUTZ – DAS FINDET EINE GROSSE MEHRHEIT WICHTIG. DOCH WIE LÄSST SICH AUSREICHEND DRUCK AUFBAUEN, UM DIE POLITIK TATSÄCHLICH ZUM HANDELN ZU BEWEGEN?

Weltweit kämpfen unzählige Gruppen und Initiativen für Klimaschutz und Klimagerechtigkeit. Dabei gehen sie die unterschiedlichsten Wege, um ihre Botschaft, ihre Forderungen zu kommunizieren: von Demonstrationen über zivilen Ungehorsam bis hin zu militanten Aktionen. Doch bisher sind es nur Minderheiten, die sich engagieren. Es gilt daher, weitaus mehr Menschen dafür zu gewinnen, sich für das Klima einzusetzen und Veränderungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft anzustoßen. Doch mit welchen Strategien lässt sich eine solche Bewegung aufbauen?

Wie Strategieentwicklung im Aktivismus funktioniert, damit kennt sich die gebürtige Inderin Payal Parekh bestens aus. Ihr Großvater war in der indischen Unabhängigkeitsbewegung aktiv, ihre Großmutter kämpfte für Frauenrechte. Als Doktorandin am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in Cambridge engagierte sich Parekh gegen Zwangsumsiedlungen von Indigenen in Westindien. Nach ihrer Promotion in Klimawissenschaften war Parekh unter anderem internationale Programmdirektorin von «350.org». Die von dem US--amerikanischen Umweltaktivisten Bill McKibben initiierte Klimaschutzorganisation war eine der ersten, die die Graswurzelbewegung unterstützte.

Payal Parekh lebt heute in Bern und ist in den Bereichen Politik und Aktivismus sowohl auf lokaler wie auch auf internationaler Ebene bestens vernetzt. Sie entwirft Kampagnen, die auf durchdachte Massenaktionen zur Mobilisierung von Mitstreiterinnen und Mitstreitern beruhen. Um Menschen für den Klimaschutz und für ein aktives Engagement zu gewinnen, setzt Parekh auf die Kraft des kollektiven Handelns – sie ist überzeugt, dass Bewegungen nur dann nachhaltig wachsen können, wenn sie die Leute dort ansprechen, wo sie leben.

Frau Parekh, warum sind Sie von der Wissenschaft in den Aktivismus gewechselt?

Bis ich 35 Jahre alt war, arbeitete ich als Wissenschaftlerin. Wissenschaftliches Arbeiten ist sehr wichtig – doch ich merkte, dass es nicht meine Leidenschaft ist. Wir können die Klimakrise nicht mit mehr Wissen bremsen, sondern nur mit einem politischen Wandel. Später habe ich erkannt, dass hierzu eine soziale und ökonomische Transformation unerlässlich ist.

Gab es einen bestimmten Moment, als Ihnen dies bewusst wurde?

Nach meiner Promotion in den USA lebte ich 2005 wieder in Indien. Als ich mich gerade in einem Slum in Mumbai aufhielt, ging in der Stadt innerhalb von 24 Stunden extrem viel Regen nieder. Erst nach drei Tagen kam ich wieder raus. Als subtropisches Land sind in Indien die Folgen der Klimakrise äußerst massiv. Dazu kommt die schlechte

Infrastruktur. Damals wurde mir klar, dass sehr arme Länder wie das meine es schwer haben werden, sich an den Klimawandel anzupassen – weil sie eben weniger Geld zur Verfügung haben. Der Klimawandel ist eigentlich ein politisches Problem.

Wie kamen Sie selbst ins Handeln?

Als Postdoktorandin an der Universität Bern bewarb ich mich 2008 bei der NGO «International Rivers» in Oakland. Sie suchten jemanden, der sie bei den internationalen Klimaverhandlungen unterstützen sollte. Die NGO kämpfte gegen Kompensationskredite für große Staudämme, und da ich in der Anti-Staudamm-Bewegung aktiv war, passte das.

