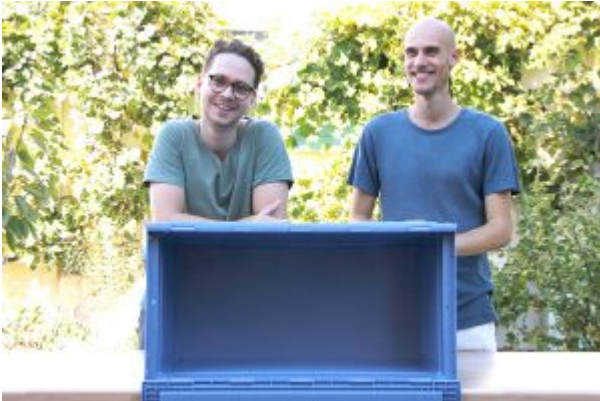


Mehrweg statt Einweg – grünes Startup setzt auf verpackungsfreien Versand

geschrieben von Leonhard Kruck | 10. Oktober 2018



wir sind GEMEINSAM BIO. Eine Einkaufsgemeinschaft für Lebensmittel und viele nützliche Haushaltsprodukte – alles natürlich in Bio-Qualität! Die Idee stammt aus den 80er, wir haben sie nur etwas zeitgemäßer umgesetzt: Unser Mitglieder können ihre Ware online bestellen und bekommen ihre Pakete direkt nach Hause geliefert.

Und da wären wir auch gleich beim Thema. Versand hat auch immer viel mit Verpackung bzw. Verpackungsmüll zu tun. Das möchten wir ändern! Deshalb haben wir nach einem Weg gesucht unsere Produkte verpackungsfrei zu versenden.

Anstelle von einem Einweg Versand der unnötigen Ressourcen verschwendet und so unsere Umwelt belastet, möchten wir ein Mehrweg-System etablieren. Das heißt, dass wir unseren Versand von Pappkartons auf recycelbare Mehrwegversand-Boxen umstellen.

Wir möchten unseren Mitmenschen den Zugang zu biologischen Lebensmitteln und nachhaltigen Produkten vereinfachen. Deswegen bieten wir unsere Produkte zum Selbstkostenpreis an. Weil wir an diesen nichts verdienen, müssen wir, wenn wir verschiedene Bereiche ausbauen möchten, die Finanzierung mit anderen Mitteln auf die Beine stellen. Deswegen haben wir eine

zweite Crowdfunding Kampagne gestartet. Für diesen Zeitraum stellen wir unseren Versand ein. Alle Infos dazu findet ihr hier: startnext.com/mehrweg-statt-einweg

Wir würden hiermit gerne auf unsere Kampagne aufmerksam machen, denn Umweltschutz liegt uns genauso am Herzen wie euch auch ☐

Einen sonnigen Tag wünschen wir!

Liebe Grüße

Leonhard und Leon

Sono Motors präsentiert den Sion beim BEE-Neujahrsempfang 2018 – Der Vergleich zeigt: Sion von Sono Motors schlägt das Tesla Model 3

geschrieben von WIWIN | 10. Oktober 2018



Beim traditionellen Neujahrsempfang des [Bundesverbands Erneuerbare Energie \(BEE\)](#) am 22. Februar 2018 in Berlin wird

das Münchner Start-up-Unternehmen [Sono Motors](#) den Sion einem breiten Fachpublikum vorstellen. Die Veranstaltung gilt als das Gipfeltreffen der Erneuerbare-Energien-Branche in Deutschland und bringt rund 1.300 Entscheider aus Politik, Energiewirtschaft und Zivilgesellschaft zusammen.

Er ist praktisch, erschwinglich und innovativ: Der Sion, das erste Serien – Elektroauto der Welt mit zusätzlichem Solarantrieb, macht seit seiner Vorstellung im letzten Sommer viel von sich reden. Seitdem stellt er auf einer Europatour sein Potenzial bei zahlreichen Probefahrten unter Beweis. Mit dem Sion möchte Sono Motors die Elektromobilität für alle Menschen ansprechender und erreichbar machen. Aber können die Münchner auch mit dem Model 3 von US-Hersteller Tesla mithalten, um den ein regelrechter Hype entstanden ist? Ein Vergleich.

Während die Kalifornier vor allem bei der Beschleunigung schwer einholbar sind, sieht es in vielen anderen Bereichen deutlich besser aus für das deutsche Unternehmen.

Henry Ford hat einmal gesagt: Jeder soll sich ein Auto leisten können. Daran knüpft der Sion an. Mit 16.000 Euro (exklusive Batterie für ca. 4.000 Euro zusätzlich) kostet das Solarauto deutlich weniger als 95 Prozent der aktuellen Angebote auf dem Markt und etwa die Hälfte seines amerikanischen Konkurrenten. Der Tesla 3 soll nämlich mit einem Preis von ca. 39.000 Euro in Europa starten.

Für den höheren Preis bietet der Tesla eine größeren Reichweite von bis zu 350 Kilometern und mehr Komfort. Allerdings verfügt auch der Sion mit seiner etwas einfacher gehaltenen Ausstattung über alles, was man von einem Auto erwartet.

Bei der CO₂-Bilanz hat der deutsche Hersteller eindeutig die Nase vorn. Denn der Tesla hat aufgrund seines um etwa 500 kg höheren Gewichts und der größeren Batterie mehr

Energieverbrauch bei der Herstellung.

Da steht der Sion im Vergleich besser da: Durch integrierte Solarzellen in der Karosserie kann das innovative E-Auto seine Batterie zusätzlich mit Sonnenkraft aufladen. Damit kann der Sion ca. die Hälfte seines Stromverbrauchs bei 10.000 km Fahrleistung pro Jahr alleine durch die Sonne erzeugen.

