

# 95 Bioweine sind die EcoWinner 2022

geschrieben von Andreas | 29. Juni 2022



**Die besten deutschen Bioweine des Jahres sind gekürt! Beim 27. EcoWinner-Wettbewerb von ECOVIN haben 95 Weine in 14 Kategorien eine Medaille gewonnen. Eine unabhängige Fachjury hatte am 21. Juni in Oppenheim 442 Bioweine verkostet und bewertet.**

Rund 80 Öko-Weingüter hatten sich mit ihren Weinen um eine Auszeichnung beworben. Gewinnen konnten die EcoWinner-Medaille aber nur die besten 20 Prozent einer Weinkategorie – sofern sie in der Blindverkostung mindestens 85 von 100 mögliche Punkten erreicht hatten.

Der EcoWinner-Jury 2022 mit 37 Verkoster\*innen stand erneut die Önologin und Weinjournalistin Dagmar Ehrlich vor. „Die Säure ist natürlich in den Weinen des Jahrgangs 2021 präsenter als in den Vorjahren. Insgesamt schmecke ich im Wettbewerb die junge Weinszene, die sich international weiterbildet, Dinge ausprobert, die Weine nicht mehr in ein standardisiertes Korsett presst. Ich sehe Biowein immer freier“, so resümiert Dagmar Ehrlich die diesjährige Verkostung.

Die größte Verkostungsgruppe bildeten beim EcoWinner 2022 trockene und halbtrockene Weißweine aus klassischen Rebsorten.

Mit insgesamt 171 angestellten Weinen machten sie mehr als ein Drittel des Wettbewerbs aus. Aber auch Weine aus pilzwiderstandsfähigen Rebsorten waren mit 58 Wettbewerbern (mehr als 13 Prozent) überproportional vertreten. PIWI-Weine wachsen derzeit nur auf drei Prozent der deutschen Rebfläche.

Zahl der Anschläge (inklusive Leerzeichen): 1.424

ECOVIN Bundesverband Ökologischer Weinbau e. V.

Petra Neuber | Geschäftsführerin

Wormser Straße 162

D-55276 Oppenheim

T +49 (61 33) 16 40

F +49 (61 33) 16 09

info@ecovin.de

---

# **Supermarkt-Check 2022: Edeka erneut Schlusslicht bei Menschenrechten**

geschrieben von Andreas | 29. Juni 2022



# OXFAM

[Presse-Info]

## **Edeka nimmt Ausbeutung in seiner Lieferkette weiter in Kauf – Lidl, Aldi und Rewe machen Fortschritte**

**Berlin, 5. April 2022. Unter den großen Supermarktketten in Deutschland fällt Edeka beim Schutz von Menschenrechten in den Lieferketten ihrer Produkte weiter zurück. Das zeigt der aktuelle Supermarkt-Check der Nothilfe- und Entwicklungsorganisation Oxfam. Während die Supermärkte Aldi, Lidl und Rewe Fortschritte beim Umgang mit Menschenrechten in ihren Lieferketten gemacht haben, bleibt Edeka stur. Die Folge: Der Konzern bleibt im Supermarkt-Check 2022 abgeschlagenes Schlusslicht. Dies zeigt, dass freiwillige Initiativen nicht ausreichen. Es braucht wirksame Gesetze, um Menschenrechtsverletzungen zu verhindern.**

Mit dem Supermarkt-Check analysiert Oxfam seit 2018 regelmäßig den Umgang von großen Einzelhandelskonzernen mit Menschenrechten in ihren Lieferketten. Dabei werden die Themen Transparenz, Arbeitnehmerrechte, der Umgang mit Kleinbäuer\*innen und Frauenrechte unter die Lupe genommen. Seit dem ersten Check hat sich etwa Lidl von fünf auf 59 Prozent gesteigert, Rewe von einem auf 48 Prozent. Edeka hingegen erreicht auch beim diesjährigen Supermarktcheck nur elf Prozent der möglichen Punkte.

„Der Supermarkt-Check zeigt: Edeka ist Schlusslicht beim Schutz von Menschenrechten. Aldi, Lidl und Rewe machen Fortschritte, doch auch bei ihnen spielen Menschenrechte weiterhin nur eine Nebenrolle“, sagt Tim Zahn, Oxfam-Experte für Wirtschaft und Menschenrechte. Die Folgen: Arbeiter\*innen in den Lieferketten der Supermärkte werden weiter ausgebeutet. Tim Zahn weiter: „Für einen ganzen Tag Arbeit erhalten Beschäftigte in Costa Rica bei einem Ananas-Zulieferer von Edeka beispielsweise nur 4,50 Euro – ein Lohn weit unter dem Existenzminimum.“

Bereits mehrfach haben Oxfam-Studien in der Vergangenheit Arbeits- und Menschenrechtsverletzungen in den Lieferketten der deutschen Supermärkte aufgedeckt. Diese zeigten etwa sklavenähnliche Arbeitsbedingungen im Kaffeeanbau in Brasilien.

### **Fortschritte bei Aldi, Lidl und Rewe**

Die zusätzlichen Punkte beim diesjährigen Supermarkt-Check haben die Konzerne vor allem durch neue Unternehmensrichtlinien und mehr Transparenz erreicht. So veröffentlicht Lidl inzwischen alle Lieferanten entlang den Lieferketten für Bananen, Erdbeeren und Tee. Aldi, Rewe und Lidl haben zudem neue Leitlinien für Geschlechtergerechtigkeit veröffentlicht und engagieren sich in Pilotprojekten für existenzsichernde Löhne und Einkommen in den Anbauländern. Die Unternehmen zeigen damit: Sie können ihre Menschenrechtspolitik verbessern.

### **Billigpreise und Hungerlöhne: Das Problem ist die Preispolitik**

Doch auch Aldi, Lidl und Rewe erfüllen nur knapp 50 bis 60 Prozent der Kriterien, die für eine gute Menschenrechtspolitik notwendig wären. Vor allem bei der Preispolitik gibt es zu wenig Bewegung. Die Supermärkte üben weiterhin Preisdruck auf ihre Lieferanten aus und tragen somit zu niedrigen Löhnen in den Lieferketten bei. Zeitgleich verzeichnen die Supermärkte

gerade während der COVID-19-Pandemie Rekordumsätze und entsprechend wuchsen auch die Milliardenvermögen der Eigentümer weiter an. „Geld für eine andere Preispolitik ist genug da, doch am grundsätzlichen Geschäftsmodell der Supermärkte hat sich nichts geändert, es steht weiterhin für Ausbeutung“, so Tim Zahn. „Sie machen weiterhin Profite auf Kosten von Menschenrechten. Das muss sich ändern. Die Beschäftigten in den Lieferketten müssen endlich ein angemessenes Einkommen bekommen.“

## **Wirksame Gesetze: Der Schlüssel für besseren Menschenrechtsschutz**

Die Verweigerung von Edeka zeigt, dass freiwilliges Engagement nicht ausreicht. Daher muss auch die Bundesregierung handeln: Sie muss das deutsche Lieferkettengesetz ambitioniert umsetzen und sich außerdem dafür einsetzen, dass der Entwurf für ein EU-Lieferkettengesetz die Lücken im deutschen Gesetz schließt. Zudem müssen Betroffene von Menschenrechtsverletzungen die Möglichkeit bekommen, Schadensersatz bei deutschen Gerichten einzuklagen.

