

GUTES GEWISSEN ZUM SCHNÄPPCHEN-PREIS

VON TORALF STAUD

Von der Bratwurst bis zur Flugreise: Das Etikett „klimaneutral“ wird zum Verkaufsschlager. Was ist von den Angeboten zu halten?

Als die Fanfaren erklingen, fliegt Superwurst durchs Bild. Das ist eine Bratwurst mit aufgeklebtem Gesicht und flatternd-rottem Umhang. Sie schlägt eine dunkle CO₂-Wolke in die Flucht, es jubeln die Möhren. „Kommt alle mit auf dem Weg zur CO₂-Freiheit“, ruft der Held am Ende des Videos. Im Werbespot der Firma Ökoland ist der Kampf gegen den Klimawandel ganz einfach.

Superwurst ist ein besonders schräges Beispiel für einen neuen Marketingtrend. Immer mehr Produkte gibt es angeblich klimaneutral: Flugticket und Skiurlaub, Benzin und Postpaket. Gegen einen Aufpreis von 1,20 Euro verschickt Fleurop „klimaneutrale“ Blumen. Die E.on-Tochter „E wie einfach“ bietet den „MeinKlimaTarif“ an. Aber da wird nicht etwa der Strom klimaschonend erzeugt, sondern die CO₂-Emissionen aus Kohle- und Atomkraftwerken im Nachhinein vorgeblich ausgeglichen. Wer bei Google das Wort „klimaneutral“ eintippt, erhält 340.000 Fundstellen. Doch selbst für diese Aktion gibt es inzwischen eine angeblich klimafreundliche Alternative: die Suchmaschine www.ecocho.eu.

Das Prinzip der Klimaneutralität klingt bestechend einfach: Die Menge an Treibhausgasen, die ein Produkt oder eine Dienstleistung verursacht, wird irgendwo anders eingespart und das dazu nötige Geld auf den Preis aufgeschlagen. So verspricht der niedersächsische Bio-Fleischer Ökoland, dass bei

dioxid-Ausstoß eines Autos zum Beispiel kommt es auf das Fahrverhalten an. Am größten sind die Probleme bei der Berechnung von Flügen. Wer beispielsweise auf der Internetseite des Schweizer Anbieters MyClimate die Emissionen seiner Reise kalkuliert, erhält ein gut doppelt so hohes Ergebnis wie auf der Lufthansa-Homepage – obwohl auch der dortige CO₂-Rechner von MyClimate betrieben wird. Des Rätsels Lösung: Die Schweizer berücksichtigen (in Übereinstimmung mit der Wissenschaft) neben dem reinen Kohlendioxid-Ausstoß auch andere Emissionen des Flugverkehrs, was die Lufthansa strikt ablehnt. MyClimate hat sich trotzdem auf eine Kooperation eingelassen und wird dafür von Umweltschützern kritisiert. „Es ist besser, als wenn die Fluggesellschaften sich dem Klimaproblem ganz verweigern würden“, verteidigt sich Sprecherin Kathrin Dellantonio.

Noch größer sind die Probleme bei der Kompensation. Wer garantiert, dass ein Projekt am anderen Ende der Welt tatsächlich funktioniert? Wer kann wirklich sagen, wie viele Treibhausgase dort ohne das Projekt verursacht worden wären? Fehlt aber diese Zahl, ist der gesamte Einspareffekt nicht zu ermitteln. Hinzu kommen grundsätzliche Fragen: Ist es fair, dass sich reiche Europäer für ihren rücksichtslosen Lebensstil durch die Zahlung einiger Euro auch noch ein gutes Gewissen verschaffen können? Und lenkt das ganze Kompensieren nicht ab vom eigentlichen Problem? Verzögert es hierzulande nicht die Umstellung auf ein CO₂-armes Leben? Und führt die Idee nicht letztlich in die Sackgasse? Denn langfristig kann es ja nicht funktionieren, wenn alle nur darauf aus sind, ihre Emissionen anderswo zu kompensieren.

