



EU Sensibilisierungskampagne für Biodiversität



INHALT

Editorial

Investoren und Nachhaltigkeit 3

Wochenrückblick

Wunsch nach nachhaltiger Geldanlage wächst 4

VDMA: 50 % erneuerbare Energie und 1.000 Milliarden Invest 4

Faires Eis für Europa von Ben & Jerry's 5

Nachhaltigkeit

Grüne Autowerbung – Achtung Greenwashing 6

Computacenter will Co2-Fußabdruck minimieren. 8

Wirtschaft

Schuldenkrise als Chance für die Ökologisierung der Wirtschaft;
Von Damian Ludewig 9

Green Venture Summit Berlin 12

Gutes Leben

Serie: Alles über Bio-Kaugummi (Teil 2) 13

Energie

Sankt Michaelisdonn ist „Energie-Kommune“ des Monats April 2010. . . 15

Green GECCO geht an den Start 17

Footprint

Tagung - WAHRE KOSTEN und ECHTE PREISE 19

EU-Report

Kurzmeldungen 23

Eurobarometer: EU-Bürger schlecht über Biodiversität informiert

EU-Kommission startet Sensibilisierungskampagne 24



IMPRESSUM:

Verleger/Eigentümer: Glocalist Media & Think-Net for Sustainability GmbH
Glocalist Medien – Berlin:
Brückenstrasse 2, 12439 Berlin
office@glocalist.com
Web: www.glocalist.com
Anschrift Österreich: Glocalist Medien,
Bechardg. 16/20, 1030 Wien.
Tel: +43/1/710 16 46

Herausgeber:

Dr. Christian Neugebauer:
office@glocalist.com

Chefredaktion:

Mag.(FH) Ing. Bettina Dürrheim
chefredaktion@glocalist.com

Anzeigen:

anzeigenleitung@glocalist.com

Abonnement: www.glocalist.com
unter Menüpunkt „Abonnement“.

Bilder: Sofern nicht anders
angegeben: Archiv Glocalist Medien
sowie Autorenbilder

BEIRAT ÖSTERREICH:

Anna Spinka, Industriellenvereinigung
Sigrid Greutter-Kuhn, debra-austria
(Schmetterlingskinder)

Nicholas Hauser, Sekretär der GPA

Kurt Krickler, ist Mitbegründer und
seither Mitarbeiter der Homosexuellen
Initiative (HOSI) Wien

Wolfgang Pekny, Greenpace -

Plattform Footprint

Dieter Schindlauer, Obmann des

Vereins ZARA

Christiana Weidel, Obfrau World of
NGOs

Ernst Kurt Weigel, Freier Autor &
Theatermacher

BEIRAT DEUTSCHLAND:

Michael Assländer, Deutsches

Netzwerk Wirtschaftsethik

Martin Dieckmann, Referent für

Medienpolitik und Medienwirtschaft

beim ver.di-Bundesvorstand Stefan

Nährlich, Geschäftsführer der

Aktiven Bürgerschaft Peter Wahl,

GF „Weltwirtschaft, Ökologie &
Entwicklung – WEED“.

Für unverlangt eingesandte Manuskripte
und LeserInnenbriefe wird keine Haftung
und Gewährleistung übernommen. Der
Herausgeber und die Redaktion behalten
sich eventuelle Kürzungen vor. Namentlich
gekennzeichnete Beiträge drücken nicht un-
bedingt die Meinung des Herausgebers und
der Redaktion aus und für Beiträge und ihren
Wahrheitsgehalt haften ausschließlich die
AutorInnen. Unverlangte Sendungen, für die
weder Verlag noch Redaktion eine Haftung
übernehmen, werden nur dann zurückge-
sandt, wenn ausreichend Rückporto beiliegt.

Investoren und Nachhaltigkeit

Mehr und mehr Investoren – sei es als Privatpersonen, Business Angels, Venture Capitalists oder staatlich geförderte Investmentbanken – wenden sich nachhaltigen Unternehmen bzw. Start-ups der Nachhaltigkeit zu, ja entdecken diese richtig. Dies stellt ohne Zweifel eine positive Entwicklung und ein Signal in die richtige Richtung dar.

Doch es ist gerade mal nur die halbe Miete. Denn einige der Investoren sind selber noch in alten Geschäftsmodellen und Usancen verhaftet. Fragt man diese Investoren nach ihrer eigenen Nachhaltigkeit, sieht man bestenfalls perplexen Überraschung, meist jedoch völliges Unverständnis in den Augen.

Forsch verlangt man umfängliche Businesspläne und weit reichende schriftliche Verbindlichkeiten, umgekehrt ist der Investor kaum bereit, auch nur einen einigermaßen vernünftigen und verbindlichen NDA oder LOI abzugeben. Nicht selten steht man unklaren Fondskonstruktionen, meist mit „Sitz“ in Luxemburg, oder undurchsichtigen AG-Konstruktionen, die Internationalität simulieren, gegenüber. Einher geht damit eine seltsame Wortakrobatik, die oft jegliche Grammatik vermissen lässt, aber große Wendungen führt. Schließlich führt man „Netzwerke“ von Banken, Politik und Investorengruppen auslobend an, ohne jemals zu erfahren, um welche Banken, welche Politiker oder Investorengruppen es sich handelt. Es beschleicht einem da oft das Gefühl, sich in einem Wunderland der Nebelkerzen zu befinden. Denn wenn die Netzwerke seriös und belastungsfähig sind, dann sollten eigentlich entsprechende

Vereinbarungen bestehen, so dass man die Player dieser Netzwerke auch benennen kann mit Name und Adresse. So beschleicht einen doch die Vermutung, dass diese „Netzwerke“ erst ins Leben kommen, wenn ein aussichtsreicher Businesscase vorliegt, der eine zweistellige Rendite verspricht.

Fragt man nach den eigenen Kriterien der Nachhaltigkeit und ihrer Anwendung auf das eigene Geschäftsmodell, Transparenz der eigenen Gebarung, den bisherigen gesellschaftlichen und ökologischen Engagement oder nach der Vorlage des eigenen Nachhaltigkeitsberichts, ist man endgültig an die Grenze des Verständnisses gestoßen. Die Hinterfragung schließlich von zweistelligen Renditenforderungen gleicht dann einem Sakrileg. Zweistellige Renditen und Nachhaltigkeit schließen sich aber aus, um dies sehr klar zu verorten.

Kurz, ein Investor ist nicht nachhaltig, wenn er nur in nachhaltige Unternehmen investiert, aber nach den alten Regeln spielt, sondern er muss auch selber nachhaltig sein; seine Nachhaltigkeit unter Beweis stellen. Und hier liegt dann auch die Chance, wenn Investoren beginnen zu lernen, von den Unternehmen der Nachhaltigkeit zu lernen. Diese Investoren werden perspektivisch gewinnen und tatsächlich erfolgreich sein. ■



CHRISTIAN NEUGEBAUER,
HERAUSGEBER

Wunsch nach nachhaltiger Geldanlage wächst

Der nachhaltige Geldmarkt wächst und eine aktuelle Forsa-Umfrage unter Privatanlegern unterlegt dies: 2/3 verzichten sogar auf höhere Renditen.

Im ersten Quartal 2010 wurden im Auftrag von Union Investment durch das Marktforschungsinstitut Forsa 500 Finanzentscheider in privaten Haushalten im Alter von 20 bis 59 Jahren befragt, die mindestens eine Geldanlage besitzen.

Und die Ergebnisse mögen manchen überraschen, der da meint, bei der Rendite höre die Nachhaltigkeit auf und die Gier beginne. Dies ist vor allem ein relevantes Ergebnis für zahlreiche Venture Capitalist (VC), die gerade in nachhaltige Start-ups investieren von Bedeutung, da viele VCs in Sachen Nachhaltigkeit noch immer mit den alten Maßstäben der Gier an die Unternehmen der Nachhaltigkeit herantreten und Renditen jenseits von 20% einfordern bzw. sich wünschen. Private Anleger haben hier den mentalen Umschwung bereits geschafft, es wäre zu wünschen, dass nun auch VCs diese neuen Maßstäbe begreifen.

Bei den privaten Anlegern in Deutschland steht Nachhaltigkeit hoch im Kurs: Fast zwei Drittel der Befragten sind sogar bereit, für eine nachhaltige Geldanlage weniger Gewinn in Kauf zu nehmen. Am besten kommen solche Geldanlagen bei jungen Anlegern zwischen 20 und 29 Jahren an. Das geht aus einer aktuellen Umfrage von Union Investment zu nachhaltigen Geldanlagen hervor.

Nachhaltige Geldanlagen, bei denen neben klassischen Kriterien wie zum Beispiel Sicherheit und Gewinn auch ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt werden, finden 32 Prozent der Befragten attraktiv. Damit liegt der Anteil der Befürworter um fünf Prozentpunkte höher als der Anteil derer, die solche Geldanlagen als wenig attraktiv bewerten (27 Prozent).

Während im Geschlechtervergleich keine signifikanten Unterschiede zu beobachten sind, spielt das Alter der Befragten

für das Ergebnis sichtlich eine Rolle. In der Gruppe der 20- bis 29-Jährigen halten 45 Prozent nachhaltige Geldanlagen für attraktiv und übertreffen den Durchschnittswert aller Befragten damit um 13 Prozentpunkte.

63 Prozent der Befragten wären sogar bereit, sich zugunsten der Nachhaltigkeit einer Geldanlage mit weniger Gewinn zu begnügen. Nur eine Minderheit (35 Prozent) zeigt sich nicht gewillt, für die Nachhaltigkeit eines Produkts auf einen Teil ihres Gewinns zu verzichten.

„Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung. Der hohe Stellenwert gerade bei jungen Anlegern unterstreicht, dass das Thema bei der Geldanlage weiter an Bedeutung gewinnen wird. Nachhaltig wirtschaftende Unternehmen setzen Ressourcen effizienter ein und sparen somit Kosten. Davon können auch die Anleger profitieren“, kommentiert Daniel Günnewig, Leiter Produktmanagement bei Union Investment, das Ergebnis der Studie.

