

In die Region: Eine Lebensreise auf dem neuen Lechradweg

Weise, reif und wild

Ein Gastbeitrag von Ingrid Yasha Rösner

Schon die Servicemedien des neuen Lechradwegs machen Lust, sich sofort auf den Sattel zu schwingen, denn sie verbinden Inspiration mit spannenden Infos und digitalem Input. Sie sind sozusagen ein Rundum-sorglos-Paket für unbeschwertes Radreisen entlang des letzten Wildflusses Europas. Wer ihm folgt, wird erstaunt sein, wie er seinen Charakter auf den 243,6 Kilometern verändert. In fünf Etappen führt der Radweg durch Landschaften, die unterschiedlicher nicht sein könnten. Fast scheint es so, als würden Radfahrer seine Lebensreise im Rückblick erleben. Um diese erlebbar zu machen, haben sich vier Regionen zusammengeschlossen: Umgekehrt der Fließrichtung des Lechs geht es über Bayerisch-Schwaben und den Pfaffenwinkel ins Allgäu und durch die Naturparkregion Reutte bis ins Lechtal. Als



Der Lech am Hochablass. Mit im Bild, die frisch renovierte Olympia-Kanustrecke und der Kuhsee. © Stadt Augsburg

»weiser Lech« fließt er mit seiner Kraft in einem gleichmäßigen Strom durch die weiten Talebenen von der Mündung bis hinter Landsberg am Lech. Im Imagefilm und im digitalen Serviceheft erzählt er von seinen Erfahrungen und all dem Leben, das er an seinen Ufern erschaffen hat. Als »reifer Lech« lenkt er von Landsberg bis nach Füssen den Blick auf die vielen Geschichten am Ufer und zeigt, wie er den Menschen zu Wohlstand verhalf und bis heute das Gesicht vieler Kulturräume, Dörfer und Städte prägt. Als »wilder Lech« begleitet er Radreisende vom Lechfall bei Füssen bis nach Steeg ins Lechtal, dem Endpunkt des Lechradwegs, und führt damit aus menschlich geprägten Landschaften in die mächtige Natur eines einsamen Tals. Leidenschaftlich berichtet er von den vielen Lebensräumen, die er immer wieder neu erschafft und so vielen Tieren und Pflanzen wichtige Rückzugsorte schenkt.

Links und rechts des Weges werden die vielen spannenden Geschichten rund um den Lech, seine Nutzung als Energielieferant, Naturphänomene und Sehenswürdigkeiten erlebbar gemacht. Schon mal etwas vom Lechzopf gehört? Wie funktioniert die Fischaufstiegsanlage an der Staustufe in Kaufering? Und wie sieht es im Bauch des historischen Wasserkraftwerks Langweid aus, das als Technikenkmal zum UNESCO-Welterbe »Augsburger Wassermanagement-System« gehört? Viele der Höhepunkte an der Strecke werden im digitalen Serviceheft erklärt. Zudem kann man an über rund 30 Audiotouren, sogenannten Lauschpunkten (ab 30.06.2022 verfügbar), noch tiefer in die Geschichten eintauchen. Sie sind auch für Menschen mit Seheinschränkungen eine tolle Möglichkeit, Expertenwissen direkt vor Ort zu bekommen. Auf Teilstücken des Lechradwegs wurden zudem vier barrierefreie Routen mit Verlängerungsmöglichkeiten geschaffen, die im digitalen Serviceheft mit eigens erlebbaren Höhepunkten beschrieben werden.

Beste Jahreszeit: Mai bis Oktober, bitte unterschiedliche Klimazonen am Lech berücksichtigen

Länge: 243,6 km, aufteilbar in fünf Etappen

Gesamtdauer: rund 17 Stunden, 1.206 Höhenmeter

Wegebeschaffenheit: überwiegend Asphalt und wassergebundene Decken auf gut beschilderten Wegen

Kostenlose Übersichtskarte und mehr Infos auf:

» www.lechradweg.info (Verfügbar ab dem 30.06.2022)

Für den digitalen Reiseassistenten wurden wichtige Anwendungen für Radreisende klug durchdacht und er setzt definitiv neue Maßstäbe. Er bündelt alle Informationen zum Weg und zu den einzelnen Etappen und navigiert über die Gesamtstrecke. Leicht bedienbar filtert er unter anderem radspezifische Unterkünfte, Reparatur- und Ladestationen. Viele Infos sind sogar offline abrufbar. Extrabonus: Mit der App kann man seine Reise individuell von der An- bis zu Abreise planen und mit dem Reisetagebuch seine Erlebnisse sogar mit Freunden teilen. Die werden wahrscheinlich vom Büro aus neidisch gucken. Deshalb: Nichts wie rauf auf den Sattel und dem Fluss des Lebens folgen! (Ab dem 30.06.2022 verfügbar)