Das Prinzip geht zurück auf das Kyoto-Protokoll. Es eröffnete den Industriestaaten die Möglichkeit, im Rahmen des „Clean Development Mechanism“ (CDM) Projekte in der Dritten Welt zu fördern, und diese auf eigene Reduktionspflichten anzurechnen. Ursprünglich als kleine Ergänzung gedacht, ist CDM längst ein Riesenmarkt geworden. Für Konzerne wie RWE ist es lukrativ, hierzulande Kohlekraftwerke zu betreiben und vorgeschriebene CO₂-Einsparungen anderswo billig einzukaufen. Auf etwa 20 Milliarden Euro jährlich wird der CDM-Markt geschätzt, Ten- ➤

seiner „Superwurst“ die Kohlendioxid-Emissionen aus Produktion und Transport dadurch kompensiert werden, dass man eine Windkraftanlage in Indien fördere und so Kohlestrom durch saubere Elektrizität ersetze.

Doch bei genauer Betrachtung ist gar nichts einfach. Schon die Erfassung der verursachten Treibhausgase ist meist ungenau, nicht nur in der Wurstfabrik. Beim tatsächlichen Kohlen-

						
Wer steht dahinter?	www.atmosfair.de 2003 von der Umweltorganisation Germanwatch und dem Reisebüroverband „forum anders reisen“ gegründet; angeboten wird nur die Kompensation von Flügen für Privat- und Firmenkunden.	www.climate-company.de Bietet seit 2006 vor allem die Kompensation von Autofahrten an. Der Kunde kann „Klima-Plaketten“ pro Kilometer erwerben, aber auch seine Heizung klimaneutral stellen oder „Klima-Aktien“ zum Verschenken ordern.	www.co2ol.de Ableger von Forest Finance, einem Bonner Anbieter von Geldanlagen in Aufforstungsprojekten; bietet seit 1998 Klima-Dienstleistungen an. Die Band „Die Ärzte“ lässt hier die Emissionen ihrer Tournee ausgleichen.	www.goclimat.de Tricorona AG aus Schweden, der weltweit zweitgrößte Händler und Initiator von Klimaschutzprojekten. Seit diesem Frühjahr gibt es CO ₂ -Ausgleichsleistungen auch für Privatkunden.	www.myclimate.org Gegründet von Studenten der ETH Zürich, seit 2005 Stiftung. Gehört mit Filialen u.a. in Nordamerika zu den weltweit größten Anbietern für Firmen- und Privatkunden.	www.prima-klimaweltweit.de Ältester deutscher Anbieter, fördert seit 1991 den Erhalt von Wäldern im In- und Ausland; hat nach eigenen Angaben in mehr als 100 Projekten etwa 9 Millionen Bäume gepflanzt.
Wie teuer ist die Kompensation einer Tonne CO₂?	23 Euro	26 bis 59 Euro, je nach Form des Angebots	25,90 Euro	30 Euro	24 Euro	2 bis 10 Euro
Was kostet ein Flug Berlin-Frankfurt-New York und zurück?	4160 kg CO ₂ werden kompensiert für 97 Euro	Keine Kompensation von Flügen im Angebot	4150 kg CO ₂ werden kompensiert für 107,49 Euro	3760 kg CO ₂ werden kompensiert für 112,84 Euro	3065 kg CO ₂ werden kompensiert für 71,48 Euro	3437 kg CO ₂ werden kompensiert für 34,37 Euro
...und ein Jahr Autofahren (Mittelklassewagen, 15.000 km)?	Keine Kompensation von Autofahrten im Angebot	2730 kg CO ₂ werden kompensiert für 66,13 Euro	2880 kg CO ₂ werden kompensiert für 74,59 Euro	3000 kg CO ₂ werden kompensiert für 85,06 Euro	4182 kg CO ₂ werden kompensiert für 98,22 Euro	2850 kg CO ₂ werden kompensiert für 28,50 Euro
In welche Projekte fließt das Geld?	Erneuerbare Energien und Energiesparen, z.B. Wasserkraftanlagen in Honduras oder Solar-Küchen in Indien	Erneuerbare Energien und Energiesparen, aber auch Zertifikate aus dem europäischen Emissionshandel	Wiederaufforstung von Wäldern in tropischen Regionen, z.B. in Panama, die teilweise kommerziell genutzt werden	Erneuerbare Energien und Energiesparen, z.B. Wind- und Wasserkraft in Indien, China oder Vietnam	Erneuerbare Energien und Energiesparen, z.B. Windpark in Madagaskar, Biomassekraftwerk in Südafrika	Wald- und Moorschutz sowie Aufforstung im In- und Ausland, von Sachsen bis Kongo und Argentinien
Nach „Gold Standard“ zertifiziert?	Ja	Nein	Nein	Geplant	Teilweise	Nein
Wie viel CO₂ wurde 2007 ausgeglichen?	62.000 t	4000 t	10.400 t	--- (erst 2008 gestartet)	etwa 100.000 t	110.000 t
Welcher Anteil der Einnahmen fließt in die Projekte?	86 Prozent (2006) 88 Prozent (2007)	27 bis 50 Prozent	ca. 80 Prozent	ca. 75 Prozent	mind. 80 Prozent	ca. 90 Prozent
Gemeinnützig?	Ja	Nein	Teilweise	Nein	Ja	Ja
Einschätzung	Der Verein legt seine Bilanzen offen und bietet hochwertige Projekte an - kein Wunder also, dass Atmosfair in etlichen Tests als Sieger abgeschnitten hat.	Diese Firma versucht CO ₂ -Kompensationen als Geschenk oder über Autohäuser zu vermarkten - für Klima-engagierte ist das sicherlich nichts.	Die Finanzströme werden nur teilweise offengelegt und das Geld fließt ausschließlich in Waldprojekte - deshalb weniger empfehlenswert.	Professionelle Projekte zu relativ hohen Preisen. Dafür garantiert GoClimate aber ausdrücklich, dass der CO ₂ -Ausgleich auch wirklich erbracht wird.	MyClimate legt die Bilanzen offen und hat hochwertige Projekte. Kritik aus Fachkreisen gibt es lediglich wegen Kooperationen mit Fluggesellschaften.	Waldschutz ist ohne Zweifel sinnvoll, sein Verkauf als CO ₂ -Kompensation aber umstritten. Prima-Klima-Weltweit liegt lediglich beim Preis eindeutig vorn.

