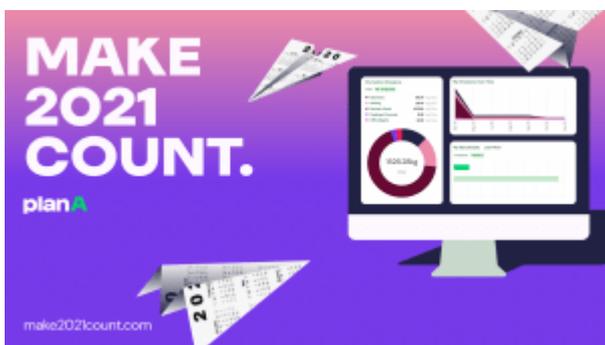


# „Make 2021 Count“: Berliner Green Tech Plan A startet Petition, um Corporate Greenwashing in der EU ein Ende zu bereiten

geschrieben von Pressebüro Plan A | 13. April 2021



**Berlin, 13. April 2021.** Nur wenige Tage nach der Bekanntgabe der erfolgreichen Finanzierungsrunde über 3 Millionen US-Dollar startet [Plan A](#), einer der führenden Anbieter für softwarebasiertes CO<sub>2</sub>-Emissions- und ESG-Management, heute eine europaweite Bewegung gegen Greenwashing. Mit der Kampagne „[Make 2021 Count](#)“ ruft das Berliner Start-up die EU auf, einheitliche und verbindliche Transparenzstandards für die Bilanzierung von Kohlendioxidemissionen in europäischen Unternehmen einzuführen. Firmen, die sich als „klimaneutral“ bezeichnen, sollen gesetzlich verpflichtet werden, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu veröffentlichen. Der erste Schritt im Rahmen der Kampagne ist die heute auf [change.org](#) gestartete Petition, deren Ziel es ist, so viele Unterschriften wie möglich zu sammeln, um die Themen Transparenz und Greenwashing anschließend zu den Gesetzgebern in der Europäischen Kommission zu tragen. Unterstützt wird die Kampagne von namhaften Unternehmen wie ecolytiq, Green City Solutions, Onomotion, Joblift and Coya.

## **Warum 2021?**

Trotz eines Rückgangs der Emissionen um etwa 5 % reichte das Jahr 2020 nicht aus, um eine Trendwende bei den Kohlenstoffemissionen herbeizuführen. Deshalb könnte dieses Jahr die letzte Chance sein, das im Pariser Klimaabkommen verankerte Limit von 1,5 Grad globaler Erwärmung zu erreichen. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist jedoch, dass es in der EU endlich verbindliche Regularien gibt, die Unternehmen dazu verpflichten, ihre Nachhaltigkeitsbemühungen und Maßnahmen zur CO<sub>2</sub>-Reduktion gegenüber der Öffentlichkeit transparent offenzulegen.

## **Warum Greenwashing?**

Es ist aktuell unmöglich, zwischen Firmen zu unterscheiden, die wirkungsvolle Schritte zur CO<sub>2</sub>-Reduktion und -Vermeidung unternehmen, und solche, die nur vorgeben, nachhaltig zu agieren – ohne transparent über etwaige Schritte und Ergebnisse zu berichten. Somit verzerrt Greenwashing die Realität, dass die Mehrheit der EU-Unternehmen kein ausgewiesenes CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel hat.

Wenig verwunderlich also, dass 89 % der von Plan A in einer Online-Erhebung befragten Fachleute der Meinung sind, Greenwashing würde nicht stark genug reguliert. Zugleich wächst die Befürchtung, dass Greenwashing die Glaubwürdigkeit derer Unternehmen untergräbt, die tatsächliche Veränderungen vorantreiben. Seit dem Launch im Jahr 2017 unterstützt Plan A Unternehmen dabei, Greenwashing zu vermeiden – mit einer Software, die einen wissenschaftlichen Ansatz zur CO<sub>2</sub>-Reduktion verfolgt und Transparenz über die Treibhausgasemissionen von Unternehmen schafft.



Lubomila Jordanova, CEO von Plan A

**Lubomila Jordanova, CEO von Plan A:** „Je länger es Raum für überzogene Nachhaltigkeitsbehauptungen gibt, desto länger kann Greenwashing existieren und echte Veränderungen verhindern. Indem Unternehmen aber transparent, gründlich und glaubhaft in der Öffentlichkeit über ihre Emissionen berichten, können sie von sich selbst und voneinander lernen. Sie werden auch erkennen, dass es keine schnelle Patentlösung für eine nachhaltige CO2-Reduktion gibt, sondern dass es sich hierbei um eine Reise handelt, die Engagement und Verantwortungsbewusstsein voraussetzen.“

Gern steht Ihnen unsere CEO und gefragte Nachhaltigkeitsexpertin Lubomila Jordanova für ein Interview zur Verfügung. Anfragen senden Sie bitte an [press@plana.earth](mailto:press@plana.earth).

Pressemappen, Bildmaterial (© Plan A) sowie diese Pressemitteilung können Sie sich [hier](#) herunterladen.

Weitere Informationen zur Petition finden Sie unter

[make2021count.com](http://make2021count.com).

### Über Plan A

Plan A ist ein Start-up aus Berlin. Das junge Green-Tech-Unternehmen hat eine wissenschaftlich fundierte Software-Plattform entwickelt, die es Unternehmen ermöglicht, ihren ökologischen Fußabdruck zu messen, zu managen, zu reduzieren und zu reporten sowie ihre ESG-Performance zu verbessern. Mit seinen Software-as-a-Service-Lösungen versetzt Plan A Unternehmen in die Lage, nachhaltig zu wirtschaften, indem sie ökologische Erkenntnisse in positive Geschäftsergebnisse umwandeln.

Plan A wurde im Jahr 2017 gegründet. Das Unternehmen hat bereits mehrere Auszeichnungen erhalten, zuletzt den Digital Top 50 Award und den Digital Ventures Social Impact Award der Boston Consulting Group. Lubomila Jordanova ist Mitgründerin und CEO des schnell wachsenden Unternehmens. Weitere Informationen unter [plana.earth](http://plana.earth).

