



Information zur Sendung

vom 26. Februar 2009

Die grünen Retter

Mit Innovationen die Welt verbessern (Folge 1)

Die Krise boomt. Ob Finanzkrise, Wirtschaftskrise oder Klimakrise – die Welt hat sich verändert. Unwiederbringlich. Und das ist gut so, denn es ist höchste Zeit, einiges grundlegend zu ändern. Zum Beispiel die Verschwendung von Energie und Rohstoffen, oder den massiven Ausstoß des Treibhausgases CO₂. Das Wissen und das technische Know-how dazu ist da. Jetzt geht es darum, Nachhaltigkeit und klimagerechtes Produzieren konsequent umzusetzen. Der Welt ist zu helfen, und jeder kann dazu beitragen. Odysso stellt Menschen vor die wissen, was wirklich zählt und mit guten Ideen und Engagement unsere Zukunft neu erfinden. Tu was! Aber was? Das fragen sich viele Bürger, wenn es darum geht, im Kampf gegen den Klimawandel selbst aktiv zu werden. Nicht Verzicht lautet die Lösung, sondern strategisch einkaufen, sagt der studierte Ökonom Michael Billharz. Und verrät auch gleich wie das geht. Jedes Produkt, aber auch jeder Mensch, hinterlässt nämlich einen



Es ist höchste Zeit, einiges grundlegend zu ändern

sogenannten ökologischen Fußabdruck. Und der lässt sich messen in Kilowattstunden und Tonnen CO₂. So lässt sich die Warenwelt in gute und schlechte Produkte einteilen. Das hat auch die Wirtschaft erkannt, denn Nachhaltigkeit ist nicht nur gut fürs Klima, sondern auch für die Bilanzen. Odysso verrät, warum moralischer Konsum der neue Mega-Trend ist und zeigt, wie man einfach das Richtige tut.



Inhalt

- S. 2 Tu was, aber was?
- S. 4 Mission Nachhaltigkeit
- S. 6 Individueller Emissionsausgleich
- S. 8 Öko – vom Trend zum Mainstream
- S. 10 Adressen, Links und Literatur

Tu was, aber was?

von Thomas Niemietz

Unser Klima verändert sich, und jeder Einzelne trägt zu der Erderwärmung bei. Wie sehr, hängt davon ab wie wir wohnen, was wir essen, wie wir verreisen. Klimaschützer appellieren schon lange an unser Umweltgewissen. Und weisen darauf hin, dass bereits kleine Veränderungen eine große Wirkung haben: So könnte etwa die Leistung eines, oder sogar zweier Kernkraftwerke eingespart werden, wenn alleine in Deutschland auf den Standby-Modus bei Haushaltsgeräten verzichtet würde. Das klingt beeindruckend, aber können wir wirklich mit Energiesparlampen, Mülltrennung, oder Kochen mit Deckel unseren Planeten retten? Ist die Politik der kleinen Schritte die richtige Lösung für das CO₂-Problem?

Michael Bilharz vom Umweltbundesamt in Dessau forscht daran, welche Auswirkungen unser tägliches Leben und unser Handeln auf den CO₂-Ausstoß hat, wo es Einsparpotentiale gibt und welche Stellschrauben wirkliche Veränderungen bringen. Denn nahezu alles was wir täglich tun verursacht einen CO₂-Ausstoß. Dass Autofahrten und der Flug in den Urlaub nicht sehr umweltfreundlich sind, ist fast jedem klar. Aber auch beim Einkaufen im Supermarkt müssen wir uns über CO₂ Gedanken machen. Jede Ware die wir kaufen und konsumieren hat in ihrem Produktionsprozeß einen CO₂-Ausstoß verursacht. Die Sparmöglichkeiten sind also allumfassend. Die Macht des einzelnen Konsumenten ist sicherlich gering, kaufen allerdings viele einzelne bewußt ein, können sie Industrien und Wirtschaftszweige fördern oder abstrafen.

Die Zeit der kleinen Schritte ist vorbei

Michael Bilharz hat genau das erforscht. Er teilt sämtliche Konsumbereiche in drei Kategorien: Peanuts sind die kleinen Einsparmöglichkeiten, die wenig CO₂ sparen, zum Beispiel die Energiesparbirne, Kochen mit Deckel oder das Licht ausschalten wenn man nicht im Raum ist. Die zweite Kategorie sind die Big Points. Sie sparen mindestens zehnmal mehr CO₂ ein als Peanuts. Beispiel: der Verzicht auf Flugzeugreisen. Obwohl Fluggesellschaften behaupten, ähnlich viel CO₂ zu emittieren wie ein Auto. Dabei rechnen die Fluglinien nicht nur mit vollbesetzten Maschinen, sie vergessen auch gerne zu erwähnen, daß das CO₂ aus den Flugzeugen in einer sehr empfindlichen Luft-



Michael Bilharz sucht nach den großen CO₂-Einsparpotentialen

schicht ausgestoßen wird. Experten gehen davon aus, daß der Schaden, den CO₂ hier verursacht, um ein Vielfaches schlimmer ist als bei CO₂ das am Boden ausgestoßen wird. Trotz des großen Sparpotentials von Flugreisen kommt das „Nichtreisen“ nicht in die wichtigste Kategorie von Michael Bilharz. Das sind die von ihm so genannten Key Points: Sparmaßnahmen die viel CO₂ einsparen und zu einem Trend werden können.

