

**CREATIVES
FOR FUTURE**

WAS WIR TUN

SOCIAL MEDIA KAMPAGNE

AUFRUF ZUM STREIK

Seit 2019 rufen wir über Instagram Freelancer:innen und Agenturen auf Haltung zu zeigen und am internationalen Klimastreik teilzunehmen.

<https://www.klima-streik.org/>

Foto: CC BY SA 4.0 Markus Spiske



KAMPAGNE MIT PSYCHOLOGISTS4F

DASKANNST DUTUN.DE

daskannstdutun.de

Mitwirkende: Daniela Gaulrapp, Nadin
Heinke, Jasmin Scharrer, Ingo Steinke,
Carina Ortel

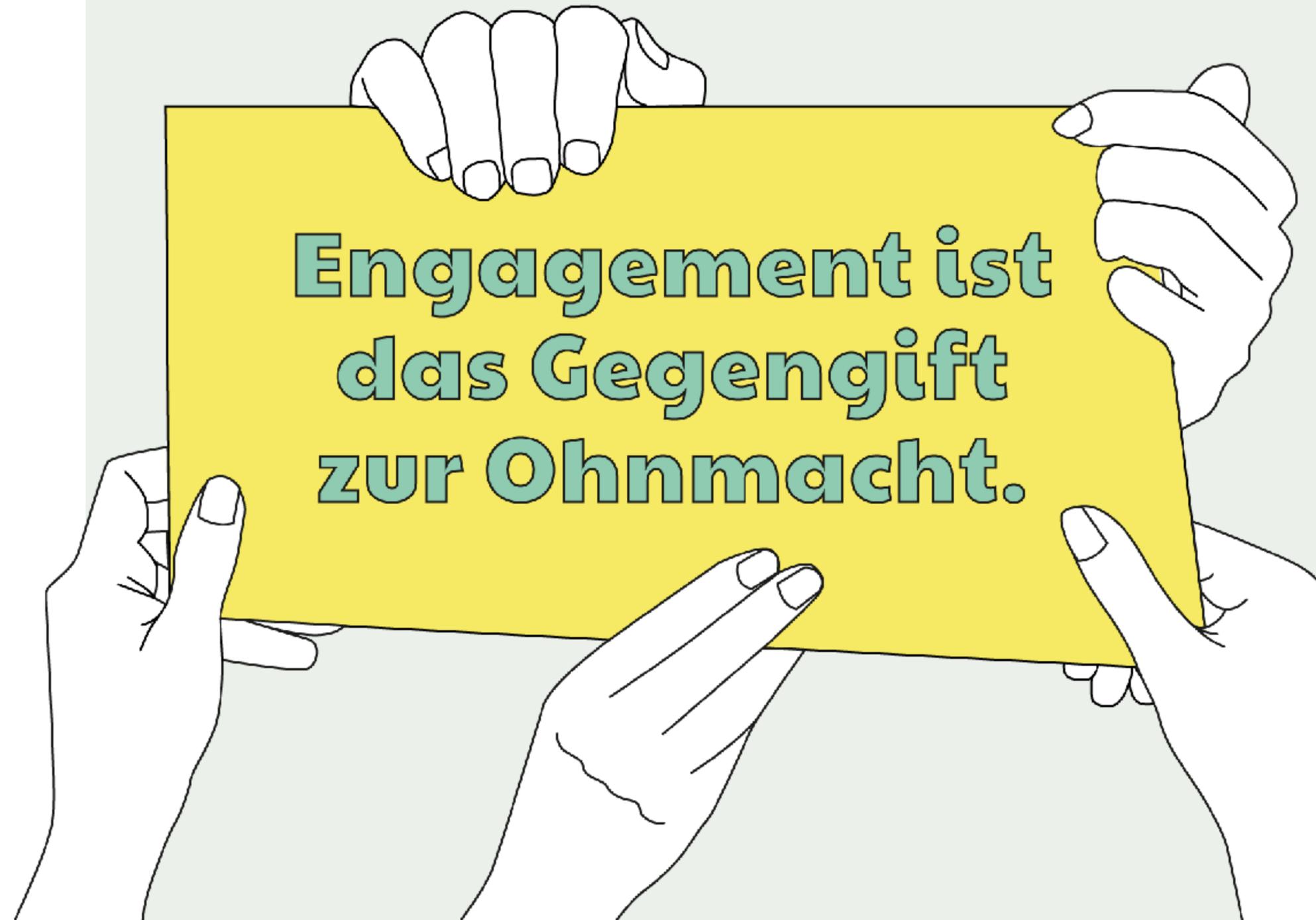


KAMPAGNE MIT PSYCHOLOGISTS4F

DASKANNST DUTUN.DE

daskannstdutun.de

Mitwirkende: Daniela Gaulrapp, Nadin
Heinke, Jasmin Scharrer, Ingo Steinke,
Carina Ortel



KAMPAGNE MIT PSYCHOLOGISTS4F

DASKANNST DUTUN.DE

daskannstdutun.de

Mitwirkende: Daniela Gaulrapp, Nadin
Heinke, Jasmin Scharrer, Ingo Steinke,
Carina Ortel

selbstwirksamkeit
erleben

Achtsamkeit
üben

sich austauschen

sich bewusst
werden

EIGENE WERTE
REFLEKTIEREN

STÄRKEN
FINDEN

GROSSE HEBEL
NUTZEN

Balance finden

KAMPAGNE MIT SCIENTISTS4F

ZUKUNFTS- BILDER

Die Zukunft steht nicht fest, sie ist gestaltbar. Aber dafür brauchen wir konkrete Bilder und Ziele, die uns beflügeln. Wir stellen hier vier Zukunftsbilder vor, die Expert:innen von den Scientists For Future und aus anderen For-Future-Gruppen für das Leben in Deutschland im Jahr 2040 entwickelt haben.

[zukunftsbilder.net](https://www.zukunftsbilder.net)