### Pressekontakt

Matthias Grünewald

Senior PR Manager

T. +49 157 5140 6386

E. [press@plana.earth](mailto:press@plana.earth)

W. [plana.earth](http://plana.earth)

---

# ecogift – Eine nachhaltige Geschenkbox

geschrieben von Daniel | 13. April 2021

Jedes Jahr in der Vorweihnachtszeit besteht für viele wieder das gleiche Problem: was schenke ich meinen Liebsten nur dieses Jahr wieder? Unter dem Weihnachtsbaum kommt dann für die Beschenkten oft die böse Überraschung, ein Geschenk, welches man so nicht erwartet hatte und eigentlich auch gar

nicht haben will. Egal ob ein Haustier, Kleidung oder Elektronik. Das Geschenk landet entweder ungenutzt im Schrank oder geht wie über 20 Millionen andere Artikel in die Retoure und belastet somit die Umwelt, bei einem Haustier ist das Ausmaß natürlich noch schlimmer. Gleichzeitig will man aber auch nicht jedes Jahr einen unpersönlichen Gutschein oder Bargeld verschenken, schließlich sollte ja doch noch ein Päckchen unter dem Baum liegen, oder?

Genau aus diesem Grund hat das StartUp [ecogift](#) seine Geschenkboxen ins Leben gerufen!

ecogifts sind Geschenkboxen, welche gefüllt sind mit nachhaltigen und innovativen Produkten von StartUps, das verschafft der Box eine ganz persönliche Note. Gleichzeitig sind alle Produkte Konsumprodukte und landen somit garantiert nicht im Schrank, schließlich ist es doch viel zu spannend die ganzen neuen Dinge mal zu testen! Jedes ecogift schafft einen großen Mehrwert für die vielen StartUps sowie die Umwelt. Mit einem ecogift, so die Gründer verschenkt man nicht irgendeine Geschenkbox, sondern eine Geschichte und Sinnhaftigkeit.

Jedes ecogift pflanzt mindestens einen Baum. Außerdem werden die Boxen mit viel Liebe von den Gründern handverpackt und versendet, wer will kann seine eigene Nachricht an seine Liebsten noch in die Box packen lassen.

Das StartUp plant nun bis Weihnachten über 200 [Geschenkboxen](#) auszuliefern und hofft, dass viele Menschen sich dieses Jahr für ein Sinnhaftes und nachhaltiges Geschenk entscheiden.

Wenn du also noch kein Weihnachtsgeschenk hast dieses Jahr und die Situation kennst bzw. einfach mal wieder keine Zeit hast ein Geschenk herauszusuchen, dann schau doch einfach mal bei der [Kampagne von ecogift](#) vorbei und unterstütze das Projekt durch deinen Kauf.

ecogift ist ein junges StartUp gegründet von zwei Studenten aus Göppingen im Süden Deutschlands. Die zwei haben bereits

ein weiteres StartUp, einen nachhaltigen online Marktplatz. Durch diesen sind sie zu den ganzen StartUps und deren tolle Produkte gekommen. Die Boxen werden von den beiden persönlich in der eigenen Garage verpackt und hergerichtet. Sie setzten sich für StartUps und die Nachhaltigkeit im Besonderen ein!

---

# THE CLIMATE CHOICE stellt Best Practice Beispiele der Klimatransformation vor: Einblicke aus dem #CTS2020.

geschrieben von Zora Braendle | 13. April 2021



**THE CLIMATE CHOICE stellt Best Practice Beispiele der Klimatransformation vor: Einblicke aus dem #CTS2020.**

Dank dem Pariser Abkommen wird heute nicht mehr über ein „Ob“, sondern über das „Wie“ der Klimatransformation gesprochen. Wie kann bis 2050 eine klimaneutrale Wirtschaft aufgebaut werden? Beim Climate Transformation Summit Ende Juni, hat THE CLIMATE CHOICE mit 50 Expert\*innen und 500 Teilnehmer\*innen aus ganz

Deutschland über Lösungen für eine erfolgreiche Klimatransformation entlang der folgenden 7 CLIMATE Kategorien diskutiert: Energie, Gebäude, Produktion, Mobilität, Food, Digitales und Umwelt. Die Highlights daraus werden nun im Best Practice Guide #Klimatransformation vorgestellt.

## **EMISSIONEN EINSPAREN – ABER WIE?**

Viele Unternehmen setzen schon heute auf umfangreiche CO<sub>2</sub>-Reduktion als langfristiges Klimaziel, sowie die eigene Klimaneutralität. Laut IPCC Report müssen zunächst 50% der Emissionen bis 2030 eingespart werden, um so die Weichen für eine Erderwärmung deutlich unter 2°C zu stellen. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, diese Ziele in konkrete Handlungen zu überführen. Die Exponential Roadmap zeigt dazu 36 skalierbare Maßnahmen in 7 Industrien auf, welche THE CLIMATE CHOICE in die 7 Climate Impact Kategorien überführt hat. Gerade kleineren Unternehmen fehlen jedoch oft die Ressourcen, um ins Handeln zu kommen. Im nun publizierten Best Practice Guide #Klimatransformation werden konkrete Handlungsansätze vorgestellt.

“Ein Key-Learning aus dem #CTS2020 war für uns, dass sich Klimabeauftragte mehr Vernetzung und transparentes Wissen wünschen. Mit dem Best Practice Guide #Klimatransformation wollen wir Wissen der Klimatransformation für die Praxis anwendbar machen.“, sagt THE CLIMATE CHOICE Gründerin Lara Obst.

Klimabeauftragte finden im Guide konkrete Klimaziele von Alnatura, Bosch, SAP und vielen weiteren namhaften Firmen, um Inspirationen für die Umsetzung der eigenen Klimaziele zu kriegen. In zehn Schritten erklärt der Guide wie die Klimatransformation im eigenen Unternehmen gelingt. Außerdem bietet er eine Übersicht an klimarelevanten Lösungen für Unternehmen in den 7 CLIMATE Kategorien: Energie, Gebäude, Produktion, Mobilität, Food, Digitales und Umwelt.

Der vollständige Guide steht [hier zum kostenlosen Download](#) zur Verfügung!

## **THE CLIMATE CHOICE**

Die THE CLIMATE CHOICE UG (haftungsbeschränkt) wurde im April 2020 von Lara Obst und Yasha Tarani gegründet. Die Plattform theclimatechoice.com verbindet Anbieter von umweltfreundlichen Lösungen mit Klimabeauftragten sowie Einkäufern von Unternehmen, um so die Klimatransformation zu beschleunigen. Die Idee für THE CLIMATE CHOICE wurde aus der eigenen Erfahrung geboren, wie komplex und aufwändig es ist, umweltfreundliche Lösungen für das eigene Unternehmen zu finden. Angefangen bei grünem Hosting und nachhaltigem Strom, bis hin zu industriespezifischen, innovativen Technologien. Die GründerInnen, Lara Obst und Yasha Tarani, verfolgen folgende Mission: die Klimatransformation für jedes Unternehmen einfach und unkompliziert zu ermöglichen.

