

Green City Solutions: Globaler Gewinner des Creative Business Cup 2016

geschrieben von Green City Solutions | 23. November 2016

Der Dänische Minister für Kultur, Bertel Haarder, verlieh am vergangenen Montag Preise an die weltweit besten kreativsten Unternehmer. Die Veranstaltung fand in der Copenhagen Business School in Kopenhagen (Dänemark) statt.

Der diesjährige Titel des „Weltmeisters“ innerhalb der Creative Entrepreneurship wurde an Green City Solution aus Deutschland vergeben. Das Start-up beeindruckte die Jury mit seiner Geschäftsidee: Einem „urbanen Baum“, bepflanzt mit Mooskulturen, die Feinstäube, Stickoxide und Ozon „essen“, und der so über eine Umweltleistung von 275 „natürlichen“ urbanen Bäumen verfügt. Auf den zweiten Platz schaffte es Poputar Smart Guitar (China), Dritter wurde City Transformer (Israel).

Im Rahmen des Creative Business Cup wurden darüber hinaus auch die besten Projektideen der diesjährigen Challenges ernannt: Green City Solutions (Deutschland), Jookie (Belgien), Poputar Smart Guitar (China), Haiku (Frankreich), HotClick (Chile), Lovia (Finnland) und Innomdle Lab (Süd Korea) erzielten die Siege in den jeweiligen Kategorien.

Kopenhagen, 22. November 2016 – Innerhalb der vergangenen drei Tage präsentierten kreative Unternehmer aus mehr als 60 Ländern in ca. 100 Pitches ihre Ideen einer internationalen Jury. Diese bestand u.a. aus Amy Cosper (Radical Upstarts),

Otho Kerr (Encourage Capital), Tiffany Norwood (Tribetan), der Saudi-Arabischen Prinzessin Sama Faissal Al Saud und Sten Peters (Deloitte).

Rasmus Tscherning, CEO des Creative Business Cup, sagte: „Im Rahmen des diesjährigen Creative Business Cup testeten 400 innovative und kreative Start-ups gemeinsam mit einer internationalen Expertenjury über zwei intensive Tage hinweg aus, ob sich deren brillante und innovative Ideen auch in ein profitables Geschäft umwandeln lassen. Alle waren beeindruckend, und ich bin sicher, dass Green City Solutions eine aufregende Reise vor sich hat.“

Allgemeiner Wettbewerb – Creative Business Cup

Die Begründung der Jury, weshalb sie **Green City Solutions** aus **Deutschland** zum Gesamtsieger erklärten, lautet: „Dieses Team vereint beides – die Vorstellungskraft und die Intelligenz von ‚good business‘. Sie kombinieren Natur mit Kunst in einer wunderschönen Fusion, um ein wichtiges Gesundheits-Problem der gesamten Welt zu lösen: Luftverschmutzung. Auf nachhaltige Weise kreierten sie den ‚CityTree‘, der einen enormen Einfluss auf die Luft, die wir atmen, haben wird. Zu dieser außergewöhnlichen Leistung gratulieren wir Juroren Green City Solutions aus Deutschland.“

Der zweite Preis ging an **Poputar Smart Guitar** aus **China**, den dritten Preis erhielt **City Transformer** aus **Israel**.

Creative Business Challenges

In diesem Jahr präsentierte der Creative Business Cup außerdem verschiedene Challenges, um innovatives Unternehmertum aus verschiedenen Bereichen zu stärken, zu verbinden und zu unterstützen.

Creative Business Health Challenge: Green City Solutions (Deutschland)

Die Jury war sich einig, dass der Gewinner der Health Challenge eine kreative Geschäftsidee präsentierte, die Aspekte von Design, IoT and innovativer Denkweise verbindet. Diese Kombination hatte bereits einen Einfluss auf die Reduktion von urbaner Luftverschmutzung und die Jury glaubt, dass Personen weltweit von dieser siegreichen Idee profitieren werden.

Creative Business Sustainable Living Challenge: Green City Solutions (Deutschland)

Green City Solutions wurde ausgewählt, da sie ein stetig wachsendes globales Problem adressieren – dass der Luftverschmutzung. Das Start-up hat eine großartige skalierbare Lösung hierfür entwickelt. Der Schlüssel ist ein Modell, das aus interdisziplinärer Zusammenarbeit entstand und auf Expertisen in zahlreichen verschiedenen Bereichen basiert. All dies trug zum Erfolg des jungen Unternehmens bei. Die

Kreativität ist dabei perfekt integriert in einen übergreifenden Ansatz und das Geschäftsmodell beinhaltet ein gut durchdachtes Service-Modell. Dies überzeugte die Jury, da es sowohl eine nachhaltige als auch Langzeit-profitable Lösung darstellt. In diesem Sinne repräsentiert es den Spirit des Creative Business Cup.

In diesem Jahr ging der **ACE Creative Award** an **Jookie (Belgien)**, die **Creative Business Play & Learn Challenge** an **Poputar (China)**, die **Kolding Mobility Challenge** an **Haiku (Frankreich)** und die **Creative Business Food Challenge** an **HotClick (Chile)**. **Lovia (Finnland)** gewann den **Creative Business Cup Investor Pitch**, **Innomdle Lab (Süd Korea)** die **Invio Experience Technology Challenge**.

Die Preise

Insgesamt wurden 2016 Preise im Wert von 169.000 € vergeben.

Gewinner des Creative Business Cup 2016 – das weltbeste kreativste Start-up

Erster Platz: 15.000 € und eine einjährige Mitgliedschaft bei Stylus im Wert von 18.000 €. Dies beinhaltet den Zugang zu mehr als 1.000 Trendreports auf stylus.com, Webinaren und jährlich zweimal stattfindende Events sowie tägliche E-Mails mit aktuellen Neuigkeiten.

Zweiter Platz: 5.000 € und eine sechsmonatige Mitgliedschaft bei Stylus.

Dritter Platz: 3.000 € und eine sechsmonatige Mitgliedschaft bei Stylus.

Microsoft vergibt **Bizspark Plus** an ein selbst ausgewähltes Start-up. Bizspark Plus gewährt eine freie Nutzung von Azure (einer Hosting- und Service-Plattform) im Rahmen von 113.000 €, welche zwei Jahre genutzt werden kann. Dies ermöglicht dem Start-up die Möglichkeit, sich auf ihre Lösung, deren Verkauf und den Wachstum zu fokussieren und nicht über Kosten in Bezug auf die Software-Lösung nachdenken zu müssen. Den Preis erhielt ebenfalls **Green City Solutions (Germany)**.

Creative Business Challenges

Die Gewinner der Creative Business Challenges: Invio Experience Technology, ACE Creative, Food, Health, Sustainable Living, Play & Learn und Investor erhalten 1.000 €.

Die Gewinner der Kolding Mobility Challenge erhalten 1.000 € und darüber hinaus einen all inclusive Aufenthalt in Kolding für drei Personen im Jahr 2017.

