

Michael Cramer / Annelie Geipel

Nachhaltigkeit als Mediator:in – Anregungen für Mediator:innen und Berater:innen

Klimaveränderungen, nicht nur in Bezug auf die Temperaturen, sondern auch auf der gesellschaftlichen Ebene, sind kaum zu leugnen. Hier sind wir alle gefordert gegenzusteuern. Nicht umsonst ist Nachhaltigkeit eines der zentralen Themen unserer Zeit.

Als Bürger:innen tragen Mediator:innen, Berater:innen, Supervisor:innen oder Trainer:innen wie alle anderen auch eine Verantwortung, ihren Beitrag zum Klimaschutz – auf allen Ebenen - zu leisten. Mediation unterstützt Menschen dabei, Konflikte nachhaltig und zukunftsorientiert zu klären. Je mehr Menschen die Möglichkeiten konstruktiver Konfliktlösung erfahren haben, desto mehr verbreitet sich der Gedanke in der Gesellschaft. Das ist ein wichtiger Beitrag. Aber reicht das?

Klar, die Rahmenbedingungen sind wichtig, wir sind uns aber sicher, dass wir uns individuell, als Mediator:innen, als Unternehmer:innen, nicht hinter den eher langsamen Transformationen auf der gesamtgesellschaftlichen Ebene verstecken können. Vielmehr gilt es, eigene Handlungs- und Veränderungsmöglichkeiten in den Blick zu nehmen.

Kleine Warnung: Da Lösungen nicht immer einfach sind und wie wir wissen, individuell gefunden werden müssen, werfen wir in diesem Text – ohne jeden Anspruch auf Vollständigkeit – einige Fragen auf, ohne immer sagen zu können, wie gute Lösungen aussehen könnten. Aber die richtigen Fragen, sind ja manchmal schon ein Beginn, uns auf den Weg zu bringen. Auf unserer Homepage gibt es Links zu Tipps, Ideen und Impulsen zur Umsetzung und zum Weiterdenken.

Der Rahmen

Das Thema Nachhaltigkeit haben wir schon seit längerer Zeit im Blick, mit einer Strategie sind wir das Thema allerdings nie angegangen. Eher waren es einzelne Ideen, einzelne Maßnahmen, die wir umgesetzt haben. Im November 2023 hatten wir Besuch von Annelie Geipel, die beim Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft als Verbundleitung für das Projekt „nawi.berlin – Die Navigation für nachhaltiges Wirtschaften“ tätig ist. Die Grundidee zu diesem Text, wie auch die Tipps, sind von ihr.

Die drei Säulen der Nachhaltigkeit

Viele verbinden „Nachhaltigkeit“ häufig mit individuellem Verhalten wie Stromsparen und Biolebensmittel einkaufen. Unternehmerische Nachhaltigkeit – und Mediator:innen, Berater:innen, Trainer:innen usw. sind Unternehmer:innen – reicht aber über dies hinaus. Man redet von den drei Säulen oder auch „Tripple Bottom Line“, will man sie als Ganzes betrachten. Es geht um „Ökologie“ „Ökonomie“ und „Soziales“, für die wir im Folgenden ein paar Gedanken und Ideen zur Umsetzung und formulieren möchten.

Die ökologische Säule

Geht Ihnen das auch so: Sie lesen auf irgendeinem Portal Tipps zum Energiesparen und denken sich: „alles schon erledigt“, „trifft auf mich nicht zu“ oder „kann ich nicht beeinflussen“. Will heißen: als Mieter:in kann ich die Heizungsart oder die Dämmung meines Hauses nicht beeinflussen. Heizung runterdrehen, Stoßlüften und kein oder weniger Autofahren, passiert schon. Und nun?

Maßnahmen, die man längerfristig ergreifen kann und die somit einen dauerhaften Effekt haben, sind sinnvoller, als Einmal-Dinge zu tun, die vielleicht das Gewissen beruhigen, aber weniger wirksam sind. Sich generell gegen Inlandsflüge zu entscheiden, ist hilfreicher als nur einmal mit der Bahn fahren oder die Emissionen des Fluges zu neutralisieren.

