

ÖkoMedia

Agentur für Nachhaltigkeitskommunikation

Nachhaltigkeitskommunikation

- I. Agenturprofil ÖkoMedia
- II. Herausforderungen beim Thema „Teilen“
- III. Nachhaltigkeitskommunikation in der Praxis
- IV. Kommunikation von Produktdienstleistungssystemen
- V. Fazit

I.

Agenturprofil ÖkoMedia

I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

ÖkoMedia GmbH – Agentur für Nachhaltigkeitskommunikation

Gegründet: 1990

Standort: Kulturpark Berg
in Stuttgart

Mitarbeiter: 12

Fullservice-
Agentur für: werteorientierte, bewusstseinsbildende,
aufklärende und handlungsorientierte
Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation

Themen: Ressourcen, Klima, Energie, Mobilität, Bildung,
nachhaltige Entwicklung, Tourismus usw.



I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

ÖkoMedia GmbH – Agentur für Nachhaltigkeitskommunikation

Verantwortung



Engagement



I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

ÖkoMedia GmbH – Agentur für Nachhaltigkeitskommunikation



II. NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE BADEN-WÜRTTEMBERG

Die Vision



Nachhaltig handeln
Baden-Württemberg

I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

Nachhaltigkeitstage 2016



I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

Nachhaltigkeitstage 2016



> 75 % aller Aktionen aus Baden-Württemberg

I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

Abendveranstaltung N!-Tage



I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

Catering und Foodsharing 2015



→ **Hindernis:** Sicherheitsbedenken, Rechtslage ist nicht klar genug

I. AGENTURPROFIL ÖKOMEDIA

Catering und HeldeN!-Box 2016



→ **Hindernis:** Sicherheitsbedenken beim Caterer

II.

Herausforderungen beim Thema „Teilen“

II. HERAUSFORDERUNGEN BEIM THEMA „TEILEN“

Damit der „Kulturwandel“ hin zum geteilten Nutzen gelingt, ist Folgendes notwendig:

- Rechtssicherheit schaffen
- Vertrauen aufbauen
- Handlungsorientierte Information mit geeigneten und zielgruppengerechten Medien anbieten

II. HERAUSFORDERUNGEN BEIM THEMA „TEILEN“

PWC Studie „Share Economy“ 2015

Nachteile aus Konsumentensicht

Mangelnde Qualität, Sicherheit und Datenschutz werden als größte Nachteile gesehen.



76%
der Deutschen sind
der Meinung, dass
Share Economy-
Unternehmen
gegenüber
traditionellen
Unternehmen
Nachteile haben.

Frage 6: Und welche Nachteile haben aus Ihrer Sicht Share Economy-Unternehmen gegenüber traditionellen Unternehmen? Bitte nennen Sie uns Ihre drei größten Bedenken gegenüber Share Economy-Unternehmen.

Basis: alle Befragten, N = 1.000 (Mehrfachnennung)

Bevölkerungsbefragung Share Economy 2015
PwC

Juni 2015
17

II. HERAUSFORDERUNGEN BEIM THEMA „TEILEN“

Damit Modelle wie Nutzen-statt-Besitzen Teil unserer Alltagskultur werden, sind die Herausforderungen für die Kommunikation:

- Gewohnheiten aufbrechen und ein Umdenken anstoßen
- Alltagswissen vermitteln (wie etwas funktioniert und wo ich Dinge herbekommen)
- Positives Image aufbauen

III.

Nachhaltigkeitskommunikation in der Praxis

Lösungsansätze am Beispiel
einer Kampagne des Landes Baden-Württemberg

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

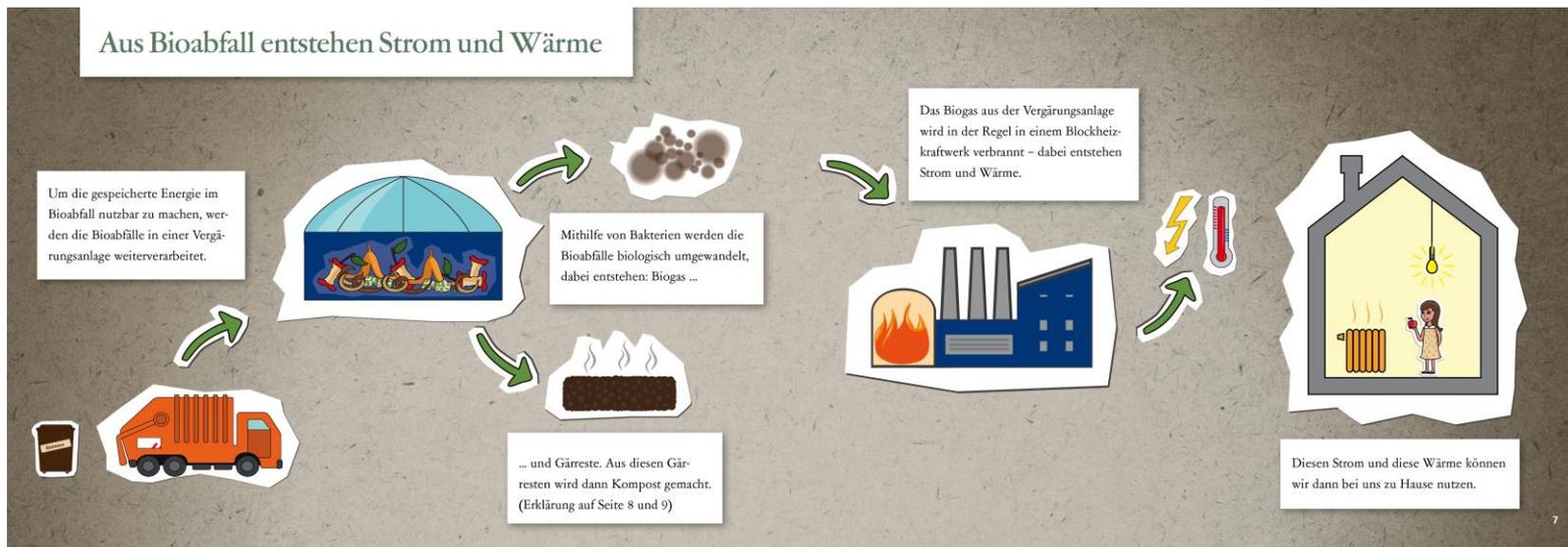
Zielgruppe: allg. Öffentlichkeit sowie Meinungsbildner



