



Vattenfalls gesammelte Märchen

Oder wie ein Energiekonzern mit seiner Klimakampagne die Welt vercohlt

Marie Halbach 12/2008

1. „Klimaengel“ Vattenfall

Politik, Wissenschaft, Verbraucher, Zivilgesellschaft und zunehmend auch die Privatwirtschaft diskutieren über mögliche Lösungsansätze zur Abwendung einer Klimakatastrophe. Dabei tobt ein Verteilungskampf hinsichtlich der Verantwortung für Maßnahmen und Finanzbeiträge gegen den Klimawandel. Auch die Vattenfall AG, einer der vier großen Energiekonzerne in Deutschland, beteiligt sich aktiv an der Debatte. Vattenfall scheut keine Kosten und Mühen, um sich als verantwortlicher und klimafreundlicher Konzern zu präsentieren. Dazu greift er zu ungewöhnlichen Mitteln.

Schon in den letzten Jahren war Vattenfall durch eine prominente Rolle in der Klimadebatte aufgefallen: Lars G. Josefsson, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens war während der deutschen EU-Ratspräsidentschaft persönlicher Klimaberater der deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel. Zudem hat Vattenfall 2007 die Unternehmensinitiative 3C – Combating Climate Change – ins Leben gerufen.¹ Im Nachhaltigkeitsbericht des Mitgliedsunternehmens Bayer heißt es: „Diese Initiative zielt darauf ab, den Klimawandel in Grenzen zu halten, und will die Politik dabei unterstützen, einen globalen Rahmen für die Emissionsreduktion zu setzen, der allen Unternehmen in der Welt faire Wettbewerbschancen bietet.“²

Besonderes Augenmerk verdient die aufwändige Klimakampagne, die Vattenfall gestartet hat: Der Konzern fordert Verbraucher auf mit ihrer Unterschrift Vattenfalls „Klimaerklärung“ zu unterstützen.

Um möglichst viele Menschen zu erreichen tourte ein von Vattenfall angeheuertes Promotion-Team von Ende September bis Mitte Dezember durch Europa. Für jede Unterschrift wird eine recyclebare Plastikfigur produziert, welche medienwirksam auf den Stationen der ‚Event‘-Tour ausgestellt werden. Von Brüssel über Berlin, Hamburg, Kopenhagen, Stockholm und Warschau endete die Tour schließlich zum Beginn der UN-Klimakonferenz in Posen. Auf der eigens für diese Kampagne eingerichteten Internetseite kann man sich über die Klimaforderungen informieren, die ständig wachsende Zahl an Unterschriften mitverfolgen und sich die vermeintlich vorbildliche Leistungen Vattenfalls im Klimaschutz anschauen.³ Zusätzlich schaltet der Konzern in Kino und Fernsehen Werbespotts zu seiner Kampagne.

Vattenfall bemüht sich offensichtlich mit aller Kraft um ein grünes Image. Aber warum solche Anstrengungen?



Abbildung 1: Plastikfiguren der Vattenfall-Kampagne auf dem Luxemburgplatz vor dem europäischen Parlamentsgebäude

¹ <http://www.combatclimatechange.org> [12.12.2008]

² <http://www.nachhaltigkeit2006.bayer.de/de/Nachhaltigkeitsbericht-2006.pdf>, S.38 [12.12.2008]

³ <http://klimaunterschrift.vattenfall.de> [12.12.2008]

2. Vattenfall für Klimaschutz?

Wer Vattenfalls Klimakampagne mit einer persönlichen Unterschrift unterstützt, stellt sich damit wissentlich oder unwissentlich hinter drei zentrale Forderungen, die das Unternehmen nutzt, um „die Entscheidungsträger dabei (zu) unterstützen, die notwendigen Beschlüsse zu fassen, um den Klimawandel zu stoppen.“ Welche Forderungen sind dies und was ist von ihnen zu halten?