Mitwirkende: David Steinhard und viele
Illustrator*innen



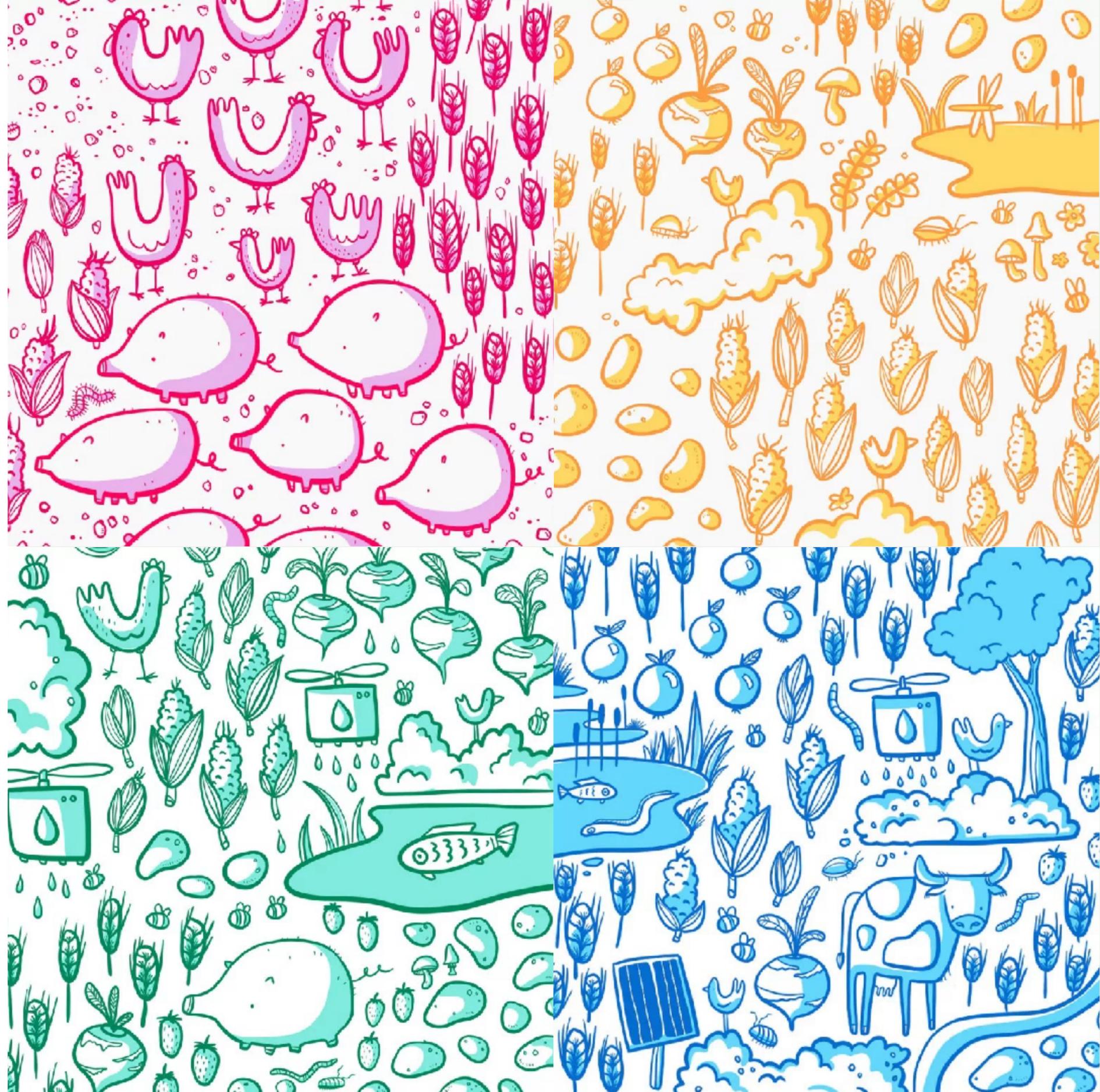
KAMPAGNE MIT SCIENTISTS4F

ZUKUNFTS- BILDER

Nur das Szenario „**Langsam**“, in dem der Mut zu Veränderungen fehlt, ist nicht positiv. In den anderen drei Zukunftsbildern („**Fokussiert**“, „**Groß**“ und „**Graswurzel**“) gelingt es auf unterschiedlichen Wegen, die Klimaziele zu erreichen, den Artenschwund zu bremsen und ein gutes Leben für alle zu ermöglichen.

zukunfts bilder.net

Mitwirkende: David Steinhard und viele
Illustrator*innen



KAMPAGNE MIT OMAS FOR FUTURE

ZUKUNFTS QUIZ

zukunftsquiz.de

Mitwirkende: Magnus Rembold, Marc Vilandrich, Gerrit Schuster



← zurück Menü ☰

DeinUsername Unsere Natur AnderePerson

Was glaubst Du, um wie viel Prozent die Anzahl der Fluginsekten seit 1995 gesunken ist?

1%
2%
8%
16%

✓ ✗ ✓ **Runde 1** ✓ ✓ ✓
Mein Wohlbefinden

✗ ✓ ✓ **Runde 2** ✓ ✓ ✓
Mein Zuhause

✓ ✗ ✗ **Runde 3** ✗ ✗ ✗
Unsere Natur

○ ○ ○ **Runde 4** ○ ○ ○

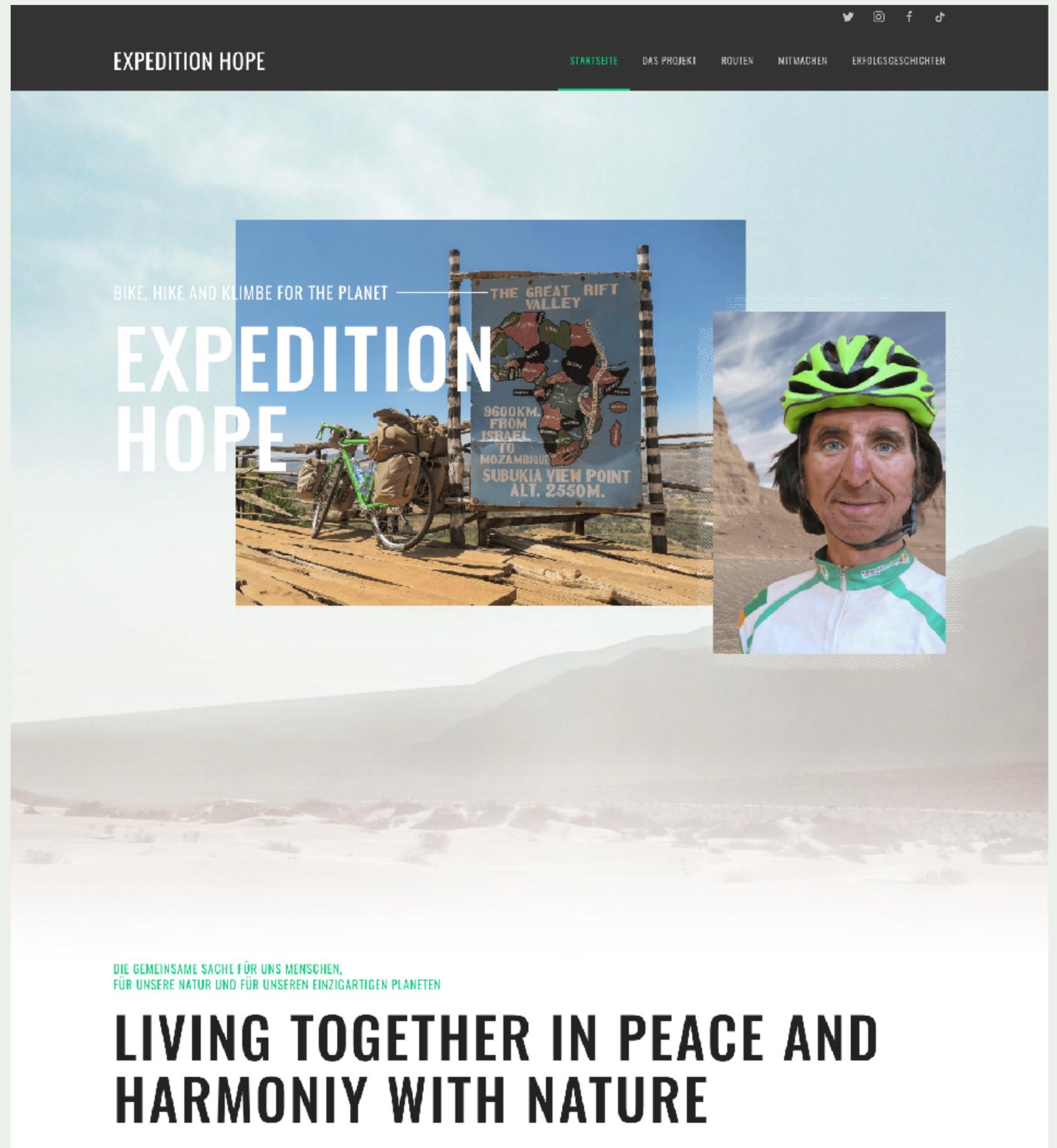
○ ○ ○ **Runde 5** ○ ○ ○

WEBSITE

EXPEDITION HOPE

<https://expedition-hope.earth/>

Mitwirkende: Stefan Bergmeier, Marc Vilandrich, Sascha Toussaine // Creatives for Future



