

# Wir suchen zum nächstmöglichen Zeitpunkt...

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



MitarbeiterInnen im Naturkostladen (m/w/d) in Vollzeit oder Teilzeit für unseren Verkauf zur Kundenberatung im Frischebereich sowie an der Käse- und Brottheke, Bedienen der Kasse und Warendisposition.

---

## Grüne Helden in neuem Kleid – die Kern-Ausrichtung bleibt

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



Das Herz schlägt ökologisch-nachhaltig. Für Grüne Helden ist das ein Selbstverständnis und weder ein modischer noch zeitlich begrenzter Moment. Für die Bewahrung einer Vielfalt und die Erhaltung deren Räume lohnt es sich Wissen, Energie und Zeit zu investieren. **“Die Zukunft wird jetzt gemacht!”**

---

# FrISCHE Fonts aus dem Sommer Südamerikas

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



Andreas Sauer hat auf seiner zweimonatigen Reise 2023/24 durch Paraguay 12 sommerliche, frische Fonts für das typische Greendesign mitgebracht. Die einzigartige, bunte Kollektion unter dem Namen "GreenFontBerlin" umfasst heute mehr als 200 Computerfonts. [www.greenfont.de](http://www.greenfont.de)

---

# Mehr Genuss, weniger Verpackung: burgerme setzt auf Vytal Nach erfolgreicher Testphase bundesweiter Launch des Mehrwegsystems

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



**München, den 7. Februar 2023** Als eines der ersten Franchisesysteme hat burgerme bundesweit das Mehrwegsystem von Vytal ausgerollt. Nach einer erfolgreichen Testphase in ausgewählten Stores in Berlin und Hannover bietet der Burger- und Delivery-Profi seit Januar an allen 144 burgerme-Standorten in Deutschland diese Mehrwegoption an. burgerme geht sogar noch einen Schritt weiter: Wer Mehrweg wählt, erhält bei burgerme sein gesamtes Menü in den Mehrwegbehältern von Vytal, obwohl burgerme nicht von der Mehrweg-pflicht betroffen ist. Denn die Verpackungen des Burger-Profis sind schon seit jeher aus umweltfreundlichem Papier.

„Wir wollen Mehrweg für alle – und das ohne Qualitätsverlust, einfach und ohne an der Preisschraube zu drehen. Vytal ist ein unkompliziertes digitales System mit pfandfreier Abwicklung. Nach dem erfolgreichen Test haben wir uns daher entschieden, die Mehrwegbehälter von Vytal an allen burgerme-Standorten in Deutschland anzubieten“, so Jens Hochhaus, CEO bei burgerme. Damit Burger und Pommes auch im Mehrwegbehälter immer heiß und schön knusprig bleiben, haben die beiden Partner eine spezielle Mehrweg-Burger-Box entwickelt. Dr. Tim Breker, Mitgründer von Vytal freut sich sehr über die Zusammenarbeit mit burgerme: „Seit einer Podiumsdiskussion mit Stephan Gschöderer, Gründer von burgerme, war es mein großer Wunsch, gemeinsam eine Premium-Mehrwegverpackung für Burger und Pommes

anzubieten, die für Lieferessen ein optimales Geschmackserlebnis garantiert. Mit Vytal hat burgerme jetzt eine einfach nutzbare und messbar wirkungsvolle Verpackungslösung für seine Kunden.“

Wer bei burgerme bestellt, kann die Mehrweg-Option kostenfrei online nach einmaliger Registrierung bei Vytal (unter [www.vytal.org](http://www.vytal.org) oder in der Vytal App) auswählen. Innerhalb von 14 Tagen lassen sich die Mehrwegverpackungen in allen burgerme-Stores oder bei anderen Vytal-Partnern abgegeben. „Der Bestell- und Abgabeprozess über die Vytal App ist sehr einfach und bedeutet kaum Mehraufwand – sowohl für unsere Kunden als auch für uns“, erklären die beiden Franchisepartner Gevorg Hovhannisyan und Aram Akopjan, die das Mehrwegsystem von Vytal an ihrem burgerme-Standort Berlin Rummelsburg getestet haben.

Die Brüder Ozan und Rezan Defli haben mit ihren burgerme-Stores in Hannover Südstadt und Hannover Linden ebenfalls an der Testphase teilgenommen: „Das Mehrwegsystem von Vytal wurde von unseren Kunden und Mitarbeitern sehr positiv aufgenommen. Wir als Unternehmer freuen uns sehr zusammen mit Vytal unseren Kunden auch Mehrweg als Verpackungsoption anzubieten.“ Die Option Mehrweg ist nach den E-Fahrzeugen sowie Rädern für die eigenen Kuriere und den Papierboxen die nächste wichtige Nachhaltigkeitsmaßnahme von burgerme. „Bereits an unseren Teststandorten konnten wir feststellen, dass Mehrweg nachgefragt wird. Wir sind überzeugt, dass in Zukunft noch mehr Kunden auf Mehrweg umsteigen“, bekräftigt Hochhaus.