Aufmerksamkeit gewinnende und Interesse weckende Informationsaufbereitung

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Basiswissen für die allgemeine Öffentlichkeit



Ansprache der Zielgruppe: allg. Öffentlichkeit
Einfache Sprache, bildhafte Informationsvermittlung

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Argumente und Hintergrundinformationen für Meinungsbildner

KLIMASCHUTZ DURCH KASKADENNUTZUNG

Erst energetisch, dann stofflich nutzen – durch die sogenannte Kaskadennutzung werden sowohl Energie als auch Nährstoffe aus den Bioabfällen herausgeholt. Zudem wird ein Beitrag zur Energiewende geleistet und das Klima geschützt.

» Mit unseren Bioabfällen in Baden-Württemberg können schon jetzt über 130 000 Menschen mit Strom und Wärme versorgt werden. «

EINS NACH DEM ANDEREN: KASKADENNUTZUNG

Wird der Bioabfall in einer Biogasanlage verarbeitet, ergibt sich ein doppelter Nutzen: Bei der Vergärung entsteht Biogas, die Gärreste werden anschließend kompostiert. Dieses Recycling von Abfällen in zwei oder mehr hintereinander geschalteten Verwertungsstufen nennt man Kaskadennutzung.

DER NATUR ALS VORBILD ABGEGUCKT: VERGÄRUNG

In großen Bioabfallvergärungsanlagen werden die natürlichen Kreisläufe der bakteriellen Zersetzung in großem Stil nachgeahmt. Dabei entstehen als Endprodukte energiereiches Gas und nährstoffreicher Gärrest. Pro Tonne Bioabfall werden 85 bis 130 m³ Biogas gewonnen. Biogas wird meistens in einem Blockheizkraftwerk einem Verbrennungsmotor zugeführt, der wiederum einen stromerzeugenden Generator antreibt. Die gleichzeitige Erzeugung von elektrischer und thermischer Energie nennt man Kraft-Wärme-Kopplung. Die elektrische Energie wird ins Stromnetz eingespeist. Die bei der Verbrennung entstehende Wärme dient der Versorgung der Anlage. Überschüsse können durch ein Nahwärmenetz zur Heizung und Warmwasserversorgung umliegender Gebäude genutzt werden.

ENERGIEWENDE AUS KÜCHE UND GARTEN

Biogas macht unsere Energieversorgung unabhängiger von der Preisentwicklung auf den Rohstoffmärkten. Andere regenerative Energiequellen wie Wind-, Wasser- und Sonnenenergie sind abhängig vom Tageslauf oder der Witterung. Sie benötigen zusätzliche Speichersysteme, um eine durchgängige Stromversorgung zu bieten. Bioabfälle als Energiequelle bieten dagegen einen großen Vorteil: Sie sind grundlastfähig, das heißt, Strom und Wärme können kontinuierlich erzeugt werden. Der Energieträger ist konstant verfügbar, schließlich werden jeden Tag irgendwo Bioabfälle geerntet. Energie aus Bioabfällen ist somit eine gute Ergänzung zu Solar- und Windkraftanlagen und daher ein unverzichtbarer Bestandteil der Energiewende.

KLIMASCHÜTZER BIOABFALL

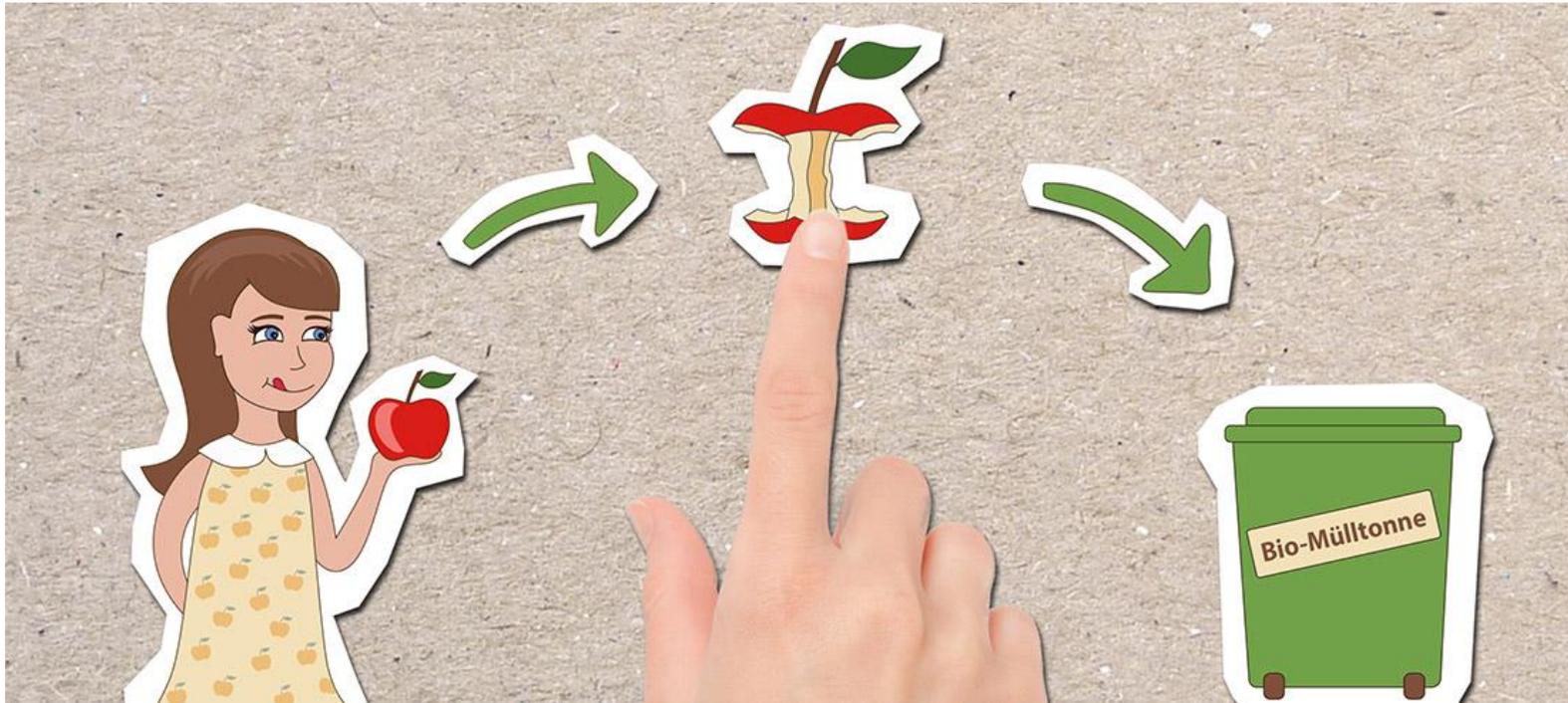
Der Verbrennungsprozess des gewonnenen Biogases ist klimaneutral, da das freigesetzte CO₂ zuvor aus der Atmosphäre entnommen wurde – und nicht, wie bei fossilen Brennstoffen, seit Jahrtausenden im Boden lagerte. Die biologische Abfallbehandlung in Baden-Württemberg erspart der Umwelt jedes Jahr ca. 70 000 Tonnen CO₂.

