

Anzeige



VON LARS JESSEN

## Gastbeitrag: Die Klimakrise erfordert neue Heldengeschichten

Der Regisseur und Produzent Lars Jessen (Florida Film) ist vielbeschäftigt, mehrfach ausgezeichnet (u.a. Grimme-Preis) und in diesem Jahr sowohl im Kino ("Mittagsstunde") als auch im TV präsent ("Legend of Wacken" bei RTL+).

Lars Jessen 06.12.2023 14:15



Lars Jessen führte Regie bei zahlreichen Fernsehformaten wie "Tatort", "Polizeiruf", "Mord mit Aussicht" oder "Für immer Sommer 90" und produzierte Filme wie Charly Hübners "Wildes Herz". Im Kino war zuletzt "Mittagsstunde" zu sehen Thomas Ledig

**S**amira El Ouassil und Friedemann Karig haben es in ihrem Buch "Erzählende Affen" sehr eindringlich beschrieben: Wir Menschen unterscheiden uns von allen anderen Arten auf dieser Welt dadurch, dass wir uns Geschichten erzählen – wir sind Homo narrans. Wir sind also die einzigen Wesen auf diesem Planeten, die sich Dinge vorstellen, die es (noch) nicht gibt – und dann anderen davon erzählen.

Anzeige



Diese einzigartige Fähigkeit des Menschen haben wir zu unserem Beruf gemacht. Mit unseren Serien und Filmen prägen wir die Vorstellungskraft von denjenigen, die unsere Arbeit anschauen. So öffnen wir Fenster im Kopf und damit Möglichkeitsräume für Zukunft. Denn es ist, wie die amerikanische Menschenrechtsaktivistin Bell Hooks gesagt hat: "What we cannot imagine, cannot come into being." Wenn das Geschichtenerzählen also unser Beruf ist, erwächst daraus auch eine Verantwortung für uns: Erzählen wir unsere Geschichten nicht auf mögliche Zukünfte hin, zementieren wir implizit einen Status Quo. Und es läuft derzeit darauf hinaus, dass wir unsere Lebensgrundlagen zerstören. Um aber einen Weg aus den Domsday-Szenarien unserer Zeit zu finden, brauchen wir nicht noch mehr Dystopien. Wir brauchen andere Geschichten – gute Geschichten, die davon erzählen, wo wir eigentlich hin und wer wir als Gemeinschaft sein wollen. In "Im Grunde gut", seiner optimistischen Menschheitsgeschichte, hat der niederländische Historiker Rutger Bregmann für die Beschreibung seines Menschenbilds die bewährte Fabel von den zwei Wölfen bemüht, böse und gut, die ewig in unserem Innern kämpfen. Wir wissen aus zahlreichen Kalendersprüchen, Memes und nun auch von Bregmann, der sich in großer Ausführlichkeit mit dem menschlichen Potenzial für Güte beschäftigt hat: Es gewinnt selbstverständlich derjenige Wolf, den wir füttern. Und der gute Wolf gedeiht am besten, wenn wir ihn mit guten Geschichten füttern.

Das ist eine stattliche Herausforderung für uns. Denn die Klimakrise erfordert eine ganz neue Form von Heldengeschichten: Sie ist zu vielgestaltig und diffus, als dass die alte Nummer vom Mann, der eine Maschine erfindet, um das Monster zu erledigen, noch funktioniert. Also brauchen wir auch Geschichten von gemeinsamen Heldentaten! Aber die guten Geschichten sind die schwierigsten! Aus eigener Erfahrung wissen wir, wie anfällig wir für die Kraft des Negativen sind. Eine schlechte Nachricht kann einen wunderschönen Tag versauen. Die negativen Erlebnisse sind uns um ein Vielfaches präsenter als die positiven. Das liegt offenbar an unserem nach wie vor steinzeitlich geprägten Gehirn, das sich permanent fragt, wann der nächste Säbelzahniger um die Ecke kommt, um uns zu fressen. Nur so konnten wir Menschen damals überleben: Indem wir weite Teile unserer Aufmerksamkeit dafür reservierten, drohende Gefahren im Auge zu behalten. Und deswegen verfangen düstere Geschichten wie Krimis und Thriller so gut bei uns: Sie aktivieren unsere urzeitlichen Instinkte.

Das ist sicher auch ein wesentlicher Grund, warum so viele Geschichten rund ums Klima ins Dystopische führen: Weil uns die bösen Geschichten einfach am besten kicken und das Dunkle entsprechend leichter zu erzählen ist. Um aber die Realitäten der Menschheit so zu erzählen, dass wir ins Handeln kommen, brauchen wir mehr Geschichten des Gelingens – mitreißende Geschichten, die uns zeigen, was es zu gewinnen gibt. Denn wie Maren Urner sagt: »Wenn wir nach Problemen suchen, werden wir Probleme finden. Suchen wir nach Lösungen, finden wir Lösungen!« Und wer angesichts dieses Apells mit den Augen rollt und sich um die Integrität der Kunst sorgt, dem sei zur Beruhigung gesagt: Damit ist überhaupt nicht gemeint, dass wir jetzt alle nur noch Weltrettungsfilme und Klimaserien machen sollen. Denn »das Klima« ist sowieso omnipräsent in unserer Arbeit, von der Soap bis zum Blockbuster. »Das Klima« ist einfach immer da – es sollte eigentlich keine zusätzliche Anstrengung bedeuten, es bewusster und relevanter mit zu erzählen, im Gegenteil: Derzeit wenden wir, oft ohne es zu bemerken, Kraft auf, um die Veränderung auszublenden und so statt der Welt von heute und morgen die Welt von gestern abzubilden. Das Klima ist eigentlich immer deutlich mit im Bild: Wenn unsere Protagonisten sich fortbewegen, um ihre Heldentaten zu vollbringen, Richtung Sonnenuntergang aufbrechen oder ihre Täter zu fassen kriegen. OK, ausgenommen Kommissar Thiel aus Münster.