## **Vorgestellt**

CAALA – ClimatePartner – Climeworks – Eaternity – Ecosia – ee-Mobility – Greenpeace Energy – Klima.Metrix – myclimate – Plan A – SirPlus – worldwatchers und viele mehr!

## **Alle Videos vom #CTS2020 jetzt kostenlos online**

Alle Beiträge des Climate Transformation Summits kostenlos anschauen: [climatesummit.de](https://climatesummit.de)

## **Rückblick – #CTS2020 in Zahlen**

Teilnehmer\*innen Profil: ca. 500 TeilnehmerInnen, 44% weiblich und 56% männlich

Aktivität: durchschnitt ca. 3,5 Stunden des 9-Stunden-Summits live mitverfolgt. Mit dabei waren sie durchschnittlich 104 Minuten am Stück und haben sich zwei Mal über den Tag verteilt eingeschaltet.

Unternehmensgröße: Die TeilnehmerInnen stammen zu 25% aus dem deutschen Mittelstand, zu 29% aus Klein- und Kleinstunternehmen und zu 15% aus Großunternehmen und Konzernen.

Alle Zahlen und Hintergründe zum Summit gibt's [hier](#).

---

# **tegut... gute Lebensmittel Geschäftsjahr 2017: tegut... überspringt die Milliarden Umsatzmarke und schreitet bei der Expansion voran**

geschrieben von Andreas | 13. April 2021

Medienmitteilung vom 18.01.2017

tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG

tegut... verzeichnet 2017 erneut ein absolutes Umsatzplus. Der Netto-Umsatz der tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG stieg zum Vorjahr um 1,2 % auf 1'008 Mio. Euro (Vorjahr 996 Mio. Euro) und überspringt die Milliardenumsatzmarke. Die Flächenproduktivität wurde zum fünften Mal in Folge um 0,9 % gesteigert. tegut... erwirtschaftet als Vollsortimenter 25,4 % des Umsatzes mit Bioprodukten. Der Sortimentsanteil von regionalen und fairen Produkten stieg auch in 2017. Die Anzahl der Märkte belief sich durch die Schließungen und Neueröffnungen zum Ende des Jahres auf 273 (Vorjahr 272). Temporär waren die acht zu revitalisierenden Märkte für die Kunden nicht verfügbar. Die Phase der Filial-Revitalisierungen ist 2017 abgeschlossen worden. tegut... hat bis Ende 2017 für Revitalisierungen seit 2013 jährlich einen mittleren, zweistelligen Millionen-Eurobetrag investiert. Das angestrebte Expansionsziel 2018 sind zehn neue Standorte in bestehendem wie auch neuem Gebiet.

## **Expansion**

2017 wurden acht Märkte neu eröffnet: Drei Supermärkte je in Stuttgart, Fürth und Kelsterbach. Drei Nahversorger öffneten jeweils in Petersberg-Marbach, Frankfurt-Fechenheim und Mainhausen und zwei „tegut... Lädchen“ je in Jena-Wogau und Langenfeld. Geschlossen wurden je ein Supermarkt in Kassel Königsgalerie, Bad Soden-Salmünster und je ein Nahversorger in Gerstungen, Geschwenda, Bad Blankenburg und ein „tegut... Lädchen“ in Felsberg/Wolfershausen. Revitalisiert wurden vier Nahversorger und vier Supermärkte. Die Revitalisierungsphase ist nach vier Jahren abgeschlossen und der Investitionsstau abgebaut. tegut... hat seit 2013 jährlich einen mittleren, zweistelligen Millionen-Euro Betrag in die Erneuerung des Filialnetzes investiert. Nun startet die turnusmäßige Revitalisierungswelle mit vier Märkten in 2018: Zwei Märkte in Erfurt, einer in Frankfurt und einer in Brachttal. 2018 eröffnet tegut... zwei Nahversorger in Stuttgart, je einen in Frankfurt, Mainz und Fellbach-Schmiden. Drei Supermärkte eröffnen jeweils in Waiblingen, Frankfurt und Weimar. In Frankfurt-Seckbach und Gräfentonna werden zwei „tegut... Lädchen“ starten.

## **Neuer Logistikstandort**

tegut... entwickelt zusammen mit der Stadt Hünfeld bis 2021 einen neuen Logistikstandort im Logistikpark Hünfeld. Die Gespräche und Planungen sollen Anfang 2018 abgeschlossen werden. Das zu erwerbende Grundstück ist ca. 28 Hektar groß und sichert eine zukunftsfähige Logistik im Hinblick auf die weitere Expansion.

## **Track&Trace**

Im Jahr 2018 soll eine durchgängige systemische Verfolgung des Warenflusses mit Hilfe einer Telematik/Track&Trace-Lösung in der tegut... Logistik umgesetzt werden. Mit dieser Lösung ist es jederzeit möglich, den Status der Ware aller Auslieferungen auf dem Transport festzustellen und online abzurufen. Hierdurch soll sich die Anlieferqualität für den Vertrieb

verbessern, in dem z.B. eine Avisierung der Auslieferungen in Echtzeit zur Verfügung gestellt werden kann. Die in dem Zuge implementierte Temperaturüberwachung der Fahrzeuge soll drohende Warenschäden aufgrund eines Kühlausfalls frühzeitig erkennen und somit vermeiden.

### **herzberger Bäckerei**

tegut... konnte im Mai 2017 nach positiver Entscheidung des Kartellamtes und der Aufsichtsgremien die herzberger Bäckerei übernehmen. Die gesamte Gesellschaft wurde übernommen und produziert weiterhin für tegut... und Drittkunden. In den derzeit 273 Märkten finden die Kunden nach der Übernahme die Brot- und Backwaren weiterhin in Bio-Verbandsqualität. Bis 2013 waren beide Unternehmen Teil von tegut... Nach dem Übergang des Handelsgeschäftes und der Logistik von tegut... zur Genossenschaft Migros Zürich war die herzberger Bäckerei Teil der W-E-G Stiftung & Co. KG. tegut... blieb der Hauptabnehmer der produzierten Brot- und Backwaren. Bis Ende des Jahres 2017 wurden rund 700 000 Euro in die Produktionsanlagen investiert. Weitere Investitionen sind für 2018 geplant. Das Sortiment wurde stärker an den Kundenbedürfnissen ausgerichtet. Damit einher ging die Optimierung der Produktions- und Logistikprozesse und -systeme inkl. einer Straffung des Sortimentes. Der Kauf der herzberger Bäckerei sichert dem regionalen Lebensmitteleinzelhändler tegut... die direkte Belieferung mit täglich frisch und handwerklich hergestellten Backwaren in Bio-Qualität.