Ansprache der Zielgruppe: Meinungsbildner

Hintergrundwissen und Argumente

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

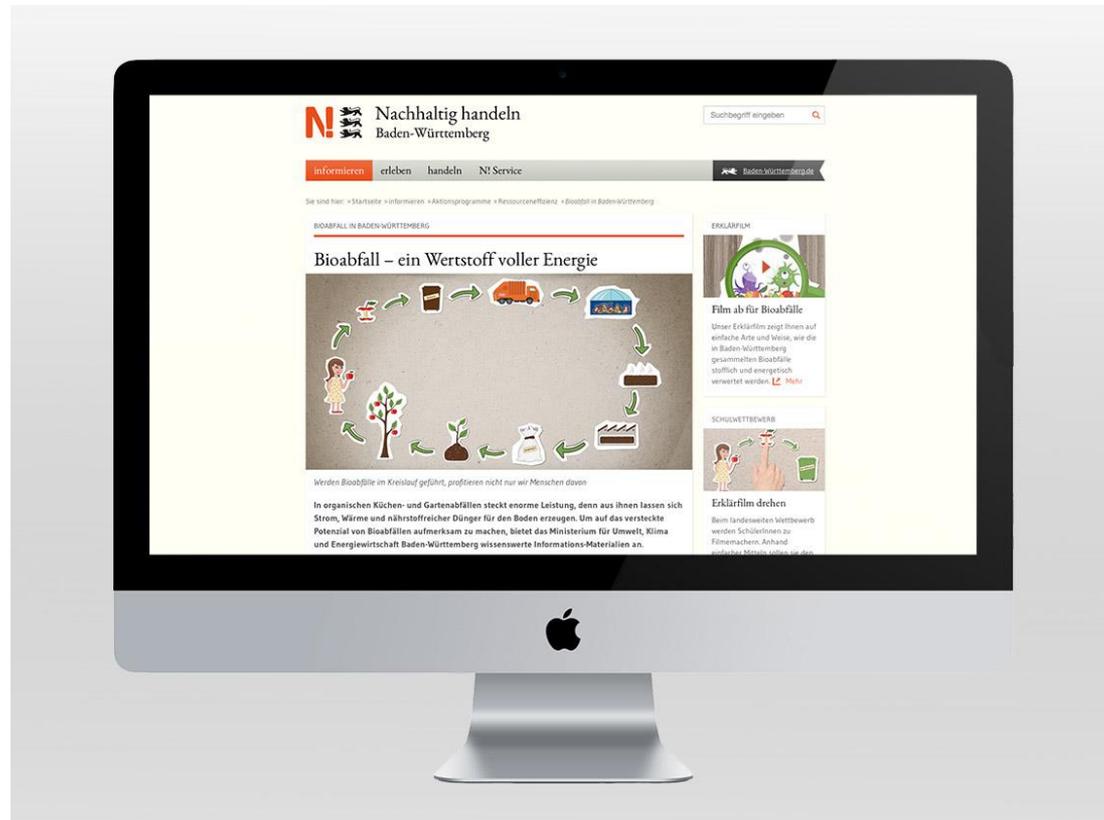
Erklärfilm



Erklärfilm: Lebendige Wissensvermittlung

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Attraktive Informationsaufbereitung im Web



Aufbereitung der Informationen im Web
Verfügbarkeit aller relevanten Informationen