## **Über burgerme**

Erstklassige Burger und schneller Delivery-Service aus einer Hand, das ist die DNA von burgerme. „So schnell kann lecker sein“ ist die Erfolgsformel des Burger- & Liefer-Profis, der mit 166 Standorten in Deutschland und den Niederlanden sowie 117 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2022 weiter auf Erfolgskurs ist. Bis Ende des Jahres will burgerme auf insgesamt 200 Standorte wachsen.

## Über die Vytal Global GmbH

Gegründet, um zu verändern: Vytal hat sich zum Ziel gesetzt, die weltweit führende Technologieplattform für Kreislaufwirtschaft und Mehrweg zu werden. Vytals ersetzen Einwegverpackungen und machen einen nachhaltigen, zukunftsorientierten Lebensstil für alle möglich. Mit der pfandfreien und digitalen Mehrweglösung bringt Vytal Gastronomen, Händlerinnen, Lieferdienste und andere Kooperationspartnerinnen mit Menschen zusammen, die Speisen und Getränke ohne unnötige Einwegverpackungen genießen möchten. Dafür kam das Unternehmen in der von Jung von Matt geführten Liste unter die Top 50 Startups 2022. Heute arbeiten europaweit rund 70 Mitarbeiterinnen für Vytal.

### burgerme-Pressekontakt

Svenja König

Rosental 10  
80331 München

T 00 49 89 23 23 62-0  
F 00 49 89 23 23 62-20

presse@burgerme.de  
www.burgerme.de

---

# 50 frische Schriften für "nachhaltige Botschaften"

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



Freiburg, 16. November 2022. Frische, unverwechselbare Schriften für typisches "grünes" Design.

Die Schriftenmanufaktur "GreenFont" hat 2022 über 50 frische Alphabete speziell für nachhaltige Botschaften und grüne Corporate Designs entwickelt – organisch, nicht immer geradlinig, unverwechselbar. Alle Zeichen der "Berlin-Edition" sind handgezeichnet und digitalisiert für digitale Medienproduktion und typisch für einen grünen Lifestyle.

Im GreenFont Online-Shop [www.greenfont.de](http://www.greenfont.de) angeboten werden, neben den über 200 typischen "grünen" Fonts, exklusiv die im goetheanistischen Stil entworfenen "Ro.Schriften" des Grafikers und Malers Walther Roggenkamp.

Kontakt/Pressekontakt

GreenFont

Andreas Sauer, Grüne Helden

Sonnenbergstraße 15

79117 Freiburg i.Br.

[mail@gruenehelden.de](mailto:mail@gruenehelden.de)

Tel.: 0172-9760880

GreenFont und RoSchriften sind lizenzierte, digitale Schriftenprodukte von Andreas Sauer, Grüne Helden für die Nutzung auf dem Computern und für die Darstellung von Texten

auf Internetseiten.

Die „Berlin Edition“ sind von Andreas Sauer neu entwickelte, zeitgemäße Schriften Typen für das typische Green Design. Dynamisch, hangezeichnet, einmalig. Einige Schriften bassieren auf Entwürfen von Walther Roggenkamp aus den 60er Jahren.

Die neo-grünen Schriftdesigns sind nach den U- und S-Bahn-Stationen der Trendmetropole Berlin benannt.

Andreas Sauer – Green Designer, Schrift Designer und Illustrator studiert nach einer Berufsausbildung Freie Malerei und Grafik Design in Stuttgart und Freiburg. Er lernt u. a. bei Walther Roggenkamp das zeichnen von Schriften im “goetheanistischen” Stil. Beim Ro.Schriftenprojekt “bildhafte Schriften” (1988-1996) ist er hauptverantwortlich für die Entwicklung, Reinzeichnung und Digitalisierung. Andreas Sauer ist Inhaber der Agentur Grüne Helden (gegründet 1987).

---

# **Weltweiter Klimaskandal? Oder: wie Massenmedien den freiwilligen Klimaschutz gefährden. Oder: Wer ist Hannah?**

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024

**Teil 1: Die unerträglichen Versuche von „Die Zeit“ Unternehmen durch falsche Berichterstattung und einseitige Meinungsmache zu diffamieren.**

Wiesbaden, 2. Februar 2023

Am 19. Januar 2023 erschien in der Zeit ein Artikel mit dem Thema „Der Klima-Betrug“. Da die Tragweite dieses Artikels sehr hoch ist und weltweit Unternehmen zum Erreichen ihrer (selbst gesteckten) Klimaziele auf Kompensation von CO<sub>2</sub> durch Klimaschutzprojekte setzen, möchten wir kurz Stellung dazu beziehen. Hauptthema des Artikels ist die Methode zur Berechnung von Waldschutzprojekten, die Verra u.a. zur Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen anbietet. Der Artikel beruht jedoch nicht auf seriös recherchiertem und belegtem Journalismus, sondern hat die Intention, die Leser im Bereich Klimaschutzprojekte negativ zu beeinflussen. Es wird von einem „freikaufen“ der Unternehmen gesprochen sowie einige Firmennamen genannt und in Verruf gebracht. Über die Notwendigkeit der Zusätzlichkeit in Klimaschutzprojekten sowie die Definition von Klimaneutralität wird nicht berichtet.

