

# NEWSLETTER

**Januar 2011**

## INHALT

- **Das engagierte Unternehmen des Monats:** „Hamburg - Europas Umwelthauptstadt 2011“
- **Lieblingssite des Monats:** Green Capital WebTV
- **Produkte mit gutem Gewissen:** Die Einwegtoilette Peepoo
- **Der gute Tipp für den Job:** Das undruckbare WWF-PDF
- **Die Zahl zum Schluss:** Ausgeprägter denn je: Das Umweltbewusstsein der Deutschen in 2010

## ENGAGIERTE UNTERNEHMEN: „Hamburg - Europas Umwelthauptstadt 2011“

Die Metropolen der Welt werden zu immer wichtigeren Akteuren beim Thema Umwelt- und Klimaschutz. Die Europäische Kommission hat daher 2008 begonnen jene Städte in Europa als sogenannte Umwelthauptstadt auszuzeichnen, die durchgängig hohe Umweltstandards erreichen - und gleichzeitig bereit sind durch selbst gesteckte Ziele auf diesem Gebiet noch deutlich besser zu werden. Damit sollen die ausgewählten Städte Vorbild für andere europäische Metropolen sein.



Hamburg ist nach Stockholm (Umwelthauptstadt 2010) die zweite Stadt in Europa überhaupt, die den Titel „Green Capital“ für ein Jahr tragen darf. Die Hansestadt hat sich dafür ehrgeizige Ziele gesetzt. Auf insgesamt 6 Handlungsfeldern will man entscheidende Impulse geben, wie Umwelt- und Naturschutz in Städten gelebt werden kann, um den Weg in eine nachhaltige Zukunft zu weisen. Diese sind:

- a) Mobilität
- b) Klima & Energie
- c) Natur & Stadtgrün
- d) Stadtentwicklung & Wohnen

# NEWSLETTER

- e) Ressourcenschutz & Wirtschaft
- f) Nachhaltiger Konsum

Gemeinsames Motto aller Aktivitäten: „Die ganze Stadt macht mit!“. Alle gesellschaftlichen Akteure, aus Behörden, Bezirken, Unternehmen über Kammern, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Verbände und Stiftungen sollen sich an den geplanten Projekten beteiligen. Und die Bürgerinnen und Bürger Hamburgs sind eingeladen, sich mit eigenen Ideen, aber auch mit Kritik und Vorschlägen einzubringen.

Weitere Infos: <http://umwelthauptstadt.hamburg.de>

**MAKING SENSE meint:**

Hamburg hat sich nicht nur für 2011 sondern auch für die Zukunft in Sachen Umwelt- und Klimaschutz viel vorgenommen. Ob allerdings das ehrgeizige Motto, vor allem die Bürgerinnen und Bürger der Hansestadt zu erreichen und zur Mitgestaltung zu motivieren, erreicht wird, muss sich noch zeigen. Im Vorfeld des Umweltjahres und zu den beiden Auftaktveranstaltungen gab es schon einige kontroverse Diskussionen über das Sponsorenportfolio (hier stieß insbesondere Siemens als Produzent von Atomkraftwerken auf fast wütende Bürgerproteste) sowie über die Projekte, die die vielfältigen Umweltaktivitäten der Stadt selbst sowie ihrer zahlreichen Akteure präsentieren.

Wir werden die Aktivitäten aufmerksam verfolgen und in regelmäßigen Abständen berichten.

**LIEBLINGSSITE DES MONATS:** <http://greencapital.tv>

Zu einer Umwelthauptstadt, bei der die ganze Stadt mitmachen soll, gehört auch eine interaktive Beteiligungsplattform im Web. greencapital.tv bezeichnet sich selbst als „die weltweit erste Multimediaplattform zu den Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz“. Der Clou dabei: es soll nicht nur ein klassisches TV-Programm im Internet abrufbar sein. Vielmehr können Nutzer selbst Videobeiträge auf die Seite hochladen und so ihr Wissen zu Umwelt- und Klimaschutz mit allen teilen.



Beide Richtungen gehen fließend ineinander über. Die Moderatoren auf greencapital.tv begleiten fortlaufend das Geschehen auf der Plattform, etwa in dem ein gerade hochgeladener Beitrag redaktionell

# NEWSLETTER

eingeorordnet wird. Im Laufe des Jahres soll es zudem möglich sein, das Programm auf dem Handy als auch ganz konventionell im Kabelfernsehen zu sehen. Partner des Websenders sind: IMTECH, die Leuphana Universität in Lüneburg, newTV Hamburg und Contilla.

## PRODUKTE MIT GUTEM GEWISSEN: Die Einwegtoilette Peepoo

Die Megastädte in der dritten Welt kämpfen oft mit sehr grundlegenden Problemen in Folge von Überbevölkerung. Eines davon sind z.B. katastrophale hygienische Zustände. In den Slums von Asien und Afrika existiert in der Regel keinerlei Kanalisationssystem, man verrichtet stattdessen „sein Geschäft“ direkt vor der Haustür. So können leicht Krankheiten wie Durchfall gedeihen und sich zu Epidemien ausweiten.

Der aus Schweden stammende Architekt Anders Wilhelmson hat für dieses Problem eine ebenso geniale wie banale Lösung gefunden: eine Plastiktüte. Natürlich ist die Peepoo, wie Wilhelmson seine Erfindung nennt, kein einfaches Stück Plastik. Die Tüte ist von innen mit Urea beschichtet, einem Stoff, der die Keime in den Exkrementen zuverlässig abtötet. Die Hülle besteht aus Ecovio und wird von BASF produziert. Das Besondere daran: die Peepoo wird dadurch vollkommen kompostierbar gemacht. Gräbt man sie ein, braucht sie nur 2–3 Wochen, um die Exkremente in einen hochwirksamen Dünger zu verwandeln.