Nun ist das Wissen um Energieeinsparmöglichkeiten schon recht verbreitet, deshalb ist die Frage eher, wie wir unsere Arbeit und unsere Arbeitsumgebung so gestalten, um nachhaltig einen möglichst geringen CO₂-Ausstoß zu generieren und Ressourcenschonend zu arbeiten. Hier mal ein paar Bereiche, auf die wir als Mediator:innen schauen könnten:

Wir könnten uns fragen, wie und welche Räume wir für unsere Arbeit nutzen. Wie groß sind sie, wie hoch ist ihre Auslastung und wo-

her beziehen wir die Energie dafür? Viele, wie auch wir, haben Räume nur gemietet, insofern haben wir auf einige Faktoren nur bedingt einen Einfluss. Beeinflussen können wir unseren Strom- oder Gasanbieter und unseren Verbrauch, z.B. über die Wärme, die Räume, die wir beheizen, die Geräte, die wir uns angeschafft haben.

Anders als die Industrie, die für die Herstellung von Dingen viel Energie und Werkstoffe braucht, benötigen wir als Mediator:innen nur wenig Material. Gleichwohl müssen wir unsere Räume einrichten, brauchen Papier, Rechner, Internet, eine Homepage, haben vielleicht Webspace in einer Cloud. Das sind Bereiche, in denen wir schauen können, ob es nachhaltigere Lösungen gibt. Möbel kaufen, die langlebig sind und aus nachwachsenden oder recycelten Rohstoffen bestehen, Stifte kaufen, die nachfüllbar sind, Material bei Anbietern bestellen, die auf eine ökologische Produktion und einen nachhaltigen Vertrieb achten.

In Fortbildungen wird oft viel Papier verteilt. Skripte, die Deckblätter haben, auf denen eigentlich nichts steht, Papiere, die manche nicht lesen. Hier ist die Frage, wie das minimierbar ist, ohne einen Qualitätsverlust für die Fortbildung in Kauf nehmen zu müssen. Möglichkeiten hier könnten sein, Papier doppelseitig zu bedrucken, Teilnehmer:innen fragen, ob sie wirklich alles in Papierform benötigen und den Rest digital versenden oder so weit als möglich auf Farbausdrucke zu verzichten.

Mediationen und Fortbildungen sind energiezehrend. Da braucht es Kaffee, Tee, Wasser, Nervennahrung usw. Bewusstes Einkaufen kann hier eine Möglichkeit sein nachhaltiger zu werden. Also z.B. Bio-Kaffee, Bio-Tee, der Verzicht auf Plastikflaschen für Wasser oder bewusstes Einkaufen von Süßigkeiten und Co, die mit wenig Verpackung auskommen.

Viele haben Aufträge außerhalb ihres Wohnortes. Wie kommen wir da eigentlich hin? Mit dem Auto, dem Flugzeug, der Bahn? Eher weniger im Blick haben wir das, was wir an CO₂ verursachen, durch das was außerhalb unserer Räume stattfindet: Homepages, Clouddienste, Suchmaschinen, Videokonferenzen usw. Die digitale Infrastruktur braucht Strom, viel Strom. Eine Möglichkeit hier nach-

haltiger zu werden ist Dienste zu nutzen, die mit Ökostrom arbeiten oder in Deutschland oder Europa beheimatet sind.

Die ökonomische Säule

Eigentum verpflichtet. Wir als Unternehmer:innen haben auch eine Verantwortung für unsere Zukunft und die unseres Unternehmens.

Das könnte bedeuten so zu wirtschaften und vorzusorgen, dass man im Alter auf ein ausreichendes Einkommen zurückgreifen kann und nicht auf Transferleistungen angewiesen sein muss. Für unser Unternehmen kann das heißen, so zu handeln, dass es gut am Markt bestehen kann, es zukunftsfähig aufzustellen.