In unserer Stellungnahme werden die Behauptungen des Artikels aufgegriffen, um die Berichterstattung zu hinterfragen.

[Stellungnahme von Verra auf den Artikel im Guardian](#)

[Stellungnahme von Verra auf den Artikel in Die Zeit](#)

Gegenstand ist ein in Die Zeit, in der Rubrik Wirtschaft am 19. Januar 2023 erschienener Artikel mit dem Titelthema: Der Klima-Betrug. In Zusammenarbeit mit der britischen

Tageszeitung The Guardian und des britischen Reporterpools SourceMaterial wird berichtet, dass vermeintlich über viele Jahre Zertifikate über den Klimaschutzstandard Verra ausgegeben wurden, die es nicht hätte geben dürfen. Die Methode, nach der die Projektbetreiber die CO<sub>2</sub>-Einsparungen berechnet haben, sei fehlerhaft oder nicht geeignet. Auffällig ist, dass im Artikel der Zeit vermehrt Ausdrücke, wie scheinbar, offensichtlich, vermutlich, anzunehmen usw. verwendet und Expert\*innen zitiert werden, die einerseits an der Entwicklung der Methode mitgewirkt haben, andererseits jedoch zu der Einsicht gekommen sind, dass die Methode ungeeignet sei, um die CO<sub>2</sub>-Einsparung zu berechnen. An dieser Stelle ist anzumerken, dass neu entwickelte Methodiken im Rahmen der Prüfung auch einer Public Consultation unterzogen werden. Hierbei wird jedem die Möglichkeit gegeben, vor Einführung einer Methodik begründete Einwände und Anmerkungen zu äußern.

Zugegebenermaßen können sich Berechnungsmethoden in der Praxis als ungeeignet erweisen. In dem Fall ist es Aufgabe des Klimaschutzstandards, im vorliegenden Fall von Verra, die Kritik aufzugreifen und die Methode zur Berechnung, falls notwendig, anzupassen. Verra arbeitet bereits seit einem Jahr an einer Überarbeitung und Zusammenlegung der verschiedenen Methoden für Waldschutzprojekte.

Was ist wirklich der Sachverhalt des Artikels? Es werden Unternehmen angegriffen, die sich im freiwilligen Klimaschutz engagieren, also per Gesetz oder Verordnung nicht verpflichtet sind CO<sub>2</sub>-Emissionen auszugleichen, sich aber dennoch mit ihren eigenen Treibhausgasemissionen auseinandersetzen und die Möglichkeit des CO<sub>2</sub>-Ausgleichs nutzen. Diesen Unternehmen wirft der Artikel vor, sich mit unseriösen Zertifikaten frei zu kaufen und in diesem Zug, so vermutet Die Zeit sogar, noch mehr CO<sub>2</sub> zu emittieren, da CO<sub>2</sub>-Zertifikate wie ein Freifahrtschein fungieren könnten. Mit ihrem freiwilligen Engagement würden diese Unternehmen sogar noch die Klimakrise

verstärken.

### **Wovon haben sich Unternehmen freigekauft?**

Alle Unternehmen, die nicht dem verpflichtenden Emissionshandel unterliegen, können sich freiwillig im Klimaschutz engagieren. Das tun Unternehmen in der Regel mit der Erstellung einer Treibhausgasbilanz und dem anschließenden freiwilligen Ausgleich der nicht weiter reduzierbaren oder vermeidbaren Treibhausgasemissionen. Der Ausgleich der Treibhausgasemissionen erfolgt über den Ankauf und der verbindlichen Stilllegung von CO<sub>2</sub>-Minderungszertifikaten, die für Klimaschutzprojekte von den Klimaschutzstandards (Gold Standard oder Verra) ausgegeben (den Klimaschutzprojekten zugeteilt) werden.

Der Artikel der Zeit suggeriert, dass Unternehmen, die sich im freiwilligen Klimaschutz engagieren, verpflichtet wären, CO<sub>2</sub>-Emissionen entweder zu vermeiden oder zu reduzieren oder im billigsten Fall über CO<sub>2</sub>-Zertifikate auszugleichen. Wenn Unternehmen nicht verpflichtet sind, können sie sich auch nicht freikaufen.

### **Wer hat die CO<sub>2</sub> Einsparung versprochen?**

Das Themenfeld ist zugegebenermaßen komplex, sodass es eine intensive Einarbeitung erfordert, um zu verstehen, wie die Mechanismen funktionieren. Die Zeit selbst beschäftigt sich erst seit wenigen Jahren mit dem Themenkomplex Klimawandel, Klimaschutz und freiwilliges Engagement im Klimaschutz. Aus diesem Grund klären wir mit jahrelanger Expertise gerne auf und wollen etwas Licht in die vielen Schatten des Zeit Artikels bringen.