2.1 Weltweit gültiger Preis für die Belastung mit CO₂-Emissionen oder keine Last für europäische Unternehmen

Eine zentrale Forderung Vattenfalls ist eine Vereinheitlichung des Preises für Emissionsrechte. Auf der Internetseite ist nachzulesen, dass sich durch „funktionierende wirtschaftliche Anreize“ der Klimaschutz von selbst ergibt. Was mit den funktionierenden wirtschaftlichen Anreizen genau gemeint ist, wird nicht weiter erklärt.

Eine Antwort auf diese Frage findet sich Vattenfall-Publikation ‚Curbing Climate Change‘. In diesem Dokument legt der Konzern sein ‚adaptive burden-sharing model‘ dar – ein Modell, welches sich vor allem auf die weltweite Verteilung von Emissionsrechten bezieht. Einen solchen Vorstoß für ein globales klimapolitisches Konzept hat bis jetzt noch kein weiteres Unternehmen vorgelegt. Vattenfall schlägt die Zuteilung von Emissionsrechten im Verhältnis zum nationalen BIP/Kopf vor und bezeichnet dieser Lösung explizit als „wide acceptable as being fair and balanced“. ⁴ Um doch noch eventuelle Ungerechtigkeiten teilweise auszugleichen hat Vattenfall einige Anpassungsmechanismen formuliert. Zum Beispiel werden Staaten, welche nicht 50% des durchschnittlichen BIP/Kopf der Annex 1 Staaten ⁵ erreichen, zunächst von Reduktionsverpflichtungen ausgeschlossen. Ebenso verändern sich die Emissionsrechte der Staaten, die ein niedrigeres oder höheres BIP/Kopf als der weltweite Durchschnitt verzeichnen. Hier werden die Emissionsrechte mit dem Faktor 1,25 oder 0,9 angepasst. Trotz dieser Anpassungsmechanismen ist eine Zuteilung der Emissionsrechte in Relation zum BIP eine absurde und sicherlich keine gerechte Lösung. Paul Baer und Tom Athanasiou von der US-NGO ‚Ecoequity‘ kritisieren in ihrer Analyse des Vattenfall-Klimakonzeptes zu Recht, dass das Prinzip der Verteilung nach

dem Anteil eines Landes am globalen BIP ein Versuch des „Grandfatherings“ der Industrieländer und damit auch der Privilegien europäischer Konzerne sei: Reichere Länder erhalten entsprechend ihres Anteils am globalen Reichtum Emissionsrechte, so dass sie ihren Wohlstand ohne lästige Reduktionsverpflichtungen aufrecht erhalten können. Ärmere Länder werden in ihrer Entwicklung eingeschränkt, indem ihnen Kosten für Emissionsvermeidungen aufgebürdet werden. ⁶ Die bis jetzt durch den Klimawandel entstandenen Schäden oder Auswirkungen auf z.B. die landwirtschaftliche Produktion dieser Länder werden in dem Konzept von Vattenfall nicht erwähnt.

Was ist durch die Forderung Vattenfalls nach einem Einheitspreis für Emissionen gewonnen? Gleiche Kosten für alle bedeutet vor allen Dingen eine Last für Schwellen- und Entwicklungsländer sowie eine Entlastung von Industrieländern, die hauptsächlich zu der globalen Erwärmung beigetragen haben. Die Forderung steht im Widerspruch zu einem Grundprinzip internationaler Klimapolitik, welches besagt, dass alle Länder „(...) entsprechend ihren gemeinsamen, aber unterschiedlichen Verantwortlichkeiten, ihren jeweiligen Fähigkeiten sowie ihrer sozialen und wirtschaftlichen Lage“ ⁷ einen Beitrag zum Klimaschutz leisten soll. Vattenfall greift dieses Prinzip durch die sogenannten Anpassungsmechanismen zwar auf, versucht im Kern seines Konzepts jedoch den Status quo aufrecht zu erhalten.