Danach sind Sie zu Greenpeace International in Amsterdam und anschließend zu 350.org in Bern gewechselt. Was haben Sie aus dieser Zeit mitgenommen?

Bei 350.org habe ich gelernt: Wenn wir Kampagnen organisieren, die von Menschen vor Ort geführt werden, und dabei an vielen Stellen versuchen, etwas auf lokaler Ebene zu ändern, dann kann das insgesamt eine große Wirkung erzielen. Ein Beispiel dafür waren Studierende in den USA, die durch kreatives Campaigning ihre Universitäten aufforderten, fossile Investitionen zu unterlassen. Studierende weltweit haben sich angeschlossen.

Sie sind seit einem Vierteljahrhundert für den Klimaschutz tätig. Wo sehen Sie die Klimabewegung heute?

An einem schwierigen Punkt. Wir erleben, dass die Folgen der Klimakrise immer verheerender ausfallen, und merken zugleich, wie unbeweglich die Politik ist. Wir müssen selbst die internationalen Klimaverhandlungen kritisch hinterfragen: Was bringen sie wirklich? Ich glaube, dass es gerade jetzt sehr wichtig ist, auf lokaler Ebene etwas zu tun und die Verantwortlichen vor Ort zur Rechenschaft zu ziehen. Hier stehen einem mehr Hebel zur Verfügung – das macht es einfacher als auf der nationalen und internationalen Ebene.

Als Beraterin sind Sie recht agil zwischen lokalen Gruppen und internationalen Akteuren unterwegs. Wo verorten Sie sich selbst?

Ich arbeite weiterhin sowohl auf der lokalen wie auch auf der internationalen Ebene und schaue, dass es für jede Person eine Möglichkeit gibt, aktiv zu werden. Als ich versuchte, internationale Prozesse zu beeinflussen, fand ich das aufgrund der Kräfteverhältnisse sehr schwierig. Die reichen Länder haben zu viel Macht, als Zivilgesellschaft hat man zu wenig. Aber es gibt kreative Projekte wie die «Climate Clock», die wirklich allen verdeutlichen können, wie dringend es ist, gegen die Klimakrise anzukämpfen – und gleichzeitig aufzeigen, dass wir Lösungen parat haben.

Bei 350.org haben wir ausgehend von lokalen Gruppierungen eine globale Kampagne gestartet – das ist das, was ich heute noch immer mache. Wenn bei einer Kampagne mehrere lokale Gruppen etwas machen, dann wird das Ganze größer als die Summe der

einzelnen Teile. Aber dazu brauchen wir «Organizing», sonst können wir keine Macht aufbauen.

Infobox: Die «Climate Clock» zeigt die verbleibende Zeit an, um die globale Erwärmung auf 1,5 Grad Celsius zu begrenzen. Sie wurde von Künstlern und Aktivisten wie Gan Golan und Andrew Boyd in New York initiiert. Die Zeit errechnet sich aus der aktuellen Treibhausgasemission im Verhältnis zum Treibhausgasbudget. Die Countdown-Uhr will das Bewusstsein sowie den Handlungsdruck für Klimaschutzmaßnahmen erhöhen. «Climate Clocks» finden sich inzwischen an öffentlichen Plätzen weltweit, wie z.B. New York, Seoul, Glasgow oder Berlin.

Was genau verbirgt sich denn hinter dem Begriff «Organizing»?