Zunächst einmal muss festgehalten werden, dass der freiwillige Klimaschutz das ist, was das Wort freiwillig (Definition Duden: aus eigenem freiem Willen geschehend; ohne Zwang ausgeführt) sagt. Es handelt sich um ein freiwilliges, unaufgefordertes Engagement. Unternehmen müssen sich nicht

freikaufen oder etwas versprechen, was sie nicht halten, weil sie es nicht beeinflussen können.

Es existieren Klimaschutzstandards, wie beispielsweise der Gold Standard oder der VCS (Verified Carbon Standard), welche weder staatlich organisiert noch einer staatlichen Kontrolle unterlegen sind. Ziel beider Organisationen ist es, Kriterien zu entwickeln, nach denen sich Projekte (Klimaschutzprojekte) zertifizieren lassen können, wenn sie Kriterien und Regeln der Klimaschutzstandards erfüllen. Angehende Klimaschutzprojekte müssen zunächst durch die Einreichung von Unterlagen (Projekt Design Dokumentation – kurz PDD) bei den Klimaschutzstandards beurteilt werden. Klimaschutzstandards prüfen in dieser Projektphase die Dokumentationen, um festzustellen, ob aus den eingereichten Unterlagen ersichtlich ist, dass das angehende Klimaschutzprojekt überhaupt in der Lage ist, die Kriterien und Regeln des Klimaschutzstandards zu erfüllen. Kommt der Klimaschutzstandard nach Prüfung der Unterlagen zu der Folgerung, dass die eingereichten Unterlagen plausibel sind und das angehende Klimaschutzprojekt die Anforderungen erfüllt, erfolgt der nächste Schritt.

### **Überprüfung der Klimaschutzprojekte vor Ort**

In dieser Phase werden die angehenden Klimaschutzprojekte vor Ort von durch Zertifizierungsstellen zugelassenen Prüfer\*innen und Auditor\*innen überprüft. Es wird bei der Prüfung nicht nur die angewendete Methode zur Berechnung der CO<sub>2</sub>-Bindung oder Vermeidung überprüft, sondern auch zahlreiche andere Kriterien der Klimaschutzstandards.

Ein immer wieder diskutiertes Kriterium ist die Zusätzlichkeit. Dieser Begriff bedeutet, dass das Projekt nur durch den zusätzlichen Verkauf von Zertifikaten umgesetzt werden kann. Ferner werden je nach Projektart (Wind, Wasser, Solar, Biomasse, Kochofen, Wasser, Aufforstung oder Waldschutz) zahlreiche weitere Kriterien und Regeln auf deren Einhaltung hin überprüft. Erfüllt ein Projekt alle vom

Klimaschutzstandard vorgegebenen Kriterien und dies wird bei der Prüfung vor Ort bestätigt, wird das Klimaschutzprojekt zertifiziert. Daraufhin erhält das Projekt gemäß der Berechnung die entsprechenden Zertifikate. Dies geschieht aber erst nach Bindung oder Vermeidung, in Abhängigkeit vom Projekttyp. Alle Dokumente, welche die Projektbeschreibung mit den ausführlichen Berechnungen, das Basisszenario sowie alle Prüfprotokolle des Zertifizierers beinhalten, sind öffentlich einsehbar

### **Klimaschutzprojekte unterliegen einer regelmäßigen vor Ort Prüfung**

Klimaschutzprojekte werden in von der Projektart abhängigen Zeitabständen regelmäßig vor Ort auf Einhaltung von Kriterien und Regeln von Prüfer\*innen kontrolliert. Die Methode zur Berechnung der CO<sub>2</sub>-Bindung oder Vermeidung wird nicht erneut begutachtet, da dies bereits zur Erstzertifizierung vom Klimaschutzstandard überprüft wurde und sich im Laufe des Projektes nicht ändert. Die tatsächlich gebundene oder vermiedene Menge an CO<sub>2</sub>-Emissionen wird jedoch regelmäßig geprüft.

### **Wer hat die CO<sub>2</sub> Einsparung versprochen?**

Auch an dieser Stelle suggeriert die Sub-Headline des Zeit Artikels, dass Unternehmen, die mit Zertifikaten nicht reduzierbare oder vermeidbare CO<sub>2</sub>-Emissionen ausgleichen, sich freikaufen und diese Zertifikate weniger CO<sub>2</sub> einsparen als man kommuniziert.

Diese Äußerung der Zeitung ist anmaßend und soll die Leser empören, sodass Unternehmen, die sich im freiwilligen Klimaschutz engagieren, unsachlich kritisiert werden. Der Artikel der Zeit zieht nicht in Erwägung, dass Unternehmen, die sich im freiwilligen Klimaschutz einsetzen, ihre emittierte CO<sub>2</sub>-Emission lediglich durch einen Standard zugeteilte Zertifikate ausgleichen.

