

»

Grünfärberei

Grüne Politik, grüne Wirtschaft, grünes Marketing:
Nicht überall, wo Grün drauf steht, ist auch Grün drin

«

Porsche – grün lackiert

In seiner Selbstdarstellung macht sich die Porsche AG den Umweltschutz zur Hauptaufgabe. „Selbstverständlich war Porsche schon immer so umweltschonend, wie der Gesetzgeber verlangt. Aber natürlich reichte uns das nicht. Deswegen haben wir unsere Fahrzeuge noch besser gemacht“, steht im Leitbild der Firma. Doch am vergangenen Freitag verklagte die Deutsche Umwelthilfe (DUV) das Unternehmen. Der Vorwurf: Der Autobauer weigert sich, korrekt über Klimagasemissionen zu informieren. DUV-Bundesgeschäftsführer Jürgen Resch sagte: „Porsche nimmt die gesetzlichen Verpflichtungen zum

Schutz des Klimas und des Verbrauchers offenkundig nicht ernst. Uns ist kein anderer Hersteller bekannt, der so unverblümt gegen die Energievorschriften verstößt wie Porsche.“ Der Sportwagenhersteller brüstet sich, dass seine Fahrzeuge nach dem Prinzip des „Design for Recovery“ gebaut würden. Das heißt, dass man sich vor der Produktion der Fahrzeuge überlegt, wie die Autos recycelt werden. Porsche will mit seinem Umweltkonzept überzeugen. Warum macht das Unternehmen dann unkorrekte oder gar keine Angaben zu Emissionen und führt so seine Kunden ins Dunkel? **MARCUS GOLDHAHN**

Bahn fährt unsauber

„Die Deutsche Bahn unterstützt die Vereinten Nationen in ihrem Ziel, die Erderwärmung auf zwei Grad zu begrenzen“, erklärte der Deutsche-Bahn-Chef Rüdiger Grube im Oktober 2010. Greenpeace sieht das anders. Jürgen Knirsch, Konsumexperte von Greenpeace, berechnete den CO₂-Verbrauch für ausgewählte Bahnstrecken. „Bei den Strecken, die nur mit Regionalexpress und Regionalbahn befahren wurden, ergab sich, dass ein mit zwei Personen gefüllter PKW im Pro-Kopf-Vergleich besser abschnei-

det als die Deutsche Bahn“, sagte Knirsch. Darüber hinaus ist der Strommix der Bahn alles andere als umweltbewusst. Der Konzern bemüht sich um ein sauberes und grünes Image. Einige Kunden glauben, dass Zug fahren ökologisch ist. Nur wenige stellen sich jedoch die Frage, aus welchen Kraftwerken die Bahn ihre Energie bezieht. 25 Prozent des Stroms liefern Atomkraftwerke, 45 Prozent Kohlekraftwerke. Will die Deutsche Bahn nun profitabel oder ökologisch handeln?

MARCUS GOLDHAHN

Mogeltüte bei H&M

Im vorigen Jahr stand der Modekonzern H&M wegen genetisch veränderter Baumwolle aus Indien in der Kritik. Im April 2011 startete er daher seine neue Marke „Conscious Collection“. Die Kleidungsstücke bestehen aus ökologisch hergestellter Baumwolle, recyceltem Polyester und Tencel, einem Holzfaserstoff. Mit dieser Marke wirbt das Unternehmen besonders offensiv, obwohl es in der Gesamtkollektion nur einen geringen Anteil hat. Außerdem vermischen sich die Kleider, Hemden und T-Shirts in den Läden leicht mit den konventionell hergestellten Textilien. Ob die Baumwolle aber tatsächlich auf ökologische Weise

hergestellt wurde, ist ungewiss. Denn H&M kontrolliert seine Produktionsstätten in Übersee nicht selbst. Dies übernehmen Firmen wie die Union Control India, die Zertifikate vergibt und Betriebe überprüft. Doch die indische Behörde APEDA des Ministeriums für Handel und Industrie verhängte bereits ein Bußgeld gegen das Unternehmen, da es nicht sachgerecht arbeitete. Die Firma und die Modeketten versprachen, restriktiver vorzugehen. Klare Details dazu sind jedoch Mangelware. Außerdem fällt die Ökobilanz negativer aus, da H&M die Textilien aus Indien nach Europa einfliegt. Ökologisch? **THOMAS KÖCHER**

Öko-Wasch: Grüne Weste!

■ **Vorwäsche:** Sie sind Manager in der Müllbranche? Dann nutzen Sie Ökosprech! Reden Sie nicht mehr von Müllverbrennung, Sie betreiben „thermische Abfallverwertung“. Sie arbeiten in der Atomindustrie? Kein Problem, in Zukunft leiten Sie nicht mehr ein Atommülllager, sondern einen „Entsorgungspark“. ■ **Hauptwaschgang:** Sie bauen Haushaltsgeräte? Schlagen Sie viel grünen Schaum! Werben Sie mit gesetzlichen Vorgaben oder branchenüblichen Standards, als seien es ihre Ideen. Ein FCKW-frei-Aufkleber macht sich immer gut. Sie können auch selbstgestaltete Umweltsiegel aufkleben.

SEBASTIAN HEIDELBERGER

Lange her, dass der Umweltschutz nur ein Thema für verschrobene Minderheiten war. Denn längst bevorzugt auch der Durchschnittsbürger umweltfreundliche Produkte. Weder Politik noch Wirtschaft kommen daher am Thema vorbei. Die großen konservativen Parteien haben das verstanden und geben sich derzeit grüner als Grüne/Bündnis 90 selbst. Aber auch die NPD hat die Zeichen der Zeit erkannt und nutzt den ökologischen Trend, um neue Mitglieder zu werben.

In der Wirtschaft versuchen viele Unternehmen, um jeden Preis ein grünes Image aufzubauen – ohne dieses auch wirklich zu leben. Greenwashing ist eine Strategie, bei der sich ein Konzern durch ökologische Verantwortung profilieren möchte. Nachhaltigkeitsberichte, Werbekampagnen und Lobbying sollen die Unternehmen in einem guten Licht erscheinen lassen und einen Wettbewerbsvorteil bringen. Die grüne Waschmaschine läuft auf

Hochtouren.

Jedoch sei nicht jedes Unternehmen, das Greenwashing betreibt, in allen Aspekten schlecht, sagt Jürgen Knirsch, Konsumexperte von Greenpeace Deutschland. „Greenwashing ist nicht immer leicht erkennbar. Auch können Firmen etwas Richtiges im Falschen tun – sprich Umweltschutz betreiben – aber dennoch auf falsche Produkte setzen.“ Die Firma Tetra Pak nennt er als Beispiel: „Tetra Pak benutzt immer mehr Karton aus umweltgerechter und sozial verträglicher Waldbewirtschaftung. Jedoch bleiben die Verpackungen ein Einwegprodukt und sind deshalb ein Umweltproblem.“

In der Mitte der Gesellschaft besteht jedoch längst eine Bereitschaft, bewusst und nachhaltig zu konsumieren. Greenwashing schadet am Ende den Unternehmen selbst – sie produzieren an den Bedürfnissen der Verbraucher vorbei und setzen das Vertrauen ihrer Kundschaft aufs Spiel.

SVENJA BEDNARCZYK

Öko-Wasch: Noch grüner!

■ **Weichspülen:** Was grün ist, bestimmen natürlich Sie! Nicht Taten, sondern Worte vermitteln das grüne Image – je absurder, desto besser. Preisen Sie Ihren Atomstrom mit großformatigen Werbeanzeigen an. Mit Ihrem Atomkraftwerk auf grünen Wiesen wird aus dem Meiler ein „Klimaschützer“. ■ **Schleudern:** Die Politik fordert harte Umweltrichtlinien? Behalten Sie stets die Kontrolle! Betonen Sie die eigene Verantwortung. Es reicht, wenn Sie vorgeben an den Problemen zu arbeiten. Denken Sie immer daran: Gute Lobbyarbeit verhindert die politische Einmischung.