Der Sion ist überdies mehr als nur ein einfaches Auto. Die [App goSono](#) vereint intelligente Services wie Powersharing, Ridesharing und Carsharing, um verschiedene Nutzer miteinander vernetzen zu können. Ein innovativer Mehrwert für den Kunden.

Somit steht das Ergebnis fest: Mit wesentlich größerer Alltagstauglichkeit, einem innovativen Gesamtkonzept, cleveren Features und einer besseren Umweltbilanz bei zugleich deutlich niedrigerem Preis schlägt der Sion den Tesla Model 3 in vielen Kategorien und ist auf dem besten Weg, der erste Volks-Stromer zu werden.

Beim Neujahrsempfang des BEE wird der Sion nun auch der Fachwelt zeigen, was er kann. Diesjähriger Festredner ist Peter Altmaier, Chef des Bundeskanzleramtes und Bundesminister für besondere Aufgaben. Man darf darauf gespannt sein, ob er sich hinter das Steuer des Sion setzen wird und wie sein Urteil ausfällt.

Das Team von Sono Motors wird bei der Veranstaltung von Energiewende-Pionier Matthias Willenbacher begleitet, der zu den ersten Investoren des Unternehmens gehört. Willenbacher ist bei Sono Motors eingestiegen, weil das Start-up wie kein anderer Automobilhersteller seine Vision einer ressourcenschonenden, für jedermann zugänglichen Mobilität teilt.

Beim BEE-Neujahrsempfang wird Willenbacher zudem in der Fachjury des Start-up-Pitches sitzen. Der Wettbewerb zwischen Jung-Unternehmern und -Unternehmerinnen, die mit ihren innovativen Geschäftsmodellen die Energiewelt der nächsten

Jahre positiv verändern möchten, findet in diesem Jahr zum dritten Mal statt. Willenbacher lobt mit seinem Unternehmen WIWIN GmbH einen Preis von 5000 Euro aus und möchte anschließend mit dem erstplatzierten Unternehmen eine Crowdfunding-Kampagne starten.

Die Mainzer WIWIN GmbH unterstützt ausgewählte, zukunftsweisende und nachhaltige Projekte und Unternehmen. Über die Plattform wiwin.de können Anleger nachhaltige Kapitalanlagen zeichnen. Weil die von WIWIN vermittelten Anlageprodukte auch wirtschaftlich nachhaltige Kriterien erfüllen müssen, können Anleger bereits mit kleinen Beträgen Großes für Umwelt und Klimaschutz bewirken – und vom Erfolg der Projekte profitieren. So konnten Anleger beispielsweise in die Bürgerwerke, den größten Zusammenschluss von Energiebürgern in Deutschland, investieren.

WIWIN ist stets auf der Suche nach neuen, außergewöhnlichen nachhaltigen Projekten.

Greenpicks – Eco & Upcycling Market blickt auf erfolgreiches Geschäftsjahr zurück

geschrieben von Greenpicks | 10. Oktober 2018



Köln, 23. Januar 2018 – Der Online-Marktplatz für Upcycling und nachhaltige Produkte verzeichnet das fünfte Wachstumsjahr in Folge. Greenpicks – Eco & Upcycling Market setzt seinen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit bei größtmöglicher Kundennähe. Bewusste Konsumenten stehen dabei ebenso im Mittelpunkt wie die auf der Plattform vertretenen Shop-Inhaber. „Gerade in der digitalisierten Welt sind uns der persönliche Kontakt über die verschiedenen Kommunikationskanäle und qualitativ hochwertige Informationen sehr wichtig“, sagt die Inhaberin Annette Husmann. So lassen sich ihrer Meinung nach zusätzlich zu Produktbeschreibungen und Nachhaltigkeitskriterien der Informationsgehalt und die Transparenz ökologischer und nachhaltiger Artikel optimieren. Dieser Ansatz spiegelt sich in stetig steigenden Anfragen, Beratungsleistungen und Bestellungen wider. Dank des zweisprachig ausgerichteten Online-Marktplatzes funktioniert das über Deutschlands Grenzen hinweg; von Finnland über Italien bis nach Südafrika und in die USA.

Greenpicks – Eco & Upcycling Market blickt auf erfolgreiches Geschäftsjahr zurück

„Ich bin stolz darauf, dass wir Greenpicks aus eigener Kraft – also ohne Investoren oder Sponsoren und ohne entsprechendes

Marketingbudget – im grünen Segment dauerhaft etablieren konnten. Zwar benötigt man dafür mehr Zeit und großes Durchhaltevermögen. Doch statt einen schnellen und kurzfristigen Erfolg zu erzielen, konnten wir mit dieser Strategie erfolgreich ein kleines solides und unabhängiges Unternehmen aufbauen. Und zwar ohne dem konventionellen Zwang zum Wachstum ausgesetzt zu sein.“, so die Gründerin von Greenpicks.

Ausrichtung auf suffiziente Lebensstile wird weiter ausgebaut

Das Kölner Startup-Unternehmen will sich von klassischen Wachstumsmodellen emanzipieren. Mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit und Suffizienz versteht sich Greenpicks als Pionier des Wandels. Gegründet 2012 mit der Vision, nachhaltigen Konsum zu fördern, strebt Greenpicks nun immer mehr in Richtung der Suffizienzförderung. Dieser längerfristige transformatorische Prozess wurde 2017 mit der verstärkten Ausrichtung des angebotenen Sortiments auf die Ermöglichung von suffizienten Lebensstilen zum Beispiel im Bereich der Abfall- und Plastikvermeidung eingeleitet. „Themen wie [Upcycling](#), ZeroWaste oder LowWaste und [Plastikfrei](#) leben sind schon heute Teil des Programms. Dieses werden wir um weitere Themen erweitern und somit eine klar erkennbare Ausrichtung des Angebots von Greenpicks auf suffiziente Lebensstile erreichen.“, so Husmann. Ziel von [Greenpicks](#) ist es, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass ein Lebensstil des Weniger letztlich zu einer höheren Lebensqualität führt. Das ist gut für den einzelnen und schont die Ressourcen und damit die Umwelt – eine Win-Win-Situation.