### **Kooperation mit Amazon**

tegut... arbeitet kontinuierlich daran, seine Produkte für neue Konsumentengruppen verfügbar zu machen und vor allem die tegut... Eigenmarken mit dem tegut... Reinheitsversprechen auch außerhalb des Stammgebietes und der Ladenöffnungszeiten anbieten zu können. Daher kooperiert tegut... seit März 2017 mit Amazon, um den erfolgreichen Online-Vertriebskanal mit seinem effizienten Logistiknetzwerk zu nutzen. Damit ermöglicht tegut... Amazon-Kunden den Zugang zu tausenden neuen Produkten

aus dem Trockensortiment. Von Nudeln bis Zahnpasta steht das tegut... Angebot allen Amazon.de-, Amazon Prime Now- und Amazon Pantry-Kunden und bei Amazon-Fresh zur Verfügung.

Fairbindet Bio-Bananen von tegut... erfüllen nun die strengen Kriterien des Demeter e.V.

tegut... bietet als erster Vollsortimenter seit August 2017 in Deutschland das ganze Jahr Bio-Bananen mit dem Demeter Siegel und stellt sich der Herausforderung trotz notwendiger Monokultur eine biologisch-dynamische Landwirtschaft umzusetzen. So wird Bodenauslaugung verhindert und möglichst kleinbäuerliche Strukturen ohne synthetische Düngemittel gefördert.

### **Lose Lebensmittel ohne Gentechnik an der Bedientheke**

Fortschritte gibt es auch im Bereich der „ohne Gentechnik“ Auslobung der tegut... Landprimus Produkte. In Zusammenarbeit mit dem Verband Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG) ist das Gründungsmitglied tegut... bereits im November 2017 als erster Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland mit der „ohne Gentechnik“ Auslobung von loser Ware in der Bedientheke gestartet. So können die tegut... Kunden die besondere Qualität der Produkte auf den ersten Blick erkennen. Anfang 2018 wird die offizielle Zertifizierung der Frischetheken stattfinden.

### **tegut... Landprimus Schwein mit DLG-Auszeichnung**

Für tegut... als Lebensmitteleinzelhändler ist die Auszeichnung der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) von elf Produkten ein Novum. Die besseren Haltungsbedingungen, die Herkunft der Schweine inkl. kurzer Transportwege, aber auch der Geschmack, das Warenhandling und die Verpackungsgestaltung waren ausschlaggebend für die Auszeichnung.

### **Landprimus Ausweitung und Rhöner Biosphärenrind e.V.**

2017 hat tegut... das konventionelle Landprimus-Programm von Schwein auf Rind, Kalbfleisch und Huhn ausgeweitet. Die regionalen Kooperationspartner dafür sind Block House, Hof Martin Russ und zertifizierte Bauernhöfe 200 km rund um Ertingen in Süddeutschland. Fütterung ohne Gentechnik, mehr

Tierwohl und schonende kurze Transportwege haben die Kunden neben der guten Fleischqualität überzeugt und tegut... motiviert, das Landprimus-Programm auf andere Tiergattungen auszuweiten. Auch im Bio-Bereich geht tegut... neue alte Wege mit dem Biosphärenrind e.V. und bietet nun seit Oktober von Bio-Höfen aus den fünf Rhöner Landkreisen Fulda, Bad Salzungen, Meiningen, Bad Neustadt a.d.S. und Bad Kissingen wieder dauerhaft Rindfleisch in sechs Fuldaer Märkten an. Das regionale Programm soll gemeinsam mit dem Verein Rhöner Biosphärenrind e.V. ausgeweitet werden.

### **tegut... im neuen Look sichtbar**

Der Werbeauftritt wurde 2017 verändert: Das Kundenmagazin erscheint in ganz neuem Look und neuer redaktioneller Ausrichtung leichter, unterhaltsamer und vielseitiger im Themenangebot rund um gute Lebensmittel und Ernährung. Die Image-Plakatkampagnen überzeugen mit einem Augenzwinkern. Die ersten LKW-Auflieger transportieren neben frischen Lebensmitteln die neuen Motive wie „Unterwegs in Sachen Bio – seit über 30 Jahren Vorreiter für Bio-Produkte!“ oder „Frisch verladen, frisch im Laden! Obst und Gemüse in Bestform“.

### **70 Jahre tegut...**

Im November 1947 gründete der Großvater des heutigen Geschäftsführers das Unternehmen aus der Not heraus mit zwei kleinen Märkten in Fulda. Das Motto „verantwortungsvoll mit Lebensmitteln handeln“ wird heute noch gelebt. Dies wurde von September bis November zusammen mit den Kunden gefeiert – mit jeder Menge Jubiläumsangeboten und Rabatten, mit Gewinnspiel und der Charity-Aktion zugunsten von SOS-Kinderdorf e.V.

### **Auszeichnungen**

tegut... wurde 2017 für sein vielfältiges Engagement prämiert und erreichte in der Kundenbefragung „Kundenmonitor“ Platz zwei. Die Kunden kürten die Feinkosttheke des Marktes in Karlstadt als „Beste Wursttheke Deutschlands 2017“. Der Markt Bad Hersfeld gewann den Fleisch-Star 2017 der Lebensmittel Praxis. tegut... und Biohof Waas holten den 2. Platz mit dem

Projekt „Bio-Süßkartoffeln aus Bayern“ beim Regional-Star in der Kategorie Innovation der Lebensmittel Praxis und der Internationalen Grünen Woche. Gleich zweimal erhielt tegut... von der Lebensmittel Praxis die Auszeichnung Ausbilder des Jahres und den Kreativ-Cup für beste Ausbildung 2017. Das regionale Programm tegut... Landprimus erhielt die DLG-Auszeichnung mit siebenmal Gold und zweimal Silber von der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft.

### **Spenden**

tegut... zeigte auch 2017 ein großes Spendenengagement. Insgesamt wurden 93 700 Euro für gemeinnützige oder landwirtschaftliche Initiativen gespendet. Hauptprojekte waren neben den kleinen regionalen sozialen Initiativen das Kinder- und Familienzentrum Frankfurt/Sossenheim von SOS-Kinderdorf e.V. und das tegut... Fairbindet Projekt Banelino.

### **Über tegut...**

Die tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG ist ein Handelsunternehmen mit rund 280 Lebensmittelmärkten in Hessen, Thüringen, Bayern sowie Göttingen, Mainz, Stuttgart und Ludwigsburg. Das Angebot frischer und ökologischer Lebensmittel, regionaler Bezug sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden stehen im Fokus des Vollsortimenters.