### **Weiterführende Informationen:**

Die Ergebnisse des aktuellen Supermarkt-Checks stehen unter SPERRFRIST 05.04.2022, 01:01 MESZ zum Download zur Verfügung: <https://oxfam.box.com/s/uj8flznabz34dcgee8g23pozny0af7h9>, Passwort oxfam2022

Den Supermarkt-Check 2020 können Sie [hier](#) nachlesen

Die Studie Grenzenlose Ausbeutung vom Februar dieses Jahres können Sie [hier](#) nachlesen

Die Studie zu den Auswirkungen der Coronapandemie finden Sie [hier](#)

Als Interviewpartner stehen Tim Zahn, Oxfam-Experte für Menschenrechte in Lieferketten sowie Dr. Franziska Humbert, Oxfam-Expertin für Wirtschaft und Menschenrechte, zur Verfügung

## Pressekontakt:

Katharina Wiechers,  
Tel.: 030-45 30 69 717,  
E-Mail: [kwiechers@oxfam.de](mailto:kwiechers@oxfam.de),  
Twitter: @OxfamPresse

Oxfam ist eine internationale Nothilfe- und Entwicklungsorganisation, die weltweit Menschen mobilisiert, um Armut aus eigener Kraft zu überwinden. Dafür arbeiten im Oxfam-Verbund 21 Oxfam-Organisationen Seite an Seite mit rund 4.100 lokalen Partnern in 90 Ländern.

Mehr unter [www.oxfam.de](http://www.oxfam.de)

Oxfam Deutschland e.V.

Am Köllnischen Park 1  
10179 Berlin  
Deutschland

---

# Negativpreis für Klimalüge: Rewe gewinnt Goldenen Windbeutel 2021

geschrieben von Andreas | 29. Juni 2022



## Pressemitteilung

- Verbraucher:innen wählen angeblich „klimaneutrales“ Hähnchenbrustfilet zur Werbelüge des Jahres
- foodwatch-Aktion am Rewe-Firmensitz in Köln
- Öko-Institut stützt foodwatch-Kritik an falschen CO<sub>2</sub>-Zertifikaten von Climate Partner

+++ Foto von der Verleihung bei Rewe:  
<https://t1p.de/Foto-Windbeutel2021> +++

Berlin, 14.12.2021. Rewe erhält den Negativpreis Goldener Windbeutel: Bei einer Online-Abstimmung der Verbraucherorganisation foodwatch wählten rund 28 Prozent der mehr als 63.000 Teilnehmer:innen das als „klimaneutral“ beworbene Hähnchenbrustfilet der Rewe-Eigenmarke Wilhelm Brandenburg zur dreitesten Werbelüge des Jahres. Die Werbung erwecke den Eindruck, dass sich die Produktion des Hähnchens nicht schädlich auf das Klima auswirke. Tatsächlich werde das Hähnchenbrustfilet weder emissionsfrei hergestellt noch würde der bei der Produktion anfallende CO<sub>2</sub>-Ausstoß ausgeglichen. foodwatch-Recherchen belegen: Das Wald-Projekt in Peru, durch das die Treibhausgas-Emissionen angeblich kompensiert wurden, schützt den dortigen Wald nicht. Fleisch als „klimaneutral“ zu bewerben, sei zudem grundsätzlich irreführend, so foodwatch. Dreiviertel aller Treibhausgasemissionen der Landwirtschaft entfallen auf die Tierhaltung.

„Rewe rechnet Fleisch mit falschen CO<sub>2</sub>-Zertifikaten

klimatefreundlich und täuscht damit umweltbewusste Verbraucher:innen“, kritisierte Manuel Wiemann, Wahlleiter des Goldenen Windbeutels. „Für den Klimaschutz muss Deutschland die Tierzahlen drastisch reduzieren. Rewe verkauft Fleisch als gut für das Klima, was eine glatte Lüge ist. Mit diesem Greenwashing muss Schluss sein. Grüne Werbelügen auf unökologischen Produkten müssen gestoppt werden!“



(Foto: dpa/Henning Kaiser)

Mit einer Aktion an der Rewe-Zentrale in Köln hat foodwatch am heutigen Dienstag versucht, den Negativpreis an die Konzernführung zu überreichen. Eine lebensgroße Hähnchenverpackung protestierte mit dem Schild „Ich will keine Klimalüge sein!“. Die Aktivist:innen der Verbraucherorganisation standen jedoch – trotz vorheriger Anmeldung – vor verschlossenen Türen: Rewe stand für ein Gespräch nicht zur Verfügung. In einer schriftlichen



Stellungnahme hatte der Handelskonzern die Kritik in der vergangenen Woche zurückgewiesen: Der Anbieter Climate Partner, über den die Supermarkkette die CO<sub>2</sub>-Zertifikate gekauft hatte, hätte versichert, die foodwatch-Vorwürfe seien unbegründet, so Rewe. Manuel Wiemann von foodwatch erklärte dazu: „Rewe zeigt den Verbraucher:innen die kalte Schulter. Der Ausgleich eigener Emissionen über den Kauf von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten ist ein moderner Ablasshandel, mit dem Unternehmen ruckzuck auf dem Papier „klimaneutral“ werden können – ohne selbst ernsthaft etwas für mehr Klimaschutz tun zu müssen. Es kann nicht verwundern, dass die Profiteure dieses Geschäftsmodells sich gegenseitig eine weiße Weste bescheinigen.“

Für die vermeintliche „Klimaneutralität“ der in Bayern verkauften Wilhelm Brandenburg-Geflügelprodukte kompensiert Rewe Treibhausgas-Emissionen über den Anbieter „Climate Partner“. Dafür werden ausschließlich Zertifikate eines Projekts zum Waldschutz in Tambopata/ Peru gekauft. Eine von foodwatch in Auftrag gegebene Recherche zeigt jedoch: Das Projekt erfüllt nicht die grundlegenden Anforderungen an Kompensationsprojekte. Es schafft keinen zusätzlichen Nutzen für das Klima. Nach Projektbeginn hat die Entwaldung nicht wie versprochen abgenommen, sondern sogar zugenommen. foodwatch hat Rewe sowie die Lohmann & Co. AG (PHW-Gruppe), die das Hähnchenbrustfilet im Auftrag von Rewe herstellt, deshalb Anfang Dezember wegen irreführender Klima-Werbung abgemahnt. Beide verweigerten die Unterzeichnung einer Unterlassungserklärung. Das Unternehmen Climate Partner warf foodwatch methodische Fehler vor, ohne jedoch wichtige Quellen und Berechnungen transparent zu machen. Ein wissenschaftliches Gutachten des unabhängigen Öko-Instituts bestätigt die Stichhaltigkeit wesentlicher Kritikpunkte von foodwatch am Tambopata-Projekt.