Über den Creative Business Cup

Der Creative Business Cup bringt große Unternehmen mit Wunsch nach Innovationen mit kreativen Start-ups aus der ganzen Welt zusammen. Über das ganze Jahr hinweg hilft der Creative Business Cup talentierten Start-ups der Kreativwirtschaft dabei, deren Potenzial zu aktivieren, zu wachsen, sich zu entwickeln – mit Trainings, Matchmaking und

Mentorenprogrammen. Der Creative Business Cup ist eine weltweite Bewegung, die von Investoren, den Medien, Organisationen und Behörden unterstützt wird.

Das jährliche Highlight sind die globalen Finale, bei welchen die weltbesten kreativsten Start-ups in Kopenhagen, Dänemark, geehrt werden. Im Vorfeld des spektakulären Events ernennen mehr als 70 Länder in eigenen Finalen deren nationale Gewinner – die besten und innovativsten Start-ups der nationalen Kreativwirtschaft. Im November treten diese Teams gegeneinander an, um den globalen Titel zu gewinnen. Der Creative Business Cup mit Sitz in Kopenhagen macht dies möglich. www.creativebusinesscup.com

Weitere Informationen zum CBC sowie Bildmaterial finden Sie zeitnah unter <http://www.creativebusinesscup.com/article/meet-winners-creative-business-cup-2016>.

Green City Solutions und der CityTree

Peter Sängler, Dénes Honus, Zhengliang Wu und Victor Splittgerber gründeten das Biotechnologie und Internet-der-Dinge (IoT) Start-up im Jahr 2014. Das Expertenteam aus Architektur, Maschinenbau, Informatik und Gartenbau/Biologie kann bereits auf zahlreiche Medienberichte, Auszeichnungen und Praxiserfahrungen zurückblicken. Zusätzlich zu den Installationen in Oslo, Klingenthal und Dresden sowie Kurzzeiteinsätzen des CityTrees in Berlin, Dresden, Regensburg, Hannover, Halle, Krefeld und München wurde im Juni

der erste Pflanzenfilter in Hong Kong aufgebaut.

Der CityTree basiert auf einer patentgeschützten Kombination von speziell ausgewählten Pflanzen, insbesondere Mooskulturen, und modernster Internet-der-Dinge-Technologie. Jede einzelne Anlage kann täglich den Feinstaub von bis zu 417 Pkw binden und den jährlichen CO₂-Footprint um bis zu 240 Tonnen senken. Dafür werden lediglich 3m² Aufstellfläche und aufgrund der IoT-Technologie, der Verwendung von Solarenergie und einem integrierten Wassertank nur wenige Stunden Wartungszeit pro Jahr benötigt. Die eigens entwickelte Technologie erfasst Daten zu den klimatischen Bedingungen, welche mit den Werten zur Luftqualität der Städte erweitert werden können.

Weiterhin lassen sich auf dem CityTree visuelle und digitale Informationen implementieren, die eine Einbindung in Marketingmaßnahmen ermöglichen. Auf diese Weise können analoge Inhalte, wie bspw. Logos und Bilder, kommuniziert und der Zugriff auf digitale Dienste, bspw. iBeacon oder Screens, ermöglicht werden. Integrierte Sitzbänke und das Angebot von zusätzlichen Dienstleistungen wie z. B. Wi-Fi-Hotspot oder E-Bike-Ladestationen erweitern die Funktionalität der Biofilter.

Pressekontakte

**Creative
Cup
Green City Solutions**

Business

Rasmus

Wiinstedt

Tscherning

Tina Hensel

CEO

CBC

Senior Manager

Sales, Communications & PR

Tel: +45 2840 4668

Tel.: +49 162 6940746

E-Mail: rwt@creativebusinesscup.com

E-Mail: t.hensel@mygcs.de

Karoline Haulund

Head of Communication, CBC

Tel: +45 2713 4342

E-Mail: kah@creativebusinesscup.com

Eva Riedel

Communication Adviser, CBC

Tel: +45 20 94 44 12

E-Mail: evariedelcph@gmail.com

Der Fair Finance Guide Deutschland hat zum zweiten Mal deutsche Geldhäuser unter sozialen und ökologischen Gesichtspunkten analysiert und verglichen: GLS Bank und Triodos weiterhin an der Spitze – Postbank ist neues Schlusslicht

geschrieben von Andreas | 23. November 2016

Berlin (15.11.2016) – Der Fair Finance Guide – das erste frei zugängliche Informationsportal zur Überprüfung der sozialen und ökologischen Richtlinien deutscher Banken – hat heute seine zweite Untersuchung veröffentlicht. Im Vergleich zur Premiere im März dieses Jahres wurde die Zahl der untersuchten Banken auf zehn vergrößert. Analysiert und verglichen wurden die Richtlinien deutscher Banken zu ökologischen und sozialgesellschaftlichen Aspekten und der Art der Unternehmensführung (ESG) sowie deren Einhaltung. Ein zentraler Befund: Die Nachhaltigkeitsrichtlinien von acht Banken haben sich seit der ersten Untersuchung verbessert, doch es gibt aus Sicht der Nichtregierungsorganisationen, die hinter dem Guide stehen, weiterhin inakzeptable Defizite.

Die Platzierungen: Die GLS Bank und Triodos liegen erneut an der Spitze, Neueinsteiger Postbank nimmt den letzten Platz ein. Vergleichsweise schlecht steigt auch die zweite neu untersuchte Bank, die HypoVereinsbank (UniCredit Deutschland),

ein: Rang 7 unter den zehn untersuchten Geldinstituten. Die katholische Pax-Bank, die bei der ersten Untersuchung noch die schlechteste Bewertung erhielt, macht einen großen Sprung auf Platz 4, direkt hinter die evangelische Bank für Kirche und Diakonie (KD-Bank). Unter den konventionellen Großbanken ist die Commerzbank nach wie vor bestplatziert und liegt vor der Deutschen Bank, deren ESG-Selbstverpflichtungen sich aber auch spürbar verbessert haben. Die DZ Bank und die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) treten auf der Stelle.

Obwohl laut einer forsa-Umfrage 72 Prozent der Deutschen genau wissen wollen, wie Banken ihre Gelder verwenden, halten sich diesbezüglich viele Geldhäuser nach wie vor bedeckt, so ein Ergebnis der Analyse. „Das Schweigen der Banker muss ein Ende haben“, fordert Thomas Küchenmeister, geschäftsführender Vorstand der Nichtregierungsorganisation Facing Finance, die den Fair Finance Guide Deutschland koordiniert. „Solange Banken intransparent agieren oder sogar ihre eigenen Richtlinien unterlaufen, solange werden wir Bankkunden darüber informieren, ob ihre Gelder zum Beispiel für Rüstungsprojekte, Klimazerstörung oder Steuerfluchtgeschäfte verwendet werden“, so Küchenmeister.

Gerade beim Thema Klimawandel haben sich die Banken am wenigsten bewegt und schneiden durchschnittlich am schlechtesten ab. „Es ist schon bemerkenswert, dass ausgerechnet die Landesbank LBBW aus dem grün-schwarz regierten Baden-Württemberg über keinerlei Ausschlusskriterien in Bezug auf den hochgradig klimaschädlichen Energieträger Kohle verfügt“, sagt Sarah Guhr, Projektleiterin des Fair Finance Guide Deutschland. Die Selbstverpflichtungen der untersuchten Banken reichten nicht aus, um die beschlossenen Pariser Klimaziele umzusetzen.