Über Greenpicks – Eco & Upcycling Market

Greenpicks – Eco & Upcycling Market ist ein international ausgerichteter zweisprachiger Online-Marktplatz für Upcycling-

Produkte, grüne, ökologische und nachhaltige Waren. Upcycling, Design und Nachhaltigkeit werden auf einer Plattform gebündelt. Gegründet wurde der Online-Marktplatz 2012 unter dem Namen "Öko- und Upcycling Markt" mit dem Ziel, ökologischen, ethischen und sozial verantwortlichen Konsum zu fördern. Verbraucher können aus einer breiten Produktpalette wählen – und das sowohl auf Deutsch wie auf Englisch. Dabei hat jeder einzelne Anbieter auf der Plattform seinen eigenen Online-Shop. Für mehr Information: www.greenpicks.de

Münchens Papiermüll- Pyramiden: 114 Millionen Papierhandtücher jährlich allein in Schulen, Kitas und Ämtern

geschrieben von Andreas | 10. Oktober 2018



Presseinformation

Köln, 10. Januar 2018: Nach dem Händewaschen in öffentlichen Waschräumen greift man meist zum Papierhandtuch. Deutschlandweit landen dadurch jährlich 66.800 Tonnen Papier im Müll.

Allein in den städtischen Einrichtungen von München werden täglich 300.000 Papierhandtücher verbraucht. Die Papiere werden nicht recycelt und gehen damit dem Papierkreislauf für immer verloren. Dabei gibt es Alternativen.

Rund 114 Millionen Papierhandtücher werden jährlich in den Dienststellen und öffentlichen Schulen und Kinderbetreuungsstellen der Stadt München verbraucht. Das geht aus dem Rahmenvertrag der Stadt für die öffentliche Beschaffung hervor.¹ Rechnet man die Waschräume in den privat geführten Restaurants, Museen und Unternehmen hinzu, werden münchenweit etwa 700 Millionen der Tücher aus den Spendern gezogen.² „Das sind 1.250 Tonnen Müll, so viel wiegen etwa 900 VW Golf“, erklärt Henning von Gagern, Direktor Professional bei Dyson.

„Die Stadt München setzt sich in vielen Bereichen vorbildlich für einen bewussten und sparsamen Umgang mit der Ressource Papier ein“, betont von Gagern. Zum Beispiel mit der aktuellen Kampagne zum Verzicht auf Einwegkaffeebecher.³ „Das Problem der Papierhandtücher wird in München wie in den meisten Städten bisher allerdings völlig unterschätzt. Dabei entsteht hier noch mehr Abfall als durch Einwegkaffeebecher“, so von Gagern.

Wegwerfhandtücher lassen sich vermeiden

Alternativen zum Papierhandtuch sind Baumwolltücher und Händetrockner. Die beste Umweltbilanz weisen sogenannte Jetstream-Händetrockner auf, wie etwa der Dyson Airblade. Diese trocknen die Hände mit einem kalten, starken Luftstrahl. Das spart nicht nur Müll. Das Umweltbundesamt hat in einer Studie herausgefunden, dass dabei auch am wenigsten klimaschädliche Gase wie CO₂ entstehen.⁴

Ein positiver Nebeneffekt: Auch finanziell weisen Jetstream-Händetrockner eine gute Bilanz auf. In weniger als einem Jahr übersteigt der Wert der im Schnitt verbrauchten Papierhandtücher die Anschaffungskosten eines Dyson Airblade

Händetrockners. Einmal installiert, verursacht der Jetstream-Trockner im Betrieb kaum Kosten.⁵

Weitere Informationen und Bildmaterial im Dyson Newsroom unter <http://www.dyson.de/presse>

1 Quelle: RIS – RatsInformationssystem der Stadt München: www.rismuenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/3782732.pdf

2 Errechnet aus dem bundesweiten Verbrauch in Relation zur Einwohnerzahl Münchens. Quelle: Euromonitor, Tissue and Hygiene Research 2017, www.euromonitor.com

3 Vgl.: www.muenchen.de/aktuell/2017-10/kampagne-abfallvermeidung-einweg-kafeebecher.html

4 Umweltbundesamt (UBA), Texte 33/2014, Vereinfachte Umweltbewertungen des Umweltbundesamtes (VERUM 1.0)

5 Siehe www.dyson.de/calcs

Über Dyson:

Das Technologie- und Erfinderunternehmen Dyson hat es sich zur Aufgabe gemacht, Produkte des täglichen Lebens durch neue Ideen zu verbessern. Ziel ist, das Wohlbefinden mit intelligenten Produkten zu steigern. Seit seinen Anfängen mit Zyklonstaubsaugern hat sich das Portfolio von Dyson erheblich erweitert. Für die Produktkategorien Händetrockner, Leuchten und Raumklima für Unternehmen ist der Businessbereich von Dyson zuständig.