Neben dem Hähnchenbrustfilet von Rewe waren vier weitere Produkte für den Goldenen Windbeutel 2021 nominiert. Mehr als

63.000 gültige Stimmen gingen im Wahlzeitraum seit Mitte November ein. Das Ergebnis im Detail:

- 1. Platz: Wilhelm Brandenburg Hähnchen-Brustfilet von Rewe** (17.661 Stimmen, entspricht rund 27,8 Prozent der abgegebenen gültigen Stimmen)
- 2. Platz: Volvic Natürliches Mineralwasser von Danone** (17.031 Stimmen, 26,8 Prozent)
- 3. Platz: Mövenpick Green Cap KaffEEKapseln von J.J. Darboven** (9.930 Stimmen, 15,6 Prozent)
- 4. Platz: Katjes Wunderland Fruchtgummis** (9.894 Stimmen, 15,6 Prozent)
- 5. Platz: Clean Protein Bar von Naturally Pam by Pamela Reif** (8.972 Stimmen, 14,1 Prozent)

Um auf das Problem der Verbrauchertäuschung im Lebensmittelbereich hinzuweisen, verleiht foodwatch seit 2009 den Goldenen Windbeutel – 2021 zum elften Mal. Bisherige Preisträger waren unter anderem der Trinkjoghurt Actimel von Danone (2009), die Milch-Schnitte von Ferrero (2011) und das „Smart Water“ von Coca-Cola (2018). Vergangenes Jahr gewann der Käseerzeuger Hochland für seinen Grünländer Käse, der mit „Milch von Freilaufkühen“ warb – die Tiere standen aber tatsächlich im Stall. Hochland änderte daraufhin die Verpackung.

#### **Quellen und weiterführende Informationen:**

- Foto: Protestaktion bei Rewe: <https://t1p.de/Foto-Windbeutel2021>
- Grafik: Abstimmungsergebnis: <https://t1p.de/zi0xm>
- Review des Öko-Instituts zur foodwatch-Recherche: [https://www.oeko.de/fileadmin/oekodoc/Kurzanalyse\\_Tambopata\\_Bericht\\_foodwatch.pdf](https://www.oeko.de/fileadmin/oekodoc/Kurzanalyse_Tambopata_Bericht_foodwatch.pdf)
- Abmahnung gegen Rewe und PHW (Pressemitteilung, 02.12.2021): <https://t1p.de/r2zi>
- Stellungnahme von Rewe als Reaktion auf foodwatch-Abmahnung: <https://t1p.de/lafy>

- weiteres Pressematerial zum Goldenen Windbeutel 2021 (Fotostrecke mit allen Produkten, Factsheets, Bewegbildmaterial/Schnittbilder):

[www.foodwatch.org/downloads](http://www.foodwatch.org/downloads)

**Pressekontakt:**

Andreas Winkler

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Mobil: +49 (0)174 / 3 75 16 89

Vor Ort in Köln:

Sarah Häuser

Mobil: +49 (0)170 / 52 37 471

---

# Bundespreis Ecodesign geht an 10 Produkte und Konzepte mit innovativ-nachhaltigem Design

geschrieben von Andreas | 29. Juni 2022



## bundespreis ecodesign

Heute wurde der Bundespreis Ecodesign 2021 an zehn Preisträger\*innen verliehen. Ausgezeichnet wurden sehr unterschiedliche innovative Projekte, wie z.B. Körper- und

**Haar-Pflegemittel zum Selbstmischen, ein Schulgebäude mit klimapositiver Energiebilanz, Online-Bestellungen ohne Versandmüll oder ein neues Leben für alten Pelz. Die Preisverleihung markiert zugleich das zehnjährige Jubiläum der höchsten staatlichen Auszeichnung für ökologisches Design in Deutschland.**

Rita Schwarzelühr-Sutter, Parlamentarische Staatssekretärin und Jurymitglied: „Attraktives Design, das höchste Ansprüche an Ökologie und Ästhetik vereint, ist moderner Umweltschutz. Ob ein Produkt sich positiv oder negativ auf die Umwelt auswirkt, wird maßgeblich über sein Design entschieden. Ecodesign konsequent gedacht – von der Herstellung über die Nutzung bis zum Recycling – macht es möglich, Konsum vom Ressourcen- und Energieverbrauch zu entkoppeln. Es geht darum, Gestaltung, Ökologie und Nutzwert optimal miteinander zu verbinden.“

Schwarzelühr-Sutter wies auch darauf hin, dass die Umwelteigenschaften von Produkten und Dienstleistungen vielfach offensiv gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern beworben würden. Dabei komme es allerdings vermehrt zur irreführenden Verwendung von Begriffen mit Umweltbezug. „Den inflationären Gebrauch der Begriffe ‚klimaneutral‘ und ‚klimapositiv‘ sehen wir kritisch. Manchmal stehen dahinter gute Absichten, häufig ist es jedoch Greenwashing und Verbrauchertäuschung.“ Daher unterstütze man entsprechende Aktivitäten in der EU und weltweit, um dem entgegenzuwirken.

Dr. Dirk Messner, UBA-Präsident: „Das Thema Ecodesign hat enorm an Bedeutung gewonnen. Ecodesign spielt mittlerweile eine zentrale Rolle in der Kreislaufgesellschaft und der Entkopplung von Ressourcenverbrauch und Wohlstand. Diese gewachsene Bedeutung spiegelt sich auch im Bundespreis Ecodesign wider.“

**Der Bundespreis Ecodesign geht im Jahr 2021 an folgende Projekte:**

## **Kategorie Produkt**

- CareTwice Shampoopulver – CareTwice UG (Firmensitz: Stuttgart, Baden-Württemberg)  
Durch Zugabe von Wasser lässt sich das in Papier verpackte Shampoopulver zu Hause in flüssiges Haarwaschmittel verwandeln. Das bedeutet eine erhebliche Einsparung von Material und Energie.  
[CareTwice Shampoopulver \(bundespreis-ecodesign.de\)](https://www.bundespreis-ecodesign.de)
- Duschgel- & Handseifen-Pulver – Less Waste Club UG (Firmensitz: Kirchroth, Bayern)  
Der Wasseranteil dieser Körperpflegeprodukte in Pulverform wird nahezu auf null reduziert. Dies und der Verzicht auf Plastikverpackung sparen im Herstellungs- und Lieferprozess einen Großteil der CO<sup>2</sup>-Emissionen ein.  
[Duschgel- & Handseifen Pulver \(bundespreis-ecodesign.de\)](https://www.bundespreis-ecodesign.de)
- Natürlicher Softshell – Hess Natur-Textilien GmbH & Co. KG (Firmensitz: Butzbach, Hessen)  
Der Softshell aus reiner Bio-Baumwolle vereint Tragekomfort, Design sowie Alltagstauglichkeit und kommt ganz ohne problematische Inhaltsstoffe aus.  
[Natürlicher Softshell \(bundespreis-ecodesign.de\)](https://www.bundespreis-ecodesign.de)
- NEO 3R 9,8 MM – EDELRID GmbH & Co. KG (Firmensitz: Isny, Baden-Württemberg)  
Zu einer Hälfte aus Neumaterial und zur anderen Hälfte aus recycelten Seilen, zeigt dieses Modell als erstes dynamisches Bergseil, dass sich die Einhaltung hoher Sicherheitsstandards und Ressourcenschonung nicht ausschließen müssen.  
[NEO 3R 9,8 MM \(bundespreis-ecodesign.de\)](https://www.bundespreis-ecodesign.de)
- VIOWALL Glasschaumkissen – Viol.Glass (Firmensitz:

München, Bayern)

Diese Lösung für eine natürliche Trocknung feuchter Wände besteht aus Kissen-Elementen gefüllt mit Glasschaum, der aus Altglas gewonnen wird. Die Kissen bilden nicht nur eine effiziente Feuchtigkeitsbarriere, sondern verzichten auch auf den Einsatz erdölbasierter Stoffe.