VDMA: 50 % erneuerbare Energie und 1.000 Milliarden Invest

Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) meint der Strommix der EU werde im Jahr 2030 zur Hälfte aus erneuerbaren Energien gedeckt und sieht ein Investvolumen von 1.000 Milliarden Euro. Fossile Energieträger seien Gefahr für Wettbewerbsfähigkeit Europas.

Der Anteil der erneuerbaren Energien an der europäischen Stromproduktion wird sich bis 2030 im Vergleich zu 2007 von 16 auf 48 Prozent verdreifachen. Zusätzlich werden 33 Prozent Strom aus fossilen Kraftwerken und 19 Prozent Strom aus Kernkraftwerken die europäische Versorgung sicherstellen.

Zu diesen Ergebnissen kommt ein Expertenausblick des VDMA, der auf den Einschätzungen von Herstellern der unterschiedlichen Energietechnologien basiert. "Unser Ausblick

unterstreicht die Notwendigkeit, alle Energieträger und alle Energietechnologien in Europa zu nutzen", sagt Thorsten Herdan, Geschäftsführer VDMA Power Systems und energiepolitischer Sprecher des VDMA.

800 Gigawatt an neu zu bauenden Stromerzeugungskapazitäten sind die Voraussetzung für die Umgestaltung des europäischen Strommarktes. Zwei Drittel hiervon werden aus dem erneuerbaren Bereich kommen, das andere Drittel wird konventionell sein. "Dieser Neubaubedarf bedeutet ein Investitionsvolumen von mehr als 1000 Milliarden Euro in den nächsten 20 Jahren und bietet der Industrie hervorragende Wachstumschancen", betont Christof von Branconi, Vorsitzender des Fachverbands Power Systems im VDMA und Vorstand der Tognum AG.

Einen wesentlichen Anteil wird dabei in beiden Bereichen der Ersatz alter, ineffizienter Anlagen ausmachen. Bis 2020 werden allein zwei Drittel der heute bestehenden Windenergieanlagen ersetzt werden. Das wird immense positive Effekte auf Effizienz und Wirtschaftlichkeit haben, gleichzeitig aber auch die Nettozubauzahlen dämpfen.

„Insbesondere die drohende Überalterung des Kraftwerksparks für fossile Energieträger stellt eine reale Gefahr für die Wettbewerbsfähigkeit Europas und für die Erreichung der ambitionierten Klimaschutzziele dar“, so von Branconi weiter.

Erforderlich für den gewaltigen Umbau des europäischen Strommarktes sind weiterhin verlässliche politische Rahmenbedingungen für Investitionen in erneuerbare Energien. Zudem muss die Politik die dringend notwendigen Rahmenbedingungen für Infrastrukturmaßnahmen, wie den Neubau von Stromnetzen schaffen, fasst der VDMA seine Forderungen zusammen.

Faires Eis für Europa von Ben & Jerry's

Der US-amerikanische Eishersteller "Ben & Jerry's" kündigte der Woche an, bis 2011 alle Produkte für den europäischen Markt auf

Fairtrade umzustellen. Mit 2013 soll die weltweite Umstellung vollzogen sein. "Ben & Jerry's" gehört seit dem Jahr 2000 dem Konzern Unilever.

"Fairtrade bedeutet sicherzustellen, dass jeder sein Stück vom Kuchen abbekommt. Das gesamte Konzept hinter Fairtrade entspricht exakt unseren Werten und unserem Gerechtigkeitsempfinden. Es will doch niemand etwas kaufen, für dessen Herstellung jemand anderes ausgebeutet wurde", so Ben & Jerry's Mitbegründer Jerry Greenfield.

Die herkömmlichen Handelsstrukturen bergen insbesondere für Kleinbauern häufig eine Reihe von Ungerechtigkeiten: Rohstoffe werden billig aufgekauft und verarbeitet, um dann in veredelter Form teuer weiterverkauft zu werden. Dank Fairtrade werden Zwischenhändler ausgeschaltet, so dass die Gewinne direkt bei den Bauernorganisationen ankommen.

Und der Eishersteller garantiert auf seiner Website, dass die Preise sich für den Konsumenten durch die Umstellung nicht erhöhen sollen.

Im Jahr 2005 verwendete Ben & Jerry's erstmals Fairtrade zertiﬁzierte Vanille und brachte mit "Vanilla Fairtrade" das weltweit erste Fairtrade-Eis auf den Markt. Schritt für Schritt erfolgt nun die komplette Umstellung, so dass bereits ab Ende 2010 zwei Drittel der Ben & Jerry's Sorten, die in Europa erhältlich sind, aus Fairtrade-Zutaten hergestellt werden. Ende 2011 wird dieser Prozess in Europa abgeschlossen sein. Bis Ende 2013 wird die weltweite Umstellung - 58 Sorten in 26 Ländern - abgeschlossen sein.

"Wir gratulieren Ben & Jerry's zu ihrem weitreichenden und umfassenden Fairtrade-Engagement und der Entscheidung, die gesamte Produktrange auf Fairtrade umzustellen", sagte Dieter Overath, Geschäftsführer von TransFair e.V.. Neben den bereits etablierten Fairtrade-Eis-Sorten "Chocolate Macadamia", "Chunky Monkey", "Vanilla Toffee Crunch" und "Vanilla" wird ab Februar auch die neue Sorte "Fairly Nuts" das Fairtrade-Siegel tragen. ■

Grüne Autowerbung – Achtung Greenwashing

Die Verbraucherverbände schlagen gegen die Automobilindustrie in Sachen Glaubwürdigkeit und Greenwashing mächtig auf. Eine Serie von Klagen liegen gegen Opel, VW und Mercedes vor.

Wer kennt nicht die aktuellen Slogans der Autoindustrie, die den Anschein erwecken, als würden morgen nur mehr Elektroautos durch die Gegend kurven und die jeweiligen Marken samt und sonders nur mehr umweltschonende Autos produzieren. Werblicher Schein und faktische Wahrheit liegen hier sehr weit auseinander, weshalb sich die Autoindustrie nun mit einer ganzen Serie von Klagen konfrontiert sieht.

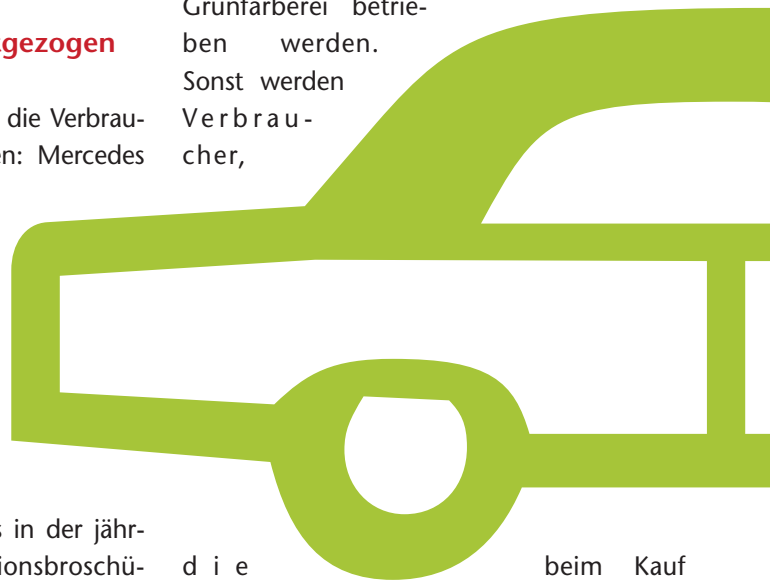
Mercedes hat schon zurückgezogen

Und einen ersten Erfolg konnte die Verbraucherzentrale Hamburg erreichen: Mercedes zieht seine Ökowerbung zurück.

Mercedes darf so seine Autos mit hohem Spritverbrauch und CO₂-Ausstoß nicht mehr als Beitrag zum Umweltschutz bewerben. Unter dem Slogan „Wir machen Hamburg sauberer“ hatte Mercedes in der jährlich erscheinenden Informationsbroschüre der Stadtreinigung Hamburg für Autos der E-Klasse geworben. Wer in diesen Fahrzeugen unterwegs sei, so Mercedes, leiste einen aktiven Beitrag für ein sauberes Hamburg. Tatsächlich reichen die Modelle der E-Klasse aber von den vergleichsweise Benzin sparenden und CO₂-armen Blue-Efficiency-Modellen bis zu Sprit- und CO₂-Schleudern wie dem E 500.

Nach Abmahnung der Werbung durch die Verbraucherzentrale Hamburg hat Mercedes aktuell eine Unterlassungserklärung abgegeben und die Werbung zurückgezogen.

In Deutschland sind die durchschnittlichen CO₂-Emissionen mit 154 Gramm pro Kilometer noch viel zu hoch. „Wir begrüßen daher den Trend zu sparsameren Modellen. Bei der Werbung darf aber keine Grünfärberei betrieben werden. Sonst werden Verbraucher,



die eines beim Kauf eines Neuwagens auch ans Klima denken, getäuscht.“, führt die Verbraucherzentrale Hamburg aus.

"Grüne Werbung" in der Automobilbranche

Klare und verbindliche Regeln für Autowerbung mit Umweltbegriffen fordern daher der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)

und der Verkehrsclub Deutschland (VCD). "Zunehmend werben Autohersteller mit Worten wie 'umweltfreundlich' oder 'klimafreundlich', die Abgaswerte der Modelle sprechen jedoch oft eine andere Sprache. So werden Verbraucher regelrecht irreführt", sagte vzbv-Vorstand Gerd Billen auf der Auto Mobil International (AMI) in Leipzig vorige Woche. Konsequenz: Der vzbv mahnte bereits Opel und VW wegen unlauterer Werbung ab.

Für die Verbraucher ist beim Kauf eines Neuwagens eine möglichst geringe Klimaschädlichkeit des Modells wichtigstes Kriterium nach den Kosten und dem Spritverbrauch, wie eine Studie im Auftrag des vzbv heraus-

fand. Billen betonte: "Die Verbraucher wollen Autos kaufen, die das Klima weniger als andere belasten. Sie müssen jedoch ehrliche Produktinformation von Etikettenschwindel unterscheiden können. Ansonsten werden Unternehmen, die sich wirklich um Umweltverträglichkeit bemühen, ihre Anstrengungen auf lange Sicht einstellen."