Ein einheitlicher Preis für Emissionen ist damit kein Fortschritt für den Klimaschutz, sondern ein Rückschritt. Auch UNEP-Direktor Achim Steiner bezeichnet die Klimaforderungen als einen „Schritt weg von einem Klimaabkommen in Kopenhagen 2009.“ ⁸ Zusätzlich engagiert sich Vattenfall vor politischen Gremien trotz des eigenen Plädoyers für einen wirksamen Klimaschutz für eine kostenfreie Verteilung von Emissionszertifikaten. ⁹

2.2 Mehr Steuergelder für Klimaschutz oder kein Geld aus Unternehmenskassen

Vattenfall fordert mehr Steuergelder zur Entwicklung von „klimafreundlichen Technologien“. Auf der Homepage des Konzerns findet sich neben der Erklärung zur dieser Forderung ein Bild von einer Windkraftanlage. Diese Bildsprache ist jedoch irreführend, denn die Vattenfall Business Group

⁴ Vattenfall 2006: 8

⁵ Bezieht sich auf die im Kyoto-Protokoll geführten Annex 1 Staaten

⁶ Paul Baer & Tom Athanasiou (Ecoequity): 16ff

⁷ Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen

⁸ Interview im REPORT MAINZ zu Vattenfall am 01.12.2008 um 21:45 im ERSTEN

⁹ <http://www.klimaunterschrift-vattenfall.de/signmanifesto> [11.12.2008]

Deutschland gewinnt nur 4,7% seiner Energie aus Wasserkraft (4,3%) und aus Biomasse/Müll (0,4%)¹⁰. Der Anteil von Windenergie ist kaum erwähnenswert.

Stattdessen vertraut das Unternehmen auf technische Lösungen wie die Carbon Capture and Storage (CCS) Technologie. Dazu heißt es auf der Homepage: „Klimaschutz durch Innovation – Das CCS-Projekt von Vattenfall. Kohle hat Zukunft – der Ausstoß von CO₂ nicht“. CCS bezeichnet eine noch in den Kinderschuhen steckende Technologie, bei der versucht wird das bei der Verbrennung von Kohle entstehende Kohlendioxid aufzufangen und unterirdisch einzulagern.

Im September 2008 hat das Unternehmen in der Lausitz am Kraftwerk „schwarze Pumpe“ ein Pilotprojekt zur Erprobung des so genannten „Oxyfuel-Verfahrens“¹¹ gestartet. Dafür will Vattenfall in den nächsten Jahren 1 Mrd. Euro investieren. Bei dieser Methode wird die Kohle mit Sauerstoff statt mit Luft verbrannt. Die Verbrennungsprodukte sind hauptsächlich Kohlenstoffdioxid und Wasser, welches bei der Kondensierung leicht voneinander getrennt werden kann. Verflüssigt soll das CO₂ dann in unterirdische Speicher gepumpt werden. Auch Vattenfall geht davon aus, dass diese Technologie frühestens ab 2020 eingesetzt werden kann. Somit kommt sie für die Abwendung einer globalen Klimakrise zu spät.¹² Noch ist das Verfahren sehr teuer und lässt viele Probleme ungelöst.

Kritik und Zweifel an dieser Methode regt sich in zahlreichen Kreisen. Das Speichern des flüssigen CO₂ in geologischen Speichern wie zum Beispiel alten Öl- und Gasfeldern ist mit unabschätzbaren Risiken verbunden. Die entstehende Kohlensäure kann das Gestein angreifen und das klimaschädliche CO₂ doch in die Atmosphäre freigeben. Auch durch den hohen Druck beim Einfüllen in die Lagerstätten können Risse im Gestein entstehen. Vattenfall verkauft die CCS-Technologie gerne als CO₂-freie Methodik zur Energiegewinnung; es können jedoch je nach Methode maximal 80-90% Emissionen abgeschieden und gespeichert werden. Der Rest gelangt doch in die Atmosphäre. Zudem ist der Prozess des Abscheidens, der Verflüssigung und Endlagerung ein energieintensiver Vorgang, der also den Wirkungsgrad des Kraftwerkes weiter herabsetzt.¹³

Vattenfall verdient hauptsächlich an der Produktion von Energie. Weil CCS einen emissionsarmen Einsatz von Kohle verspricht, ist diese Methode bei Vattenfall so beliebt. Kohle ist zurzeit für den Konzern die billigste und einfachste Lösung; schließlich kann er durch seine eigene Aufstellung den gesamten Prozess der Energieproduktion kontrollieren: Von der Gewinnung der Energieträger bis hin zum Verkauf und Auslieferung an den Kunden ist Vattenfall im Geschäft. Der Anteil der Gewinne aus dem Kundengeschäft wird kleiner, da Vattenfall u.a. ca. 250.000 KundInnen verloren hat und Preissteigerungen nur noch schwer zu rechtfertigen sind. Die billige Produktion von Strom erzielt an der Leipziger Börse wegen hoher Preise gute Gewinne. Der Einsatz anderer Energieträger wie zum Beispiel teures Gas würden weniger Emissionen bedeuten, aber Vattenfalls aktuelle Gewinnmarge gefährden.

