

Nachhaltig oder nur grün angepinselt?

Grün verkauft sich, deshalb ist der Konsument mit einer Unzahl an Bezeichnungen, Siegeln, Marken konfrontiert. Wo steckt etwas dahinter?

ANGELIKA WIENERROITHER

SALZBURG. Welche Nachhaltigkeitssiegel wirklich glaubwürdig sind, beschreibt Stefan Grasgruber-Kerl. Er arbeitet für die Nichtregierungsorganisation Südwind. Grasgruber-Kerl erklärt zudem, warum Klimastreik wichtig – und Zara besser als Gucci ist.



Stefan Grasgruber-Kerl

BILD: SN/SÜDWIND/ALEXANDER CHITSAZAN

In Wahrheit kommt das aber nicht den Arbeitern zugute.

SN: Worum wollen so viele Firmen nachhaltig sein?

Grasgruber-Kerl: Weil es sich gut verkauft.

SN: Die Bemühungen sind ja prinzipiell etwas Gutes.

Ja. Oft wird aber nur Greenwashing oder Whitewashing betrieben, ohne dass sich etwas ändert.

SN: Was meinen Sie damit?

Greenwashing ist, wenn Firmen so tun, als würden sie ökologische Projekte umsetzen – es in Wahrheit aber wenig bringt. Wenn man Milch in Einweg-Glasflaschen füllt, ist das nicht nachhaltig. Wenn Öl- oder Tabakfirmen ökologisch sein wollen, ist das auch ein Widerspruch: Nachhaltig ist es nur, wenn wir Öl und Tabak reduzieren.

Bei Whitewashing geht es um fairen Handel und Arbeitsbedingungen. Firmen behaupten, dass sie bei einer Initiative mitwirken.

SN: Als Konsument sieht man eine Vielzahl an Siegeln.

Man ist leicht überfordert. Für mich gibt es zwei Wege, damit umzugehen. Wir bei Südwind prüfen erstens Gütesiegel auf Glaubwürdigkeit. Es kann aber zweitens nicht nur am Konsumenten liegen, die Welt mit dem Einkaufskorb besser zu machen. Die Klimastreiks „Fridays for Future“ fordern etwa die Politik auf, sich für verbindliche Regeln und fairen Handeln einzusetzen.

SN: Wie kann man bei Lebensmitteln sicher sein?

Man kann sich nach Gütesiegeln umschauen, bei denen es eine firmenunabhängige Kontrolle gibt. Bio, Fair Trade und das AMA-Gütesiegel beispielsweise. Bio ist doppelt gut: Es werden keine Pestizide verwendet, was für Konsumenten und Arbeiter wichtig ist. Aber auch bei Bio gelten verschiedene Standards: Für das AMA-Biosiegel muss man mehr erfüllen als für das EU-Biosiegel.

SN: Auf manchen Produkten steht natürlich ...



Vergüterlis ...

WWW.SN.AT/WIZANY

Das heißt nichts. Das ist Marketingsprech, genauso wie ökologisch, nachhaltig und naturnah.

SN: Worauf sollte man bei Kleidung achten?

Bekleidung ist nicht einfach, da gibt es noch nicht viel. Ein glaubwürdiges Zeichen ist GOTS, das steht für „Global Organic Textile Standard“. Die Baumwolle muss dafür bio sein, die Weiterverarbeitung wird beobachtet. Auch soziale Kriterien werden überprüft. Ökotex 100 sehen wir kritisch: Der Standard prüft, ob Schadstoffe unter einem Grenzwert sind. Das sagt nichts über die Herstellung aus – sondern nur, wie oft vorher gewaschen wurde.

SN: Ist teuer gleich besser?

Gerade Luxusmarken schauen oft nicht auf Arbeitsbedingungen. Im Gegenteil: Gucci reagiert überhaupt nicht auf angeprangerte Arbeitsrechtsverletzungen, während Zara und H&M viel getan haben. Aber am besten sind Welt- und Naturtextilläden.

SN: Aber die Kleider sind nicht so stylisch.

Doch, die Kartoffelsackmode von früher gibt es so nicht mehr. Das sehen wir bei der Wear-Fair-Messe in Linz oder der Öko-Fair in Innsbruck. Die Designer steigen immer mehr auf nachhaltig um.

SN: Wie ist es bei der Kosmetik um Nachhaltigkeit bestellt?

Global 2000 hat da viel geforscht. Bei Kosmetika wird viel Schindluder getrieben, oft sind hormonell aktive Substanzen enthalten. Auch hier sollte man auf unabhängige Siegel achten, wie das „Natruë“-Gesicht oder „Austria Bio Garantie“.

SN: Haben Sie Tipps für Apps?

Codecheck ist gut (eine App, die den Strichcode scannt und die Inhaltsstoffe von Kosmetik, Lebensmittel, Kinderspielzeug, Putzmittel analysiert, Anm.) Aber es ist schwierig, die Anwendungen aktuell zu halten. Wir von Südwind haben den Gütesiegel-Check online und im Taschenformat fürs Geldbörserl.