

## Das Endspiel um Öl

Von Frank Wiebe

**Ein Blick auf die Rekordpreise, die Öl in den vergangenen Wochen erreicht hat, verrät, wie knapp die so wertvolle Ressource allmählich wird. Der Kampf um die letzten Reserven dieses Rohstoffs hat schon längst begonnen. Deutschland hat Chancen auf eine gute Position in diesem Spiel – auch, wenn es darum geht, die Zukunft ohne fossile Brennstoffe zu gestalten.**

Wenn spätere Historiker für die ersten Jahrzehnte des 21. Jahrhunderts eine passende Überschrift suchen, werden sie vielleicht schreiben: „Das Endspiel um Öl beginnt.“ Und sie werden unsere Zeit als Phase des Übergangs charakterisieren: Auf der einen Seite werden die fossilen Brennstoffe knapp und rücken deswegen immer stärker in den Mittelpunkt der nationalen Strategien. Auf der anderen Seite legen wir heute die Grundlagen für die – noch ferne – Zeit danach, in der wir weitgehend ohne diese Energievorräte auskommen müssen.

Wie Deutschland diesen Übergang meistert, wird wesentlich darüber entscheiden, in welcher Position wir uns am Ende des Jahrhunderts befinden. Dabei zeigt aber ein unvoreingenommener Blick: Unsere Chancen auf eine gute Position sind gar nicht so schlecht.

Das Endspiel um Öl findet auf vier Ebenen statt: der militärischen, der politischen, der wirtschaftlichen und der ökologischen. Besonders interessant und relativ neu ist die ökologische: Die Definition und Auslegung von Klimaschutzzielen ist inzwischen ein ganz eigenes Konfliktfeld geworden, in dem nationale Interessen aufeinandertreffen. Zugleich verstärkt der Klimaschutz den Druck, schon vor dem tatsächlichen Auslaufen der fossilen Energievorräte Alternativen zu entwickeln. Damit hat er eine enorm wichtige Pufferfunktion für die Übergangszeit.

Die Großmächte haben das Endspiel um Öl längst eröffnet. Die USA sichern sich militärischen und politischen Einfluss im Nahen und Mittleren Osten, der für ihre Ölversorgung unverzichtbar ist. Dies ist umso dringender, weil nicht nur die US-Wirtschaft, sondern auch das Militär einen extrem hohen Energiebedarf hat. Zugleich stärken die Amerikaner ihre strategische Position in Afrika: Dort soll unter der Bezeichnung „Africom“ ein eigenes Headquarter für die Region entstehen, nach dem Vorbild der europäischen Zentrale „Eucom“ in Stuttgart.

Die amerikanischen Firmen, allen voran der Riese General Electric, entdecken zugleich „die Zeit danach“ als großes Thema. General Electric positioniert sich daher als „green company“. Die amerikanische Politik wiederum versucht, die Restriktionen für ihre Wirtschaft durch den Klimaschutz möglichst kleinzuhalten. Man sollte dies nicht unbedingt für einen Widerspruch zum grünen Marketing der Unternehmen halten: Beides stärkt letztlich die Position der USA. Auch eine neue US-Regierung dürfte daher versuchen, ihrer Industrie möglichst viele Chancen und möglichst wenige Belastungen zu sichern; vielleicht aber mit einer weicheren, glaubwürdigeren Verhandlungslinie.

In Russland hat Wladimir Putin als Präsident den ganzen Staat so umgebaut, dass er im Wesentlichen auf der Macht der russischen Energiekonzerne beruht. Zugleich versucht das Land, im Westen wirtschaftlichen Einfluss in den Abnehmerländern, vor allem in Deutschland, zu gewinnen. Auch hier gilt es, scheinbare Widersprüche im richtigen Licht zu sehen: Der autokratische Regierungsstil ist für die Politik im eigenen Land und zum Teil auch gegenüber den Nachbarländern bestimmt. Die Stärkung des Militärs dient dazu, die eigene Position und die Energiereserven gegenüber jeder anderen Macht, auch den USA, abzusichern. Die Elemente von Demokratie und wirtschaftlichem Liberalismus, etwa

der Börsengang des Staatsriesen Gazprom, dienen dazu, auf der wirtschaftlichen Ebene eine akzeptable Position gegenüber dem Westen aufzubauen.