Es ist gleichzeitig ein Werkzeug und eine Philosophie: Das erste und wichtigste ist es, in Gruppen Vertrauen aufzubauen, zuzuhören und sich auf Augenhöhe auszutauschen. 80 Prozent der Zeit nimmt das Zuhören, 20 Prozent das Reden ein. Der Kern von Organizing liegt darin, dass die Leute ihre Probleme selbst lösen können, wenn sie mit anderen zusammen daran arbeiten, etwas zu ändern. Es geht also immer darum, gemeinsam Ideen zu entwickeln. Daher ist es beim Organizing so wichtig, die Leute zu fragen, was sie denken und welche Anregungen sie haben – oder sie nach ihrer Meinung zu einer Kampagnenidee zu fragen, um Verknüpfungspunkte zu finden. Wir werden nie so viel Geld wie Konzerne oder Regierungen haben, aber wir können die Leute auf unsere Seite ziehen und viele dafür mobilisieren, aktiv zu werden.

Wie gehen Sie das an?

Derzeit arbeite ich zum Beispiel an einer Kampagne in der Schweiz, mit der wir zeigen wollen, wie lokale Gruppen ihre Kommunen überzeugen können, bestimmte Klimamaßnahmen zu ergreifen. Es geht darum, zu lernen, wie man eine lokale Kampagne aufzieht und das Interesse regionaler Medien dafür weckt. Außerdem geht es auch darum, zu erfahren, wie man mit den kommunalen Akteurinnen und Akteuren sowie mit Behörden in Kontakt kommt, wie man mit Menschen in Unternehmen oder in der Landwirtschaft spricht und ihnen vermitteln kann, warum bestimmte Maßnahmen gut und dringend erforderlich sind.

Warum ist Ihnen das Lokale so wichtig?

Wenn es auf lokaler Ebene gelingt, politische Entscheidungsträger vor Ort zu bestimmten Maßnahmen zu bewegen, können sie in ihren Parteien auch auf nationaler Ebene Anstöße geben und Druck machen. Das erhöht die Chance für einen Wandel. In Basel gab es zum Beispiel die Kampagne «Netto-Null bis 2037», die in der gesamten Schweiz viel Aufmerksamkeit fand. Letztlich geht es darum, engagierte Bürgerinnen und Bürger so zu schulen, dass sie Organizing, Mobilisierung und Kampagnenarbeit selbst durchführen und damit Druck nach oben aufbauen können. Zusätzlich sind auch Trainings und Workshops wichtig, damit die Leute die Werkzeuge für die Netzwerkarbeit mit Menschen unterschiedlicher Herkunft und kultureller Prägung einsetzen können.

Sie halten es für die Kampagnenarbeit wichtig, auch diverse Zielgruppen anzusprechen?

Ja – wenn man nur unter sich bleibt, wird man nicht stärker. Ich glaube, dass Bewegungen deutlich mehr Einfluss und Wirkung entfalten können, wenn sie sich etwas breiter aufstellen. Ich denke da an die «KlimaSeniorinnen Schweiz», die einen Sieg vor dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte errungen haben. Aber auch an Menschen aus der Landwirtschaft, die gemeinsam etwas erreichen wollen.

Das klingt nach viel Netzwerkarbeit. Wie kommt man dabei zu Mitstreiterinnen und Mitstreitern?

Man braucht eine Kick-off-Veranstaltung, über die möglichst die Presse berichtet. Erfahrungsgemäß findet es schnell Nachahmung, wenn erst einmal zwei, drei Gruppen anfangen und erste kleinere Erfolge verbuchen können.

Voraussetzung dafür ist eine Kerngruppe, die die Koordinations- und Medienarbeit übernimmt. Ziel ist es dabei, dass auch überregionale Medien die Anfangserfolge aufgreifen und darüber berichten. Um solche Schneeball-effekte zu erreichen, ist es wichtig, dass sich die Mitglieder der verschiedenen Gruppen austauschen. So können sie zu Botschafterinnen und Botschaftern werden, weil sie natürlich auch Leute aus ihrem Umfeld oder in anderen Dörfern, Städten und Regionen erreichen. Ich vergleiche das gerne mit Weben: Wenn man Schnüre mit verschiedenen Farben miteinander verflacht, wird jede Person zu einem potenziellen Knotenpunkt.

Dieses Bild vom Verflechten erinnert mich an Mahatma Gandhi, der ein passionierter Weber war.