## **Ungeeignete Methoden zur Berechnung von CO2-Einsparung**

Der ganze Artikel konzentriert sich im Wesentlichen darauf, dass es bei Verra u.a. eine von vielen Methoden zur Berechnung von CO2-Einsparung bei Waldschutzprojekten gibt, die scheinbar zu einer größeren Zuteilungsmenge von Zertifikaten führt. Sollte sich diese Vermutung bestätigen, ist es die Aufgabe des Klimaschutzstandards Verra, dem nachzugehen und die Methode zu verändern.

Unternehmen, die Verra zertifizierte Waldschutzzertifikate gekauft haben oder kaufen, kann auch von Seiten der Zeit kein Vorwurf gemacht werden.

## **Profilierungsversuch auf Kosten der Schwächsten**

Die Intention des Zeit Artikels ist aufhetzend und provozierend, sodass die Absicht der Journalist\*innen hinterfragt werden sollte. Die Journalistin Hannah Knuth ist allerdings nicht die einzigen Pressevertreter\*in, die seit Jahren gegen ein Engagement im freiwilligen Klimaschutz schreiben. Ein weiteres Beispiel ist die [WirtschaftsWoche](#), die den Sachverhalt von Klimaschutzprojekten nicht erkennt sowie unwissend über den Mechanismus der Klimaneutralität bzw. wie Klimaneutralität definiert wird, ist (IPCC).

Carbon neutral or Net zero emissions  
(<https://www.ipcc.ch/sr15/chapter/glossary/>)

Laut IPCC heißt klimaneutral oder das Erreichen von Netto-Null-Emissionen, dass die anthropogenen Emissionen von Treibhausgasen in die Atmosphäre durch den anthropogenen Abbau über einen bestimmten Zeitraum ausgeglichen sind. Da viele Unternehmen zur Erlangung der Klimaneutralität nicht auf unternehmenseigene Biogene CO2-Senken zurückgreifen können, gibt es den Mechanismus der Kompensation.

Der Mechanismus der Kompensation geht zurück auf das Kyoto-Protokoll und den Artikel 12 – umweltverträgliche Entwicklung

– Clean Development Mechanism.

Hier heißt es in Absatz 2:

„Zweck des Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung ist es, die nicht in Anlage I aufgeführten Vertragsparteien (Anm.: die Entwicklungs- und Schwellenländer) dabei zu unterstützen, eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen und zum Endziel des Übereinkommens beizutragen, und die in Anlage I aufgeführten Vertragsparteien dabei zu unterstützen, die Erfüllung ihrer quantifizierten Emissionsbegrenzungs- und -reduktionsverpflichtungen aus Artikel 3 zu erreichen.“

### **Was erwarten wir von gutem Journalismus**

Guten Journalismus zeichnet ein Artikel aus, der auf umfangreicher und wissenschaftlicher Recherche beruht und mit Fakten und Daten belegt ist sowie dass sich die Autor\*innen über die Tragweite eines Artikels in einer Zeitung mit hoher Auflagenanzahl bewusst sind. Dies trifft auf den Artikel der Zeit leider nicht zu.

Aber was sind die Fakten? Fakt ist, dass seit über 30 Jahren Klimapolitik betrieben wird und die jährlichen Treibhausgas-Emissionen noch immer steigen (IPCC AR6 WG III: [https://report.ipcc.ch/ar6wg3/pdf/IPCC\\_AR6\\_WGIII\\_FinalDraft\\_FullReport.pdf](https://report.ipcc.ch/ar6wg3/pdf/IPCC_AR6_WGIII_FinalDraft_FullReport.pdf)).

Es herrscht mit dem globalen Anstieg ein globales Problem. Ein Problem, welches die Politik allein nicht lösen kann – zumindest nicht in der Zeit, die für ein potenziell erträgliches Zukunftsszenario bleibt. Fakt ist, dass gerade Entwicklungs- und Schwellenländer einen steigenden Einfluss auf die weltweiten Treibhausgas-Emissionen haben und hier somit ein wichtiger Hebel sind. Schon mit dem Kyoto-Protokoll wurde daher der CDM-Mechanismus eingeführt. Kompensationen aus dem freiwilligen Markt gewannen hier in der nahen Vergangenheit mehr und mehr an Bedeutung. Tatsache ist außerdem, dass zertifizierte Klimaschutzprojekte für die

Erfüllung der Standards umfangreiche Projektdokumentationen einreichen müssen, welche neben den vor Ort Audits geprüft werden. Die Kriterienkataloge sind umfangreich und die Methodiken häufig komplex. Gegebenheiten in Projekten sind oft individuell. Standards und Normen sind daher in stetiger Entwicklung, um auf neue Erkenntnisse aus Praxis und Wissenschaft zu reagieren. Um die vor uns liegende Aufgabe – Reduktion der globalen Treibhausgasemissionen – zu schaffen, werden globale Anstrengungen in allen Bereichen benötigt. Essenziell sind Reduktions- und Vermeidungsstrategien aber auch Projekte in Entwicklungs- und Schwellenländern.