WEBSITE

EXPEDITION HOPE

<https://expedition-hope.earth/>

Mitwirkende: Stefan Bergmeier, Marc
Vilandrich, Sascha Toussaine // Creatives
for Future



INFORMATIONSDSIGN

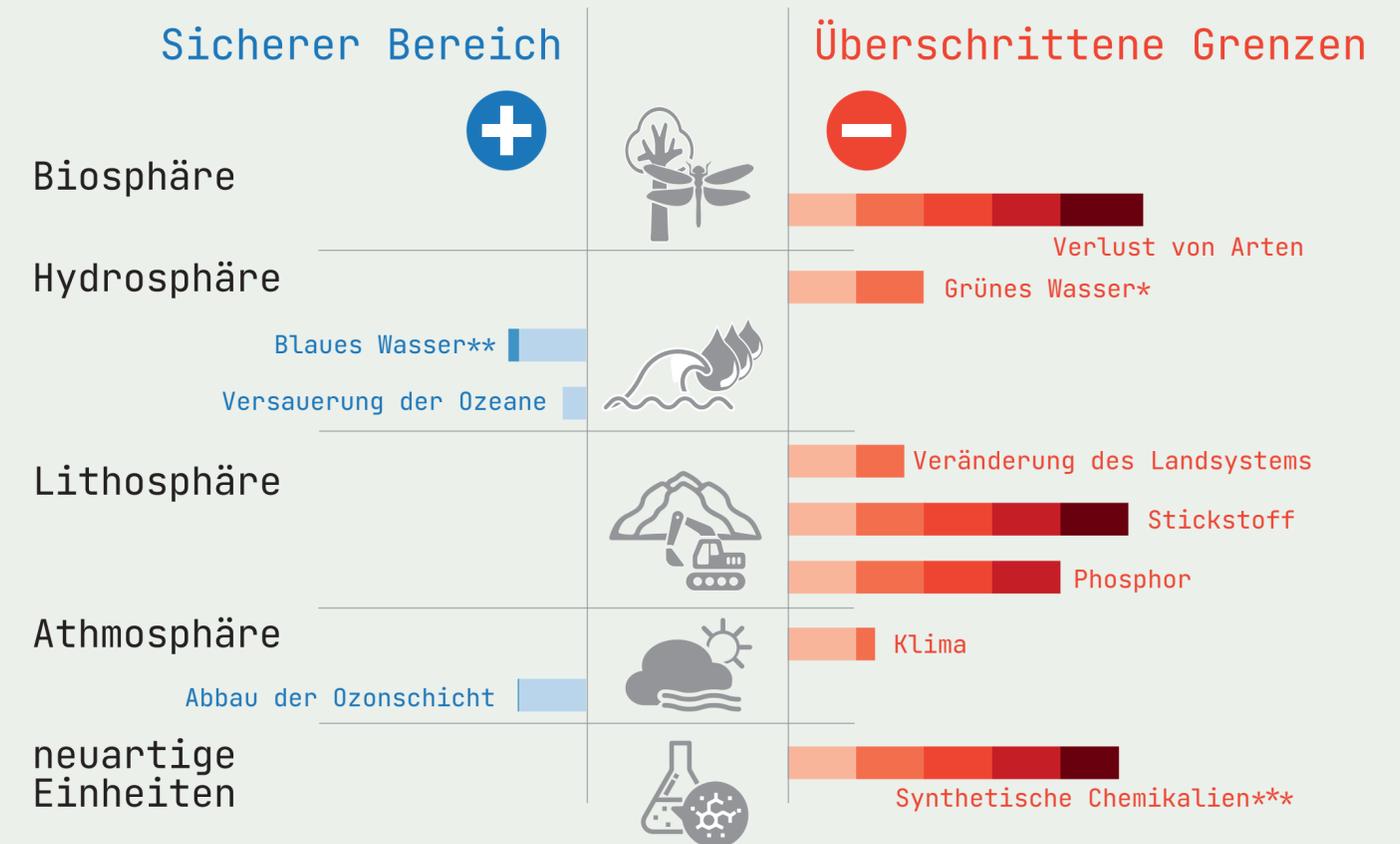
PLANETARE GRENZEN

Wir unterstützen Wissenschaftler:innen durch visuelle Kommunikation. In diesem Beispiel hat Christhard Otto Landgraf die Infografik der Planetaren Grenzen verständlicher gestaltet.

[https://www.wikiwand.com/de/
Planetare Grenzen](https://www.wikiwand.com/de/Planetare_Grenzen)

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf //
Creatives for Future

Der Mensch überschreitet die ökologischen Grenzen des Planeten



* Grünes Wasser ist im Boden gespeichertes, verdunstetes oder von Pflanzen verdunstetes Regenwasser
** Blaues Wasser, Wasser aus Flüssen, Seen, Ozeanen und Grundwasser
*** einschließlich Kunststoffe

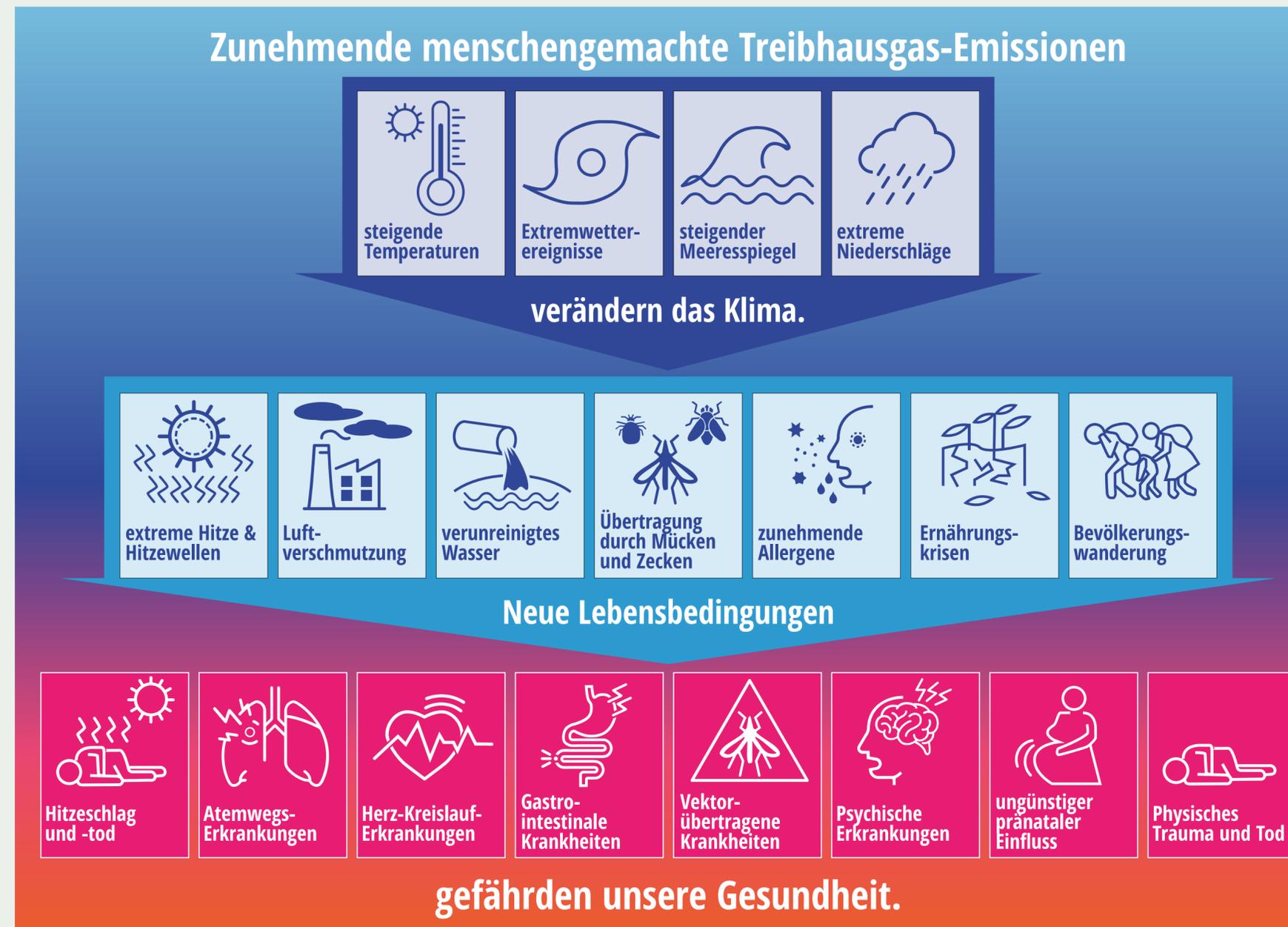
Quelle: Stockholm Resilience Centre/Azote
CC BY CreativesForFuture, 2022