denz steil steigend. Daneben nehmen sich freiwillige Klimakompensationen von Privatleuten winzig aus. Sechs der wichtigeren Anbieter werden auf Seite 45 vorgestellt. „Dieser Markt boomt wahnsinnig“, sagt WWF-Klimaexpertin Juliette de Grandpré. Das hat auch der schwedische Konzern Tricorona erkannt: Unter dem Etikett GoClimate verkauft er Einsparprojekte, die bisher für Großkunden bestimmt waren, nun auch an Privatleute – zu fast doppeltem Preis. GoClimate verspricht zwar, mindestens 75 Prozent seiner Einnahmen in Klimaschutzprojekte zu stecken – diese aber werden von einer anderen Abteilung des Konzerns gemanagt, der auch daran verdient. Doch bisher, betont Helge Zink von Tricorona, mache man trotzdem keine Gewinne. Dazu seien die verkauften Mengen noch zu klein. „GoClimate ist eine Investition in die Zukunft.“

Bei den offiziellen CDM-Projekten gemäß dem Kyoto-Protokoll soll ein kompliziertes Verfahren dafür bürgen, dass es sich wirklich um zusätzliche Vorhaben handelt – denn nur dann lohnt sich das Ganze fürs Klima. Doch in der Praxis, monieren Kritiker, könne die UN die Vielzahl der Anträge gar nicht genau prüfen. Eine Studie im Auftrag des WWF kam denn auch zum Ergebnis, dass etwa 20 Prozent der Projekte ohnehin angegangen worden wären. US-Experten setzten diese Zahl jüngst noch höher an. So hätten praktisch alle derzeit in China verfolgten Wind- und Wasserkraftprojekte eine CDM-Anerkennung und damit Geld von Industriestaaten beantragt – obwohl die Förderung alternativer Energien in Peking längst offizielle Politik ist. „Zwischen einem und zwei Drittel“ der Projekte, schätzt David Victor von der Universität Stanford, brächten unterm Strich „keine wirklichen Emissionsreduktionen“.