### **Was ist die Intension des Artikels/ der Artikelreihe**

Veröffentlicht wurde der Artikel in der Reihe „Der Klimabetrug“. Es wird suggeriert, man sei einem systematischen Betrug auf die Spur gekommen, aber es geht in keinem der Artikel darum, eine objektive Sicht auf die Dinge zu liefern. In den Artikeln werden nur Negativszenarien aufgegriffen (Blumenstraußartikel) oder Expert\*innen mit fragwürdigen Methodiken herangezogen (Stellungnahme VERRA). Mit der Zielsetzung, die Auflage zu erhöhen oder Klicks zu steigern, um sich zu profilieren. Objektiv gesehen war es zu keinem Zeitpunkt Ziel, sich ernsthaft mit der Thematik „Klimaneutralität und dem Mechanismus der Kompensation“ auseinanderzusetzen oder diesen zu verstehen. Es wird suggeriert, dass alle Beteiligten unseriös handeln und vorsätzlich anderen einen Schaden zufügen. Potenzieller Verlierer sind am Ende aber Projekte in Entwicklungsländern, welche keine Unterstützung mehr erhalten, weil sich Unternehmen aus dem freiwilligen Engagement zurückziehen. Wer fügt hier also wem vorsätzlich und durch einseitige und verdrehte Berichterstattung Schaden zu – der unseriöse Journalismus?

Fazit: Die Zeit kann das Rad der Veränderung nicht zurückdrehen. Wir sehen, dass Unternehmen sich auch weiterhin engagieren und den Sinn von Klimaschutzprojekten erkannt

haben. Unternehmen, die sich aufgrund solcher Berichterstattung öffentlichkeitswirksam aus einem Engagement im freiwilligen Klimaschutz zurückziehen, wie dies zum Beispiel die [Drogeriemarktkette Rossmann](#) tut, entscheiden dies vermutlich aus anderen Gründen. Diesen Unternehmen hat Die Zeit einen Bärendienst erwiesen. Zum Glück sind diese Unternehmen in der Minderheit.

## **Über die natureOffice GmbH**

Als inhabergeführte Klimaschutzagentur unterstützt die natureOffice GmbH Unternehmen rund um Ihre Klimaschutzstrategie. Sie erstellt fundierte Klima-Bilanzen nach internationalem Standard und findet passend Klimaschutzprojekte für den Treibhausgas-Ausgleich. Die online gestützten Prozesse setzen Standards, die die Kunden zu schätzen wissen. Mit eigenen Klimaschutzprojekten lebt natureOffice die eigene Auffassung von Klimaschutz und sozialem Engagement in den Schwellenländern.

[www.natureOffice.de](http://www.natureOffice.de)

### **Pressekontakt**

Andreas Weckwert

Geschäftsführer

Telefon +49 69 173 20 20 0

E-Mail [info@natureoffice.com](mailto:info@natureoffice.com)

---

**MIT KONSUM DIE WELT RETTEN  
ODER WARUM NACHHALTIGKEIT**

# KEIN KOMPROMISS IST?

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



## 6. Auflage der Nachhaltigkeitsmesse VEGGIENALE & FAIRGOODS am 3./4. Dezember in Hamburg

**Berlin/Hamburg. Die VEGGIENALE & FAIRGOODS – Messe für pflanzlichen Lebensstil und ökologische Nachhaltigkeit findet am Wochenende des 3. und 4. Dezember 2022 im Cruise Center Altona und damit bereits in der 6. Auflage in der Hansemetropole statt.**

Das Spektrum reicht u.a. von Bio-Food, Upcycling, Ökostrom, Fairtrade, nachhaltigen Geldanlagen bis hin zu ethisch-korrekt Mode und Angeboten zur pflanzenbasierten gesunden Ernährungs- und Lebensweise. „Information und Aufklärung stehen dabei im Vordergrund“, sagt Daniel Sechert vom Veranstalter ECOVENTA. Daher sind nicht nur „eingefleischte“ Veganer und „Ökos“ eingeladen, sondern auch die Menschen, die Nachhaltigkeit im Alltag bisher eher als nachteiligen Kompromiss sehen.

Neben dem Marktplatz mit Angeboten zum Entdecken, Probieren und Kaufen gibt es ein Rahmenprogramm mit Vorträgen, Kochshows und Kindertheater. So sind u.a. Buchautor und Vegan-Koch Timo Franke sowie der Raw-Food-Experte Boris Lauser am Start. Das vollständige Programm ist unter <https://veggienale.de/besuchen/hamburg-2022> veröffentlicht. Tickets gibt es bereits ab 7,00 EUR im Online-Vorverkauf oder an den Tageskassen ab 8,00 EUR. Kinder haben freien Eintritt.