Das Trendpotential einer Handlung ist nach Michael Bilharz Forschung ein Schlüsselmoment. Ein Trend entsteht nur, wenn gleichzeitig ein Vorteil für den Sparer entsteht. Wir sind nur zum Umdenken bereit, wenn wir das im Portemonnaie spüren, oder einen Imagegewinn erzielen können. Das können nur wenige Sparmaßnahmen erfüllen. Wenn diese allerdings umgesetzt, und zu echten Trends werden, dann könnten diese Key Points zu Massenphänomenen

werden, und wir hätten nach Bilharz das Problem der privaten CO₂-Emissionen im Griff. Die großen Verbraucher bei privaten Haushalten – Heizen und Mobilität – sind die wichtigsten Punkte.

Zusammen verursachen Heizen und Mobilität über die Hälfte des CO₂-Verbrauchs der privaten Haushalte. Deshalb sind diese Bereiche für Michael Bilharz die ersten Adressen für Veränderung. Den größten CO₂-Verursacher im Haus findet der Forscher bei der Heizung. Deshalb hilft es natürlich im Winter, nur in den Räumen zu heizen, in denen man sich auch aufhält. Ein oder zwei Grad weniger, dafür ein dicker Pullover ist auch richtig, aber entscheidend ist die Dämmung einer Wohnung. Gut isolierte Fenster, Wände und vor allem das Dach können immense Mengen an CO₂-Verbrauch verhindern. Außerdem spart weniger heizen teuren Rohstoff. Wer nicht in Wohneigentum lebt, also keinen Einfluß auf die Dämmung hat, sollte bei der Wohnungssuche auf die Lage der Wohnung innerhalb des Mietshauses achten: Ist die Wohnung von anderen Mietwohnungen umgeben, hat sie weniger Außenwände und läßt sich günstiger beheizen.

Heizen und Mobilität sind die großen CO₂-Verbraucher

Die Mobilität ist der nächste wichtige Punkt. Michael Bilharz empfiehlt, in Ballungsräumen das Prinzip des Carsharings. Ein Auto erzeugt schon bei seiner Herstellung einen Großteil seiner CO₂-Emissionen. Deshalb ist jedes Auto weniger ein großer CO₂-Gewinn. Mit Carsharing könnte ein Auto das leisten, was zehn Autos in Privatbesitz können. Der durchschnittliche Carsharing-Teilnehmer fährt etwa zwei Drittel weniger Kilometer mit dem Auto, er benutzt den öffentlichen Personennahverkehr, die Bahn oder auch Taxis. Gegenüber dem Pkw haben diese Alternativen alle eine deutlich bessere Klimabilanz.

Ein drittes wichtiges Nachhaltigkeitsthema findet der Klimaschützer im Finanzsektor. Wir legen unser Geld in Aktien, Pfandbriefen oder Tagesgeldkonten an. Das bringt Zinsen, aber auch Verantwortung. Was geschieht mit unserem Geld? Werden Rüstungsunternehmen und Zigarettenindustrie mit Krediten versorgt, oder werden Windparks und Solaranlagen

unterstützt? Wer sich mit Finanzprodukten beschäftigt, kann einen großen CO₂-Einspareffekt erzielen, indem er strategisch in die nachhaltige Energiewirtschaft investiert. „Wenn Sie beispielsweise 10.000 Euro in eine Windanlage investieren, dann neutralisieren Sie komplett ihren CO₂-Ausstoß von 12 Tonnen pro Jahr. Sie haben eine gute Geldanlage, und Sie unterstützen Unternehmen, die dann wiederum Werbung für den weiteren Ausbau von erneuerbaren Energien machen. Das ist strategischer Konsum wie ich ihn verstehe, das sind Key Points“, erklärt Bilharz.

Biolebensmittel sind ein Schlüssel zum Sparerfolg

Die Ernährung zählt Michael Bilharz ebenfalls zu den Key Points nachhaltigen Konsums. Das Thema ist komplex, deshalb spricht der Forscher gerne von Vereinfachung: „Alles wo ein Biosiegel drauf ist, ist gut“, so die Grundformel. Bio-Fleisch zum Beispiel verbraucht während der Produktion nicht weniger CO₂ als konventionelles Fleisch, allerdings ist es teurer. Das klingt wie ein Nachteil, ist es aber für die CO₂-Bilanz nicht. Der höhere Preis bringt uns dazu, weniger Fleisch zu kaufen. Fleisch, besonders Rindfleisch, hat einen sehr großen CO₂-Fußabdruck. Insgesamt unterstützen wir mit Biolebensmitteln also nicht nur den Gewässer- und Bodenschutz, weil mit weniger Giftstoffe gearbeitet wird, wir unterstützen die lokale Landwirtschaft und wir achten auf die eigene Gesundheit.