China wiederum hat, da es unbestreitbar eine Diktatur ist, Probleme als glaubwürdiger politischer und wirtschaftlicher Partner und hofft – wohl vergeblich –, mit den Olympischen Spielen einen Schritt weiterzukommen. Zugleich arbeiten die Chinesen erfolgreich daran, sich eine Rohstoffbasis vor allem in Afrika aufzubauen. Die Europäer, deren Entwicklungsmilliarden über Jahrzehnte relativ erfolglos in Afrika versickert sind, schauen staunend zu, was dort auf einmal an Infrastruktur und neuen Märkten entsteht.

Wie steht nun Deutschland da? Wir müssen uns vor allem klarmachen, dass Deutschland heute schon kein großer Mitspieler mehr ist, was aber nicht unbedingt ein Nachteil sein muss. Es kann für uns nicht darum gehen, aus eigener Kraft eine großflächige Expansion auf den vier Ebenen des weltumspannenden Spiels anzustreben. Im Gegenteil, wir müssen uns strategische Nischen und Rollen als Partner der Großen suchen, die zu uns passen.

Deutschland hat vor allem technisch eine Menge zu bieten. Angefangen vom Bergbau über die Kernenergie bis zu alternativen Energien oder Konzepten zur Einsparung: Alles ist bei uns verfügbar, und alles das braucht die Welt für die Zeit des Übergangs und die Zeit danach. Marktnischen für deutsche Ingenieure gibt es ohne Ende. So beauftragen zum Beispiel afrikanische Staaten gerne deutsche Büros mit der Aufgabe, bei den gigantischen Bauvorhaben der Chinesen in ihren Ländern mit der Qualitätssicherung. China braucht deutsche Technik, um die Wirtschaft und damit auch die politische Stabilität zu erhalten. Indien braucht deutsche Technik, um sich neben Software und Pharma eine bessere industrielle Basis zu verschaffen und so die Position als aufsteigende Großmacht abzusichern. Die Liste ließe sich mühelos verlängern. Klar ist jedenfalls: Der Ruf deutscher Technik ist wahrscheinlich unser wichtigster Trumpf im Strategiespiel.

Auch politisch hat Deutschland eine ganze Menge richtig gemacht. Die – ökonomisch sehr teure – Förderung alternativer Energien hat uns in dieser Branche eine Vorreiterrolle verschafft. Das offensive Eintreten der Regierung für den Klimaschutz und die Verabschiedung relativ strenger eigener Gesetze dazu gehen in dieselbe Richtung: Deutschland betreibt so Marketing als Energiespar- und Klimaschutz-Nation.

Auch die deutsche Außenpolitik passt zu dieser Positionierung. Auf der einen Seite sind die Beziehungen zu den USA immer noch sehr eng. Ganz praktisch besehen war das Vertrauen der Amerikaner in die Deutschen, trotz der Absage an den Irakkrieg, immer weitgehend ungebrochen. „Eucom“ in Stuttgart ist bisher das einzige regionale Hauptquartier der US-Streitkräfte außerhalb der USA, alle anderen Regionen, etwa der pazifische Raum, werden direkt aus den USA betreut. Und „Africom“, die neue Zentrale für Afrika, soll eng mit „Eucom“ kooperieren. Das macht deutlich: Deutschland ist schon rein militärisch und logistisch immer noch einer der wichtigsten amerikanischen Partner, das gilt sogar für die Soldaten, die Deutschland stellen kann.

Aber auch hier gilt es, keinen falschen Widersprüchen aufzusitzen. Es passt durchaus zusammen, dass Deutschland die enge Partnerschaft mit den Amerikanern pflegt und zugleich international politisch und militärisch ein weiches Profil zeigt: Beides dient deutschen Interessen. Das weichere Profil steht einem mittleren oder kleineren Land gut, das dadurch stark bleibt, möglichst vielen Partnern gute Dienste zu leisten. Wie es bei der US-Bank Goldman Sachs so treffend heißt: „Interessenkonflikte kann man nicht vermeiden. Man muss sie managen.“ Die Briten haben sich, vor allem im Irak-Krieg, einseitig an die Amerikaner gebunden und dann die leidvolle Erfahrung gemacht, dass sich das nicht lohnt.