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

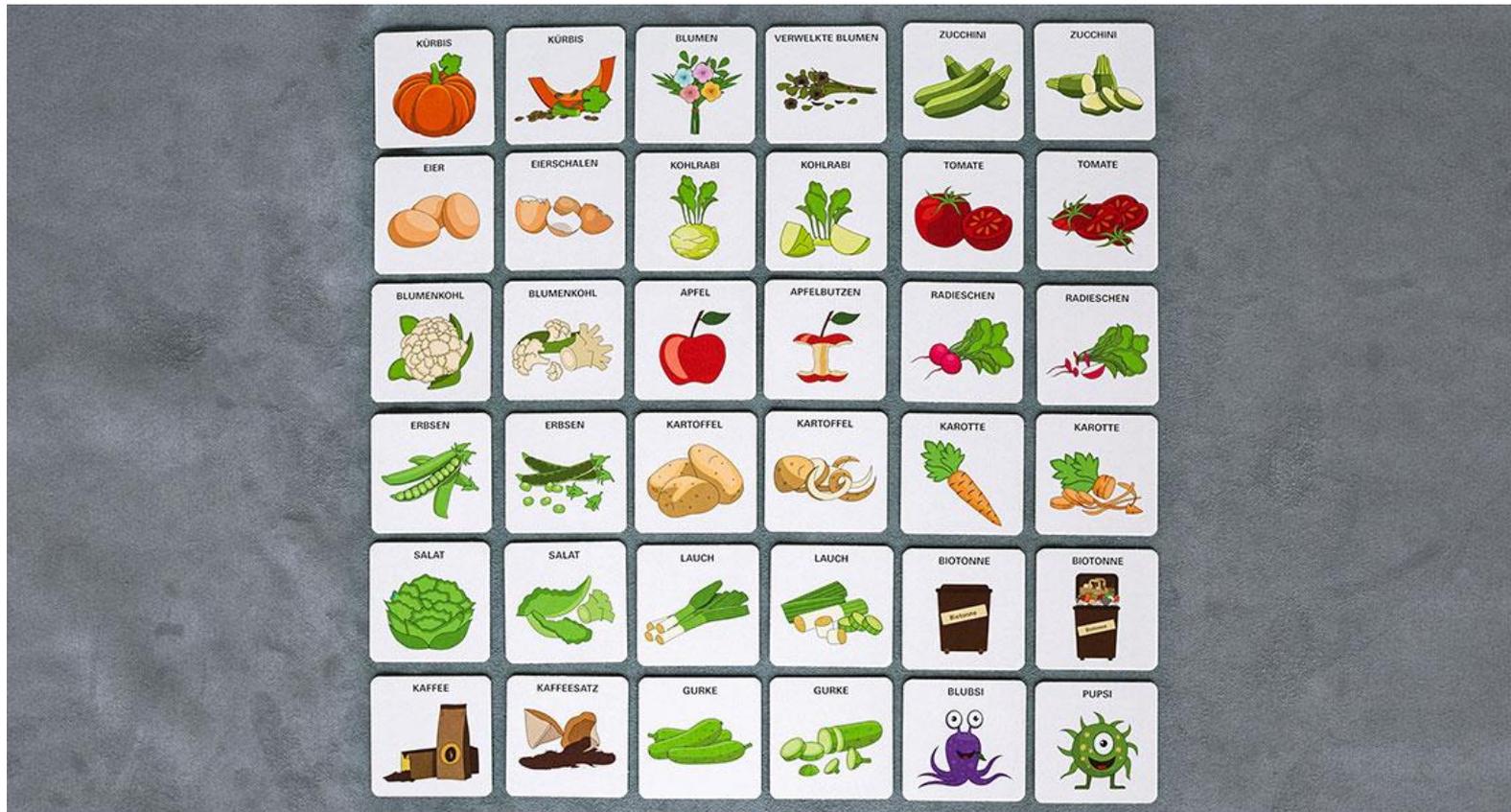
Bewusstseinsbildung im Kindergarten



Malbuch mit integr. Memorie für Kindergärten

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Bewusstseinsbildung im Kindergarten



Malbuch mit integr. Memory für Kindergärten

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Bewusstseinsbildung im Kindergarten

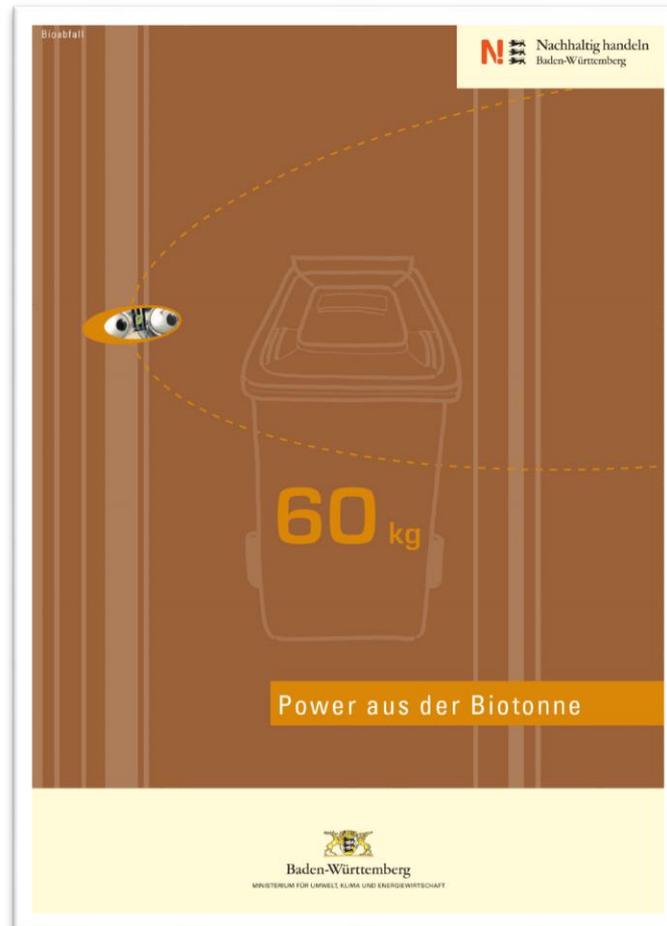


Motiv	Deutsch	Englisch	Französisch	Arabisch	Persisch	Türkisch
	Radieschen	Radish	Radis	لفت	تربچه	Turp
	Gurke	Cucumber	Concombre	خيار	خيار	Salatalık
	Kürbis	Pumpkin	Potiron	قرع عسلي	کدو تنبل	Balkabağı
	Tomate	Tomato	Tomate	طماطم	گوجه فرنگی	Domates
	Kartoffel	Potato	Pomme de terre	بطاطس	سیب زمینی	Patates
	Erbsen	Peas	Pois	بازلاء	نخود	Bezelye
	Zucchini	Courgette [U.S.: Zucchini]	Courgette	کوسه	کدو سبز	Sakız kabağı

Sprachmatrix zum Deutsch lernen

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Bewusstseinsbildung in der Schule



Themenheft Bioabfall für Schulen

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Bewusstseinsbildung in der Schule

für neue Geräte verwendet werden können.

Bei der **energetischen Verwertung** werden energiereiche Abfälle verbrannt und die entstehende Wärmeenergie genutzt.

Kreisverkehr statt Einbahnstraße

2012 wurde das Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz aus dem Jahr 1996 überarbeitet und zu einem umfassenden Kreislaufwirtschaftsgesetz weiterentwickelt. Es gibt im Umgang mit Abfällen eine klare Rangfolge (siehe rechts).