Dieser Beitrag wird präsentiert von:



Die Synchronisierung der Welt

Fast Fashion im Zeichen der Eskalationslogik globalisierter Ökonomie. Ein Gastbeitrag von Dr. Karl Borromäus Murr

Die derzeitige Sonderausstellung »Design Goals – Designerinnen setzen Zeichen für textile Nachhaltigkeit« im Staatlichen Textil- und Industriemuseum Augsburg (tim) gibt Anlass, über die dramatische Ausgangslage der sogenannten Fast Fashion nachzudenken. In der nächsten Ausgabe von a3kultur geht es dann darum, zukunftsweisende Designideen vorzustellen.

Die sogenannte Fast Fashion stellt ein sprechendes Beispiel für eine hemmungslose Wirtschaftspraxis dar, die für den ökonomischen Erfolg erhebliche Umweltschäden in Kauf nimmt. Die Textilindustrie gehört zu den größten Verursachern des schädlichen CO₂, das maßgeblich für die Erderwärmung verantwortlich ist. Dabei folgt sie der unerbittlichen Beschleunigungsdynamik, die der entfesselte Kapitalismus antreibt. Die kapitalistische Ökonomie baut auf das Prinzip einer dynamischen Stabilisierung, die allein zur Bestandserhaltung auf unentwegte Steigerung setzt. Der Jenaer Soziologe Hartmut Rosa spricht in diesem Zusammenhang von der »Eskalationslogik der Moderne«, die strukturell einem unersättlichen Wirtschaftswachstum und der ungebremsten Profitmaximierung verschrieben ist. Diese Eskalationslogik baut grundlegend auf Homogenisierung, Standardisierung und Synchronisation der Welt, womit eine andere Umschreibung des Phänomens Globalisierung skizziert ist. Die angesprochene Synchronisierung der Welt, die auch als chronologische Gleichschaltung charakterisiert werden kann, ist demnach ein Phänomen der globalisierten Beschleunigung, die ein ökonomisches Wettrennen kennzeichnet, das viele Abgeschlagene zurücklässt. Die kanadische Aktivistin Naomi Klein sprach insofern von der Globalisierung als einem zynischen Spiel mit wenigen Gewinnern und vielen Verlierern. Mit der zuneh-

menden Erderwärmung gerät der Klimawandel zur wohl größten gesellschaftlichen Herausforderung der Gegenwart.

Die Verlierer der Eskalationslogik können auch als Beschleunigungsverlierer gelten. Dabei handelt es sich nicht nur um Menschen, sondern zuallererst um unsere Natur – so vielfältig dieser Begriff auch belegt ist. So sind etwa die exzessive Abholzung oder Rodungen der Regenwälder von einem Ausmaß, dass diese sich zeitlich nicht in einem natürlichen Zyklus wieder erholen können. Oder auch die weltweite Überfischung der Ozeane hat den Mythos der Unerschöpflichkeit eines Besseren belehrt. Das heißt, die beschleunigte Globalisierung trifft mit der Natur auf ein weit trägeres System, das dem enormen Wachstum nicht standhält. Allenthalben tun sich in unseren Ökosystemen sogenannte Kippunkte auf, die auf irreversible Schäden hindeuten. Wer folglich die Eigenzeiten der Natur nicht ernst nimmt, läuft Gefahr, mit der Zerstörung unserer natürlichen Ressourcen die Grundlage für menschliches Leben zu beseitigen.