Die CCS-Technologie kommt dem Konzern also gerade Recht, um für die Verwendung von Kohle zu argumentieren: Die CCS-Technologie rechtfertigt den fossilen Energieträger Kohle und verhindert die Entwicklung einer wirklich zukunftsfähigen Lösung – die Umstellung auf regenerative Energien. Vattenfall liegt also nichts ferner als erneuerbare Energien zu fördern. Stattdessen sollen Steuergelder helfen den aktuellen Kohle-Kurs des Konzerns zu festigen.

2.3 Klimaschutzstandards für Produkte und die Macht des Verbrauchers oder keine Verantwortung für Vattenfall

Die dritte Forderung der ‚Klimaerklärung‘ in Vattenfalls Klima-PR-Kampagne bezieht sich auf „Klimaschutzstandards für Produkte“. Vattenfall macht auf seiner Webseite, im Kino und im Fernsehen mit einem Video auf die Verantwortung des Verbrauchers im Klimaschutz aufmerksam. Ebenso findet sich auf der Homepage ein Tool, mit dem anhand des eigenen monatlichen Einkommens errechnet wird, wie viel Einfluss man als Konsument auf den Klimawandel hat. Vattenfall rechnet vor wie viel Energie und CO₂ man einspart, wenn Glühbirnen durch Energiesparlampen ersetzt würden und die Deutschen und Polen statt Rindfleisch hauptsächlich Geflügel konsumierten.¹⁴

¹⁰ Greenpeace 2008: 4

¹¹ Dieses Verfahren ist eins der drei Verfahren, die zurzeit erprobt werden.

¹² <http://www.zeit.de/news/artikel/2008/09/09/2610961.xml> [11.12.2008]

¹³ Siehe z.B. oekom 2008, Die Klima-Allianz 2008, Greenpeace 2008, Die GRÜNEN 2008, Bundesumweltministerium 2007

¹⁴ <http://klimaunterschrift.vattenfall.de/consumerpower.php> [12.12.2009]

Vattenfall selbst ist jedoch sehr zögerlich mit der Reduktion seiner CO₂ Emissionen. Rund 80% des Stromes erzeugt das Unternehmen mit klimaschädlicher Braunkohle, welche er in riesigen Tagebaustätten in den neuen Bundesländern gewinnt. Die Energieerzeugung mit Braunkohle erreicht je nach Technik nur einen Wirkungsgrad von ca. 35 bis maximal 50% und erzeugt enorme CO₂-Emissionen. Alle anderen Energieträger erzielen einen größeren Wirkungsgrad. Nicht umsonst ist Vattenfall nach Greenpeace-Berechnungen mit Kohlendioxidemissionen von rund 890 Gramm pro erzeugter Kilowattstunde Strom klimaschädlichster Stromanbieter Deutschlands. Kein Energieanbieter bietet so klimaschädlichen Strom an wie Vattenfall.¹⁵ Im europäischen Vergleich sind laut dem WWF acht der Vattenfall-Kraftwerke aufgrund der hohen CO₂-Emissionen unter den 30 klimaschädlichsten Europas.¹⁶ Auch



Abbildung 2: Parodie der Vattenfall-Kampagne durch Greenpeace, © Greenpeace

das scheint den Konzern trotz Bekenntnis zu klimafreundlichem Wirtschaften nicht zu stören. Nach wie vor plant er überdimensionierte Kraftwerke wie in Moorburg (Hamburg), Berlin und Boxberg (Sachsen).