Die wenigsten Berührungspunkte in Bezug auf die Rüstungsindustrie zeigt die Deutsche Bank, wie auch die Konzerntochter Postbank, was aus menschenrechtlicher Sicht sehr problematisch ist. „Die Postbank beruft sich öffentlich

ausschließlich auf unverbindliche Universalstandards wie den UN Global Compact“, erklärt Johanna Sydow von Germanwatch. „Auch das erklärt das schlechte Ergebnis bezüglich sozialgesellschaftlicher Aspekte sowie der Art der Unternehmensführung.“ Der Verweis der Bank auf interne Selbstverpflichtungen reiche nicht aus, da diese nicht öffentlich und damit nicht überprüfbar sind.

Auch beim Thema Steuern attestiert der Fair Finance Guide den Banken schlechte Noten mit Verweis auf mangelnde Richtlinien zur Vermeidung von Steuerflucht. Insgesamt tauchen laut einem Bericht der Süddeutschen Zeitung 28 deutsche Geldinstitute in verschiedenen Zusammenhängen in den Panama Papers auf, darunter auch die Commerzbank, die Deutsche Bank, die DZ Bank, die LBBW und die HypoVereinsbank.

„Für die genossenschaftlichen bzw. öffentlich-rechtlichen Institute DZ Bank und die LBBW lassen sich nur geringfügige Verbesserungen feststellen, sie verharren auf den hinteren Plätzen“, kritisiert Antje Schneeweiß von SÜDWIND. Grundsätzlich ist aber ein positiver Einfluss des Fair Finance Guide auf die Branche festzustellen. „In sieben Fällen wurden von Banken verbesserte Nachhaltigkeitsrichtlinien veröffentlicht, die auch auf das Engagement des Fair Finance Guide und den intensiven Dialog mit den Banken zurückzuführen sind“, betont Mario Dziamski von Rank a Brand. Um in Zukunft das Ambitionsniveau der Banken weiterhin zu erhöhen, werden Bankkundinnen und -kunden noch aktiver entsprechende Informationen einfordern und nachhaltige Finanzprodukte nachfragen müssen. Auch hierfür möchte der Fair Finance Guide eine Entscheidungshilfe sein.

Facing Finance und die Kooperationspartner im Fair Finance Guide werden ihre Zusammenarbeit fortsetzen und ausweiten. Zudem ist vorgesehen, anhand von öffentlich zugänglichen Fallstudien kontinuierlich zu prüfen, ob Banken ihre ESG-Richtlinien einhalten.

Ziel des Fair Finance Guide Deutschland ist es, für

Bankkundinnen und -kunden mehr Transparenz und Vergleichbarkeit in Bezug auf die soziale und ökologische Bilanz deutscher Banken herzustellen und ihnen die Möglichkeit zu geben, die Nachhaltigkeit der Geschäftsmodelle besser beurteilen zu können. Dafür steht das anhand von 250 Kriterien detailliert recherchierte und frei zugängliche ESG-Bewertungsportal zur Verfügung: www.fairfinanceguide.de

Der Fair Finance Guide Deutschland ist Teil des Netzwerkes Fair Finance Guide International (www.fairfinanceguide.org), gegründet von Oxfam Novib und finanziert von der schwedischen Entwicklungsbehörde Sida. Die dem Projekt zugrunde liegende, umfassende Methodik wurde mit Unterstützung der niederländischen Agentur Profundo (www.profundo.nl) entwickelt. Der FFG International umfasst derzeit 9 Länder und vereint annähernd 40 Menschenrechtsorganisationen, Gewerkschaften, Umweltgruppen und Verbraucherorganisationen.

Bei Rückfragen und Interviewwünschen wenden Sie sich bitte an:

Thomas Küchenmeister | FACING FINANCE | 0175-4964082 | kuechenmeister@facing-finance.org

Ein Projekt von:

Facing Finance e.V.
Schönhauser Allee 141, HH 2 | 10437 Berlin
kontakt@facing-finance.org
www.facing.finance.org

In Kooperation mit:

SÜDWIND e.V.
Kaiserstraße 201 | 53113 Bonn
schneeweiss@suedwind-institut.de
www.suedwind-institut.de

Germanwatch e.V. .
Stresemannstraße 72 | 10963 Berlin

sydow@germanwatch.org

www.germanwatch.org

Rank a Brand e.V

Gneisenaustraße 30 | 10961 Berlin

mario.dziamski@rankabrand.de

www.rankabrand.de

Kontakt

Vera Schumacher

Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising /

Public Relations and Fundraising

SÜDWIND e.V. – Institut für Ökonomie und Ökumene

Kaiserstraße 201

53113 Bonn

Tel.: +49 (0)228-763698-14

Fax: +49 (0)228-763698-22

E-Mail: schumacher@suedwind-institut.de

Website: www.suedwind-institut.de

GLS Bank belegt erneut 1. Platz im Banken-Vergleich „Fair Finance Guide“

geschrieben von Andreas | 23. November 2016

Presseinformation

Bochum, 15.11.2016. Der Fair Finance Guide bescheinigt der GLS Bank erneut, dass sie das Geld ihrer Kundinnen und Kunden besonders verantwortungsvoll anlegt und dabei Rücksicht nimmt

auf Menschen, Gesellschaft und Umwelt. Die GLS Bank belegt den ersten Platz vor neun anderen geprüften Instituten.

Der „Fair Finance Guide“ geht zurück auf die Initiative von mehreren NGOs – darunter Facing Finance, Südwind, Germanwatch und Rank a Brand – die deutsche Banken hinsichtlich ihres Umgangs mit Menschenrechten, Umweltstandards etc. bewerten.

In der jetzt veröffentlichten zweiten Untersuchung wurden zehn Banken analysiert, darunter auch die Deutsche Bank, Hypovereinsbank und Postbank. Insgesamt 240 Aspekte flossen in die Bewertung ein, die Richtlinien und deren Einhaltung zu ökologischen und sozial-gesellschaftlichen Aspekten und der Art der Unternehmensführung unter die Lupe nimmt.

Die GLS Bank erhielt nun erneut die höchste Punktzahl. Obwohl die Anforderungen der Bewertung inzwischen weiter gestiegen sind, kommt sie auf insgesamt 93 Prozent von 100 Prozent und erfüllt damit die meisten Bewertungskriterien des Fair Finance Guide. Neben der hohen Transparenz der GLS Bank lobten die Initiatoren des Fair Finance Guide die klare Haltung zum Thema Rüstungskonzerne. So wurde festgestellt, dass die GLS Bank hier keinerlei Investitionen in den durch die GLS Bank aufgelegten Fonds tätigt.

Die Anlage- und Finanzierungsgrundsätze der GLS Bank enthalten Vorgaben mit 7 Positivkriterien und 14 Negativkriterien, die etwa Atomkraft, Rüstung und Tierversuche ausschließen. Ein eigenes Research und der mit unabhängigen Experten besetzte GLS Anlageausschuss nehmen für jedes Unternehmen eine präzise inhaltliche Bewertung vor. Auch externe Nachhaltigkeitsratings fließen ein. Daraus entsteht das Anlageuniversum der GLS Bank.