Es gibt freilich auch in Deutschland strategische Schwächen. In der Nukleartechnik hätten wir gute Chancen, uns unentbehrlich und zugleich die Welt sicherer zu machen. Denn es ist doch abzusehen, dass diese Technik zumindest für eine Übergangszeit eine wichtige Rolle spielen wird. Deutschland hat sogar mit dem Kugelhaufenreaktor, der in Jülich und

Hamm-Uentrop entwickelt wurde, eine weltweit einmalig sichere Technik entwickelt, die zudem neben Uran auch Thorium als zusätzliche Energiequelle ermöglicht. Die Landesregierung NRW unter Johannes Rau würgte die Entwicklung vor knapp 20 Jahren ab. Nachdem kürzlich eine Studie den Zusammenhang zwischen Krebs bei Kindern und der Entfernung des Wohnorts zu Kernkraftwerken offenbar sehr schlüssig belegt hat, dürfte die politische Akzeptanz für Atomkraft noch weiter gesunken sein.

Diese strategische Lücke besetzt jetzt hyperaktiv der französische Präsident, der weltweit herumreist und Atomkraftwerke verkauft. Auch die Russen entwickeln neue Reaktortypen – zum Beispiel solche, die in entlegenen Gegenden auf Schiffen eingesetzt werden können. Immerhin: Deutsche Firmen sind nach wie vor technologisch mit im Boot, vor allem über die Zusammenarbeit mit den Franzosen. Auch für das Konzept „Kugelhaufenreaktor“ gibt es Wiederbelebungsversuche.

Eine weitere strategische Schwäche zeigt sich in der Autoindustrie. Wie lange werden unsere Konzerne noch Toyota den Ehrenplatz als „grünster“ Autohersteller weltweit überlassen, der sich nur auf den „Prius“, ein einziges, nicht einmal sehr häufig verkauftes Modell gründet? Auch die europäische Klimapolitik erwischt die Hersteller voll auf dem falschen Fuß. Und zwingt die Regierung in Berlin, gegen harte Klimaschutzauflagen zu wettern und damit das selbst geschaffene Bild als Vorreiter auf diesem Gebiet gleich wieder zu beschädigen.

Hier leidet die Industrie unter Denkblockaden, die sie durch ihr eigenes Marketing geprägt hat. Jahrzehntlang hat sie den Kunden eingeredet, es sei cool, einen möglichst starken Motor unter der Haube zu haben. Aber Rauchen war auch einmal cool. Wahrscheinlich ist die dringend gebotene Neuerung der deutschen Autoindustrie eine der größten Herausforderungen, um unsere strategische Position zu sichern.

Nicht ganz so kompliziert, aber ebenfalls sehr ärgerlich ist der Fall Siemens. Während der große US-Konkurrent General Electric sich als Vorreiter im Klimaschutz präsentiert, machen die Münchener Schlagzeilen mit ihren Korruptionsfällen. Auch hier gilt: Siemens muss dem Konkurrenten schleunigst dessen Position streitig machen, damit sich weltweit einprägt: Grüne Technik ist vor allem deutsche Technik.

Ein weiteres Beispiel zeigt, dass auch rein politische oder gar kulturelle Faktoren eine wichtige Rolle spielen. Die Türkei ist mit Deutschland schon von der Bevölkerung her, aber auch historisch und vor allem wirtschaftlich eng verbunden. Bei diesem Land handelt es sich wirtschaftlich, politisch und bei konventionellen Streitkräften wohl auch militärisch um die stärkste Nation im Nahen Osten, dem strategisch schwierigsten und für die Energieversorgung zugleich wichtigsten Gebiet überhaupt.

Trotzdem diskutieren wir lieber über den Islam oder die Höhe von Minaretten, als mit diesem Land eine möglichst enge Partnerschaft aufzubauen. Und das in der Verblendung, es gehe um die Frage, wie viel Einfluss die Türkei in Europa bekommt. Die richtige Frage lautet, wie viel Einfluss wir im Nahen Osten haben. Und ob sich diese Region eher nach unseren Wertvorstellungen oder nach Maßgabe von Ländern wie dem Iran oder Saudi-Arabien entwickelt. Doch Europa, auch Deutschland, tut bei seiner Türkei-Politik häufig immer noch so, als lebten wir auf einer Insel, wo der Strom aus der Steckdose kommt.

Fazit: Deutschland hat exzellente Voraussetzungen, beim Endspiel um Öl in den kommenden Jahrzehnten zu den Gewinnern zu gehören. Dazu müssen Politik und Unternehmen die strategischen Interessen noch deutlicher definieren und aufeinander abstimmen. Und wir dürfen nie vergessen: Die Zeit danach, wenn die Energiereserven erschöpft sind, könnte viel härter als die heutige werden. Es gibt keine Garantie, dass der Wohlstand weiter steigt.