### **Bis zu 23 000 Produkte**

tegut... bietet seinen Kunden rund 23 000 Produkte (gängige Markenprodukte sowie Eigenmarken in den Preis- und Qualitätsstufen tegut... kleinster Preis, tegut... Mehrwertmarke mit dem tegut... Reinheitsversprechen, tegut... vom Feinsten bis hin zu tegut... Bio und der Vielzahl weiterer Bio-Marken).

### **Vollsortimenter mit Fokus auf Bio**

1982 hat tegut... erstmals Bio-Lebensmittel in sein Sortiment aufgenommen und erwirtschaftet heute mit über 3 000 Bio-Produkten 25,4 % seines Umsatzes. tegut... betreibt drei unterschiedliche Konzepte: Derzeit 122 Supermärkte (in

Eigenregie mit 800 m2 bis 2 500 m2 Verkaufsfläche als Vollsortimenter mit bis zu 23 000 Artikeln), 120 inhabergeführte Nahversorger (mit bis zu 800 m2 Verkaufsfläche und rund 7 500 angebotenen Artikeln) sowie 31 „tegut... Lädchen“ (ab 120 m2 auf dem Land und in Stadtquartieren mit rund 4 200 Produkten zur Nahversorgung).

### **Teil der Migros Zürich**

Seit 2013 ist tegut... ein Teil der Genossenschaft Migros Zürich. 2017 beläuft sich der Netto-Umsatz auf 1'008 Mio. Euro (Vorjahr 996 Mio. Euro). Die Flächenproduktivität wurde 2017 um 0,9 % gesteigert. Insgesamt sind 6 500 Menschen in den Märkten, den Logistikzentren und den Zentralen Diensten in Fulda für tegut... tätig. Weitere Informationen finden Sie unter [www.tegut.com](http://www.tegut.com) oder unter [www.facebook.com/tegut](https://www.facebook.com/tegut)

### **Ansprechpartnerin für die Medien:**

Stella Kircher

Leitung Unternehmenskommunikation

Fon: 0661-104 641, Fax: 0661-104 990 641

[kircher\\_s@tegut.com](mailto:kircher_s@tegut.com)

tegut... gute Lebensmittel, Gerloser Weg 72, 36039 Fulda

---

**tegut... Landprimus erhält die  
DLG Auszeichnung – Mit  
siebenmal Gold und zweimal  
Silber von der Deutschen**

# Lebensmittel-Gesellschaft ausgezeichnet

geschrieben von Andreas | 13. April 2021

**Medienmitteilung vom 11.01.2018**

tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG

Im September 2017 stand es fest: Neun Produkte des konventionellen Schweinefleischprogramms Landprimus erhalten die Auszeichnung der Deutschen Lebensmittel-Gesellschaft (DLG). „Das ist ein absolutes Novum für uns als Lebensmitteleinzelhändler“, freut sich Andreas Bartholome. Der Einkäufer für Wurst weiß, dass dies die Kunden honorieren werden: „Es sind ja nicht nur die besseren Haltungsbedingungen und dass die kurzen Transportwegekurz sind“. Die DLG schaue auch auf den Geschmack, Verwendung von Inhaltsstoffen das Warenhandling und die Verpackungsgestaltung.

**Die prämierten Produkte im SB-Bereich sind:**

**Gold für folgende tegut... Landprimusprodukte:**

Bauern-Rohschinken am Stück und Vesperscheibe, Wiener Würstchen, Würzbauch, milder Frühstücksspeck, Fleischwurst, Bauernschinken.

**Silber für folgende tegut... Landprimusprodukte:**

Geräucherter Bauchspeck, Dörrfleisch.

**Über tegut...**

Die tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG ist ein Handelsunternehmen mit rund 280 Lebensmittelmärkten in Hessen, Thüringen, Bayern sowie Göttingen, Mainz, Stuttgart und Ludwigsburg. Das Angebot frischer und ökologischer Lebensmittel, regionaler Bezug sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden stehen im Fokus des Vollsortimenters.

**Bis zu 23 000 Produkte**

tegut... bietet seinen Kunden rund 23 000 Produkte (gängige

Markenprodukte sowie Eigenmarken in den Preis- und Qualitätsstufen tegut... kleinster Preis, tegut... Mehrwertmarke mit tegut... Reinheitsversprechen, tegut... vom Feinsten bis hin zu tegut... Bio und der Vielzahl weiterer Bio-Marken).

### **Vollsortimenter mit Fokus auf Bio**

1982 hat tegut... erstmals Bio-Lebensmittel in sein Sortiment aufgenommen und erwirtschaftet heute mit über 3 800 Bio-Produkten 25,3 % seines Umsatzes. tegut... betreibt drei unterschiedliche Konzepte: Derzeit 123 Supermärkte (in Eigenregie mit 800 m<sup>2</sup> bis 2 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als Vollsortimenter mit bis zu 23 000 Artikeln), 119 inhabergeführte Nahversorger (mit bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rund 7 500 angebotenen Artikeln) sowie 31 „tegut... Lädchen“ (ab 120 m<sup>2</sup> auf dem Land und in Stadtquartieren mit rund 4 200 Produkten zur Nahversorgung).

### **Teil der Migros Zürich**

Seit 2013 ist tegut... ein Teil der Genossenschaft Migros Zürich. 2016 beläuft sich der Netto-Umsatz auf 996 Mio. Euro (Vorjahr 980,9 Mio. Euro). Die Flächenproduktivität wurde 2016 um 1,2 % gesteigert. Insgesamt sind 5.780 Menschen in den Märkten, den Logistikzentren und den Zentralen Diensten in Fulda für tegut... tätig. Weitere Informationen finden Sie unter [www.tegut.com](http://www.tegut.com) oder unter [www.facebook.com/tegut](http://www.facebook.com/tegut)

Stella Kircher

Leitung Unternehmenskommunikation

Fon: 0661-104 641, Fax: 0661-104 990 641

[kircher\\_s@tegut.com](mailto:kircher_s@tegut.com)

tegut... gute Lebensmittel, Gerloser Weg 72, 36039 Fulda

---

# **Gepantes UN-Abkommen zu Wirtschaft und Menschenrechten: Vertragsentwurf ist gute Verhandlungsgrundlage**

geschrieben von Andreas | 13. April 2021  
Pressemeldung

Berlin/Aachen, 10. Oktober 2017: Vom 23. bis 27. Oktober findet im UN-Menschenrechtsrat in Genf die dritte Verhandlungsrunde zur Erarbeitung eines internationalen Abkommens („UN-Treaty“) zur Haftung von Unternehmen bei Menschenrechtsverletzungen statt. Die Sitzungsleitung hat nun erstmals konkrete Vorschläge zur Ausgestaltung des Vertrags vorgelegt. 15 deutsche Entwicklungs-, Umwelt- und Menschenrechtsorganisationen der „Treaty Alliance Deutschland“ begrüßen den Text als gute Verhandlungsgrundlage und fordern die Bundesregierung auf, sich konstruktiv an den anstehenden Verhandlungen zu beteiligen. In einem gemeinsamen Positionspapier legen die Organisationen ihre konkreten Vorschläge zur Ausgestaltung des Abkommens vor.