Billen rief die Bundesregierung auf, sich auf EU-Ebene für eine Ergänzung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UGW) einzusetzen. "Schlagworte wie 'grün' oder 'umwelt-

freundlich' dürfen nicht den Eindruck erwecken, das Auto belaste kaum oder gar nicht die Umwelt", sagte er.

Zudem appellierte er an die EU, die Vorgaben für die Verbrauchstests der Autobauer bei Neuwagen der Realität anzupassen und endlich einen Gesetzesentwurf für eine Vergleichsverbrauchskennzeichnung nach dem Vorbild von Waschmaschinen und Kühlschränken vorzulegen. "Die Verbraucher benötigen wahre und klare Angaben, wie viel Sprit ein Auto verbraucht und wie viel CO₂ es ausstößt, und keine Idealwerte, die im Alltag nie erreicht werden", sagte Billen.

Abmahnungen an Opel und VW

Unter dem Motto für mich. für dich. fürs klima. geht der vzbv seit 2009 erfolgreich gegen Autowerbung vor, die zu Unrecht Klimaschutzargumente nennt. Der Verband mahnte unter anderem Opel ab, weil der Rüsselsheimer Konzern für seinen "Insignia ecoFlex" mit einem "umweltfreundlichen CO₂-Ausstoß" geworben hatte. Auch VW erhielt eine Abmahnung, weil das Unternehmen in einem Katalog für den Phaeton "Fahrspaß mit einem reinen Gewissen" und "höchste Umweltverträglichkeit" versprach. Beide Hersteller versicherten, die Werbeaussagen nicht mehr zu wiederholen. ■



Computacenter will Co2-Fußabdruck minimieren

Computacenter hat in einer selbstverpflichtenden Umweltpolitik festgelegt, bis zum Jahr 2020 den CO2-Ausstoß pro Mitarbeiterin und Mitarbeiter um mindestens 20 Prozent zu reduzieren.

Dadurch will das Unternehmen nach Eigenangaben die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Umweltschutz unterstreichen und will deutlich machen, dass es sich der Relevanz seiner Aktivitäten für die Umwelt bewusst ist. Es ist nicht unbedingt ein ehrgeiziges Ziel, aber ein realistisch gesetztes. Alleine durch den zu erwartenden Technologiefortschritt bis 2020 in Sachen Energieeffizienz wird sich dies wohl realisieren lassen.

Ob Computacenter – auf Nachfrage der Glocalist Medien – bereits Ökostrom verwende, wird ausgeführt, dass der Anteil bei geschätzten 15 % liege: "Leider ist es noch nicht bundesweit der Fall. An einigen unserer Standorte beziehen wir Ökostrom und werden dies auch auf weitere Standorte ausweiten. Derzeit kommen 15 bis 20 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energien.", so Burkhard Langen, Leiter Facility Management und Umweltbeauftragter von Computacenter.

Auf die Nachfrage der Glocalist Medien, wieviel Tonnen Co2 durch die geplanten Maßnahmen man bis 2020 einsparen will, kann keine genaue Angabe gemacht werden, es wird aber die Außenbeleuchtung am Standort Kempen als Beispiel angeführt, die 20 Tonnen Co2 eingespart haben soll. "Eine Angabe in Kilogramm oder Tonnen ist schwierig, da wir unsere Initiativen langfristig ausgerichtet haben und wir dabei zahlreiche Maßnahmen einführen und umsetzen werden. Ein aktuelles Beispiel ist die Installation unserer hochmodernen Außenbeleuchtung am Standort Kerpen. Durch sie können pro Jahr 20 Tonnen CO2 eingespart werden.", so Langen.

Seit 2007 ist der IT-Dienstleister Mitglied des United Nations Global Compacts, welcher vom Kofi Annan 1999 initiiert worden ist. Dieser weltweite Pakt fördert auf freiwilliger Basis das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen. Als Mitglied verpflichtet sich Computacenter zu den 10 Prinzipien des Global Compact und zu einem jährlichem Fortschrittsbericht. In Deutschland sind aktuell rund 100 Unternehmen Mitglied des Global Compact.

Gemäß seiner Umweltleitlinien will Computacenter für die Ausübung seiner Geschäftsprozesse den Einsatz umweltbelastender Rohstoffe und Materialien vermeiden. Zudem identifiziert, misst und protokolliert der IT-Dienstleister die signifikanten umweltrelevanten Einflüsse seiner Geschäftsaktivitäten. Dazu gehören beispielsweise der Verbrauch von Kraftstoffen, Energie und Rohstoffen. Auch der eigene CO2-Ausstoß wird gemessen, dokumentiert und verringert.

"Die neuen IT-Technologien bieten vielfältige Chancen auch in Sachen Umweltschutz. Durch ihren richtigen Einsatz können Unternehmen mehr erreichen", führt Oliver Tuszik, CEO und Vorstandsvorsitzender von Computacenter Deutschland, richtig aus.

Im Jahr 2009 erwirtschaftete Computacenter mit 10.200 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 2,50 Milliarden Pfund. In Deutschland beschäftigt Computacenter rund 4.000 Mitarbeiter und erzielte in 2009 einen Umsatz von 1,03 Milliarden Euro. ■

Schuldenkrise als Chance für die Ökologisierung der Wirtschaft

Von Damian Ludewig

Die Staatsverschuldung hat gewaltige Ausmaße angenommen. Sie droht die Handlungsfähigkeit des Staates zu lähmen. Gleichzeitig ist sie – wie jede Krise – aber auch eine Chance.

Die Staatsverschuldung hat gewaltige Ausmaße angenommen. Sie droht die Handlungsfähigkeit des Staates zu lähmen. Gleichzeitig ist sie – wie jede Krise – aber auch eine Chance: Wenn die Gegenfinanzierung auf intelligente Weise erfolgt, können unökologische Anreize abgebaut und gleichzeitig finanzielle Spielräume des Staates zurück gewonnen werden. Statt einer Erhöhung der (ökologisch blinden und sozial fragwürdigen) Mehrwertsteuer, einer Anhebung der Sozialversicherungsbeiträge oder gar eines Rückbaus des Sozialstaates, brauchen wir den Abbau umweltschädlicher Subventionen und die schrittweise, vorausschaubare und maßvolle Anhebung einzelner Umweltsteuern. So können Schuldenkrise und Klimakrise gleichermaßen gelöst und ökologische wie ökonomische und soziale Verwerfungen weitgehend vermieden werden.

Die neue Bundesregierung hat sich in ihrem Koalitionsvertrag klar zu dem Ziel bekannt, die CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 um 40 Prozent zu reduzieren – egal was der Rest der Welt an Klimaschutzanstrengungen unternimmt oder auch nicht. Das ist unerwartet und somit bemerkenswert, denn es geht über die Selbstverpflichtung der vorherigen, schwarz-roten Bundesregierung hinaus. Genauso bemerkenswert ist aber leider, dass auch fast ein halbes Jahr nach dem Amtsantritt immer noch völlig unklar ist, wie dieses Ziel erreicht werden soll. Im Energiesektor steht im Herbst mit der Verabschiedung des Energiekonzepts eine wesentliche Entscheidung hierzu an. Die bisherigen Vor-

entscheidungen aber, etwa was die Diskussion um die Aufkündigung des Atomkonsenses und die Verlängerung der Laufzeiten von Atomkraftwerken oder die Förderung von Erneuerbaren Energien und Kraftwärmekopplung betrifft, sind wenig ermutigend. Im Verkehrssektor gibt es noch nicht einmal Anzeichen, wie die Klimaschutzziele erreicht werden sollen, und dass auch die Landwirtschaft hierzu einen Beitrag zu leisten hat, scheint bisher gar nicht im Bewusstsein der Politik angekommen zu sein.

Die Bundesregierung ist aber noch eine weitere Verpflichtung eingegangen: Mit der Aufnahme der Schuldenbremse ins Grundgesetz zwingt sie sich ab dem kommenden Jahr zu einer substantiellen Reduzierung des Haushaltsdefizits. Bis zum Jahr 2016 muss die Neuverschuldung des Bundes auf 0,35 Prozent des Bruttoinlandsprodukts begrenzt werden. Zurzeit entspricht das etwa 9 Mrd. Euro. Bisher ist davon freilich noch nichts zu spüren: Die Neuverschuldung schnellte im Jahr 2010 mit 80,2 Mrd. Euro auf historisches Rekordniveau – dazu kommen noch die Haushaltsrisiken beispielsweise durch den Bankenrettungsfonds. Das heißt im Klartext, dass von drei Euro, die der Bund ausgibt, nur zwei mit Steuereinnahmen hinterlegt sind. Der Rest wird auf Pump finanziert. In Krisenzeiten ist das verständlich und zu rechtfertigen, aber es ist klar, dass es nun zu deutlichen Ausgabenkürzungen oder Einnahmeerhöhungen kommen muss. Am wahrscheinlichsten ist beides. Doch was genau die Bundesregierung vorhat, um dem Grundgesetz in diesem Punkt

künftig Genüge zu tun, steht bisher in den Sternen. Immerhin: selbst die FDP gesteht mittlerweile ein, dass weitere Steuerensenkungen (die bemerkenswerter Weise auch von der Bevölkerung überwiegend abgelehnt werden) nicht ohne weiteres und zumindest nicht sofort umzusetzen sind.

Die Ungewissheit, wie die Bundesregierung mit diesen zwei zentralen Herausforderungen umzugehen gedenkt, hat auch eine positive Seite: Sie lässt noch Hoffnung zu. Vielleicht besinnen sich Angela Merkel und ihr Finanzminister Wolfgang Schäuble auf alte Einsichten. Immerhin waren beide einst Anhänger einer Ökologischen Steuerreform. Auch die jüngsten Verlautbarungen von Bundespräsident Horst Köhler, Umweltminister Norbert Röttgen und FDP-Generalsekretär Christian Lindner geben Anlass zur Hoffnung. Röttgen und Lindner forderten in der Süddeutschen Zeitung eine „ökologisch gestaltende Ordnungspolitik [...], die Umweltschutz und Ressourcenschonung zum wirtschaftlichen Eigeninteresse von Unternehmen und Bürgern macht“ und „den Wettbewerb als Innovationstreiber, Kostensenker und Entdeckungsverfahren für neue Technologien“ nutzt. Bundespräsident Horst Köhler wurde sogar sehr konkret: „Wir sollten zum Beispiel darüber nachdenken, ob der Preis von Benzin nicht tendenziell höher als tendenziell niedriger sein sollte. Das Preissignal ist immer noch das stärkste Signal, damit Menschen ihr Verhalten ändern.“ Mit dem Abbau umweltschädlicher Subventionen und der Anhebung von Umweltsteuern könnte sowohl ein wesentlicher Beitrag zur Erreichung der Klimaziele, als auch zur Einhaltung der Schuldenbremse geleistet werden.