Die Klimakampagne scheint Vattenfall nicht zu genügen, um Verbrauchern ins Gewissen zu reden. Neuerdings besucht Vattenfall Schulen in Brandenburg und Berlin, um SchülerInnen über Energiesparmaßnahmen aufzuklären und ihnen vorzugaukeln wie fortschrittlich sich der Konzern für den

Klimaschutz einsetzt. Ein Bus wurde ausgestattet, mit dem über regenerative Energien und Sparmöglichkeiten aufgeklärt werden soll. Vergeblich sucht man nach Informationen über die eigentliche Energieerzeugung des Konzerns.

3. Fazit: Vattenfall verkohlt Verbraucher, Öffentlichkeit und Politik

Statt im Rahmen seiner Möglichkeiten den Ausbau regenerativer Energien voranzutreiben, setzt Vattenfall auf die beispiellose Täuschung der VerbraucherInnen. Die aggressive Medien- und Öffentlichkeitskampagne ist kein Beitrag zu mehr Klimaschutz, sondern ein Versuch das angeschlagene Image des Unternehmens wiederherzustellen und die günstigen Bedingungen für Energiekonzerne zu erhalten.

Nicht umsonst ist Vattenfall in der letzten Zeit ins Kreuzfeuer der Kritik geraten. Trotz heftigen Protestes versucht der Energiekonzern weiterhin in Moorburg, Berlin-Lichtenberg und Boxberg Kohlekraftwerke zu errichten. Die Vorfälle in den beiden Atommeilern Brunsbüttel und Krümmel liegen noch nicht weit zurück. In der Lausitz werden trotz des Protestes der BürgerInnen und NROs gleich mehrere Dörfer dem Erdboden gleich gemacht und riesige Areale für den Braunkohleabbau durch Vattenfall zerstört. Die BürgerInnen sind durch die undurchsichtigen Preiserhöhungen verärgert. Zusätzlich lässt die Informationspolitik des Konzerns sehr zu wünschen übrig. Die Klimakampagne von Vattenfall ist ein Versuch über diese Tatsachen hinweg zu täuschen.

Diese Strategie des Konzerns darf keinen Erfolg haben. Der einzig richtige Weg zu einer klimafreundlichen Strom- und Wärmeversorgung ist ein klares „Nein“ zur Kohle und eine entschlossene Förderung regenerativer Energie. Großkonzernen wie Vattenfall, E.ON, RWE oder EnBWE muss die Möglichkeit genommen werden, Klimapolitik und die öffentliche Meinung durch PR-Kampagnen und Lobbyarbeit zu beeinflussen.

¹⁵ Greenpeace: 2008: 10

¹⁶ WWF 2007: 1

Quellen

Greenpeace e.V. 2008: Schwarzbuch Vattenfall. Strahlend und verkoht hinein in den Klimawandel

Baer, Paul u. Athanasiou, Tom (EcoEquity) 2007: Curbing Climate Change? A Critical Appraisal of the Vattenfall Proposal for a Fair Climate Regime, Global Issue Papers Nr.31, Heinrich Böll Stiftung

Vattenfall 2006: Curbing Climate Change. An Outline of a framework leading to a low carbon emitting society

Internetlinks

Internetseite von Vattenfall zur unternehmenseigenen Klimakampagne

<http://klimaunterschrift.vattenfall.de>

Internetseite von Greenpeace zu Vattenfalls Klimakampagne

<http://www.klimaunterschrift-vattenfall.de>

Attac-Blog zu Klimagerechtigkeit

<http://globalisierungsklima.wordpress.com>

Blog der Heinrich Böll Stiftung zu Klimagerechtigkeit

<http://www.klima-der-gerechtigkeit.de>

Kontakt

Weltwirtschaft, Ökologie & Entwicklung
World Economy, Ecology & Development
(WEED)
Eldenaerstr. 60, D-10247 Berlin
Tel.: +49 - 30 - 27 58 21 63
E-Mail: weed@weed-online.org

Bestellung weiterer Veröffentlichungen:
Fax: +49 - 30 - 27 59 69 28 oder
<http://www.weed-online.org/publikationen/bestellung>

Redaktion/Kontakt:
Peter.Fuchs@weed-online.org