

Die Rolle der Musik in der Low Carbon Culture

Fritz Reusswig

Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK)



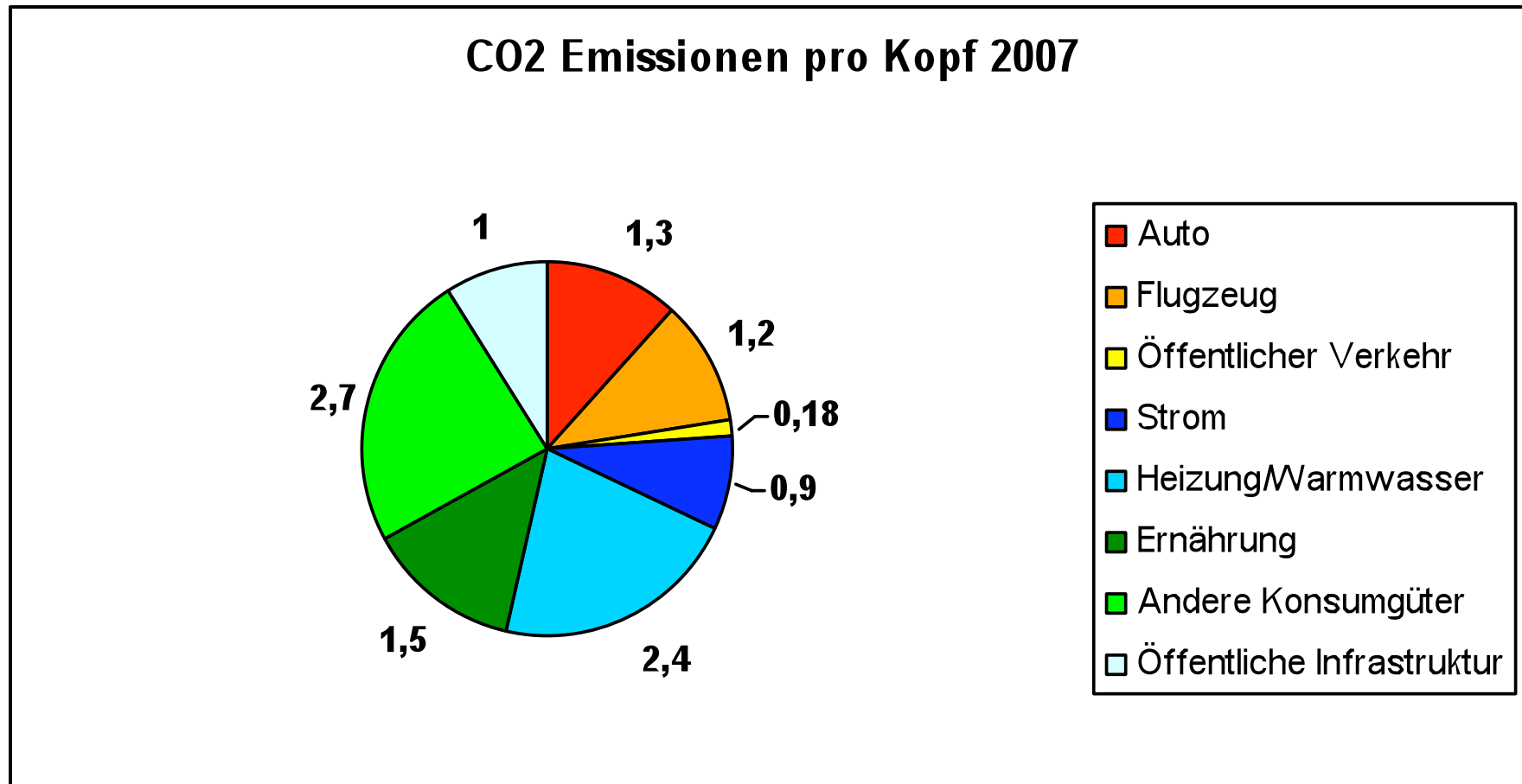
Roundtable „Wie grün kann die Musik werden?
Perspektiven einer klimafreundlichen Musik- und Entertainmentbranche“
Berlin, Heinrich-Böll-Stiftung, 2. Juli 2009