Allein die jährlichen umweltschädlichen Subventionen betragen in Deutschland nach Berechnungen des FÖS rund 36 Mrd. Euro. Finanzminister Wolfgang Schäuble sprach von 10 Mrd. Euro, die der Staat pro Jahr sparen müsse. Das FÖS hat aktuell ein Konzept entwickelt nachdem mit einem Mix von Subventionsabbau und der Anhebung von ökologischen Len-

kungssteuern die finanziellen Spielräume des Staates kurzfristig um rund 16 Mrd. Euro, mittelfristig um über 50 Mrd. Euro erweitert werden könnten. Kurzfristig sollte damit die Neuverschuldung reduziert, bzw. ein Beitrag zum Abbau der Staatsschulden geleistet werden. Mittelfristig könnten andere Steuern und Abgaben gesenkt, bzw. einzelne Ausgaben für den Ökologischen Umbau der Wirtschaft gestärkt werden. Denn das ist der große Vorteil einer Ökologischen Finanzreform: Sie gibt Anreize zu mehr Energie- und Ressourceneffizienz und sorgt so dafür, dass sich Unternehmen und Verbraucher frühzeitig auf mittelfristig steigende Energiepreise einrichten. Durch entsprechende Innovationen kann sogar Geld gespart werden. Denn höhere Preise sind nicht das Gleiche wie höhere Kosten. So fließt ein Teil des Geldes nicht mehr in die Taschen von Energiekonzernen oder OPEC-Staaten sondern in heimische Effizienztechnologien. Ein anderer Teil verschafft dem Staat zusätzliche finanzielle Spielräume, die er den Bürgern durch geringere Sozialversicherungsbeiträge wieder zurückgeben kann. So fördert er nicht länger Ressourcenverschwendung und Umweltzerstörung sondern Innovation, Effizienz und die Schaffung von Arbeitsplätzen.

Die Ansatzpunkte hierfür sind zahlreich. Allein 13 Einzelmaßnahmen umfasst das aktuelle Konzept des FÖS. So bevorzugen die bisherigen Regelungen der Dienst- und Firmenwagenbesteuerung diejenigen, die die teuersten Autos mit dem höchsten Spritverbrauch kaufen, diese am stärksten privat nutzen und die den höchsten Grenzsteuersatz bei der Einkommensteuer haben. Dem Staat entgehen so jährlich 9 Mrd. Euro an Einnahmen. Das ist finanziell schmerzlich, aber auch ökologisch hochproblematisch und darüber hinaus sozial ungerecht. Denn mittlerweile sind mehr als 60 Prozent aller Neuzulassungen Dienst- und Firmenwagen. Da diese vergleichsweise schnell wieder abgestoßen werden, dominieren sie auch den Gebrauchtwagenmarkt. So legt das Dienstwagenprivileg auch fest, zwischen welchen Spritschluckern sich Nicht-Dienstwagennutzen beim Autokauf entscheiden dürfen

– auch die mit geringem Einkommen. Sie zahlen dann die Zeche für das Dienstwagenprivileg mit ihrer unnötig hohen Benzinrechnung. Der Staat unterstützt also durch eklatante Fehlanreize eine unökologische und unsoziale deutsche Fahrzeugflotte und gefährdet damit auch die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Automobilindustrie.

Besonders eklatant sind die Verzerrungen beim Flugverkehr, der als klimaschädlichster Verkehrssektor zahlreiche finanzielle Vorteile genießt. Selbst über den Emissionshandel wird er noch bevorzugt, da die Bahn ihre Zertifikate komplett ersteigern muss, während der Flugverkehr 85 Prozent der Zertifikate geschenkt bekommt. Das FÖS fordert daher die Einführung einer Ticket-Tax um bestehende Wettbewerbsverzerrungen zwischen Bahn und Flugverkehr abzumildern. Mit Frankreich, Großbritannien und den Niederlanden verfügen alle wesentlichen Wettbewerber über eine solche Abgabe. Deutschland hingegen hat hier eine Steueroase geschaffen und setzt andere Staaten unter Druck ökologisch fortschrittliche Politik wieder abzuschaffen.

Auch die Atomenergie genießt zahlreiche finanzielle Vorteile, obwohl sie eine besonders riskante Form der Energieerzeugung ist. Ein Großteil der negativen Umweltauswirkungen anderer Energieträger wie Kohle und Gas wird im CO₂-Emissionshandel berücksichtigt. Die Atomenergie hingegen verursacht hohe Folgekosten für die Allgemeinheit, die nicht von den Kraftwerksbetreibern selbst getragen werden. Im Gegenteil profitieren sie indirekt vom Emissionshandel und erlangen durch den Anstieg der Strompreise Zusatzgewinne in Milliardenhöhe. Mit der Einführung einer Steuer auf Kernbrennstoffe könnten Teile der Risiken und Kosten durch die Nutzung von Atomkraftwerken den Betreibern angelastet, die leistungslosen Zusatzgewinne im Rahmen des Emissionshandels abgeschöpft und so wettbewerbliche Begünstigungen der Atomenergie abgebaut werden.

Allein durch die drei hier beschriebenen Einzelmaßnahmen könnte Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble kurzfristig jährlich 6,8 Mrd. Euro, mittelfristig sogar rund 15 Mrd. Euro mehr einnehmen und damit nebenbei das Steuersystem ökologisieren. Heute finanziert sich der Staat überwiegend dadurch, dass er Arbeit finanziell belastet: über 60 Prozent des Staatsaufkommens kommen durch Steuern und Abgaben auf den Faktor Arbeit zu Stande. Steuern auf Umweltverbrauch tragen dagegen gerade einmal ungefähr fünf Prozent zu den Staatsfinanzen bei. Eine schrittweise Umschichtung der Steuer- und Abgabenlast wäre also nicht nur ein großer Schritt in Richtung Klimaschutz und Haushaltskonsolidierung sondern könnte darüber hinaus sogar Arbeitsplätze schaffen. ■

Autorennotiz: Diplom-Volkswirt Damian Ludewig, Jahrgang 1980, ist Geschäftsführer des Forums Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft e.V. (FÖS). Er vertritt das FÖS und den Deutschen Naturschutzring (DNR) im Sprecherrat der Klima-Allianz, einem Bündnis aus über 100 Organisationen aus den Bereichen Kirchen, Entwicklung, Umwelt, Wirtschaft und Gewerkschaft. Von 2004 bis 2008 war er Jugendvertreter im Präsidium des DNR. Vor seiner Tätigkeit als FÖS-Geschäftsführer arbeitete er als Wissenschaftlicher Mitarbeiter für zwei Bundestagsabgeordnete

Green Venture Summit Berlin

Am 10. Mai findet der "Green Venture Summit" statt. Im Fokus steht Investment in eine nachhaltige Wirtschaft. Glocalist Medien sind Medienpartner.



Dank innovativer Wissenschaft, Forschung und Unternehmertum, gefördert von einer einst weitsichtigen Energiepolitik, ist Deutschland heute zu einer weltweit führenden Green Economy geworden. Getragen wird die grüne Wirtschaft von den Konsumenten und Firmen der Cleantech-Industrie, die ihre sauberen Technologien als attraktive Produkte erfolgreich auf den Weltmärkten positionieren. Die Innovationen junger Unternehmen mit erfahrenen Cleantech-Investoren zu verbinden und so die Geschäftsentwicklung im Branchennetzwerk voranzutreiben, ist das Ziel des Green Venture Summit, der am 10. Mai 2010 erstmalig in Berlin stattfindet und auf ausschließlich Englisch abgehalten wird.

Während des Gipfels stellen Firmengründer neue Geschäftsideen rund um erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Batterien, E-Mobilität, intelligente Stromnetze, grüne Architektur und nachhaltige Wirtschaft vor, die anschließend von kritischen Investoren hinterfragt werden. Spannend wird auch die Frage werden, ob sich Investoren kritisch hinterfragen lassen, denn Renditenerwartungen von 20% und mehr sind eben nicht nachhaltig. Es wird wohl kein Weg an der notwendigen und anstehenden Debatte vorbeiführen, was ein nachhaltig agierender Investor ist. Denn nur in nachhaltige Unternehmen zu investieren, ohne dabei das eigene Paradigma eines zweistelligen Wachstums zu hinterfragen, ist noch nicht nachhaltig.

Die Cleantech-Konferenz wird organisiert von Sarik Weber und Jan Michael Hess. Die beiden Veranstalter haben bereits mehrere erfolgreiche Unternehmen im Internet- und Telekommunikationsbereich aufgebaut. Sarik Weber sagt über seine Motivation zum Green Venture Summit: "Es gibt viele aussichtsreiche Investitionsmöglichkeiten in der grünen Wirtschaft, insbesondere durch direkte Beteiligung an jungen Unternehmen. Der Green Venture Summit bringt grüne Gründer und Investoren auf einer neuen internationalen Plattform erstmalig zusammen."

Stellvertretend für wegweisende grüne Unternehmer präsentiert Dr. Wulf Bentlage, CEO der Geohumus International GmbH, die Marketingstrategie für den Bodenhilfsstoff Geohumus, der Wasser wurzelnah optimal speichert und Landwirtschaft auch in Trockenzone möglich macht. Weiterhin wird die Bedeutung der politischen Rahmenbedingungen für den Erfolg der Green Economy thematisiert. Dr. Hermann Scheer (MdB) erklärt seine Ideen für eine energieautonome Welt, die sich zu 100% aus erneuerbaren Energien speist. Der Energiepolitiker Hans Josef Fell (MdB) erläutert die Geschichte und sinnvolle Zukunft der vielfach kopierten Politikinnovation EEG (Erneuerbare Energien Gesetz).

