

Pressemitteilung vom 16. November 2006

## **Autoindustrie blockiert EU-Verbrauchslimits / Mercedes-Benz-Politik kritisiert / BUND startet Wettbewerb zur Verfremdung von Autowerbung**

Berlin: Der Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) hat die Modellpolitik des DaimlerChrysler-Konzerns scharf kritisiert. Das Unternehmen komme seiner Verantwortung zum Klimaschutz nicht nach und verfehle das Ziel, die schädlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Neuwagen entscheidend zu reduzieren. Die aktuell verkauften Mercedes-Pkw emittierten im Durchschnitt 185 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer. 1998 habe Mercedes versprochen, diesen Wert von damals rund 220 Gramm bis 2008 auf 140 Gramm zu senken. In den zurückliegenden acht Jahren sei nur rund die Hälfte dieser Selbstverpflichtung erfüllt worden. Offensichtlich sei, dass die verbleibenden zwei Jahre nicht genügen, um die andere Hälfte zu erreichen.

In besonderem Maße klimaschädlich sei auch, dass die deutschen Autoproduzenten auf EU-Ebene gegen gesetzliche Spritverbrauchslimits vorgingen. Die Autolobby versuche zu verhindern, dass die EU-Energieminister kommende Woche einen ehrgeizigen Energiesparplan verabschieden. Ursprünglich war darin vorgesehen, für 2012 bei Neuwagen eine durchschnittliche Emissionsobergrenze von 120 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer festzuschreiben.

Aus Protest gegen die Klimapolitik deutscher Autohersteller veröffentlicht der BUND morgen in der Tageszeitung „taz“ eine verfremdete Mercedes-Anzeige mit der Aussage, das Unternehmen ruiniere das Klima. Abgebildet wird ein Modell der neuen R-Klasse in einer Wüstenlandschaft. Bereits vor einer Woche hatte der BUND BMW als Klimasünder geoutet. In der Münchener Innenstadt war ein verändertes Werbeplakat des neuen 3er BMW gezeigt worden, auf dem das Auto in einer von den Alpen abgehenden Schlammlawine versinkt. Eine ähnliche Aktion gegen VW kündigte der BUND für kommende Woche in Wolfsburg an.

Um die Branche zum Umdenken zu bewegen, startete der Umweltverband einen öffentlichen Wettbewerb zur Verfremdung der Anzeigen deutscher Automobilkonzerne. „Unser Wettbewerb soll den Schein der Autowerbung von einer heilen Welt entlarven. Dazu rufen wir Agenturen auf und alle, die sich kreativ für den Klimaschutz engagieren wollen“, sagte Norbert Franck, Pressechef des BUND. „Wenn die Autokonzerne ihre Verantwortung für den Klimawandel ignorieren und stur weiter Spritfresser bewerben, wenn sie also nicht halten, was sie versprechen, dann muss ihnen Dampf gemacht werden.“

Im Internet richtete der BUND einen „Mailomaten“ ein, mit dem Protest-E-Mails an die Vorstandschefs von DaimlerChrysler, BMW und VW geschickt werden können. Hintergrund der Kampagne ist eine Werbe-Analyse des BUND. Sie ergab, dass der Durchschnittsverbrauch der am häufigsten beworbenen Pkw derzeit bei neun Litern auf 100 Kilometer liegt. Das entspricht 215 Gramm CO<sub>2</sub> pro Kilometer.

**Informationen** über die Wettbewerbsbedingungen, den Mailomaten sowie Downloads der vom BUND in Zusammenarbeit mit der Agentur „Alsterpartisanen“ verfremdeten BMW- und Mercedes-Werbeplakate sind unter [www.bund.net/klimaschutz](http://www.bund.net/klimaschutz) zu finden.

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