Michael Bilharz macht sich mit seinen Ansätzen vor allem bei Umweltschützern nicht nur Freunde. Menschen die seit Jahren und Jahrzehnten aktiv für den Umweltschutz kämpfen und sich engagieren, fühlen sich von seinen Ideen oft angegriffen. Sollten sie viele Jahre lang das Falsche gepredigt haben? Bilharz' Antwort ist ein klares „Nein“: „Es ist nicht falsch, kleine Schritte zu gehen. Und es war sicherlich richtig, viele Jahre daran zu arbeiten, denn nur so konnte ein Bewußtsein geschaffen werden. Allerdings reicht das noch nicht. Wenn wir den Klimawandel aktiv einschränken wollen, müssen wir mehr tun als Energiesparbirnen einschrauben. Wir müssen auf die Bereiche setzen die viel CO₂ einsparen, und für die Allgemeinheit einen Vorteil haben. Nur so kann Energiesparen zu einer Bewegung, zu einem Trend werden.“

Mission Nachhaltigkeit

von Axel Wagner

Mit unserem Kaufverhalten entscheiden wir nicht nur, welche Produkte am Markt bleiben und welche nicht. Wir können damit auch aktiv etwas für den Umweltschutz tun – wenn wir uns für klimafreundliche Produkte entscheiden. Doch dazu müssen wir wissen, welche Produkte wie viel CO₂ verursachen. Eine Studie des Ökoinstituts hat Überraschendes zu Tage gebracht.



Um klimafreundliche Produkte einzukaufen, muss man erst einmal wissen, wie viel CO₂ ihre Herstellung verursacht

Christian Hochfeld ist Mitarbeiter am Ökoinstitut und von Berufswegen auf der Jagd nach Spuren, wie sie zum Beispiel eine Kaffeemaschine hinterlässt, oder ein Bügeleisen. Es sind die Spuren des Klimakillers CO₂. „CO₂ ist mit allem verbunden was wir täglich tun oder lassen“, so Christian Hochfeld, „CO₂ ist auch in unserem Atem natürlich, das können wir nicht verhindern. Aber wir können schauen, wo das CO₂ herkommt – vom Heizen und Beleuchten unserer Wohnung, vom Fahren mit dem Auto, letzten Endes von jedem Produkt und jeder Dienstleistung die wir täglich nutzen. Jede hat einen CO₂-Fußabdruck. Alle zusammen ergeben unseren persönlichen Fußabdruck. Und den müssen wir verkleinern.“

Wie viel CO₂ steckt im Frühstücksei?

Um den Ausstoß des Treibhausgases zu verringern, die CO₂-Fußspuren also zu verkleinern, muss man erst einmal wissen, wo das Kohlendioxid entsteht. Und genau das hat sich Hochfeld zur Aufgabe gemacht: Wie viel CO₂ steckt in Frühstückseiern, im Kaffee, im

Haarwaschmittel oder in Toilettenpapier? Solche Produkte des täglichen Lebens hat Christian Hochfeld genau betrachtet, von der Herstellung bis zur Entsorgung. Für Toilettenpapier beispielsweise werden Unmengen warmes Wasser benötigt. Riesige Walzen und Messer bringen die aus Holz hergestellten Zellstoffbahnen in die uns bekannte Form. Ein äußerst energiereicher Start ins Klopapierleben, der mehr als drei Viertel des Fußabdruckes verursacht. Der restliche Anteil entfällt auf die Rohstoffgewinnung, Verteilung und Entsorgung. Durch Recyclingpapier kann man also CO₂ in der Toilette sparen.

CO₂ in der Toilette sparen –
mit Recyclingpapier

Doch wie lässt sich bei Eiern das Klimagas reduzieren? Der Weg zum Ei ist lang und beschwerlich. Denn am Anfang steht das Küken und seine Aufzucht zum Ei-Lieferanten. Das kostet Energie, sprich CO₂, denn die Hennen brauchen Licht und Futter, um ihre Legearbeit verrichten zu können. Und so entsteht der

Haupt-CO₂-Abdruck noch vor Auslieferung des Produktes. „Ein Großteil des CO₂-Fußabdruckes eines Hühnereies wird dadurch bestimmt, welche Futtermittel und welche Zusatzstoffe Sie in der Hühneraufzucht verwenden. Hier können Sie durch entsprechende Wahl der Futtermittel einen erheblichen Beitrag auch zur Reduzierung des CO₂ leisten. Das macht etwa – und das ist relativ viel, der gesamte Legebetrieb und die Aufzucht der Junghennen – zwei Drittel des gesamten Fußabdruckes aus“, so Hochfeld.

