

# Umweltschutz zum Diskontpreis - Das grüne Herz des kleinsten Preises

*Gregor Hochreiter, 26. 10.2006*



INSTITUT FÜR  
Wertewirtschaft

- Diese Analyse wurde mit Sorgfalt verfaßt und bittet darum, *ausgedruckt* und in Ruhe gelesen zu werden. Sie bietet Ihnen im Gegenzug für Ihre ungeteilte Aufmerksamkeit wertvolle Anregungen und könnte sogar Ihr Leben verändern.
- Sie dürfen diese Analyse gerne an Interessierte weiterleiten; eine Veröffentlichung ist jedoch nur nach Rücksprache ([info@wertewirtschaft.org](mailto:info@wertewirtschaft.org)) gestattet.
- Das Institut für Wertewirtschaft ist ein vollkommen unabhängiges Institut, das sich ausschließlich durch freiwillige Beiträge finanziert. Unsere Aufgabe ist es, die Krise der Gegenwart besser zu verstehen, die Grundlagen einer freien, friedlichen und prosperierenden Gesellschaft zu erarbeiten, dieses Wissen zu vermitteln, Orientierung zu bieten und Menschen dabei zu helfen, ein wertorientiertes und sinnerfülltes Leben zu führen, ohne dabei den heute dominanten Illusionen zu erliegen.

## Umweltschutz zum Diskontpreis - Das grüne Herz des kleinsten Preises

**G**lobale Billigprodukte müssen seit geraumer Zeit als Sündenbock für die Umweltverschmutzung herhalten. Lange Transportwege würden die Umwelt über Gebühr strapazieren, weswegen der ökologisch bewußte Konsument regionale Produkte vorziehen sollte. Der hohe Preis wäre ein notwendiges Übel, den der ökologisch bewußte Konsument zu zahlen hätte. Nachhaltigkeit hat eben seinen Preis, so die Argumentation der Befürworter von regionalen Produktionsketten.

Eine Studie von Prof. Schlich und Prof. Fleissner stellt der regionalen Lebensmittelproduktion hinsichtlich ihrer ökologischen Nachhaltigkeit eher ein schlechtes Zeugnis. In einem Vergleich über die Energieeffizienz von in Deutschland und in Brasilien bzw. Neuseeland produzierten Orangen bzw. Lammfleisch, schnitten die Überseeprodukte deutlich besser als „Made in Germany“-Produkte ab. Die beiden Autoren führen dies auf ein Phänomen zurück, das sie „Ecology of Scale“ tauften. Aufgrund degressiver Effekte können Großbetriebe deutlich effizienter produzieren, wobei sich die Autoren mit ihrer Namensgebung bewußt an den in der Ökonomie weitaus bekannteren Begriff „Economy of Scale“ anlehnen. Da ermöglicht die Degression größeren Produktionseinheiten die kostengünstigere Herstellung, dort

globalen Großunternehmen eine energieeffizientere Produktionsweise als den häufig nur regional operierenden Kleinbetrieben. Daher schließen die Autoren von Follow-up Studien:

*"Regional food can compete with global business in terms of energy only in case of sufficient business size. In all case studies, we find regional food business, which is meeting these requirements as well. But, there is no indication to blame global food as energy wasting process chains."* (Schlich et al.: [The Ecology of Scale: Data Assessment of Beef, Pork and Wine](#), 2006)

und in einer anderen Studie:

*„Als Fallbeispiele für typisch verschiedene Produktions- und Transportformen sind sechs Lebensmittel – Fruchtsäfte, Lamm-, Rind- und Schweinefleisch, Wein und Äpfel – ausgewählt worden. Die vorliegenden Ergebnisse weisen nach, dass vor allem die Betriebsgröße entscheidenden Einfluß auf den spezifischen Endenergieumsatz hat. Regionale Lebensmittel müssen nicht zwangsläufig einen geringeren Endenergieumsatz aufweisen als globale. Der Vorteil geringerer*