Wir haben in den letzten Jahren viel mit eigen- tümergeführten kleinen Unternehmen zu tun gehabt. Die Menschen haben oft Fantastisches über Jahre mit viel Herzblut und Arbeit aufgebaut. Und dann finden Sie niemanden, der das Unternehmen übernehmen möchte und sie müssen es, wenn sie nicht mehr können oder wollen, schließen. Das sind oft traurige Momente. Ökonomische Nachhaltigkeit bedeutet also auch beizeiten dafür zu sorgen, dass das, was wir geschaffen haben, weitergeführt werden kann. Welche Unternehmensform wäre die Richtige, damit mein Unternehmen langfristig bestehen kann? Entscheide ich mich für eine GbR, eine GmbH, eine UG oder z.B. für Verantwortungseigentum? Und was sind die Auswirkungen dessen?

„Eigentum verpflichtet“ bedeutet auch, verantwortlich mit Kapital umzugehen. Viele Geldinstitute unterstützen durch die Vergabe von Krediten ethisch und ökologisch fragliche Vorhaben. Andere Banken sind da kritischer.

Die soziale Säule

Konflikte kosten Energie, halten Menschen davon ab, das zu tun, was ihre wahren Ziele sind. Auf dieser Ebene ist Mediation per se nachhaltig. Wir erarbeiten Lösungen, die bestenfalls so sind, dass keine Seite von den gefundenen abweichen möchten, da alle Bedürfnisse ihre Anerkennung finden.

Auch wenn es nicht das ausdrückliche Ziel der Mediation ist, lernen Menschen in der Mediation, Verantwortung für sich und ihr Handeln zu übernehmen. Darüber hinaus werden Me-

diand:innen sich über ihre eigenen Handlungen und die des anderen bewusst und lernen, ihre Bedürfnisse und Gefühle besser auszudrücken. Das ist die konfliktpräventive Nebenwirkung der Mediation. Mehr Mediationswissen und Mediationserfahrung in der Welt würde viele Konflikte besprechbarer machen und somit dazu beitragen, Konflikte weniger hoch eskalieren zu lassen oder gar zu verhindern.

Kurz gesagt, Mediation fördert den Zusammenhalt in der Gesellschaft und eine Ethik der Verantwortlichkeit. Um dies zu befördern, können wir als Mediator:innen dafür sorgen, unsere Angebote so zugänglich wie möglich zu gestalten. Diese reicht von der Vielfalt der Zielgruppe(n), über die Ansprache, bis hin zur Finanzierung, der Preisgestaltung unseres Angebots oder durch die Vergabe von Stipendien für Weiterbildungen.

Unser Ziel ist es, zu einer friedlicheren Welt einen Beitrag zu leisten. Wie oben gesagt, unterstützen wir Menschen wieder handlungsfähig zu werden. Doch wen möchten wir unterstützen? In Familienkonflikten sind es oft die Kinder, die von der Konfliktlösung der Eltern profitieren. Das ist per se gut. Im Unternehmens- und Organisationskontext ist das oft komplexer. Welche Organisationen möchten wir unterstützen (wieder) gut arbeiten zu können? Schulen, Sozialträger, Ölkonzerne, Rüstungskonzerne, Parteien und wenn ja welche? Das ist häufig keine einfach zu beantwortende Frage. Nehme ich einen Auftrag von einem Unternehmen an, das keine Tariflöhne zahlt und sich nicht um die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter:innen kümmert? Arbeite ich mit einer Wohnungsbaugesellschaft zusammen, die bekanntermaßen überhöhte Mieten verlangt oder Nebenkosten zu Lasten der Mieter:innen intransparent abrechnet?

Auf einer ganz anderen Ebene wäre die Frage nach der sozialen Nachhaltigkeit bezogen auf uns selbst. Wie können wir eine Umgebung schaffen, in der es für uns und unsere Mitarbeiter:innen, unsere Kooperationspartner:innen langfristig gut ist mit uns zu arbeiten und es trotz Selbstständigkeit in einer guten Balance zu sein, Familie und Beruf unter eine Hut zu bringen und gutes Geld für gute Arbeit zu bekommen, bzw. zu zahlen?

