

# LOFINDO ist Lokal einkaufen: Betriebe vor Ort und den stationären Handel unterstützen #supportyour- locals

geschrieben von marketing@lofindo.de | 20. Februar 2026



## Du hast einen Shop in Deiner Region entdeckt

Die Nachhaltigkeit der vielfältigen Produkte und Dienstleistungen steht bei LOFINDO im Vordergrund. Deshalb wollen wir Händler und interessierte Käufer miteinander verbinden, die diesen Gedanken gleichermaßen verfolgen, und zudem eine hohe Qualität von Produkten im Fokus haben. Wir bei LOFINDO verstehen das als Regionalität im Zeitalter der Moderne und der Mobilität.

### Es ist Zeit für eine neue Art von Shopping

Mit **LOFINDO** findest Du Produkte von lokalen Händlern aus **Deutschland und Österreich**.

**Unser Ziel ist Regionalität und kaufen vor Ort.** Erfahre was in deiner Region produziert wird und auch was deine Händler bei Dir zuhause verkaufen.

Unterstützen wir gemeinsam auf diese Art und Weise den lokalen Handel mit der besten Kombination aus Online- und Offline-

Welt.

## Noch kein LOFINDO-Partner?

---

# LOFINDO – Startup / Unternehmen News; IM GESPRÄCH mit der Gründerin Bettina Winkler von SchokoSchatz

geschrieben von marketing@lofindo.de | 20. Februar 2026



– Wir haben an Dich/Euch ein paar Fragen rund um Dein/Euer Unternehmen und Deine/Eure Erfahrungen als Unternehmer / Startup-Gründer:

**Wie sind die Idee und das Konzept für das Startup entstanden?**

**Bettina Winkler:** Ich habe mich geärgert – über das Überraschungs-Ei. Was wir unseren Kindern damit vorleben, wie sorglos wir mit unserer Umwelt umgehen. Das Produkt ist für

mich ein absolutes No-Go. Billigst produzierte Schokolade mit viel zu viel Zucker, gelbes Plastik für die Tonne. Und die furchtbar langweiligen Überraschungen im Inneren, die auch einfach nur in der Tonne landen. Nachdem es keine Alternative auf dem Markt gab, die mir und meinem damals 6-jährigen Sohn gefallen hat, haben wir das Konzept von SchokoSchatz entwickelt.

**– Kannst Du/Ihr bitte kurz erzählen, was Dein/Euer Unternehmen / Startup ausmacht?**

**Bettina Winkler:**

Der SchokoSchatz ist ein „rundum-gut-Artikel“. Ich wollte zeigen, dass es möglich ist, kleine Mitbringsel und Geschenkartikel zu entwickeln, die echte Schenkfreue transportieren, hochwertige Zutaten beinhalten, unsere Umwelt nicht belasten und unter fairen Bedingungen produziert werden.

Deshalb ist der SchokoSchatz bio, fair gehandelt, plastikfrei und hochwertig.

**– Beschreibt die größten Hürden auf dem Weg zur Gründung?**

**Bettina Winkler:** Wo soll ich anfangen?

Es war ziemlich herausfordernd, einen geeigneten Lohnproduzenten zu finden, der meine Vision teilt und versteht. Und eine plastikfreie, nachhaltige Verpackung für die Primär- und Sekundär-Verpackung zu finden, war alles andere als einfach.

**– Welche Person hat Dich/Euch bei der Gründung besonders unterstützt?**

**Bettina Winkler:**

Meine Familie (die unbezahlbaren Schätze;-)), mein Mann, mein Produzent, viele Sparringpartner aus dem Handel...

**– Wie wichtig sind „richtige Kontakte“, ein großes Netz an Kontakten für den Einstieg/Start?**

**Bettina Winkler:**

Schon sehr wichtig. Also es geht auch ohne, aber ich denke, mit den richtigen Sparringpartnern geht halt vieles einfacher.

**– Warum hast Du/Ihr nicht einen der üblichen Hype-Standorte wie Berlin oder Hamburg gewählt?**

**Bettina Winkler:**

Weil ich mit meiner Familie in der Nähe von Augsburg wohne J

**– Wie hast Du/Ihr es zu Beginn geschafft, in “alle Munde” zu kommen, bekannt zu werden, zu positionieren?**

**Bettina Winkler:**

Instagram, Award-Nominierung Fairtrade-Newcomer Award, viel Pressearbeit...

**– Wie werden neue User auf Dein/Euer Produkt/Dienstleistung aufmerksam?**

**Bettina Winkler:**

Meta-Ads, Kooperationen mit Brands und Influencern

**– Wie sehen die nächsten Meilensteine aus?**

**Bettina Winkler:** 1 Mio SchokoSchätze verkaufen

**Besuche** **gerne** **den** **Shop**  
**hier** <https://lofindo.de/store/schokoschatz/>

Danke, dass Du/Ihr für unsere Fragen Zeit genommen hast. Dein  
LOFINDO TEAM

---

# Schnörkellose Fonts für das Green Design

geschrieben von Andreas | 20. Februar 2026



Die „Green Font Linie“ erweitert das Angebot der Schriften Manufaktur „GreenFont“ in Freiburg um vier lineare, schnörkellose Schrifttypen, speziell kreiert für das GreenDesign.

Ergänzt wird das Online-Angebot um jährlich 20-40 neue typische Typen. Das Schriftenangebot umfasst 2024 mehr als 250 von Hand gefertigte, digitalisierte Fonts. Damit ist GreenFont der grösste weltweite Anbieter hochwertiger Schriften für die Anthroposophie und die Waldorfbewegung sowie das typische sustainable Design.

[greenfont.de](http://greenfont.de)

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, handgezeichnet, einmalig. Einige Schriften basieren 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).

Pressekontakt

GreenFont

Schriftenmanufaktur

c/o Grüne Helden

Sonnenbergstraße 15

79117 Freiburg i.Br.

[mail@ro-schriften.de](mailto:mail@ro-schriften.de)

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

Tel.: 0172 9760880

---

**Wir suchen zum  
nächstmöglichen Zeitpunkt...**

geschrieben von Andreas | 20. Februar 2026



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. Februar 2026



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. Februar 2026



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. Februar 2026



**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 Mehrwegpflicht 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-Presskontakt**

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. Februar 2026



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 „R0.Schriften“ des Grafikers und Malers Walther Roggenkamp.

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, handgezeichnet, 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. Februar 2026



**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 zugeweilte Zertifikate ausgleichen.

### **Ungeeignete Methoden zur Berechnung von CO<sub>2</sub>-Einsparung**

Der ganze Artikel konzentriert sich im Wesentlichen darauf, dass es bei Verra u.a. eine von vielen Methoden zur Berechnung von CO<sub>2</sub>-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 CO<sub>2</sub>-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 (Stellungsname 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. Februar 2026



## 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](https://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](http://www.ecoventa.de)

[sechert@ecoventa.de](mailto: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