*Transportentfernung in der Region kann schnell durch Mängel in der Logistik, durch geringe Auslastung der Produktions- und Transportmittel und durch ineffiziente Prozesse zunichte gemacht werden.“ (Elmar Schlich: [Abschlussbericht zum Projekt: Vergleichende Ermittlung des Energieumsatzes der Lebensmittelbereitstellung aus regionalen und globalen Prozessketten](#), 2005)*

Nicht nur bei Lebensmitteln stellt sich daher für den ökologisch bewußten Konsumenten die praxisrelevante Frage, woran er die Energieeffizienz eines Produktes ablesen kann ohne vor dem Einkauf im Internet die Energieeffizienz eines bestimmten Produktes nachschlagen zu müssen, die zudem in den meisten Fällen noch gar nicht berechnet worden ist.

### Auf der Suche nach einer Orientierungshilfe

Somit steht der ökologisch bewußte Konsument vor der Herausforderung, nach einer Orientierungshilfe Ausschau zu halten, die zum einen die Energieeffizienz möglichst genau abbildet und die sich zum anderen für den tagtäglichen Gebrauch eignet. Idealerweise würde diese Kennzahl noch einige weitere Eigenschaften aufweisen:

- Einfach: ohne großes Hintergrundwissen für den Laien verständlich
- Vergleichbar: nicht nur innerhalb einer Produktgruppe, sondern quer durch die gesamte Produktpalette anwendbar.
- Objektiv: keine Interpretationsspielräume für den Konsumenten und schwer für einzelne Personen zu manipulieren.
- Flexibel: rasch Veränderungen aufnehmend, sowie die möglichst schnelle Einbeziehung von neuen Produkten.
- Umfassend: den gesamten Produktionsprozeß abbildend, inklusive der Produktionsfaktoren (Rohstoffe, Vorprodukte).

## Umweltschutz zum Diskontpreis - Das grüne Herz des kleinsten Preises

Auf den ersten Blick scheint es sich bei diesem Forderungskatalog um eine nahezu aussichtslose Suche nach der „eierlegenden Wollmilchsau“ zu handeln. Wie kann eine Orientierungshilfe gleichzeitig so viele Informationen bündeln und trotzdem einfach zu handhaben sein?

### Die „eierlegende Wollmilchsau“

Die gestellten Anforderungen erfüllt genau ein Maßstab, der Preis. Der Preis erfaßt in kompakter und einfach zu verstehender Form die Produktionskosten jedes Produkts. Er setzt sich dabei aus unzähligen Komponenten zusammen, wie dem Kostenaufwand für die Miete, die Löhne, die Maschinen, die Marketingkosten, die Zinsen, sowie der erhofften Gewinnmarge und eben auch die Energiekosten fließen in die Preiskalkulation ein.

Trotz der vielfältigen Kostenbestandteile läßt sich ein direkter Zusammenhang zwischen Energieaufwand und Verkaufspreis herstellen; je mehr Energie ein Unternehmen für die Herstellung eines Produkts aufwendet, desto teurer muß das Produkt angeboten werden, um noch gewinnbringend verkauft werden zu können.

Daraus folgt im Umkehrschluß, daß der Konsument bei einem billigen Produkt von einer tendenziell geringen ökologischen Gesamtbelastung im gesamten Produktionsprozeß vom Anbau über den Transport bis zur Distribution ausgehen kann. Deswegen können Kurzstreckenflüge billiger als Langstreckenflüge angeboten werden, kosten Äpfel weniger als Fleisch und neuseeländisches Lamm weniger als europäische Ab-Hof-Produkte. Ja sogar die Energieeffizienz der Marktetingkampagne findet, wenn auch relativ untergewichtig, in die Preisgestaltung Eingang.