Doch auf dem Markt der freiwilligen Klimakompensationen gibt es noch weniger Sicherheit. Etliche Anbieter preisen verifizierte Zertifikate an. Aber nach welchen Regeln die Emissionsreduktionen anerkannt werden, legt jeder selbst fest. Eine Studie der US-Initiative Clean Air/Cool

Planet brachte es auf den Punkt: „Fast jeder Anbieter kann fast alles anbieten und behaupten, der Kauf ver helfe zur Klimaneutralität.“ Kein Wunder, dass die Liste zweifelhafter Projekte lang ist. Die britische Band Coldplay schmückte sich vor Jahren mit der Pflanzung von Bäumen in Indien. Aber ein Reporter fand heraus, dass fast die Hälfte aller Setzlinge verdorrt war. In Uganda beklagen Bauern, dass sie für ein Wiederaufforstungsprojekt von ihrem Land vertrieben worden seien. Eine britische Kompensationsfirma ließ sich für die Verteilung von Energiesparlampen in Südafrika bezahlen – ein ähnliches Programm aber war dort längst in Arbeit.

„Fast jeder kann alles anbieten und behaupten, der Kauf ver helfe zur Klimaneutralität.“

ZUM WEITERLESEN

Kurzstudie des Klimabündnisses Europäischer Städte:
www.klimabuendnis.org/fileadmin/inhalte/dokumente/kokliko2006-anbieter-kompensation-2007.pdf

Ausführliche Untersuchung der Tufts University (auf Englisch):

www.tufts.edu/tie/tci/carbonoffsets/

Um solche Pleiten auszuschließen, wurde unter Beteiligung des WWF der „Gold Standard“ etabliert, ein Gütezeichen für Klimaprojekte. Neben den CDM-Kriterien der UN wird dort zum Beispiel darauf geachtet, dass die örtliche Bevölkerung in Projekte einbezogen wird. „Der Gold Standard ist der strengste derzeit verfügbare Standard“, so eine Untersuchung der Tufts-Universität in Boston. Selbst wenn sie teuer seien, „empfehlen wir vehement die Zertifikate, die diesen strikten Vorgaben folgen“. Doch nur einer der Anbieter, die derzeit in Deutschland aktiv sind, verspricht, sich bei allen seinen Projekten daran zu halten: Atmosfair hat seine Wurzeln in einer Umwelt- und Entwicklungsorganisation und initiiert eigene Projekte, setzt zum Beispiel auf kleine Biogasanlagen für Indien oderholzsparende Kocher in Nigeria (siehe Seite 47). Außerdem legt der gemeinnützige Verein seine Buchhaltung offen und hat niedrige Verwaltungskosten, weshalb Atmosfair in Vergleichstests oft als Sieger abschneidet.

Auch der Hamburger Anbieter co2ol, der durch Baumpflanzungen beispielsweise das deutsche Live Earth Konzert im vergangenen Jahr angeblich klimaneutral machte, wirbt auf seiner Homepage mit einem „Gold Standard“ – doch damit ist mitnichten das etablierte Qualitätssiegel gemeint, sondern das ähnlich lautende Etikett einer Waldschutzorganisation namens CCBA, bei der unter anderem der Ölmulti BP oder der Papierkonzern Weyerhaeuser Mitglied sind. Ja, räumt co2ol-Geschäftsführer Dirk Walterspacher auf Nachfrage des Greenpeace Magazins ein, das sei etwas, „wo man noch mal schauen muss“. Aber auch in anderen Punkten ist der Verein wenig transparent. Die Bilanzen der vergangenen Jahre liegen nicht offen. Auf der Homepage gibt es einen „co2ol-Shop“ mit Waren aus ganz normalem Versand, für den co2ol Provisionen kassiert, die nur zum Teil in Klimaprojekte fließen. Gegenüber der Presse schmückt sich der Verein mit seiner Mitgliedschaft in der Klima-Allianz, einem breiten Bündnis von Umweltorganisationen. „Mit der Aufnahme erhält der Ansatz von co2ol, Kohlendioxid durch Aufforstungen zu neutralisieren, eine weitere Bestätigung.“ Das stimmt nicht. „Mit der Aufnahme von co2ol ist nichts über seine Arbeit gesagt“, betont Christina Hering von der Klima-Allianz. Sie relativiert: „In der Wissenschaft und auch bei unseren Mitgliedern gibt es Zweifel an Aufforstungsprojekten.“