Armin Paasch, Referent für Wirtschaft und Menschenrechte bei MISEREOR: „Das neue Abkommen bietet die Chance, die globale Wirtschaftsordnung grundlegend zu verändern. Unternehmen ist es dann nicht mehr möglich, Regierungen vor sich herzutreiben und vor Schiedsgerichten auf Schadensersatz zu verklagen, wenn sie Konzerne daran hindern wollen, Grundgewässer zu verseuchen, die Luft zu verschmutzen oder die Rechte von Ureinwohnern zu missachten. Zwei Drittel dieser Klagen richten sich heute gegen Länder des Globalen Südens. Menschenrechte hätten endlich Vorrang vor den Interessen von Investoren und

transnationalen Konzernen.“

Ernst-Christoph Stolper, stellvertretender Vorsitzender des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND): „Für einen Erfolg des Treaty ist die Mitarbeit Europas von zentraler Bedeutung. Wir wollen, dass Deutschland als ökonomisch stärkstes Land der EU für den Erfolg der Verhandlungen Verantwortung übernimmt. Nicht immer mehr Rechte für internationale Konzerne, sondern der Schutz von Bürgerinnen und Bürgern und Belegschaften stehen auf der Tagesordnung. Die Bundesregierung muss nun zeigen, dass sie es mit dem Schutz sozialer und umweltbezogener Menschenrechte ernst meint.“

Sarah Lincoln, Referentin für Wirtschaft und Menschenrechte bei Brot für die Welt: „Deutsche Unternehmen profitieren in ihren weltweiten Geschäften von niedrigen Umweltstandards und sklavenähnlichen Arbeitsbedingungen, immer wieder kommt es zu Katastrophen wie dem Einsturz der Rana-Plaza Textilfabrik in Bangladesch, bei dem mehr als 1000 Menschen starben. Eine Entschädigung bekommen die Betroffenen in der Regel nicht. Das soll der Treaty ändern: Unternehmen sollen verpflichtet werden, in ihren globalen Geschäften die Menschenrechte zu achten und müssen bei Verstößen haften.“

Der UN-Menschenrechtsrat hatte im Juni 2014 eine Arbeitsgruppe eingesetzt, um verbindliche Regeln für Unternehmen zu schaffen und den Geschädigten Klagemöglichkeiten zu eröffnen. Wesentliche Ziele sind die Haftung von Konzernen für ihre komplette Zulieferkette, Rechtsschutz für Geschädigte auch in den Heimatländern der Unternehmen, der Vorrang der UN-Menschenrechtsverträge vor Handels- und Investitionsschutzabkommen sowie die Schaffung von Mechanismen zur Einhaltung des Abkommens.

Die „Treaty Alliance Deutschland“ unterstützt und begleitet den Verhandlungsprozess. Dem Bündnis gehören bislang folgende Verbände an: Attac Deutschland, Brot für die Welt, BUND, Christliche Initiative Romero, CorA-Netzwerk für

Unternehmensverantwortung, FIAN Deutschland, Forschungs- und Dokumentationszentrum Chile- Lateinamerika (FDCL), Forum Fairer Handel, Forum Umwelt und Entwicklung, Global Policy Forum, Medico International, MISEREOR, PowerShift, SÜDWIND und WEED.

**weiterführende Informationen:**

- Vertragsentwurf der Regierung von Ecuador: [bit.ly/2fF5crq](https://bit.ly/2fF5crq)
- Positionspapier der Treaty Alliance: [bit.ly/TA\\_Positionspapier](https://bit.ly/TA_Positionspapier)
- tägliche Berichte von den Verhandlungen: [www.attac.de/genf-treaty-tagung](http://www.attac.de/genf-treaty-tagung)

**Pressekontakte:**

- Sigrid Wolff, BUND-Pressesprecherin, Tel. 030-27586-425, E-Mail: [presse@bund.net](mailto:presse@bund.net)
- Brot für die Welt: Anne Dreyer, Tel.: 030 65211 4430, E-Mail: [presse@brot-fuer-die-welt.de](mailto:presse@brot-fuer-die-welt.de)
- MISEREOR: Rebecca Struck, Tel.: 0241 442 110, E-Mail: [RebeccaStruck@misereor.de](mailto:RebeccaStruck@misereor.de)

---

# **Unternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften aufgefordert – IHK Frankfurt am Main hat Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit eingerichtet**

geschrieben von Andreas | 13. April 2021

Die IHK Frankfurt am Main hat die Mitgliedsunternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften aufgefordert. „Nachhaltigkeit ist

keine Modeerscheinung, sondern ein Konzept, unsere Art zu leben und zu wirtschaften zukunftsfähig zu machen,“ heißt es in einem Positionspapier, das die IHK-Vollversammlung verabschiedet hat.

Der Klimawandel, ein verändertes Verständnis von Wohlstand und dem Umgang mit natürlichen Ressourcen stellen neue Herausforderungen. Auch die Europäische Union verlangt von Unternehmen ab dem Geschäftsjahr 2017 eine Berichterstattung zur Nachhaltigkeit. Große kapitalmarktorientierte Unternehmen sowie Kreditinstitute und Versicherungen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind direkt, kleine und mittlere Unternehmen über die Zulieferketten indirekt davon betroffen. Beispielsweise können Unternehmen darüber berichten, ob und wie sie sicherstellen, dass die Zulieferer grundlegend Menschenrechte einhalten oder inwieweit bereits Leistungsindikatoren wie etwa Umweltkennzahlen bestimmt wurden.

