

Was eigentlich ist ein Challenger Report?

Der Nachhaltigkeitsrat will mit der Vergabe von so genannten Challenger Reports neue Wege in der politischen Kommunikation gehen. Challenger Reports werden erstmals zum „Monitoring“ der Nachhaltigkeitspolitik eingesetzt.

Bei einem Challenger Report geht es um die betont subjektive Sicht des Herausforderers, Challengers. Er gibt seinen pointierten Kommentar zu bestimmten Themen der Nachhaltigkeitspolitik ab, der in den weiteren Dialog über Nachhaltigkeit eingeht. Als bewusst subjektiv gefärbte Momentaufnahme erhebt der Challenger Report nicht den Anspruch, in allen seinen Ausführungen wissenschaftlich abgesichert zu sein. Er soll eher den Charakter eines umfassenden politischen Leitkommentars haben. Vom Autor wird erwartet, dass er das Thema durchaus „quer bürstet“ und mit seinem unabhängigen Blick auch ansonsten kaum hinterfragte politische Positionen, Konzepte und Begriffe kritisch überprüft.

Challenger Reports erweitern das Denken eingefahrener Akteure und bereichern den Diskurs, weil die Challenger keiner Akteursgruppe verpflichtet sind. Ihr Einsatz erscheint insbesondere sinnvoll, weil die Nachhaltigkeitspolitik aus Sicht des Rates noch in vielerlei Hinsicht nicht so recht voran kommt. In der Wirtschaft werden Challenger Reports eingesetzt, um dem Vorstand durch einen unabhängigen und kritischen Blick von außen neue Sichtweisen und Chancen für innovative Schritte und Entscheidungen in schwierigen Phasen der Unternehmensentwicklung aufzuzeigen. Während die Challenger Reports in den Unternehmen in der Regel als interne Materialien nicht veröffentlicht werden, sollen die Challenger Reports zur Nachhaltigkeit in den öffentlichen Diskurs zur Nachhaltigkeitspolitik eingehen.

Nachhaltige Entwicklung wird vielerorts beklagt, sei ein sperriger Begriff, der sich als Leitbild kaum vermitteln lasse. Obwohl diese Klage oft zu negativ ausfällt – denn immerhin ist die öffentliche Wahrnehmung der Nachhaltigkeit als politische Aufgabe deutlich verbessert worden – stellt sie auf tatsächlich vorhandene Probleme der Kommunikation ab. Oft bleibt sie nämlich noch zu abstrakt und technisch, um eine mobilisierende Ausstrahlung zu haben. Bislang hat die Umweltkommunikation in der Regel über Katastrophenangst (Lebensmittelvergiftungen, Klimadesaster, Ressourcenknappheit, Bildungskrise etc) mit einigem Erfolg Aufmerksamkeit eingefordert. Im Hinblick auf die Kommunizierbarkeit des Anliegens hatte das Vorteile als auch gravierende Nachteile. Daher werden Umweltschutz und Nachhaltigkeit zunehmend auch anhand von guten und erfolgreichen Praxisbeispielen vermittelt. Auch das sind wertvolle Beiträge zur Kommunikation. Aber auch sie weisen Grenzen auf; so wird die Darstellung von Nachhaltigkeit als klassische Win-win-Situation oft als Zwanghaftigkeit positiven Denkens kritisiert, das wenig dazu beiträgt, einen nachhaltigen Bewusstseinswandel zu initiieren.

Die Umsetzung von Nachhaltigkeit kann nicht auf den „neuen Menschen“ warten, dessen Verhalten von informierten Entscheidungen und notwendigen Einsichten geprägt ist. Sie lässt sich genauso wenig vom Staat verordnen. Nachhaltigkeit wird aber auch nicht von heute auf morgen zum neuen „Trendsetter“. Erst dialogische Prozesse bieten die Chance, Legitimität für Veränderungen und Durchsetzungskraft zu entwickeln. Dass diese allerdings kein Selbstläufer sind und dass Dialogprozesse nur über einen glaubwürdigen Input initiiert werden können, versteht sich von selbst und ist der Hintergrund für die Absicht, regelmäßig über den Stand der deutschen Nachhaltigkeitspolitik zu berichten und eine kritische Bilanz zu ziehen. Während die Bundesregierung angekündigt hat, dass sie im Jahr 2004 einen Bericht über die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie und eine Überprüfung der statistischen Entwicklung zu den 21 Indikatoren der Strategie vorlegen wird, bleibt die Frage, welche Rolle die zivilgesellschaftlichen Sektoren für die Nachhaltigkeitspolitik spielen und wie der Stand ihrer Aktivitäten zu beurteilen ist. Das Monitoring zu den Zielen und Indikatoren legt den Schwerpunkt auf staatliche Aktivitäten und statistische erfassbare Trends. Nachhaltigkeit ist jedoch nicht allein eine staatliche Aufgabe. Nachhaltigkeit lässt sich nicht staatlich verordnen, sondern stellt vielmehr in vielerlei Hinsicht auf die Selbstorganisation der Zivilgesellschaft und der Wirtschaft ab. Um dies jedoch angemessen in ein Monitoring einfließen zu lassen, bedarf es weiterer Instrumente und Überlegungen. Die Challenger Reports sind ein Beitrag, diese Lücke zu schließen; sie werden in weitere Aktivitäten des Nachhaltigkeitsrates eingehen.

Dr. Günther Bachmann

Geschäftsstelle des Rats für Nachhaltige Entwicklung

Mail: info@nachhaltigkeitsrat.de