[VIOWALL \(bundespreis-ecodesign.de\)](http://VIOWALL.bundespreis-ecodesign.de)

### **Kategorie Service**

- RePack – Original RePack Oy (Firmensitz: Helsinki, Finnland)

Als Dienstleistung für wiederverwendbare Versandpackungen sorgt dieses Projekt für die Entmüllung des E-Commerce. Online-Shops verschicken ihre Ware in RePacks und Verbraucher\*innen senden sie durch Einwurf beim nächsten Briefkasten kostenfrei zurück.

[RePack \(bundespreis-ecodesign.de\)](http://RePack.bundespreis-ecodesign.de)

### **Kategorie Konzept**

- Null-Energie-Fachklassentrakt – LIEBEL/ARCHITEKTEN BDA (Firmensitz: Aalen, Baden-Württemberg), Transsolar Energietechnik GmbH (Firmensitz: Stuttgart, Baden-Württemberg), Stadt Aalen als Bauherr

Das Null-Energie-Gebäude zieht maximale Verwertung aus Sonne, Thermik und Erdwärme, sodass es am Ende des Jahres mindestens genauso viel Energie erzeugt wie verbraucht hat. Die Bilanz umfasst Gebäudebetrieb sowie Energiemengen für Nutzungsstrom.

[Null-Energie-Fachklassentrakt \(bundespreis-ecodesign.de\)](http://Null-Energie-Fachklassentrakt.bundespreis-ecodesign.de)

### **Kategorie Nachwuchs**

- Ein Pelzmantel und seine Folgen – Magdalena Keller

(Hochschule Niederrhein, NRW)

Die Masterarbeit beschäftigt sich mit der Weiterverwendung von alten Pelzmänteln und Fellabfällen aus invasiver Jagd. Pelzreste können zu Garn verarbeitet werden, aus dem wiederum eine langlebige, recyclebare Modekollektion hervorgeht.

[Ein Pelzmantel und seine Folgen \(bundespreis-ecodesign.de\)](http://bundespreis-ecodesign.de)

- MaterialLab – Florian Henschel (Bauhaus-Universität Weimar, Thüringen)

Das System aus Experimentierkästen bietet Grundschulkindern die Möglichkeit, verschiedene Recycling- und Abfallprozesse selbst durchzuführen. So wird Bewusstsein für den Wert von „Müll“ geschaffen und zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Abfällen motiviert.

[MaterialLab \(bundespreis-ecodesign.de\)](http://bundespreis-ecodesign.de)

- Platzhalter – Lasse Schlegel, David Schwarzfeld (Hochschule für Bildende Künste Braunschweig, Niedersachsen)

Das Projekt transformiert Werbeflächen zu Orten, wo nicht länger Konsumbotschaften platziert werden, sondern an denen Menschen zum Austausch zusammenkommen. In unterschiedlichen Veranstaltungsformaten wird die Gestaltung des öffentlichen Raums thematisiert.

[Platzhalter \(bundespreis-ecodesign.de\)](http://bundespreis-ecodesign.de)

Das Bundesumweltministerium und das Umweltbundesamt loben den Bundespreis Ecodesign seit 2012 jährlich gemeinsam mit dem Internationalen Design Zentrum Berlin aus. Der Wettbewerb zeichnet in den vier Kategorien Produkt, Service, Konzept und Nachwuchs herausragende Arbeiten aus, die aus Umwelt- und Designsicht überzeugen. Er richtet sich an Unternehmen aller Größen und Branchen sowie Studierende.

Innovationsgehalt, Gestaltungsqualität und Umwelteigenschaften stehen bei der Bewertung im Vordergrund. Auch Auswirkungen auf die Alltagskultur und das Verbraucherverhalten werden berücksichtigt. Dabei findet der gesamte Produktlebenszyklus von den Vorstufen der Produktion, über Fertigung, Distribution und Nutzung bis hin zum „End of Life“ Beachtung.

### **Weitere Informationen**

[Galerie der Preisträger\\*innen](#)

[Mitglieder der Jury](#)

[Website des Bundespreises Ecodesign](#)

### **Kontakt für Bildmaterial**

Jasmin Suhr | [presse@bundespreis-ecodesign.de](mailto:presse@bundespreis-ecodesign.de)

Büro Bundespreis Ecodesign

c/o IDZ | Internationales Design Zentrum Berlin e.V.

Hagelberger Straße 52 | 10965 Berlin

T +49 30 61 62 321-22

[presse@bundespreis-ecodesign.de](mailto:presse@bundespreis-ecodesign.de)

[bundespreis-ecodesign.de](http://bundespreis-ecodesign.de)

[facebook.com/BundespreisEcodesign](https://facebook.com/BundespreisEcodesign)

[twitter.com/bundespreiseco](https://twitter.com/bundespreiseco)

[instagram.com/bundespreisecodesign](https://instagram.com/bundespreisecodesign)

[linkedin.com/in/bundespreis-ecodesign-6374b9217](https://linkedin.com/in/bundespreis-ecodesign-6374b9217)

---

# **foodwatch mahnt Rewe wegen irreführender Klima-Werbung**



# ab – Handelsunternehmen vermarktet klimaschädliches Produkt als „klimaneutral“

geschrieben von Andreas | 29. Juni 2022



## Pressemitteilung

Berlin, 2. Dezember 2021. Die Verbraucherorganisation foodwatch hat den Handelskonzern Rewe abgemahnt, weil dieser das Hähnchenfleisch seiner Rewe-Eigenmarke Wilhelm Brandenburg als „klimaneutral“ bewirbt. Verbraucher:innen könnten die Werbung so verstehen, dass sich die Produktion des Hähnchenfilets nicht schädlich auf das Klima auswirke. Tatsächlich werde das Hähnchenbrustfilet weder emissionsfrei hergestellt noch würden die bei der Produktion anfallenden Emissionen ausgeglichen. foodwatch-Recherchen belegen: Das Wald-Projekt in Peru, durch das die Treibhausgas-Emissionen kompensiert werden sollen, schützt den dortigen Wald und damit auch das Klima nicht. Das Hähnchenbrustfilet von Rewe ist einer der Kandidaten für die Wahl zum Goldenen Windbeutel 2021 ([www.goldener-windbeutel.de](http://www.goldener-windbeutel.de)), dem Preis für die dreisteste Werbelüge des Jahres. foodwatch spricht sich für eine klare Regulierung von „nachhaltigen“ Werbeversprechen aus.