Web GVS10 >

<http://www.greensummit.com>

Serie: Alles über Bio-Kaugummi (Teil 2)

Die Glocalist Medien stellen in einer sechsteiligen Serie mit den Bio-Kaugummi Experten von Chicza alles Wissenswertes über Bio-Kaugummi vor. Lesen Sie heute den zweiten Teil über den Rohstoff der Mayas: Ohne Regenwald kein Rohstoff. Lesen Sie warum das so ist. Diese Serie ist eine Medienkooperation zwischen Chicza und Glocalist Medien.



Im ersten Teil der Serie haben Sie erfahren, dass der wesentliche Rohstoff für Bio-Kaugummi Chicza ist. Doch was ist Chicza und wie entsteht es?

Der natürliche Herstellungsprozess eines biologischen und biologisch abbaubaren Kaugummis aus dem Regenwald hat seine verborgene Wurzeln bei den Mayas.

Die Maya haben den Saft des Chicozapote Baums schon vor Tausenden von Jahren gekaut. Ihre Beziehung zum Regenwald ist eine besondere und sie wussten bereits alles über die Pflege der Bäume auf eine nachhaltige Art.

Die Ernte des Saftes findet nur alle sechs bis sieben Jahre statt. Die Bäume können auf diese Weise am Leben bleiben und 300 Jahre lang Gummi produzieren. Der kurze und natürliche Weg vom Chicozapote-Saft zum chicle-Ziegel. Der Latex wird von den 30 Meter hohen Chicozapote-Bäumen gezapft, indem man oberflächlich Z-förmige Schnitte

in die Rinde ritzt, die im Zick-Zack bis hinunter zu einem Beutel am Fuße des Baumes führen. Der so austropfende Saft füllt langsam den Beutel.

Jeder Baum bringt im Durchschnitt 3 - 5 kg Ertrag pro Ernte, die nur alle 6 - 7 Jahre erfolgt, um die Bäume nicht zu schädigen. Einige von ihnen sind schon mehr als 300 Jahre alt. Werden Chicozapote-Bäume außerhalb ihrer natürlichen Umgebung angepflanzt, produzieren sie keinen Latex mehr. Sie brauchen die komplexe biologische Symphonie des Regenwaldes um sich herum, um ihre Magie zu entfalten. Dies ist einer der Gründe, weshalb die chicleros solche tapferen Verteidiger unserer Regenwälder sind.

Der flüssige Latex wird gekocht, dehydriert und zu einer klebrigen Paste verarbeitet. Diese wird dann gezogen, geknetet und zu rechteckigen Ziegeln geformt, die abgekühlt aushärten. Diese Ziegel nennt man marquetas. Jede marqueta wird sorgfältig von

ihrem Hersteller markiert. Da die nachhaltige Bewirtschaftung dieser Regenwälder durch das FSC (Forest Stewardship Council) zertifiziert ist, beinhalten diese Markierungen wertvolle Informationen wie den Name des Chicleros und die genaue Lage des beernteten Baumes. Nur wenige Produkte haben eine solche perfekte Rückverfolgbarkeit.

Kaugummi in den USA – seit 1866

Diese Eigenschaft ist genau das, was die Wiederentdeckung von Chicle durch Thomas Adams 1866 auslöste. Der frühere mexikanische Diktator Santa Ana versuchte, während seines Exils in den USA, mit Mr. Adams ins Geschäft zu kommen. Mit Latex, extrahiert aus mexikanischen Chiczapote-Bäumen. Die Absicht war, das Latex zu vulkanisieren und in Fahrwerksrädern zu verwenden. Zwei Tonnen wurden zum Experimentieren nach New York geschickt. Es in Gummi zu verwandeln, stellte sich allerdings als unmöglich heraus. Und schon saß Mr. Adams auf 2.000 Kilo anscheinend nutzlosem Chicle-Latex. Er erinnerte sich allerdings daran, dass Santa Ana ihm gesagt hatte, die Leute in Mexiko nutzten dieses Gummi zum Kauen. Laut dieser weit verbreiteten Geschichte ist Adams so zu der Idee gekommen, das Chicle zu süßen und ihm Geschmack zu geben, um Kaugummi herzustellen. Fast so eines, wie wir es heute kennen.

Heutige Kaugummis

Derzeit nutzen die meisten massenproduzierten Kaugummis künstliche Polymere auf Erdölbasis als Ersatz für natürliches Chicle. Selbst die wenigen sehr feinen Kaugummis, die natürliches Chicle verwenden, nutzen nur einen kleinen Anteil hiervon und kombinieren ihn mit synthetischem Gummi. Dies ist der Grund, warum Kaugummi eine so große ökologische und hygienische Bedrohung für die Städte in aller Welt ist: Die Polymere im Kaugummi verbinden sich nämlich sehr gut mit dem Asphalt.

Chicza – das erste biologisch abbaubare Kaugummi

Chicza, welches ausschließlich aus zertifiziert biologischen Inhaltsstoffen besteht, hat als Basis eine rein natürliche, biologische Kaumasse und besitzt darum all die tugendhaften Eigenschaften dieser harmlosen, wasserlöslichen, nicht klebrigen, abbaubaren Quelle. Es wird einfach von der Witterung, kombiniert mit Bakterien und enzymatischem biologischen Abbauprozessen, zu Staub abgebaut und kehrt somit zurück zur Erde, genauso wie verfaulendes Holz, fallende Blätter und anderes biologisches Material.

Daher löst Chicza das Verschmutzungsproblem der Städte, wo der Asphalt und die erdölbasierenden Polymere herkömmlicher Kaumassen dazu neigen, sich für immer zu verbinden.

Verpackung – FSC zertifiziert und abbaubar

Auch bei der Entwicklung der Verpackung standen Nachhaltigkeit und biologische Abbaubarkeit im Vordergrund. So besteht die Pappe zu 70% aus recyceltem Papier, der Rest aus FSC (Forest Stewardship Council) zertifiziertem Holz. Die innere Folie ist Biofilm, ein auf Cellulose basierende Alternative zu Plastikfolie, praktisch eine metallisierte Hochglanzfolie auf Cellulosebasis. Die Cellulose wird aus erneuerbarem, nachhaltigem Holzbrei, aus FSC zertifizierten Quellen, gewonnen. Diese Folie bietet hervorragenden Frischeschutz und ist biologisch abbaubar.

(Serie "Alles über Bio-Kaugummi" ist eine Medienkooperation zwischen Chicza und Glocalist Medien. Teil III erscheint im Mai. Was ist eine Medienkooperation? > www.glocalist.com/impressum/).

Teil I > <http://bit.ly/bhxSVd> ■

Sankt Michaelisdonn ist „Energie-Kommune“ des Monats April 2010

Die schleswig-holsteinische Gemeinde Sankt Michaelisdonn ist für ihr Engagement als „Energie-Kommune“ des Monats April 2010 ausgezeichnet worden. Mit diesem Titel würdigt die Agentur für Erneuerbare Energien vorbildliche kommunale Energieprojekte

Die Gemeinde Sankt Michaelisdonn in Dithmarschen, Deutschlands ältester Landkreis, erklärt ihre Unabhängigkeit.

Die Region Dithmarschen wird im Volksmund auch als „Insel“ bezeichnet, weil sie vollständig vom Wasser umgeben ist. Im Norden die Eider, im Süden die Elbe, im Westen die Nordsee und im Osten der Nord-Ostsee-Kanal. An der schleswig-holsteinischen Westküste fallen pro Jahr durchschnittlich 50.000 Kubikmeter Treibsel an.

Das Treibsel besteht vor allem aus Schilf, Gras, Holz, Tang. Diese natürlichen Abfälle bleiben bisher in an der Küste vollkommen ungenutzt. Doch die Nordlichter prüfen derzeit zusammen mit Fachleuten das Energiepotenzial von Treibsel und die Verarbeitungsmöglichkeiten durch Nass- oder Trockenfermentation. Damit betritt die Gemeinde Neuland, da bundesweit noch keine Erfahrungen vorliegen. „Besonders wichtig ist mir hier auch eine Kreislaufwirtschaft aufzubauen. Nicht nur wirtschaftliche Kreisläufe wollen wir schaffen, sondern auch Stoffkreisläufe ohne großen Verkehraufkommen. Dazu gehört auch, dass nach der energetischen Nutzung das Treibsel noch als hochwertiger Dünger von den hiesigen Landwirten genutzt werden kann. Besonders die Abstimmung mit unseren Bauern vor Ort ist für mich ganz wichtig, weil Sie Akteure vor Ort sind“, betont Nielsen. „Außerdem müssen wir versuchen eine gute Balance zwischen Lebensmittelproduktion und Energieproduktion hinbekommen. Daher sollten wir

alle Reststoffe so weit es geht nutzen“, so Nielsen.

Aber nicht nur Zukunft der Bio-Masse: Schon heute produzieren Erneuerbare-Energien-Anlagen vor Ort viermal mehr Strom als die Einwohner verbrauchen. 14 Windenergieanlagen erzeugen 80 Prozent des Stroms in der 3.650-Einwohner-Gemeinde. Darüber hinaus gibt es im Ort eine Biogasanlage und eine neun Hektar große Freiflächen-Photovoltaikanlage.

„Deutschland ist im hohen Maße abhängig von Öl, Gas, Kohle und Uran. Jedes Land sollte die Ressourcen nutzen, die es hat. Wir nutzen die Sonne, den Wind und die Bioenergie für die Energieproduktion“, so der ehrenamtliche Bürgermeister Volker Nielsen.

Strom selber handeln, damit Geld in der Region bleibt

Der ehrenamtliche Bürgermeister und die Bewohner seiner Gemeinde wollen in den kommenden 30 Jahren die komplette Energieversorgung, also auch die Wärme- und Kraftstoffversorgung, auf regenerative Energien umstellen. Vom Ausbau der Erneuerbaren Energien erhofft sich Nielsen einen wirtschaftlichen Aufschwung für die Region: „Wir wollen mit den Erneuerbaren Energien einen geschlossenen Kreislauf bilden und so die regionale Wertschöpfung in der Region erhöhen. Von der Produktion, über den Handel bis zum Endverbrauch soll alles in den

Händen der Bürger hier vor Ort liegen“, so der Bürgermeister.