Kaffee! Kaum ein Haushalt kommt ohne ihn aus und man könnte glauben, dass die aufwändige Zubereitung oder der Transport bis in die Kaffeemaschine viel Energie verbraucht. Doch der CO₂-Fußabdruck des Kaffees entsteht in seinen Anbauländern! Auf dem Weg durch den Filter hat der Kaffee schon längst seinen Riesen-Fußabdruck aufgebaut. Denn die Plantagen arbeiten mit Pestiziden, deren Herstellung das energiereichste Element im Leben einer Kaffeebohne ist.

Nicht nur die Hersteller, auch wir als Verbraucher haben es in der Hand

Auch die tägliche Körperpflege wird begleitet von Kohlendioxid. Denn warmes Wasser kostet eben Energie. Wer also viel davon verbraucht, vergrößert durch sein Verhalten den CO₂-Fußabdruck von Pflegemitteln, etwa den des untersuchten Shampoos. Wir können uns also nicht herausreden, denn nicht nur die Hersteller, auch wir als Verbraucher haben es in der Hand, Kohlendioxid mit unserer Produktnutzung einzusparen.

Aber wie groß ist so ein Fußabdruck? Wie viel CO₂ entfällt beispielsweise auf ein Shampoo beispielsweise im Vergleich zu Eiern? „Einmal Haare waschen, und damit auch das Duschgel oder Shampoo, was dafür notwendig ist, hat einen CO₂-Fußabdruck von etwa 280 bis 300 Gramm. Das entspricht in etwa dem Fußabdruck eines Eis“, rechnet Christian Hochfeld vor.

Sechs Frühstückseier kosten in ihrer CO₂-Bilanz also ungefähr so viel wie sechsmal Haare waschen. Doch wer hat bitte Interes-

se an solchen Zahlen? „Das sind im Prinzip die Hersteller selbst, die ein Interesse haben. Und die haben natürlich auch ein gesundes Marktinteresse. Das heißt, ein Anreiz den Fußabdruck zu messen ist die Idee, zu sagen, ich habe hier auch einen Wettbewerbsvorteil gegenüber meinen Wettbewerbern. Das heißt ich vermute, dass mein CO₂-Fußabdruck niedriger ist als der meiner Mitbewerber, oder ich möchte sicherstellen, dass er es in Zukunft ist.“

Wir müssen unsere Riesenspuren auf Kindergröße reduzieren

Die einzelnen Fußabdrücke der Produkte tragen zum Gesamt-Fußabdruck des Verbrauchers bei. Und den gilt es zu verkleinern. Denn Christian Hochfeld ist sich sicher, dass wir in Sachen CO₂ einen beschwerlichen Weg vor uns haben. Wir müssen unsere Riesenspuren, wie er meint, auf Kindergröße reduzieren: „Jeder Einzelne von uns hat heute im Durchschnitt einen Fußabdruck von etwa elf Tonnen im Jahr. Im Jahr 2050, in 40 Jahren schon, darf dieser Fußabdruck nicht größer sein als eine viel kleinere Fläche, das heißt eine Reduktion um 80 Prozent. Man könnte hier von einer zwei-Tonnen-Diät sprechen, von elf Tonnen auf zwei Tonnen. Und jeder der schon einmal eine Diät gemacht hat wird wissen, wie schwer das werden wird.“

Devise: CO₂ abspecken, und das in großen Schritten. Denn schließlich müssen wir als Energieverbraucher leichtfüßig in die Zukunft schreiten.

Bis zum Jahr 2050 sollte wir unseren CO₂-Fußabdruck um 80 Prozent reduzieren



Individueller Emissionsausgleich

von Thomas Niemietz

Erst vor wenigen Tagen schlugen Klimaforscher Alarm: Sie prophezeien einen noch viel dramatischeren Klimawandel als bisher angenommen. Eine neue Idee muss her – und die gibt es! Was wäre, wenn wir als Privatpersonen nicht mehr so viel CO₂ verbrauchen dürften wie wir eigentlich wollen? Wenn wir nur noch ein bestimmtes Kontingent an Verschmutzungsrechten hätten?

Wir müssen den privaten CO₂ Verbrauch drastisch einschränken. Bisher verbrauchen wir Deutschen im Durchschnitt zwischen zehn und zwölf Tonnen CO₂. Auf die privaten Haushalte fallen rund 50 Prozent des Verbrauchs, der Rest wird von der Industrie ausgestoßen. Die privaten Emissionen verteilen sich in den Hauptposten auf das Heizen der Wohnung, die Warmwasseraufbereitung, die Mobilität und den Konsum. Etwa fünf Tonnen verbrauchen wir insgesamt pro Jahr. Wenn alle Menschen auf der Welt so verschwenderisch leben würden, würde das System in kürzester Zeit kollabieren. Um das zu verhindern, müssten wir auf einen Verbrauch von zwei Tonnen pro Person kommen.