*„Von wegen Klimaretter – das Hähnchenfleisch von Rewe ist eine dreiste Klimalüge. Mit manipulierten Zertifikaten rechnet Rewe Fleisch klimaneutral – doch durch das Kompensationsprojekt in Peru werden Bäume nicht geschützt, sondern gefällt“, kritisierte Manuel Wiemann, Wahlleiter des Goldenen*

*Windbeutels. „Klima- und Umweltwerbung auf unökologischen Produkten muss gestoppt werden!“*

Die Tierhaltung trägt weltweit mit über 15 Prozent zu den vom Menschen verursachten Treibhausgas-Emissionen und damit zum Klimawandel bei. Es sei grundsätzlich irreführend, Fleisch als „klimaneutral“ zu bewerben, kritisierte foodwatch. Für die vermeintliche „Klimaneutralität“ der in Bayern verkauften Wilhelm Brandenburg-Geflügelprodukte kompensiert Rewe Treibhausgas-Emissionen über den Anbieter „Climate Partner“. Dafür werden ausschließlich Zertifikate eines Projekts zum Waldschutz mit nachhaltigem Paranussanbau in Tambopata/ Peru gekauft. Eine von foodwatch in Auftrag gegebene Recherche zeigt: Das Projekt erfüllt nicht die grundlegenden Anforderungen an Kompensationsprojekte. Es schafft keinen zusätzlichen Nutzen für das Klima und existierte mindestens in den ersten Jahren nur auf dem Papier. Die Zertifikate für das Geflügelfleisch von Rewe stammen aus den Jahren 2010-2012. Für diesen Zeitraum hat das Projekt nachweislich keinerlei Emissionsreduktionen bewirkt, die Zertifikate sind also falsch. Dass das Projekt keinen zusätzlichen Nutzen für Wald und Klima bringt, zeigt auch die tatsächliche Entwaldungsrate. Nach Projektbeginn hat die Entwaldung nicht wie versprochen abgenommen, sondern zugenommen. Lag die Entwaldungsrate vor Projektbeginn bei durchschnittlich 0,15 Prozent pro Jahr (2001-2010), verdoppelte sie sich nach Projektbeginn auf durchschnittlich 0,29 Prozent (2010-2020). Das Projekt konnte also keinerlei Abholzung verhindern – im Gegenteil, es wurden mehr Bäume gefällt als vorher. Neben Rewe hat foodwatch auch die Lohmann & Co. AG (PHW-Gruppe) abgemahnt. Der größte deutsche Geflügelzüchter stellt das Produkt im Auftrag von Rewe her. Die beiden Unternehmen haben bis zum 6. Dezember Zeit, eine Unterlassungserklärung abzugeben.

Neben Rewe hat foodwatch Produkte von Danone, Naturally Pam, Darboven und Katjes für den Goldenen Windbeutel 2021 nominiert. Die meisten von ihnen präsentieren sich als

besonders klima- und umweltfreundlich – können diese Werbeversprechen aber nicht halten, kritisierte foodwatch. Verbraucher:innen können noch bis zum 12. Dezember auf [www.goldener-windbeutel.de](http://www.goldener-windbeutel.de) aus den fünf Kandidaten ihren Favoriten für den Preis der dreistesten Werbelüge wählen. Dem Hersteller des Produkts mit den meisten Stimmen will foodwatch den Negativpreis am Firmensitz überreichen.

### **Links:**

Online-Abstimmung                      Goldener                      Windbeutel:  
[www.goldener-windbeutel.de](http://www.goldener-windbeutel.de)

### **Quellen und weiterführende Informationen:**

[Abmahnung Rewe](#)

[Factsheet zum Rewe-Hähnchenbrustfilet](#)

[foodwatch-Recherche zum Tambopata-Waldschutzprojekt in Peru](#)

[Fotostrecke der Windbeutel-Kandidaten zum Download \(inkl. Rewe\)](#)

### **Pressekontakt:**

foodwatch e.V.

Sarah Häuser

E-Mail: [presse@foodwatch.de](mailto:presse@foodwatch.de)

Tel.: +49 (0)170 523 74 71

---

# **Neuer Klimaschutz-Index: Noch kein Land gut genug – EU**

# steht am Scheideweg

geschrieben von Andreas | 29. Juni 2022



Pressemitteilung Germanwatch und NewClimate Institute

**Vor EU-Klimaziel-Gipfel erscheint neue Rangliste der 58 emissionsstärksten Staaten:**

- Sieben EU-Staaten und EU selbst erhalten Note "gut" im Klimaschutz – aber auch fünf EU-Staaten in schlechtester Kategorie**
- Deutschland leicht verbessert im oberen Mittelfeld auf Platz 19**
- Portugal und Neuseeland gehören zu großen Aufsteigern – Schweden Vorreiter**
- USA hinter Saudi-Arabien abgeschlagenes Schlusslicht**

**Berlin/Bonn** (7. Dez. 2020). Wenige Tage vor Beginn des EU-Gipfels zum Klimaziel 2030 zeichnet der heute veröffentlichte Klimaschutz-Index 2021 ein zwiespältiges Bild der Europäischen Union. Während vor allem die skandinavischen EU-Staaten, Aufsteiger Portugal und die EU selbst mit recht guten Noten in der Top-Region des Index zu finden sind, gibt es mit Ungarn, Polen, Tschechien, Slowenien und Zypern auch Ausreißer nach unten. „Unser Klimaschutz-Index zeigt deutlich, dass die EU am Scheideweg steht“, sagt Jan Burck, Hauptautor des von seiner

Organisation Germanwatch in Kooperation mit dem NewClimate Institute erstellten Index. „Die EU kann mit einem grün ausgerichteten Wiederaufbau nach der Corona-Krise, einem ehrgeizigeren neuen Klimaziel für 2030 und einer guten Umsetzung und Weiterentwicklung ihres Green Deal zum Zugpferd beim Klimaschutz werden. Sie kann aber auch schwer ins Straucheln geraten, wenn sie Greenwashing statt Green Recovery betreibt und unzureichende Ziele sowie Instrumente im European Green Deal umsetzt.“

In der Gesamtwertung konnte sich die EU um sechs Plätze auf Rang 16 verbessern, allerdings fast ausschließlich dank einer stark besser bewerteten Klimapolitik. „In der Platzierung stecken also ein paar Vorschuss-Lorbeeren“, so Burck. „Sollte die EU beim Klimaziel für 2030 oder bei der Umsetzung des Green Deal nun doch enttäuschen, wäre ein Absturz im kommenden Jahr sicher.“ Der Klimaschutz-Index analysiert und vergleicht den Klimaschutz in den 57 emissionsstärksten Ländern und der EU (gesamt), welche für insgesamt 90 Prozent der weltweiten Emissionen verantwortlich sind.

### **Emissionen sinken in mehr als der Hälfte der analysierten Staaten**

Auch global scheint ein Wendepunkt zum Greifen nah. Zwar ist kurz vor dem kleinen UN-Klimagipfel am kommenden Samstag noch immer kein Land auf einem Pfad zu den Pariser Klimazielen – daher bleiben die ersten drei Plätze im Index erneut unbesetzt – aber der Höhepunkt bei den weltweiten Emissionen könnte erreicht sein. Der aktuelle Index betrachtet noch die Emissionen vor Beginn der Corona-Pandemie, zeigt also kein durch die Auswirkungen der Krise verzerrtes Bild. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen stiegen insgesamt nur noch ganz leicht an, in mehr als der Hälfte der betrachteten Staaten sanken sie (32). In zwei Drittel der Länder (38) werden nun mehr als zehn Prozent der insgesamt benötigten Energie aus Erneuerbaren Energien gewonnen – in zwölf davon sogar mehr als 20 Prozent.

“Umso wichtiger ist es jetzt, dass die weltweiten Konjunkturpakete nicht nur die Wiederbelebung der Wirtschaft unterstützen, sondern auch auf eine CO<sub>2</sub>-freie Wirtschaft vorbereiten. Ob die Mehrheit der für den Index untersuchten Maßnahmen die Treibhausgasemissionen reduziert oder erhöht, ist noch offen. Aber es gibt noch Raum, die Konjunkturpakete zu gestalten – viele gute Maßnahmen sind im Gespräch”, sagt Prof. Dr. Niklas Höhne vom NewClimate Institute, Co-Autor des Index.