Bei Rückfragen und für weitere Informationen wenden Sie sich gerne an:

Dyson Unternehmenskommunikation

Daniele Müller • 0221/ 50 600 – 148 •

Dyson GmbH • Lichtstraße 43e • 50825 Köln • Fax: 0221/50 600 – 190

Partner

Ahnen&Enkel, Agentur für Kommunikation
Mariannenstraße 9-10
10999 Berlin
0176 24569084 / 030 39105133
weller@ahnenenkel.com
www.ahnenenkel.com

Weniger ist Mehrweg

geschrieben von Michaela Schmitz | 10. Oktober 2018



KUFSTEIN unlimited ist ein Pop & Rockfestival mitten in Kufstein. Auf vier Bühnen gibt es drei Tage lang feinste Live-Musik von über 50 Bands. Der Eintritt ist für alle Konzerte frei, nur für den Hauptact (am Samstag am Fischergries) werden Tickets verkauft. Mit deiner Hilfe möchten wir das Festival ein klein wenig umweltfreundlicher machen und auf ein Mehrwegbecher-System umstellen. Nachdem das gesamte Festival von Sponsoren und mit öffentlichem Geld finanziert wird, ist das Budget sehr knapp. Für Mehrwegbecher reicht es leider nicht mehr. Daher wenden wir uns an dich – gemeinsam können wir es schaffen! Wir haben ein Unternehmen ausfindig gemacht, das uns die nötige Anzahl an Mehrwegbechern für das Festival vermietet. Wir rechnen mit ca 20 – 30tausend Besucher an den drei Tagen. Das bedeutet, dass wir zusätzlich mindestens EUR 8.000,- benötigen, auf ein Mehrwegbecher-System umstellen zu können. Und du kannst uns dabei helfen.

„Grüne Transformation nicht nur in Grünen Berufen“

geschrieben von Andreas | 10. Oktober 2018

PM: Studie „Greening Berufe / Nachhaltige Arbeitswelt“

Berlin, 13.02.2017: Eine UnternehmensGrün-Studie zeigt bei Unternehmen wie der Deutschen Bahn AG und Schneider Electric, welche neuen Anforderungen die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit für Mitarbeitende mit sich bringt. „Greening“ geht längst weit über den Kreis von klassischen Bio-Anbietern und Umwelttechnik-Firmen hinaus. Die notwendigen Kenntnisse müssten viel stärker in Berufsbildung und -orientierung verankert werden, fordern die Firmen.

Das so genannte „Greening“ der Wirtschaft geht weit über klassische Unternehmen in der Umweltbranche hinaus. „Nicht nur Anbieter von Biolebensmitteln oder umweltorientierte Tourismusanbieter fragen Kenntnisse über allgemeine und berufsspezifische ökologische Zusammenhänge nach“, erklärt Dr. Katharina Reuter, Mitautorin der Studie und Geschäftsführerin von UnternehmensGrün, dem Bundesverband der grünen Wirtschaft. Auch im verarbeitenden Gewerbe (Baubranche, Elektroausrüster, Logistik) seien diese Qualifikationen inzwischen hoch gefragt.

Reuter stützt sich dabei auf das Ergebnis der Studie „Greening der Berufe und nachhaltige Arbeitswelt: Auf dem Weg zu einer kohlenstoffarmen und ressourceneffizienten Wirtschaft“ von UnternehmensGrün im Rahmen des Projektes „mach Grün! Berufe entdecken und gestalten“. Für die qualitative Erhebung dieser Studie“ wurden 20 mittlere und Großunternehmen ab Abteilungsleitungs-Ebene befragt. Unter den Großunternehmen

sind die Deutsche Bahn (300.000 Mitarbeitende), Schneider Electric (rund 170.000 Mitarbeitende weltweit), die dm-Drogeriemärkte (55.000 Mitarbeitende), die ebm-papst-Gruppe (13.000 Mitarbeitende) und die Berliner Wasserbetriebe (4.430 Mitarbeitende). Mittlere Unternehmen sind etwa die Hauser Exkursionen, Ulrich Walter GmbH und das Ökodorf Brodowin.

Key Points:

- Zunehmend mehr Unternehmen betreiben „Greening“ von innen heraus – auch in konventionellen Branchen
- Treiber sind oft junge Mitarbeitende und engagierte Chef*innen
- Grünes Wissen ist zu wenig in den (berufsbildenden) Lehrplänen vertreten
- Mathematisch-technische Qualifikationen sind auch rund um Nachhaltigkeit stark gefragt
- Für die Berufsorientierung bietet das „Greening“ neue Ansätze zur Nachwuchsgewinnung

Sowohl die Entscheider*innen in Unternehmen, die umweltrelevante Dienstleistungen anbieten, als auch die übrigen Unternehmen geben dabei an, dass ein grünes Bewusstsein (green awareness) zentral für die Gestaltung von Prozessen und Produkten ist.

„Nicht nachhaltige Produkte und Dienstleistungen haben in Unternehmen langfristig einfach keine Chance mehr. Umweltthemen und Gerechtigkeitsfragen müssen hier von Anfang an bedacht werden“, so Reuter. Dabei spielt die Größe des Unternehmens keine Rolle. Im Rahmen der Umsetzung einer grünen Transformation setzen die Betriebe auf Maßnahmen, die sehr stark in der Unternehmensstruktur verankert sind. Die Unternehmen streben an, dass sich die Mitarbeiterinnen aktiv in den Transformationsprozess einbringen und ihn mitgestalten.

Neben einer umweltorientierten Haltung ist dabei aber auch konkretes Wissen um ökologische Prozesse gefragt: „Hier kommen auch naturwissenschaftliche Kenntnisse und grüne (nachhaltige)

Schlüsselkompetenzen zum Tragen“, erklärt Reuter. Solche Qualifikationen würden in den herkömmlichen Berufsausbildungen meist nicht vermittelt. Die Ausbildungspläne der berufsbildenden Schulen sind Ländersache. Die Kultusministerkonferenz hat bereits gefordert, dass Nachhaltigkeitsthemen in den Lehrplänen berücksichtigt werden sollten.

Doch es sollte schon vorher angesetzt werden. Vielen Jugendlichen vor der Ausbildungsentscheidung, aber auch Lehrpersonal, Berufsberatende oder Eltern, die die Berufswahl mitbeeinflussen, ist das „Greening der Berufe“ nicht bewusst. Die Studie ermöglicht auch ihnen, sich über die veränderten Anforderungen und Chancen, Nachhaltigkeit in der Arbeitswelt mitzugestalten, zu informieren.

