

Falter Podcast werden durch Werbung unterstützt. Das hilft bei der Finanzierung unseres journalistischen Angebots.

Das Internet kann ein richtig toller Ort sein und für die meisten von uns ist es einfach ein ganz normaler Teil unseres Lebens.

Den Überblick über alle Risiken zu behalten ist aber nicht immer ganz so einfach.

F-Secure Total bietet deshalb eine Komplettlösung für deine digitale Sicherheit, auf allen Geräten.

Die App bietet Virusabwehr, einen VPN, ein einfaches Passwortsystem, Schutzverdatenklau und für alle mit Kindern ein einheitliches Kinderschutzsystem für Handy, Tablet und Laptop und das alles in einer einzigen App.

Mit dem Code Falter55 können neue Kunden in Deutschland und Österreich F-Secure Total jetzt um 55% günstiger bekommen.

Dafür einfach auf [f-secure.com](https://f-secure.com) vorbeischaun und den Herabattcode eingeben.

Den Code Falter55 kannst du bis 8. Mai einlösen auf [f-secure.com](https://f-secure.com).

Falterrado, der Podcast mit Raimund Löw.

Sehr herzlich willkommen im Falterrado, der fossile Lobbyismus des Ölzeitalters ist das Thema dieser Sendung, wie sich die fossile Industrie des Greenwashings bedient und wie sie ihre Lobbemacht einsetzt und was man ihren Strategien entgegensetzen könnte.

Das wird in der roten Bar des Wiener Volkstheaters diskutiert, in einer Expertenrunde mit Falterredaktorin Katharina Krobshofer, die Sie gleich zu Beginn hören.

Im Jahr 1968 finalisierten die zwei Wissenschaftler Elma Robinson und R.C. Robbins das US-amerikanischen Stanford Research Institute einen Bericht.

Der Bericht war für das American Petroleum Institute. Sie schrieben von gasförmigen Schadstoffen in Atmosphäre und CO<sub>2</sub> als Zitat, einzigen Schadstoff in der Luft, das auf der Basis von langen wissenschaftlichen Erkenntnissen eine globale Bedeutung für die Umwelt des Menschen hat.

Und die beiden Forscher ergänzten noch eine ganz andere wichtige Sache, dass die Geschwindigkeit dieser Akkumulationen an CO<sub>2</sub> sehr stark von den Emissionen aus fossilen Brennstoffen abhängt.

Erst 2017 fanden Journalistinnen heraus, wie sich diese fossilen Unternehmen, darunter Exxon Mobil, schon damals einem Playbook, also einem Skript bedienten, das bereits die Tabakindustrie verwendet hatte.

Sie begannen, Skepsis zu streuen, Unsicherheiten in den Klimamodellen zu betonen und Schuld- und Veränderungsmechanismen auf individueller Ebene zu propagieren.

Erst vor zwei Wochen kamen übrigens Studien heraus, die zeigten, wie akkurat diese Vorhersagen damals eigentlich schon waren.

Wir sind heute hier um genau über dieses Playbook, also diesen Mechanismen und die Folgen für uns alle zu sprechen.

Deswegen begrüße ich hier auf dem Podium, ich fange ganz drüben an, Ariate Neureiter.

Sie ist Bredog am Institut für Publicistik und Kommunikationsmenschmente Universität Wien und forscht zu strategischer Nachhaltigkeits, Kommunikation und Grüner Werbung.

Ursula Bittner ist Wirtschaftsexpertin bei der Umweltorganisation Greenpeace und arbeitet dort zu Themen wie die Liste des langen Demokratie, Zivilgesellschaft, Greenwashing, Lieferketten, Landwirtschaft, Universität, habe ich was vergessen? Nein, was?

Genau, und Patrick Schärfer ist Politikwissenschaftler am Institut für Wald-, Umwelt- und Ressourcenpolitik der Universität für Bodenkultur

und forscht zu österreichischer und europäischer Umwelt- und Energiepolitik sowie partizipativer

Demokratie. Willkommen.

Ich möchte eine Frage stellen eigentlich an alle, schon wie wer zuerst antworten will. Wir haben nämlich jetzt viel von der Vergangenheit gehört, von diesen Mechanismen.

Wie können wir verstehen, wie setzen diese fossilen Unternehmen weiterhin auf diese Mechanismen und wie sehr beeinflusst das unseren Alltag?

Also wie sehr gilt dieses Playbook?

Ich möchte auch ein Bild gleich skizzieren, dass ich habe mich vorher geoutet, dass jemand, der aus Schwäbisch kommt und dessen beide Schwäger sogar bei der OMV arbeiten.

Wenn Sie schon mal bei der OMV vorbeigefahren sind, am besten am Abend oder in der Nacht, dann ist die Helle erleuchtet.

Entweder auf der A4 mit Auto, also fossilbetrieben, oder mit grünen Strom mit der ÖBB entlang der S7.

Dann sehen Sie dort irrsinnig viele Rohre, die miteinander verbunden sind.

Und das ganze System, das hier aufgebaut wurde innerhalb der OMV, vergleiche ich gerne mit dem System, das wir als fossiles System eben kennen,

im 20. Jahrhundert und jetzt auch noch im 21. Jahrhundert, Rohre, die sehr fix miteinander verbunden sind.

Wir sprechen gerne in der Politikwissenschaft von sogenannten Pfadabhängigkeiten.

Das sind institutionelle Pfadabhängigkeiten, aber auch gesellschaftliche Pfadabhängigkeiten, wir sind davon abhängig.

Und es ist schwer, dieses System zu verändern.

Im Moment, ja, man kann so einen kleinen Schrauben drehen und man kann mal ein Rohr austauschen, aber das ganze System und wir brauchen disruptive, also wir brauchen große Veränderungen, das lässt sich eben nicht so schnell verändern.

Und das ist ein grundsätzliches Problem und das Schöne ist, und wir sollen ja auch über schöne Dinge sprechen, der derzeit eben den letzten Jahren intensivierte Klimaaktivismus führt dazu, manche dieser Stellschrauben und manche dieser Rohre zumindest eingebohrt werden und zumindest auch durchschnitten werden, wenn nicht sogar manche Rohre auch ausgetauscht werden. Und daran gilt es weiter zu arbeiten.

Und wie viel davon ist schon bekannt jetzt auch, du fährst ja auch auf ganz viele Konferenzen, wo das diskutiert wird.

Ist das allen eigentlich klar, was diese Mechanismen sind oder wie sie dappt man da im Dunkeln oder versucht irgendwie herum zu tanzen?

Naja, was man irgendwie verstehen muss und das, was du jetzt einladend noch gesagt hast, ist, dass warum sind wir so wenig weit auch beim Klimaschutz, wie wir es derzeit sind.

Wir wissen seit Daumen mal Pi jetzt 50, 40 Jahren eigentlich, wie schlecht es gestellt ist um unseren Planeten, wenn wir so weitermachen, wie bisher, wenn wir weiter bohren nach fossilen Energieträgern.

Und die fossile Lobby hat es eigentlich geschafft, Gesetze zu verhindern, mit tiefen Strategien daran zu arbeiten, dass es nicht zu den notwendigen Gesetzen kommt und zu den notwendigen Umstrukturierungen.

Wie einladend erwähnt, es ist wissenschaftlich bewiesen, die Ölmultis, die CEOs haben das gewusst und anhand dieses Wissens daran gearbeitet, uns davon abzuhalten, dass wir wirklich etwas tun.