Das CO₂-Konto soll wie jedes andere Konto funktionieren

Eine Vision mit vielen Vorteilen

Warum also nicht ein Gedankenexperiment wagen und jedem Deutschen ein maximales Verbrauchsrecht von zwei Tonnen CO₂ einräumen? Damit müsste er seine Wohnung heizen, seine Fortbewegung mit Auto, Bahn oder Rad absolvieren und seine übrigen energiehungrigen Geräte betreiben. Außerdem hat jeglicher Konsum eine CO₂-Komponente. Jedes Duschgel, jeder Apfel, jede Stereoanlage hat im Laufe ihres Lebens einen CO₂-Fußabdruck hinterlassen. Wenn man es auf die Spitze treiben wollte, könnte man auch die Atmung mit einbeziehen: Ein Sportler würde durch seine Atmung mehr CO₂ ausstoßen als ein „Nicht-Sportler“.

In unserem Gedankenspiel könnte man all diese Summen von den zwei Tonnen Verbrauchsrecht abziehen. Allerdings bleiben wir damit bei einem schönen Gedankenspiel. Das würde uns zwar verdeutlichen wo wir CO₂ produzieren, aber die Umsetzung eines solchen Systems wäre undenkbar.

In Aachen wird an einer realistischen Version des Thomas persönlicher CO₂-Rechtehandel gearbeitet. Die Aachener Stiftung Kathy Beys möchte das Thema für eine gesellschaftliche Diskussion vorbereiten. Realitätsnähe ist dafür oberstes Gebot. Darum war die erste Frage für den Projektleiter Klaus Dosch: Wie kann so ein Konto aussehen? Die schlichte Antwort: „Wie jedes andere Konto auch. Am Anfang des Monats bekommt jeder Mensch ein bestimmtes Vorschussguthaben an CO₂-Verbrauchsrechten überwiesen.“ Wir nehmen zu Beispielszwecken zwei Tonnen an. „Diese zwei Tonnen kann der Verbraucher dann so verplanen, wie ihm das gefällt. Er kann ein energiehungriges Auto fahren, muss dafür aber bei seiner Heizung einsparen. Wer eine heizintensive Immobilie bewohnt, muss an andere Stelle sparen. Der Vorteil der Selbstbestimmung ist aus psychologischer Sicht immens.“

CO₂-Rechte werden an der Börse gehandelt

Wer mehr als zwei Tonnen CO₂ verbrauchen will, muss sich die Verbrauchsrechte dafür kaufen. Nach den Vorstellungen von Klaus Dosch soll das an einer

Börse geschehen. Dort wird jeden Tag nach Angebot und Nachfrage entschieden, wie teuer CO₂-Verbrauchsrechte im Kilobereich sind. Wer in einem Monat keine zwei Tonnen verbraucht, kann seine Rechte an der Börse verkaufen lassen. Das formale Geschäft könnte, wie auch heute, an der existierenden Börse über Banken abgewickelt werden. Der Preis an der Börse würde bei zwei Tonnen pro Person sehr schnell sehr teuer werden, da nicht Viele mit weniger als dem Grundbetrag auskommen würden – also wäre die Nachfrage wesentlich höher als das Angebot.



Das CO₂-Konto als persönlicher CO₂-Rechtehandel

Also muss eingespart werden. Es würde für uns günstiger werden unsere Wohnungen zu isolieren, als zusätzliche Emissionsrechte an der Börse zu kaufen. Die größere Nachfrage nach sparsamer Technologie würde die Entwicklung beschleunigen und die Preise senken. Diese Tendenz würde sich nach den Vorstellungen des Stiftungsmannes in vielen Bereichen beobachten lassen: von sparsameren Autos bis zur umweltschonenden Heizung.

Klaus Dosch sieht auch im Konsumbereich Vorteile eines Kontosystems, auch wenn der gesamte Konsumbereich nicht Teil des Handelssystems auf privater Seite wäre, denn: „Es ist schlicht viel zu kompliziert, jedem Produkt einen CO₂-Wert zuzuordnen, den es in der Entstehung verbraucht hat.“ Das Beispiel eines deutschen Apfels macht das schnell deutlich. Ist der Apfel im Herbst frisch geerntet, hat er einen sehr geringen CO₂-Fußabdruck. Liegt er allerdings bis ins Frühjahr in einem deutschen Kühlhaus, hat der Apfel schnell einen größeren CO₂-Fußabdruck als ein Apfel, der mit dem Schiff über die halbe Welt transportiert

wurde. Die Lösung ist nach Klaus Dosch, den Herstellern die CO₂-Bilanz ihrer Produkte zu berechnen: „Wer CO₂-intensiv produziert, muss dafür zahlen. Der Händler wird die Mehrkosten an die Kunden weitergeben, daraus ergibt sich ein Wettbewerbsnachteil. Also wird jeder versuchen, so CO₂-günstig wie möglich zu produzieren.“ Klaus Dosch lächelt. „Ziel erreicht.“

