

Bewaffnet mit Fragen und hohen Erwartungen

Wie konkret arbeitet ein Konzern wie die Volkswagen AG an der Zielsetzung der Nachhaltigkeit? Welche Handlungsmöglichkeiten bieten sich uns, Nachhaltigkeit im Alltag zu praktizieren? Was ist mit nachhaltigem Konsum eigentlich genau gemeint? Wie kann man nachhaltige Mobilität für andere attraktiv machen? Oder welche innovativen Konzepte gibt es bereits?

Antworten auf diese Fragen fanden die engagierte Jugendlichen dank der Unterstützung vieler KlimaexpertInnen, mit denen sie gemeinsam intensiv über neuste Erkenntnisse aus der Forschung diskutierten.

- Dr. Mojib Latif (GEOMAR)
- Christoph Bals (politischer Geschäftsführer Germanwatch)
- Werner Reh (BUND Verkehrsexperte)
- Dr. Michael Wehrspau (Umweltbundesamt)
- Christian Löwe (UBA Umweltbundesamt)
- Dr. Maria J. Welfens (Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie)

Offener Dialog mit Volkswagen angestoßen

Die Volkswagen AG, eine der Hauptsponsoren des Programmes „KlimabotschaferInnen und Akteure nachhaltigerer Entwicklungen“, möchte bis 2018 auch unter ökologischen Gesichtspunkten zum führenden Automobilhersteller werden. Mit der Internationalen Jugend-Klimawoche öffnete sich VW einem kritischen und offenen Dialog mit den jungen KlimabotschafterInnen, die im Gespräch selbstbewusst die Rolle des Konzerns für eine nachhaltige Entwicklung hinterfragten. Sie trafen u. a. den Leiter der VW-Umweltforschung, Günther Damme, den Zukunftsforscher, Wolfgang Müller-Pietralla sowie Dörte Hartmann-Kerl (VW, Abteilung Think Blue.), um Fragen zu innovativen Antriebskonzepten, alternativen Kraftstoffen sowie zum gesellschaftlichen Einfluss eines Weltkonzerns zu diskutieren.

Ergänzt wurde der Diskurs durch Testfahrten mit den VW Elektroautos und durch tiefe Einblicke in die Produktionspraxis von Volkswagen. Trotz interessanter Erkenntnisse konnte im Hinblick auf den gesamten ökologischen Lebenszyklus eines Autos hier aber nur ein sehr kleiner Teil der Realität abgebildet werden. Die Jugendlichen hofften daher, weitere Antworten und Einsichten im Rahmen der Internationalen Jugend-Klimawoche im April zu erhalten.

Workshops zu den Schwerpunkten „Blogging“, Persönlichkeitsentwicklung und Drehbuchwerkstatt

Ein Klimabotschafter/eine Klimabotschafterin muss natürlich auch überzeugen und anderen Wissen sowie Erfahrungen vermitteln können. Dazu gehören neben öffentlichen Auftritten gekonnte Pressearbeit, aussagekräftige Klimaspots und knackige Internetberichte. Abgerundet wurde das Wochenprogramm daher durch ein Persönlichkeitstraining mit Schauspieler Uwe Zerbe. Er brachte den Jugendlichen u. a. bei, Hemmungen bei öffentlichen Auftritten abzubauen. Regisseur Thomas Frick arbeitete mit den TeilnehmerInnen in der Drehbuchwerkstatt an spannenden Drehbüchern für sogenannte Umwelt-Spots. Regisseurin Alina Cyranek führte mit ihnen einen Videoblog-Workshop durch.

Dabei sind mit Hilfe von Alina Cyarneke tolle Videoclips über die gesamte Woche entstanden, die von den Jugendlichen selbst gefilmt wurden:

Hier geht's zum Video [Verlinkung zu <http://vimeo.com/36398147>] des dritten Tages

Hier geht's zum Video [Verlinkung zu <https://vimeo.com/36565853>] des sechsten Tages

Kultur und Spaß

Gleich zu Beginn der Nationalen Jugend-Klimawoche veranstalteten einige KlimabotschafterInnen einen „Smartmob“ auf dem Bahnhof in Hannover, der die Aufmerksamkeit vieler Passanten weckte.

Das Programm war bunt gemischt und wurde an einem der abwechslungsreich gefüllten Tage mit einem Besuch des Fußballspiels der 1. Bundesliga (Wolfsburg:Freiburg) bereichert. Im „Phaeno“, einer spannenden Ausstellung mit über 350 Experimentierstationen, wurden die Jugendlichen zu EntdeckerInnen. Beides, das Bundesligaspiel und die spielerische Phaeno-Ausstellung erfüllten alle mit kindlichem Enthusiasmus.

Ergebnisse der Woche

Nach der nationalen Jugend-Klimawoche in Wolfsburg haben die Jugendlichen:

- fachlichen Input von VertreterInnen der Wissenschaft und der Zivilgesellschaft gesammelt.
- gelernt, wie man Ideen für Umweltwerbespots entwickelt und Drehbücher schreibt.
- gezeigt bekommen, wie das Internet, das Web 2.0 und das Bloggen für Klimaschutzkampagnen genutzt werden können.
- eine kritische Diskussion über nachhaltige Mobilität mit VW, dem größten Autobauer Europas, begonnen.
- erfahren, wie man recherchiert, Meinungen in Diskussionsrunden mit RepräsentantInnen der Zivilgesellschaft und der Wissenschaft hinterfragt.
- Kompetenzen im Präsentieren und Kommunizieren erweitert.
- herausgefunden, dass jede(r) einen Beitrag zum Schutz der Umwelt und des Klimas leisten kann und muss.
- realisiert, dass das Umweltbewusstsein und das Wissen über Klimawandel vergrößert werden sollte.
- die Erfahrung gewonnen, dass das Nationaldenken überwunden werden muss und dass ihre Ansätze auch von Erwachsenen ernst genommen werden.