

Greenwashing - Strategien

Aufgabe: Lies dir die Beschreibung zu Frau Müller und ihrem Unternehmen durch. Formuliere in eigenen Worten, warum Greenwashing ein Problem ist.

Als Unternehmerin ist es Frau Müller sehr wichtig, dass Verbraucher:innen eine positive Vorstellung von ihrem Unternehmen haben. Durch Werbung und Öffentlichkeitsarbeit versucht sie ihr Unternehmen positiv darzustellen. Dabei setzt sie auf das Thema Umweltschutz, das vielen Kund:innen immer wichtiger wird und stellt sich deswegen als „grüne“ Unternehmerin dar.



Hallo, mein Name ist Müller und mir liegt die Natur und unser Planet sehr am Herzen. Mein Unternehmen ist grün! Meine neue Fabrik produziert kein CO₂ und ich habe eine Kooperation mit Klimaprojekten!

Die neue Fabrik von Frau Müller ist CO₂ neutral – klimaneutral und wurde kürzlich in Deutschland gebaut. Durch diese Fabrik wird die Menge an klimaschädlichen Gasen in der Atmosphäre nicht erhöht. Für jedes verkaufte Produkt dieser Fabrik spendet Frau Müller einen kleinen Betrag an ein Projekt zur Erhaltung der Regenwälder. Frau Müller zeigt die Fabrik und ihre Produkte gerne in der Werbung.

Die Fabrik produziert 10 % ihrer Ware.



Die anderen 90 % ihrer Ware produziert Frau Müller in dieser Fabrik in Bangladesch. Dieses Werk ist nicht klimaneutral, sondern produziert viel CO₂ und andere klimaschädliche Gase. Außerdem nutzt sie viele umwelt- und gesundheitsschädliche Chemikalien. Die Menschen, die dort arbeiten, müssen oft 12 Stunden am Tag arbeiten – auch am Wochenende.

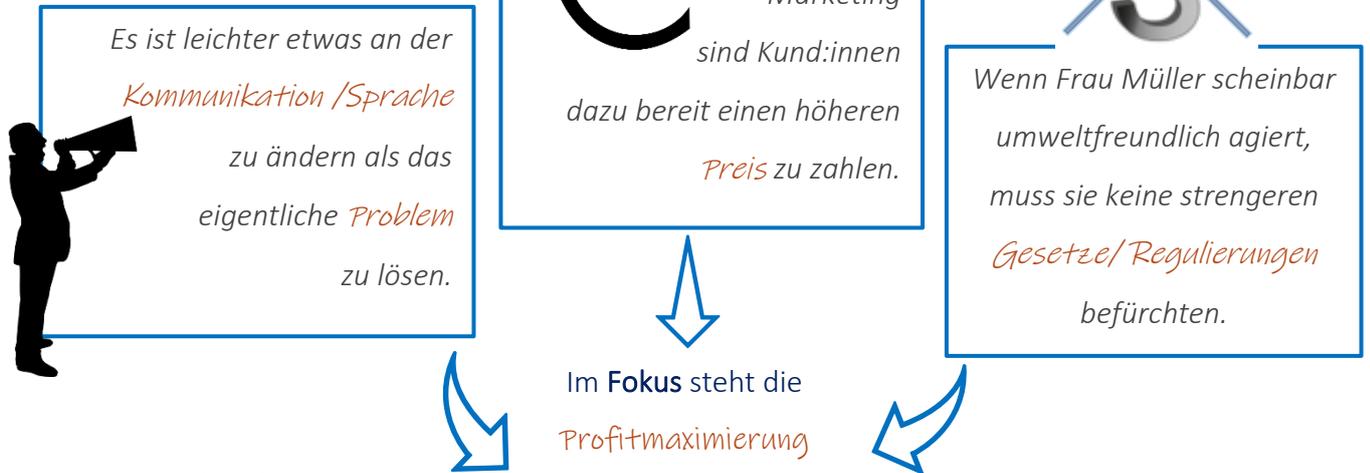
In der Werbung wird diese Fabrik nicht gezeigt.

Aufgabe: Warum ist das Handeln von Frau Müller problematisch? Was ist ihre Strategie?

Durch die gezielte Werbung der einen Fabrik von Frau Müller, hat es den Anschein, dass sie umweltbewusst handelt. Kund:innen haben so das Gefühl, sie tun etwas Gutes, wenn sie Produkte von Frau Müller kaufen. Dass der Konsum ihrer Produkte aber immer noch bedenklich ist, fällt nicht weiter auf. Verbraucher:innen sind meist dazu bereit, mehr Geld für Produkte auszugeben, wenn diese nachhaltig produziert wurden. Durch ihre Greenwashing - Strategie, kann Frau Müller neue Kund:innen gewinnen und mehr Geld für ihre Ware verlangen. Sie handelt im Großen und Ganzen immer noch umweltschädlich und durch die Arbeitsbedingungen ethisch höchst zweifelhaft.

Arbeitsblatt zur Mach's klar! Ausgabe 49
 Alles im grünen Bereich? - Nachhaltigkeit und Greenwashing

Aufgabe: Was könnten die Gründe dafür sein, dass Frau Müller Greenwashing betreibt?



Aufgabe: Verbinde die Greenwashing-Strategien mit den Beispielen, aus der Realität.

1. Irreführende Labels	Firmen aus der Modeindustrie werben oft mit „nachhaltiger Baumwolle“. Oft ist dies aber keine fair produzierte Ware und beutet Menschen aus.
2. Zielkonflikte	Autohersteller werben mit umweltfreundlichen, benzinsparenden Autos. In der Werbung ist viel Natur zu sehen. Aber: Autofahren mit Benzin ist und bleibt klimaschädlich.
3. Unwahrheit	Ein großer Onlineversandhändler hat sein eigenes Öko-Gütesiegel „Versprechen zur Klimafreundlichkeit“ entwickelt. Mit diesem werden Produkte gekennzeichnet, bei denen eine „Nachhaltigkeitsverbesserung“ vorgenommen wurde.
4. Kleines Übel	Sind dir im Supermarkt schon mal „grüne“ Verpackungen aufgefallen? Ein Kaffeehersteller verkauft seinen Kaffee in einer Verpackung die wie recyceltes Altpapier aussieht. Eigentlich ist die Verpackung aber ein Kunststoff-Aluminium Gemisch und wird nicht korrekt entsorgt.

Aufgabe: Überlege dir zu jeder Greenwashing-Strategie, wie du als Verbraucher:in darauf reagieren kannst.

1. Auf die offiziellen Öko- und Fairtrade-Siegel achten. Andere Siegel recherchieren, aber nicht darauf vertrauen, dass sie wirklich aussagekräftig und bindend sind.
2. Nur weil ein Unternehmen in einem Aspekt umweltfreundlich oder ethisch vertretbar handelt, kann man dies nicht auf das ganze Unternehmen übertragen. Nur weil mit Umweltfreundlichkeit geworben wird, können die Arbeitsbedingungen immer noch katastrophal sein.
3. Insbesondere durch Bilder können die Verbraucher:innen getäuscht werden. Nur weil etwas Öko aussieht, ist nicht gleich Öko drinnen.
4. Überlege dir, was hinter der Werbung steckt. Können Öl-, Auto-, oder Flugkonzerne in irgendeiner Weise umweltfreundlich sein?