



ISSN 1019-0287

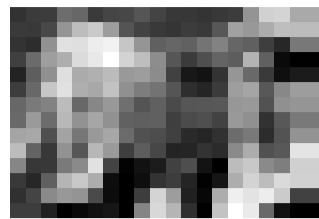
Preis 60,- LUF

8. Juni 2001

erscheint freitags

8/6 - 17/6/2001

(film/theatre/concert/events)



ErzieherInnen verzweifelt gesucht!



Der Streit im sozio-educativen Sektor schwelt weiter. Gewerkschaften fordern für Educateurs/trices und Educateurs/trices gradué-e-s eine Bezahlung, die den Studien der Betroffenen entspricht. Zudem sollen endlich klare Ausbildungsvorgaben gemacht werden. Bisher haben Patronat, Staat und Gewerkschaften in diesen Punkten aber noch keine Einigung erzielt. Die WOXX hat die Beteiligten vergangene Woche an den Runden Tisch gebeten ...

dossier, Seite 4

(Foto: Christian Mosar)

Bioboom durch BSE?

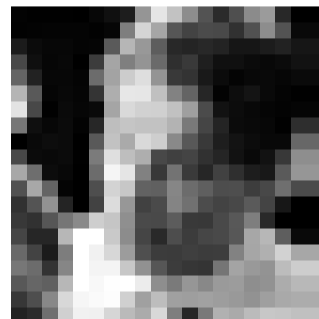
Bio ist "in" - den Fleischskandalen sei gedankt. Doch wie nachhaltig ist diese Trendwende beispielsweise in der Luxemburger Politik? WOXX sprach mit dem Bio-Fachmann Änder Schanck über das neue Agrargesetz.

dës woch, Seite 3

Second Chance

Großbritannien gibt Tony Blair eine zweite Chance. New Labour setzte im Wahlkampf auf einen modernisierten Patriotismus. Ein Bericht aus London.

interglobal, Seite 7



SPONSORING

Das Rote Kreuz tut Gutes. Der Konzern BP hilft dabei. Und hofft, sein Image zu verbessern. Es bleibt ein bitterer Nachgeschmack.

Wohin eigentlich mit den Drachmen aus der Reisekasse von vor drei Jahren, was tun mit den Ein-, Zwei- und Fünfpennigmünzen im Marmeladenglas? Der Euro wird eingeführt, die alten Währungen verlieren ihre Gültigkeit. Statt die Kleingeld-Schätze wegzuschmeißen, könnte man sie doch einsammeln. Und die erkleckliche Summe, die dabei zusammenkäme, für einen guten Zweck verwenden.

Die Idee eroberte die Stammtische, wie zuvor der Vorschlag, unverkäufliches Rindfleisch an die Dritte Welt zu verfüttern: Wir tun Gutes, und es kostet uns nicht einmal etwas. In Luxemburg griff das Rote Kreuz die Devisensammel-Idee auf. Vom Geld, so heißt es in einem Kommuniké, werde ein neuer Krankenwagen gekauft. Diese Solidaritätsaktion, so heißt es weiter, wird mit dem historischen Übergang zum Euro parallel laufen. Was für ein Glück, dass der Euro gerade kommt wenn das Rote Kreuz einen neuen Krankenwagen braucht.

Doch wie soll das Geld eingesammelt werden? Noch ei-

ne gute Idee: die Firma BP Luxemburg wird zum Partner der Aktion und stellt Geldurnen an allen ihren Tankstellen auf. Wirklich eine gute Idee? Immerhin ist der Autoverkehr die Hauptursache, warum solche Krankenwagen überhaupt benötigt werden. Und der Hauptsponsor der Aktion verdient sich mit dem Verkauf von Benzin eine goldene Nase. Ist diese Zusammenarbeit also moralisch verwerflich? Oder reicht es, zu argumentieren, Geld stinke nicht?