Und erst, wie jetzt der Klimaaktivismus oder das Bekanntwerden um unseren Planeten haben sie

eigentlich ihre Strategie verändert.

Vorher, ich sag ungern Klima-Leugner, weil sie waren ja keine Leugner, es war ja nicht so, dass sie es geleugnet haben, sondern sie haben es decidiert gewusst und haben einfach eine Misleading oder eine irreführende Kampagne geführt.

Und jetzt machen sie im Prinzip einen Strategiewechsel und suggerieren uns, sie haben sie im Griff. Es ist alles under control, wir sind die Grünen, wir haben die Schmetterlinge und die Flügel, die in den Werbekampagnen fliegen und wir lösen das Problem.

Und sie tun de facto halt gar nichts.

Also wenn man sich auch die Zahlen anschaut, Werbekampagnen, 70, 80 Prozent ihrer Werbebudgets gehen in grünes Marketing, um zu zeigen, es ist alles in Butter und wir brauchen noch keine strengen Gesetze,

treten überall auf in großen Lobbygruppen, also erst bei der letzten Klimakonferenz und bei der vorletzten wäre die fossile Industrie die größte Lobbygruppe gewesen.

Also würde es mit jedem anderen Land vergleichen, die fossilen waren einfach die größte Delegation, die bei diesen Konferenzen waren und da arbeiten sie halt sehr stark daran, dass es zu keinen strengen und starken internationalen Abkommen kommt.

Und das nennt man ja auch Deep Greenwashing, einerseits zu sagen, wir wollen die Welt retten und andererseits aber gegen strengen Gesetze ankämpfen.

Und wie bewusst das schon ist, ich glaube schon, dass es ein größeres Bewusstsein gibt, aber gleichzeitig ist jetzt letzte Woche die Zahl rausgekommen, 1.000 Milliarden US-Dollar sind jetzt fossile Energieträger subventioniert worden.

Also irgendwie fragt man sich, dann ist es vielleicht doch nicht angekommen, aber natürlich diese tiefe Strategie führt halt auch dazu, dass fossile Energieträger, wir sehen sie auch immer überall als Sponsoren, nicht nur bei Kultur und Kunst und überall oder Sport, sondern natürlich auch bei Politikerinnen und Politikern und finanzieren halt sehr viele Parteien auch und das dem heraus schleppt sich halt auch diese Transformation, die wir so dringend notwendig haben, in die weite Ferne.

Können wir gleich nochmal über Lobbyismus sprechen, aber ich glaube Grüne Werbung ist eh genau dein Stichwort, Magst du uns ein bisschen erzählen, wo man das überall sieht oder wie breit das sieht?

Genau, ich schließe da ganz was an, vielleicht auch aus der konsumierenden Sicht und Perspektive. Also früher war Werbung in diesem Energiesektor eher noch so auf die Energiesicherheit bedacht, es wird klargestellt, dass Industriestaaten Energie haben und weiter wirtschaften können mit Energie.

Also ein Sicherheitsgefühl auch erzeugt, wir sind da und wir sind bereit. Und jetzt hat sich das eben durch dieses Umweltbewusstsein, dass so stark jetzt hervorkommt und auch durch die Medien, die das Thema eben vermehrt aufgreifen.

Politik greift ja auch das Thema nochmal auf, also in aller Wunde hat sich die Werbung auch verändert. Also Unternehmen und auch Unternehmen, die von Natur aus Produkte oder Services anbieten, die umweltschädlich sind, haben vermehrt diese grünen Claims auch, dass sie sagen, okay, wir sind,

eigentlich nicht umweltschädlich, also es wird gar nicht angesprochen, was an Schaden hier entsteht, eigentlich durch ihre Produktionen, sondern eher nur das gute hervorgehoben.

Und das kann man auch beobachten, dass sie viel CSR, CSR Werbung machen, also Corporate Social

Responsibility Werbung und das auch großartig kommunizieren.

Also sie können schwer sagen, unsere Produkte sind grün und nachhaltig, weil es geht auch schwierig jetzt im Bereich Benzin. Dafür sagen es eher, wir engagieren uns breit gefächert für die Gesellschaft, also wir geben mir was zurück.

Wir pflanzen zum Beispiel Bäume oder wir investieren in Naturprojekte oder Forschung, die eventuell hier nochmal Input gibt für weitere Technologien, weil so weit sind wir noch nicht, aber rundherum gestalten wir uns eben hier in dem Prozess.

Und das wirkt natürlich auch sehr persursiv, also beeinflussend, auch auf Konsumierende und hält natürlich das gute Image, auch von Energiekonzernen zum Beispiel hoch.

Also es geht nicht total in den Keller dadurch, das heißt Kommunikationsarbeit wird viel betrieben und auch relativ gut betrieben, also viel investiert, wie hier auch schon genannt wird.

Für Konsumierende per se hat das natürlich auch das, also die haben natürlich auch das Gefühl, wenn sie diese grüne Botschaften sehen, ah, da wird wirklich was gemacht. Und das enthält auch Optimismus und führt zu Optimismus, das prinzipiell auch zum Beispiel bestimmte Klimaziele noch weiter eingehalten werden können.

Aber da können wir vielleicht eh noch später zu genauen Studienergebnissen erst dazu kommen. Vielleicht noch ein Aspekt, der mir persönlich sehr oft auffällt, ist dieser Fokus darauf, dass jetzt eh in erneuerbare Energien investiert wird.

Und vielleicht können wir das noch gemeinsam kurz einordnen, wie viel das wirklich gemacht wird und ob das quasi signifikant ist im Vergleich, was sonst die Aktivitäten sind, diese Unternehmen. Weiß nicht wer mag.

Also es gibt eine Zahl, wo ich jetzt nicht ganz sicher bin, waren es 90%, 97% Shell und Exxon, die investiert haben in Ölbohrungen, Gasbohrungen.

Also das sind dann die restlichen 3%, ich weiß nicht, wo sie da investieren, aber vielleicht irgendwas Erneuerbares.

Aber was sie natürlich schon machen, ist, dass sie dann so Sachen wie Agro-Dreibstoffe groß publizieren, in Algen investieren, wo man dann auch investieren, viel, viel mehr in Marketingwerbung als in Algen oder möglichen, also sozusagen erneuerbare Träger sind.

Also wie Algen halt wehren oder Agro-Dreibstoffen.

Agro-Dreibstoffe weiß man ja auch, nicht alle natürlich, aber viele, dass das ja auch prime Rohstoffe sind, die in den Tank fließen, die Energieeffizienz total schlecht ist, weil um Weizen, Mais, Soja anzubauen, brauche ich ja auch Energie.

Und oft ist dieser Return von Energy sogar geringer, als eigentlich, als man in den Plus aussteigt.

Dann wird natürlich wieder argumentiert, man verwendet ja nur Reststoffe, was dann auch irreführend ist, weil diese Produkte schon den Treiber haben, Agro-Dreibstoffe zu werden.

Und das muss man sich auch vorstellen, in Zeiten wie im letzten Jahr, wo es extreme Trockenheit gab, wo wir einen Krieg haben von Russland gegen die Ukraine, wo wir Energie knappert haben und dann vertanken wir, also nicht Energie knappert auch, aber Ernährungsknappe zugeriert worden ist. Man muss auf Biodiversitätsflächen jetzt Lebensmittel anbauen, weil die Umwelt schützen, das muss man ja eh nicht, und dann vertanken wir die Lebensmittel.