Idealerweise werden die Abfälle so verwertet und behandelt, dass am Ende ihres „Lebens“ die darin enthaltenen Wertstoffe wieder zur Verfügung stehen und in den Stoffkreislauf einfließen.

Da geht noch mehr

Von den 356 kg Müll, den jeder Baden-Württemberger im Jahr 2014 produziert hat, wurden 167 kg getrennt erfasst und wiederverwertet – im Gelben Sack, bei der Schwärtsammlung, in der Papertonne oder im Glascontainer. Über die Biotonne wurden jährlich 46 kg pro Person eingesammelt. *Plus heißt: 49 Prozent der Gesamt-Abfälle werden auch Biotonne.*

Fakten zum Bioabfall

In Baden-Württemberg werden jährlich aus Haushalten 46 kg Bioabfälle pro Person eingesammelt – bei 2020 sollen es mindestens 60 kg sein. Weitere 83 kg Gartenabfälle werden über die Grünzusatmmung erfasst. Organische Abfälle sind ein energetischer Wertstoff, der sowohl regenerative Energieressource als auch Nährstoff- und Humuslieferant ist.

Siebt dem 1. Januar 2015 gilt bundesweit die Pflicht zur getrennten Sammlung von Bioabfällen. Mit der Energie aus dem Bioabfall werden auch Strom und Wärme erzeugt.

Wer hätte das gedacht: Licht aus Lebkuchen

Ein vertrocknetes Lebkuchenherz vom letzten Jahrmarkt schmeckt nicht mehr – hat aber noch Energie für über 11 Stunden Licht imus! 100 g Lebkuchen enthalten 1.490 kJ, das entspricht umgerechnet 413,88 Wh. Mit dieser Energie könnte eine 11 Watt-Energiesparlampe theoretisch 11 Stunden und 17 Minuten lang leuchten.

Quelle: www.stromtonne.de

Die bei diesen natürlichen biologischen Prozessen entstehenden Gase können ins Gasnetz eingespeist werden oder direkt einen Verbrennungsmotor zum Laufen bringen. Der wiederum treibt einen stromerzeugenden Generator an. Noch effizienter wird es, wenn auch die bei der Verbrennung entstehende Wärme genutzt wird. In einem Blockheizkraftwerk wird nach dem Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) gleichzeitig elektrische und thermische Energie erzeugt. Der Strom wird ins öffentliche Stromnetz eingespeist, die Wärme kann über ein Nahwärmenetz zur Heizung und Warmwasserversorgung umliegender Gebäude genutzt werden. KWK-Anlagen haben einen hohen Wirkungsgrad. Bis zu 85 Prozent der Energie aus dem Vergärungsprozess wird genutzt.

Quelle: Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e.V. (FNW)

Nahrung für Nahrungsmittel

Mit dem Endprodukt der Kompostierung – dem Kompost – schließt sich der Kreis. Die in abgekauten Maskoban, Apfelbutzen und Kartoffelschalen enthaltenen Pflanzennährstoffe werden mit dem Kompost wieder in den Boden eingebracht und possem so neue Mais-, Weizen- und Kartoffelpflanzen, aus denen wieder Nahrungsmittel hergestellt werden können: Polenta, Apfelkuchen oder Kartoffelpüree.

Alleskönner Kompost

Kompost ist ein hochwertiger und umweltfreundlicher organischer Dünger, der den Kauf von teurem Kunstdünger überflüssig macht. Mineralischer Dünger wird industriell auf der Basis chemischer Stoffe hergestellt. Die Produktion ist sehr energieintensiv, zudem besteht bei falscher Anwendung die Gefahr der Überdüngung des Bodens und einer Nährstoffauswaschung ins Grundwasser. Doch Kompost kann noch mehr. Durch seine krümelige Struktur verbessert er den Boden und erhöht dessen Fähigkeit, Wasser zu speichern. Kompost schützt zudem vor Erosion und Nährstoffauswaschung und erhöht den Humusgehalt.

Kompost schützt das Klima...

Veredelter Kompost kann als Blumen- und Gartenerde genutzt werden. Herkömmliche Blumenerde aus dem Baumarkt wird meistens durch Torfabbau gewonnen. Torf ist ein Vorprodukt bei der Entstehung von Kohle und sehr kohlenstoffreich, deshalb wurde Torf früher auch als Brennstoff

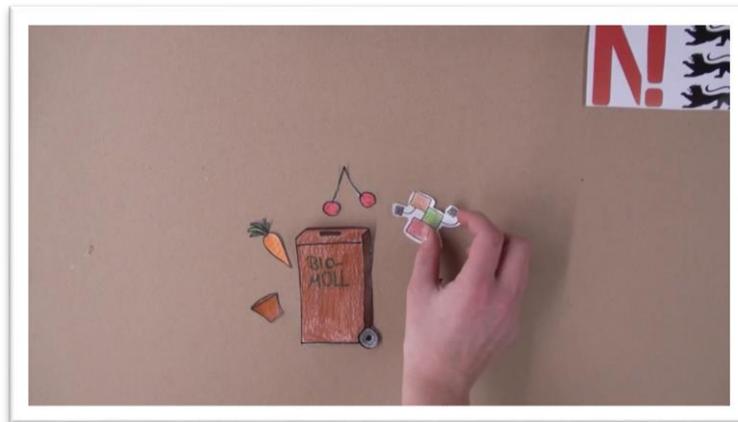
100 m³ Biogas haben einen Energiegehalt von 500 – 750 kWh und ersetzen durchschnittlich 60 Liter Heizöl. Quelle: www.biogas.de

Mit jährlich 20 000 Tonnen Bioabfall kann ein Blockheizkraftwerk betrieben werden, das Strom für 1 000 – 1 500 Haushalte liefert. Quelle: www.stromtonne.de

Lösung: zielgruppengerechte Ansprache

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Bewusstseinsbildung in der Schule



Erklärfilm-Wettbewerb

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Bewusstseinsbildung in der Schule