In Zukunft will die Gemeinde Sankt Michaelisdonn als lokaler Energieerzeuger auch den Vertrieb des Stroms wieder in die kommunale Hand nehmen. Dazu beabsichtigt die Gemeinde im Jahr 2011 das Stromnetz vom Netzbetreiber E.on Hanse zurückzukaufen. Mit dem Rückkauf des Netzes soll den Bürgern langfristig ein faires und stabiles Preisniveau angeboten und eine nachhaltige Stromversorgung aus Erneuerbaren Energien sichergestellt werden. „Die großen Netzbetreiber sind als Aktiengesellschaft ihren Aktionären verpflichtet. Das bedeutet, dass über den jetzigen Netzbetrieb sehr viel Kaufkraft aus der Region abfließt. Bei einem kommunalen Gemeindegewerk bleiben die Gewinne zu 100 Prozent in der Region“, erklärt Nielsen. ■

Das Energiekonzept der Gemeinde abrufbar unter:

<http://www.energieregion-st-michaelisdonn.de/fileadmin/20091207085930190.pdf>



Fotoquelle: www.energieregion-st-michaelisdonn.de

Green GECCO geht an den Start

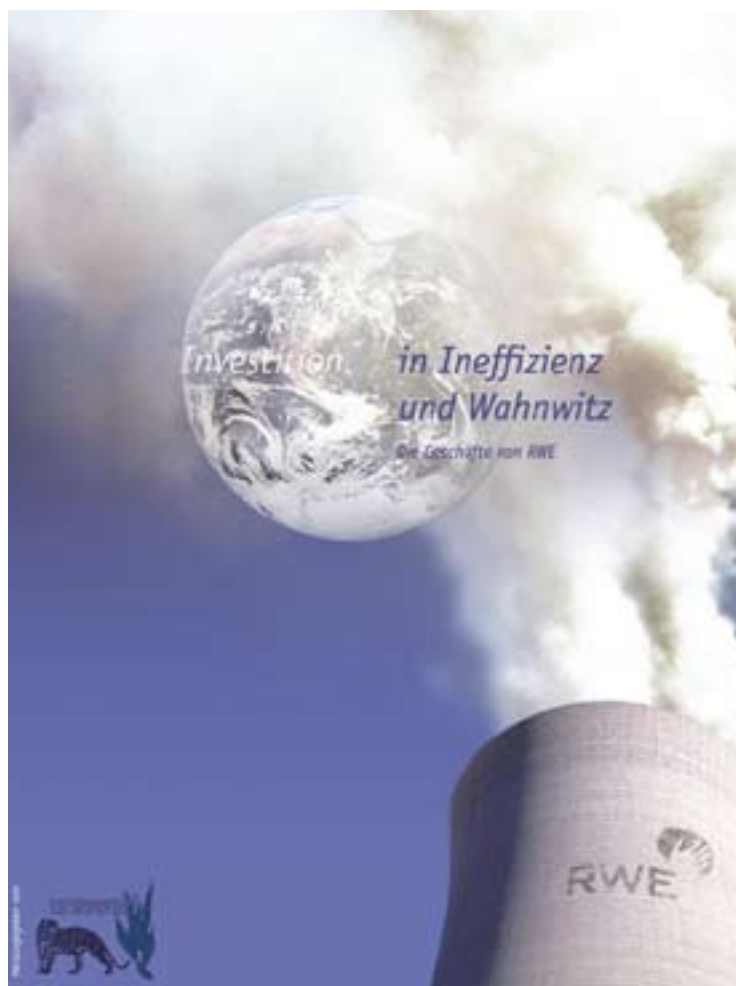
26 Stadtwerke und RWE Innogy haben die Woche den Konsortialvertrag zur Gründung der Green GECCO GmbH & Co. KG unterzeichnet. Ziel der Gesellschaft ist die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung von Projekten zur regenerativen Energieerzeugung.

Und das Ziel ist durchaus ambitioniert gesetzt: Bis 2020 sind rund eine Milliarde Euro an Investment geplant. Bislang galt und gilt RWE als der größte Emittent von Co2 in Europa auf Grund seiner Kohlekraftwerke. Auch "betreibt" er das dienstälteste AKW Deutschland (Biblis) und will weiterhin auf Atomstrom setzen. In diesem Zusammenhang tritt RWE kaum überraschend für eine Verlängerung der Laufzeit für AKWs ein.

Die Imagekampagne aus dem 2009 mit dem sanften grünen Riesen trug RWE in zahlreichen Umweltforen und bei Umweltschutzorganisationen beißende Kritik und den Vorwurf des Greenwashings ein. Und Robin Wood hat 2009 eine kritische Aktionärsinfo über RWE aufgelegt (Download > www.projekt21plus.de/down/Dossier-Endfassung.pdf).

DER SPIEGEL schreibt im Dezember 09: "Tatsächlich liegen Schein und Sein bei RWE weit auseinander: Der Anteil erneuerbarer Energien bei der Stromproduktion von RWE lag im vergangenen Jahr (Anm. 2008) bei mageren 2,4 Prozent - kein Unternehmen in Europa bläst mehr CO2 in die Luft. Damit ist die plumpe Kampagne des "grünen Energieriesen" ein besonders gutes Beispiel für "Greenwashing": Der Begriff bezeichnet die Bemühungen von Unternehmen, ihrem klimaschädlichen Geschäft einen grünen Anstrich zu geben."

Im Jahr 2009 konnte RWE trotz der Wirtschaftskrise einen Gewinn von rund 7 Milliarden Euro verzeichnen. Der Anteil der



erneuerbaren Energien an der Stromproduktion der RWE beträgt 2009 gerade mal 3%.

Nun will man ein neues Kapitel aufschlagen; ob es tatsächlich ernst gemeint ist und nachhaltig die Strompolitik des Konzerns in Richtung erneuerbare Energien lenken wird, bleibt abzuwarten. Die neue Zusammenarbeit "Green GECCO" erstreckt sich auf deutsche und europäische Projekte in den Bereichen Windkraft, Biomasse, Geothermie, Biogas, Wasser und Solarthermie. Bis zum Herbst dieses Jahres soll mit „An Suidhe“, einem Onshore-Windpark im Norden Schottlands, das erste Projekt in das Portfolio der neuen Gesellschaft übernommen werden. Der Windpark soll mit einer installierten Leistung von rund 20 Megawatt in 2011 in Betrieb gehen. Insgesamt plant das Unternehmen bis 2020 rund eine Milliarde Euro in die Strom- und Wärmeproduktion aus erneuerbaren Energien zu investieren.

Alwin Fitting, Mitglied des Vorstands der RWE AG: "Ich freue mich, dass wir nun auch bei den erneuerbaren Energien gemeinsam vorweg gehen und mit Green GECCO diese Partnerschaft einmal mehr festigt. Denn wir verfolgen das gemeinsame Ziel, über den Ausbau der Erneuerbaren CO2 zu vermeiden und die Versorgungssicherheit in Europa nachhaltig zu sichern."

Dr. Norbert Ohlms, Mitglied der Geschäftsführung von Green GECCO und Vertreter der Stadtwerke-Partner: „Green GECCO ist in seiner Art einzigartig: 27 Partner bündeln ihre Kräfte, um CO2 nachhaltig einzusparen. Dazu investieren wir auch außerhalb Deutschlands europaweit. Wir fokussieren uns nicht nur auf ein einzelnes Projekt, sondern wollen ein Portfolio verschiedener regenerativer Erzeugungsarten realisieren. RWE Innogy ist ein sehr guter Partner, um sich in einem gemeinsamen Unternehmen mit Stadtwerken am nachhaltigen Umbau der deutschen Energiewirtschaft zu beteiligen.“

Bereits im Februar hatten sich die 26 Stadtwerke und regionalen Energieversorger in einer eigenen Beteiligungsgesellschaft zusammengeschlossen. Diese hält mit der heutigen Unterschrift 49 Prozent am Green GECCO-Gemeinschaftsunternehmen, die übrigen 51 Prozent der Anteile liegen bei RWE Innogy, dem Unternehmen für Erneuerbare Energien im RWE Konzern. Die Aufnahme neuer Projekte in das Portfolio des Gemeinschaftsunternehmens bedarf einer 75%igen Mehrheit der Projektpartner. ■

Tagung - WAHRE KOSTEN und ECHTE PREISE

Welche Kosten werden in Euro berechnet und welche Folgekosten stecken dahinter? Welchen Vorteil hat regionales, umweltverträgliches und faires Handeln? Wie machen wir das transparent und wie werden die wahren Kosten Teil der Kaufentscheidung von Konsumenten? Fragen, die der Suche nach dem Gral gleichen. Auch wenn er dann nicht gefunden wird, der Weg war das Ziel

Bei überregionalen Tagungen, die zeitgleich am 26. April in München und Berlin stattfinden, wollen die beiden Veranstalterorganisationen Netzwerk Gemeinsinn e.V. (München) und oneaim.org (Berlin) den tatsächlichen Kosten unserer Produkte und Dienstleistungen auf den Grund gehen und bisherige und zukünftige Transparenz- und Marketing-Strategien kritisch überdenken.

Die Grundidee

Man stelle sich zukünftig eine Flasche Milch im Regal des Supermarktes vor, die vier Zahlen ausweist: Marktpreis (0,80 €), Umweltfaktor (4,5), Sozialfaktor (0,9) ergibt multipliziert den "Echten Preis" bzw. international ausgedrückt den "True Prize" (3,24 TP). Diese neue Preisidee orientiert sich also an den Drei-Säulen Nachhaltigkeitsmodell: Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft.

2. Der **Umweltfaktor** bewertet die Frage, wie viele Planeten notwendig wären, wenn jeder Mensch auf der Erde das gleiche nutzen würde; die Orientierungszahl wären also die Menschen auf dieser Erde und die Umweltbelastung (Abgase, Rohstoffnutzung, Müll-Verschmutzung, Regenerationszeit...) die dieser Planet nachhaltig gut verkraften würde. Dies ist der ökologische Aspekt.