Das ist total verkehrt und das ist aber für einen Konsumenten oder einen Konsumenten extrem schwer zu durchschauen, denn wir wären auch auf der Tankstelle gezwungen, diese Agro-Dreibstoffe dabei zu haben, weil sie einfach beigemischt werden.

Und was ich noch dazu sagen wollte auch dieses Thema Konsumenten-Konsumenten, das war ja

auch BB in den 2000er Jahren, das System oder das Bild des CO2-Fußabdrucks entwickelt haben, um uns zu sagen, schaut's auf euren CO2-Fußabdruck.

Ihr müsst ja nur nachhaltig agieren, ihr müsst nur grün agieren, dann ist alles in Ordnung und das ist so eine große Green-Washing-Strategie, die ganz viele Unternehmen machen.

Wir haben's letzte Woche erst gesehen bei der AUA wieder, die sagt, ihr müsst ja nur Green-Tariffs kaufen, dann ist alles gut.

Und eigentlich, wenn Sie es ernst meinen würden mit der Nachhaltigkeit, wenn Sie wirklich was transformieren wollen, dann müssten Sie eigentlich das Geld, was Sie einnehmen, grundsätzlich verwenden, um einen Systemwandel herbeizuführen.

Und das tun Sie nicht, sondern Sie schieben immer die Verantwortung auf den Konsumenten, da gibt es Zickbeispiele, also H&M mit der Conscious Collection, alle grünen, gelabelten Produkten. Also sie sind immer wir, die was verändern müssen. Aber die großen Gewinne werden dann halt bei den COs und den Shareholders abgeschöpft und die dürfen sich auf keinen Fall verringern.

Und das Konzept des Neoliberalismus ist ja auch keine Regulierungen, Freiwilligkeit, wir regeln das Ganze schon.

Und so führt das halt dazu, dass sich halt auch nichts verändert.

Ich möchte noch hinzufügen, weil ich vorhin über diese Pfadabhängigkeiten gesprochen habe. Es ist augenscheinlich, dass diese Unternehmen, also diese großen Unternehmen sind auch immer auch die weltweit die im stärksten agierenden und von der Unternehmensstruktur her ganz wichtige, wir reden nicht mehr über Microsoft, Amazon etc.

Aber BB, Shell, Exxon etc. sind die großen Player am Markt. Und die schaffen es nicht, obwohl sie eben in eine Neuerbare auch investieren, an ihren ursprünglicher Unternehmensphilosophie einfach irgendwie abzurücken davon.

Das ist immer gewinnorientiert und das ist immer auf einen Ressourcenextraktivismus, also auf eine Ressourcenausbeute ausgelegt.

Und das kann man auch im erneuerbaren Bereich machen.

Wir haben nicht unendliche Ressourcen, auch nicht im erneuerbaren Bereich, um Photovoltaikanlagen und Windkraftanlagen zu bauen.

Und das ist eine globale Gerechtigkeitsfrage.

Und wenn diese Unternehmen glauben, wir können in diesem Sektor, ja, wir brauchen mehr Neuerbare hier, die Ausbeutung weiter voran zu treiben, dann ist das kein Modell, das global ausdehnbar ist.

Ein Beispiel, das ich gerne bringe, möchte ich noch hinzufügen, das ist das mit den grünen Strom. Viele von uns haben sicher zu Hause grünen Strom.

Schauen Sie mal nach, ob ihr Unternehmen ja nicht auch in der Gesamtunternehmensstruktur, auch anderen Strom aus Kohleverstromung aus Deutschland oder Atomstrom eben aus den Nachbarländern herstellt, verkauft.

Es gibt in Österreich noch ganz, ganz wenige Greenbees, macht das ja auch immer so schön, ganz, ganz wenige wirklich Grünstromanbieter.

Wir werden da als Konsumentinnen immer verarscht und ja, da haben wir Wasser und da habt's euren grünen Strom und euren fern Strom, aber ganz wenige Unternehmen haben wirklich, sind wirklich die Grünstromanbieter.

Sondern den Kundinnen, die es interessiert, wird eben dieser grünen Strom verkauft und den anderen, die es nicht interessiert, das heißt Unternehmen, Industrie etc., wird eben der andere

Strom verkauft.

Und damit haben wir eigentlich am Ende des Tages auch keine wirkliche Wahl, weil diese Unternehmen an sich müssten sich ändern und nicht, dass wir jetzt unseren sozusagen als Konsumentin zu Hause unseren grünen Strom beziehen.

Wir reden jetzt immer von Unternehmen. Kann man da wirklich alle mit dieser Geschäftsstrategie einen Pop stecken?

Willst du Namen hören?

Gerne, oder gibt's ein paar positive Beispiele in diesen Ganzen? Gibt's welche, die sagen so, okay, dass sie man zumindest Ansätze davon, dass sie mehr als 3% in der Neubei-Energie investieren? Ich glaube schon, dass die NGOs, also gerade Greenbees und WWF und andere, immer sehr schöne Listen auch produzieren. Also ich mag wirklich jetzt bewusst keine Namen nennen.

Ich habe daheim auch einen Anbieter, den ich jetzt gerne bewerben würde. Er kommt aus Kärnten, ist ein ganz kleiner.

Und da sind wirklich ein Grünstrom Anbieter zum Beispiel. Ja, aber einfach diese Listen auch heranziehen, wenn man diese Entscheidungen trifft.

Aber ja, das ist nur diese individuelle Entscheidung, um die soll es am Ende des Tages nicht gehen, sondern es soll um diese Systemtransformation gehen.

Und da brauchen wir die Unternehmen, da brauchen wir die Politik und da brauchen wir Organisationen und nicht die Individuen.

Ja, die Individuen arbeiten dort und leben dort, aber wir brauchen sozusagen das große und nicht dieses kleine. Also der CO2-Rechner von British Petrol, also jetzt heißen sie ja Beyond Petrol, die haben sich ja unbenannt.

Das ist, viele glauben doch immer, diesen CO2-Rechner, den sollen wir bedienen, ja bitte, verwenden Sie nicht.

Ja, schauen Sie sich das nicht an, in Österreich schaffen Sie eh nie nur eine Erde zu verbrauchen. Das schaffen Sie nicht in Österreich.

Das kann ich Ihnen garantieren. Da müssen Sie sich irgendwo einspinnen in eine Nische oder in eine Höhle, dann schaffen Sie es in Österreich.

Ja, bitte bedienen Sie nicht den CO2-Rechner.

Ich habe vielleicht auch noch eine kurze Anmerkung und zwar ein schönes Beispiel. Auch im Sektor von Energiekonzernen, also am Shell hat die Werbung gemacht.

Zum Beispiel, wenn man tanken geht, als Kompensation dafür kann man für jeden getankten Liter eine gewisse Summe noch extra aufzahlen und sich somit von der Schuld freisprechen, indem er eben noch mal zusätzlich zahlt dafür, dass dann Bäume geplant werden.

Und wie viel diese Kompensation jetzt wirklich Wettmacht von einem CO2 oder für den Umweltschaden angerichtet wird, das ist natürlich das Feld unter den Tisch total und da gibt es keine Aufklärung darüber.