Mehr Informationen zum „Fair Finance Guide“:
www.fairfinanceguide.de

Über die GLS Bank

Die GLS Bank bietet ihren Kunden alle Leistungen einer Hausbank, wie sozial-ökologisch sinnvolle Geldanlagen,

Girokonto, Sparangebote, Zahlungsverkehr, Finanzierungen und Beteiligungen. Über ihre Partnereinrichtung GLS Treuhand ist auch der Bereich Stiften und Schenken abgedeckt. Die GLS Bank bietet ihren Kunden an, Mitglied und somit Eigentümer der Bank zu werden. Mit zielgerichtet sozial-ökologischen Investitionen und einer umfassenden Transparenz bietet sie ihren Mitgliedern und Kunden einen dreifachen Gewinn: menschlich, zukunftsweisend, ökonomisch.

Kontakt

Christof Lützel
Pressesprecher / Prokurist
Kommunikation und Entwicklung
christof.luetzel@gls.de
presse@gls.de

GLS Bank
Christstraße 9
44789 Bochum

Telefon +49 (0) 234 5797 5178
Fax +49 (0) 234 5797 5157
Mobil +49 (0) 173 2786963

www.gls.de/presse/
www.twitter.com/gls_presse
www.blog.gls.de

Dein Frühstück mit Ayurveda & Superfoods – Feiner Lesestoff

für bewusste Frühstück

geschrieben von Andreas | 23. November 2016

PRESSEINFORMATION

NEU IM BUCHREGAL!

Wien, 14.11.2016. Anfang November haben Verena Bernhard und Matthias Schodits, die Gründer und Geschäftsführer von Feinstoff, ihr allererstes Buch veröffentlicht. Dieses beleuchtet das Thema Frühstück aus den verschiedensten Blickwinkeln. Es erklärt das Zusammenspiel von Frühstück und Verdauung aus ayurvedischer Sicht, zeigt die Wirkung der gängigsten Frühstücksklassiker und bringt wertvolle Tipps für einen guten Start in den Tag. Außerdem bietet es einen Überblick der beliebtesten Superfoods und worauf man beim Kauf dieser unbedingt achten sollte. Kern des Buches bilden 63 abwechslungsreiche vegane Superfood-Frühstücksrezepte entwickelt und erstellt von 32 leidenschaftlichen BloggerInnen.

Das Frühstück: die wichtigste Mahlzeit?

Das Frühstück sei die wichtigste Mahlzeit am Tag, heißt es. Auch im Ayurveda hat das Frühstück eine große Bedeutung. „Mit dem Frühstück legt man den Grundstein für den Tag. Es entscheidet darüber, ob er voller Energie und Tatendrang oder von Trägheit und Müdigkeit gezeichnet ist.“ so Verena Bernhard Autorin, Ayurveda Expertin und Geschäftsführerin von Feinstoff. Frühstücken ist wichtig, aber es bedeutet nicht immer, dass man schon morgens unbedingt etwas essen muss. Manchmal ist es sogar sinnvoller das Frühstück auszulassen.

Glücklich & gesund in den Tag starten

Ayurveda gibt ein großes Versprechen: Der natürliche Zustand des Menschen ist es, das höchste Bewusstsein zu besitzen, dabei vollkommen gesund sowie glücklich zu sein – und das auch schon am frühen Morgen. „Deshalb zeigen wir im ersten Teil des Buches, was laut Ayurveda morgens in unserem Körper geschieht,

und wie man erkennt welche Art von Frühstück am besten für einen selbst geeignet ist.“ erzählt Autor und Feinstoff Geschäftsführer Matthias Schodits. Weiter werden typische westliche Frühstücksgewohnheiten unter die Lupe genommen, erklärt was die Verdauung mit einem Lagerfeuer zu tun hat und wie man den eigenen Körper von innen reinigen und stärken kann.

Alles über Superfoods

Im zweiten Teil des Buches wird das Augenmerk ganz auf Superfoods gerichtet. Ein Überblick der wichtigsten und beliebtesten Superfoods zeigt deren Wirkung, ihre Anwendung und worauf es beim Kauf dieser ankommt. Außerdem beinhaltet dieser Part uraltes Wissen ayurvedischer Superfood-Mischungen und hält praktische Tipps, Morgenrituale und Frühstückspläne bereit.

63 vegane Superfood-Frühstücksrezepte

Da Superfoods sehr vielseitig anwendbar sind, wurden 32 leidenschaftliche BloggerInnen mit an Bord geholt, die anhand von 63 leckeren Superfood-Frühstücksrezepten zeigen, was sich mit Superfoods so alles anstellen lässt. Von ayurvedischen Smoothies, Frühstücksideen für unterwegs, wärmenden Winter- und grünen Frühjahrs-Bowls bis hin zu sommerlichen Brunch-Rezepten bleiben keine Frühstückswünsche offen. Denn so unterschiedlich die Geschmäcker, so vielfältig sind auch die Kreationen, die sich mit Superfoods zum Frühstück zaubern lassen.

Blick ins Buch: <http://bit.ly/2dB9UVG>

Verlag: myMorawa von Morawa Lesezirkel GmbH

ISBN: 978-3-99057-288-7 (Paperback) / Preis: € 19,90 inkl. MwSt

ISBN: 978-3-99057-289-4 (Hardcover) / Preis: € 29,90 inkl. MwSt

ISBN: 978-3-99057-290-0 (e-Book) / € 6,99 inkl. MwSt

Erscheinungstermin: November 2016

Aktuell hier erhältlich:

MYMORAWA

<https://www.mymorawa.com/self-publishing/gestaltung/publizieren/?books/ID48613/Dein-Fruehstueck>

AMAZON

LEHMANNS. DE

<http://www.lehmanns.de/shop/sachbuch-ratgeber/37010841-9783990572887-dein-fruehstueckauch>

AVURVEDA101.at

<https://www.ayurveda101.at/feinstoff/buch-dein-fruehstueck-mit-ayurveda-superfoods>

Bildmaterial zum Download

<https://www.feinstoff.com/bildmaterial-feinstoff-buch/>

<https://www.feinstoff.com/downloads>

Bildrechte: Feinstoff

Über Feinstoff

Feinstoff wurde im Mai 2012 mit Sitz in Wien gegründet und beschäftigt derzeit acht MitarbeiterInnen. Das österreichische Unternehmen ist auf Ayurveda sowie die Herstellung und den Vertrieb von Superfood Produkten spezialisiert. Neben dem Vertrieb der selbst entwickelten Produktlinien agiert Feinstoff als Distributor für internationale innovative Food-Marken und beliefert derzeit ca. 2000 Verkaufsstellen. In Zusammenarbeit mit Lieferanten und Partnern wird streng auf biologische Produkte und eine nachhaltige Herstellung geachtet. Geschäftsführerin Verena Bernhard ist diplomierte Ayurveda Therapeutin. Seit vielen Jahren beschäftigt sie sich mit dem Thema „Nahrung ist Medizin“. Das ayurvedische Wissen um die Wirkung von Nahrungsmitteln bildet die Grundlage für die Entwicklung aller Produkte.