Trotzdem ist das Pflanzen von Bäumen höchst beliebt bei Kompensations-Anbietern. „Aufforstung ist das, was dem Bürger einleuchtet“, sagt Karl Peter Hasenkamp, Gründer von Prima Klima Weltweit. Seit 15 Jahren sammelt der Verein mit großem Engagement Geld. Und ohne Frage sind Wälder eine gute Sache, natürlich filtern sie Kohlendioxid aus der Atmosphäre. Nur lässt sich der Effekt nicht exakt beziffern – was aber Grundlage seriöser Kompensationsprojekte ist. Außerdem gibt es ein Zeitproblem: Neue Wälder fangen das heute ausgestoßene Kohlendioxid erst über Jahrzehnte wieder ein. Die CO₂-Konzentration in der Atmosphäre aber muss schnellstmöglich sinken. Denn etliche Wissenschaftler warnen davor, dass die Erde auf sogenannte tipping points zuschliddert – ab einem bestimmten Punkt könnte der Klimawandel Eigendynamiken entfachen und unumkehrbar sein. Dann helfen auch Wälder nicht mehr viel. Nicht zuletzt ist fraglich, ob die gepflanzten Bäume nicht irgendwann gerodet werden, ob sie in 50 Jahren überhaupt noch stehen. „Das kann ich nicht sicherstellen“, räumt Hasenkamp ein. Er arbeite aber mit seriösen Partnern zusammen, zudem seien Waldprojekte sehr preiswert, mit begrenzten Summen werde hier der höchste Nutzen erzielt. Dietrich Brockhagen von Atmosfair hält dagegen: „Unsere Angebote dürfen nicht zu billig sein.“ Denn nur Verhaltensänderungen retteten das Klima, also etwa der Verzicht aufs Fliegen – aber darüber dächten Menschen erst nach, „wenn etwas teuer ist“. Auf der Atmosfair-Homepage wird deshalb bei jedem berechneten Flug auch eingeblendet, wie hoch der klimaverträgliche CO₂-Jahresausstoß pro Kopf wäre.

Von solchen Überlegungen ist auf der Internetseite der Climate Company wenig zu spüren. Die Berliner GmbH verkauft „Klima-Vignetten“, mit denen Autofahrer ihren CO₂-Ausstoß ausgleichen können – und preist diese auch Autohändlern als Mittel zur Absatzsteigerung an. So könne Kunden „ein gutes Gewissen

geschenkt“ werden, man hole sie ab „in der Verunsicherung und im Zweifel zwischen dem Wunsch nach Mobilität und der Besorgnis um unsere Umwelt und das Klima“. Firmengründer Michael Kröhnert verteidigt sein Geschäftsmodell: Er wolle „die 90 Prozent der Menschen ansprechen“, die sich bisher nicht fürs Thema interessierten. Dafür hat er viel investiert in die Gestaltung von Urkunden und Geschenkzertifikaten – damit nach eigenen Angaben aber bisher nur Verluste gemacht. Kröhnert sagt deshalb, man müsse nicht die Käufer, sondern die Verkäufer

erreichen. Das habe eine „große Hebelwirkung“ und einen „hohen Mengeneffekt“.

Im Juli referiert Kröhnert beim „1. Deutschen Seminar zum Klimaschutz-Marketing“ in Berlin, Teilnahmegebühr 1195 Euro pro Person. Die Einladung macht klar, wem da vor allem geholfen werden soll: „Verbessern Sie das Image Ihres Unternehmens!“ ◀

„DAS IST EIN WUNDERVOLLER OFEN“

Wie Spenden deutscher Flugpassagiere Menschen in Nigeria helfen, Holz zu sparen.

Gruppenbild mit Kocher (Mitte) in Dorayi



Habiba Alli steht in der prallen Sonne. Kein Baum spendet Schatten in Dorayi, einem Dorf im Norden Nigerias. In der brüllenden Hitze erklärt die Leiterin der Umweltorganisation DARE den Frauen des Dorfs,

wie ein neuer Ofen funktioniert. Der Metallcontainer ist sechseckig, so groß wie ein Eimer und glänzt. Alli zündet ein Blatt Zeitungspapier an und legt es unten in den Kocher, dazu ein paar Stöckchen. Der Topf mit Wasser, den sie von oben auf den Ofen setzt, verschließt ihn fast völlig – so geht keine Wärme verloren, der Rauch entweicht durch ein paar Löcher im Blech.

Der neuartige Ofen heißt „Save80“, weil er beim Kochen 80 Prozent der üblichen Menge Brennholz spart. Auf mehrfache Weise soll er beim Kampf gegen den Klimawandel helfen.