Die formulierte Eskalationslogik mit der rasenden Produktion schädigt nicht nur die Umwelt, sondern im ebenso erhitzten Konsum auch die Gesellschaft. Während um 1900 ein europäischer Haushalt allenfalls Hunderte Dinge besaß, geht die Schätzung für die Gegenwart auf 10.000. Diese Steigerung lässt sich besonders gut an unserem Textilkonsum ablesen. Allein zwischen den Jahren 2002 und 2015 hat der Absatz beinahe um das Doppelte zugenommen: von einer Billion auf 1,8 Billionen US-Dollar – mit der Perspektive, bis 2025 auf 2,1 Billionen US-Dollar anzuwachsen. Heruntergebrochen auf den Textilkonsum in Deutschland heißt das, dass jeder Konsument pro Jahr 60 neue Kleidungsstücke kauft. Zugleich tragen wir die Kleidung zeitlich nur noch halb so lange wie vor 15 Jahren. Etwa 40 Prozent unserer Kleidung tragen wir gar nicht oder nur sehr selten. Dieser hungrige Textilkonsum ist lediglich Teil unseres unersättlichen Verbrauchs. Mit dem Ende des Zweiten Weltkriegs hat das Konsumtionsparadigma das Produktionsparadigma abgelöst. Vor allem die westliche Gesellschaft ist konsequent den Weg von einer Produktionsgesellschaft zu einer Konsumgesellschaft gegangen. Das heißt, dass der Konsum zum gesellschaftsbestimmenden Moment geworden ist. Der westliche Mensch des 21. Jahrhunderts ist ein »homo consumens«. Dass nun der im steten Konsumvollzug sich herstellende Mensch der Spätmoderne sich sozial zutiefst entfremdet, wäre Gegenstand nicht nur einer (neo-)marxistischen Gesellschaftskritik.

Die westliche Gesellschaft entfremdet sich aber nicht nur von sich selbst, sondern – nicht weniger einschneidend – auch von den die zahllosen Arbeiter*innen in der gesamten Wertschöpfungskette. Nationale wie internationale Gewerkschaftsorganisationen haben alle Hände voll zu tun, damit ihre Mitglieder einen basalen Lohn in Thailand oder Bangladesch erhalten. Viele Näherinnen entbeh-



Melissa Grustat verwertet Materialien, die bei der Textilproduktion als Müll anfallen. Hier zu sehen: Ein Outfit aus Airbag-Gewebe. © Julie Becquart

ren jedoch selbst dieser Unterstützung, leiden folglich unter der skandalös schlechten Bezahlung, wie sie sich auch ernsthaften Gefahren für ihre Gesundheit aussetzen.

Wir erkennen spätestens an dieser Stelle, dass angesichts der formulierten Eskalationslogik Textildesign eine Frage der Gerechtigkeit darstellt. Bei Gerechtigkeit geht es, ethisch pointiert formuliert, um den Anspruch auf ein gutes Leben für alle Menschen. Das Textildesign der Zukunft muss also einer Ethik der Zukunft entsprechen, um nicht die Möglichkeit einer erfüllten Lebenszeit der kommenden Generationen aufs Spiel zu setzen. Ein solch ethisch motiviertes Design braucht ein fundamentales Umdenken – zukunftsweisende Ideen hierzu finden sich in der nächsten Ausgabe von a3kultur.

Die Sonderausstellung »design goals« findet noch bis zum 24. September 2022 statt. » www.timbayern.de

IMPRESSUM – a3kultur

Chefredakteur: Jürgen Kannler (kaj) (V.i.S.d.P.), Kontakt: jk@a3kultur.de

Titelfoto: Berli Berlinski **Grafik & Satz:** Andreas Holzmann

a3kultur-Redaktion: Jürgen Kannler (kaj), Andreas Holzmann (ah), Anna Hahn (ana)

Ressortverantwortliche Autor*innen:

FILM: Thomas Ferstl (fet) | **LIVEMUSIK & CLUBEVENTS:** Martin Schmidt (msc), Marion Buk-Kluger (mbk) | **KLASSIK:** Renate Baumiller-Guggenberger (rbg) | **KUNST:**

Manuel Schedl (mls) | **LITERATUR:** Juliana Hazoth (juh) | **THEATER:** Anna Hahn

(ana) | **DASEIN, POLITIK & GESELLSCHAFT:** Jürgen Kannler (kaj)

Verlag: studio a UG, Austraße 27, 86153 Augsburg,

Tel.: 0821 – 508 14 57. » www.a3kultur.de

Druck: Mayer & Söhne, 86551 Aichach

a3kultur-Abo: » www.a3kultur.de » Projekte » a3kultur-Abo

Redaktionsschluss #07/2022: Mo, 20. Juni 2022

a3kultur-Podcasts: » www.what-goes-on.de

studio a übernimmt für unverlangt eingesendete Unterlagen und Daten keine Haftung. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht notwendigerweise die Meinung der Redaktion wieder. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Beiträge, Abbildungen, Anzeigen etc. ist unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt.