



Umweltsponsoring!

Werbung gehört heute zum täglichen Leben. Die Methoden der Firmen und Institutionen sind aber sehr verschieden. Wer Erfolg haben will, muss möglichst ausgefallene Methoden und Taktiken anwenden, um potentielle Kunden anzuwerben. Gute Werbung bringt auch noch einen Image- Gewinn, besonders dann, wenn sich der Werber als Umweltschützer darstellt. Längerfristig gibt es dazu aber einen Verlierer, die Natur und Milliarden von Menschen welche schamlos über den Tisch gezogen werden.

Durch „ethisch korrekten“ Konsum kann man die Welt retten ohne auf irgendetwas zu verzichten und das auch noch ohne schlechtes Gewissen! Den Klimawandel kann man wegkaufen, mit Migros den CO2 Ausstoss reduzieren, mit Fischstäbchen von Iglo zum Schutz der Meere beitragen, oder mit einer Tafel Schokolade von Ritter Sport Schulkinder in Afrika unterstützen. Wer's glaubt, sollte sich informieren.

Das Unwort des Jahrtausends „ CO 2 Neutral“

Aus der Werbung wissen wir, COOP soll es werden bis 2023, die Migros setzt sich dasselbe Ziel bis 2025 und verschiedenste Firmen preisen ihre Produkte als „ CO 2 Neutral“ an. Inzwischen können wir „ CO 2 Neutral“ reisen, fliegen, bauen, wohnen, und wie könnte es anders sein, sogar tanken. Tatsache ist, zur Herstellung und Auslieferung von jedem Produkt, Flugzeug, Auto usw. wird die Luft mit CO2 und weiteren Schadstoffen belastet. Mit verschiedensten Methoden soll der Verbraucher die mitverursachten CO2 Emissionen kompensieren. Ein Beispiel: Sie fliegen von Zürich nach New York und zurück und schleudern somit 4200 kg CO2 in die Atmosphäre. Um Ihr schlechtes Gewissen zu beruhigen können Sie sich an irgendeinem Klimaschutzprojekt für ca. 150 Fr. beteiligen und bereits ist Ihr Flug „ CO 2 Neutral“. Firmen, welche Ihnen zur „Neutralität“ verhelfen, gibt es bereits wie Sand am Meer. Ein kleiner Tipp an dieser Stelle: Verzichten Sie auf den Flug und spannen Sie sich zu Hause aus, Sie sparen CO2 und das Klimaschutzprojekt müssen Sie auch nicht mitfinanzieren. Das Geld bleibt eh meist in einem europäischen Umweltbüro hängen.

Was „CO2 Neutral“ wirklich heisst möchte ich an einem kleinen Beispiel aufzeigen: Sie haben sich vorgenommen abzunehmen und laufen deshalb eine Strecke von fünf Kilometern. Zur Belohnung schenken Sie sich anschliessend ein Stück Kuchen. Dies würde nun heissen, „Gewichts-Neutral“. Was beim laufen verloren gegangen ist, hat der Kuchen wieder eingebracht.

Öl kaufen für grüne Energie

Von BP wissen wir bereits wie sehr Sie sich für Solarenergie und ein umweltfreundliches Gesicht eingesetzt haben. Inzwischen durfte die ganze Welt erfahren, wie wichtig für den Ölkonzern die Natur effektiv ist. Die Ölpest im Golf von Mexiko ist "das direkte Ergebnis von BPs rücksichtslosen Entscheidungen und Aktionen"

wird nun berichtet. Alles andere als ein Unternehmen welches zur Umwelt Sorge trägt.

Auch der zur Migros-Gruppe gehörende Konzern Migrol (Tankstellen) macht grösste Anstrengungen sich ein Ökokeid anzulegen. Mit „M-way“ steigt Migros und Migrol in den Markt der Elektromobilität ein. Als erster Flottenkunde hilft die Grimselregion (Haslital und Goms) mit dem Projekt „Alpmobil“ tatkräftig mit, das saubere „grüne“ Image von Migros bzw. Migrol zu fördern. Ein Projekt das grundsätzlich als ein positives Zeichen gewertet werden könnte, würde es nicht durch einen Ölkonzern gesponsert. Immerhin verkauft Migrol seit kurzem Treibstoffe des Ölmultis Shell. Deren Chef fiel der US-Regierung vorige Woche in den Rücken. Präsident Obama hat unter dem Eindruck der verheerenden Ölpest ein sechsmonatiges Moratorium für neue Tiefseebohrungen verhängt. Diesen Bohrstopp hatten die betroffenen Konzerne (BP und Shell) angefochten, und einen Sieg vor einem Gericht in New Orleans errungen.

