

# Der „Ökotainer“ mit den vielen verrückten Ideen

Martin Unfried schult in Maastricht EU-Beamte zur Umweltpolitik. In seiner Freizeit schreibt er Kolumnen, singt Lieder und will Ökologie sexy machen.

VON AMIEN IDRIES

**Maastricht.** Wenn Martin Unfried von seinen Ideen erzählt, tritt häufig der Effekt ein, dass man zunächst ein wenig distanziert schmunzelt, dann überlegt und schließlich denkt: „Warum eigentlich nicht?“

Eine dieser Ideen ist das emotionale Tempolimit, mit dem Unfried den Verkauf umweltschonender Autos ankurbeln will. „Wer ein sparsames Auto fährt, darf rasen“, lautet Unfrieds Temporegel. Je höher der CO<sub>2</sub>-Ausstoß, desto niedriger die erlaubte Höchstgeschwindigkeit. „Das wäre toll. Die PS-Protze müssten mit 110 km/h auf der rechten Spur fahren und ich könnte sie mit meinem Dreiliterauto problemlos überholen“, sagt Unfried. Der Effekt aus seiner Sicht: Die Audi-, BMW- und Mercedesfahrer würden das vermutlich zwei oder drei Tage aushalten und wären dann nervlich am Ende. „Die würden auf Knien ins Autohaus rutschen und um ein sparsames Auto bitten.“

Martin Unfried, 1966 im schwäbischen Ellwangen geboren und seit zehn Jahren wohnhaft in Maastricht, bereitet es sichtlich Vergnügen, solche – auf den ersten Blick spinnerten Ideen – zu entwickeln und die Reaktion seines Gegenübers abzuwarten. Unfried ist „Ökotainer“. Er will Ökologie sexy und emotional verkaufen und nimmt dafür gerne in Kauf, als ein wenig schräg zu gelten.

Und schräg sind seine Musikvideos, die er via Internet unter das Ökovolk bringt, durchaus. Egal ob das Countrylied für Pflanzenöl als Benzinersatz oder der Partykracher zum Störfall bei Vattenfall: Unfried ist kaum etwas peinlich, solange er seine Botschaft rüberbringen kann. Und die ist weitaus vielschichtiger, als es durch die bunten Videos auf seiner Homepage erscheinen mag.

Im wirklichen Leben ist Unfried denn auch kein durchgeknallter Öko-Freak, sondern ein seriöser Familienvater, der sich als Schwabe

in Limburg ausgesprochen wohlfühlt. Der studierte Politik- und Theaterwissenschaftler und ehemalige Radiojournalist arbeitet für das in Maastricht angesiedelte „Europäische Institut für Öffentliche Verwaltung“ (Eipa). Dort forscht er und schult EU-Beamte zur Umwelt- und Klimapolitik. „Maastricht ist wegen der Grenz Nähe für mich der optimale Ort. Ich kann in den Niederlanden seriös meine Arbeit machen und in Deutschland – gewissermaßen als Ausgleich – meinem heiteren Öko-Hobby nachgehen.“

Ausgangspunkt für das heitere Hobby war 2005 eine neue Kolumne in der „Tageszeitung“ („Taz“), bei der sein Bruder Peter damals stellvertretender Chefre-

„Ich kann in den Niederlanden seriös meine Arbeit machen und in Deutschland meinem heiteren Öko-Hobby nachgehen.“

MARTIN UNFRIED

dakteur war. „Die ‚Taz‘ wollte, dass ich etwas zum Thema Ökologie mache, und wir brauchten einen knalligen Namen.“ So entstand die Kolumne „Ökosex“. Ganz einfach, weil Öko zum damaligen Zeitpunkt alles anderes als sexy war. Unfried schreibt locker-flockig über Atomausstieg und Klimawandel, ohne den Zeigefinger zu heben oder Moralin zu verspritzen. Inzwischen ist die Kolumne preisgekrönt und Unfried wird zu Kongressen eingeladen, bei denen er seine Ideen und Lieder präsentiert.

Unfried interessiert vor allem die gesellschaftliche Ebene der Umweltpolitik, die seiner Ansicht nach in Deutschland immer noch vernachlässigt wird. Welches Image hat Öko? Wie kann man Menschen, dazu bringen, sich ökologisch bewusst zu verhalten? Warum verstehen viele die Brisanz des Klimawandels, aber handeln nicht danach? Als Hauptproblem hat Unfried hierbei die Verzichtsrhetorik der „Ökomoralisten“ aus-



„Ich fahr mit Pflanzenöl!“. Einer von Unfrieds schrägen Internet-Auftritten im Dienste der ökologischen Sache.

Foto: Jörg Birkelbach/primaklima.tv

gemacht, zu denen er früher selbst gehört hat. „Die verbissene moralische Aufladung von Umweltpolitik ist kontraproduktiv“. Die vergangenen Jahrzehnte hätten gezeigt, dass es nicht an logischen Argumenten oder Fakten mangle. Was fehle, seien die positiven Gefühle. Ökologisch sinnvollem Verhalten habe stets das Image angehaftet, dass man verzichten müsse

und dies für sein Gewissen mache. „Das hat bei vielen zu einer Blockadehaltung geführt“, analysiert Unfried. Besonders bei trendsetzenden Eliten wie Werbeleuten oder Journalisten.