INFORMATIONSDSIGN

PIKTOGRAMME

Überarbeitung der Piktogramme zur gesundheitlichen Auswirkungen von menschengemachten Treibhausgas-Emissionen von mir für Health for Future.

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf // Creatives for Future



KAMPAGNE

KLIMAVOLKS- BEGEHREN

Hunderte Ehrenamtliche sammeln 380.590 Stimmen für das österreichische Klimavolks-begehren. CreativesForFuture war für die Kampagne und das Design verantwortlich.

klimavolksbegehren.at/vocc-geschichten

CC BY SA 4.0 Anja Abicht (Tomorrow Academy), Verein Klimavolksbegehren // Creatives for Future Österreich



LOGO

OHNE KEROSIN NACH BERLIN

Im September 2021 fahren hunderte Studenten aus ganz Deutschland sternförmig nach Berlin, um dort kurz vor der Wahl anzukommen und ein Statement abzugeben. Wir haben dazu das Logo und diesen Clip gestaltet.

ohnekerosinnachberlin.com

CC BY SA 4.0 Arthur Fuchs (Studio Wief)
// Creatives for Future



KAMPAGNE

KLIMAMONSTER KIT

Für Parents4Future wurde das Klima-Monster »Kit« eine passende Website und Video-Clips gestaltet.

klima-kit.de

CC BY SA NC 4.0 Franziska Poike, Julia Engelhardt, Simone Loeschberger, Philipp Stakenborg // Creatives for Future



PRINT

KLIMA QUIZ

Für die größte Wählergruppe der Senioren:innen wurde ein Klimaquiz gestaltet, das sich sowohl an die Senioren:innen, als auch deren Enkel richtet.

<https://omasforfuture.de/quiz-zukunft/>

CC BY SA 4.0 Neue Formation GmbH // Creatives for Future



Geiz ist geil?

Billigfleisch kostet oft weniger als Katzenfutter – aber auch gut Verdienende kaufen es in großen Mengen. Wie viel von unserem Einkommen geben wir durchschnittlich für unsere Ernährung aus?

10% 13% 21% 23%

Handeln! Aus Liebe zum Leben. 5 | 24

Deutschland ist eines der reichsten Länder der Erde, aber wir geben **nur 10,8 Prozent** unseres **Einkommens fürs Essen** aus – weniger als im EU-Durchschnitt. Dabei essen die meisten von uns **jeden Tag Fleisch**. Das geht nur mit **Massentierhaltung**. Die führt zu Klimaerwärmung, Wohlstandskrankheiten, Waldrodung und **vergifteten Böden**. Unterm Strich ist dieses Billigfleisch also ganz schön teuer für unsere Erde. Viel zu teuer.

Unser Tipp: Spar nicht am falschen Ende! Massentierhaltung ist eine Folge von Geiz, und der ist nicht geil, sondern zerstört die Lebensgrundlagen unserer Kinder und Enkel. Iss weniger Fleisch und dafür Biofleisch.

Unterstütze unsere Arbeit: Werde Fördermitglied.

Hol dir kostenlos unsere Karten mit verschiedenen Motiven und verteile sie.

f i u www.omasforfuture.de/zukunftjetzt



Artensterben - na und?

Um wie viel Prozent ist die Anzahl unserer Insekten in den letzten 27 Jahren zurückgegangen?

20% 50% 75% 90%

Handeln! Aus Liebe zum Leben. 18 | 24



Was ist am besten?

Du hast Tickets fürs Musical in Hamburg und wohnst in München? Fliegst du da – oder nimmst du die Bahn? Wie groß ist der Unterschied beim CO₂-Ausstoß?

21% 45% 67% 86%

Handeln! Aus Liebe zum Leben. 10 | 24



Wie viel Zeit haben wir noch?

Das Pariser Klimaabkommen hat das Ziel, die Erderwärmung auf ein Plus um 1,5 Grad zu begrenzen. Bis wann werden wir die 1,5 Grad-Grenze erreicht haben, wenn wir nicht sofort unseren CO₂-Ausstoß deutlich reduzieren?

2025 2027 2034 2040

Handeln! Aus Liebe zum Leben. 24 | 24

PRINT

MAGAZIN

Gestaltung des Magazins »Genug Gewartet« der Grandparents und Parents For Future

<https://www.parentsforfuture.de/de/genug-gewartet>

CC BY SA 4.0 Manuel Viergutz, Anna Mitscha, Pauline Niederer, Frederik Adelman // Creatives for Future



KAMPAGE

KLIMA BÄNDER

Für die größte Wählergruppe der Senoiren:innen wurde die Kampagne »Klimabänder« gestaltet.

klimabaender.de

CC BY SA 4.0 Anna Häger, Alex, Janine Schulz // Creatives for Future

The website features a top navigation bar with links for 'Klimabänder', 'Partners', 'Aktionsort', 'Häufige Fragen', 'Über uns', 'Donations', 'Presse', and 'Spendenkonto'. A central banner shows a group of people holding colorful ribbons with the text 'GEMEINSAM FÜR UNSERE ERDE MIT DEINEN WÜNSCHEN AUF DER KLIMABAND'. Below this, a text box explains that the next 3 years will decide our future and that we can influence it through climate bands. A section titled 'AKTIONEN VOR ORT' includes a map of Germany with markers for various locations and a list of activities. A 'DU MÖCHTEST MITMACHEN?' section features a cartoon bear and buttons for 'Mitmachen', 'Häufige Fragen', and 'Sammelstelle eintragen'. The 'DER ABLAUF' section is divided into three stages: 'Etappe 1' (collecting bands), 'Etappe 2' (transporting to the collection point), and 'Etappe 3' (displaying the bands). A 'KLIMABÄNDER SAMMELN' section provides instructions on how to collect and transport the bands. The 'EINDRÜCKE' section shows a grid of photos from various events.

The Instagram profile for 'klimabaender' shows 36 posts, 964 followers, and 275 stories. The bio identifies it as a climate organization with the website 'www.klimabaender.de'. The grid of posts includes various images and graphics related to the campaign, such as 'VIR SIND ONLINE!', 'In deiner Straße', 'VOR DEINER HAUS', 'An deinem Fahrrad', 'START', 'NH DARF NIEMALS ZU SPÄT SAGEN, AUCH IN DER POLITIK IST ES NIEMALS ZU SPÄT. ES IST IMMER ZEIT FÜR EINEN NEUEN ANFANG.', 'ENDE', '24 STUNDEN', 'KICK 4 FOR 4 CROWDFUNDING 24.215 € 764%', 'NOCH 3 TAGE!', 'UNSER DANKESCHÖN!', 'NOCH 5 TAGE!', 'UNSER ZIEL: 800 UNTERSTÜTZER*INNEN', 'DIE ERDE IST NICHT NUR UNSER GEMEINSAMES ERBE, SIE IST AUCH DIE QUELLE DES LEBENS.', 'KICK 4 FOR 4 CROWDFUNDING 20.115 € 562%', 'bereits über 500 Unterstützer*innen!', 'KICK 4 FOR 4 CROWDFUNDING 17.399 € 423%', 'HALLO! ICH BIN DER ERKLÄRBAR.', 'KICK 4 FOR 4 CROWDFUNDING 10.434 € 166%', 'DARUM GEHT'S', 'WER SIND WIR? 8.427 € 89%', and 'DARUM GEHT'S'.

KAMPAGE

WIR STIMMEN ZUSAMMEN

Für die größte Wählergruppe der Senoiren:innen wurde die Kampagne »Wir stimmen zusammen« gestaltet, die über Social Media vorwiegend die Enkel anspricht.

wir-stimmen-zusammen.de

CC BY SA 4.0 Florian Schmeling, Melanie Wiener, Christina Roser // Creatives for Future



Klima retten. Mit Oma und Opa!



**Machen wir die
Bundestagswahl zur
Klimawahl!**

Fast 40 Prozent der Wahlberechtigten sind über 60

Rede mit deinen Großeltern

Über deine Wünsche, Ängste und Träume. Damit sie merken, dass es dir wichtig ist. Vielleicht kannst du sie überzeugen. Weil du ihnen wichtig bist.

Bist du dabei?

Folge uns auf Instagram, um nichts zu verpassen.

[AUF ZU INSTAGRAM](#)

MOTION DESIGN FÜR SOCIAL MEDIA

ZIELGRUPPEN TESTS

Für verschiedene Zielgruppen wurden unterschiedliche Botschaften zu den Landtagswahlen getestet, um heraus zu finden, welche Botschaften am besten ankommen. Heraus kamen 50 kurze Videoclips.

[www.facebook.com/ads/library/?
view_all_page_id=2010920999000602](https://www.facebook.com/ads/library/?view_all_page_id=2010920999000602)

CC BY SA 4.0 Amelie Zilliox, Manuel Viergutz // Creatives for Future

Inaktiv 22.02.2021 bis 25.02.2021
Plattformen Facebook Instagram
Kategorien
Geschätzte Zielgruppengröße: >1 Mio. Personen
Ausgebener Betrag (EUR): <100 €
Impressionen: 1.000 - 2.000
ID: 197741182131965

Anzeigendetails ansehen

Fridays for Future Deutschland
Gesponsert • Finanziert von Together for Future e.V.

Am 14. März sind Wahlen in Baden-Württemberg und wir brauchen Dich: Wähle fürs Klima!
#KlimaWähltGerechtigkeit #WirMüssenReden #FridaysForFuture



FRIDAYSFORFUTURE.DE
Klimawahl 14.03.
Wähle für Deine Zukunft - wähle Klima!

Mehr dazu

Inaktiv 22.02.2021 bis 25.02.2021
Plattformen Facebook Instagram
Kategorien
Geschätzte Zielgruppengröße: 500.000 - 1 Mio. Personen
Ausgebener Betrag (EUR): <100 €
Impressionen: <1.000
ID: 245671103773305

Anzeigendetails ansehen

Fridays for Future Deutschland
Gesponsert • Finanziert von Together for Future e.V.

Am 14. März sind Wahlen in Rheinland-Pfalz und wir brauchen Dich: Wähle fürs Klima!
#KlimaWähltGerechtigkeit #WirMüssenReden #FridaysForFuture



FRIDAYSFORFUTURE.DE
Klimawahl 14.03.
Wähle für Deine Zukunft - wähle Klima!

Mehr dazu

Inaktiv 22.02.2021 bis 25.02.2021
Plattformen Facebook Instagram
Kategorien
Geschätzte Zielgruppengröße: 3.000 - 4.000 Personen
Ausgebener Betrag (EUR): <100 €
Impressionen: 3.000 - 4.000
ID: 252383609680502

Anzeigendetails ansehen

Fridays for Future Deutschland
Gesponsert • Finanziert von Together for Future e.V.

Am 14. März sind Wahlen in Baden-Württemberg und wir brauchen Dich: Wähle fürs Klima!
#KlimaWähltGerechtigkeit #WirMüssenReden #FridaysForFuture



FRIDAYSFORFUTURE.DE
Klimawahl 14.03.
Wähle für Deine Zukunft - wähle Klima!

Mehr dazu

MESSESTAND

NACHHALTIGE PHARMAZIE

Die Besucher, angezogen von einem großen Fischernetz voller Medizinabfälle, erhielten je 10 Pillen, die sie in große, alte Apothekengläser einwerfen konnten. Diese waren beschriftet mit praktischen Ideen zur Gestaltung einer nachhaltigeren Apotheke. Hieraus ergaben sich sehr anregende Gespräche mit den engagierten VertreterInnen von Pharmacists for Future, Health for Future und dem VdPP.

CC BY SA 4.0 Norbert Schwab // Creatives for Future



WEITERBILDUNG

SOCIAL MEDIA TRAININGS

Kostenlose Social Media Speedtrainings zu Instagram, Canva, Redaktionsplanung, Influencer*innenmarketing und Community-Management.

Ansehen unter www.for-future-buendnis.de/wissensspeicher-oeffentlichkeitsarbeit-klimakommunikation/

Vielen Dank an das Isar Creatives Studio
isar-creative-studio.de



WEITERBILDUNG

SOCIAL MEDIA TRAININGS

Kostenlose Twitter Trainig für Scientist
Rebellion.

