



Klimaschutz in aller Munde

Klimaschutz und das Verhältnis von Ökologie und Ökonomie beherrschen die öffentliche Diskussion in allen Medien. So kommt die Aktion „Mehrweg ist Klimaschutz“ in vielen tausend Getränkefachmärkten in Deutschland mit ihrer Frühjahrsaktivität „Aktiver Klimaschutz heißt Getränke im Mehrweg kaufen“ sozusagen „just in time“. In dieser Aktion wird u. a. darauf hingewiesen, dass die eingesetzten Mehrwegflaschen deutlich weniger Energieeinsatz erfordern und damit deutlich weniger zum Treibhauseffekt beitragen als Einwegflaschen.

STAATLICHE WETTBEWERBSVERZERRUNG nennt RA *Peter Hahn*, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Brauer-Bundes, Berlin, die staatliche Förderung der erneuerbaren Energien und des Anbaus nachwachsender Rohstoffe. Künftig, so Hahn, werde der Energiesektor mit dem Nahrungsmittelsektor verstärkt um ein und dieselben Agrarrohstoffe konkurrieren. Das mag zwar für die Landwirte und für die Energieerzeugung von Vorteil sein, für die Brauwirtschaft aber negative Folgen haben. Durch diese steuerfinanzierten Subventionen auf dem Energiesektor sowie durch die steigenden Preise für Lebensmittel und Bier zahlte der Verbraucher zweimal die Zeche.

RAUBBAU AM KOSTBARSTEN GUT nennt *Peter Brabeck-Letmathe*, Vorstandschef des weltgrößten Lebensmittelkonzerns Nestlé, in einem Interview mit der Wochenzeitung „Die Zeit“ in der Ausgabe 15 vom 4. April 2007, S. 25, den immer stärker ansteigenden Verbrauch von Wasser, vor allem auch im Bereich Landwirtschaft. Die allgemeine Begeisterung für Biokraftstoffe (s. o.) hält Brabeck-Letmathe für einen „ökologischen Wahnsinn“. Bis zum Jahre 2008 sollen allein in den USA 138 Mio t Mais angebaut werden, nur um daraus Bioethanol zu machen. Für einen Liter Ethanol braucht man aber 4560 l Wasser. Biokraftstoffe führen also nicht nur zu einer dramatischen Preissteigerung bei den Grundnahrungsmitteln, sondern auch zu einer Wasserkrise, die weitaus bedrohlicher sei, als der jetzt allgemein diskutierte Klimawandel. Brabeck-Letmathe befürchtet, dass die Folgen der Wasserkrise sofort zu spüren sind und nicht erst in möglicherweise 100 Jahren wie beim Öl. Es geht darum, vor allem beim „virtuellen Wasser“ (s. a. *Brauwelt* Nr. 8/9, 2007, S. 193) rigorose Einsparungen vorzunehmen. So verbraucht der durchschnittliche Europäer täglich zum Trinken, Waschen und für die Körperpflege rd. 50 l. Dazu kommen aber noch 8000 l virtuelles Wasser über das Essen. Jede pflanzliche Kalorie kostet in der Herstellung einen Liter Wasser, jede tierische Kalorie das Zehnfache.

LOHAS (LIFESTYLE OF HEALTH AND SUSTAINABILITY) nennt Zukunftsforscher *Matthias Horx* die Verbraucher, die jetzt schon rd. 227 Mrd Dollar für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen ausgeben (S. 387). Ökologie und die Zukunft des Planeten sind der neue Megatrend, der in den nächsten 30 bis 50 Jahren die Gesellschaft durchdringen und völlig neu organisieren wird. Kein Wunder bei den von den Ökologen aufgezeichneten Horrorszenarien.

WERBUNG MIT NACHHALTIGKEIT wird wohl in der Zukunft eine immer größere Rolle spielen. Schon weist Brabeck-Letmathe darauf hin, dass zur Abfüllung von einem Liter Mineralwasser nur 0,7 l Wasser benötigt werden für die Herstellung der Verpackung, für die Reinigung der Abfüllanlagen usw. Ein Liter Cola hingegen benötige schon drei bis vier Liter Wasser. Ein Liter Bier sogar fast sieben Liter und da sei der Anbau von Malz und Hopfen noch nicht einmal mit eingerechnet. Ist der Wasserverbrauch beim Bier im Durchschnitt geringer als hier angegeben, zeigt sich doch die Stoßrichtung der Argumentation, unterstrichen durch den Schlusssatz bei diesem Interview: „Je mehr Wasser Sie trinken, desto mehr Wasser sparen Sie“.