**Schweden** an der Spitze (Platz 4, Kategorie “gut”) bleibt das vierte Jahr in Folge internationales Vorbild im Klimaschutz. Zwar ist auch Schweden kein „Klima-Musterland“ und noch nicht ganz auf dem Weg zum Erreichen der Pariser Klimaziele. Aber das Land setzt Maßstäbe in den Bereichen CO<sub>2</sub>-Emissionen, erneuerbare Energien und Klimapolitik (jeweils in der Spitzengruppe), nur der sehr hohe Energieverbrauch pro Einwohner (Platz 49) verhindert eine noch bessere Bewertung. Im Gesamt-Ranking folgen **Großbritannien** (5.) und **Dänemark** (6.). Zu den großen Aufsteigern gehören **Portugal** (von Platz 25 auf 17) und **Neuseeland** (von 37 auf 28).

“Die drei Nicht-Industrienationen **Marokko**, **Chile** und **Indien** zeigen mit ihrer Platzierung in den Top Ten des Index, dass Klimaschutz nicht nur Industriestaaten vorbehalten ist. Vergleichsweise ehrgeizige Klimaschutzziele kombiniert mit einem ambitionierten Ausbau der Erneuerbaren Energien bei insgesamt niedrigem Emissionsniveau führen hier zu einer deutlich besseren Bewertung als bei vielen reicheren Staaten”, sagt Niklas Höhne.

Desaströs ist erneut das Abschneiden der **USA**: Im letzten Jahr unter Donald Trump liegen sie zum zweiten Mal in Folge noch hinter Saudi-Arabien am Ranking-Ende. Die USA landen in drei der vier Kategorien (Ausnahme Erneuerbare Energien: “schwach”) in der Schlussgruppe („sehr schwach”) und erhalten in der Klimapolitik als einziges Land neben **Australien** und **Algerien** sowohl bei der nationalen als auch der internationalen Politik

die schlechteste Bewertung „sehr schwach“. Die Pläne des designierten neuen Präsidenten Biden eröffnen große Chancen, dass sich diese Bewertung deutlich verbessern könnte – allerdings nur, wenn die Ankündigungen aus dem Wahlkampf tatsächlich umgesetzt werden. Angesichts der noch unklaren Mehrheitsverhältnisse im Senat ist unsicher, wie viel davon realisiert wird.

### **Deutschland zum zweiten Mal in Folge etwas verbessert – gute internationale Klimapolitik**

Deutschland hat sich nach dem Tiefpunkt vor zwei Jahren (Platz 27) zum zweiten Mal in Folge etwas verbessert und landet nun im oberen Mittelfeld auf Rang 19 (Vorjahr 23) – es reicht allerdings noch nicht für die Kategorie „gut“. Deutschlands Problemfelder sind ein für die Umsetzung der Pariser Klimaziele deutlich zu schwaches Ziel für erneuerbare Energien, viel zu wenig Fortschritt im Verkehrssektor sowie ein noch immer hoher Energieverbrauch und auch hohe Emissionen pro Einwohner. Der Trend bei beiden letztgenannten Indikatoren hat sich jedoch verbessert. „Zum leicht verbesserten Abschneiden Deutschlands tragen auch gute Noten für die internationale Klimapolitik bei – zum Beispiel im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft bisher. Trotz nur mittelmäßiger Noten für die nationale Klimapolitik schafft es Deutschland deshalb in der Kategorie Klimapolitik in den Bereich ‚gut‘“, erklärt Jan Burck. „In allen drei übrigen Kategorien reicht es nur für die Bewertung ‚mittelmäßig‘. Dies ließe sich insbesondere mit ambitionierteren Ausbauzielen bei den Erneuerbaren Energien und deutlichen Korrekturen bei den Sektoren Verkehr und Gebäude sowie beim Kohleausstieg verbessern. Die Umsetzung eines EU-Klimaziels von mindestens minus 55 Prozent bis 2030 könnte neben dem European Green Deal dafür die Initialzündung sein, auch wenn selbst das noch kein ganz ausreichender Beitrag für das Einhalten des 1,5 Grad-Limits wäre.“

**Den Klimaschutz-Index 2021 finden Sie hier: [www.ccpindex.org](http://www.ccpindex.org)**

**Kontakte für Medien:**

## **Germanwatch**

Jan Burck: 0177 888 92 86, burck@germanwatch.org

Stefan Küper (Pressesprecher): 0151 252 110 72,  
kueper@germanwatch.org

## **NewClimate Institute**

Niklas Höhne: 0173 715 2279, n.hoehne@newclimate.org

Nicolas Fux: 030 208 492 749, n.fux@newclimate.org

**Hinweis:** Der Klimaschutz-Index wird heute um 14 Uhr MEZ in einer Online-PK vorgestellt. Den Link erhalten Sie nach Anmeldung unter [presse@germanwatch.org](mailto:presse@germanwatch.org) (bitte bis spätestens 13:30 Uhr).

–

Stefan Küper  
Pressesprecher

Germanwatch e.V.  
Dr.Werner-Schuster-Haus  
Kaiserstr. 201  
D-53113 Bonn

+++ Wegen der allg. Corona-Schutzmaßnahmen derzeit im Homeoffice per Handy erreichbar +++

mobil: 0151 / 252 110 72

E-Mail: [kueper@germanwatch.org](mailto:kueper@germanwatch.org)

[www.germanwatch.org](http://www.germanwatch.org)

---

# **RESET-Gründerin Uta Mühleis erhält B.A.U.M. Umwelt- und**



# Nachhaltigkeitspreis 2020

geschrieben von RESET.org | 29. Juni 2022



Berlin, 30.09.2020. Der B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis 2020 wurde am 25. September in Hamburg verliehen. RESET-Gründer Uta Mühleis empfing den Preis für ihr Engagement für den Klimaschutz in der Kategorie Digitalisierung.

Ein ganzheitlicher Ansatz, langjähriges herausragendes Engagement und beispielhafte Initiativen für den Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung – das sind die Kriterien des [B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreises](#), der bereits seit 1993 vergeben wird und einer der anerkanntesten Nachhaltigkeitspreise in Deutschland ist. Dabei zeichnet der Preis keine Organisationen, sondern engagierte Einzelpersonen aus. „Uns ist wichtig, vor allem die Arbeit derer, die Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben, auszuzeichnen“, erläutert B.A.U.M.- Vorstand Martin Oldeland.

Zu den diesjährigen Gewinner\*innen des Nachhaltigkeits-Preises gehören Valentina Daiber von der Telefónica Deutschland Holding AG und die Unternehmer\*innen Christian Faggin (Alpensped GmbH Internationale Logistik), Lothar Hartmann (memo AG), Alexander Hofmann (Wiegell-Gruppe), Patricia Siebel (edding AG). In der Kategorie “Wissenschaft” ging der Preis an Prof. Dr. Maja Göpel vom Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU) und Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald von Schweisfurth Stiftung.