CC BY SA 4.0 Jasmin Hartl, Sigs Daz //
Creatives for Future

Training

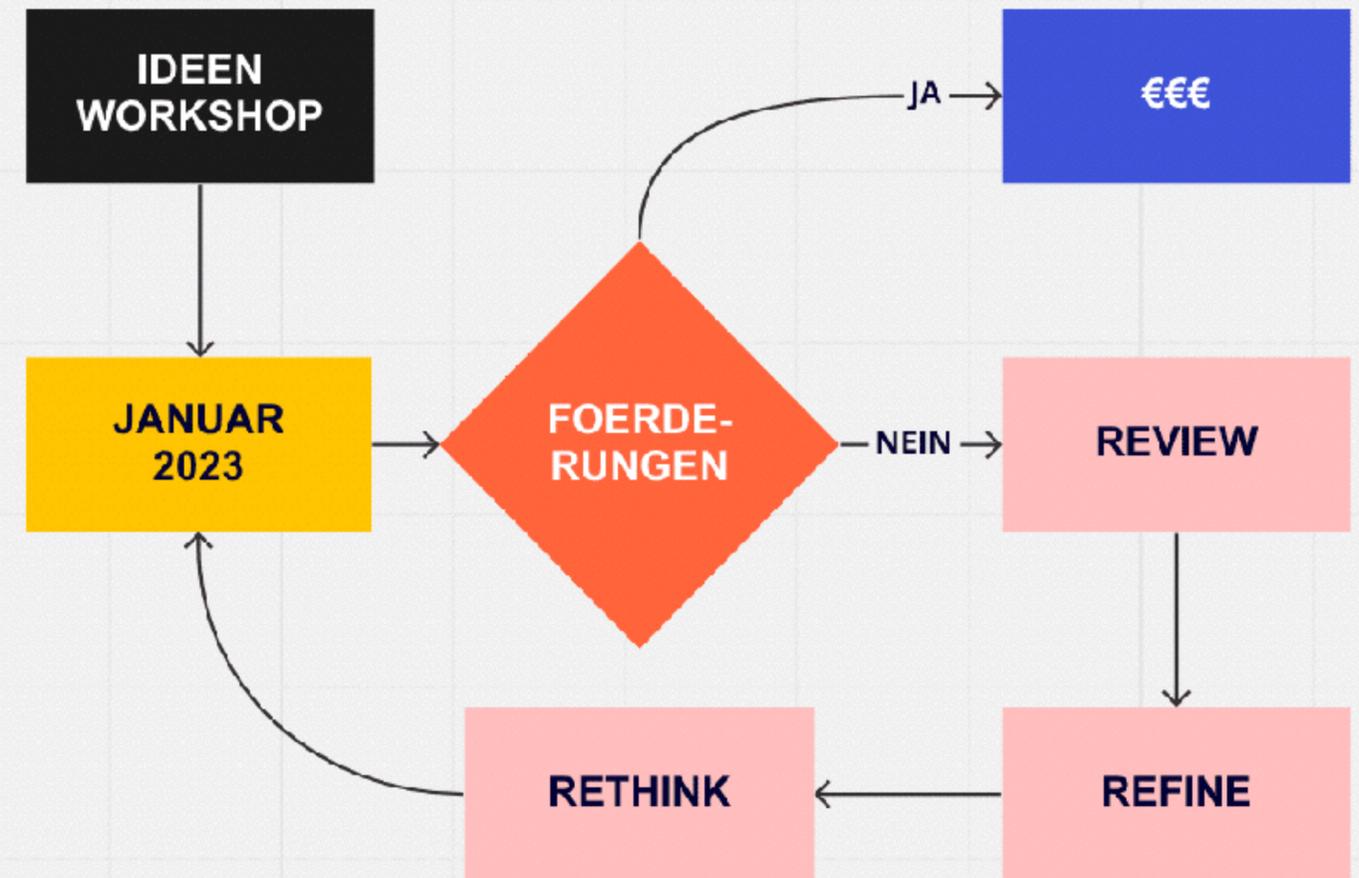
An underwater photograph of a coral reef with many small fish swimming around. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Using Social Media in a more efficient way

with a focus on Twitter and Instagram

INTERNE WEITERENTWICKLUNG

IDEEN- WORKSHOPS



STREIKALTERNATIVE

KLIMA HACKATHON



FR. 25.03.
KLIMASTREIK
HACKATHON
FUER KREATIVE

WEITERBILDUNG

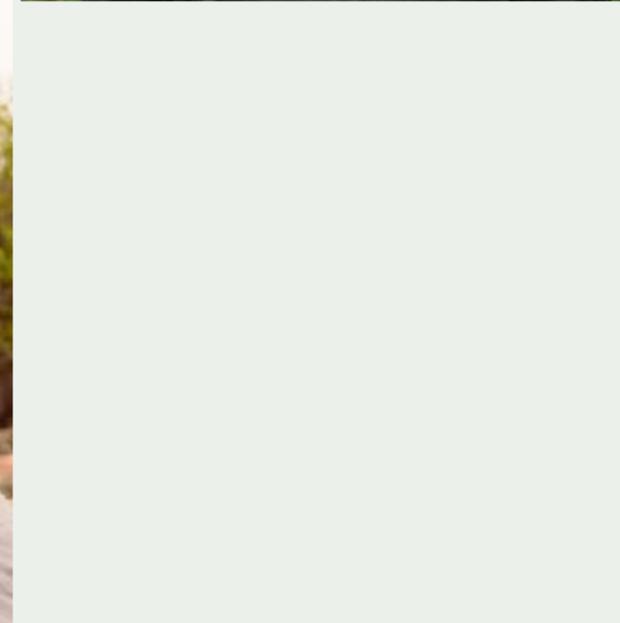
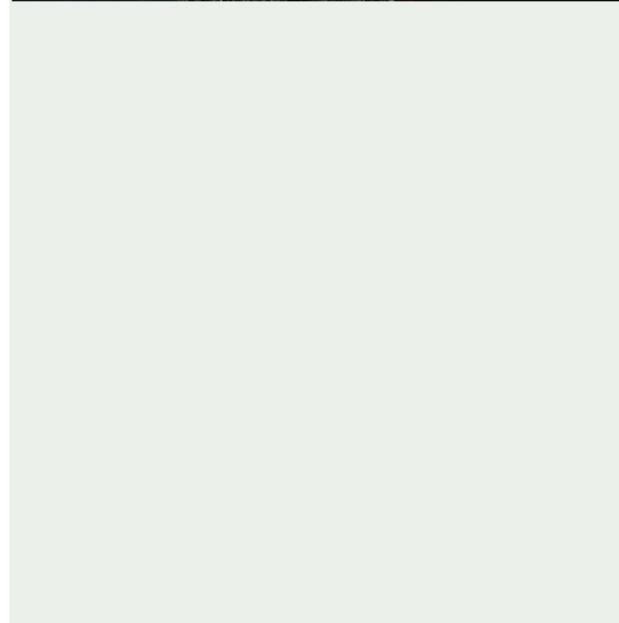
VORTRAEGE 2022

Im März 2022 gab es einen abendfüllenden Vortragsabend zu Nachhaltigkeit in Design und Marketing:

1. Grundlagen für umweltbewusste Designer:innen
2. Wie du mit deinen Auftraggebern die Welt verbesserst
3. Werde Aktiv! Über unsere Projekte

Vorträge ansehen

<https://creativesforfuture.de/talks-2022/>



WEITERBILDUNG

VORTRAEGE 2023

Im Mai 2023 veranstalteten wir Zoom-Vorträge zu folgenden Themen:

- Kreative Umweltkommunikation
- Mit System Design den Systemwandel gestalten
- Green Marketing
- UX in der Kreislaufwirtschaft
- Adbusting

Vorträge ansehen

<https://creativesforfuture.de/talks-2023/>



VERANSTALTUNG 2023

LUISA NEUBAUER OMR #CUTTHEBULLSHIT

https://www.youtube.com/watch?v=3RRJSx7_sbA



VERANSTALTUNG

RE:PUBLICA * REEPERBAHN

Workshop: Erarbeitung deiner Klima Challenge

Was mache ich schon um meinen Handabdruck zu vergrößern?

In welchem Bereich will ich aktiv werden? Wo will ich mich transformieren?

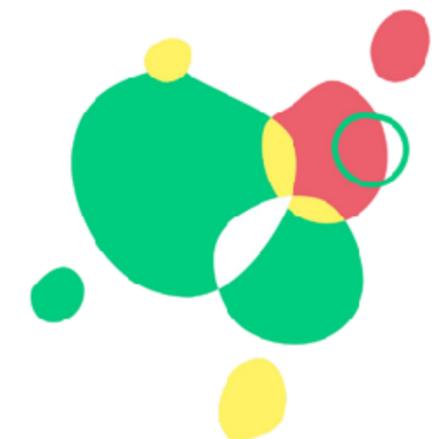
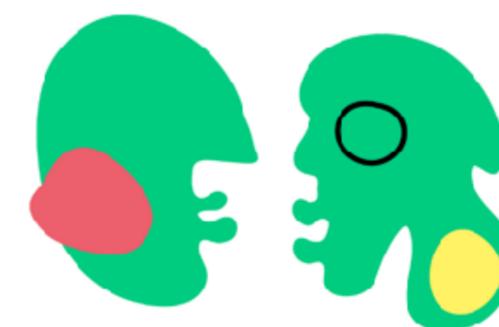
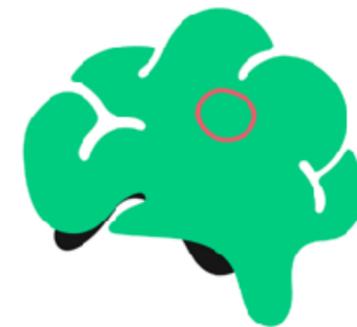
Welchen Hebel setze ich an?