Kritiker werfen dem CO₂-Kontosystem Ungerechtigkeit vor. Reiche Menschen könnten es sich weiter leisten Energie-, und damit CO₂-verbrauchsintensiv zu leben, dicke Autos zu fahren und sich nicht so einschränken zu müssen wie Ärmere. Klaus Doschs argumentiert dagegen: „Das können Reiche bei jedem System. Wenn wir uns die Alternativen anschauen, dann kommen wir nur zu einem steuerbasierten System, wie wir eines in den Anfangsstadien haben. Allerdings sehen wir im Steuersystem auch schnell die Nachteile. Erstens die Ungerechtigkeit, die jedem System zugrunde liegt. Zweitens, und das ist viel wichtiger, das Steuersystem ist viel schwieriger zu steuern. Wir haben ja gesehen, als die Benzinpreise bei 1,50 Euro lagen hat das kaum jemanden davon abgehalten, weniger Auto zu fahren. Wenn wir also mehr CO₂-Steuer auf die Preise packen wird das auch nicht helfen. Wenn wir aber ein Kontosystem einführen, dann ist der große Vorteil: es kann nur eine bestimmte Menge an CO₂ freigesetzt werden. Nämlich die, die wir verteilen, danach ist Schluss.“

Es kann nur eine festgesetzte Menge an CO₂ freigesetzt werden – danach ist Schluss

Noch sind wir sehr weit davon entfernt, dass ein solches System umgesetzt werden könnte – es fehlt schlicht an Forschung. In Großbritannien wurde eine Vor-Machbarkeitsstudie angefertigt, doch in Deutschland sind wir sogar davon noch entfernt. Die Hoffnung des smarten Stiftungsmann ruht auf den USA: „Präsident Obama hat im Wahlkampf ein CO₂-Handelssystem angekündigt, welches den CO₂-Haushalt der Vereinigten Staaten immens einschränken soll. Welches das ist, und wie es in Detailfragen aussehen könnte, wissen wir noch nicht. Aber wenn der Größte CO₂-Emmitent der Welt das richtige System auswählt, dann würde sich auch in der deutschen Politik schnell etwas ändern.“



Öko – vom Trend zum Mainstream

von Oliver Wittkowski

Öko liegt wieder im Trend. Doch mit der grimmigen Weltverbesserungsideologie der „alten“ Ökos haben die grün angehauchten Verbraucher von heute nichts mehr am Hut. Öko steht vielmehr für einen pragmatischen Lebensstil ohne erhobenen Zeigefinger. Was ist passiert? Die Antwort ist so verblüffend wie einfach. Moralischer Konsum liegt im Trend.

Im „tegut“-Supermarkt in Fulda werden knallharte Discount-Fans ebenso fündig wie kritische Kunden: Die Biovariante liegt direkt neben dem Normalprodukt. Ein Verkaufskonzept das zieht. In vielen Einkaufskörben steigt der Bio-Pegel. Unideologisch aber dennoch mit Bedacht greifen Konsumenten heute zur Bioware: Da wo es ihnen wichtig ist, oder wenn es bezahlbar ist. Die Handelskette tegut ist ein Vorreiter in Sachen ökokorrektes Sortiment: Seit 25 Jahren baut das Unternehmen seine Biopalette aus. In seinem „Editorial“ auf der Firmenhomepage wirbt Geschäftsführer Wolfgang Gutberlet für nachhaltigen Konsum – dezent allerdings, denn er meint: „Ich weiß, dass wir dem Kunden ..., also dass wir nicht ideologisch werden dürfen. Also dass wir nicht sagen: das ist für dich richtig, oder das ist für dich richtig. Wir müssen sehen: was sind die Bedürfnisse des Kunden?“

In vielen Einkaufskörben steigt der Bio-Pegel

300 Filialen, eine Milliarde Umsatz – der Mischmarkt mit gemäßigter Ökoambition liegt im Trend. Die Frage, wo läuft Bio und wo nicht, ist für Gutberlet und sein Team immer spannend: „Also auf die Nase gefallen sind wir immer wieder mal: Bio-Milch haben wir dreimal aufgenommen und wieder rausgenommen. Und bei Wein, hätte ich gedacht, ist das den Leuten egal, ob sie Bio trinken

oder nicht. Und wir haben inzwischen einen hohen Anteil an Biowein-Umsatz in unserem Sortiment.“ Wolfgang Gutberlet gibt sich pragmatisch, aber: Egal ist es ihm nicht, was er verkauft.