Die meisten Nigerianer kochen mit Holz. Strom gibt es nur stundenweise. Kerosin ist unglaublich teuer. Aber auch Holz wird immer knapper: Weil die Bevölkerung rasant wächst, ist der Norden Nigerias – einst eine baumreiche Savanne – inzwischen fast völlig gerodet. Jedes Jahr rückt die Sahara kilometerweit in einst fruchtbares Land vor. Zwei bis vier Kilo Holz sind nötig, um über offenem Feuer eine Mahlzeit zu kochen. Der Brennstoff ist inzwischen so teuer, dass arme Familien oft die Hälfte ihres Einkommens dafür ausgeben müssen. „Save80“ würde ihnen helfen – doch den Preis von 21.000 Naira (etwa 110 Euro, das Doppelte des Mindestlohns) können sie nicht zahlen.

Die Umweltorganisation DARE bekommt jedoch Unterstützung von Atmosfair. Mit dem Geld, das die Klimaschutzorganisation bei umweltbewussten Flugpassagieren in Deutschland einsammelt, subventioniert sie „Save80“-Öfen und ermöglicht Nigerianern

eine Ratenzahlung per Kredit. Das nicht verbrannte Feuerholz einer durchschnittlichen Familie erspart der Atmosphäre pro Jahr etwa eine Tonne Kohlendioxid und hilft zudem, die letzten Wälder Nigerias zu erhalten.

„Das ist ein wundervoller Ofen, er kocht besser, schneller und billiger“, sagt Baraka Abdullahi, eine der Frauen, die heute einen „Save80“ bekommt. „Und er raucht viel weniger, meine Augen tränen kaum mehr. Noch heute werde ich meinen alten Kocher wegwerfen.“ Die zwei Flaschen Kerosin, die ihr alter Ofen pro Tag verbrauchte, kosteten 100 Naira. Das Häufchen Holz für ihren neuen ist für zehn Naira zu haben, 250 Gramm reichen für eine Riesenportion Reis.

Erfunden hat den Ofen ein Hamburger Unternehmer aus der Metallbranche. Vor zehn Jahren sah er auf einer Messe einen Solarkocher und begann, an dessen Weiterentwicklung zu tüfteln. Doch er musste erkennen, dass dieser in vielen Teilen Afrikas kaum von Nutzen ist. In Nordnigeria zum Beispiel wirbelt der Harmattan-Wind über Monate so viel Staub in die Luft, dass die Sonnenkraft nicht zum Kochen reicht. Außerdem funktionieren Solarkocher nur tagsüber, für viele Familien aber ist das Abendessen die Hauptmahlzeit.

Gut ein Jahr lang tüftelte er gemeinsam mit einem Mitarbeiter nach Feierabend an einem neuartigen Holzkocher. Schnell war klar, dass die Töpfe genau in den Kocher passen müssen – weshalb sie beim „Save 80“ mitgeliefert werden. Ebenfalls zum Set gehört eine „Wonderbox“, ein gut isolierter Kunststoff-Behälter. Ein erhitzter Topf mit Reis oder Bohnen wird zum Garen hineingestellt, was weiteres Feuerholz spart.

Ein Container mit knapp 1000 Kochern ist mit Unterstützung von Atmosfair bereits nach Nord-Nigeria geliefert worden. In sechs Provinzen hat DARE Büros eröffnet, Habiba Alli und ihr Mann präsentieren den „Save80“ fast täglich in Schulen und auf Hinterhöfen, mehr als 400 Dörfer haben sie schon besucht. „Die Leute sind erst ungläubig, wenn sie das Häufchen Holz sehen, mit dem wir kochen wollen“, erzählt Alli. „Hinterher sind sie begeistert.“ Die Nachfrage ist mittlerweile so groß, dass sie gar nicht genug liefern können. Kürzlich bestellte das Umweltministerium der Provinz Borno gleich 150 Stück.

Bei den Anhörungen der örtlichen Bevölkerung, die für Klima-Projekte nach dem „Gold Standard“ vorgeschrieben sind, hat es nur von einer Gruppe Bedenken gegen den „Save80“ gegeben: von den Brennstoffhändlern. Sie sollen künftig am Vertrieb der Öfen beteiligt werden.

TOYE OLORI/TORALF STAUD