

► **Umweltbewusst:** Glamour und Grün sind kein Widerspruch. Doch wie echt sind die Botschaften der prominenten Weltverbesserer wirklich?

Grüner Star

VON NICOLE ADLER

Mitten auf dem Grundstück eines städtischen Bauernhofs in Los Angeles. Daryl Hannah klettert auf einen Nussbaum und verbirgt sich mehrere Stunden in einem Baumhaus. Dann kommt die Feuerwehr und holt die US-Schauspielerin unter lauten Protesten aus ihrem Versteck. Spätestens bei der Festnahme Hannahs durch die Polizei ist klar: Hier wird nicht die Fortsetzung von „Splash – Jungfrau am Haken“ gedreht. Hannah hatte sich gemeinsam mit anderen Umweltaktivisten gegen den Abriss einer Kleingartenanlage zur Wehr gesetzt.

Szenenwechsel – neulich bei den Oscars. Man fragt sich seit ein paar Jahren, wo die protzigen Stretchlimousinen geblieben sind. Die Stars rollen inzwischen mit spritsparenden Hybridwagen vors Kodak Theatre und mit ihnen eindeutige Botschaften für die Weltöffentlichkeit: Wir kämpfen gegen die globale Erderwärmung, wir gehen mit gutem Beispiel voran. Willkommen im Reich der Ökofuturisten.

Gute Sache Sie protestieren und setzen sich für die gute Sache ein. Nicht umsonst veröffentlicht die *Vanity Fair* eine „Green Issue“, in der Umweltbewusstsein als „radical chic“ gepriesen wird und Al Gore, Julia Roberts oder George Clooney zur „environmental revolution“ aufrufen. Das soll heißen: Glamour und Grün sind kein Widerspruch. Ökologie muss nicht mit Entsagung verbunden sein, Luxus und zivilisatorischer Fortschritt sind okay.

Rundum öko Internationale Stars zeigen, wie es geht. U2-Frontmann Bono gründete etwa das Öko-Label „Edun“, dessen Bekleidungsstücke nach Fair-Trade-Prinzipien und ausschließlich aus umweltfreundlichen Materialien in afrikanischen Ländern hergestellt werden. Afrika war auch der Schauplatz für die neue Louis-Vuitton-„Core Values“-Kampagne, für die Bono und seine Frau Ali Hewson gemeinsam posierten. Luxustaschen und Öko – geht das? Ja, solange die Star-Testimonials Kleider ihres eigenen Labels tragen und der französische Luxus-Konzern mit dem Erlös der Kollektion Armut und Aids auf dem afrikanischen Kontinent bekämpft.

Julia Roberts arbeitet seit Jahren mit Umweltguru Sophie Uliano zusammen, benutzt als dreifache Mama nur chlorfreie Windeln der Marke „Seventh Generation“ und umweltfreundliche Einkaufstaschen.

Die Erde ist krank, und ihre Krankheit heißt „Mensch“, referiert Leonardo DiCaprio, als wäre er Umwelt-Professor. Der Titanic-Star setzt sich seit Jahren gegen globale Erwärmung ein und zeigte in seinem Dokumentarfilm „The 11th Hour“, dass man die Erde retten kann, ohne auf gewohnte Standards verzichten zu müssen. Schauspielkollege Edward Norton macht sich als Treuhänder eines gemeinnützigen Bauunternehmens für den vermehrten Einsatz von

Solarzellen stark. Auch Brad Pitt hat im zerstörten New Orleans gemeinsam mit dem Berliner Architektenbüro „Graft“ soziale und umweltfreundliche Architektur etabliert.

Und Hollywood-Schönheiten wie Scarlett Johansson oder Cameron Diaz fahren voll auf Hybridautos ab. Charlize Theron wählt nur noch Limo-Services mit umweltfreundlichen Autos. Aus welchen Quellen der Strom für die Öko-Autos herkommen soll, bleibt dahin gestellt. Ebenso die Tatsache, dass Theron & Co zum nächsten Red-Carpet-Auftritt wohl per Privatjet düsen. Viele Stars nehmen ihre Botschaften bestimmt ernst.

Alles nur Publicity Doch ist der Öko-Rausch in Hollywood auch immer authentisch? „Giselle Bündchen, zum Beispiel, hat ihre Reputation selbst beschädigt“, sagt Karin Huber,

Managing Partner von *comact*, der bisher einzigen Agentur Österreichs mit Spezialisierung auf die Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen.

Das brasilianische Supermodel, das sich als UN-Umweltbotschafterin gegen die Abholzung des Regenwaldes einsetzt, ist zuletzt in Verruf gekommen, weil die Schöne selbst eine nicht ganz umweltfreundliche Luxusvilla mit acht Schlafzimmern und Garagen für sechs Autos baut. „Manche Stars benutzen Öko-Themen nur fürs Image und leben selbst nicht das, was sie predigen“, attestiert Social-Responsibility-Expertin Huber. „Aber ebenso wie von Unternehmen oder Marken erwartet man sich auch von Stars, dass sie authentisch

Verleihen Öko-Themen Sexappeal: Hollywood-Stars Natalie Portman (1), Cameron Diaz (2), Super-Model Gisele Bündchen (3), Julia Roberts (4), Naomi Campbell (5), Modedesignerin Stella McCartney und Pop-Sängerin Pink (6). Daryl Hannah (7) steigt auf die Barrikaden



REUTERS, AP, EPA, REUTERS, EPA-EFE

und glaubwürdig sind.“ Auch Naomi Campbell ist ein gutes Beispiel: Erst posiert sie für die Tierschutzorganisation PETA, dann stolziert sie im Fendi-Pelz über den Laufsteg. Echtes Bewusstsein oder nur Publicity? Die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* ging kürzlich in einem Artikel einen Schritt weiter und ortet hinter der neuen Ökobewegung der Stars ein gewisses „Distinktionsbedürfnis“, den Wunsch sich abzuheben. Klar, wenn schon jeder Nachwuchsrapper drei Lamborghinis fährt, braucht die globale Elite neue Statussymbole, um sich vom gemeinen Volk abzuheben. Elektroautos fahren, sieben Kinder adoptieren, Ökohäuser bauen, Fair-Trade-Klamotten verkaufen. Andererseits: Man kann sich leicht über die aktuellen Rituale der sogenannten Gutmenschen lustig machen. Oder aber hoffen, dass die Stars ökologischen Themen damit mehr Sex-Appeal verpassen und so zum allgemeinen Bewusstseinswandel beitragen.

KURIER gewinnspiel

KÖSTLICHES ÖSTERREICH
KURATORIUM KULINARISCHES ERBE ÖSTERREICHS

KURIER verlost 5 Bücher „Köstliches Österreich“ | Die 100 besten Gastronomie-Hinlagenleiterin Sylvia M. Smetitsky für das Kuratorium Kulinarisches Erbe Österreichs | Christian Brandstätter Verlag | 424 Seiten | ca. 100 Farbbildungen | Preis 49,90 Euro | Einlöslich im gut verteilten Buchhandel.

Jetzt mitgeben mit KW „Köstliches Österreich“ unter www.kuery.com - Einschlussfrist 1.4.2011

Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Bei Nichtbenachrichtigung ist keine Beantragung möglich.

5 BÜCHER
ZU GEWINNEN