Erklärfilm-Wettbewerb

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

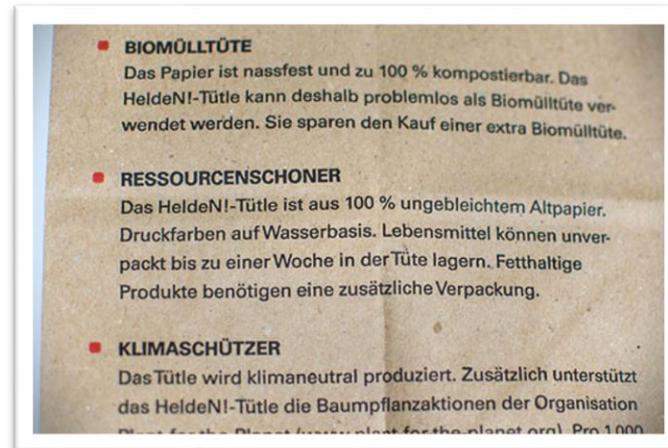
Neugierde weckende und bestätigende Recycling-Papier-Tüte



Helden!-Tüte – eine multifunktionale Papiertüte

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Neugierde weckende und bestätigende Recycling-Papier-Tüte



HeldeN!-Tütte – eine multifunktionale Papiertüte

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

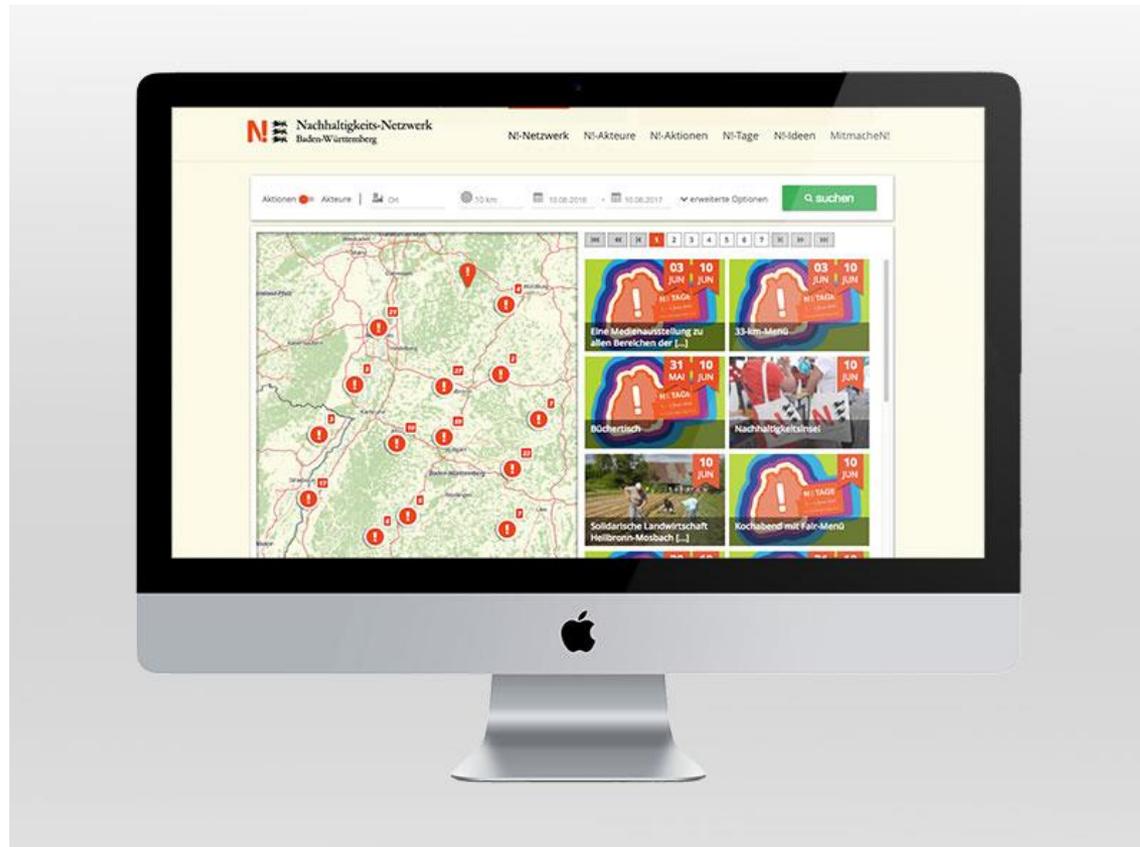
Neugierde weckende und bestätigende Restebox für Nahrungsmittel



HeldeN!-Box – Resteverwertung

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Nachhaltiges Engagement sichtbar machen und vernetzen



Nachhaltigkeits-Netzwerk Baden-Württemberg

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Nachhaltiges Engagement sichtbar machen und vernetzen

The screenshot shows a website header with the logo 'Nachhaltigkeits-Netzwerk Baden-Württemberg' and navigation links: 'NI-Netzwerk', 'NI-Akteure', 'NI-Aktionen', 'NI-Tage', 'NI-Ideen', and 'MitmacheNI!'. Below the header, there are two main content blocks. The top block is titled 'Repair-Café' and features a photo of a man repairing a computer. The bottom block is titled 'Givebox' and features a photo of people working on a wooden table. The text in the 'Repair-Café' block describes the concept of repairing instead of throwing away broken items and lists suitable locations like schools and companies. The 'Givebox' block describes a mobile cabinet for sharing unwanted items and lists suitable locations like schools and companies.

Nachhaltigkeits-Netzwerk Baden-Württemberg | [NI-Netzwerk](#) | [NI-Akteure](#) | [NI-Aktionen](#) | [NI-Tage](#) | [NI-Ideen](#) | [MitmacheNI!](#)

Repair-Café

Clever reparieren statt wegwerfen

Nicht alles, was defekt ist, muss weggeworfen werden. In vielen Fällen lohnt sich eine Reparatur. Da dazu aber nicht jeder das nötige Know-how hat, kann ein sogenanntes Repair-Café Abhilfe leisten. Hier werden unter fachlicher Anleitung und mit dem richtigen Werkzeug kaputte Geräte wieder um Leben erweckt.

Geeignet für:
Bildungseinrichtung, Unternehmen, Jugendorganisation, Kirchliche Einrichtung, Kommunen, Landkreise, Lokale Agenda, NGOs, Vereine

Givebox

Teilen statt neu kaufen

Was tun mit Sachen, die man nicht mehr braucht, aber die zum Wegwerfen zu schade sind? Man bringt sie zur Givebox! Eine Givebox ist eine begehbare Kabine mit Kleiderhaken, Regalbrettern und einer Gäste-Pinnwand, aus der sich jeder das heraussuchen und mitnehmen kann, was ihm gefällt.