„...und dann kam die Frage:
Was verkaufen wir eigentlich?...“

Den ersten Laden hatte sein Vater Theo nach dem Krieg in Fulda eröffnet. 1973 übernahm der Sohn die Firma mit bereits eintausend Mitarbeitern. Erst schlug er sich mit der Finanzierung herum, „...und dann kam die Frage: Was verkaufen wir eigentlich? Und als ich bei der Frage: was verkaufen wir eigentlich? Ist das eigentlich gut, ist das weniger gut, hilft das den Menschen? Was ist eigentlich Qualität? Als ich dann rumgezogen bin, auch mit meiner Frau, haben wir gesehen: Ah, da gibt es Leute, die machen das anders! Und das haben wir aufgegriffen und dann haben wir mit denen gehandelt und haben gesagt: Kommt, jetzt bringt doch mal euer Brot und verkauft das bei uns im Laden.“

Damals, Anfang der Achtziger Jahre, ging es um alles: Waldsterben, Reaktor- und Raketengau. Hochdramatisch begann der Öko-Weltgeist seinen Siegeszug. Beflügelt von der Sehnsucht nach dem einfachen Leben, jenseits von Kommerz und Massenproduktion. Überfluss und Überdross beförderten den moralischen „Nein, danke“-Konsum. Durch zahllose Le-

bensmittelskandale geriet die ertragsmaximierte Nahrungsproduktion allmählich unter Generalverdacht: Weder Industriestandards noch Markennamen garantierten nun länger „gute“ Produkte, sondern eine bestimmte Herstellungsweise. „Bio-“ und „Öko“-Label wurden zu „Meta-Marken“ des Vertrauens, und bald noch mehr. Trendforscher Eike Wenzel vom Zukunftsinstitut blickt zurück: „Wir hatten immer wieder in den neunziger Jahren auch so kleinere Öko-Bewegungen, die sagten: Öko muss aus der Nische raus, Öko darf nicht mehr nur mit Verzicht in Zusammenhang gebracht werden. Öko kann eigentlich auch Spaß machen, Öko ist gesund.“

Ökokonsum:
Lifestyle statt politisches Statement



„LOHAS“ pflegen einen „Lifestyle of Health and Sustainability“

Ökokonsum entwickelte sich zum Mainstream: Lifestyle statt politisches Statement. Motiviert durch die Sorge um die eigene Gesundheit – sich gut zu fühlen und Gutes zu tun. Trendforscher verpassten dem neuen Konsumenten einen Stempel: Die „LOHAS“ pflegen einen „Lifestyle of Health and Sustainability“, also in etwa: einen gesunden, bewussten und nachhaltigen Lebensstil. Darunter sind viele, die die Ideologie der frühen Ökajahre noch miterlebten. Heute lustwandeln sie entspannt zwischen... Moral- und Egotripp? Trendforscher Wenzel zu den Motiven der LOHAS: „Die sagen immer: Für das Ego wichtig, aber auch für die Allgemeinheit wichtig. Für mich wichtig, aber auch für uns wichtig. Man würde, glaube ich, die LOHAS grundsätzlich falsch verstehen, wenn man sagen würde das wären nur

so Ego-Konsumenten, die das, was hipp ist, konsumieren. Nein, die haben einen ganz starken, wertbehafteten Hintergrund in ihrem Handeln.“

Nachhaltiger Konsum in einer entschleunigten Lebenswelt

Diese wertorientierte Haltung beschreibt auch der Trendbegriff „Neo-Nature“. Vor der Bürotür von Eike Wenzel in einem Heidelberger Vorort spürt man etwas von dieser neuen alten Natursehnsucht: Nachhaltiger Konsum in einer überschaubaren, entschleunigten Lebenswelt. Doch wird der moralische Konsum die „große Krise“ überstehen? Oder kommt die Renaissance der Billigheimer?

Experten wie Trendforscher Eike Wenzel wittern einen langfristigen „Mega-Trend“: „Ich glaube, wir werden in den nächsten Jahren erleben, dass es immer mehr ups and downs gibt. Wir werden aber auch erleben, das zeigt sich jetzt in der Finanzkrise schon, dass die Leute, die meisten, ein bisschen krisenprobter, krisenresistenter sind. Und das heißt, sie bleiben schon dabei, was

ihnen wirklich wichtig ist. Und wichtig ist sozusagen: Die Zukunft des Planeten, gesund und nachhaltig weiterleben zu können – und daran glauben die Leute.“

Der Geschäftsführer von tegut, Wolfgang Gutberlet, ist skeptischer: „Es gibt da ja das Wort: Erst kommt das Essen, dann die Moral. Also insofern würde ich vorsichtig sein, ob angesichts der Krise die Moral wächst, oder ob das Fressen, sozusagen, wieder die Moral verdrängt. Da würde ich keine Prognose wagen.“ Trendforscher rechnen ein Drittel der Konsumenten zu den LOHAS. Für die sei nachhaltiger Konsum inzwischen selbstverständlich. Daher die Prognose: Erfolgreiche Märkte der Zukunft sind moralische Märkte. Und das wäre tatsächlich eine echte Revolution im Konsumentenreich.

