Greenwashing ist irreführende Kommunikation



Ein Interview mit Prof. Peter Seele, USI Lugano, über den aktuellen Stand zum Thema Greenwashing

Lieber Prof. Seele, die Debatte um Greenwashing reißt seit Jahren nicht ab. Zuletzt hat sich die Wissenschaft zunehmend mit dem Phänomen beschäftigt. Was sind dabei die zentralen Fragen, die geklärt werden?

Seele: Zwei Fragen drängen sich gegenwärtig insbesondere zum Thema Greenwashing auf: 1. Gibt es einen Abstumpfungseffekt in der Öffentlichkeit? Haben wir uns also daran gewöhnt in Zeiten der alternativen Fakten, dass Unternehmen ohnehin nicht nur übertreiben, sondern die Grauzone der Irreführung zu ihren Gunsten ausnutzen - und dabei nach aussen verschieben? Und 2. Greenwashing als gemeinsames Konstrukt aus irreführende Kommunikation und einer externen Anklage ist per definitionem kein rechtliches Vergehen, sondern in der Grauzone der Irreführung, ohne Betrug zu sein. Welche Rolle spielt in Zukunft die Gestaltung des Rechts, isnbesondere im Hinblick auf eine Verrechtlichung von CSR durch verpflichtende Gesetzgebung, wie wie sie beispielsweise in der EU für CSR Berichte sehen, oder auch bei strenger werdenden Umweltauflagen für Unternehmen und Konsumenten.

Lässt sich Greenwashing denn einigermaßen klar von weniger stark instrumentalisierter Kommunikation unterscheiden?

Seele: Instrumentelle Kommunikation an sich ist kein Problem. Im Gegenteil - sie ist das Tagesgeschäft. Das Unterscheidungskriterium bei Greenwashing ist die moralische Fallhöhe, da man bei grünen oder anderen CSR Themen kommuniziert, zu den Guten gehören zu wollen (und auch die höhere Zahlungsbereichtschaft etwas abzuschöpfen), gleichzeitig aber im Kern mit rhetorischen Tricks arbeitet und die grüne Botschaft nicht des Grünen wegen, sondern des vermuteten Reputationsgewinns oder des Geschäftsmodelles wegen verfolgt.

Ein Greenwashing-Vorwurf kann auch unbegründet sein. Wie lässt sich das herausfinden bzw. wie können Unternehmen sich davor schützen?

Seele: Viele Greenwashing Fälle sind durch Ausnutzung von Grauzonen und Intransparenz gekennzeichnet. Legen Sie Rechenschaft ab und liefern glaubwürdige Daten. Das reduziert auch die Attacken und Anschuldigungen von aussen und trägt zur allgemeinen Ent-Hysterisierung und Abrüstung zwischen Unternehmen, NGOs und anderen Stakeholdern bei.

Peter Seele hält einen Impulsvortrag über Greenwashing zum Auftakt der großen Paneldiskussion auf dem 2. Deutschen CSR Kommunikationskongress in Osnabrück