

hintergrund

Grüner Anstrich allein reicht nicht

Alle sind mittlerweile Klimaschützer – manche tatsächlich, andere nur im PR-Brief.

● **McDonald's wird grün.** Der rote Hintergrund im Logo ist out und wird weltweit durch einen grünen ersetzt. Dazu kommen in Natur-Holz- und Öko-Optik gestaltete Filialen, gesunde Salate und Fladenbrote werden in der Werbung hervorgehoben. Allerdings gibt es weiterhin Einwegverpackungen und den Burger als Long-Seller. Und beim McDrive holt man ihn mit dem Auto und nicht mit dem Fahrrad.



IMAGE IST ALLES. Das Rindfleisch im Burger und damit die Treibhausgase CO₂ und Methan bleiben. Die Logo-Farbe wechselt.

● **Mercedes wirbt im TV-Spot** mit dem Smart und 3,3 Liter Benzin für 100 gefahrene Kilometer. Dazu wird eine Benzin fressende Rostlaube gezeigt, die Umweltschützer fahren. Verschwiegen wird dabei allerdings, dass auf einen verkauften Smart 13 Geländewagen kommen, die jeweils 11,8 Liter Benzin verbrauchen.

● **Chiquita-Bananen** ist ein Partner der Rainforest Alliance, darf daher mit einem grünen Frosch werben. Tatsächlich wird kein Regenwald mehr abgeholzt und nur mehr ein Drittel der Pestizide verwendet. Der Frosch würde laut Öko-Journalist Stefan Kreuzberger auf der Plantage aber nicht überleben: „Die Massenproduktion von Bananen in Monokultur heißt jetzt ‚nachhaltiger Bananenanbau‘.“

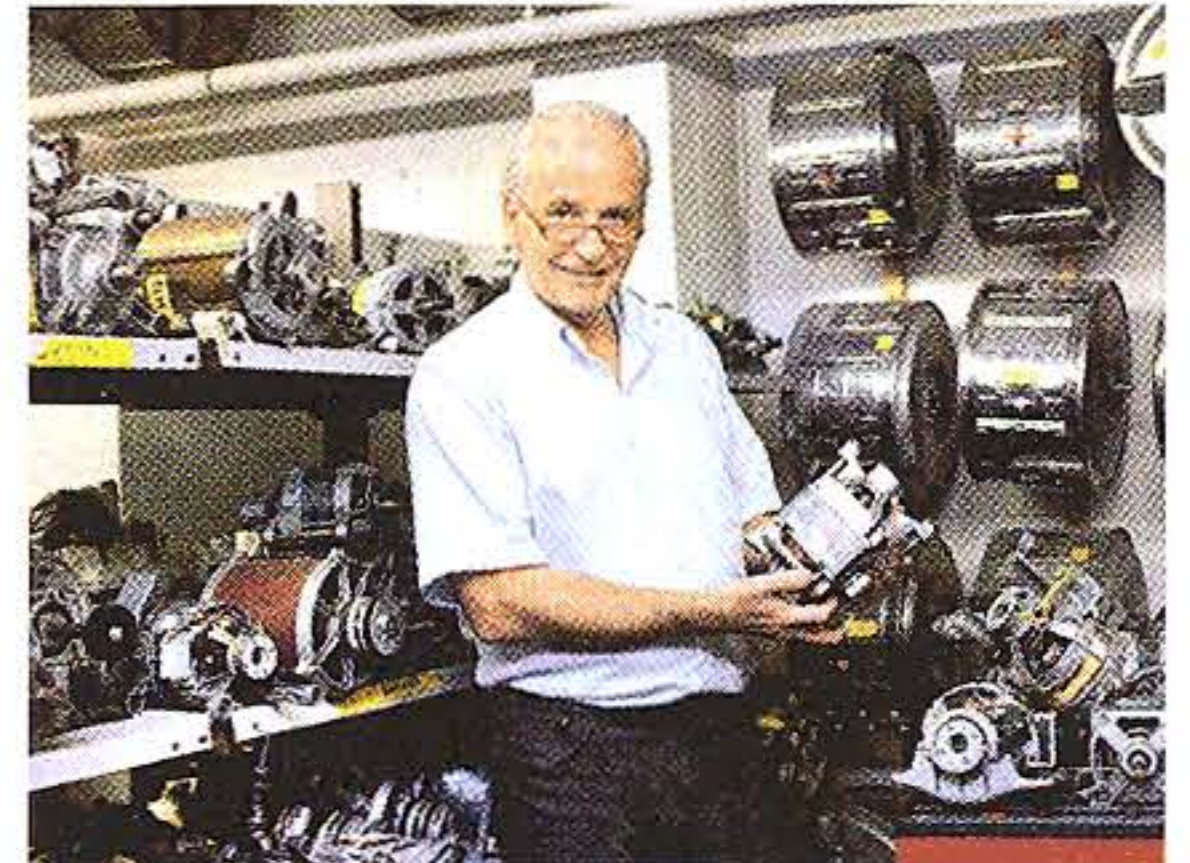
● **Siemens sponsert Klimaschutpreise**, klärt Kinder über umweltfreundliche Technologien auf und präsentiert eine groß angelegte Klimaschutz-Studie in Kopenhagen. Zugleich wird in Atomenergie investiert und in Turbinen für Kohlekraftwerke.