Die NGO vergeben bei solchen Joint-Ventures viel mehr, als sie oft meinen. Sie ermöglichen es den Unternehmen, ihr Image aufzupolieren. Das Geschäft mit der Anständigkeit boomt. Spezialisierte Agenturen beraten Unternehmen, wie sie sich mit möglichst wenig Aufwand und möglichst geringen Konzessionen einen menschen- und umweltfreundlichen Heiligenschein verschaffen. Erdölfirmen, die ein Produkt verkaufen, bei dem es fast keine Qualitätsunterschiede zwischen den Marken gibt, sind auf ihr Image besonders angewiesen.

BP hat diesen Weg konse-

quenter als jeder andere Ölkonzern beschriften: Der Konzern ist als erster aus der klimafeindlichen "Global Climate Coalition" ausgeschieden und hat massiv in die Photovoltaik investiert. Schließlich ging die Firma so weit, sich in "Beyond Petroleum" umzubenennen. Doch die hierauf folgende Medienaufmerksamkeit kann sich leicht gegen den Konzern wenden. Das Versprechen, nach ethischen Gesichtspunkten zu wirtschaften, wird von Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen an der Realität gemessen. Und die ist alles andere als erbaulich.

BP betreibt seine Förderaktivitäten in Tibet, im Sudan, in Kolumbien weiterhin in Zusammenarbeit mit Diktaturen oder paramilitärischen Kräften. Anfang des Jahres erklärte der BP-Chef in Davos, der Ölverbrauch werde in den nächsten zehn Jahren weiter zunehmen und sich dann stabilisieren. BP plant deshalb, seine Ölproduktion um fünf Prozent zu steigern. Das verträgt sich weder mit dem "Beyond Petroleum"-Slogan, noch mit den Empfehlungen des "Intergovernmental Panel on Climate Change" (IPCC), den CO₂-Ausstoß um mindestens 60 Prozent zu senken. Im amerikanischen Wahlkampf finanzierte BP nach ei-

nem Bericht des "Independent on Sunday" umweltfeindliche Kandidaten. Die Belohnung: Präsident Bush kündigt Kyoto auf und will Ölbohrungen im Arktis-Naturreservat erlauben - BP steht in der ersten Reihe der Interessenten.

Schließlich: Um die Nummer Eins bei der Herstellung von Solarzellen zu werden - ein Schlüsselargument in der "Beyond Petroleum"-Kampagne - kaufte BP einfach Solarex auf. Für 45 Millionen Dollar, das ist weniger als die Hälfte dessen, was die Kampagne gekostet hat. Peanuts, verglichen mit den Kosten der Übernahme des Unternehmens Arco: 26,5 Milliarden Dollar für den Ausbau der Produktionskapazitäten für ... Öl. Das Image ist eine Sache, das Geschäft eine andere.

Auch hierzulande wird der Imagegewinn aus der Partnerschaft mit dem Roten Kreuz dem Konzern helfen, den Ast zu bewahren, auf dem er sitzt. Die Arbeit anderer NGO, Gefahren und Kosten des motorisierten Individual- und Frachtverkehrs anzuprangern, wird mit solchen "positiven" Aktionen neutralisiert. Doch warum bei Sponsoring und Kommunikés stehenbleiben? Wie wäre es, liebe BP, mit einer Aktion der Art "Zehnmal bei BP getankt, eine Blutkonserve gratis"?

Dan Wiroth

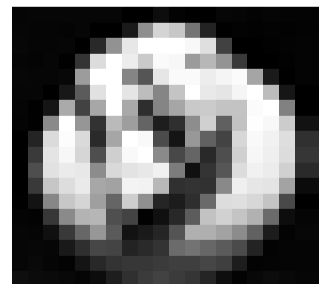
Kunst als Waffe: Der Überraschungssieger bei den Kurzfilmen auf der Berlinale will sich verstärkt Menschen und politischen Aussagen widmen.

magazine, Seite 9

Images dansantes

Danse et cinéma sont au programme du Festival Cour des Capucins. En vedette, une série de petits films d'avant-garde.

magazine, page 10



Ein Kommentar von Raymond Klein

Preis: 60 LUF - 1,49 Euros