Die Öffnungszeiten sind Samstag und Sonntag jeweils 10.00 bis

18.00 Uhr. Die jeweils ersten 333 Tagesgäste erhalten kostenfreie Goodiebags.

Alle weiteren Infos gibt es auf [veggienale.de/besuchen/hamburg-2022](http://veggienale.de/besuchen/hamburg-2022).

Bilder / Fotos können angefordert werden per Mail an [presse@ecoventa.de](mailto:presse@ecoventa.de).

\*\*\*\*\*

### **Save-the-Dates!**

Veggienale & FairGoods – Öko meets vegan.

Termine 2022 /2023:

\*\*\*\*\*

**Hamburg am 3./4. Dezember '22**

**Berlin am 21./22. Januar '23**

**Hannover am 4./5. März '23**

**Nürnberg am 11./12. März '23**

**Köln, 22./23. April '23**

**München, 29./30. April '23**

**Region Stuttgart am 16./17. September '23**

**Konstanz am 7./8. Oktober '23**

**Frankfurt am 28./29. Oktober '23**

**Münster am 4./5. November '23**

[www.veggienale.de](http://www.veggienale.de)

\*\*\*\*\*

ECOVENTA GmbH

Agentur für ökologische Veranstaltungen

Heinrich-Roller-Str. 13

10405 Berlin

Büro: Palisadenstr. 40, 10243 Berlin

Telefon 030 555 775 201

Fax 030 555 775 209

www.ecoventa.de

sechert@ecoventa.de

ECOVENTA GmbH

Agentur für ökologische Veranstaltungen

Heinrich-Roller-Str. 13, 10405 Berlin

Registergericht: AG Charlottenburg Berlin, HRB 165387 B

Steuernummer: 37/271/30891

UmsatzsteuerIdentifikationsnummer: DE299543853

vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Daniel Sechert

---

# LOFINDO Marktplatz sagt Moin, wie man so schön hier in Hamburg sagt.

geschrieben von Lofindo Marktplatz | 20. Juni 2024



Heute möchten wir [LOFINDO](#) vorstellen: der neue grüne Shop-Marktplatz.

LOFINDO ist die erste Anlaufstelle für regionale Produkte aus ganz Deutschland und Österreich.

Täglich kommen neue, vielfältige Artikel hinzu, sodass für

jeden etwas dabei ist.

Unser Motto lautet: REGIONAL KAUFEN • ONLINE BESTELLEN • LIEFERN LASSEN • SELBST ABHOLEN

Durch diesen Service möchten wir lokale Betriebe und den stationären Handel unterstützen.

Kurze Lieferwege, lokaler Service und umweltschonendes Shopping sind uns wichtig.

Bewusster einkaufen und die Region entdecken – das ist unser Ziel.

Durch den Kauf bei LOFINDO unterstützen Menschen die regionalen Betriebe und den stationären Handel.

Die Produkte werden fair & umweltschonend geliefert – oder man holt sie selbst ab.

Bei LOFINDO findet man Produkte von lokalen Händlern aus ganz Deutschland, Österreich und jeden Tag

kommt eine enorme Vielfalt neuer Produkte dazu. Dabei steht die Nachhaltigkeit der Artikel

und Dienstleistungen im Vordergrund.

**Auf unserem Marktplatz verbinden wir Händler und Käufer,**

**die Wert auf eine hohe Qualität von Produkten legen.**

Dabei steht für uns Regionalität im Zeitalter der Moderne und der Mobilität im Fokus.

Denn wenn wir Produkte vor Ort kaufen, fließt das Geld nicht ins Ausland, sondern bleibt in unserer Region.

So unterstützen wir nachhaltige, bio oder vegane sowie regionale Produktion und faire Handelsbeziehungen.

Verkauft jetzt auf LOFINDO und erreicht mehr Kunden als je

zuvor!

Unsere Provision für jeden verkauften Artikel über LOFINDO beträgt nur 4,5 % vom Bruttopreis.

Meldet Euch jetzt kostenlos an und erstellt in wenigen Minuten Euren eigenen Online-Shop!

Besucht uns hier: [LOFINDO.de](https://lofindo.de)

Noch kein LOFINDO-Partner? JETZT KOSTENFREI ANMELDEN:  
<https://lofindo.de/mein-konto/>

(Klickt auf „Ich bin ein Verkäufer“, alles ausfüllen und „Registrieren“)

---

# FrISChe Schriften für “grüne” Designs

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



Freiburg, 14. September 2022. Greenfont veröffentlicht 2022 weitere Alphabete für ein typisches “grünes” Design.

Das Green Design braucht typische Schriftarten und die Designer verbringen Stunden mit der Recherche. "Das muss nicht so bleiben", sagt Andreas Sauer und gründet bereits 1998 den ersten Schriften-Shop mit mittlerweile über 200 Schrifttypen. 2022 wurden 20 weitere Alphabete hinzugefügt. Dynamisch, nicht immer geradlinig, einzigartig. Handgezeichnet und digitalisiert für digitale Medien und typisch für einen grünen Lifestyle.