Kontakt

Feinstoff Vertriebs GmbH

URSULA MELCHHAMMER

Marketing & PR Manager

Email: ursula.melchhammer@feinstoff.net

FEINSTOFF VERTRIEBS GMBH

Freundgasse 13/1

1040 Wien

Telefon: +43 1 23 686 43-15

Fax: +43 1 23 686 43-9

www.feinstoff.com

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION zum fünften Mal für ihre nachhaltige Büroorganisation ausgezeichnet

geschrieben von Frank Brodmerkel | 23. November 2016



München, 08.11.16 – Im sechsten Jahr ihres Bestehens wird die Münchner Agentur GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION bereits zum fünften Mal für ihr Engagement in Sachen betrieblicher Umweltschutz

ausgezeichnet. Die Jury des Wettbewerbs „Büro & Umwelt 2016“ des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M.) unter der Schirmherrschaft von Dr. Barbara Hendricks, Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit, prämierte die Münchner Kommunikationsagentur erneut für ihre „vorbildlichen Aktivitäten im Bereich Büro & Umwelt“ mit einer förmlichen Anerkennung.

Seit 2008 werden im Rahmen des Wettbewerbs „Büro & Umwelt“ jährlich Deutschlands umweltfreundlichste Büros in verschiedenen Kategorien gesucht. GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION aus München hat zum inzwischen fünften Mal seit 2011 von der Wettbewerbsjury des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management e.V. (B.A.U.M. e.V.) für ihre Aktivitäten zum Klima- und Umweltschutz im Büro und Unternehmen eine förmliche Anerkennung in der Kategorie „Unternehmen mit bis zu 20 Mitarbeitern“ erhalten. Die auf die Branchen Cleantech, Erneuerbare Energien sowie Nachhaltigkeitskommunikation spezialisierte Kommunikationsagentur hatte sich wieder als umweltfreundliches Büro beworben. Die offizielle Preisverleihung fand am 26. Oktober 2016 im Rahmen der Fachmesse ORGATEC in Köln statt.

„Als auf den grünen Technologiesektor und das Thema Nachhaltigkeit spezialisierte Kommunikationsagentur ist es für uns eine Selbstverständlichkeit, aktiv unseren täglichen Beitrag zu Klima- und Umweltschutz zu leisten. Deshalb erfüllt es uns mit Stolz, bereits zum fünften Mal eine förmliche Anerkennung für unsere Klima- und Umweltschutzmaßnahmen in unserer Büroorganisation zu erhalten“, erklärt Frank Brodmerkel, Gründer und Inhaber der Agentur. „Statt auf die Umsetzung von Klima- und Umweltschutzmaßnahmen im Großen zu warten, sollte jeder Unternehmer überlegen, mit welchen Schritten er konkret dazu beitragen kann – ein erster sinnvoller Schritt mit geringem Aufwand und Mitteleinsatz ist es, die Büroorganisation umweltfreundlicher zu gestalten.“

Das Team von GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION versucht seit Gründung der Agentur durch diverse Maßnahmen der Büroorganisation möglichst CO₂-neutral und umweltbewusst zu arbeiten. So ist die IT- und Telekommunikationsinfrastruktur der Agentur nicht älter als zwei Jahre und entsprechend energieeffizient konfiguriert. Der Webauftritt der Agentur wurde von CO₂-Stats als CO₂-neutral zertifiziert. Auch bei der Auswahl von Dienstleistern wie beispielsweise Druckereien werden ökologische Gesichtspunkte berücksichtigt. Schließlich versucht GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION, seine Reisetätigkeit insgesamt einzuschränken und durch Videoconferencing / Skype zu ersetzen. Wo das nicht möglich ist, nutzt man innerhalb Deutschlands Bahn- und Busverbindungen. GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION erfüllt durch sein umweltfreundliches Verhalten offiziell die Voraussetzungen für die Teilnahme im Umweltpakt Bayern des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt und Gesundheit. Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.gruenewellepr.de/agentur/klimaschutz/>.

Grüne Welle Kommunikation ist eine Kommunikationsagentur mit Sitz in München, die sich auf die Themenbereiche Cleantech, Erneuerbare Energien, Technologie und Umwelt sowie auf CSR-Kommunikation und Bürgerdialog spezialisiert hat. Der Inhaber Frank Brodmerkel verfügt als Kommunikationsprofi über fast 20 Jahre Berufserfahrung. Das Angebot der Agentur wendet sich vor allem an mittelständische Unternehmen und StartUps aus dem Technologieumfeld. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gruenewellepr.de

Bildmaterial und Logo der Agentur zum Download unter <http://gruenewellepr.de/ueber-uns/downloads/>

Pressekontakt:

Frank Brodmerkel

GRÜNE WELLE KOMMUNIKATION

Notburgastr. 3

80639 München

Tel: 089-203 494 94

Fax: 089-178 761 47

E-Mail: kontakt@gruenewellepr.de

Web: www.gruenewellepr.de

GLS Aktienfonds erreicht 100 Mio. Euro Volumen

geschrieben von Andreas | 23. November 2016

Bochum, 03.11.2016. Die sozial-ökologischen Investmentfonds der GLS Bank wurden erfolgreich etabliert. Der GLS Aktienfonds hat ein Volumen von mehr als 100 Mio. Euro erreicht. Der Ende 2015 aufgelegte GLS Mikrofinanzfonds kommt bereits auf mehr als 50 Mio. Euro.

„Das steigende Volumen bestätigt unsere Anlagestrategie. Das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden zeigt, dass die Menschen offen sind für Fonds – wenn es sich um ein sinnvolles Investment handelt“, sagt Andreas Fiedler, Leiter des Vermögensmanagements.

Der GLS Aktienfonds investiert ausschließlich in Unternehmen,

die den Anlage- und Finanzierungsgrundsätzen der GLS Bank entsprechen. Sie definiert ein Anlageuniversum, in das nur streng geprüfte Unternehmen aufgenommen werden. Langfristige Investments stehen im Vordergrund, spekulative Geschäfte werden ausgeschlossen.

Die im Fonds enthaltenen Unternehmen schaffen einen sozial-ökologischen Mehrwert. Dazu gehören etwa der niederländische Fahrradhersteller Accell, der Windturbinenhersteller Vestas oder Steico, ein Spezialist für ökologisches Bauen. Außerdem waren die Entwicklungen der Aktienkurse sehr positiv. „Auch wenn die Märkte stark schwanken, sind wir gut aufgestellt. Das gelingt uns mit beständigen Unternehmen aus Branchen wie Gesundheit oder Telekommunikation“, erklärt Fiedler.