Also der Hauptclaim und die Hauptbotschaft ist, du als Individuum kannst dich frei machen von deiner Umweltschuld, weil wir sind alle sehr umweltbewusst und kannst hier noch ein bisschen was investieren

und selber sozusagen zur verbesserten Umweltsituation beitragen. In Wahrheit weiß man das eben nicht, also da brauchst du wirklich NGOs oder Institutionen, die sich wirklich tiefer gehen, damit beschäftigen.

Aber von der reinen Kommunikationsperspektive ist das einfach eine Botschaft, eine Werbebotschaft

auch, die viele anzieht wahrscheinlich, aber wo definitiv einfach viel zu wenig Information auch fehlt für Konsumenten und Konsumentinnen,

dass sich da ein richtiges Bild zu machen und dann eine richtige, so eine bewusste Kaufentscheidung da zu fällen.

Wenn alle Schritte klar sind, läuft die Arbeit viel besser. Mit Asana können Sie Aufgabenteam übergreifend koordinieren und zielgerichtet planen.

So kann sich Ihr Team über bessere Ergebnisse freuen. Jetzt kostenlos testen unter [asana.com](https://asana.com).

Ich möchte gleich etwas dazu sagen. Also das ist das sogenannte Offsetting. Das ist auch das Ärgste, weil da wollen Unternehmen eben netto Null sein, netto Null CO<sub>2</sub>-Emissionen ausstoßen, net zero, wir sagen immer statt net zero real zero.

Und dieses Offsetting ist im Prinzip nichts anderes. Man macht sich eine CO<sub>2</sub>-Belanz von seinem Unternehmen, die ist gut oder nicht gut oder richtig oder nicht richtig. Es kann man oft, weiß man das auch nicht.

Es gibt ja Scope 1, Scope 2, Scope 3. Scope 3 ist eben das Beispiel, was ich als Autofahrer verbrenne, wenn ich von der OMV tanke.

Das kann man einrechnen, muss man dann vielleicht doch nicht einrechnen. Also es gibt auch totale Willkür in den Berechnungen, weil es einfach noch keine fertigen Standards gibt.

Und dann nimmt man sich diese Bilanz her und sagt dann, die nicht vermeidbaren Emissionen, whatever that is, also das ist dann auch nicht ganz klar, was ist denn nicht die vermeidbare Emission, die kompensiere ich dann.

Wir nennen das gerne einen modernen Ablasshandel, weil ich mache einfach, ich sündige und kaufe mich einfach nachher frei. Und dann bin ich auf den sogenannten Null.

Und das schlimme dazu, noch abgesehen, dass das systematisch der komplette Wahnsinn ist, weil wir eigentlich permanent CO<sub>2</sub> in die Luft jagen, mehr vielleicht noch als wir sonst würden, weil wir ja eh kompensieren.

Also da gibt es auch letztens erstes ein Report darüber rausgekommen von der Zeit und dem Guardian, dass man sieht, Gucci zum Beispiel hat viel mehr noch emittiert, als sie vielleicht hätten, wenn sie nicht kompensiert hätten, weil sie sich halt damit frei kaufen.

Und dazu kommt aber noch, dass diese Projekte auch absoluter Supergau aufziehen, also die sind sehr oft im globalen Süden.

Es werden Menschen, die sogar oft vertrieben aus ihren, wo sie halt leben.

Also es ist auch Biodiversitäts-Hotspots, die oft im globalen Süden sind, also Indigene vor allem lokale, sind die besten Hüter der Biodiversität.

Die werden dann oft vertrieben aus den Gebieten, wo sie leben, weil das muss man jetzt abriegeln und das ist ein Naturschutzgebiet von Firma XY.

Und dann gibt es aber auch noch andere Projekte im globalen Norden, wo man dann auf E-Autos umstellt, eine Flotte von der Feuerwehr oder ich weiß nicht, was LED-Lampen macht, schaut etwas anderes und da errechnen sich dann irgendwie aus, wie viel weniger CO<sub>2</sub> das ist und das wird dem Unternehmen dann angerechnet.

Ganz verstehe ich nicht, wie das funktioniert im globalen Norden, weil wir in unseren Klimazielen alles eingerechnet haben müssen im Land.

Das heißt, wir haben hier eine Doppelrechnung eigentlich, die dann kommt, also das Unternehmen und das Land z.B. Österreich reduziert gleichzeitig dieselben Emissionen.

Also wir haben dann am Papier mehr Reduktion, als wir eigentlich in der Realität haben.

Und das ist eigentlich komplett verrückt, diese Kompensationen.

Das heißt immer, wenn sie Klimaneutralität sehen können, sie von ausgehen, dass es Greenwashing ist, weil es einfach nicht geht.

Also wir stoßen halt einfach CO<sub>2</sub> aus. Wir müssen einfach reduzieren, reduzieren, reduzieren und vermeiden.

Ich habe gelesen, 85 Prozent, also bei 85 Prozent waren die Emissionen nicht wirklich eingespart.

Und ich glaube, es sind neun von zehn von diesen Aufforstungsprojekten, die dann nicht funktionieren, wo dann einfach falsche oder nicht artgerecht geplatzt wird.

Ja, ich meine, der Baum muss ja stehen bleiben für die Dauer der Kompensation.

Das ist, wenn der Baum vorher abbrennt wegen einem Waldbrand oder wegen irgendwas anderem, dann ist das ja wieder obsolet.

Und dann habe ich aber den Ausstoß gehabt, aber nie die Einsparung auf der anderen Seite.

Jetzt haben wir von Klimaneutralität auf Unternehmensebene gesprochen. Wie sieht das dann aber auch bei Staaten aus?

Ist das immer irgendwas, wo man sagen kann, oh je, das kann nicht funktionieren, können wir das noch ein bisschen einordnen?

Oder ist das ein Konzept, dass wir trotzdem brauchen, um auf den richtigen Pfad überhaupt zu kommen?

Ich glaube, das sind sich Politik und Unternehmen sehr ähnlich.

Beide verfolgen Strategien, die können jetzt im Bereich Greenwashing sein, aber auch durchaus Strategien,

die vernünftig ehrlich und konsequent sein können, aber immer mit diesem langen Zeithorizont.

Und im Endeffekt sind es dann immer nur Strategien.

Wenn es um die konkreten Maßnahmen geht, wie die Kollegin von Greenbiss so schön eben skizziert hat jetzt auch,

dann sind wir schwach, das ist auf österreichischer Ebene ganz fundamental zu sehen.

Wir haben dieses Ziel eben Klimaneutralität bis 2040, schaffen es aber nicht sozusagen einfache Gesetzes vorhaben,

wie eben das Zentrale Klimaschutzgesetz auch, wo es eben auch zu Sanktionsmaßnahmen geben kommen soll,

dann am Ende des Tages, wenn zum Beispiel Länder jetzt hier zwei Budget eben nicht einhalten, also Bundesländer,

dass wir das einfach nicht haben.

Und wenn wir jetzt ein erneuerbares Ausbaugesetz haben, ein ERG haben, dann betrifft das nur den Strombereich,

bitte nur den Strombereich und nicht den Wärmebereich und nicht den Verkehrsbereich.

Und ich kann schon nicht mehr hören, dass wir immer nur über Strom reden.

100% bilanziell erneuerbare Strom in Österreich bis 2030 zu erreichen.

Ja, bitte, das ist wirklich kein Meilenstein, das schaffen wir.

Das ist nicht schwer, wir sind jetzt schon bei 80% und die letzten 20% die Wärme schaffen.

Aber in den anderen Bereichen, im Wärmebereich und im Verkehrsbereich sind wir einfach viel zu weit weg.