## **Kontakt/Pressekontakt**

GreenFont

Andreas Sauer, Grüne Helden

Sonnenbergstraße 15

79117 Freiburg i.Br.

mail@gruenehelden.de

Tel.: 0172-9760880

**GreenFont und RoSchriften** sind lizenzierte, digitale Schriftenprodukte von Andreas Sauer, Grüne Helden für die Nutzung auf dem Computern und für die Darstellung von Texten auf Internetseiten.

Die „**Berlin Edition**“ sind von Andreas Sauer neu entwickelte, zeitgemäße Schriften Typen für das typische Green Design. Dynamisch, hangezeichnet, einmalig. Einige Schriften bassieren auf Entwürfen von Walther Roggenkamp aus den 60er Jahren.

Die neo-grünen Schriftdesigns sind nach den U- und S-Bahn-Stationen der Trendmetropole Berlin benannt.

**Andreas Sauer** – Green Designer, Schrift Designer und Illustrator studiert nach einer Berufsausbildung Freie Malerei und Grafik Design in Stuttgart und Freiburg. Er lernt u. a. bei Walther Roggenkamp das zeichnen von Schriften im "goetheanistischen" Stil. Beim Ro.Schriftenprojekt "bildhafte Schriften" (1988-1996) ist er hauptverantwortlich für die Entwicklung, Reinzeichnung und Digitalisierung. Andreas Sauer ist Inhaber der Agentur Grüne Helden.



[Folge uns auf Mastodon](#)

---

# Paperbags: Die Taschen der Zukunft sind aus Papier

geschrieben von Andreas | 20. Juni 2024



## PRESSEINFORMATION

**24.06.2022 – Bei diesen topmodischen Accessoires ist der Name Programm: Die greenSouls Paperbags von BRANDS Promotion, der Promotionabteilung von BRANDS Fashion, sind aus widerstandsfähigem Papier gefertigt und begeistern so als nachhaltige Alternative zu Taschen aus Polyester oder Nylon.**

Die neue, außergewöhnliche greenSouls Taschenserie aus FSC-zertifizierter Zellulose wird exklusiv in einer BSCI-zertifizierten Fabrik in China produziert und lässt mit ihrem minimalistischen, urbanen Design viel Raum für individuelle Gestaltungsideen.

Von Rucksack über Tragetasche, Laptoptasche, Weekender bis hin

zur Hip-Bag und Portemonnaie – je nach Bedarf wird der ideale Begleiter für Freizeit oder Business nach Kundenwünschen und Corporate Identity entwickelt und durch Drucke oder Prägungen veredelt. Für namhafte Kunden, wie beispielsweise der Fußballverein VfB Stuttgart, werden die greenSouls Paperbags von BRANDS Promotion bereits als Merchandise Produkt produziert.

Die aus besonders unempfindlichem Papier gefertigten, veganen Paperbags überzeugen ihre Träger nicht nur mit ihrer grünen Seele und der zeitgemäßen Formgebung, sondern auch mit ihren praktischen Alltagsskills: Die leichten Taschen sind sowohl wasser- als auch reißfest und dank des robusten Materials sogar abwischbar.

Pressemeldung Brands Fashion

### **Über BRANDS Fashion:**

BRANDS Fashion ist Europas Marktführer für nachhaltige Corporate Workwear. Der Textil-Pionier entwickelt seit 2002 hochwertige und modische Arbeitskleidung für namhafte Unternehmen in Europa und den USA. Zudem umfasst das Portfolio eine große Bandbreite an Private Label-, Merchandising- und Promotion-Artikeln. Im Mittelpunkt stehen dabei die individuellen Anforderungen der Kunden. BRANDS bietet eine One Stop Solution: vom kreativen Design und einer marktorientierten Produktentwicklung bis hin zu weltweiten Webshop-Lösungen. Die Logistiksparte übernimmt die eigenständige Tochtergesellschaft BRANDS Logistics GmbH. 2019 gründete BRANDS Fashion mit der dänischen Firma Scan-Thor die GoJungo GmbH. Als innovative Plattform übernimmt das Start-up für Marken die komplexen und zeitaufwändigen Prozesse für den erfolgreichen Verkauf von insb. textilen Produkten auf Online-Marktplätzen. Weitere Informationen unter [www.brands-fashion.com](http://www.brands-fashion.com)

Pressematerial kann angefordert werden bei:

Menyesch Public Relations GmbH

Mascha Günther

Kattrepelsbrücke 1  
20095 Hamburg  
Tel.: +49 (0) 40 36 98 63-12  
E-Mail: brands@m-pr.de

Firmenkontakt:  
BRANDS Fashion GmbH  
Lena Stöck  
Müllerstr. 11  
21244 Buchholz i.d.N.  
Tel.: +49 (0) 4181 – 9422-545  
E-Mail: lena.stoeck@brands-fashion.com