Einordnung der interviewten Unternehmen

Unter „Greening“ fasst die Studie die Umstellung von Produkten und Prozessen Richtung Nachhaltigkeit. Mit leitfadengestützten Interviews wurden 20 Unternehmen auf Leitungsebene befragt. Neun der einbezogenen Unternehmen sind Großbetriebe mit mehr als 250 Mitarbeitenden, neun Unternehmen haben zwischen 11 bis 249

Mitarbeitende (mittelgroße und kleine Unternehmen) und zwei Unternehmen gehören der Kategorie Kleinstunternehmen mit bis zu 10 Mitarbeitenden an. Die Interview-Partner*innen waren Geschäftsführer*innen und bei den größeren Unternehmen Entscheider*innen im Bereich Personal oder Kommunikation.

Nachhaltigkeit aus Sicht der Unternehmen

Die Auswertung der Interviews unterstreicht, dass sich die Unternehmen auf den Weg zu einer emissionsärmeren und ressourceneffizienteren Wirtschaftsweise gemacht haben. Die befragten Unternehmen betonen überwiegend, dass auch ein schrittweises Greening auf Unternehmensebene ein ganzheitliches Herangehen erfordert. Der

Transformationsprozess im Unternehmen wird durch eine Ausweitung umwelt-, klima- und ressourcenschonender Produkte, Technologien und Dienstleistungen charakterisiert. Dies erfolgt sowohl bei der Umgestaltung des Produktportfolios durch Verbesserung der Produktionsverfahren und -technologien sowie durch Energie-, Ressourcen- und Materialeffizienz als auch durch Einsetzen von Recyclingverfahren, Forschung bzw. durch Wechsel auf nachhaltige Alternativen. Optimierungspotenziale sehen die Unternehmen im Bereich der Energieeffizienz mit Blick auf die Kernprozesse (Produktionsprozesse) und Support-Prozesse sowie Gebäude.

Wichtige Eckpunkte auf dem Weg zu einer Green Economy sind Forschung und Entwicklung in den Unternehmen. Insbesondere Unternehmen aus dem verarbeitenden Gewerbe investierten in den letzten Jahren sehr stark in innovative Zukunftstechnologien und Produkte.

Schwerpunkte der Unternehmen im Rahmen des Greening-Prozesses

Die Unternehmen setzen beim Greening überwiegend auf die Verbesserung der internen Prozesse sowie die Energie- und Materialbereitstellung. „Hier haben sie unmittelbaren Einfluss, ohne ihre Produkte oder Services verändern zu müssen“, erläutert Susanne Graf, Projektleiterin und Mitautorin der Studie. Außerdem sind diese Einflussnahmen oft kosteneffizient. „Es ist zwar nicht so, dass sich beispielsweise eine neue Energieversorgung für die Unternehmen direkt rechnet. In der Industrie werden Investitionen oft an Amortisationszeiten deutlich unter fünf Jahren gemessen. Das leisten viele Umweltinvestitionen nicht. Aber wenn die Mitarbeitenden es einfordern und das Management offen ist, dann nehmen Unternehmen die notwendigen Investitionen dennoch vor. Denn sie wissen: Mittelfristig amortisieren sich die Investitionen doch und sie helfen, das Unternehmen zukunftssicher aufzustellen“, so Graf.

Energieeffizienz

- Erhöhung der Energieversorgung aus regenerativen Energien
- Wärmeübertragung
- Wärmerückgewinnung
- Produktionstechnologie und -logistik

Material-effizienz

- Werkstoffe
- Bearbeitungstechnologien

Ressourceneffizienz

Emissionsreduzierung

- Kreislaufwirtschaft/ Abfallmanagement/ Recycling
- Reduzierung des Verbrauchs der Umweltmedien, wie Wasser
- Nachhaltige Mobilität

Prozesseffizienz

- Digitalisierung der Produktion/ Industrie 4.0
- Automatisierte Produktion
- Neue Werkstoffe und Fertigungsverfahren
- Ressourcen- und energieeffiziente Prozesse
- Qualitätsmanagement

Hindernisse der Transformation

Die Unternehmen wurden auch dazu befragt, welche Hindernisse einer weitergehenden Transformation im Wege stehen.

Dabei werden oft genannt:

- Kostenfaktoren
- Lobbyeinflüsse und Marktgestaltung durch Lobbys
- Fehlendes Wissen der Mitarbeitenden und Unternehmen

Welche Kenntnisse sind gefragt?

Neben den fachlichen Qualifikationen suchen die Unternehmen vor allem Mitarbeitende, die auch ökologisch motiviert sind. Gefragt sind auch Auszubildende, die sich mit dem Unternehmen identifizieren, die über den eigenen Tellerrand hinausschauen, und mit anderen Menschen, sei es mit dem Kollegium oder der Kundschaft, zusammenarbeiten und gut kommunizieren können.

Neben diesen generellen Skills setzen aber gerade die

technischen Unternehmen bei der Auswahl vor allem auf branchenspezifische Fachkenntnisse. „Nur Umwelt reicht natürlich nicht“, erklärt Reuter.

Hintergrund

Die Studie „Greening der Berufe und nachhaltige Arbeitswelt: Auf dem Weg zu einer kohlenstoffarmen und ressourceneffizienten Wirtschaft“ wurde von UnternehmensGrün im Rahmen von „mach Grün! Berufe entdecken und gestalten“ erstellt. In diesem Projekt werden Jugendliche zwischen 14 und 25 Jahren mit innovativen außerschulischen Angeboten unterstützt, ihre persönliche grüne Berufsperspektive zu entwickeln. Die Studie liefert dafür hilfreiche Systematiken und konkrete Praxisbeispiele. Im Zentrum dieses Verbundprojektes stehen mehrtägige, lebensweltnahe Berufsorientierungs-Camps in Berlin, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein, die Arbeitsbereiche wie z.B. Mobilität und Stadtentwicklung, Wald- und Forstwirtschaft, Erneuerbare Energien, Hausbau und Kunststoffindustrie zum Thema haben.