SEBASTIAN HEIDELBERGER

Foto: Doris Benjack

Umweltschutz ist Heimatschutz!

NEONAZIS Müllsammeln, Bio-Bauernhöfe, Protest gegen Atomkraft und Gentechnik – Ökologie auf rechts

Mit gelben Warnwesten und Tüten in der Hand sammeln die Männer am Rande der Bundesstraße Müll. Die Stadt Neubrandenburg in Mecklenburg-Vorpommern rief im April zum Frühjahrsputz auf. Doch die Helfer sind nicht von der Müllabfuhr, sondern NPD-Mitglieder. Auf der Internetseite des NPD-Landesverbandes Mecklenburg-Vorpommern kommentierten die Neonazis ihre Tatkraft: Dank der Einsatzfreude volkstreuer Aktivisten sei die Stadt von einigen großen und kleinen Drecksaufen gereinigt worden.

Das Engagement der Rechten für die Umwelt beschränkt sich jedoch nicht nur darauf, öffentlichkeitswirksam Müll aufzusammeln. Sie engagieren sich auch in lokalen Bürgerinitiativen. So trat im April Rüdiger Klasen im Rahmen der „Anti-Atom-Woche“ in Schwerin auf. Klasen ist ehemaliger NPD-Vorsitzender im Kreis Hagenow im Westen Mecklenburg-Vorpommerns. Er wurde wegen eines Brandanschlags auf ein Asylbewerberheim in Boitzenburg aus dem Jahre 1992 verurteilt. Als seine politische Vergangenheit be-

kannt wurde, schlossen ihn die Organisatoren aus dem Anti-Atom-Bündnis aus.

Die Rechtsradikalen mobilisieren auch gegen die Gentechnik. Bei der 2004 im Landkreis Güstrow in Mecklenburg-Vorpommern gegründeten „Initiative für eine gentechnikfreie Region Nebel/Krakow am See“ besitzt die Hälfte der Mitglieder ein NPD-Parteibuch, berichtet Andrea Röpke vom Informationsdienst Blick nach Rechts.

„Umweltschutz ist Heimatschutz!“ plakatiert die NPD im Wahlkampf.

Ist die Leidenschaft der Rechtsradikalen für klassische grüne Inhalte ein Versuch, auf der jüngsten Popularitätswelle grüner Themen zu reiten? Dies sei ein gewichtiger Grund, sagt der Rechtsextremismus-Experte Andreas Speit, allerdings nicht der einzige. „Ökologische Inhalte sind in Teilen der rechten Bewegung tief verwurzelt“, sagt Speit und verweist auf die ländlich und völkisch orientierte Seite der Bewegung. In deren Augen bedrohe die gegenwärtige moderne Industriegesellschaft die kulturellen und biologischen

Wurzeln des deutschen Volkes. Laut diesem biologistischen Weltbild werde der organische deutsche Volkskörper jedoch nicht nur von Atomkraft oder genmanipuliertem Saatgut bedroht, sondern auch von volksfremden Einflüssen, wie Zuwanderern. Über dieses Erklärungsmuster schlage die extreme Rechte den Bogen vom Umweltschutz hin zu ihren klassischen rassistischen Inhalten.

Das Magazin mit dem unverfänglichen Namen *Umwelt & Aktiv* ist laut Speit eines der wichtigen Foren für diese Variante

rechten Denkens. Manche der Autoren betreiben Bio-Bauernhöfe oder leben in rechten, ökologischen Landkommunen. Diese streben häufig ein größtmögliches Maß an landwirtschaftlicher Autarkie an. Vor allem in Bayern seien enge Netzwerke vorhanden. Die Höfe vertreiben ihre landwirtschaftlichen Erzeugnisse untereinander. So kann man Äpfel oder Honig beim Gesinnungsgenossen kaufen. Nicht nur ökologisch korrekt – sondern auch ideologisch.

**MARTIN HOFFMANN,
SEBASTIAN HEIDELBERGER**