Uta Mühleis erhielt den Preis in der Kategorie „Digitalisierung“. Damit wurde sie insbesondere für ihr Engagement mit [RESET.org](https://www.reset.org) ausgezeichnet. Die Nachhaltigkeitsplattform legt den Fokus auf die Chancen der Digitalisierung für eine nachhaltige Entwicklung, ohne die Risiken außer Acht zu lassen. „Ich bin stolz, Preisträgerin des B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreises in der Kategorie „Digitalisierung“ zu sein. Schon lange stehen Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Zentrum meiner Arbeit und ich freue mich sehr zu sehen, dass der B.A.U.M. e.V. mit dieser Kategorie die Bedeutung des Themenpaares anerkennt“, so Uta Mühleis.

Die diesjährige Preisverleihung wurde Corona-bedingt per Livestream aus der Hamburger Hafencity übertragen. In ihrer Videobotschaft zur Preisverleihung hob Bundesumweltministerin Svenja Schulze die Bedeutung von Vorbildern hervor und würdigte das Engagement der Preisträgerinnen und Preisträger: „Um das Ziel der Klimaneutralität zu verwirklichen, braucht es engagierte Unternehmen und Privatpersonen, die sich dem Klima- und Ressourcenschutz verschreiben, die demonstrieren, dass dieser in der Praxis funktioniert, dass Wirtschaft und Gesellschaft davon profitieren.“

Auch Uta Mühleis betont die Bedeutung positiver Beispiele für eine nachhaltige Digitalisierung: „Um die digitalen Potenziale für eine zukunftsfähige Welt einzusetzen und die digitale Transformation grün und fair zu gestalten, geht es daher darum, umfassend und konstruktiv zu informieren und Lösungsansätze zu verbreiten sowie neue grüne Gründungen, die frischen Wind in unser Wirtschaftssystem bringen, aktiv zu fördern. Der Preis motiviert mich sehr, mit RESET genau hier weiterzumachen.“

Porträt der B.A.U.M.-Preisträgerin Uta Mühleis: <https://www.baumev.de/News/9718/UtaMhleisRESET%E2%80%93DigitalforGood.html>

Download Preisträgervideo: <https://we.tl/t-aZYY9VJlid>

Über B.A.U.M. e. V.: Unter dem Kürzel B.A.U.M. verbindet der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. seit 1984 erfolgreich und zukunftsorientiert ökonomische, ökologische und soziale Fragen, also die Prinzipien der Nachhaltigkeit, miteinander. Heute ist B.A.U.M. mit weit über 500 Mitgliedern ein starkes Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften. Neben vielen bekannten Unternehmen sind auch Verbände und Institutionen Fördermitglied.  
<https://www.baumev.de/>

Über RESET: Seit mehr als zehn Jahren hat die Nachhaltigkeitsplattform [RESET – Digital for Good](https://reset.org/) zwei der größten Themen unserer Zeit im Blick: Nachhaltigkeit und Digitalisierung. RESET setzt sich sowohl mit der Frage auseinander, wie die Digitalisierung für eine nachhaltige Entwicklung eingesetzt als auch wie die Digitalisierung selbst nachhaltig gestaltet werden kann. Auf der Plattform RESET.org zeigt das Redaktionsteam Anwendungsbeispiele, Entwicklungen, Trends und Hintergründe. Als gemeinnützige Stiftungsgesellschaft unterstützt das Berater\*innen-Team von RESET zudem Ecopreneure aktiv mit seiner Expertise.  
<https://reset.org/>

---

## **Online-Seminar “Vom Korn zum**

# Brot"

geschrieben von stadtlandmarktbonn | 29. Juni 2022



Das ökologische Vernetzungscafé der [Bio-Stadt Bonn](#) im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Wir feiern gutes Essen vom Acker über den Teller bis zum Kompost“ geht online weiter.

Am Montag, 06. Juli, lädt die Bio-Stadt Bonn zum zweiten Mal zu einer Online-Mittagspause ein. Diesmal mit dem Thema „Vom Korn zum Brot“ und einem Gast/ Gästen aus dem Bio-Lebensmittelhandwerk.

Das Projekt in Kooperation mit dem Stadt.Land.Markt. e. V. wird im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN) vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert und informiert in verschiedenen Formaten über bio-regionale Wertschöpfungsketten.

Für die Webinar-Zugangsdaten zum Meetingraum reicht eine kurze E-Mail an:

[claudia.walter@bonn.de](mailto:claudia.walter@bonn.de)

**Vom Korn zum Brot: Kein Fließband, kein „Brötchen-Sonnenstudio“ – ein Beispiel aus unserer Region für die Region**

**Montag, 07. Juli 12:30 Uhr bis 13:30 Uhr**

1. Vorstellung, Infos zur Veranstaltungsreihe der Bio-Stadt Bonn
2. Impuls der [Regionalwert AG Rheinland](#)

3. Vorstellung: Das Handwerk und die Herkunft der Rohstoffe

1. [DLS Vollkorn Mühlenbäckerei GmbH](#)

2. [Bäckerei Zippel](#)

4. Fragen und Diskussion

Moderation Stefan Gothe ([Kommunare GbR](#)), Darya Hirsch ([Bio-Stadt Bonn](#))

---

# RESET-Gründerin Uta Mühleis gewinnt B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis

geschrieben von RESET.org | 29. Juni 2022



**UMWELT- UND  
NACHHALTIGKEITSPREIS**

Berlin, 25.06.2020. B.A.U.M. zeichnet mit seinem Umwelt- und Nachhaltigkeitspreis Menschen aus, die konsequent auf Nachhaltigkeit setzen. Für ihr Engagement erhält Uta Mühleis dieses Jahr den Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie "Digitalisierung".

Ein ganzheitlicher Ansatzes, langjähriges herausragendes Engagement und beispielhafte Initiativen für den Umweltschutz und eine nachhaltige Entwicklung – das sind die Kriterien des B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreises <https://www.baumev.de/Auszeichnung.html>, der bereits seit 1993 vergeben wird und einer der anerkanntesten Nachhaltigkeitspreise in Deutschland ist. Der Preis zeichnet

keine Organisationen, sondern engagierte Einzelpersonen aus. „Uns ist wichtig, vor allem die Arbeit derer, die Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben, auszuzeichnen. Solche Vorbilder sind heute nötiger denn je“, erläutert B.A.U.M.- Vorstand Martin Oldeland.

Aus zahlreichen Vorschlägen hat die Jury zur diesjährigen Auszeichnung acht Preisträgerinnen [https://www.baumev.de/preistraeger\\_2020.html](https://www.baumev.de/preistraeger_2020.html) und Preisträger ausgewählt, darunter Valentina Daiber, Telefónica Deutschland Holding AG (Kategorie „Großunternehmen“), Christian Faggin, Alpensped GmbH Internationale Logistik, Lothar Hartmann, memo AG, Alexander Hofmann, Wiegel-Gruppe, Patricia Siebel, edding AG (Kategorie „Kleine und mittelständische Unternehmen“), Prof. Dr. Maja Göpel, Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU), Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald, Schweisfurth Stiftung (Kategorie „Wissenschaft“) und Uta Mühleis, RESET – Digital for Good (Kategorie „Digitalisierung“).

„Ich freue mich, Preisträgerin der Kategorie „Digitalisierung“ zu sein. Durch die COVID-19-Pandemie wurde ein regelrechter Digitalisierungsschub ausgelöst – um so wichtiger ist es, jetzt die Kräfte zu bündeln und die Chancen digitaler Innovationen für eine nachhaltige Entwicklung zu nutzen sowie die Digitalisierung selbst möglichst grün und fair zu gestalten“, sagt die RESET-Gründerin Uta Mühleis.