Für mich sieht Organizing immer so aus. Ein Teil davon ist einfach: Wir fangen zum Beispiel damit an, dass wir in einer Kirche eine Veranstaltung organisieren und ein paar Plakate hierfür aufhängen, wenn wir Mitglieder einer kirchlichen Gemeinschaft ansprechen wollen. Oder man stellt am Samstag beim Markt einen Stand auf. Es geht zunächst darum, mit den Leuten ins Gespräch zu kommen und von dem Projekt zu erzählen – dabei aber immer auf Augenhöhe zu kommunizieren.

Was heißt «auf Augenhöhe kommunizieren»? Sie sind Klimawissenschaftlerin, erfahrene Aktivistin – wo ist hier die Augenhöhe?

Ich könnte pauschal sagen: Wir müssen die Emissionen reduzieren, es darf keine Verbrennerfahrzeuge mehr geben. In Bern, wo ich wohne und wo es alle fünf Gehminuten entfernt eine Bushaltestelle gibt, ist das einfach zu postulieren. Aber ich habe nie auf dem Land gelebt – woher soll ich also wissen, wie es da ist? Es ist wichtig, Fragen zu stellen und zuzuhören, um die Sicht der Anderen zu verstehen und Gemeinsamkeiten zu finden.

Ich kam mal bei einer Fahrradtour übers Land zufällig mit einer Frau ins Gespräch. Als ich erzählte, dass ich zu Klimathemen arbeite, hat sie sofort über Mobilität gesprochen: Sie sei Biobäuerin und wundere sich, wie man auf die Idee kommen könne, aufs Auto zu

verzichten. Wie solle sie ihre Waren ausliefern? Wie auf dem Land mobil sein, wo nur einmal am Tag der Bus kommt? Ich habe sie gefragt: «Was könnte für Sie eine Lösung sein?» Es geht also nicht darum, aus Studien und Berichten zu zitieren und davon zu sprechen, wo der Klimaschutzeffekt möglicherweise am größten sei. Das kann man machen, aber man sollte dabei nicht den Eindruck erwecken, man hätte bei einem so komplizierten Thema die richtige Lösung parat.

Und wie ging das Gespräch mit der Bäuerin weiter?

Ich habe sie gefragt, was sie sich vorstellen könnte, um die Emissionen durch Mobilität zu reduzieren. Sie persönlich könnte ohne Auto leben, antwortete sie, benötige es aber, um ihre Mutter zu betreuen. Für die alltäglichen Dinge wie Einkaufen oder Arztbesuche könnte sie durchaus auf ein E-Fahrzeug umsteigen – aber dafür bräuchte es Subventionen. Und schon waren wir miteinander im Gespräch.

Welche Zielgruppen würden Sie adressieren, um mehr für den Klimaschutz zu erreichen?

In der Schweiz ist eine Abstimmung zum Klimagesetz gescheitert, weil sich die Grünen und die Sozialdemokraten auf die urbane Wählerschaft verlassen haben. Hinterher zeigte die statistische Auswertung: Zum Sieg fehlten die Stimmen aus der Arbeiterschaft und der ländlichen Bevölkerung. Das hat mir zu denken gegeben. Ich glaube, es kann nur dann eine breite Bewegung entstehen, wenn wir verschiedene gesellschaftliche Milieus und vor allem auch Menschen unterschiedlichster Herkunft miteinander in Kontakt bringen. Wenn wir keine Brücken zueinander bauen, uns nicht austauschen und keinen gemeinsamen Nenner finden, finde ich das problematisch.

Sie sprechen von Herkunft. Warum spielen aus Ihrer Sicht Migrantinnen und Migranten der zweiten oder dritten Generation in der Klimabewegung kaum eine Rolle?