„Vor diesem Hintergrund haben wir in der IHK Frankfurt einen Prozess angestoßen, um die Aufgabenstellung des nachhaltigen Wirtschaftens für die Unternehmen in unserer Region zu übersetzen“, so Marlene Haas, Vizepräsidentin der IHK Frankfurt. In einer Arbeitsgruppe, in der Vertreter aller relevanten Branchen beteiligt waren, wurde ein Positionspapier „Nachhaltiges Wirtschaften“ entwickelt. Am 14. Dezember 2016 hat die IHK-Vollversammlung das Papier einstimmig angenommen. Nachhaltigkeit ist kein Selbstzweck. „Unter nachhaltigem Wirtschaften versteht die IHK Frankfurt am Main einen Prozess, in dem Unternehmen ihr Kerngeschäft wirtschaftlich erfolgreich, aber auch sozial und ökologisch verantwortlich, betreiben und dabei ihre gesamte Wertschöpfungskette im Blick haben“, ergänzt Haas.

In welcher Art und Weise Unternehmen ihre Aktivitäten nachhaltig ausrichten, hängt auch von der Größe sowie den Branchen und Märkten ab, in denen sie agieren. Die Leitfragen, die sich Unternehmen auf dem Weg des nachhaltigen Wirtschaftens zu stellen haben, sind: Was sind die wesentlichen Handlungsfelder, in denen ein Unternehmen

Verantwortung übernehmen kann und will? Welche Anspruchsgruppen beeinflussen das unternehmerische Handeln? Warum ist das Unternehmen erfolgreich am Markt und welchen Beitrag wird mit dem Unternehmen am Markt für das Gemeinwohl getan.

„Es ist uns wichtig, Unternehmen Mut zu machen, sich auf den Weg des nachhaltigen Wirtschaftens einzulassen. Dabei ist es ratsam, nicht alles gleichzeitig anzupacken, sondern Wesentliches zu identifizieren und damit anzufangen“, sagt Jens Scheller, Geschäftsführer des Freilichtmuseum Hessenpark GmbH, als Teilnehmer der Arbeitsgruppe Nachhaltiges Wirtschaften. „Nachhaltigkeit ist nicht nur eine abstrakte Sache, sondern muss auf jede spezifische unternehmerische Situation angepasst werden.“

„Die Impulse aus dem Positionspapier werden wir breit in die Unternehmerschaft tragen“, sagt Matthias Gräßle, Hauptgeschäftsführer der IHK Frankfurt. Auch die IHK selbst werde sich in die Pflicht nehmen. Zur Bündelung der Aktivitäten rund um das Thema Nachhaltigkeit ist seit Beginn des Jahres in der IHK ein Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit eingerichtet worden.

Das Positionspapier steht unter folgendem Link zum Download bereit: [www.frankfurt-main.ihk.de/NH](http://www.frankfurt-main.ihk.de/NH)

### **Kontakt:**

Pressestelle der IHK Frankfurt am Main und der  
IHK Arbeitsgemeinschaft Hessen

Pressesprecher: Reinhard Fröhlich

Fon: +49 69 2197 1254

E-Mail: [r.froehlich@frankfurt-main.ihk.de](mailto:r.froehlich@frankfurt-main.ihk.de)

Pressereferentin: Anne Waldeck

Fon: +49 69 2197 1584

E-Mail: [a.waldeck@frankfurt-main.ihk.de](mailto:a.waldeck@frankfurt-main.ihk.de)

IHK Frankfurt am Main  
Börsenplatz 4  
60313 Frankfurt am Main

Besuchen Sie uns auf:  
<http://www.frankfurt-main.ihk.de>

---

# **Scharf: Umweltpakt-Betriebe sind Keimzelle für Innovationen – Nachhaltigkeit in Bayern wird weiter gestärkt**

geschrieben von Andreas | 13. April 2021

Pressemitteilung

München, 17. Oktober 2016

PM 184/16

Die Bayerische Staatsregierung und der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) unterstützen gemeinsam den systematischen Dialog von kleinen und mittleren Unternehmen mit ihren Stakeholdern. Das bekräftigten die Bayerische Umweltministerin Ulrike Scharf und BIHK-Präsident Dr. Eberhard Sasse heute in München. Scharf: "Die Erwartungen an Unternehmen werden heute immer größer. Zukunftsfähige Unternehmen müssen heute sicher erkennen, wessen Interessen und welchen Ansprüchen sie begegnen. Deshalb ist es entscheidend, Mitarbeiter, Kunden, Geschäftspartner und Verbände rechtzeitig einzubinden. Diese Anspruchsgruppen

spielen bei Umweltschutz und Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle.“ Gerade das Konzept der Nachhaltigkeit zielt darauf ab, die Bedürfnisse der heutigen Gesellschaft aufzugreifen, ohne die Bedürfnisse künftiger Generationen zu beeinträchtigen. Um den Austausch zwischen Wirtschaft und Anspruchsgruppen zu fördern, hat das Landesamt für Umwelt im Auftrag des Umweltministeriums gemeinsam mit dem BIHK den neuen Leitfaden für Unternehmen “Anspruchsgruppenanalyse und -dialog in der Praxis” entwickelt. An der Erstellung waren zehn bayerische Betriebe und ein externer Partner beteiligt. “Die Frage Wer will eigentlich was von meinem Unternehmen? sollte sich jeder Unternehmer stellen, der im Sinne des Ehrbaren Kaufmanns wirtschaftet. Denn eine systematische Analyse und ein Dialog mit den Stakeholdern ermöglicht es, Konflikte und Konfrontationen im Vorfeld zu erkennen und zu vermeiden. Wer Anspruchsgruppen als Partner begreift und einbezieht, kann nur gewinnen”, so Dr. Sasse. Das Umweltministerium hat das Projekt mit rund 25.000 Euro gefördert.

Das gemeinsame Projekt ist eine Zusage im Rahmen des 5. Umweltpakts Bayern. Der Umweltpakt Bayern ist eine Vereinbarung zwischen der Bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft. Beide Partner erklären im Umweltpakt ihre nachdrückliche Überzeugung, dass die natürlichen Lebensgrundlagen mit Hilfe einer freiwilligen und zuverlässigen Kooperation von Staat und Wirtschaft besser geschützt werden können als nur mit Gesetzen und Verordnungen. Der Umweltpakt gilt jeweils für fünf Jahre. Seit 1995 wurden durch ihn insgesamt über 700 Projekte gemeinsam realisiert. Derzeit beteiligen sich rund 1.400 Betriebe mit freiwilligen Leistungen für den Umwelt- und Ressourcenschutz.

Weitere Informationen zum Umweltpakt Bayern unter [www.umweltpakt.bayern.de](http://www.umweltpakt.bayern.de). Der Leitfaden steht beim Infozentrum UmweltWirtschaft unter [www.izu.bayern.de](http://www.izu.bayern.de) zum kostenfreien Download bereit.

