

Brauerei will Rügens Feuersteinfelder retten

Die Rostocker Brauerei engagiert sich im Naturschutz. Immer mehr Firmen in M-V entdecken das Ökosponsoring.

Von ELKE EHLERS

Rostock (OZ) „Wir denken über den Sudkessel hinaus“, versicherte gestern der Geschäftsführer der Hanseatischen Brauerei Rostock, Wolfhard Buß. „Unsere Küste ist ein wunderbares Stückchen Erde. Wir wollen dazu beitragen, dass es erhalten bleibt.“ Deshalb sollen vom 29. März bis 1. Mai von jedem verkauften Kasten Rostocker Pilsener 20 Cent in den Umweltschutz fließen.

Das Unternehmen und der Naturschutzbund (Nabu) stellten dazu gestern ihr Projekt „Jede Kiste für die Küste“ vor. „Bier ist ein reines Naturprodukt. Gutes Bier braucht nichts so sehr wie sauberes Wasser aus gesunder Natur“, sagte der Rostocker Firmenchef. Der Verlust von Naturschönheiten wie den Wissower Klinken mache deutlich, wie wichtig Umweltschutz-Engagement ist.

Wie Nabu-Landesvorsitzender Stefan Schwill hervorhob, sei die Natur in Mecklenburg-Vorpommern der wichtigste Träger des Tourismus. „Umweltschutz ist also auch Wirtschaftsförderung.“ Der Nabu, der in M-V 5600 Mitglieder hat, erhalte so die Möglichkeit, Projekte umzusetzen, die

„wir schon lange in Angriff nehmen wollten, für die uns aber die Finanzierungsmöglichkeit fehlte“. Das wohl spektakulärste seien die Feuersteinfelder bei Binz, informierte Rügens Nabu-Geschäftsführerin Marlies Preller. Die vor 4000 Jahren durch Hochwasser aufgetürmten Steinwälle drohten zuzuwuchern. „Jetzt erhalten wir die Mittel, den Kiefernbewuchs einzudämmen.“

Die Brauerei Krombacher war 2002 mit einer ähnlichen Aktion in Neuland vorgestoßen: Für Lebens- oder Genussmittel nicht nur mit der Anziehungskraft von Prominenten oder Sportereignissen zu werben, sondern über Naturschutzprojekte. Obwohl Gerichte dessen Zulässigkeit noch prüfen, hat die Umweltorganisation WWF kein Problem damit, Marketing und Umweltschutz zu koppeln. „Wenn es beiden Seiten dient, warum nicht?“, meint WWF-Pressesprecher Jörn Ehlers. Er plädiert dafür, das Geld für die Natur auszugeben statt für „Werbeschnickschnack wie Schlüsselanhänger“. Bei Krombacher sei der Absatz während

der Aktionswochen um 17 Prozent gestiegen. Aus dem Erlös wurde ein langfristiges Projekt: Eine Stiftung sponsert Maßnahmen gegen Wilderei und illegalen Holzeinschlag im Regenwald.

Auch Rostocks Brauereichef hofft darauf, dass für den guten Zweck so mancher Kasten „Rostocker“ mehr gekauft wird. Buß erwartet, dass bis zu 25 000 Euro zusammen kommen. Dafür müssten gut 100 000 Kästen Pilsener verkauft werden. Pro Jahr produzieren Rostocks Brauer 420 000 Hektoliter Bier. Das Unternehmen stellte in Aussicht, die Aktion nächstes Jahr fortzuführen.

Auch andere Firmen bekennen sich in M-V zum Ökosponsoring. Der Energieversorger E.DIS engagiert sich vor allem im Storch- und Adlerschutz, die Mecklenburgische Brauerei Lübz fördert Projekte im Naturpark Nossentiner/Schwinzer Heide. Der Autokonzern Honda unterstützt das Biosphärenreservat Schaalsee mit umweltfreundlicher Mäh-technik, der Handelsriese OTTO finanziert einen Umweltlehrstuhl an der Universität Greifswald.

UMWELTSCHUTZ-PROJEKTE

Wanderungen zu den Uferschwalben

Auf Rügen, Darß-Fischland und bei Bad Doberan werden sechs Projekte unterstützt. So sollen die 40 Hektar großen Feuersteinfelder bei Binz vor dem Zuwachsen bewahrt werden. In den Banzelvitzer Bergen gilt der Schutz einem seltenen Kuhschellen-Bestand, bei Ber-

gen dem Erhalt einer Wiesenknöterich-Riedwiese. Zwischen Wustrow und Ahrenshoop sollen Wanderungen zu den Brutstätten der Uferschwalben angeboten werden. In der Conventer Niederung bei Heiligendamm werden ebenfalls seltene Arten erforscht.