„GREENWASHING
-
Echte Nachhaltigkeit oder der grüne Anstrich

Marco Walter
ECOCAMPING e.V.

Naturschule Konstanz
18.01.2013

© ECOCAMPING

Gliederung

- Vorstellung
- Was ist Greenwashing?
- Hauptthemenfelder
- Typische Kennzeichen
- „Öko“- Auszeichnungen
- Erkennen und hinterfragen
- Quellenverzeichnis und weitere Informationen
- Diskussion

© ECOCAMPING

ECOCAMPING e.V.

Nachhaltigkeit lernen
Weltdekade der Vereinten Nationen 2005-2014
Bildung für nachhaltige Entwicklung
UNESCO
Offizielles Projekt der Weltdekade 2009 / 2010

Klimafreundlicher Betrieb
zertifiziert durch ECOCAMPING e.V.

EMAS

ServiceQualität DEUTSCHLAND

Verein zur Förderung von Umwelt- und Naturschutz, Sicherheit und Qualität in der Campingwirtschaft

20 Mitgliedsorganisationen

14 Fördermitglieder

252 CPs im ECO Netzwerk

Analyse
Beratung
Schulung
PR & Marketing
Lobbying

Auszeichnung ECOCAMPING MANAGEMENT

© ECOCAMPING

Was ist Greenwashing?

- „Grünwaschen“ – analog zu „white washing“
- Reihe von PR-Methoden mit dem Ziel, ein Unternehmen verantwortungsvoller und ökologischer darzustellen <u>als es ist</u>

© ECOCAMPING

Hauptthemenfelder

- Wo findet Greenwashing hauptsächlich statt?
  - Energiebranche (Öl- und Stromproduzenten)
  - Mobilitätsbranche (Fluglinien, Autoindustrie)
  - Textilbranche
  - Teilweise auch Ernährungssektor

  → Vor allem energieintensive Sektoren

© ECOCAMPING

Typische Kennzeichen von Greenwashing

1. Selektive Darstellung der Realität

- Fakten meist nicht direkt falsch, aber auch nicht im Gesamtkontext eingeordnet
- Relative Zahlen vs. absolute Zahlen
- Modellprojekte vorgestellt, alles Negative ausgeblendet

„Wem der Klimaschutz am Herzen liegt, kann sich nicht der Einsicht verschließen, dass Kernkraft und erneuerbare Energien einen großen Beitrag bei der Vermeidung von CO2 leisten“. – Deutsches Atomforum e.V.

© ECOCAMPING

Typische Kennzeichen von Greenwashing

2. Übernahme ökologischer Sprach- und Bildmuster

- „Nachhaltigkeit“, „Fairness“, „Umweltschutz“ oder „Zukunftsfähigkeit“ – Begriffe werden abstrakt/sinnentleert benutzt
- Die Farbe Grün, der Bezug zur Natur werden inflationär benutzt, wie alles mit dem Wort im Namen – natürlich, naturnah, natürlichen Ursprungs etc. sind schwammig und ungenau

© ECOCAMPING

Typische Kennzeichen von Greenwashing

3. Bildsprache

- Bäume, grüne Landschaften, blauer Himmel, die Sonne ….

© ECOCAMPING

Typische Kennzeichen von Greenwashing

4. Betonung technischer Lösungen

- Technische Entwicklungen als Problemlöser – auch wenn noch nicht erprobt, nicht sicher oder erst in weiter Zukunft einsetzbar

© ECOCAMPING

Typische Kennzeichen von Greenwashing

5. Ausblenden öffentlicher Debatte

- Kein Bezug zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Diskussionen
- Die Unternehmen „handeln aus eigenem Antrieb“ und „brauchen keine gesetzlichen Vorschriften“
- Niemand soll darüber nachdenken, ob strengere öffentliche Richtlinien oder Vorgaben sinnvoll wären

Punkte 1-5 nach Müller 2007, S. 24

© ECOCAMPING

Greenwashing oder Einstieg ins Thema?

Beispiele:

- Nestlé: 30% weniger Plastik in der Flasche durch verbesserte „schlanke Form“. Grund, sich mit „ECO-Shape“ und Nachhaltigkeit zu brüsten?
- Volvic und die Natur – Spendenaktionen unter Greenwash-Verdacht
- Tierischer Sammelspaß mit Rewe und dem WWF?

© ECOCAMPING

„Öko“-Auszeichnungen

- Auch mit Auszeichnungen wird häufig ein „grüneres“ Image vermittelt.
- Bekanntes Beispiel: EMAS wird für die Einführung eines Umweltmanagement- und Auditsystems vergeben – auch an Atomkraftwerke und Uran-aufbereitungsanlagen.

EMAS
GEPRÜFTES UMWELTMANAGEMENT

Bild: www.emas.de

© ECOCAMPING

Erkennen und Hinterfragen

- Wie erkennt man Greenwashing? Faustregel:

Kritisch sein und bleiben
&
Alternative Informationen einholen

© ECOCAMPING

Erkennen und Hinterfragen

- Gesamtkontext herstellen – Verhältnis vorgestellter Projekte zum Gesamtumsatz?
- Mitgliedschaften in Lobbyorganisationen?
- Umweltunfälle, Skandale?
- Globales Handeln anders als nationales?
- Umgang mit Kritikern?

Nach Müller 2007, S. 25

© ECOCAMPING

Erkennen und Hinterfragen

- Aktionsmöglichkeiten: Leider eingeschränkt
  - Beschwerde beim Deutschen Werberat wegen irreführender Werbung → selten Erfolg
  - Gegenöffentlichkeit schaffen, Aufklärung vor Ort – Engagement und Aktivismus
  - Politische Aktivität
  - Kritische Begleitung der Medien

Nach Müller 2007, S. 25 f.

© ECOCAMPING

Informationsmöglichkeiten

- Ausführliche und gute Studie von LobbyControll: „Greenwashing in Zeiten des Klimawandels“, Ulrich Müller 2007 (www.lobbycontroll.de)
- Der Klima-Lügendetektor:
  www.klima-luegendetektor.de
- Viele Hintergründe und Strategien zum Erkennen: www.greenwashingindex.com

© ECOCAMPING

Gibt es noch Verständnisfragen vor der Diskussion?

© ECOCAMPING

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

© ECOCAMPING

Diskussion

- Greenwashing – Irreführende Werbung wie andere auch?
- Welche Beispiele für Greenwashing sind Ihnen schon aufgefallen?
- Gibt es auch lokale Vorfälle in unserer Region?
- Was kann man tun, wie kann man aufklären?

© ECOCAMPING