

Post doet aan « greenwashing » (27.3.09)

Greenwashing (ecologisch witwassen) is een marketing procedee dat organisaties gebruiken om bij de publieke opinie een ecologisch verantwoord imago te creëren, terwijl meer geld in groene publiciteit geïnvesteerd werd dan in werkelijk milieuvriendelijke acties. De Post gaat nu ook deze toer op. Aldus de Waalse groen-linkse militant Pierre Eyben, wiens commentaar wij (vrij vertaald) overnemen.

Johnny Thijs, CEO van de Post, kondigde onlangs aan dat de onderneming een voorbeeldfunctie wil vervullen inzake energiebesparing. Doelstelling is de uitstoot van CO2 en broeikasgassen tegen 2012 met 35 % te beperken. Hij wil groene electriciteit kopen, zonnepanelen installeren (bvb. op het dak van het Gentse sorteercentrum) en houdt u vast ... door de vermindering van het aantal gebouwen door de sluiting van postkantoren. Deze sociale afbraak maatregel als milieuvriendelijk voorstellen, je moet het maar durven.

Je uitstoot verminderen is een goede zaak. Een probleem is wel dat de Post haar uitstoot enorm heeft doen toenemen door haar langs het spoor gelegen sorteercentra te sluiten, om ze te vervangen door nieuwe centra langs de snelwegen. Dergelijk streven naar korte termijn winsten is onverenigbaar met ecologie. Toppunt van hypocrisie is dat de chauffeurs van de Post cursussen milieuvriendelijk rijden zullen krijgen, om 5% brandstof te sparen.

De kapitalistische ecologie heeft een vies petroleum geurtje. Met de, door Europa geëiste liberalisering, zullen straks meerdere bestelwagentjes van concurrerende firma's onze straten doorkruisen om de post te bezorgen.

Links

[Blog van Pierre Eyben](#)

.