Und auch Prof. Dr. Maximilian Gege, B.A.U.M.-Vorsitzende und Jurymitglied des B.A.U.M.-Preises betont, dass dieses Jahr ein besonderes ist: „Klima- und Ressourcenschutz, Energieeffizienz, Orientierung an den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen – alles was nachhaltiges Wirtschaften ausmacht, macht Unternehmen wettbewerbs- und zukunftsfähig. Daher ist es richtig, dass wir bei der Bewältigung der Corona-Folgen unser Handeln jetzt politisch und ökonomisch konsequent an Nachhaltigkeit ausrichten. Die Persönlichkeiten, die wir auszeichnen, beweisen durch ihr jahrelanges erfolgreiches

Engagement, dass dies der richtige Weg ist.”

Die Verleihung des B.A.U.M. Umwelt- und Nachhaltigkeitspreises 2020 findet am 25. September im Rahmen des ExtremWetterKongresses in Hamburg statt. Die Verleihung kann auch online verfolgt werden. Weitere Infos hier: Preisverleihung 2020 <https://www.baumev.de/Umweltpreis.html>

### **Über Uta Mühleis:**

Uta Mühleis ist Mitgründerin und Geschäftsführerin von RESET – Digital for Good, einer Nachrichtenplattform zu den Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung mit Sitz in Hamburg und Berlin. Die Nachrichtenplattform RESET.org setzt den Fokus auf die Chancen der Digitalisierung für eine nachhaltige Entwicklung, ohne die Risiken außer Acht zu lassen. “Um die digitalen Potenziale für eine zukunftsfähige Welt einzusetzen und die digitale Transformation grün und fair zu gestalten, gilt es, umfassend und konstruktiv zu informieren und Lösungsansätze zu verbreiten sowie neue grüne Gründungen, die frischen Wind in unser Wirtschaftssystem bringen, aktiv zu fördern”, begründet Uta Mühleis ihr Engagement.

Das vollständige Porträt und ein Pressefoto finden Sie hier:  
Porträt Uta Mühleis  
<https://www.baumev.de/News/9718/UtaMhleisRESET%E2%80%93DigitalforGood.html>

### **Über B.A.U.M.:**

Unter dem Kürzel B.A.U.M. verbindet der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. seit 1984 erfolgreich und zukunftsorientiert ökonomische, ökologische und soziale Fragen, also die Prinzipien der Nachhaltigkeit, miteinander. Heute ist B.A.U.M. mit weit über 500 Mitgliedern ein starkes Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften. Neben vielen bekannten Unternehmen sind auch Verbände und Institutionen Fördermitglied.

### **Über den Preis:**

Der Preis wurde 1993 ins Leben gerufen, um vor allem die Arbeit der "Macher\*innen" in Unternehmen und Institutionen, die Arbeit derer, die das Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement verantworten und operativ umsetzen, anzuerkennen.

Außerdem werden Journalist\*innen und Wissenschaftler\*innen geehrt, die sich durch ihre Publikationen bzw. ihre Forschung um Umweltschutz und Nachhaltigkeit verdient gemacht haben. Der Schwerpunkt liegt hier besonders auf der Aufbereitung von Nachhaltigkeitsthemen für die Öffentlichkeit, auf Aufklärung und Bewusstseinsbildung.  
<https://www.baumev.de/Auszeichnung.html>

**Pressekontakt:**

Sarah-Indra Jungblut  
Redaktionsleitung RESET

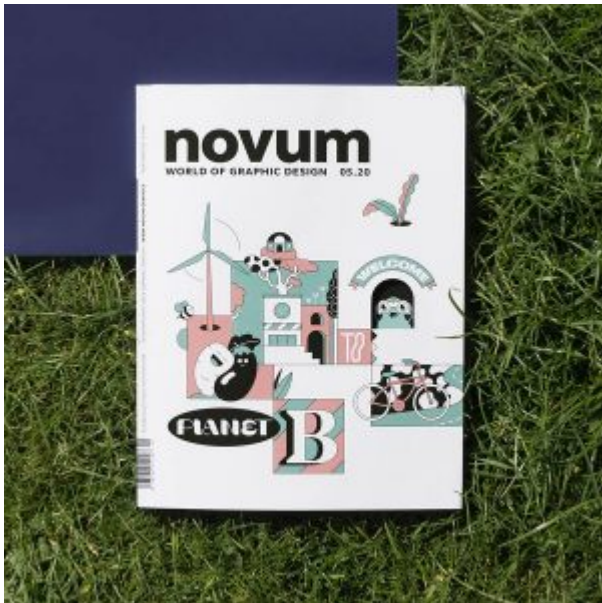
[Indra.jungblut@reset.org](mailto:Indra.jungblut@reset.org)

---

**Erstes novum-  
Designmagazincovers nach den  
Kriterien des Blauen Engels –  
umweltfreundlich produziert  
vom DBM Druckhaus Berlin-  
Mitte**

geschrieben von Markus Galla | 29. Juni 2022





Wie das sprichwörtlich vielseitige Klappcover der Mai-Ausgabe des Designmagazins novum verrät: Klimaschutz darf Freude bereiten, Umweltbewusstsein kann sexy sein und verträgt sogar eine Prise Humor. Filigran und facettenreich gestaltet vom Düsseldorfer Studio B.O.B. und produziert vom DBM Druckhaus Berlin-Mitte zeigt der Umschlag der novum-Ausgabe 05/2020 worauf man hinausmöchte: Zu zeigen, was auch und vor allem Grafikdesign zur gesellschaftlichen Klimadebatte, zur pädagogischen Aufklärung und sogar zur Politik beitragen kann. Vor allem, wenn es in gedruckter Form erscheint.

novum – WORLD OF GRAPHIC DESIGN ist eines der führenden und einflussreichsten Designmagazine weltweit. Die internationale Ausgabe (deutsch / englisch) präsentiert monatlich herausragende Arbeiten aus den Bereichen Grafikdesign, Illustration, Fotodesign, Neue Medien, Corporate Design, Verpackung, Werbung und Typografie. Vor allem die abwechslungsreichen Cover zeigen einen aktuellen Stand der Dinge in Sachen Design auf Druck und Papier.

Da die Ausgabe sich mit dem Thema „Sustainability“, also Nachhaltigkeit auseinandersetzt, wurde bewusst gesucht und mit

dem Druckhaus Berlin-Mitte eine Druckerei gefunden, mit der gemeinsam eine umweltgerechte kreative Druck- und Veredelungslösung gut umgesetzt werden kann. Gedruckt wurde auf Recyclingpapier mit umweltfreundlichen Farben. Veredelt wurde mit einer schlichten, aber nicht minder wirkungsvollen Stanzung. In Kombination mit Klappen an der Umschlagsvorder- und -rückseite entfaltet sich ein illustriertes Tableau, das tiefe Einblicke erlaubt. Das Designstudio B.O.B. setzte bewusst keine typische Ökogestaltung an den Tag und vermittelt das Thema Nachhaltigkeit gekonnt mit Humor.

Es überrascht nicht, dass durch die Kombination von guter Gestaltung und nachhaltiger guter Produktion ein großartiges Druckobjekt entstanden ist, das Aufmerksamkeit erzielt und gleichzeitig die Umwelt schont.