Im Wärmebereich passiert jetzt etwas aufgrund von anderen Krisen, nicht nur aufgrund der Klimakrise,

sondern von anderen Krisen.

Aber im Verkehrsbereich schaut es immer noch sozusagen desaströs aus.

Und diese Strategien lassen sich von denen nicht täuschen.

Die Unternehmen haben solche Strategien, aber auch die Politik.

Und schauen Sie auf die konkreten Maßnahmen und das ist selbst eine Bundesregierung, wo wir eine grünen Beteiligung haben, zum Glück sage ich, aber das ist bei Weitem nicht ausreichend

und die machen bei Weitem viel zu wenig.

Das heißt, die Fasse zusammen in Klimaneutralität immer Schwieriges versprechen.

Forschungsergebnisse haben da gezeigt, also auch Studien, die wir gemacht haben,

dass es besonders schwierig ist bei Kompensationswerbungen und Botschaften,

dass Menschen hier und auch Konsumierende hier Greenwashing entdecken.

Also entdecken sie es eher bei Wagenbotschaften, wenn zum Beispiel ein Unternehmen sagt,

das ist egal welchem Sektor, 100% umweltfreundlich sind wir, kaufen sie bei uns

und haben einen umweltfreundlichen Lebensstil.

Ist es leichter zu erkennen oder falsche Fakten, wo man weiß, okay, das geht sich gar nicht aus, das ist technologisch noch nicht möglich.

Aber diese Kompensation wird eben nur in äußerst seltenen Fällen wirklich als Greenwashing wahrgenommen.

Also da fehlt eindeutig die Aufklärung und auch das Hintergrundwissen,

das haben wir auch gesehen bei Studien, je mehr die Leute wissen,

wir haben das gemacht im Flugsektor, in dem Airlines oder Fluglinien ja auch sehr oft sagen,

okay, wir kompensieren das, wir pflanzen zum Beispiel ein Baum, wenn sie mit uns fliegen.

Was natürlich sehr persursiv ist, per se, weil man denkt sich, okay, die machen zumindest was

und die bemühen sich zumindest rum und haben was am Schirm, das ist ja schon ganz toll und ganz nett,

aber in Wahrheit ist es halt ein Tropfen vom heißen Stein.

Denn was eigentlich ein Umweltschirm, also ein Emissionenfreigesetz wieder beim Fliegen, ist viel größer als dieser Baum eigentlich jetzt weit machen könnte.

Und das ist nur zu erkennen, wenn man wirklich spezifisches Umweltwissen hat, auch nur was Fliegen betrifft.

Also wenn man genau weiß, okay, so und so viel CO2 wird bei einem Flug von X nach Y verbraucht etc.,

dann nur da kann man das erkennen.

Also mit generem Umweltwissen kommt man da auch nur schwer an als Konsumierende.

Wie, also wir haben auch von den Lobbyisten Folge her, die dann aus solchen Konferenzen herumgehen.

Wie kann man sich das vorstellen? Was ist das so die konkrete Strategie und wie wird das verpackt?

Also ich war jetzt noch nie von der Klimakonferenz, das war eine Kollegin von uns.

Ich war bei der Konferenz in Montreal zur Biodiversität.

Man sieht halt, dass sehr, sehr viele aus privaten Unternehmen,

aus der Privatwirtschaft bei diesen Konferenzen auftauchen.

Allerdings auch natürlich die Zivilgesellschaft.

Also NGOs sind dort natürlich auch vertreten.

Und dann geht es halt darum, welche Abkommen, welche Agreements, auf was einigt man sich halt, was steht dann tatsächlich in den Texten. Sehr langwierige, in die lange Nächte hinein, Verhandlungen, was dann da drinnen steht. Sind ja auch meistens dann auch nur sozusagen Zielsetzungen, weil natürlich internationale Abkommen haben jetzt keine Polizei, die das dann ausführt. Sondern das liegt ja dann auch in den Ländern, das dann umzusetzen, die nationale Gesetze zu gießen, nationale Ziele zu gießen. Das heißt, das ist ja im Prinzip eher auf einer, ein bisschen auf einer Metre Ebene. Aber bei der Konferenz, ich glaube es war in Glasgow, gab es sehr hitzige Diskussionen zum Artikel 6, wenn ich mich jetzt richtig erinnere. Da ging es eben genau um diese Kompensationen. Und da war es natürlich auch für Unternehmen wichtig, dass das drinnen ist, dass es möglich ist, mit Kompensationen zu CO2 in der Neutralität zu kommen und nicht durch eine Reduktion. Und da haben sie halt gewonnen, ja. Und das war das, also das Rande mit Reste, weil Naturschutz ähnlich. Also gab es da auch solche Diskussionen? Ja, so beim Naturschutz war es so. Ich kann jetzt nicht mit Ziegel und Unterschrift sagen, wie weit das Unternehmen waren, die da auch reinlobiiert haben in die einzelnen Wordings in den Abkommen. Aber es war zum Beispiel ein, also das Ziel 3 ist, dass 30% der Meere und 30% der Landflächen bis 2030 geschützt werden sollen. Was ein wichtiges Ziel ist, mit den Rechten der Indigen und der lokalen Bevölkerung. Das ist sehr, sehr wichtig, weil sonst könnte das passieren, dass 30% wie vorher skizziert, einfach ohne Menschen gemacht werden und Menschen auch vertrieben werden. Das ist geschafft, das ist drinnen, das war auch ein Erfolg. Aber es steht im selben Ziel halt drinnen, nachhaltige Nutzung ist möglich. Und da war dann die Frage, und das haben wir natürlich sehr stark kritisiert, was ist nachhaltige Nutzung? Und es ist witzigerweise am Tag danach, nachdem das Global Framework verabschiedet worden ist, zum Beispiel MSC, wenn das nichts versagt, das ist nachhaltiger und anführungszeichen Fischfang, das wir seit Jahren kritisieren, weil das absolut nichts mit Nachhaltigkeit zu tun hat, die dann gleich mit einer Pressemeldung rausgegangen sind. MSC wird anerkannt nach dem Global Biodiversity Framework, als nachhaltige Fischerei. Das heißt, Ergo, in diesen 30% geschützter Meeresfläche kann ganz normal Fischerei betrieben werden, und das macht das Ganze halt komplett sinnlos. Und das zweite große, was leider drinnen ist im Global Biodiversity Framework, das ist diese Nature-Positiv-Geschichte, plus den Biodiversitäts-Offsetting, das heißt, das sind alternative, innovative Finanzquellen, die sich jetzt starten oder für den Biodiversitätsschutz aufstellen können. Und da zählen jetzt genau diese Kompensationen dazu,