A. Warum wir handeln müssen

- Der Klimawandel kommt rascher und ist schlimmer, als bisher gedacht. Aber handeln ‚müssen‘ **müssen** wir **nicht** – zumindest nicht so, wie wir z.B. sterben müssen.
- Wir **sollten** handeln
 - aus Klugheit (Adaptation, Mitigation), um (absehbare) Schäden (durch Nicht-Handeln jetzt) zu vermeiden, die kostspieliger sind als Handeln jetzt (→ Stern Review, 2007).
 - aus ethischer Verpflichtung anderen gegenüber, die entweder noch nicht geboren sind oder/und unter den Folgen unseres Handelns zu leiden haben.
- **Kant**: „Du kannst, weil Du sollst“. Ethische Imperative (und nicht nur Imperative der Klugheit) verweisen nicht nur auf eine Verpflichtung, sondern auch auf eine Kompetenz, eine Fähigkeit, ein Potenzial in uns.
- Ethische Imperative gründen nicht in Zwang, sondern in **Freiheit**. In derselben Freiheit, in der auch Ästhetik (im Doppelsinn von Schönheit und sinnlichem Gefallen) und Politik zuletzt verankert sind.
- **Ökologie aus Freiheit**, nicht aus Angst/Zwang/Klugheit
 - Will ich das wirklich? Muss das sein?
 - Wie hässlich und wie unvereinbar mit meiner „Anmut und Würde“ (Friedrich Schiller) ist eine High-Carbon Society?
 - Welche Potenziale menschlicher Entwicklung und Kreativität bleiben brach liegen, wenn wir (klimapolitisch) nichts tun?
 - Wie uncool ist es, einen großen Carbon Footprint zu brauchen, um kreativ und unterhaltsam sein zu können?

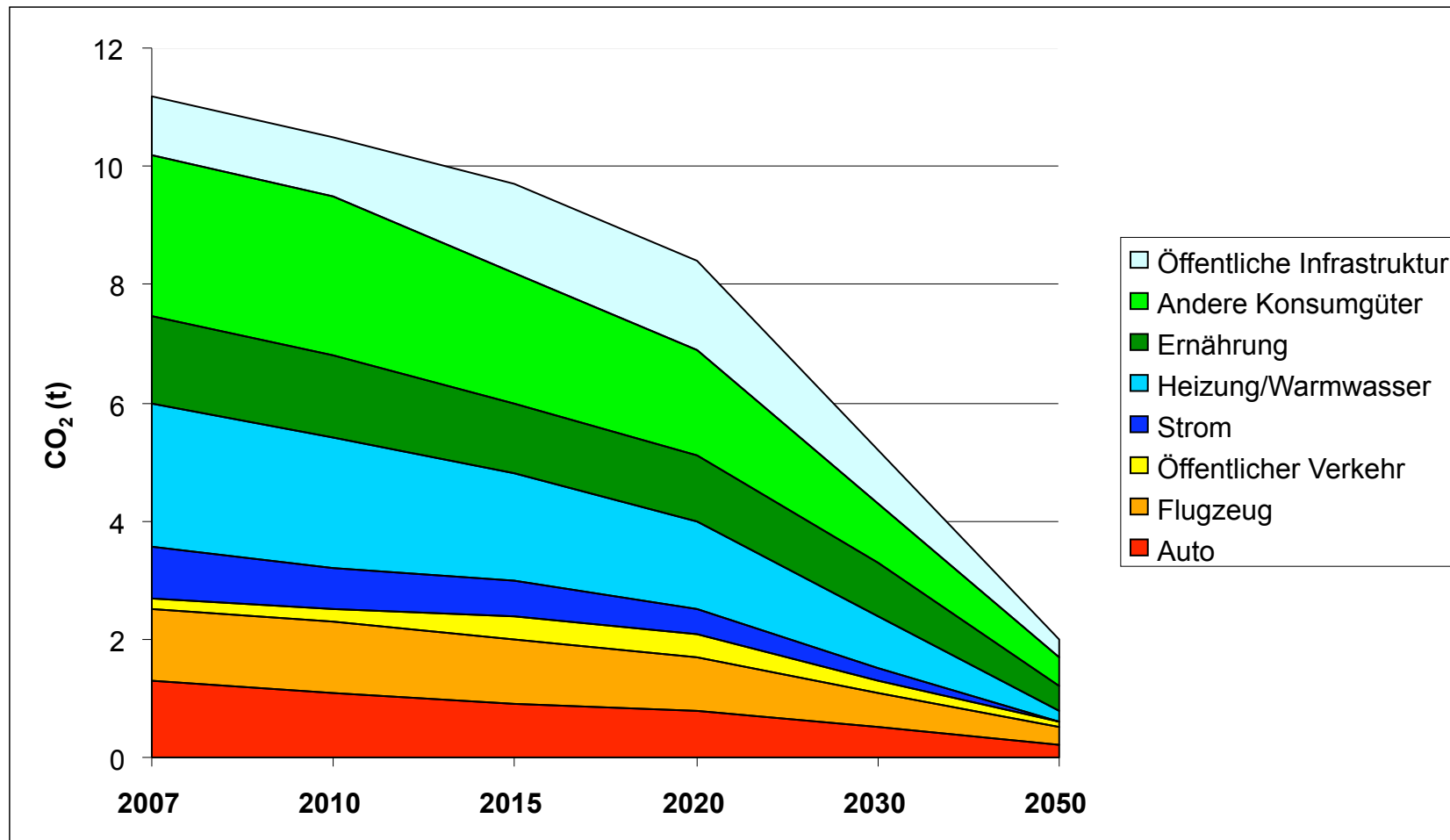
B. Die Rolle von Konsum und Unterhaltung