**Unter den folgenden Links finden Sie weitere Informationen**

## **sowie Text- oder Bildmaterial:**

- Pressemitteilung

<http://www.stmuv.bayern.de/aktuell/presse/pressemitteilung.htm?PMNr=184/16>

- Umweltpakt Bayern – Informationen mit Fotos (Gruppenfotos und Einzelfotos) werden in Kürze dort veröffentlicht

<https://www.umweltpakt.bayern.de/>

© Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz – [www.stmuv.bayern.de](http://www.stmuv.bayern.de)

Um Ihr Newsletterabonnement zu ändern oder abzubestellen, benutzen Sie bitte das Formular unter <http://www.stmuv.bayern.de/aktuell/newsletter/index.htm>.

## **Kontakt**

Dagmar Schmitt

Bayerisches Landesamt für Umwelt

Referat 15

Nachhaltigkeit, Indikatoren und medienübergreifender Umweltschutz

86177 Augsburg

Tel.: ++49 (0)821/90 71 – 5509

Fax: ++49 (0)821/90 71 – 5760

<mailto:dagmar.schmitt@lfu.bayern.de>

<http://www.lfu.bayern.de>

## **Ihre Anlaufstelle für betrieblichen Umweltschutz**

<http://www.izu.bayern.de>

---

# 23.07.2016, 09:00-17:00, Tagesführung Holzerhof

geschrieben von Michaela Schmitz | 13. April 2021



“Arbeite mit der Natur – nicht gegen sie!”

Dieses Motto begleitet Sepp Holzer von Kindesbeinen an! In seiner jahrzehntelangen Erfahrung und Arbeit spiegeln sich seine Liebe und Empathie zur Natur und zur ökologischen Vielfalt wieder! Einen Tag lang begleitest du Sepp Holzer bei einem Streifzug durch die “Holzer’sche Permakultur” und über seinen Bauernhof – dem “Holzerhof”.

[Hier findest du mehr Information und kannst dich anmelden ...](#)

---

## Mit Engel, ohne Plastik

geschrieben von Bettina Reinemann | 13. April 2021

**oekom verlag legt erstes Druckerzeugnis mit neuem Blauen Engel**

## vor und verzichtet künftig auf Einschweißfolien für Bücher.

Ressourcen schonen, Klima und Artenvielfalt schützen, Müll vermeiden – diese Prinzipien haben für den oekom verlag herausragende Bedeutung. Bei der Herstellung seiner Publikationen orientiert sich oekom daher an den Kriterien des Blauen Engels für umweltschonende Druckerzeugnisse (RAL-UZ 195). An der Entwicklung dieses anspruchsvollen Umweltzeichens war der Verlag federführend beteiligt und hat damit dazu beigetragen, einen hohen Standard in die Verlagsbranche zu tragen. Nun gilt es, Druckereien dafür zu gewinnen, sich mit dem Umweltzeichen zertifizieren zu lassen, Verlage zu motivieren, sich diesem Prozess anzuschließen, und schließlich die Leserinnen und Leser vom Mehrwert solcher Druckerzeugnisse zu überzeugen.



Mit dem Buch [»FAIRreisen. Das Handbuch für alle, die umweltbewusst unterwegs sein wollen«](#) > von Frank Herrmann (ET 25.7.16) macht oekom den nächsten Schritt in Sachen nachhaltiges Publizieren und erfüllt alle Kriterien des Blauen Engels für Druckerzeugnisse: hoher Altpapieranteil, Einsatz nachwachsender Rohstoffe, Farben, Lacke und Klebstoffe, die eine hochwertige Wiederverwertbarkeit ermöglichen, Verzicht auf umwelt- und gesundheitsbelastende Einsatzstoffe und Materialien, verminderter Energieeinsatz sowie weniger umweltbelastende Emissionen. Dem ersten oekom-Buch mit diesem Siegel werden weitere folgen.



Auch bei der Verpackung bleibt oekom seinen Prinzipien treu und verzichtet ab Herbst 2016 auf das Einschweißen seiner Paperback-Ausgaben in Plastikfolie. *»Mit unserem Frühjahrs-Bestseller [`Besser leben ohne Plastik`](#) > haben wir bereits einen ersten Versuch gestartet und bislang ausschließlich positives Feedback von KundInnen und Handel bekommen«,* berichtet Verleger Jacob Radloff. Sollte dieses Vorgehen auch langfristig akzeptiert werden, wird es im oekom verlag ab dem

nächsten Jahr auch keine Hardcover-Bücher mit einer derartigen Schutzhülle mehr geben.

*Frank Herrmann, »FAIRreisen. Das Handbuch für alle, die umweltbewusst unterwegs sein wollen«, 328 Seiten, Paperback, ISBN 978-3-86581-808-9, 19,95 Euro / 20,60 (A). Auch als E-Book erhältlich.*

*Anneliese Bunk & Nadine Schubert, »Besser leben ohne Plastik«, 112 Seiten, Paperback, ISBN 978-3-86581-784-6, 12,95 Euro /13,30 (A). Auch als E-Book erhältlich.*

### **Kontakt**

Anke Oxenfarth  
oekom verlag GmbH  
Leiterin Stabsstelle Nachhaltigkeit  
Waltherstraße 29, 80337 München  
Fon 089/54 41 84-43  
Fax 089/54 41 84-49  
Email [oxenfarth@oekom.de](mailto:oxenfarth@oekom.de)  
[www.oekom.de](http://www.oekom.de)

Informationen zum nachhaltigen Publizieren:  
[www.nachhaltig-publizieren.de](http://www.nachhaltig-publizieren.de) >

Für Bestellungen von Rezensionsexemplaren wenden Sie sich bitte an:

Bettina Reinemann  
oekom verlag GmbH  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Waltherstraße 29  
80337 München

Fon 089/54 41 84-34  
Fax 089/54 41 84-49  
Email [reinemann@oekom.de](mailto:reinemann@oekom.de) >

[www.oekom.de](http://www.oekom.de) >

[www.facebook.com/oekom](http://www.facebook.com/oekom) >

<https://twitter.com/oekomverlag> >

Aktuelles aus dem Verlag erfahren Sie über den monatlichen Newsletter:

<http://www.oekom.de/allgemeine-verlagsinformationen/newsletter.html> >

Eine Übersicht über unsere AutorInnen-Veranstaltungen erhalten Sie hier:

<http://www.oekom.de/allgemeine-verlagsinformationen/aktuelles/veranstaltungen.html> >

Wenn Sie unsere Presseinformationen nicht mehr beziehen möchten, senden Sie eine E-Mail an: [presse@oekom.de](mailto:presse@oekom.de). >