das heißt, es ist eigentlich ein Türöffner für Kompensationen, für Klimakompensationen, aber auch für Biodiversitätskompensationen. Und so verrückt Klimakompensationen sind, Biodiversitäts-Offsetting ist noch viel verrückter, weil das muss man sich einmal vorstellen, wir zerstören zum Beispiel jetzt hier die Lobau, es gibt Arten, die gibt es nur in Österreich, die gibt es tatsächlich nirgendwo anders, zerstören wir die Lobau, betreiben Biodiversitäts-Offsetting und schützen ein Naturschutzgebiet, sagen wir in Kenia. Super, dann ist jetzt in Kenia ein Naturschutzgebiet, und was haben wir Österreicher davon, was hat sozusagen die Artenvielfalt der Welt davon? Nichts, und das geht jetzt los, also jetzt beginnen halt Unternehmen und Länder, damit sich Geld anzureignen. Gehen wir vielleicht nochmal zurück auf diese individuelle Ebene, die jetzt schon öfters angesprochen wurde. Man beobachtet das ja auch jetzt stark in der Diskussion rund um Klimaaktivismus, wo sich gerade in den Medien sehr viel darum dreht. Gut, die sind jetzt nach Thailand geflogen, und wieso sollte ich denen jetzt glauben, wenn die sagen, ich darf jetzt nicht mehr fliegen? Also da geht es sehr viel um Scheinheiligkeit. Wie spielt das da auch rein in diese Frage? Es sitzen da jetzt fossile Unternehmen dahinten und denken sich, ja, jetzt reden wir nur darüber, was einzelne Aktivisten machen, kann man das auch einordnen in diese große Frage? Am Mittwoch im ORF hat die Claudia Blakholm dasselbe Argument gebracht, in der Diskussion mit der Matagrumpel von der letzten Generation. Ihr fahrt es doch nach Thailand oder Bali, keine Ahnung, oder die deutschen Klimaaktivistinnen, die auf eine lange Reise gefahren sind. Also sie fliegen nicht hin und zurück, sondern bleiben lange dort. Ja, also das ist typisch Politikerin, die sich versucht, da rauszureden, auf die Frage hin, also die Forderung der letzten Generation, Tempo 100 auf den Autobahnen reagiert Claudia Blakholm, ein jungen Staatssekretärin, so, dass sie, die ÖVP, so dass er keine Alibi-Klimaschutz-Maßnahmen umsetzen möchte. Also wenn das Alibi-Klimaschutz-Maßnahme ist, weiß ich nicht, also sehe ich nicht so. Und zweitens, sie wollen keine Verbote. Ja, ist ehrlich, ja, muss ich sagen, total ehrlich, sollte die ÖVP jetzt immer sagen, sie wollen keine Verbote. Machen wir es halt über den Preis, ja, machen wir halt einen gescheiterten CO2-Preis, machen wir halt zwei Euro auf der Tankstelle für Benzin und Diesel und so weiter. Wir würden auch sehr viele Preisschrauben einfallen als Politikwissenschaftler. Ich halte halt diese Gegenüberstellung jetzt und dieses Verteidigen jetzt der Politik, was Aktionen der letzten Generation angeht, gerade seitens der ÖVP, aber auch von anderen, also einfach nur als steinheilig. Ich möchte aber die Diskussion nicht immer zuspitzen auf die letzte Generation

und auf die Aktionen, die jetzt eben sozusagen allgegenwärtig sind.  
Ich war selbst bei der Gruppe der Wissenschaftlerinnen dabei,  
die ein Bratterstern sich dahinter gestellt hat.  
Also ich habe auch meinen Marschall, also ich bin jetzt nicht ganz neutral zu dem Thema,  
aber ich beforsche es auch und versuche dadurch aus meinem Abstand noch zu behalten,  
dass es sehr viele Gruppierungen gibt.  
Und ich, also wir haben schon über Lobau gesprochen, also Lobau bleibt,  
war eine ganz wichtige soziale Bewegung.  
Wir reden von Fridays for Future, am 3.3. dürfen wir wieder auf die Straße gehen,  
Klima Streik, wir haben Extinction Rebellion, wir haben System Change  
und Climate Change, wir haben an den Unis jetzt Erde brennt gehabt  
und wir haben aktive Bürger und Bürgerinnen, die sich in ganz verschiedenen Formaten einbringen  
können,  
nicht nur bei Wahlentscheidungen.  
Beim Klima-Rat hatten wir ganz tolle Bürger und Bürgerinnen dabei.  
Jeder von uns kann hier sozusagen Teil einer aktiven Bürgerinnenschaft etwas tun  
und in Summe und die Geschichte zeigt und auch die Historikerinnen haben das schon schön  
aufgearbeitet,  
dass es soziale Bewegungen sind, die diese geforderte Transformation  
oder diese ruptiven Veränderungen einfach anstoßen können.  
Und dazu braucht es mehrere, die letzte Generation ist noch keine soziale Bewegung,  
aber kann es einmal werden und dazu braucht es mehrere, diese Aktionsformen und diese  
Aktivitäten  
und dann schaut es recht gut aus.  
Sehen wir aber, dass Unternehmen oder auch Politik darauf schon reagiert,  
also Claudia Blakholm ist ein Beispiel, aber dreht sich da jetzt gerade was,  
dass man dann genau damit spielt und das vielleicht versucht auszunützen, auch diese  
Scheinheiligkeit?  
Also die Scheinheiligkeit per se war sich jetzt nicht, aber auf jeden Fall auf den Zug aufspringen  
von Freyles Fruiter, also auch mit anderen Gruppierungen vielleicht, aber damals Greta Thunberg  
war auch sehr groß bei verschiedenen Kleidungsunternehmern, die sich dann, die auch dann  
Werbung geschaltet haben,  
mit wir sind die neue Generation und es ist wichtig und wir zum Beispiel recyceln eure Mode,  
wenn es zu uns bringt, was dann wirklich damit passiert, ist fragwürdig.  
Also da gibt es ja auch Container, zum Beispiel bei großen physischen Modeunternehmern,  
gibt es auch Container, wo man die Kleidung dann eben reinschmeißen kann  
und es wird anscheinend recycelt, aber man weiß nicht, was passiert  
und in gleicher Linie produzieren sie einfach extrem viel Kleidung aufs Neue.  
Und da wurde auch Werbung gemacht, genau, wo einfach Plakate gemacht wurden  
mit jungen Leuten, die zusammen protestieren und eben diese Kleidung auch tragen.  
Also insofern wird schon verwendet.  
Jetzt haben wir sehr viel über Probleme geredet, ich will natürlich auch noch über Lösungen  
sprechen.  
Die EU versucht ja gerade, das zu reformieren, was klimaneutral heißt