Geeignet für:
Bildungseinrichtungen, Unternehmen, Institution, Kirchliche Einrichtungen, Kommunen, Vereine



Ideen geben für nachhaltiges Handeln

III. NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION IN DER PRAXIS

Anforderungen an die Nachhaltigkeitskommunikation hinsichtlich „Nutzen statt Besitzen“

(vor allem für die Politik und öffentlichen Aufgabenträgern)

- Sinnhaftigkeit/Nutzwert (spart Platz, Geld, Zeit) sichtbar machen
- Aktuell sein
- Geografische Nähe
- Emotion / positives Lebensgefühl erzeugen
- Neugierde wecken
- Handlungswissen anbieten (einfach, verständlich, alltagsnah)
- Argumente / Hintergrundwissen liefern (für Meinungsbildner)
- Bestätigen / anerkennen

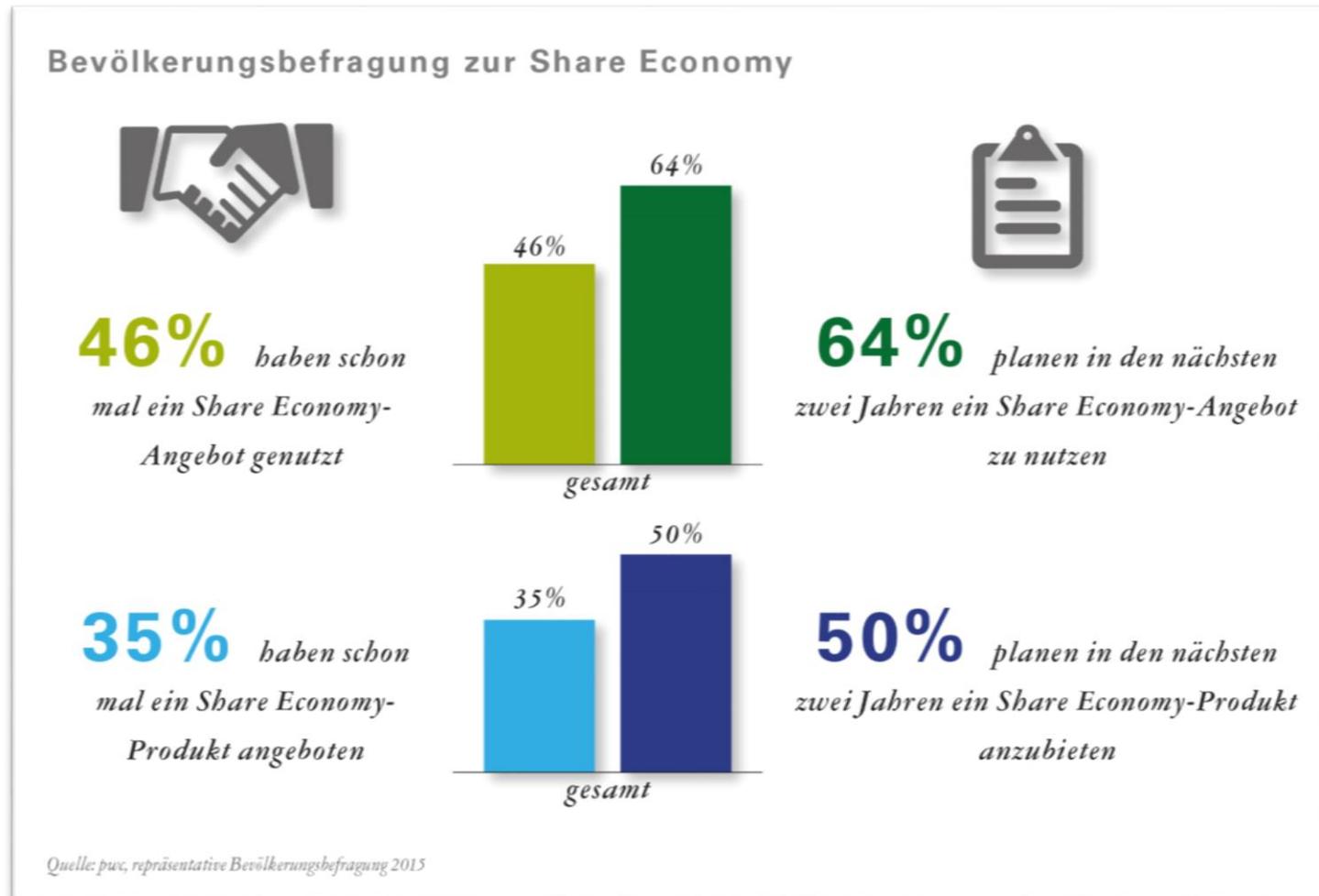
- Bewusstseins-Bildung (im Kindergarten / in der Schule)
- Einheitliches Erscheinungsbild mit hoher Wiedererkennung
- Zielgruppengerechte Ansprache mit geeigneten Medien

IV.