Ebenfalls erfolgreich ist die Entwicklung des GLS Alternative Investments-Mikrofinanzfonds. Dieser wurde erst im Juni zum Vertrieb für Privatkunden zugelassen, seitdem hat das Volumen um 66 Prozent zugelegt und liegt bei mehr als 50 Mio. Euro. Der Fonds stärkt weltweit die finanzielle Inklusion, indem er Mikrofinanzinstitute refinanziert. Diese bieten Mikrokredite, Sparmöglichkeiten und weitere Finanzdienstleistungen an.

Über die GLS Bank

Die GLS Bank bietet ihren Kunden alle Leistungen einer Hausbank, wie sozial-ökologisch sinnvolle Geldanlagen, Girokonto, Sparangebote, Zahlungsverkehr, Finanzierungen und Beteiligungen. Über ihre Partnereinrichtung GLS Treuhand ist auch der Bereich Stiften und Schenken abgedeckt. Die GLS Bank bietet ihren Kunden an, Mitglied und somit Eigentümer der Bank zu werden. Mit zielgerichtet sozial-ökologischen Investitionen und einer umfassenden Transparenz bietet sie ihren Mitgliedern und Kunden einen dreifachen Gewinn: menschlich, zukunftsweisend, ökonomisch.

Kontakt

Christof Lützel

Pressesprecher / Prokurist

Kommunikation und Entwicklung
christof.luettel@gls.de
presse@gls.de

GLS Bank
Christstraße 9
44789 Bochum

Telefon +49 (0) 234 5797 5178
Fax +49 (0) 234 5797 5157
Mobil +49 (0) 173 2786963

www.gls.de/presse/
www.twitter.com/gls_presse
www.blog.gls.de

Publikumspreis des „Ökotabel®-AWARD“: Abstimmung bis 31. Oktober 2016 online. 105 nachhaltige Unternehmen stehen zur Wahl!

geschrieben von Andreas | 23. November 2016
PRESSEMITTEILUNG

Noch bis zum 31. Oktober 2016, um 17 Uhr läuft die Online-Abstimmung für den Publikumspreis des Nachhaltigkeitspreises „Ökotabel®-AWARD“. Insgesamt 105 nachhaltige Unternehmen aus allen Branchen stehen zur Wahl. Abgestimmt wird auf der Seite:

www.oekotabel.de/award. Dem Gewinnerunternehmen winkt eine Jahrespartnerschaft bei Ökotabel® im Wert von 240,- EUR. Bisher haben seit dem Start des Votings am vergangenen Freitag schon über 576 Menschen ihre Stimme abgegeben.

Was ist Ökotabel?

Ökotabel® ist das Netzwerk für nachhaltige Unternehmen, Initiativen und Menschen.

Erstmals erhalten Verbraucher*innen die Möglichkeit, sich umfassend über das ökosoziale

Engagement von Unternehmen und Organisationen umfassend zu informieren. Im

dynamischen Nachhaltigkeitsportal von Ökotabel® werden zukünftig alle ökosozialen

Aktivitäten erfasst und in Echtzeit abgebildet.

Verbraucher*innen

können diese Informationen in ihre Kaufentscheidung mit einfließen lassen.

Unternehmer*innen kommunizieren durch Ökotabel® umfassend ihr ökosoziales

Engagement und finden neue Kunden, Lieferanten und Kooperationspartner.

Der Ökotabel®-AWARD:

Der Ökotabel®-AWARD ist ein Nachhaltigkeitspreis, der in vier Kategorien verliehen wird.

„Online-AWARD“, „Innovations-AWARD“, „Produkt-AWARD“ und „Regio-AWARD“. Es ist das Ziel

von Ökotabel® mit der Verleihung des Ökotabel®-AWARD das Engagement in der Nachhaltigkeit in Unternehmen zu stärken und Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schärfen.

Bisherige Preisträger sind: „Triodos Bank“, „Ökobon“, „Rook-Architekten“ und „Premium“. Durch den Publikumspreis erhalten Konsument*innen die Möglichkeit nachhaltige Unternehmen nicht nur zu nominieren, sondern sich aktiv am Bewertungsprozess zu beteiligen.

Kontakt

Ökotabel® GbR

Humperdinckstrasse 2

44147 Dortmund

Ihr Ansprechpartner:

Herr Christian Arzberger

Tel.: +49 (0) 231-586-95-280

Fax: +49 (0) 231-586-95-289

Mail: presse@oekotabel.de

Neumarkter Lammsbräu bereits zum vierten Mal nachhaltigste Biermarke Erneut Bestnoten von „Rank a Brand“ für Transparenz und Nachhaltigkeit

geschrieben von Andreas | 23. November 2016



PRESSEINFORMATION

Neumarkt, 21. Oktober 2016 – Die Bio-Brauerei Neumarkter Lammsbräu hat sich bei einer internationalen Untersuchung der 33 beliebtesten Biermarken hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit erneut als Branchenprimus behauptet. Bereits zum vierten Mal hat die Initiative „Rank a Brand“ die Nachhaltigkeitsleistungen von Brauereien analysiert und veröffentlichte jetzt die Ergebnisse in ihrem „Beer Ranking 2016“. Wie schon in den Vorjahren ließ Neumarkter Lammsbräu auch diesmal alle anderen Brauereien mit weitem Abstand hinter sich und erhielt als einzige Biermarke überhaupt eine Kaufempfehlung von Rank a Brand.

Zu den 23 Bewertungskriterien zählten u.a. Fragen zur CO₂-Bilanz, zur Verwendung umweltzertifizierter Rohstoffe und erneuerbarer Energien sowie zu Nachhaltigkeitszielen. Rank a Brand betont, dass Neumarkter Lammsbräu als einzige Brauerei eine komplette Klimabilanz vorlegt und ausschließlich Rohstoffe aus dem Ökolandbau verwendet, was die Umwelt erheblich schont. Rank a Brand weiter: „Die Bilanzierung zu Verpackungsmaterialien sowie die Nachhaltigkeitsberichterstattung im Allgemeinen setzen Maßstäbe.“

Susanne Horn, Generalbevollmächtigte: „Dass wir viermal

hintereinander Sieger des Nachhaltigkeitsrankings von Rank a Brand geworden sind, freut uns natürlich sehr und bestätigt uns auf unserem Weg. Denn nur wer bei Themen wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz konsequent am Ball bleibt, kann wirklich etwas bewegen.“

Mit dem Erreichten gibt Lammsbräu sich deshalb auch nicht zufrieden. Mit einer eigens entwickelten Klimastrategie hat der Bio-Pionier bereits neue Ziele und Maßnahmen für die Zukunft festgelegt, mit denen die klimarelevanten Emissionen noch weiter gesenkt werden sollen. Und auch in Sachen Bio-Braurohstoffe denkt man bei Lammsbräu schon heute einen Schritt weiter. Susanne Horn: „Zu unserem Bio-Engagement gehört, dass wir die alternativen Saatgutprojekte des ökologischen Landbaus aktiv fördern und uns für die Erforschung der ökologischen Pflanzenzüchtung engagieren. Denn nur wer Gutes sät und sich nachhaltig kümmert, kann Gutes ernten.“

Weitere Informationen zu Neumarkter Lammsbräu und dem Nachhaltigkeitsengagement der Brauerei finden sich im Internet unter www.lammsbraeu.de.