Wer nun also glaubt, dass all die Anstrengungen zur Förderung von erneuerbaren Energien oder neuen Technologien von BP, Shell, Migrol oder weiteren, der Umwelt zu Liebe erfolgt, ist ganz einfach blauäugig. Hier geht es einzig und allein darum, das eigene Produkt, nämlich Treibstoffe, zu verkaufen. Es ist kaum anzunehmen, das die Ölindustrie dermassen wild darauf ist, für einen Energie- Konkurrenten Werbung zu machen. Seit Jahrzehnten wird die Forschung und Weiterentwicklung durch die Ölindustrie und nicht die Politik bestimmt. Der Gerichtsfall vom Bohrstopp zeigt die Machtpositionen klar auf.

Aufgrund des grosszügigen Sponsorings der Ölkonzerne für erneuerbare Energien scheint deren Entwicklungschance ziemlich gering zu sein. Zumindest sieht anscheinend keiner der Ölkonzerne einen Konkurrenten bei der Solar oder Windenergie, und das sollte uns zu denken geben.

Brauchen wir diese Werbung?

Sie kaufen fairgehandelte Produkte, tragen öko-korrekte Kleidung, kaufen Ökomöbel, machen Urlaub in Hotels mit Nachhaltigkeitszertifikaten und wohnen in topsanierten Eigentumswohnungen mit Solaranlage und Erdwärmepumpe. Und nun, heisst das umweltbewusst Leben? Können wir uns das leisten? Ist dies die einzige Möglichkeit? Wird die Natur davon profitieren? Was tatsächlich zur Verbesserung der Lebensbedingungen weltweit nötig wäre, was wirklich das Klima und die Umwelt nachhaltig schützen würde, was wirklich gerecht wäre, das lässt sich nicht kaufen.

„Umweltfreundliches Handeln darf in Zukunft nicht mehr Ausdruck einer moralischen Überlegenheit einer Öko-Avantgarde sein, es muss Kernbestandteil ökonomischer Rationalität werden.“ Autorin Kathrin Hartmann im Buch „Ende der Märchenstunde.“ Mit einheimischen Produkten und einer grösseren Wertschätzung von Landwirtschaft und Gewerbe in unserem Land würde bereits ein grosser Schritt zum Umweltschutz beigetragen werden. Die Globalisierung ist das eigentliche Gift für die Natur, nicht CO2.

Geri Kiechler www.weltklima.ch

Quellen:

- www.google.com "CO2 Neutral"
- www.nachhaltigkeitsrat.de
- www.migros.ch

Die Sonne schickt keine Rechnung – oder doch?

Ökologen verbreiten gerne die Mär, dass die Sonne keine Rechnung schickt, und dass Solarenergie so etwas wie "Gratisfutter" wäre. Dass dem irgendwie doch nicht so ist, sickert langsam aber sicher auch in den Medien durch. So schreibt das Handelsblatt am 21.06.2010: „Sonnenenergie wird unbezahlbar“

Sonnenenergie wird immer populärer, und damit unbezahlbar. Weil die Förderungen auf Jahre garantiert sind, summieren sich die Folgekosten mittlerweile auf hohe zweistellige Milliardenbeträge. Selbst die Branche erkennt, dass es so nicht weitergeht.

Nicht nur in Spanien wachsen die von staatlichen Markteingriffen verursachten Probleme in den Himmel: Die staatliche Förderung des Solarstroms bringt für große Stromverbraucher in der Industrie und für Privatkunden in Kürze deutliche Preiserhöhungen.

Verbraucherzentralen schätzen, dass die Strompreise im kommenden Jahr allein durch die Ökostrom-Förderung um zehn Prozent steigen dürften. Die Industriestrompreise in Deutschland sind ohnehin hoch, durch die Ökostrom-Förderung erreichen sie im europaweiten Vergleich Spitzenwerte.

Quelle: Hans G. Bronik (Oekologismus.de)