Spannungsfelder

Das Grunddilemma in Bezug auf Nachhaltigkeit wurde schon in den 70er Jahren mit der Tragedy of Commons beschrieben. Individuell mag es rational sein, eine weitere Kuh auf die Almende zu treiben, um mehr Milch zu haben. Machen das aber alle, ist die Weide überweidet und alle Kühe verhungern. Der Beitrag des Einzelnen ist gering, problematisch wird es, wenn man viele kleine Beiträge zusammennimmt. Was für eine Kuhweide gilt, gilt fürs Klima – für das Weltklima wie für das Diskursklima – ebenso. Man kann hier auf Einsicht von Emittenten mit einer großen Hebelwirkung hoffen oder auf Regeln. Es befreit uns aber nicht von der eigenen Verantwortung.

Das Infodilemma

Wir bewegen uns auf unsicherem Terrain, in dem uns Informationen fehlen, was das bessere Handeln betrifft.

Ist es besser, Flipchartpapier zu nutzen und es ggf. nach einem Seminar fürs nächste Mal aufzubewahren oder mit einem Beamer oder einem Smartboard zu arbeiten und so Papier einzusparen? Nur was verursacht weniger CO₂? Das Papier oder die Herstellung des Geräts, dessen Ersatzteile und der Strom? Und wie lange kann ich so ein Gerät nutzen und welche Auswirkungen hat das auf die CO₂-Bilanz? Und was kostet das alles?

Wäre es sinnvoll, sich klar und deutlich z.B. für Geschlechtergerechtigkeit, Klimaschutz oder gegen Rechts zu positionieren, oder sollen wir es mediatorisch allparteilich offenlassen. Und welche Auswirkungen hat das auf unsere Geschäftszahlen?

Welche der Säulen der Nachhaltigkeit wir wie gewichten, ist nicht einfach zu entscheiden, sie sind miteinander verzahnt. Was nützt es, wenn ein Unternehmen sehr ökologisch oder moralisch wirtschaftet, aber keinen Bestand hat oder alle am Existenzminimum arbeiten müssen?

Der Markt

Wir können und wollen unsere Kunden nicht erziehen und als Dienstleister wollen wir auch deren Erwartungen erfüllen. Kurz: Wir müssen mit allem, was wir tun, kompatibel bleiben. Wir können aber Anreize setzen und inspirieren und falsche Anreize auslassen. So können

wir z.B. auf die Anmietung von Parkplätzen mitten in der Stadt verzichten und stattdessen auf die Möglichkeiten des ÖPNV hinweisen.

Alles nur Marketing?

Wir müssen es ernst meinen und stets unser eigenes Handeln hinterfragen. Nachhaltigkeit ist kein einmaliges Thema, welches mit ein, zwei Maßnahmen auf alle Zeit einfach so bearbeitet ist. Nachhaltigkeit ist sowohl auf persönlicher als auch gesellschaftlicher Ebene ein Prozess und im Laufe des eigenen Weges gilt es noch viele Bereiche und Fragestellungen mit dieser Brille zu betrachten. **Und** dies nach und nach und im eigenen, bewussten Tempo, damit man die Freude daran nicht verliert. Die eigene Integrität ist hier ein wichtiges Stichwort, um sich nicht dem Verdacht von billigen Marketingtricks und Greenwashing auszusetzen.

Noch weiter gedacht

2045 soll die Bundesrepublik klimaneutral sein. Will heißen, alle müssen was machen, um dieses sinnvolle Ziel zu erreichen, also auch wir. In einem ersten Schritt könnten wir herausfinden, wo wir eigentlich wieviel CO₂ verbrauchen und dabei auf alle Aspekte unseres Tuns abheben. Von der Beschaffung von Material, dem Verbrauch, unserer Mobilität bis zur Auswahl unserer Kunden.

In einem zweiten Schritt könnten wir eine Nachhaltigkeitsstrategie für unser Geschäft erarbeiten, in der wir uns konkrete Ziele setzen, Maßnahmen planen und diese zwischendurch immer wieder evaluieren.

Alles in allem: Wir können uns ehrlich machen, unseren Einfluss nicht kleinreden und es ernst meinen. Klar haben wir einen anderen Impact als ein Großkonzern. Einen Beitrag können wir jedoch leisten. Und analog zu den positiven Erfahrungen, die Menschen mit Meditation machen, können wir auch für Nachhaltigkeit Impulse setzen und ein Vorbild sein.