Keine Frage, man könne über Konsumverzicht reden. Vor allem, weil viele Leute dächten, heute müssten sie auf nichts verzichten. „Wenn man in den Niederlanden wohnt und mit Fahrradwegen wohnt, wundert man sich schon, wenn man in eine deutsche Stadt kommt, wo alles dem Autoverkehr untergeordnet ist. Dort verzichten die Menschen meines Erachtens auf viel Lebensqualität“, sagt Unfried. Viel wichtiger aber als der Verzicht sei der Konsumumbau.

Hier gelte es, Öko ein neues Image zu verpassen. Unfried nennt das den Kampf um die Herzen. Dazu müsse man die Mechanismen der Konsumgesellschaft verstehen und die Werbung nutzen. „Wir müssen ökologisch sinnvolle Produkte mainstreamfähig machen“, sagt Unfried im Werbe-Deutsch. Kunden sollen umweltfreundliche Produkte nicht kaufen, weil sie gute Menschen sind, sondern weil es um Lifestyle geht. Nur so könne es funktionieren.

Als Beispiel nennt Unfried den

Dreiliter-Lupo, den VW von 1999 bis 2005 produzierte. „Neben dem relativ hohen Preis waren die Gründe für den mäßigen Verkaufserfolg vor allem Marketingfehler.“ VW habe ein bereits bestehendes Modell, das ein biederes Image hatte, als Grundlage für das erste serienmäßige Dreiliterauto genommen und in seiner halbherzigen Kampagne an das Gewissen der Kunden appelliert. „Das ist grotesk. VW baut mit viel techni-

chen kann.“ Die positiven Gefühle für spritfressende Sportwagen seien eben nicht gottgegeben, sondern von der Automobilindustrie in den vergangenen Jahrzehnten strategisch aufgebaut worden.

Und dann ist Unfried wieder bei einer seiner Ideen. Viel hänge eben an Eliten und Prominenten. Wenn Heidi Klum Werbung für einen VW-Geländewagen mit hohen CO<sub>2</sub>-Emissionen von 200 g/km macht, dann habe das einen Effekt. Ebenso wie Gutscheine für Atom- und Kohlestrom von Eon, die bei „Wetten, dass..?“ werbewirksam in die Kamera gehalten werden. Zum Glück aber seien Prominente käuflich. Wie wäre es also, fragt Unfried, wenn die Bundesregierung 100 Millionen Euro in die Hand nähme, und dafür zehn A-Promis für fünf Jahre kaufen würde? Schumi, Tokio Hotel, Hape Kerkeling, Heidi Klum, André Rieu und andere würden mit 1A-Klimaschutzprodukten ausgestattet und müssten sich verpflichten, immer und überall mit ihrem Energieplushaus und dem Verbrauch ihres Autos anzugeben. Produktplacement mit den richtigen Produkten, nennt Unfried das. „Mit einer solchen Kampagne ließe sich mehr für Umweltschutz tun als mit Demonstrationen.“

Spricht's und wartet auf die Reaktion des Gegenübers.

## Für mehr Lebensqualität und einen Haushalt ohne fossile Brennstoffe

**Martin Unfried** beschränkt sich nicht darauf, in seinen Kolumnen „Ökosex“ und „Fairkehr“ für umweltfreundliches Verhalten zu werben. Er will zeigen, dass ein solches Verhalten Spaß macht.

**So haben er** und seine Familie – Unfried hat zwei Kinder im Teenageralter – sich das Ziel gesetzt, ihren Haushalt ohne fossile Brennstoffe zu betreiben. „Das haben wir bereits 2011 erreicht“, sagt Unfried. Das Reihenhaus in Maastricht wurde energetisch saniert. Neue Dämmung, neue Fenster. Dann installierten die Unfrieds eine Photovoltaik-Anlage. Der jährliche Gasverbrauch konnte inzwischen auf 800 Kubikmeter halbiert werden.

**Das Gas kaufen** die Unfrieds nun als

Biogas bei einem Energieanbieter, der keinen Kohle- oder Atomstrom produziert. „Ökostrom ergibt erst dann Sinn, wenn man ihn nicht von einem Anbieter bezieht, der auch Kohle- und Atomstrom produziert, damit das Geld an diejenigen fließt, die das Neue aufbauen“, so Unfried.

**All das habe** erst mal nichts mit Verzicht zu tun. „Im Gegenteil, wir konnten unsere Lebensqualität deutlich verbessern“, sagt Unfried.

**Auf ein Auto** sind die Unfrieds allerdings noch angewiesen. Unfrieds Ehefrau arbeitet in Aachen und muss mit dem Dreiliterauto pendeln. „Der Grund ist ein infrastruktureller Mangel. Während es eine gut ausgebaute Autobahn gibt, über die man Aachen in 35 Minuten erreichen kann, fehlt

eine ähnlich gute Verbindung im öffentlichen Nahverkehr.“ Das sei das Ergebnis einer Kultur, die den Individualverkehr lange Zeit bevorzugt habe.

**Betankt wird** das Auto mit Pflanzenöl. „Klar ist, dass Biotreibstoffen angesichts der globalen Lebensmittelversorgung nicht die Zukunft gehört“, sagt Unfried. Allerdings sei regional produziertes Pflanzenöl immer noch besser als Diesel von Mineralölkonzernen. „Von Biosprit erwartet man, dass er vollkommen bedenkenlos produziert wird. Aber die Leute gehen, ohne mit der Wimper zu zucken, zur Tankstelle um die Ecke und tanken dort womöglich Benzin, das aus dem Nigerdelta stammt und dort die Umwelt in unvorstellbarem Ausmaß verpestet.“ (ai)