Informationen zur Rank a Brand-Studie gibt es unter www.rankabrand.org.

Pressekontakt

Dr. Daniel Haussmann
Thomas Pfaff Kommunikation
Höchlstraße 2
D-81675 München

Fon: +49-89-992496-54

Fax: +49-89-992496-53

haussmann@pfaff-kommunikation.de

Umfrage: Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger will zweckgebundene Abgabe auf Zuckergetränke – WHO-Bericht stützt foodwatch-Forderung nach Zuckerabgabe

geschrieben von Andreas | 23. November 2016
Pressemitteilung

- WHO und Kinderärzte empfehlen Abgabe auf Zuckergetränke als sinnvolle Maßnahme im Kampf gegen Übergewicht, Fettleibigkeit und Diabetes
- Auch eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher spricht sich für eine solche Abgabe aus
- foodwatch fordert Hersteller-Abgabe nach britischem Vorbild

Berlin, 11. Oktober 2016. Eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher fordert eine Hersteller-Abgabe auf besonders zuckerreiche Getränke. Das ergibt eine heute veröffentlichte Umfrage von infratest dimap, die die Verbraucherorganisation foodwatch in Auftrag gegeben hatte. Auch die Weltgesundheitsorganisation (WHO) spricht sich in einem Bericht für Sondersteuern von mindestens 20 Prozent aus. Dadurch sollen die Fälle von Übergewicht, Fettleibigkeit und Typ-2-Diabetes reduziert werden. Gestern hatte bereits der Berufsverband der Kinder- und Jugendärzte (BVKJ) für eine Zuckerabgabe auf so genannte Erfrischungsgetränke plädiert.

„Bundesernährungsminister Schmidt sollte endlich auf die WHO

hören, anstatt der Lebensmittel-Lobby auf den Leim zu gehen: Sonderabgaben auf Zuckergetränke wirken und sind unabdingbar im Kampf gegen Fettleibigkeit und chronische Krankheiten. Sogar eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher befürwortet das. Solange Minister Schmidt sich jedoch weigert, die Industrie in die Pflicht zu nehmen, macht er sich zum Interessensvertreter von Coke, Pepsi & Co.“, sagte foodwatch-Experte Oliver Huizinga.

Der infratest-Umfrage zufolge spricht sich eine Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher für eine zweckgebundene Zuckerabgabe aus. Auf die Frage „Um eine gesunde Ernährung von Kindern zu fördern, gibt es den Vorschlag, dass die Hersteller besonders zuckerreicher Getränke Abgaben zahlen sollen. Mit den Einnahmen wird dann die Förderung gesunder Kinderernährung finanziert. Würden Sie sagen, dieses Konzept mit Hersteller-Abgaben auf zuckerreiche Getränke ist für Deutschland sehr geeignet, geeignet, weniger geeignet oder gar nicht geeignet, um eine gesunde Ernährung von Kindern zu fördern?“ antworteten 54 Prozent mit „sehr geeignet“ (23 Prozent) bzw. mit „geeignet“ (31 Prozent). Besonders hoch ist die Zustimmung bei den 18- bis 34-Jährigen, am niedrigsten bei den Über-65-Jährigen. Auffällig: Es gibt kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Auch nach Bildungsabschlüssen gestaffelt sind die Zustimmungsraten annähernd gleich. Sogar bei Einkommensschwachen (Haushaltseinkommen weniger als 1.500 Euro monatlich) liegt die Zustimmung bei 50 Prozent.

foodwatch plädiert für eine Zuckerabgabe nach britischem Vorbild. Dort gelten Getränke mit einem Anteil von mehr als fünf Prozent Zucker als überzuckert. Für sie müssen Hersteller ab 2018 eine Abgabe zahlen. Als Anreiz für die Getränke-Industrie, den Zucker zu reduzieren, fordert foodwatch eine ähnliche Regelung auch für Deutschland. Die Einnahmen sollten zweckgebunden verwendet werden, um gesunde Ernährung, Ernährungsbildung und Sportprogramme bei Kindern und Jugendlichen zu fördern. Neben einer solchen zweckgebundenen

Hersteller-Abgabe verlangt foodwatch eine verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben sowie gesetzliche Beschränkungen der an Kinder gerichteten Werbung mit Sportidolen, Comicfiguren oder Spielzeugbeigaben.

Link:

- Repräsentative Umfrage zur Zuckerabgabe: tinyurl.com/hydamhb
- Umfrageergebnisse nach Parteizugehörigkeit: tinyurl.com/j2dm9m4

Weiterführende Informationen:

- foodwatch-Marktstudie zu Erfrischungsgetränken: tinyurl.com/getraenke-studie
- dpa-Meldung vom 10. Oktober 2016; „Kinderärzte-Verband fordert Zuckersteuer auf Softdrinks“: tinyurl.com/hl32woo

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sylvie Ahrens

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

Müllsammelschiff SEEKUH von One Earth – One Ocean e.V. für den Bundespreis ecodesign 2016 nominiert

geschrieben von Frank Brodmerkel | 23. November 2016



München-Garching / Berlin, 12. Oktober 2016 – Die SEEKUH; das Mitte September fertiggestellte Müllsammelschiff der Münchner Umweltorganisation *One Earth – One Ocean e.V.*, wurde für den diesjährigen *Bundespreis ecodesign* nominiert. Aus mehr als 160 Einreichungen wählte die Jury aus Design- und Umweltexperten auf der gestrigen Jurysitzung im Kunstgewerbe-museum in Berlin 26 Projekte als Nominierte aus, darunter auch die SEEKUH. Der Preis, der jährlich vom Bundesumweltministerium und Umweltbundesamt verliehen wird, zeichnet innovative Produkte, Dienstleistungen und Konzepte aus, die sich durch eine herausragende ökologische Qualität, einen innovativen Ansatz und durch eine hohe Designqualität auszeichnen.

Der Bundespreis ecodesign ist die höchste staatliche Auszeichnung für ökologisches Design in Deutschland und wird jährlich in vier Kategorien vergeben. Rund 50 Expertinnen und Experten aus den verschiedenen Fachabteilungen des Umweltbundesamtes bewerten die ökologische Qualität der Einreichungen und entscheiden zusammen mit einem Projektbeirat über die Zulassung zur Jurysitzung. Eine interdisziplinäre Jury namhafter Designerinnen und Designer sowie Umweltexpertinnen und -experten bestimmte dann auf der Jurysitzung im Kunstgewerbemuseum am 10. Oktober 2016 in Berlin die Nominierten und Preisträger. Das Bundesumweltministerium und das Umweltbundesamt stehen als Auslobende für Glaubwürdigkeit, Qualität und eine fundierte Bewertung.

Die feierliche Preisverleihung findet schließlich am 28. November 2016 im Bundesumweltministerium statt, dort werden die diesjährigen Gewinner in der jeweiligen Kategorie bekannt gegeben und erhalten ihre Auszeichnung von Bundesumweltministerin Barbara Hendricks sowie der UBA-Präsidentin Maria Krautzberger. Alle nominierten und prämierten Arbeiten werden dann 2017 in einer deutschlandweiten Wanderausstellung präsentiert.