Formuliere deine Klimaziele.

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf, Lena Jacobi, Pascal Frank // Creatives for Future



Erarbeitung deiner Klima Challenge



AKTION 2023

DIY-MOEBELBAU KLIMACAMP

Lichtskulptur aus recycelten
Materialien auf dem Münchner
Klimacamp auf der Theresienwiese.

<https://klimacamp-muenchen.org/>

CC BY-SA 4.0 Norbert Schwab //
Creatives for Future



DESIGN-WETTBEWERB

WAS IST GUT?

Creatives for Future wurde nominiert bei „Was ist gut“ des Deutschen Designer Clubs (DDC) teilzunehmen.

Dieser Design-Wettbewerb unterscheidet sich stark von herkömmlichen Design-Awards. Die Einreichung ist kostenlos, die Gewinner:innen bekommen ein Preisgeld und es gibt eine breite inhaltliche Diskussion über „Gute Gestaltung“.

ddc.de/de/wettbewerb/



SOLIDARITÄT

LÜTZERATH



WEBSITE

SOLIDARITÄT MIT DER LETZTEN GENERATION

<https://solidarität-letzte-generation.de/>

CC BY-SA 4.0 Jasmin Scharrer, Stefan Bergmeier // Creatives for Future

SOLIDARITÄT MIT DER LETZTEN GENERATION

Lang lebe der Extremismus

Die „Extremisten“ sind zurück. Sie heißen nicht mehr Rosa Parks, die zwar nicht auf der Straße saß, aber auch an einer Stelle, wo sie nicht hingehörte. Sie sind nicht so bekannt wie Martin Luther King oder glamourös wie die Suffragetten, in ihren weißen Kleidern, mit Zigaretten. Wir schreiben sie nicht in Bücher hinein, sondern verreisen sie in den Zeitungen.

Denn eigentlich waren wir froh, dass sie alle längst tot sind, die Extremisten. So konnten sie uns nicht stören im müden Werken unseres Systems. Ein System, das uns gerade jetzt, mit Energiekrise, Pandemien und Unsicherheiten, jeden Tag hängen lässt – und das sich trotzdem bequemer anfühlt als etwas Neues.

Glorifizierung passiert eben auf Distanz.

Kreativschaffende hatten schon immer eine Aufgabe: unsere Kultur zu verändern, durch Entschlossenheit, Vision und Überzeugung. Wir sind traditionell stolz darauf, Haltung zu zeigen, politisch zu sein. Wir wenden uns gegen das Primat des Ökonomischen und gegen Menschenfeindlichkeit. Das sind die Maßstäbe, an denen wir uns in dieser entscheidenden Phase der Menschheitsgeschichte messen lassen müssen. Der drohende Kollaps gefährdet nicht zuletzt unsere Demokratie und damit die freiheitliche Gesellschaftsordnung, die wir als Kreativschaffende für unsere Arbeit benötigen.

Wir erklären uns solidarisch mit den gewaltfreien Klimagerechtigkeitsbewegungen weltweit, zu denen die „Letzte Generation“ zählt. Wir glauben, dass eine demokratische Gesellschaft angesichts der drohenden Zukunft auch massive, gewaltfreie Störaktionen ertragen muss. Wir zollen dem Mut, mit dem die Aktivist*innen der „Letzten Generation“ Hass, Gewalt und Bestrafung in Kauf nehmen, unseren Respekt. Handeln ist das Gebot der Stunde.



LEITSYSTEM

FOR FUTURE KONGRESS 2023

Inklusive kollaborative Transparent-
gestaltung mit Tape Art.

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf //
Creatives for Future



LEITSYSTEM

FOR FUTURE KONGRESS 2022

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf //
Creatives for Future



CORPORATE DESIGN

LOGOS

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf,
Stefan Bergmeier // Creatives for Future



KOMMUNIKATIONSMITTEL

KIEZCONNECT BERLIN

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf //
Creatives for Future



WEBSITE

YOUTHTUBES FOR FUTURE

<https://ytff.de/home/>

CC BY-SA 4.0 Christhard Otto Landgraf //
Creatives for Future



WEBSITE

SUMMER OF SOLAR LOVE

<https://summerofsolarlove.org/>

CC BY-SA 4.0 Stefan Bergmeier //
Creatives for Future

SUMMER OF SOLAR LOVE



87

TAGE

**FEIERT MIT UNS
DEN SUMMER OF
SOLAR LOVE!**

200+

STÄDTE

Um die dezentrale Energiewende und den urbanen Solarausbau voranzutreiben haben die Parents for Future gemeinsam mit Klima- und Erneuerbaren-Energie-Partnern im Juni zum Summer of Solar Love aufgerufen.

Während der sommerlichen bundesweiten Aktionswochen, die bis Ende September laufen, sind eine Reihe von Veranstaltungen und kreative Outreach Aktivitäten geplant.

Hier geht's weiter, wenn Du aktiv werden und Dich auf lokaler Ebene am Summer of Solar Love beteiligen möchtest.

End Fossil Fuels

**AUFRUF VON ELTERN FÜR EINEN
FOSSILEN SPERRVERTRAG
#ENDFOSSILFUELS**



WEBSITE

FACILITATORS FOR FUTURE

<https://facilitatorsforfuture.org/>

CC BY-SA 4.0 Stefan Bergmeier, //
Creatives for Future



START TEAM ANGEBOT AKTIVITÄTEN KONTAKT



Willkommen bei den
**FACILITATORS
FOR FUTURE**

**Damit Ihr
weiterkommt.**

Ihr wollt Euch fürs Klima und nachhaltige Entwicklung einsetzen?

Aber die Treffen und Prozesse sind zäh, und es ist schwer, diverse Interessen unter einen Hut zu bringen, gemeinsam mit vielen anderen ins Tun zu kommen und echte Wirkung zu erzielen? Doktert Ihr noch an den Symptomen oder erzielt Ihr echte Fortschritte?