„mach Grün!“ wird gemeinsam umgesetzt von LIFE Bildung-Umwelt-Chancengleichheit e.V.; Frauennetzwerk zur Arbeitssituation e.V.; VSB gGmbH und UnternehmensGrün e.V., der Bundesverband der grünen Wirtschaft. Es wird im Rahmen des ESF-Bundesprogramms „Berufsbildung für nachhaltige Entwicklung befördern. Über grüne Schlüsselkompetenzen zu klima- und ressourcenschonendem Handeln im Beruf – BBNE“ durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

Die vollständige Studie finden Sie unter:
http://machgruen.de/wpcontent/uploads/2017/02/Studie_Greening-der-Berufe.pdf

Kontakt zu den Autorinnen:

UnternehmensGrün e.V., Bundesverband der grünen Wirtschaft
www.unternehmensgruen.de

Unterbaumstr. 4, 10117 Berlin, +49 (0) 30 325 99 683
Dr. Katharina Reuter, Geschäftsführerin,
reuter@unternehmensgruen.de
Susanne Graf, Projektleitung, graf@unternehmensgruen.de

Pressekontakt:

Kai Weller
Agentur Ahnen&Enkel
+49 (0) 176-24569084
weller@ahnenenkel.com

Pressemitteilung Eco in the Paper Moods – The Product Design Issue by Geese Papier Geese Papier präsentiert in einem Mix aus Magazin und Musterbuch inspirierende Menschen und ihr kreatives Arbeiten auf Recyclingpapier

geschrieben von Andreas | 10. Oktober 2018
Pressemitteilung

**Eco in the Paper Moods – The Product Design Issue by Geese
Papier**

**Geese Papier präsentiert in einem Mix aus Magazin und
Musterbuch inspirierende Menschen und ihr kreatives Arbeiten**

auf Recyclingpapier

Henstedt-Ulzburg, Oktober 2016. Paper Moods zeigt Geschichten vom kreativen Arbeiten, von Visionen und ihrer Umsetzung. In Interviews, Studiobesuchen und Fotostrecken werden die gestalterischen Prozesse ausgewählter Protagonisten in persönlichen Geschichten und Bildern dokumentiert. Alle diese Dinge haben immer etwas mit Papier zu tun und bilden die Grundlage für dieses Konzept einer Druckmusterbuch-Reihe.

Für „The Product Design Issue“ von Paper Moods wurden sechs Produktdesigner besucht, die Einblicke in ihre Arbeit gaben. Das Besondere diesmal: das gesamte Druckerzeugnis ist ausgezeichnet mit dem Umweltsiegel „Blauen Engel“. Angefangen von den drei Recyclingpapieren Creative Print, Everprint premium und Kreativkarton über den Druck bis hin zum Buchbinder. Diese „Paper Moods“ zeigt, dass sehr gute Druckergebnisse auch nachhaltig zu erzielen sind. Die Informationen, welche Grammatur, Färbung und Volumen der Papiere jeweils eingesetzt wurden, findet man auf jeder der 104 Seiten des Magazins sowie im Bonusheft.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Entstanden ist ein Musterbuch der besonderen Art, das auf fiktive Inhalte verzichtet und lieber wahre Geschichten erzählt. Abgerundet durch ein farbiges Bonusheft in dem alle eingesetzten Eco-Papiere, der Hersteller Koehler und Geese Papier selbst genauer vorgestellt werden.

Creative Print wird in Deutschland aus 100 % Altpapier hergestellt. Es besticht mit seiner Haptik, hohem 1,40-fachem Volumen und sehr guter Opazität. Prägungen und andere Veredelungen liebt es genauso wie Fotos und andere farbige Abbildungen. Creative Print gibt es von 90 – 350 g/m².

Kreativkarton ist ein durchgefärbter Recyclingkarton „Made in Germany“ mit brillanten, leuchtenden Farben. Sein schön matter Griff, eine individuelle Oberfläche, die große Auswahl an Farbtönen und drei praktische Grammaturen machen ihn zu einem tollen Begleiter vieler Ideen. Seine Nachhaltigkeit wird durch

das Umweltsiegel „Blauer Engel“ garantiert.

Everprint Premium ist ein Premium-Recyclingpapier, das fühlbares Volumen und angenehme Haptik mit bester Bedruckbarkeit verbindet. Ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis mit dem einen nicht minder guten nachhaltigen Background. Aus 106 kg Altpapier werden 100 kg Everprint premium was mit dem Umweltsiegel „Blauer Engel“ belohnt wird. Die Grammaturen von 90 – 300 g/m² machen es zu einem kompletten Corporate Paper.

PAPER MOODS – The Product Design Issue – entstand in Zusammenarbeit mit Studio MAVEN, Berlin und kann kostenlos über wolf@geese.de angefordert werden.

Details zur Produktion:

Paper Moods – The Product Design Issue ist vom Papier über den Druck bis hin zur Verarbeitung mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Das Cover wurde mit einer Blindprägung versehen.