Der Spezialkatamaran SEEKUH zum Sammeln von Plastikmüll ist eines von vier nominierten Projekten in der Kategorie Konzept. Das Müllsammelschiff wurde von Günther Bonin, dem Gründer der Münchner Umweltorganisation *One Earth – One Ocean e.V.*, entwickelt, hat eine Größe von etwa 12 x 10 Metern (L x B) und wiegt knapp sechs Tonnen. Das Schiff ist zerlegbar und kann per Frachtcontainer zu Einsätzen an jeden Ort der Welt gebracht werden. Für den vollständig durch Spenden finanzierten Bau der SEEKUH, einem Forschungs-, Reinigungs- und Aufklärungsschiff, wurden Mittel in Höhe von etwa einer viertel Million Euro gesammelt. Hauptsponsor ist die Mannheimer Röchlingstiftung.

Von der Idee zum fertigen Schiff

Immer mehr Menschen erkennen in Plastikmüll eines der drängendsten Umweltprobleme der weltweiten Ozeane. Bereits heute befinden sich mehr als 140 Millionen Tonnen Plastik in den Meeren und jedes Jahr gelangen mindestens weitere 8 Millionen Tonnen hinzu. Bis zum Jahre 2050 werden mehr Plastikteile als Fische in den weltweiten Meeren schwimmen. Plastikmüll hat eine Lebensdauer von bis zu 450 Jahren und gelangt letztlich als Mikroplastik (kleinste Teilchen) durch die Nahrungsaufnahme der Fische auch in unsere Nahrungskette. Damit schadet Plastik in den Ozeanen nicht nur dem fragilen Ökosystem, sondern insbesondere auch uns Menschen.

Für ihr Konzept der „maritimen Müllabfuhr“, bei der Plastikmüll von Spezialschiffen wie der SEEKUH aus dem Meer

gefischt und wiederverwertet wird, wurde die Umweltorganisation One Earth – One Ocean e.V nun für den *Bundespreis ecodesign 2016* nominiert. Die SEEKUH, die für den Einsatz in küstennahen Regionen und Flussmündungen konzipiert ist, ist das erste seetaugliche Forschungs-, Reinigungs- und Aufklärungsschiff des Konzepts. Der auf der Werft von Lübeck Yacht Trave Schiff GmbH gebaute Katamaran wurde als Arbeitsschiff DNV/GL-zugelassen (dem TÜV für Schiffe) und kann neben dem Müllsammeln auch Wasseranalysen vornehmen.

Die Katamaranform ermöglicht es bei einem Tiefgang von nur 60 Zentimetern, zwischen den beiden Rümpfen eine Netzkonstruktion ins Wasser abzusenken, mit der der Plastikmüll bis in eine Tiefe von zwei Metern herausgefischt wird. Damit sich keine Lebewesen in den Netzen verfangen, fährt die SEEKUH in Schrittgeschwindigkeit. In Gegenden mit hohem Müllaufkommen im Wasser kann sie mit ihren Netzen täglich mehrmals 2-3 Tonnen sammeln oder bei hohen Verunreinigungen am Strand den Müll nach dem Baggerprinzip direkt an Land schieben. Später sollen HOCHSEEKÜHE – autark durch Wind- und Sonnenenergie angetrieben – auf hoher See selbständig Plastikmüll sammeln.

“Wir freuen uns sehr, dass nach dem Stapellauf und der Schiffstaufe der SEEKUH im September nun mit der Nominierung zum Bundespreis ecodesign ein weiteres Highlight für öffentliche Aufmerksamkeit für unser Müllsammelkonzept sorgt“, erklärt Günther Bonin, Gründer und Entrepreneur des Vereins One Earth – One Ocean e.V.. „Natürlich kann eine SEEKUH nicht die Welt retten, aber je mehr Menschen sich mit dem drängenden Problem des Plastikmülls und des Marine Littering unserer Gewässer auseinandersetzen, umso mehr kommt hoffentlich in Bewegung.“

One Earth – One Ocean e. V.

Die Umweltorganisation One Earth – OneOcean mit Sitz in München Garching hat das Ziel, Gewässer vom Plastikmüll, aber auch Öl und Schadstoffen zu befreien. Bereits heute schwimmen auf den Weltmeeren riesige Teppiche aus Plastikmüll, der größte davon im Pazifik ist so groß wie Mitteleuropa, d.h. wie Deutschland, Österreich, Schweiz, Polen, Luxemburg, Ungarn und Tschechien zusammen. Schreitet die Verschmutzung im derzeitigen Tempo weiter voran, werden die Meere in wenigen Jahren vollständig vermüllt sein.

Gründer von One Earth – One Ocean (OE00) ist Günther Bonin, 60, ehemals Inhaber einer IT-Firma und passionierter Segler. Seine Vision der „maritimen Müllabfuhr“ gliedert sich in mehrere Stufen: In einem ersten Schritt wird der Plastikmüll mit speziell von ihm entwickelten Geräten auf den Meeren eingesammelt, sortiert und zerkleinert. Trennung und Recycling des Mülls erfolgt an Land. In einer späteren Phase soll das gesammelte Plastik direkt an Bord von Tankern in Öl rückverwandelt werden. Aus einer Tonne Plastik lassen sich ca. 900 Liter Öl rückgewinnen. Seit 2015 hat Bonin sein IT-Unternehmen umgewidmet in eine AG zur Reinigung von Gewässern, um den Verein administrativ zu unterstützen.

Was wie die Utopie eines Idealisten klingt, nimmt mittlerweile konkrete Formen an. Mehr als 100 Unternehmen und Privatpersonen, darunter die Röchling Stiftung und die Deutsche Telekom AG, unterstützen das Projekt in unterschiedlicher Weise. Auch Thomas Hahn, der bei BMW Oracle das Siegerschiff des America's Cup mitkonstruierte, unterstützt OE00 bei der Entwicklung der Müllschlucker-Schiffe. Im September 2016 wird die erste SEKUH ihre Arbeit aufnehmen. 2013 wurde One Earth – One Ocean e.V. für sein Konzept der Maritimen Müllabfuhr mit dem renommierten *GreenTec Award 2013*, Europas größtem Umwelt- und Wirtschaftspreis, ausgezeichnet. 2016 folgte die Nominierung für den Bundespreis *ecodesign* in der Kategorie Konzept.

Weitere Informationen erhalten Sie unter

<http://www.oneearth-oneocean.com> oder auf der Facebook-Seite
unter
<https://www.facebook.com/pages/One-Earth-One-Ocean/163573257046660>

One Earth – One Ocean e. V. Günther Bonin Gründer und Vorstand Lichtenbergstr.8 D-85748 Garching Tel: +49 (0) 89 54 84- 2361 Fax: +49(0) 89 54 84 -2369 info@oneearth-oneocean.com www.oneearth-oneocean.com	Grüne Welle Kommunikation Frank Brodmerkel Pressekontakt Notburgastr. 3 D-80639 München Tel: +49 (089) 203 494 94 Fax: +49 (089) 178 761 47 kontakt@gruenewellepr.de www.gruenewellepr.de
--	--