

Pressemitteilung vom 4. April 2007

## **„CO<sub>2</sub>-Emissionen bewegen die Welt“ / Audi- und VW-Werbung ist Hauptzielscheibe im BUND-Wettbewerb zur Verfremdung von Autoanzeigen**

Berlin: Mercedes, BMW, Porsche – unter den Beiträgen, die zum Adbusting-Contest des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) eingingen, sind alle großen Automarken vertreten. Top-Platzierungen erreichten veränderte Werbemotive von VW und Audi. Im vom BUND und der Hamburger Werbeagentur „AlsterPartisanen“ ausgerufenen Verfremdungs-Wettbewerb von Autoanzeigen wurden jetzt die Sieger ermittelt. Im Visier der meisten Teilnehmer stand die Werbung deutscher Autohersteller – vor allem die von VW (19 Einsendungen), Audi (15), BMW (15) und Mercedes (13).

Den Wettbewerb entschieden die Besucher der entsprechenden Internetseite: Auf dem ersten Platz liegt Aleksandar Angelovskis Verfremdung einer Audi-Anzeige. Er gab ihr den Titel „CO<sub>2</sub>-Emissionen bewegen die Welt“. Darauf ist ein Audi-Fahrer zu sehen, der aus dem Autofenster eine Erde in den Abfall wirft. Den zweiten Platz erreichte Michael Gasteiger mit einem Beitrag zur VW-Werbung. Der dritte Platz geht an Dr. Wolfgang Kaiser für eine weitere Audi-Verfremdung.

Einen Sonderpreis erhält der Kunstkurs der 12. Klasse des Gymnasiums im nordhessischen Schwalmstadt. Die Schülerinnen und Schüler beteiligten sich mit zahlreichen Motiven an dem Wettbewerb und organisierten sogar eine eigene Ausstellung dazu.

Norbert Franck, PR-Chef des BUND: „Wir sind von der Resonanz auf den Adbusting-Wettbewerb begeistert. Die Vielfalt der Beiträge und die Kreativität der Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben uns sehr beeindruckt. Wenn die Konzerne endlich einen ähnlichen Enthusiasmus für das Klima an den Tag legen würden wie die Teilnehmer, wären wir beim Schutz unseres Planeten einen großen Schritt weiter.“

Hintergrund des Wettbewerbs ist die Modellpolitik der großen deutschen Autokonzerne, die bevorzugt Autos mit hohem Kraftstoffverbrauch bewerben. Wie eine Analyse des BUND ergab, verbrauchen die beworbenen Pkws im Durchschnitt neun Liter auf 100 Kilometer. Das entspricht 215 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer.

Franck: „Damit bricht die Autoindustrie ihr eigenes Versprechen, das sie 1998 gegeben hat. Statt wie angekündigt den durchschnittlichen Verbrauch ihrer Neuwagen bis 2008 auf 5,7 Liter und damit den CO<sub>2</sub>-Ausstoß auf 140 Gramm je Kilometer zu reduzieren, geben sie in die falsche Richtung Vollgas. Eine Kurskorrektur ist längst überfällig. Wir erwarten von den deutschen Autoherstellern, dass sie mit ihren Konkurrenten in einen Wettbewerb um die sparsamsten Modelle eintreten. Einige französische Hersteller werben bereits damit, dass ihre Pkw möglichst wenig CO<sub>2</sub> ausstoßen.“

Alle Beiträge des Wettbewerbs und weitere Hintergrundinformationen sind im Internet unter [www.bund.net/klimaschutz](http://www.bund.net/klimaschutz) zu finden.

**Pressekontakt:** BUND-Verkehrsexperte Werner Reh, Tel. 030-27586-435 bzw. Rüdiger Rosenthal, BUND-Pressesprecher, Tel. 030-27586-425/-489, Fax: -449; E-Mail: [presse@bund.net](mailto:presse@bund.net), Internet: [www.bund.net](http://www.bund.net)