Druck:

DBM Druckhaus Berlin-Mitte GmbH

Bildbearbeitung

Edelweiss Publish, Alexander Langenhagen

Buchbinder

Reinhart & Wasser

Kontakt

Ernst A. Geese GmbH

Emmy-Noether-Straße 2-4

24558 Henstedt-Ulzburg

Telefon 04193 88207 0

Fax 04193 88207 90

info@geese.de

Pressekontakt

Marketing Partnership:

Markus Galla

Telefon 089 66616241

Fax 089 66616242

mg@markusgalla.de

Über Geese Papier

Geese Papier ist seit 65 Jahren der Spezialist für Natur- und Recyclingpapiere. Das Papiergroßhandelsunternehmen ist inhabergeführt, nachhaltig und kompetent

München liebt das Radl: So bunt war der 1. Münchner Radl-KULT der Radlhauptstadt München

geschrieben von Green_City | 10. Oktober 2018

Wie kreativ und vielfältig die Münchner Radlszene ist, erlebten Fahrrad-Fans beim 1. Münchner RadlKULT vom 26. bis 28. August 2016 im Kreativquartier am Leonrodplatz. Von Freitag- bis Sonntagabend feierten verschiedene lokale Fahrradakteure auf Einladung der Radlhauptstadt gemeinsam mit den Münchnerinnen und Münchnern, was sie verbindet: Die Liebe zum Radl. Von Miniradrennbahn, Bikepolo-Turnier und Lastenrad-Parcours über Do-it-Yourself-Workshops und Rikscha-Kaffee-Lounge bis zu Radl-Disko, dem International Cycling Film Festival und vielem mehr war für alle Radlfans etwas geboten.

„Wir freuen uns sehr, dass so viele Münchnerinnen und Münchner unserer Einladung gefolgt sind. Sie bewiesen mal wieder, wie groß die Begeisterung für das Radl in unserer Stadt ist. Außerdem bedanken wir uns bei allen Akteuren der Fahrradszene, die den 1. Münchner RadlKULT zu einer gelungenen Veranstaltung

dieses Radlsommers gemacht haben. Sie alle leisten einen unschätzbaren Beitrag für München auf dem Weg zur Radlhauptstadt.“, erklärt Wigand von Sassen, Projektleiter der Initiative Radlhauptstadt München.

So drehte sich von Freitag bis Sonntagabend im Kreativquartier am Leonrodplatz alles rund ums Radl. Folgendes Programm erwartete die Besucherinnen und Besucher:

Freitag, 26. August, ab 21:00 Uhr

Los ging es am Freitagabend mit dem Screening des Dokumentarfilms „Cyclique“ in Kooperation mit dem DOK.fest, bei dem die Besucherinnen und Besucher in die Welt der Fahrradkuriere in Lausanne eintauchen konnten.

Samstag, 27. August, 14:00 bis 20:00 Uhr und Sonntag, 28. August, 11:00 bis 18:00 Uhr

An beiden Tagen erlebten die Besucherinnen und Besucher ein sportliches Programm. Auf einer Miniradrennbahn konnten sie ihre Rennradfähigkeiten testen oder im Parcours Einräder, Lastenräder (www.freie-lastenradler.de), Hochräder und Räder mit invertierter Lenkung (beides Bikekitchen Augsburg) ausprobieren. Beim zweitägigen Bikepolo-Turnier der Vereine aus München, Nürnberg, Ulm, Ingolstadt, Regensburg und Augsburg zeigten die Profis, was sie können. Wer den ausgefallenen Sport selbst einmal ausprobieren wollte, hatte hierzu am Sonntag die Gelegenheit.

Beim Schnell-Klapp-Cup konnten Falträder (Transpedal) nicht nur um die Wette gefaltet, sondern auch getestet werden. Die Akteure der Bikekitchen München luden zum Lanzenkampf auf dem Rad, auf der Transpedal-Rallye konnten Radlfans München aus der Perspektive eines Radlkuriers entdecken und natürlich war auch für die kleinsten Radler etwas geboten: Sie konnten auf dem Lauf- und Kinderradparcours von TrailXperience üben.

Wie künstlerisch und kreativ das Thema Fahrrad interpretiert werden kann, bewiesen folgende Aktionen: Der Radlbasischweißte Kunst aus Schrott, Detlef Schmitz (Werkbox3) baute

mit Kindern Windräder aus alten Fahrradteilen, Samstag Rad gestaltete ein Vintage-Rad neu, BAM Original baute ein Rad aus Bambus, die Clean-Your-Bike-Radwaschanlage reinigte mit-gebrachte Räder und die Bikekitchens aus München und Augsburg halfen bei kleinen Rad-Reparaturen und boten Plattenflickkurse an. In der Kaffee-Rikscha-Lounge konnten sich die Besucherinnen und Besucher entspannen oder in der Waldperlacher Tauschrikscha ihre mit-gebrachten Bücher tauschen. Außerdem gab es eine Lesung aus der Welt der Kuriere, Shows von Biketrial Munich und ein Tattoo-Studio für Fahrräder.

Im Waschraum erwartete die Besucherinnen und Besucher eine Ausstellung mit Rädern des Künstlers Christopher Lewis (Samstag Rad) und Fotografien von Colin Stewart sowie Kurzfilme unterschiedlicher Künstler.

Abendprogramm am Samstag, 27. August, ab 19:00 Uhr

Abends läutete ein Empfang in der Ausstellung mit Fotograf Colin Stewart und Christopher Lewis (Samstag Rad) das Abendprogramm ein. Im Anschluss folgte das Kurzfilmspecial des International Cycling Film Festival in der Mucca-Halle. Ab 22:30 Uhr startete die Morgen-welt-Fahrraddisco mit DJ Amré Ibrahim aka FOLLOW THE WHITE RABBIT im Import Export.

Zusatzprogramm am Sonntag, 28. August, 11:00 bis 18:00 Uhr

Im Dirtpark des Tretlager e.V. in der Fideliostraße 153 zeigten BMXer und Dirtbiker ihr Können.

Der Besuch auf dem Radkulturfestival der Radlhauptstadt München ist kostenlos.