und auch diese Greenwashing-Sache ein bisschen einzugrenzen.  
Ist das sinnvoll oder wie könnte man das machen?  
Wie könnte man da Unternehmen in die Pflicht nehmen?  
Definitiv tut sich was, man kommt gar nicht wirklich nach,  
das alles irgendwie perfekt auf zu recherchieren  
und es passt insofern, positiv zu sehen ist,  
dass definitiv die Zeit der Freiwilligkeit vorbei sein muss  
und in diese Kerbe schlägt das halt auch ein bisschen,  
dass eben die EU ihre Verantwortung sich langsam aber doch annimmt,  
dass sie zum Beispiel ein großer Verursacher ist für die Entwaldung.  
Ich habe es in 36 Prozent aller Produkte, die für die Entwaldung verantwortlich sind, landen in der  
Europäischen Union  
und es gibt hier sehr viele Gesetzesvorströme, die das bearbeiten sollen.  
Eben zum einen das Lieferkettengesetz, das Waldschutzgesetz, also die Ferg-Legislation Forest  
und Ecosystem Risk Commodities, die jetzt eben beschlossen ist auch, wo es darum geht,  
dass keine Produkte mehr in den Verkehr gebracht werden dürfen in der Europäischen Union,  
die dafür verantwortlich sind, dass Wälder abgeholzt werden.  
Das ist definitiv ein wichtiger Schritt gewesen.  
Natürlich, es gibt ein paar Ecken und Enden, wo man es heute noch besser machen können,  
aber das kommt auf jeden Fall noch, wird es wahrscheinlich auch noch zu einer Reform kommen,  
also wo Unternehmen in die Pflicht genommen werden,  
so weg von dieser freiwilligen Zertifizierung hin zu einer Verpflichtung,  
dann tut sich ganz viel in Veröffentlichungspflichten.  
Also da kommen auch jetzt viele Unternehmen, auch kleinere Unternehmen in die Pflicht  
darzustellen,  
was tun sie in der Nachhaltigkeit, was haben sie für CO2-Emissionen, auch für Finanzinstitutionen.  
Also da dreht sich sehr viel, aber gleichzeitig muss man halt sagen,  
wenn diese Gesetzesvorhaben nicht gescheit gemacht werden und nicht ausgeklügelt gemacht  
werden,  
dann ist das halt potenziell auch wieder ein Öffner für Greenwashing.  
Also gerade zum Beispiel die Greenclaim-Verordnung, die jetzt im März,  
wenn zwar als Ende März veröffentlicht wird, die geht genau darum, das Greenwashing zu  
verhindern  
und Klarheit zu schaffen, was auf den Produkten draufsteht und was nicht draufsteht darf  
und dass es da Regeln im Hintergrund gibt, ist aber auch wieder ein bisschen sehr auf den  
Konsumenten fokussiert.  
Also nur der Konsument muss sich auskennen und dann haben wir kein Greenwashing,  
also das kann halt auch ein bisschen nach hinten losgehen und es wird wahrscheinlich,  
wissen wir halt noch nicht, auf Zertifizierungen passieren  
und da wird halt auch sehr viel Schindluder betrieben, was Zertifizierungen betrifft,  
weil das halt auch nur im privaten Sektor ist.  
Dasselbe gilt für die Regulierungen zu CO2-Kompensationen, also da kommt ja auch demnächst  
etwas,  
wo wir auch noch nicht genau wissen, wie das ausgestaltet sein wird

und das könnte halt auch potenziell wieder dazu führen, dass dann irgendwelche Zertifizierer die Kompensationen zertifizieren

und wer sind diese Zertifizierer, sind das jetzt auch wieder private Kontrollstellen, die wieder auch bezahlt werden, von denen die zertifiziert werden, das heißt, da gibt es auch wieder ein Interessenskonflikt, also es ist ein bisschen tricky halt, also es gibt viele Vorstöße, aber da ist halt auch die Frage, wie stark sind dann die Unternehmen, das wieder runter zu, also runter zu lobbyieren.

Also beim Wahlschulgesetz zum Beispiel war es auch so, dass wir aufgedeckt haben damals, wie das ganze Prozess war, dass die selben Unternehmen, die die ganze Zeit sagen, wir haben ja eh entwertungsfreie Lieferketten, weil wir haben ja Zertifizierung XY, die selben Unternehmen, lobbyiert, haben für ein sehr schwaches Wahlschulgesetz und da sieht man dieses Greenwashing, dieses Deep Greenwashing, einerseits zu sagen, wir machen eh auch viel, wir sind supergrün und andererseits aber vorpreschen, versteckt hinter Verbänden oft, also das heißt, man sieht das dann oft nicht genau, dass es Nestle oder Mondeles ist, sondern das ist dann irgendein Verein, der halt in Brüssel sitzt und die MEPs und andere Politiker dort halt beeinflusst.

Also zwei Schritte nach vorne und dann wieder einen zurück, sozusagen.

Nein?

Oder umgekehrt.

Eine Sache frage ich mich noch, weil wir jetzt sehr stark die fossilen Unternehmen im Blick hatten, wie ist das eigentlich mit erneuerbaren Energieunternehmen bedienen, die sich den gleichen Mechanismen oder ist es da ein bisschen besser, sind das die Guten? Die besseren.

Ich möchte prinzipiell unterscheiden zwischen denen, die noch nach wie vor gewinnorientiert arbeiten

müssen, wollen, also klassischen Landesversorgungsunternehmen.

In Österreich haben wir auch sozusagen Subfirmen gebildet, die heißen dann irgendwie Natur und schön und grün irgendwie und da kaufen wir auch brav ein und dann den gemeinwohlorientierten Unternehmungen.

Und da spreche ich explizit die Energiegemeinschaften, also die EU-Verordnung zu den Energiegemeinschaften.

Also ich finde, was viel besser ist, hat sich die EU nicht einfallen lassen können.

Also es kommen schon noch gute Sachen, weil die eben nicht gewinnorientiert arbeiten und ähnlich sozusagen hier Produzentinnen von Strom oder anderen Energieformen und Konsumentinnen zusammengebracht werden.

Also prinzipiell diese zwei zu unterscheiden und diese Gemeinwohlorientierung macht etwas.

Also das hat sehr viel mit Kooperation zu tun, mit Partizipation.

Da kann ich auch den Preis ja auch selber bestimmen, faire Preise angeben.

Das war jetzt in der sozusagen, wie die Energiepreise jetzt nach oben geschnallt sind, auch gar nicht so einfach für die Energiegemeinschaften, weil wenn man das anonym verkauft über den Strommarkt, hätte man viel höhere Gewinnmarge gehabt.

Aber vielleicht wollen das viele Menschen ja gar nicht.

Wenn ich meinen Strom jetzt von meinem Balkon jetzt eben der Nachbarin verkaufe,

weil ich sehr viel Bevor habe, dann will ich vielleicht nicht eben den höchsten Marktpreis lukrieren, sondern ich möchte ihr einen feeren Preis anbieten.  
Und das können eben Energiegemeinschaften, die eben nicht diese Gewinnorientierung haben.  
Und ja, also das Greenwashing findet da auch statt, indem eben große Player sich sozusagen eine Sparte jetzt da nehmen und nach wie vor dort Gewinnorientiert arbeiten.  
Das ist im Erneuerbarenbereich auch und dort findet auch guter Lobbyismus oder sehr professioneller Lobbyismus statt, auch in Österreich und in der EU.  
Aber wir müssen die Schiene auf andere sozusagen Unternehmensphilosophien in Zukunft errichten,  
weil ja, vorher war ich so positiv, sonst sehe ich es eher schwarz in dem Bereich.  
Ohne jetzt die Schuld auf das Individuum abwälzen zu wollen.  
Aber was können wir trotzdem als Konsumentinnen und Konsumenten, Bürgerinnen und Bürger tun, um da auch wirklich wachsam zu bleiben?  
Wir haben schon gehört, Aktivismus ist ein Schritt, aber gibt es trotzdem andere Sachen, die man machen kann?  
Oder was man sieht, was wirklich Leute ein bisschen Selbstwirksamkeit bringt?  
Also wie vorher schon erwähnt, wir haben uns angeschaut in unseren Studien, was eben Konsumierende dazu ermächtigt, dass sie auch Greenwashing entdecken und wie sie dann auch handeln.  
Und wir haben gesehen, dass eben der Hauptfaktor Umweltwissen ist.  
Umweltangst zum Beispiel nicht, also Angst vor der Zukunft, vor der Klimakrise, Katastrophe.  
Auch bei jungen Leuten, das hat keinen Einfluss interessanterweise.  
Also es werden nicht wachsamer dann gegenüber grünen Meldungen zumindest in unseren Studien, aber das ist es auch nicht generalisierbar.  
Also da müssen wir noch viel mehr forschen dazu.  
Genau, also ich würde auf Umweltwissen setzen, so spezifisch für möglich und auch Persuasionswissen.  
Also wir wissen, dass es auch bestimmte Greenwashing Literacy-Interventionen gibt, wo Workshops angeboten werden, auch für Jugendliche.  
Also das schon in der Schule angesetzt wird und auf Medienkompetenz gesetzt wird.  
Also was ist Werbung?  
Was ist das Interesse von Unternehmen, die bestimmte Werbungen schalten und das hier eben unterrichtet wird?  
Also da kann der Staat schon auch einiges machen.  
Dann auch im Bereich der Eco-Labels.  
Und das ist jetzt wieder etwas, was konzipierend ermächtigen würde, dass man besonders im Bereich der Kompensation, CO2-Kompensation ein Label festlegt, das auch wirklich standardisiert und international ist.  
Ich glaube, es gibt weltweit 500 Labels oder 450 Knapp, die auch von Unternehmen selber selbst gemacht werden.  
Also das dann auch Greenwashing ist, um sie im Umweltfreundlichkeit darstellen zu lassen, wo sich Konsumierende gar nicht mal auskennen.