10,88 Tonnen CO_{2eq} pro Kopf und Jahr (= ca. 30 kg pro Tag)



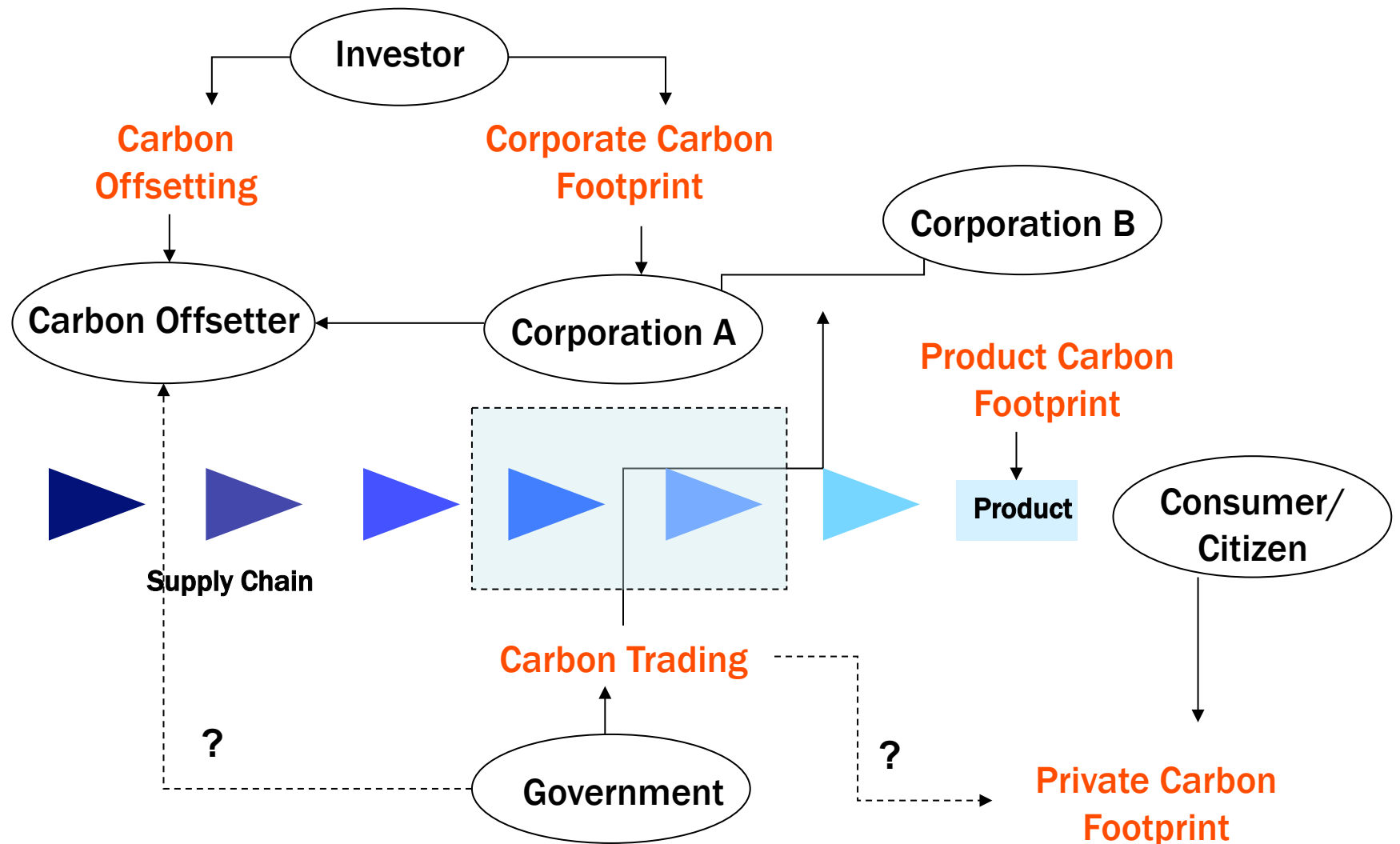
C. Low Carbon Society – Low Carbon Culture

Von 11 auf 2 Tonnen: -80%





An Emerging Low Carbon Economy



D. Musik/-industrie und Low Carbon Culture

- Direkter Footprint der „Industrie“ im Lebenszyklus
- Indirekte Wirkung auf Grundlage der gesellschaftlichen Resonanzfähigkeit von Musik
 - **Vorbilder:** Wer macht LCS zu seinem/ihrer Thema?
 - Messageträger
 - Verkörperung
 - „Kreative Klasse“ (Richard Florida): Welche kulturelle, aber auch welche energetische Umgebung braucht diese Klasse?
 - **Leitbilder:** Für was steht die Industrie (Sender, Labels, Musiker, Veranstaltungskonzepte, Internetportale, Gerätehersteller...). Raum für individuelle Besetzungen lassen.
 - **Framing:** Als was wird die LCS gerahmt?
 - Angst (→ Gothic, pessimistische Strömungen...)
 - Zwang/Pflicht
 - Globale Verantwortung (→ World Music)
 - Spass/Lebensfreude
 - Expressivität/Konnektivität (individuell, Gruppe, Gesellschaft, Weltgemeinschaft)
 - Zukunft
 - Understatement
 - Musik = Energy; Analogie „share your music: share your energy“

E. Nächste Schritte

- **Carbon Footprint der deutschen Musikindustrie (→ Julie's Bicycle)**
 - CD Produktion
 - Konzerte
 - Internet Downloads
- **Low Carbon Band, Fan... Profiles (→ Audience Travel)**
- **Labels, Musiker/-innen finden, die das Thema zum Inhalt machen**
- **Netzwerk(e) aufbauen/stabilisieren (GMI)**
- **Anfaßbares**
 - Events (→ Radiohead's Carbon Neutral World Tour)
 - Orte (→ Sustainable Dance Clubs)
 - Preise
 - Medienauftritte
 - Music Message to Copenhagen; Events dort
 - Procedere analog PCF