

Gundolf Kohlmaier und Birgit Blättel-Mink
Goethe-Universität Frankfurt am Main

Klimawandel und Elektromobilität. Die Wissenschaft und der verantwortliche Konsument bzw. der Prosumer im Internet

Immer häufiger werden die Ergebnisse der Wissenschaft, im speziellen Beispiel hier, die Wissenschaft vom Klimawandel, in einer verständlichen Sprache im Internet veröffentlicht. Adressaten sind Laien, Journalisten, Politiker, Manager oder Wissenschaftler. Gerade kürzlich wurde der 4. Sachstandsbericht (Fourth Assessment Report AR-4) des International Panel on Climate Change (IPCC), mit dem Titel: "Climate Change 2007" abgeschlossen, wobei Arbeitsgruppe 1 ihre Resultate unter "Naturwissenschaftliche Grundlagen", Arbeitsgruppe 2 unter „Klimaimpakt, Anpassung und Verletzlichkeit“ und Arbeitsgruppe 3 unter „Abmilderung des Klimawandels“ zusammenfasste. Alle Berichte wurden gleichzeitig in den sechs UN-Sprachen arabisch, chinesisch, englisch, französisch, spanisch und russisch veröffentlicht. Jeder der Arbeitsgruppenberichte enthält eine Zusammenfassung für Politiker und eine wissenschaftliche Zusammenfassung. Die Zusammenfassung für die Politik ist an die Regierung gerichtet, von welcher erwartet wird, dass sie die entsprechende Gesetzgebung und Verordnungen veranlasst, bindend sowohl für die Industrie wie auch für den Verbraucher, während die wissenschaftliche Zusammenfassung den Wissenschaftsjournalisten und den interessierten Laien erreichen soll, um ihnen den gegenwärtigen Stand der Erkenntnisse zum Klimawandel zu nahe zu bringen.

Vor der Einführung des Internet WEB 2.0 endeten die Erkenntnisse der Wissenschaft oft in einer Einbahnstraße, zumindest in Bezug auf den Verbraucher. Dieser hatte jene Produkte zu akzeptieren, die der Produzent auf den Markt brachte, Produkte, die in den meisten Fällen in einer sehr traditionellen Weise gestaltet waren und welche die längerfristigen Ziele des Umweltschutzes, der Langlebigkeit, des Klimaschutzes und der Nachhaltigkeit vernachlässigten.

Das spezielle Beispiel, das hier angesprochen werden soll, ist die zukünftige individuelle nachhaltige Mobilität. Immer noch schockiert durch die gegenwärtige Finanzkrise 2008 (Wort des Jahres der Gesellschaft der deutschen Sprache!) und durch die hohen und fluktuierenden Benzinpreise, wollen Verbraucherinnen und Verbraucher nicht länger die teuren und Benzin verschlingenden Autos akzeptieren, die der gegenwärtige Markt ihnen bietet. Die Automobilhersteller stecken heute in einer Autoabsatzkrise und die Steuererleichterungen, welche die Bundesregierung den Verbraucherinnen und Verbrauchern für 2009 zusagt, sind sicher keine ausreichende Lösung. So verwundert es nicht, dass Verbraucherinnen und Verbraucher immer häufiger ihre Einstellungen und Präferenzen in Bezug auf Elektromobilität im Internet artikulieren. In Deutschland gibt es mindestens 3-5 wichtige WEB 2.0 Seiten, die sich mit Elektromobilität befassen: <http://www.elektroauto-tipp.de/>, www.nie-mehr-benzin.de, <http://www.hybrid-autos.info/Elektro-Auto-Ueberblick.html>, <http://www.utopia.de/wissen/ratgeber/utopia-macht-mobil?qclid=CIGv1qTI3ZYCFRnBugoda05H2w>. Die meisten dieser WEB-Seiten bieten BLOGs an, welche dadurch interessant werden, dass sie die kollektive Intelligenz in Bezug auf nachhaltige Mobilität erweitern. Vielleicht ist die z. Z. die interessanteste Seite die E³-Studie der Deutschen Gesellschaft für Solarenergie (<http://www.e3-mobil.de/>), in welcher der zukünftige Besitzer/ die zukünftige Besitzerin eines Elektroautos aufgefordert wird, ein Bestellformular auszufüllen, das gegenüber der Industrie die gewünschten Eigenschaften des eigenen Autos festlegt. Hier wird der Verbraucher im wahrsten Sinne zum Prosumer, wie er von Alvin Toffler beschrieben wird.

Literatur

IPCC, Intergovernmental Panel on Climate Change (2007) Fourth Assessment Report on Climate Change 2007. <http://www.ipcc.ch/#>

Toffler, Alvin W. (1980) The third wave. London: Bantam Books.

Kontakt: g.kohlmaier@chemie.uni-frankfurt.de