Zu den Verkaufspreisen müßte man der Vollständigkeit halber noch den für den Einkauf anfallenden Energieaufwand hinzurechnen. Doch häufig wird es deutlich energieeffizienter sein, einen Supermarkt mit einer umfangreichen Produktpalette aufzusuchen als unzählige Einzelgeschäfte abzuklappen oder gar von einem Bauernhof zum nächsten zu fahren. Da wie dort gilt wiederum, daß die für den Einkauf anfallenden Kosten (Zeit plus Benzinkosten) einen guten Hinweis auf die ökologische Belastung geben. (Daß heute Subventionen und Steuern die Signalwirkung der Preise verzerren ist aus ökologischer Perspektive daher sehr bedenklich.) Zugegeben, es wäre eine unbotmäßige Vereinfachung zu behaupten, daß jedes günstige Produkt automatisch

## Umweltschutz zum Diskontpreis - Das grüne Herz des kleinsten Preises

energieeffizienter hergestellt wurde als ein teures. Für den Alltagsgebrauch erweist sich allerdings der Preis als äußerst nützliche Daumenregel.

### Fazit

Wer zur Beruhigung seines ökologischen Gewissens tief in die Geldtasche greift, wird daher im Normalfall die Umwelt stärker belasten als bei einem kostengünstigen Einkauf. Gute Intentionen, die dem ökologisch bewußten Konsumenten keinesfalls abzusprechen sind, führen bei genauerem Hinsehen sehr häufig zu unbeabsichtigten Konsequenzen und sind, wie im vorliegenden Fall, manchmal sogar kontraproduktiv. Geiz ist nicht nur geil, sondern auch 100% bio.

Falls diese Analyse wertvoll für Sie war, unterstützen Sie bitte die Arbeit des Instituts für Wertewirtschaft mit einer freien Spende auf

das Konto des Instituts bei der

Erste Bank, Österreich

Kontonummer: 28824799900, Bankleitzahl: 20111

IBAN: AT332011128824799900, BIC: GIBAATWW

Ab einer Spende von 60€ erhalten Sie für ein Jahr unsere Mitgliedschaftsvorteile, ab 300€ nehmen wir Sie für ein Jahr in unseren Gründerkreis auf.

Nähere Informationen: <http://wertewirtschaft.org/spende>

# Unser Angebot

Wir hoffen, daß diese Analyse wertvoll für Sie war. Wir würden uns sehr freuen, von Ihnen zu hören und wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie unser Angebot an Verwandte, Freunde, Bekannte, Mitarbeiter und Vorgesetzte weiterempfehlen würden. Das Institut für Wertewirtschaft bietet Unternehmen, NGOs, Institutionen, Universitäten und Privatpersonen folgende Dienstleistungen:

## Seminare

- Seminare für Privatpersonen: <http://wertewirtschaft.org/seminare/>
- Mitarbeiterschulungen direkt in Ihrem Unternehmen/Verein. Auf Wunsch übernehmen wir auch die komplette Organisation eines externen Seminars. Themen: Wirtschaftsethik, Erfolg durch ökonomisches Denken, Werte & Sinn im Unternehmen, Unternehmertheorie, Nachhaltige Wertsicherung im Konjunkturzyklus, Dynamische Anreizanalyse (→ [info@wertewirtschaft.org](mailto:info@wertewirtschaft.org)).
- Seminare für Studenten oder Schüler: Ob kompetente Lehre auf höchstem akademischem Niveau oder interaktive (auch kindergerechte) Einführung in die Ökonomie mittels innovativer Simulationen - bei uns sind Sie richtig (→ [info@wertewirtschaft.org](mailto:info@wertewirtschaft.org)).

## Vorträge

Wir bieten kompetente Vortragende zu folgenden Themen: Ökonomische Grundlagen / Wirtschaft wirklich verstehen, Werte & Sinn in der Wirtschaft, Wirtschaftsethik / CSR, Ethisches Investment, Vermögenssicherung in der Wirtschaftskrise, Konjunkturzyklus, Menschenbild in der Ökonomie, Ideengeschichte, Freiheit & Verantwortung, Unternehmertum, Österreichische Schule der Nationalökonomie, Ökonomie und Religion, Epistemologie / Wissenschaftstheorie, Risiken in Technologie und Wirtschaft, Bildungsfreiheit, Werteorientierte Bildung, aktuelle politische und wirtschaftliche Fragen. Anfragen an: [info@wertewirtschaft.org](mailto:info@wertewirtschaft.org). Jeden 7. um 7 (monatlich um 19:00 Uhr, unabhängig vom Wochentag) findet in Wien ein Club für Wertewirtschaft mit aktuellen Vorträgen statt (→ <http://wertewirtschaft.org/club/>).