3. Der **Sozialfaktor** beantwortet die Frage, wie sozial verträglich sich Produkt und Dienstleistung entwickelt haben und auswirken. Einzuzurechnen sind Ausbeutung, Korruption, Fairness beim Handel etc. die in der Regel nicht berücksichtigt werden. Dies kann man als den gesellschaftlichen Aspekt bezeichnen.

Im Biomarkt nebenan ist der Marktpreis dann möglicherweise etwas höher, aber

Marktpreis ökonomisch	Umweltfaktor ökologisch	Sozialfaktor fair	Echter Preis True Prize
0,80 €	x 4,5	x 0,9	3,24 TP

Die Faktoren im Einzelnen

1. Der **Marktpreis** bewertet den aktuellen Kauf- und Verkaufspreis von Waren und Dienstleistungen inklusive Personalkosten, Steuern, Sozialabgaben, Gewinnkalkulation etc. im jeweiligen Währungssystem. Dies ist der ökonomische Aspekt.

dafür sind die Klima- und Sozialfaktoren niedriger. Durch diese Art der Preisgestaltung wird transparent, was an realen Kosten pro Produkt anfällt, so die Veranstalter in ihrer These.

Das gleiche lässt sich auf Dienstleistungen übertragen, wo ebenfalls Klima- und Sozi-

alfaktoren einberechnet werden können. Lasse ich den Berater mit Flugzeug aus dem Ausland anreisen oder nutze ich jemanden aus der näheren Umgebung, der mit dem Rad kommt?

Einfache Idee, große Wirkung zeigt man sich bei den Veranstalter überzeugt. Doch wie lässt sich das umsetzen?, lautet die große Frage. Und hier setzt man auf Webtechnologien, auf das Internet, das einen Markt schaffen soll.

Vernetzte Diskussion

Am 26.04. soll dazu der Startschuss für eine vernetzte Diskussion einer nachhaltigen Preisbildung fallen. Der Auftakt für einen intensiven Austausch von Argumenten und die mögliche Planung von einem oder mehreren Projekten via Internet.

Die Debatte bezüglich Relevanz und Gewichtung unterschiedlicher Faktoren für die Preisgestaltung wird sicher unterschiedliche Meinungen generieren, die ausführlich besprochen und dokumentiert werden müssen. Damit die Idee trägt und einfach zu vermitteln ist, müssen eben zahlreiche Details geklärt werden.

Ziele werden daher sein

- die Diskussion bereits auf hohem Niveau zu beginnen
- Fachexperten zu bitten, ihre Forschungsergebnisse und ersten Erfahrungen in diesem Bereich darzustellen
- Laien und Skeptiker einzuladen, ihre Bedenken zu äußern

- konstruktiven gemeinsamen Ansätzen im Sinne einer ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Preisgestaltung zu finden.

Wie alles entstand

Die Idee entstand in der Vorbereitung des 3. Münchner Methoden-Fachforums von 25. bis 27.03.2010 zum Thema "Wandel-Klima – mit Methode(n). Erfolgreiche Initiativen zum Klimawandel".

Ursprünglich sollten nur bei einem Regionaltreffen von Netzwerk Gemeinsinn unterschiedliche Bewertungsmodelle und Ansätze vorgestellt werden, die ökonomische, ökologische und soziale Aspekte und deren Kosten beleuchten helfen. Das Thema zog jedoch schnell seine Kreise und das hohe Interesse an Vernetzung führte zu einer erweiterten Idee: an mehreren Standorten in Deutschland (München und Berlin) das Thema aufzugreifen und zu diskutieren. Selbst aus Stuttgart, Wien und Bristol haben sich bereits Protagonisten angekündigt, dabei zu sein.

www.echologic.org wird dabei als virtuelle Plattform helfen, die Ergebnisse zu dokumentieren und zu bündeln sowie sie gegenseitig zu kommentieren und zu bewerten. Ergebnisse des Auftakts werden auch über www.netzwerk-gemeinsinn.net kommuniziert.

DIE VERANSTALTUNG IM FOKUS: ABLAUF

München

Die Veranstaltung im Ökologischen Bildungszentrum München (Englschalkinger Str. 166, 81927 München, U4 Arabellapark + 10 Minuten Fußweg) gliedert sich in zwei Zeiträume:

- die Expertentagung (13:00 bis 18:00 Uhr) und

- die Informationsveranstaltung mit Umsetzungsfokus (18:00 bis 21:00 Uhr)

Die **Expertentagung** beginnt am frühen Nachmittag (13.00 Uhr) mit einem kleinen Imbiss und einer Kennenlernaktion. Anschließend werden unterschiedliche Konzepte und Erfahrungen vermittelt sowie Assoziationen, Unterstützung und Kritiken gesammelt. Hier die Übersicht zu bisherigen Impulsen:

1.) **"True Prizes - die Vision"** – die Idee eines Kostenmodells, mit dem Kunden wie Anbieter soziale, ökonomische und wirtschaftliche Faktoren erkennen können (vgl. Einleitung). Die Anregung kam durch den "Ökologischen Fußabdruck" mit dem der CO2 Verbrauch ausgerechnet werden kann. Wolfgang Fänderl, www.netzwerk-gemeinsinn.net (20')

2.) **„Netzwerk Produktepass"** – Jedes Produkt nimmt über seine Entwicklung, Herstellung, Nutzung und Entsorgung vielfach an den globalen gesellschaftlichen und ökologischen Prozessen teil und schafft Probleme. Mit mehr Transparenz könnte Politik die Rahmenbedingung in Gesetzen, Verordnungen und Steuern daran ausrichten und indirekte Kosten nach dem Verursacherprinzip auf die verursachenden Branchen, Prozesse und Produkte umlegen.

Es soll eine offene Datensammlung mit vielen aktiven Partnern in Gang gesetzt werden, die Informationen zur Ressourcenintensität von Regionen, Branchen und Produkten aus verschiedenen Quellen zusammenführt. Ein Produktepass gibt dann an, wie viel Material, Energie, Wege, Fläche, Arbeit und Kapital z.B. direkt und indirekt in ein Produkt einfließen. Methodik und Werkzeuge stammen aus kleineren Projekten, die in dieselbe Richtung zielen. Vernetzung bisher mit Bio-Forschung, Ressourcen-Management, Ernährungs-Ökologie und ökologischem Fußabdruck. Prof. Hellmut Körber www.flexinfo.ch (30')

3.) **"cleanEuro -fair, öko, nahe - Orientierung für VerbraucherInnen"** – mit dem "Futuro" und dem "cleanEuro" wurden bereits zwei Modelle entwickelt, die ökonomische, ökologische und soziale Faktoren berechnen können. Während der "Futuro" die Komplexität solcher Berechnungen ins Zentrum stellt, macht es der "cleanEuro" dem Verbraucher mit einer einfacheren Daumenregel leicht sich für oder gegen Produkte zu entscheiden. N.N. SOL bzw. Aufbruch, Wien / Österreich (www.nachhaltig.at, www.futuro-preise.at, www.cleaneuro.at) – angefragt (30')

4.) **"Die App zum True Prize"** - eines der modernsten Transparenzmodelle, das über ein Smartphone aufgerufen werden kann, lautet z.B. "Codecheck.info" und kann über den Strichcode eines Produktes Informationen über Inhaltsstoffe und deren Bewertung darstellen. Das Netzwerk mit namhaften Unterstützern (z.B. ökotest) existiert schon seit mehreren Jahren. Lutz Dziarnowski, The Foo e.V., www.befoo.de (20')

5.) **"Preisbildung und Formen der Gerechtigkeit"** - ethische, wirtschaftswissenschaftliche und juristische Fragen und erste Antworten zur Preisgestaltung. Dr. Hilmar Sturm, Geschäftsführer der Gesellschaft für Bürgergutachten (gfb), Vorstand des Instituts für Verbandsforschung und -beratung SVV, München (www.buergergutachten.com) (20')

6.) ... (weitere Impulsgeber werden erwartet)

Gegen 16:00 Uhr wird nach einer Pause über Synergien und Strategien zur Realisierung beraten.

Um 17:30 wird die "echologic-Plattform zum Austausch" zur nachhaltigen weiteren Bearbeitung des Themas vorgestellt. N.N. www.echologic.org

Das öffentliche Regionaltreffen am Abend beginnt gegen 18:00 Uhr mit einem Mitbringbuffet. Das Basicatering (Getränke,

Brot, Salat) wird von den Kollegen/innen ergänzt, die eine Kleinigkeit zum Essen beisteuern wollen.

18:30 Uhr wird mit einer neuen Vorstellungsrunde und der Zusammenfassung des Nachmittags begonnen, um weitere Anregungen zu vertiefen und direkt zu bearbeiten. Insb. methodisch-strategische Fragen zum Beteiligung, Vernetzung und freiwilliges Engagement zu fördern wird jetzt Schwerpunkt sein.

Um 21:00 Uhr endet das Treffen mit einer Abschluss-Feedback-Runde.

Ablauf Berlin

Der Workshop in Berlin am 26.4.2010 findet von 16:00 - 19:00 Uhr im Nebenraum eines Restaurants statt. Die Ortsangabe wird bei Interessenbekundung und Anmeldung weitergegeben: ir@oneaim.com). Getränke und Essen können direkt vor Ort erworben werden.

In kleinen Präsentationen à 10 Minuten können interessierte Teilnehmende über ihr Projekt / ihre Ansichten zum Thema informieren (Beamer vorhanden). Anschließend werden Assoziationen, Unterstützung und Kritiken zum Thema gesammelt und in einer offenen Diskussion im zweiten Teil besprochen.