Weitere Informationen zum Programm stehen auf www.radlhauptstadt.de/radlkult

Mit Engel, ohne Plastik

geschrieben von Bettina Reinemann | 10. Oktober 2018

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
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 >

www.oekom.de >

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. >

Seit über 30 Jahren der Natur auf der Spur

geschrieben von AUR0 | 10. Oktober 2018



Der ökologische Farbenhersteller AURO bietet Rohstoffkonzept für ein Leben nach dem Erdöl

Braunschweig, Juli 2014 – **Die Chemie-Grundstoffe der Zukunft sind in großem Artenreichtum in unserer Biosphäre vorhanden: die Pflanzen. Die heutige Chemie und damit der Produkte besteht im Wesentlichen aus dem nicht erneuerbaren Rohstoff Erdöl. Ebenso wie die Energieversorgung kann sie langfristig nur auf erneuerbaren Ressourcen aufbauen. AURO setzt bereits seit 30 Jahren bei der Herstellung seiner Farb- Pflege- und Reinigungsprodukte auf die Vielfalt und die chemische Leistungsfähigkeit der Pflanzenstoffe. Das Braunschweiger Unternehmen zeigt schon heute, wie die Zukunft der Farbchemie ohne Erdöl aussehen kann und setzt damit ein klares Zeichen: Produkte, die aus Rohstoffen pflanzlichen und mineralischen Ursprungs stammen, so schonend wie möglich herzustellen. Anstrichfarben, sowie Pflege- und Reinigungsmittel entstehen dabei auf höchstem technischen Niveau.**

Die Pflanze als Chemiefabrik

Pflanzen bieten eine unermessliche Vielfalt von Grundstoffen zur Farbherstellung, die alle vollständig biologisch abbaubar sind. „Jede einzelne Pflanze stellt eine hoch effiziente Chemiefabrik dar, die ihre Produkte völlig abfallfrei herstellt“, erklärt Dr. Hermann Fischer, AURO-Gründer. Pflanzen lassen sich vielfältig nutzen. Aus Stängeln wird Zellulose gewonnen, aus Blättern Farbstoffe, Wachse von Blattoberflächen, Fette und Eiweiße aus Früchten und Duftstoffe genauso wie Harze aus Blüten. Tausende von

Pflanzenarten bilden die Basis für die Erzeugung von Hunderttausenden verschiedener Stoffe.

„Die klassische Chemie muss sich ebenso wie der Energie- und Verkehrssektor umstellen. Die Erkenntnis, dass die Erdölvorräte in absehbarer Zeit unweigerlich zur Neige gehen, kommt bei den Menschen immer mehr an“, erläutert Hermann Fischer. „AURO setzt sich aktiv dafür ein, das Öl zu verlassen, bevor es uns verlässt“, so Fischer.

Die Gebrauchssicherheit

Besonders im Bau- Wohn- und Lebensbereich finden die auf natürlichen Rohstoffen basierenden Produkte immer stärker Verwendung. Ihre Anwendung ist für den Menschen und für die Umwelt sicher und unbedenklich. Mit den eingesetzten Ölen aus kontrolliert biologischen Anbau (kbA) wird der Weg pflanzlicher Grundstoffe fortgesetzt. Ebenso gibt es keine Anreicherung von Folgeprodukten in Wasser, Boden und Luft. Gesundheitsrisiken, wie die durch Biozide in Holzschutzmitteln bekannten – bestehen nicht. Für eine höchstmögliche Transparenz sorgt die lückenlose Volldeklaration aller Inhaltsstoffe auf den Produktetiketten.

Die Entsorgungssicherheit

Pflanzliche und mineralische Grundstoffe sind vollständig biologisch abbaubar. Nach Gebrauch können alle AURO-Produkte ohne Belastung für die Umwelt eingetrocknet und in den Kompost gegeben werden. So kehren sie in den natürlichen Stoffkreislauf zurück. Überdies stellt eine Pflanze ihre „Produkte“ völlig abfallfrei her. Umwelt- und Gesundheitsrisiken, hohe Kosten sowie Lagerprobleme existieren bei der Entsorgung von Naturfarben nicht.

Die Nutzensicherheit

AURO steht für hochwertige Qualität. Technologisch sind die Produkte stets auf dem neuesten Stand: Die Holzlasur wird zum

Beispiel ganz ohne Lösemittel hergestellt, Böden müssen einmal statt mehrfach behandelt werden und Wandfarben lassen das Mauerwerk (wieder) atmen. Vielen Produkten wurde die hohe Qualität durch diverse Qualitätssiegel bestätigt.

Die Farbsicherheit

Die Wandfarben, Lacke und Lasuren aus natürlichen Rohstoffen lassen sich für die individuelle Wandgestaltung in zahlreichen Nuancen abtönen. Anhand des AUR0-Farbtonblocks mit Originalaufstrichen kann man unter hunderten Farbtönen wählen. Sie lassen sich einfach mit weißer Farbe und dem gewünschten Vollton oder auch untereinander mischen.

Weitere Informationen zu AUR0 und seinen Produkten unter www.auro.de

Über AUR0

Das Unternehmen AUR0 wurde 1983 als GmbH gegründet und 1998 in die AUR0 Pflanzenchemie AG umgewandelt. Der Hauptsitz der Aktiengesellschaft ist Braunschweig. AUR0 ist konsequenter Vorreiter im Bereich ökologische Naturfarben, Holzpfl ege und Reinigungsprodukte. Die aus Naturstoffen hergestellten Farben, Lacke, Lasuren, Öle, Wachse, Reinigungs- und Pflegemittel sind leistungsstark und nachhaltiger als nahezu alle konventionellen Produkte am Markt. Alle Inhaltsstoffe werden für den Verbraucher lückenlos deklariert. Produziert wird am Standort Deutschland. Alle Produkte sind im Inland in über 700 Fachgeschäften erhältlich. Der Export erfolgt ins europäische Ausland sowie nach Nordamerika, Asien und Australien. Zahlreiche Auszeichnungen und Umweltpreise sowie die Zertifizierung „CO2-neutrales Unternehmen“ als erster Farbenhersteller durch die Climate Neutral Group bestätigen das Engagement der Firma AUR0.