## Projekte

Das Institut für Wertewirtschaft bietet interessierten Unternehmen die Möglichkeit, gemeinsame Projekte umzusetzen. Nützen Sie die Kompetenz des Instituts für den Aufbau wahrer Werte, die wertewirtschaftliche Überprüfung und Ausformung Ihrer Unternehmenskultur und werte- und sinnorientiertes Unternehmertum. Das Institut für Wertewirtschaft kombiniert ökonomisches und ethisches Know-how - keine halben Sachen, nicht bloß gute Intentionen und schon gar keine kurzfristige PR, sondern echte Werte und Sinn für Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter. Kontakt: [info@wertewirtschaft.org](mailto:info@wertewirtschaft.org).

## Tutor

Ob Sie bloß gelegentliche Fragen haben oder vor einer großen Lebensentscheidung stehen; ob Sie bloß eine zweite Meinung einholen oder Ihren Lebensentwurf und Ihr Weltbild auf Stimmigkeit prüfen wollen: Wir stellen Ihnen gerne nach Möglichkeit einen persönlichen Tutor zu Ihrer Verfügung. Ihr Tutor hilft bei praktischen Lebensfragen, aber auch bei theoretischeren Fragestellungen, z.B. der Auseinandersetzung mit dem eigenen Weltbild: Ihr Tutor empfiehlt Ihnen Literatur, begleitet Sie bei schwieriger Lektüre, gibt Ihnen zahlreiche Anregungen zum Nachdenken und steht für persönliche Diskussionen zur Verfügung. Auch bei Seminar- und Diplomarbeiten ist ein Tutor eine wertvolle Hilfe.

- **Denkfutter:** Sie nennen uns ein Thema und wir liefern Ihnen Texte mit tiefeschürfenden, überraschenden, kontroversiellen, aufmunternden Denk-Anregungen. Ob zur Schärfung Ihres Intellekts aus persönlichem Interesse oder für akademische Arbeiten, Projekte, Veranstaltungen, Diskussionen, Unterricht ... (Kostenbeitrag: auf Anfrage).
- **Persönliches Gespräch:** Entweder Sie besuchen uns persönlich in Wien, laden uns zu sich ein oder wir führen ein Telefongespräch. Sie nennen uns zuvor die Themen, die Ihnen am Herzen liegen, sodaß sich Ihr Tutor vorbereiten kann. Auch eine schriftliche Nachbereitung bieten wir Ihnen an. (Kostenbeitrag: €30/Stunde)

- **Privatlehrer:** Für Kinder/Jugendliche bieten wir einfühlsame Hauslehrer - allerdings nicht zur Prüfungsvorbereitung, sondern zum gemeinsamen Entdecken von Wissen. (Kostenbeitrag: €20/Stunde)

*Was Sie nicht erwartet:* Es handelt sich weder um Psychotherapie oder Lebens-/ Sozialberatung, noch ein religiöses/ideologisches Angebot.

## **Publikationen**

Die einfachste Möglichkeit, regelmäßig alle unsere Publikationen (Übersicht: [http:// wertewirtschaft.org/publikationen/](http://wertewirtschaft.org/publikationen/)) zu erhalten, ist eine Mitgliedschaft beim Institut für Wertewirtschaft (Nähere Informationen: [http:// wertewirtschaft.org/spende/](http://wertewirtschaft.org/spende/)):

- 5€ / Monat: einfaches Mitglied, Abonnement unserer Publikationsreihe, Zusendung unserer Mitgliederschrift
- 10€ / Monat: Förderndes Mitglied
- 25€ / Monat: Gründer, Zusendung aller Publikationen, auch Buchtitel
- 50€ / Monat: Fördernder Gründer

**Institut für Wertewirtschaft**  
**Alberichgasse 5/12, A-1150 Wien**  
**Fax: +43 1 2533033 4733**  
**Email: [info@wertewirtschaft.org](mailto:info@wertewirtschaft.org)**  
**<http://wertewirtschaft.org>**