Das Klima wird auch in den alltäglichsten Situationen mit erzählt; wir senden immer auch Definitionen dessen, was normal und selbstverständlich ist. Nur tun wir das in den meisten Fällen nicht absichtsvoll und bedienen so ganz nebenbei fossile Narrative: Das Auto der Protagonistin steht immer direkt vor der Haustür, weil der Drehort so leichter abzusperrn ist. Und sie wohnt allein in einer geräumigen 6-Zimmer Altbauwohnung, weil es sonst zu eng zum Drehen ist. In dieser Hinsicht wäre schon die Abbildung unserer alltäglichen Realität ein Schritt nach vorne: In der realen Welt wird öffentliche Verkehrsinfrastruktur immer mehr genutzt. Es wird immer weniger Fleisch gegessen. Weihnachten ist nur sehr selten weiß und der Vorgarten im Sommer oft genug verdorrt. Wenn wir das alles erstmal nur zeigen, fühlen sich Zuschauerinnen und Zuschauer auch gleich ernst genommen. Wie bei unserem Pandemie-Film "Für immer Sommer 90", in dem unsere Protagonisten so rumgelaufen sind wie wir alle in diesem Jahr – mit Maske über Mund und Nase. Die Studie der Malisa-Stiftung zu Klimawandel und Biodiversität im Fernsehen zeigt es ganz deutlich: Die Leute wollen ernst genommen werden, auch bei "grünen Themen" wie Biodiversität und Klima.

Um die Fragen des "Wie" entspannter anzugehen, schlage ich vor, wir streichen erstmal die Begriffe »Klima« und »grün«. Lasst uns lieber von den menschlichen Lebensgrundlagen sprechen, denn wir schützen, wenn, dann nur uns und die anderen Lebewesen auf der Erde. "Dem Klima" ist es egal, wie in welchen Teilen der Welt in wenigen Jahren noch menschliches Leben möglich sein wird oder wie viele Plastikteilchen in unserem Blut mitschwimmen. Gleichzeitig weist die Farbe "Grün" auf eine Partei und damit schnell auf einen politisch instrumentalisierten Kulturkampf. Das führt zu einer unnötigen Polarisierung, einer weiteren Seuche, mit der wir zu kämpfen haben.

Auch hier ist es spannend, auf die Kraft der Geschichten zu schauen. Der Soziologe Steffen Mau schreibt in seinem Buch "Triggerpunkte", dass die gefühlte Spaltung der Gesellschaft um Längen größer ist als die tatsächliche. Erzählen wir immer wieder davon, was uns angeblich alles trennt, dann verselbstlicht sich diese Vorstellung immer mehr und wir werden Opfer einer selbsterfüllenden Prophezeiung. Wir als Filmleute stehen hier vor einer ähnlichen Herausforderung wie der Journalismus. Denn das Polarisierende klickt gut. Das wissen alle, die in den letzten Monaten die Überschriften des Spiegels mit den Inhalten von Artikeln und Interviews verglichen haben. Lasst uns gemeinsam mit unseren Auftraggebern, vor allem den Öffentlich-Rechtlichen, bewusst gegen die Algorithmen der Sehgewohnheiten und Plattformen entscheiden!

Wenn wir uns nicht aufmachen, wer dann? Wir Filmerzählerinnen und -erzähler können Menschen berühren und bewegen. Das ist eine riesige Chance! Denn die mächtigste Gruppe in der Gesellschaft sind die Gleichgültigen, und die kann niemand besser erreichen als wir. Wenn wir Geschichten über die Welt erzählen, verändern wir sie, wir können gar nicht anders. Lasst uns dieses Potenzial nutzen, um den Blick darauf zu lenken, was wir gewinnen, wenn wir uns verändern!

### Anleitung zum Green Storytelling

Mit ihrer Agentur *Planet Narratives* bieten sich Nicole Zabel-Wasmuth und [Lars Jessen](#) als Partner an. Sie organisieren kostenlose Workshops für Autor:innen und Schulungen für Redaktionen, erstellen inhaltliche Support wie ein in Arbeit befindliches Handbuch, das auf der Homepage heruntergeladen werden kann und liefern Best-Practice-Beispiele. Neben Panel und Diskussionsrunden mit verschiedenen Akteuren der Filmbranche werden Kontakte zu Wissenschaftlern, Psychologen und Dramaturg:innen hergestellt. Die Agentur will Autor:innen und Programmacher ermutigen, die kleinen und großen Zukunftsfragen in ihrer Arbeit mitzudenken und auf Handlungsmöglichkeiten und Lösungen zu schauen: "Wir helfen, den Blick darauf zu lenken, was wir gewinnen können, wenn wir uns verändern und erarbeiten gemeinsam, wie wir von Angst-Narrativen zu mehr Sehnsuchtsvoll-Narrativen kommen", so das Team.

[planetnarratives.de](http://planetnarratives.de)

### Außerdem interessant

- PRODUKTION**  
Millionförderung aus NRW für Eventserie „Hundertdreizehn“
- KINO**  
Filmakademie Baden-Württemberg auf Filmschau BW stark vertreten
- KINO**  
Dolby Cinema Zweites deutsches Dolby Cinema vor der Eröffnung

### Neueste Jobs bei Blickpunkt:Film

[ALLE JOBS →](#)

- Produzent\*innenverband**  
Geschäftsführer\*in (m/w/d)
- CIPSOFT**  
Senior Softwareentwickler/-in Online-Spiele  
CipSoft
- CIPSOFT**  
Game QA Engineer  
CipSoft

Anzeige