*Die Einweg-Toilette Peepoo von Peepoople*

Wilhelmson, der als erster Schwede Ashoka Fellow wurde, geht die Verbreitung der Peepoo behutsam an. Zunächst wurde in 2009 die Tüte ein Jahr lang in Slums in Kenia und Bangladesh umfassend getestet. Es ging dabei um die Frage, ob die Menschen vor Ort diese Art einer Toilette überhaupt akzeptierten, wie viel sie bereit sind dafür zu zahlen, und letztlich auch, welches Geschäftsmodell die größte Wirkung entfalten kann. Denn Wilhelmson hat sein Unternehmen Peepoople von Anfang an als ein Social Business Unternehmen angelegt. Man will nicht auf den ständigen Fluss von Spendengeldern angewiesen sein, sondern aus eigener Kraft wachsen. Seit Oktober 2010 gibt es nun die Peepoo in einem Testmarkt regulär

# NEWSLETTER

zu kaufen: in Kibera, dem größten Slum von Nairobi. Wenn dieses Businessmodell funktioniert, dann soll das Geschäft sukzessive ausgeweitet werden.

Weitere Infos: <http://www.peepeople.com/>

## **MAKING SENSE meint:**

Eine tolle Produktidee, die aufgrund ihrer Einfachheit das Potenzial hat, die hygienischen Zustände in den Megacities der dritten Welt positiv zu verändern – denn es zielt neben der Funktionalität des Produkts auch auf die Würde des Menschen und möchte auch den ärmsten Menschen die Möglichkeit geben, eine Wahl zu haben.

Organisiert als Social Business und eben nicht als Hilfsmaßnahme beispielsweise eines UN-Programms, hat es die Chance, aus eigener Kraft zu einem dauerhaften Angebot am Markt zu werden und entlang der Wertschöpfungskette noch andere Produktpotentiale auszuschöpfen. Getreu dem alten Motto: auch Abfall oder Mist lässt sich sinnvoll nutzen, wenn er den richtig eingesetzt wird.

## **DER GUTE TIPP FÜR DEN JOB: Das WWF-PDF**

Unter dem Motto „SAVE AS WWF – SAVE A TREE“ haben der WWF Deutschland und die Werbeagentur Jung von Matt gemeinsam ein neues grünes Dateiformat entwickelt: das .wwf – ein PDF, das sich nicht mehr ausdrucken lässt. Das dafür notwendige Programm kann man kostenlos herunterladen unter [www.saveaswwf.com](http://www.saveaswwf.com) und anschließend kinderleicht installieren – sowohl für den PC als auch für MACs.



Etwa sechs Prozent aller Ausdrücke am Arbeitsplatz landen laut einer Studie von Ipsos Global (im Auftrag von Lexmark in 04/2005) ungelesen im Papierkorb. Die Folgen dieser Ressourcenverschwendung: rund 500.000 Bäume müssen dafür jährlich ihr Leben lassen. Zudem entspricht dies überflüssige Drucken einer Energiemenge von 10 Milliarden Kwh Strom pro Jahr und belasten damit die Atmosphäre mit mehr als 655.000 Tonnen CO<sub>2</sub>.

Dagegen hilft das neue WWF-Dateiformat: jedes Dokument, das in diesem Format abgespeichert wird, lässt sich nicht mehr ausdrucken. So spart man zum einem Geld für Druckkosten – und schützt unsere Wälder. Öffnen und lesen kann man das WWF mit jedem herkömmlichen PDF-Programm. Und mit jedem

# NEWSLETTER

gesicherten WWF und jedem per E-Mail verschickten WWF verbreitet sich das neue Format „von unten“ weiter durch die ganze Welt – ganz im Sinne der Erfinder.

Weitere Infos: <http://www.saveaswwf.com/de/>

## **MAKING SENSE meint:**

**Eine simple Idee gut umgesetzt – das zeichnet das .wwf aus. Und das Programm kommt zur rechten Zeit: die Vereinten Nationen haben das Jahr 2011 zum internationalen Jahr der Wälder erklärt. Wir wünschen dem WWF eine globale Verbreitung – zum Wohl unserer Bäume und unseres Planeten.**

## **DIE ZAHL ZUM SCHLUSS: Ausgeprägter denn je: das Umweltbewusstsein der Deutschen 2010**

Die neue Studie "Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage" des Umweltbundesamts (UBA) belegt eindeutig das hohe Bewusstsein der Deutschen bezüglich Umweltschutz. Aus der Vielzahl an Ergebnissen greifen wir zwei Zahlen heraus:

**61 Prozent sprechen sich für eine Vorreiterrolle Deutschlands in der internationalen Klimaschutzpolitik aus.**

**Und 85 Prozent der Befragten stimmen dem Statement zu:  
„Wir brauchen einen konsequenten Umstieg auf erneuerbare Energien“.**

„Die Umfrage widerlegt Befürchtungen, dass die Finanzkrise den Umweltschutz in den Augen der Menschen in Deutschland weniger wichtig machen würde.“, sagte UBA-Präsident Jochen Flasbarth.



Eine Mehrheit der Befragten sieht auch Möglichkeiten selbst etwas für den Umweltschutz zu tun: Hier sehen im Bevölkerungsdurchschnitt zwischen 58 und 68 Prozent der Befragten die Chance, durch umweltfreundliches Konsumverhalten oder weniger Autonutzung sowie weniger Flugreisen einen Beitrag zu leisten.

## **Wir finden: weiter so auch in 2011!**

Die komplette Studie zum kostenfreien runterladen: <http://www.umweltdaten.de/publikationen/fpdf-l/4045.pdf>