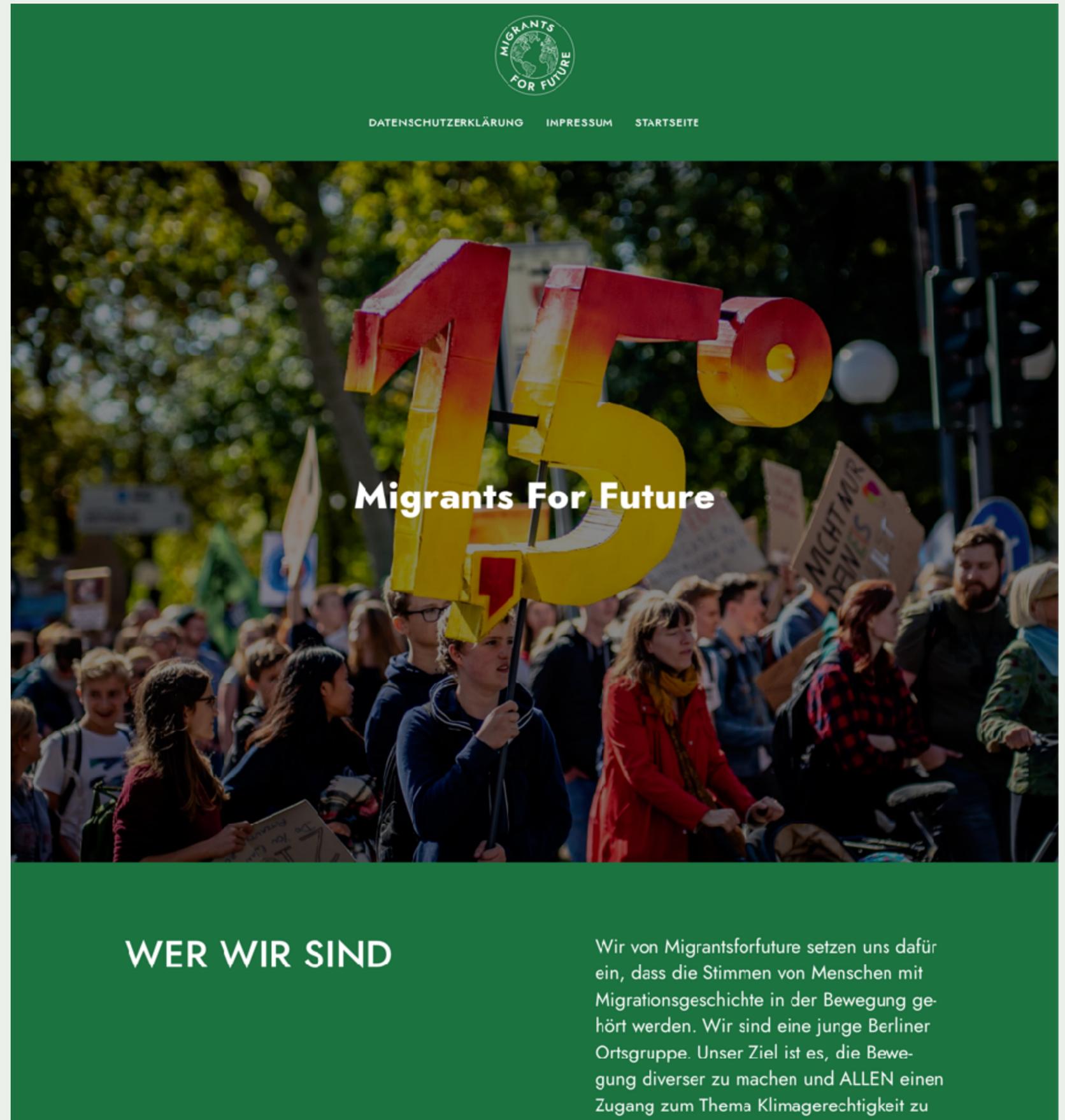
Wir sind die Profis in der Gestaltung frischer, lebendiger und produktiver Meetings und Entwicklungsprozesse. Wir wissen, wie konstruktive Zusammenarbeit gelingt – auch bei vielfältigen Interessen im Raum.

WEBSITE

MIGRANTS FOR FUTURE

<https://migrantsforfuture.de/>

CC BY-SA 4.0 Stefan Bergmeier, //
Creatives for Future



GREENWASHING

GOLDENER GEIER 2023 FÜR

MCDONALD'S

In einer absurden Kampagne bewirbt McDonald's mit dem Slogan „I am beautiful“ seinen eigenen Müll als Beitrag zum Ressourcenschutz. So würden beispielsweise benutzte Becher zu sogenannten Happy-Meal-Büchern recycelt. Tatsächlich geht jedoch lediglich ein Drittel der in den deutschen McDonald's-Restaurants gesammelten Einweg-Becher in ein spezielles Recyclingverfahren, das in Großbritannien durchgeführt wird. Darüber hinaus bestehen die Happy-Meal-Bücher nur zu 40 Prozent aus recyceltem Bechermaterial.

<https://www.duh.de/goldenergeier/2023/>



The advertisement features a white paper cup with a yellow McDonald's logo, which is crumpled and folded into the shape of a book. To the right of the cup, the text reads: "I AM BEAUTIFUL" in large, bold, orange letters, followed by "WEIL AUS MIR EIN BUCH WERDEN KANN." in smaller, bold, orange letters. Below this, in smaller orange text, it says: "Gemeinsam mit euch konnten wir so bereits 4,7 Millionen Happy Meal® Bücher mit recyceltem Bechermaterial ausgeben." and "Lasst uns gemeinsam Ressourcen mehr wertschätzen! Es braucht nicht viel. Es braucht viele." The McDonald's logo is in the top right corner. At the bottom left, it says "© 2023 McDonald's" and at the bottom right, "Mehr erfahren unter: bettermcdonalds.de".

GREENWASHING

LIDL PLASTIKFLASCHEN

Lidls „Kreislaufflasche“ verspricht das Blaue oder auch Grüne vom Himmel: Mit Unterstützung von Günther Jauch wirbt Lidl mit einer behaupteten Umweltfreundlichkeit seiner Einwegplastikflaschen und torpediert so politische Maßnahmen zur Förderung von Mehrweg. Wir haben genauer hingeschaut was hinter dem „100-Prozent-Recyclingkreislauf“ steckt und Erstaunliches herausgefunden!

<https://www.duh.de/goldenergeier/2023/>

<https://letsflip.de/lidl-guenther-jauch-kreislaufflasche-einweg-pet/>



GOLDENER GEIER 2022 FÜR

KLIMANEUTRALES TANKEN BEI SHELL

Was für ein Angebot: Klimaneutral auf deutschen Autobahnen rasen, egal wie hoch der Spritverbrauch ist. Denn **Shell behauptet, dass Autofahrende für nur 1,1 Cent pro Liter getanktem Benzin oder Diesel die CO₂-Emissionen der eigenen Fahrt ausgleichen können.** Wie genau der klimaschädliche CO₂-Ausstoß vollständig kompensiert werden soll, lässt das Unternehmen jedoch offen. Wie absurd diese ärgerliche Täuschung über klimaneutrales Tanken ist, zeigt sich, wenn man diese „Logik“ einmal zu Ende denkt: **Demnach würden rund 225 Millionen Euro jährlich ausreichen, um ganz Deutschland sofort Benzin-klimaneutral zu machen,** obwohl real natürlich mit jedem Auto-Kilometer das schädliche CO₂ weiter in die Atmosphäre gelangt und auch die Kostendimension stimmt so gar nicht: Legt man die vom Umweltbundesamt ermittelten Klimakosten einer Tonne CO₂ zugrunde, ergibt sich für den gesamten Benzinverbrauch in Deutschland die tatsächliche Summe von rund 9,7 Milliarden Euro pro Jahr.

<https://www.duh.de/goldenergeier/2022/>



GOLDENER GEIER 2021 FÜR

RWE

In Imagefilmen, auf Plakaten und in Internet-Kampagnen verkauft sich RWE dreist als nachhaltiges Unternehmen und gibt vor: „Schon heute ist der größte Teil unseres Kerngeschäfts grüner Strom.“ Tatsächlich lag der Anteil Erneuerbarer Energien an der Stromerzeugung des Konzerns 2020 bei lediglich 20,2% und damit weit hinter dem deutschen Strommix (2020: rund 46%).

<https://www.duh.de/goldenergeier/2021/>



GREENWASHING

TEXTILINDUSTRIE

Viele der große Textilkonzerne, wie Shein, H&M und Zara, stellen sich als umweltbewusst dar. Dabei lenken sie davon ab, dass Fast Fashion ein Problem für unsere Ökosysteme darstellt. H&M macht den größten Umsatz mit Kleidungsstücken, die nicht umweltfreundlich/ conscious sind. Conscious Produkte machen nur einen kleinen Teil aus. Ein Produkt ist bereits „conscious“, wenn es 20% recycelte Baumwolle beinhaltet. Laut H&M ist nicht mehr möglich. Patagonia zeigt mit ca. 50% recycelter Baumwolle auf, dass es auch anders geht.