1.) **"True Prizes – die Vision"** – ein Kostenmodell, mit dem Kunden wie Anbieter soziale, ökonomische und wirtschaftliche Faktoren erkennen können (vgl. Einleitung). Ingmar Redel, www.echologic.org

2.) **"Fairvenience – Aufbau einer Non-Profit Bio+Fair-Agentur"** – Transparenz-Modell, das möglichst detaillierten Aufschluss über die tatsächlichen Bedingungen geben wird, unter denen das Produkt in den Laden / Handel gekommen ist. Mehrere Symbole die jeweils einen Prozentwert darstellen

geben Auskunft über ökologische und soziale Auswirkungen. Chris und Andi Brückenschläger, www.fairvenience.de

3.) **"Methods in Building Green Leadership"** – Bottom-up Strategien aus dem Green City Modell aus Bristol. David Saunders, Umweltberater und -trainer, Bristol City Council / Green Capital Momentum Group, Bristol / England (www.egregoria.org) -> angefragt

4.) **"Einführung in die echologic.org – Plattform zum Austausch"** – Webtools zur nachhaltigen Bearbeitung des Themas. Jan Linhart www.echologic.org

KONTAKTE & Anmeldungen

München

Wolfgang Fänderl
Netzwerk Gemeinsinn e.V.
c/o Ökologisches Bildungszentrum München
Engschalkingerstr. 166
81927 München
Tel.: +49/89/95422911
Fax: +49/89/41155290
Mobil: +49/179/5319938
www.netzwerk-gemeinsinn.net

Berlin

Ingmar Redel
OneAim.org | World Synergy Network
Tel.: +49/30/64826657
ir@oneaim.org
www.echologic.org

Kommissionsdienststellen veröffentlichen Analyse der wichtigsten innovativen Finanzierungsmöglichkeiten

Die Europäische Kommission hat heute ein Arbeitspapier zur Bewertung der wichtigsten innovativen Finanzierungsquellen, die derzeit diskutiert werden, veröffentlicht. Aus der Analyse geht hervor, dass bei einigen Instrumenten ein doppelter Nutzen erzielt werden könnte, nämlich eine Erhöhung der Einnahmen und eine Verbesserung von Markteffizienz und Stabilität, vor allem indem das Risikoverhalten im Finanzsektor oder bei CO₂-Emissionen mit einem Preisticket versehen wird. In der Analyse wird ferner betont, dass die globale Koordinierung für eine erfolgreiche Umsetzung der meisten innovativen Finanzierungsinstrumente von grundlegender Bedeutung ist. Zugleich sollten jedoch allein auf EU-Ebene getroffene Maßnahmen nicht ausgeschlossen werden.

6. APRIL 2010

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/405&format=HTML&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

Europäische Kommission drängt auf soziale Integration der Roma

Die Roma-Gemeinschaften, größte ethnische Minderheit in der Europäischen Union, sehen sich nach wie vor mit hartnäckiger Diskriminierung und Segregation konfrontiert. In einem heute veröffentlichten Bericht fordert die Europäische Kommission die Mitgliedstaaten nachdrücklich auf, EU-Mittel für die gesellschaftliche und wirtschaftliche Integration der Roma zu nutzen. Der Zugang dieser Gemeinschaften zur Beschäftigung und zu nicht segregierten Bildungsmöglichkeiten, Wohnungen und Gesundheitsdiensten ist für ihre gesellschaftliche Integration unerlässlich, heißt es im Bericht. Mitgliedstaaten und EU-Institutionen sind gemeinsam für die Integration der geschätzten 10 bis 12 Millionen Roma – das entspricht in etwa der Bevölkerungszahl Belgiens oder Griechenlands – verantwortlich. In einem getrennten Bericht wird bewertet, welche Fortschritte in den letzten zwei Jahren erzielt worden sind. Die Teilnehmer des zweiten europäischen Gipfeltreffens zur Lage der Roma, das am 8. und 9. April in Córdoba (Spanien) stattfindet, werden diese Berichte prüfen.

7. APRIL 2010

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/407&format=HTML&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

Fusionskontrolle: Kommission gibt grünes Licht für geplantes Joint Venture von Bosch, Deutz und Eberspächer

Die Europäische Kommission hat die von den deutschen Unternehmen Bosch, Deutz und Eberspächer geplante Gründung eines Joint Venture im Bereich der Diesel-Abgasnachbehandlung für mobile straßenungebundene Maschinen und spezielle Nutzfahrzeuge nach der EU-Fusionskontrollverordnung genehmigt. Nach Prüfung des Vorhabens kam sie zu dem Schluss, dass das Joint Venture den wirksamen Wettbewerb im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) oder in einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern wird.

7. APRIL 2010

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/408&format=HTML&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

Umwelt: Sechs Finalisten treten an für den Titel der Grünen Hauptstadt Europas 2012 und 2013

Barcelona, Malmö, Nantes, Nürnberg, Reykjavík und Vitoria-Gasteiz sind vom Prüfungsgremium zu Finalisten im Wettbewerb um den begehrten Titel der Grünen Hauptstadt Europas gewählt worden.

9. APRIL 2010

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/410&format=HTML&aged=0&language=DE&guiLanguage=en>

Eurobarometer: EU-Bürger schlecht über Biodiversität informiert

EU-Kommission startet Sensibilisierungskampagne

Die EU-Kommission hat eine Eurobarometer-Umfrage veröffentlicht, die zeigt, dass viele Europäer nicht wissen, was Biodiversität bedeutet, und nicht genügend über den Verlust an Biodiversität Bescheid wissen. Parallel dazu hat die Kommission eine Kampagne gestartet, um die Öffentlichkeit über den Verlust an Biodiversität in der EU zu informieren.

Hierzu erklärte EU-Umweltkommissar Janez Potočnik: „Die Biodiversität ist der natürliche Motor unserer Zukunft, und wir müssen lernen, behutsam mit ihr umzugehen. Ich hoffe, dass diese Kampagne dazu beiträgt und für die Notwendigkeit sensibilisiert, die natürliche Umwelt, von der wir abhängig sind, besser zu behandeln.“

Neue Untersuchungen zur Sensibilisierung für die Biodiversität

Die jüngste Eurobarometer-Umfrage zeigt, dass sich die meisten EU-Bürger auf dem Gebiet der Biodiversität nicht sehr gut auskennen. Die neue Umfrage über die Einstellung zur Biodiversität macht deutlich, dass nur 38 % der EU-Bürger überhaupt wissen, was dieses Wort bedeutet, wobei weitere 28 % den Begriff zwar gehört haben, aber nicht wissen, was damit gemeint ist. Die Mehrzahl der Befragten hält den Verlust an Biodiversität zwar für ein ernstes Problem, glaubt aber nicht, persönlich davon betroffen zu werden, wogegen nur 17 % der Auffassung sind, dass sie die Folgen bereits zu spüren bekommen. Als größte Gefahr für die Biodiversität nen-

nen 27 % die Umweltverschmutzung und 26 % vom Menschen verursachte Katastrophen. Als Hauptgrund dafür, dass sie nichts gegen den Verlust an Biodiversität unternehmen, führen die Befragten an, nicht zu wissen, was sich dagegen tun lässt.

Die Sensibilisierungskampagne der Kommission

Die EU-weite Kampagne, die gleichzeitig mit dem von den VN ausgerufenen Jahr der biologischen Vielfalt stattfindet, soll das Bewusstsein für dieses Problem schärfen. Für diese Kampagne werden eine Website, ein Videoclip, PR-Aktionen, Straßenkunst und die Medien, einschließlich der neuen sozialen Medien, herangezogen. Die Kampagne soll den Bürgern in erster Linie deutlich machen, wie sich diese Verluste auf ihr tägliches Leben auswirken. Dabei soll insbesondere gezeigt werden, was sie selbst tun können, um diese Verluste zu verhindern. Motto der Kampagne ist „Biodiversität – das geht uns alle an“.

Hauptanliegen ist es, die Bürger mit dem Problem/der Fragestellung der Biodiversität besser vertraut zu machen und dafür zu sorgen, dass sie die möglichen Folgen des Verlusts der Biodiversität verstehen und dagegen etwas unternehmen können.

Die Kampagne hat auch eine pädagogische Zielsetzung: Vermittelt werden sollen die Vorteile der Biodiversität, insbesondere die Ökosystemleistungen und die Gefahren, wenn



APRIL 2010

diese wegfallen. Ziel ist, die Bürger stärker dafür zu sensibilisieren, was sie selbst unternehmen können, um diesen Verlust einzudämmen und zu verhindern. Ein Leitthema dabei ist die Vernetzung und wechselseitige Abhängigkeit.

Hintergrund: die Gefährdung der Biodiversität

Weltweit ist die Biodiversität in großer Gefahr: Der Artenverlust verläuft 100- bis 1000-mal schneller als normal. Mehr als ein Drittel der untersuchten Arten sind vom Aussterben bedroht, und schätzungsweise 60 % der weltweiten Ökosystemleistungen wurden in den vergangenen 50 Jahren geschädigt. Diese Verluste sind durch die Tätigkeit des Menschen verursacht, durch veränderte Landnutzung, Raubbau, nicht nachhaltige Praktiken, Umweltverschmutzung und Einschleppung invasiver Arten, die zur Zersplitterung, Beeinträchtigung und Vernichtung von Lebensräumen und Arten geführt haben. Ein weiterer Faktor ist der Klimawandel.

Mitte März haben die EU-Umweltminister über ein neues Ziel für die Biodiversität beraten und vereinbart, dem Verlust der biologischen Vielfalt und der Verschlechterung der Ökosystemleistungen Einhalt zu gebieten und diese Leistungen bis 2020 soweit wie möglich wieder herzustellen. Außerdem haben sie sich als langfristiges Ziel für 2050 darauf geeinigt, dass die biologische Vielfalt geschützt, geachtet und in angemessener Weise wieder hergestellt werden soll. Ferner forderten sie, die Ziele für die Biodiversität stärker und deutlicher in die verschiedenen EU-Politiken und –Maßnahmen einzubeziehen. Die Schlussfolgerungen des Rates „Umwelt“ wurden von den EU-Staats- und Regierungschefs am 26. März befürwortet. ■

Weitere Informationen unter:

Website der Kampagne: www.weareallinthistogether.eu

Neueste Eurobarometer-Umfrage zur Biodiversität:

http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm

Schlussfolgerungen des Rates zur Biodiversität:

<http://register.consilium.europa.eu/pdf/de/10/st07/st07536.de10.pdf>

EU-Naturschutzpolitik:

http://ec.europa.eu/environment/nature/index_en.htm