Adressen

Dr. Michael Bilharz

Fachgebiet Wirtschafts- und sozial-
wissenschaftliche Umweltfragen
Wörlitzer Platz 1,
D-06844 Dessau-Roßlau
Telefon: 0340/2103-2139,
Telefax: 0340/2104-2731
E-Mail: michael.bilharz@uba.de
[\[www.umweltbundesamt.de\]](http://www.umweltbundesamt.de)

Öko-Institut e.V.

Novalisstraße 10
D-10115 Berlin
Telefon: 030/280486-80
[\[www.oeko.de\]](http://www.oeko.de)

Klaus Dosch

Projektleitung
Aachener Stiftung
Schmiedstraße 3
D-52062 Aachen
Telefon: 0241/40929-10
Telefax: 0241/40929-20
E-Mail: dosch@aachener-stiftung.de
[\[www.aachener-stiftung.de\]](http://www.aachener-stiftung.de)

Zukunftsinstitut GmbH

Internationale Gesellschaft für
Zukunfts-
und Trendberatung
Robert-Koch-Str. 116E
D-65779 Kelkheim
Anfragen an Daniela Sturm, Presse
und Kommunikation:
Telefon: 06174/961324
E-Mail: d.sturm@zukunftsinstitut.de
[\[www.zukunftsinstitut.de\]](http://www.zukunftsinstitut.de)

Gutberlet Stiftung & Co.

Gerloser Weg 72
D-36039 Fulda
Anfragen an Andrea Rehnert,
Dialogförderung/Marketing:
Telefon: 0661/104435
E-Mail: Rehnert_A@tegut.com
[\[www.tegut.com\]](http://www.tegut.com)

Links

[\[www.keypointer.de\]](http://www.keypointer.de)
Mehr Informationen zu nachhaltigem
Konsum.

[\[www.oeko.de\]](http://www.oeko.de)
Hier können Sie mehr über das
Pilotprojekt „Product Carbon Foot-
prints“ nachlesen.

[\[www.co2card.de\]](http://www.co2card.de)
Ein CO₂-Kontensystem in Kreditkar-
tenform.

Literatur

Marco Rappé:
**Marketingstrategien für Bio-Lebens-
mittel: Käuferverhalten und conse-
quentes Marketing in Theorie und
Praxis**
Verlag Dr. Müller, 2006
ISBN-13: 978-3865501905



Elke Baranek von Köster:
Wer kauft Bio?
Köster, Berlin, 2007
ISBN-13: 978-3895746383

Matthias Horx:
**Wie wir leben werden: Unsere
Zukunft beginnt jetzt**
Piper, 2008
ISBN-13: 978-3492251365

Studien des Zukunftsinstituts:

M. Horx:
Trend-Report 2009: Die soziokultu-
rellen Schlüsseltrends für die Märkte
von morgen

I. Schick, A. Kirig:
Neo-Nature: Der große Sehnsuchts-
markt Natur

A. Steinle u.a.:
Die Krise als Chance nutzen: Strate-
gien für Zukunftsmacher

Kontakt



Südwestrundfunk (SWR)
FS-Wissenschaft und Bildung
Redaktion Odysso
76522 Baden-Baden
E-Mail: odysso@swr.de
[\[www.swr.de/odysso/\]](http://www.swr.de/odysso/)

Unsere nächste Sendung kommt am 5. März 2009:

DIE GRÜNEN RETTER

Mit Innovationen die Welt verbessern (Folge 2)

Erdöl war gestern – weiße Bakterien, Pilze oder Enzyme sind morgen. Sie heißen *Acidianus ambivalens* oder *Ashyba gossypii*. Der Biologe Holger Zinke findet sie in der Erde, in Quellen oder in Tropfsteinhöhlen und macht sie für die Industrie nutzbar. Dort erledigen die unsichtbaren Helfer Drecksarbeit: sauber, umweltschonend und kostengünstig. In Waschmitteln stecken längst Enzyme, die es erlauben, dass wir bei der Waschmaschine den Regler auf 30 Grad einstellen können, statt auf 40 oder gar 60 Grad. Das spart pro Waschgang etwa die Hälfte an Energie. Für die Herstellung von Vitamin B2 war bis vor einigen Jahren ein siebenstufiges petrochemisches Verfahren notwendig. Heute erledigt das ein Pilz durch Fermentation. Das senkt den Rohstoffverbrauch um 60 Prozent, die CO₂-Emissionen um 30 Prozent und das Abfallaufkommen um 95 Prozent. Odysso zeigt, warum die weiße Biotechnologie für die Welt von morgen immer wichtiger wird.