Also das sind viele auch verwirrt, was ist jetzt das wirkliche Label und was nicht, welchen kann ich vertrauen?

So könnte man sie auch ermächtigen, dass sie selber sehen, also dass ihnen die Information dargestellt wird und die, die sie wirklich interessiert und die wirklich bewusste Konsumententscheidungen machen wollen, dass sie direkt dann auch diese Hilfestellung bekommen.

Was ich sonst noch vorschlagen würde, ist, dass man sich gute Informationsquellen sucht.

Es wird von vielen NGOs dann auch Greenpeace aufgegriffen,

wenn bestimmte Unternehmen Greenwashing machen

und sich genau einfach ihre führende Meldungen und Botschaften verbreiten.

Da kann man sich informieren, da ist ein großes Medieninteresse auch daran.

Und auch bei gewissen Influencern, die auch in Österreich vertreten sind,

die auch dann so eine ihre Influencerarbeit machen und eben auch diese grünen Influencer,

also die sich damit viel auseinandersetzen und noch Input bieten.

Und das Letzte, das haben wir auch gesehen,

dass wenn Greenwashing erkannt wird, also im Bereich der Fluglinien zumindest,

dass es dann Intentionen dazu gibt, diese Fluglinien zu boykottieren

und dass man hier mutig ist und wirklich sagt,

okay, ich streiche diese Fluglinie jetzt aus meinen Fluglinien,

mit denen ich gerne fliege, wenn überhaupt,

kann man natürlich auch Alternativen anschauen,

aber es hätte zumindest so ein Zeichen auch in Gemeinschaft, also mit anderen Kollektiv,

dass wir sagen, wir kaufen dann nicht mehr ein

und geben unser Geld nicht mehr, investieren nicht mehr in dieses Unternehmen.

Wollen wir noch weitere Sachen sammeln, die man tun kann?

Es wäre schon viel gefallen, aber natürlich als Konsument,

das Konsument kann ich natürlich einfach schauen, dass ich wenig konsumiere

und wieder verwende und selber repariere und all diese ganzen Optionen halt auch annehme.

Ich kann mich anschließend sehr stark natürlich selbst informieren

bei meinem Verhalten dementsprechend anpassen,

aber auch nicht in diese Falle tappe, dass ich mich nur Grün verhalten muss

und dann wird die Welt gerettet, sondern dass ich eben eine Bürgerin in meinem Fall jetzt bin,

die aktiv sein kann, die eben auch auf politischer Ebene, auf unternehmerischer Ebene,

dementsprechend mich auch äußern kann und das auch tun kann

und diese Kraft doch verwenden kann, um mich nicht irgendwie mundtot machen lassen,

nur mit einem zertifizierten Label und dann kauf ich dieses Produkt und die Sache ist irgendwie erledigt.

Mir geht es kurz besser, aber genauer.

Man kann natürlich auch aktivistisch bei Greenpeace sich engagieren,

muss ich natürlich jetzt sagen, also wenn wir die Lobau, die Rathausbesetzungen haben, mitmachen zum Beispiel.

Die guten alten NGOs treten jetzt fast schon in Vergessenheit,

wenn es um diesen Aktivismus geht, aber ganz wichtig auch.

Ja, also Demos, Protest, Ziviler ungehorsam, das kennen wir alles, du hast Boykotte,

also die guten alten Boykotte bitte, das hat früher sehr gut funktioniert, das haben wir schon irgendwie so vergessen als Mittel, also wirklich, einfach Dinge boykottieren massenhaft, das hat bei Shell funktioniert in den 90er Jahren, das vergesse ich selber immer wieder.

Und eben diese aktive Bürgerinnenschaft, dazu braucht eben nicht nur aktive Bürgerinnen, sondern auch Angebote seitens der Politik.

Ich habe als Wissenschaftler diesen Klima-Rat evaluieren dürfen, du warst ja auch dabei, auf eine gewisse Art und Weise mit dem Falter.

Und da braucht es ein Angebot und plötzlich haben hier sozusagen eine repräsentative Auswahl an Bürgerinnen, Dinge beschlossen, die noch nicht für Klimaneutralität reichen.

Aber sehr weit reichen, die Dinge beschlossen, die viel weitergehen, als was die Politik jemals zu denken bereit ist.

Und von den 93 Maßnahmen, die die Bürgerinnen beschlossen haben, haben wir jetzt zwei aktiv mal umgesetzt, oder sind in Umsetzung.

Und das auch noch, weil das BMK dahinter ist.

Und das ist viel zu wenig, aber es braucht diese Angebote auch seitens der Politik und das ist ernst nehmen.

Und wenn sie sich fürchten, dass die Bevölkerung eben noch nicht so weit ist, auch bei diesen Tempolimits, dann machen wir bitte so einen Rat, einen Bürgerinnenrat oder eine Zukunftskonferenz zum Thema XY und lassen die Bürgerinnen selber entscheiden.

Und siehe da, wenn das sozusagen gut moderiert, gut aufgestellt ist.

Und ich habe das selber miterleben dürfen, weil ich bei allen sechs Wochenenden dabei war bei diesem Klima-Rat, diese, nicht nur diese Läuterung, sondern diese Selbstbewusstsein, dass da entsteht, wir entscheiden selber und entscheiden uns so, dass das eben klimaverträglich ist.

Also das war sehr beeindruckend.

Und ja, diese Ausrede, immer die Bevölkerung will das nicht, das lasse ich absolut nicht mehr gelten.

Sie hört eine Expertenrunde über Greenwashing und Fossilendobismus in der roten Bar des Wiener Volkstheaters vom 25. Februar 2023, die wir gekürzt haben.

Bei den Veranstaltern bedanke ich mich sehr herzlich für die Zusammenarbeit.

Ich verabschiede mich von allen, die uns auf UKW hören, im Freira Tirol und auf Radio Agora in Kärnten.

Über Klimapolitik mit all dazugehörenden Kontroversen lesen sie regelmäßig im Falter.

Ein Abomordesfalter hilft am Laufen zu sein.

Alle Informationen gibt es im Internet unter der Adresse [www.abo.falter.at](http://www.abo.falter.at)

Ursula Winterauer hat die Signation gestaltet.

Philipp Dietrich betreut die Audio-Technik im Falter.

Ich verabschiede mich bis zur nächsten Sendung.