9

Umso besser: Mit Energieberatung Umwelt- und Sozialpolitik machen

Umweltschutz lässt sich mit Sozialpolitik verknüpfen. Denn gerade für sozial Schwächere ist zwar der Kauf von Energie sparenden Geräten kaum möglich, jeder eingesparte Euro bei Strom-, Gas- und Heizungskosten wird aber dringend für den Lebensunterhalt gebraucht. Klimaschutz-Förderung lohnt sich deshalb bei wenig Verdienenden doppelt – im sozialen wie im umweltpolitischen Sinn.

Damit Energiesparen aber auch passiert, braucht es Beratung, wo man kostengünstig ansetzen kann. Sepp Eisenriegler, Geschäftsführer des Reparatur- und Service-Zentrums R.U.S.Z., hat deshalb nach belgischem Vorbild ein Konzept dafür entwickelt. Ab 2010 können sich sozial Schwächere einen Energieberater zu sich nachhause holen. Dieser zeigt dann, wo man Energie und damit 300 bis 400 Euro pro Jahr sparen können



ENERGIEBERATUNG. Sepp Eisenriegler berät ab 2010 sozial Schwächere.

te, ohne dabei an Lebensqualität zu verlieren. Wenn erwünscht, sorgen Eisenrieglers Mitarbeiter auch für ein Waschmaschinen-Tuning. Denn mit 120 bis 150 Euro für Material und Arbeitszeit lassen sich auch bei älteren Geräten zwanzig Prozent an Energie einsparen. Und aus Energie-Effizienz-Klasse C oder

10

VON Austria wird gelehrt – IN Österreich muss auch noch viel gelehrt werden

Umweltminister Nikolaus Berlakovich ist in einem Punkt durchaus Recht zu geben: Österreichische Firmen im Bereich der Umwelttechnologie gehören tatsächlich weltweit zu den Vorreitern ihrer Branche. Nicht anders ist es zu erklären, dass die japanische Stadt Osaka die Müllverbrennungsanlage Spittelau vom Architekten Friedensreich Hundertwasser neu errichten ließ und seitdem in Osaka der Müll wie in Wien vorbildlich verbrannt (900 Tonnen täglich) und verwertet wird. Selbiges gilt beim US-Sonnenstaat Kalifornien, wo Österreichs Abfallwirtschaftssystem, aber auch nachhaltige Waldnutzung und Biomasse aus Österreich kopiert werden. Auf den Gebieten Abfallwirtschaft, Wasseraufberei-

tung und bei anderen Umwelttechnologien führend sind neben anderen die Firmen Jenbacher, Erema, Komptech, Saubermacher, M-U-T, Andritz, FreyLit oder Ash-Dec. Unangenehm für Berlakovich ist hingegen die Nachzügler-Rolle Österreichs in Europa im Bereich Ökostrom (siehe auch Kasten erneuerbare Energieträger). Einzig der hohe Anteil an Wasserkraft sorgt dafür, dass Österreichs Bilanz bei den Erneuerbaren einigermaßen erträglich bleibt. Zum Umweltmarkt zählt aber auch nachhaltige Mobilität, wo mehrere Unternehmen beweisen, dass allein ein Fahrkurs für Lkw-Fahrer – wie bei der Lebensmittelkette Hofer – zu einer CO₂-Reduktion von mehreren Tausend Tonnen führt. Und damit die Firma billiger kommt.



OSAKA, JAPAN. Umweltexport à la Hundertwasser bis nach Fernost.