Es werden viele Annahmen getroffen, beispielsweise wird unterstellt, dass People of Color nicht privilegiert seien. Das stimmt nicht ganz. Wenn sich dann herausstellt, dass sie doch privilegiert sind, wird als Nächstes angenommen, sie könnten keinen zivilen Ungehorsam leisten. Einmal habe ich erlebt, wie «Ende Gelände» ein Klimacamp organisierte. Es wurden 500 Personen aus aller Welt erwartet, schlussendlich waren es mehr als 1.000. Ein Kollektiv aus den Niederlanden hat die Küche organisiert – und suchte dringend Leute, die dort helfen. Viele von den Teilnehmenden, darunter Menschen unterschiedlichster Herkunft, Migrantinnen und Migranten sowie Personen mit Beeinträchtigung, halfen in der Küche. Da kam zum Beispiel einer aus Indien, der noch nie im Leben gekocht hat. Aber er schälte dann eben die Kartoffeln.

Ich denke, es geht darum, auf die Leute zuzugehen und sie unvoreingenommen zu fragen, ob sie Lust hätten, dies oder das zu tun. Und ich persönlich möchte nicht immer als einzige Person of Color in den Meetings der Klimabewegung auftauchen. Stattdessen will ich die Bewegung dazu anregen, nicht mit Annahmen oder gar Vorurteilen zu arbeiten.

Apropos Annahmen: Viele glauben ja, dass sie als einzelne Person ohnehin nichts ändern könnten. Wie reagieren Sie darauf?

Für mich ist ein zentraler Teil von Organizing, den Leuten zu zeigen, wie genau das möglich ist. Ihnen Möglichkeiten aufzuzeigen, wie man kollektiv aktiv werden kann, um tatsächlich Machtverhältnisse zu verändern. Die Gewerkschaften machen das sehr gut. Sie bieten Antworten auf Fragen wie: Warum brauchen wir dich? Wie kannst du aktiv werden? Es geht darum, Menschen, deren Gefühl es ist, eh nichts erreichen zu können, erleben zu lassen: «Ich arbeite an etwas mit, um Schritt für Schritt eine Machtposition aufzubauen und andere dabei mitzuziehen.»

Es ist also sozusagen eine «Strategie der kleinen Schritte»?

Mit ein paar ersten kleinen Schritten anzufangen ist immer sinnvoll. Und erst, wenn Menschen mitmachen und dabei feststellen, dass man gemeinsam etwas bewirkt, kommt der nächste Schritt: Die Beteiligten fragen in ihrem Freundes-kreis, wer ebenfalls mitmachen will. Und dann beginnt man, weitere Bezugspersonen zu kontaktieren, die unterstützen und beispielsweise helfen, Anlässe zu organisieren. Besonders wirksam ist es, wenn man betroffene Personen mit anderen Betroffenen zusammenbringt. Man fängt also auf einer bestimmten Ebene an – und mit der Zeit werden immer mehr Ebenen angesprochen.

Also ja – es beginnt immer klein. Danach wird es ein bisschen mehr. Dann reflektiert man mit den anderen, wie es sich angefühlt hat. Und meistens sagen sie: «Wow, ich habe Kraft. Ich kann das. Zusammen sind wir stark!» Und aus diesem Gefühl heraus kann dann wirklich etwas Großes entstehen.

Dr. Payal Parekh, geboren 1973 in Mumbai, arbeitet als Beraterin für Strategie, Organisationsentwicklung und Kommunikation für NGOs im Umwelt- und Klimabereich. Vor dem Abitur verbrachte sie ein Austauschjahr in der bayerischen Stadt Passau. Sie studierte in den USA Geologie und promovierte in Klimawissenschaften und Ozeanchemie am Massachusetts Institute of Technology. Seit 2006 lebt Payal Parekh mit kurzen Unterbrechungen in Bern in der Schweiz.

Der Umwelt zuliebe wurde auf die Wiedergabe von Fotos in der Druckversion verzichtet. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste sowie die Vervielfältigung auf Datenträgern nur nach Genehmigung des Herausgebers.