Kommunikation von Produktdienstleistungs- systemen

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

PWC Studie „Share Economy“ 2015



IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

PWC Studie „Share Economy“ 2015

Vorteile der Share Economy



73% stimmen zu, dass von dem Gedanken des Teilens die Gesellschaft profitiert

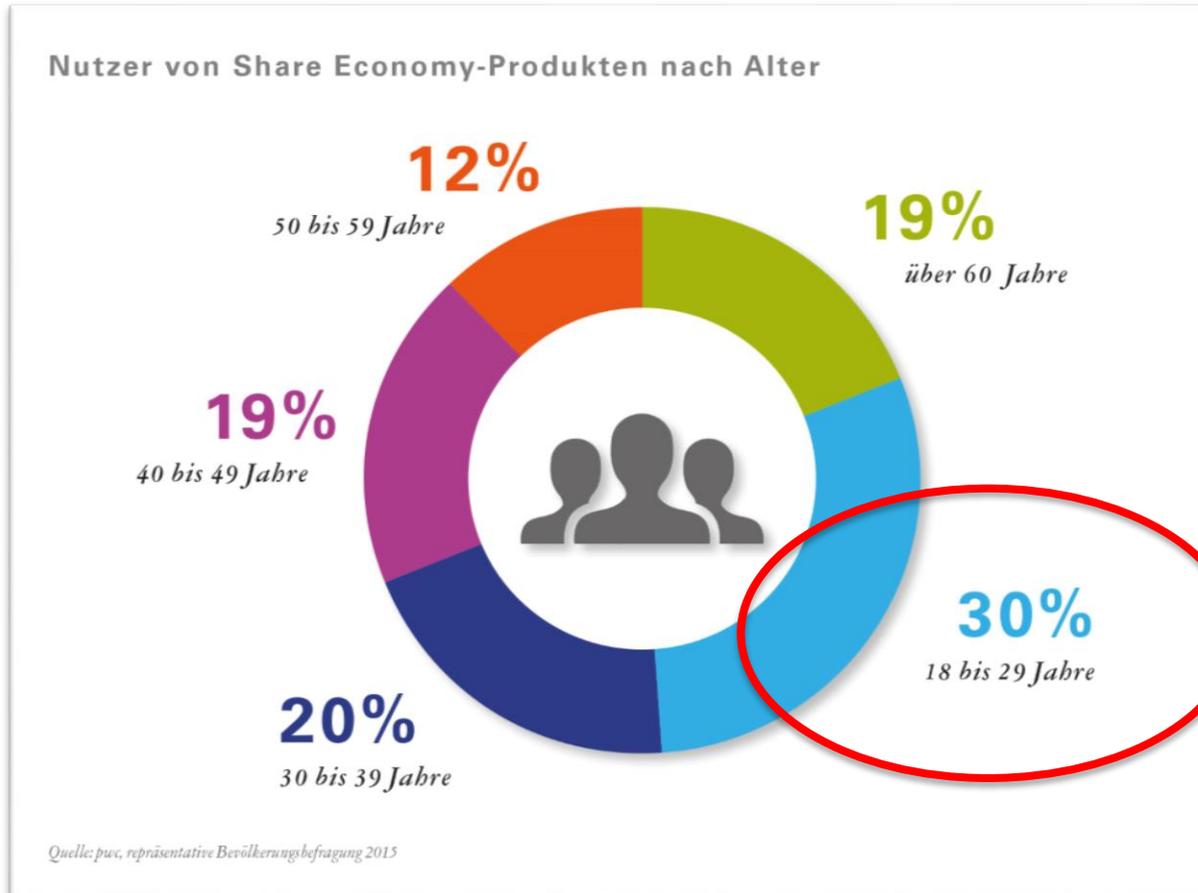


71% stimmen zu, dass die Share Economy das Leben erschwinglicher macht

Quelle: PWC Studie „Share Economy – Repräsentative Bevölkerungsbefragung“, Juni 2015

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

PWC Studie „Share Economy“ 2015



Alterstruktur der Share-Economy-Nutzer

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

„Share Economy – Repräsentative Bevölkerungsbefragung“

82% der 18- bis 29-jährigen nutzen
Angebote der Share Economy bereits
heute

Quelle: PWC Studie „Share Economy – Repräsentative Bevölkerungsbefragung“, Juni 2015

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Relevante Zielgruppen

Zielgruppen, die für Nutzen-statt-Besitzen-Modelle eher ansprechbar sind:

- **Digital Natives**
 - z.B. Facebook-User
- Menschen, die bereits eigentumslos konsumieren

Quelle: Heinrich Böll Stiftung: „Nutzen statt Besitzen“, 2012

Relevante Kommunikationskanäle

- **Internet / Netzwerke (Kooperationspartner)
Communities, Empfehlungsmarketing**
- **Apps**
- **Social Media (Facebook, Whats-App)**

- Newsletter / Mailings
- Mund-zu-Mund-Propaganda (z.B. Win-a-Friend-Aktion)
- Mitteilungsblätter (lokale Angebote)
- Pressearbeit
- Kundenbindungsmaßnahmen (z.B. polygo-Card / e-ticket)

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel: Social Media



Kommunikation wird digitaler und vernetzter

Mögliche Hindernisse bei der Kommunikation von Produktdienstleistungssystemen

Praxisbeispiele

Überblick Hindernisse

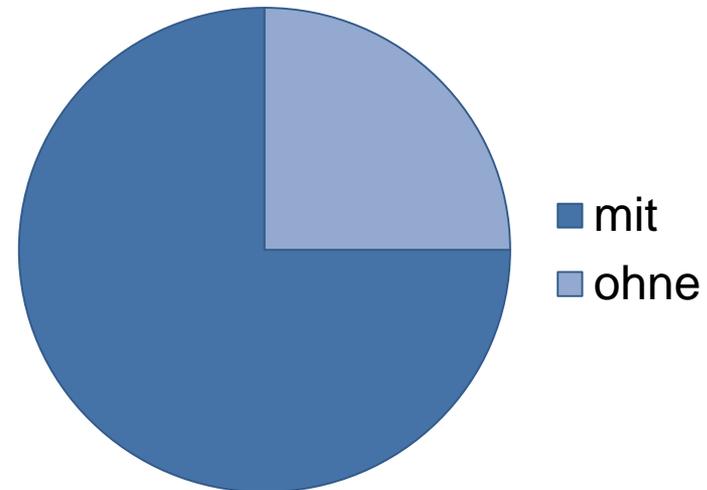
1. Unzureichende Informationsaufbereitung
2. Mangelndes Vertrauen
3. Mangelndes Interesse

1. Unzureichende Informationsaufbereitung

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN



Landkreise mit Verschenkmarkt



> 75 % der Abfallwirtschaftsbetriebe in Baden-Württemberg haben einen Verschenkmarkt

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Unzureichende Informationsaufbereitung: Beispiel Landkreis Reutlingen

The screenshot shows the website for Landkreis Reutlingen. The header features a landscape image and the logo of the district. Below the header is a navigation bar with tabs for 'Aktuelles', 'Landkreis & Politik', 'Service & Verwaltung', 'Wirtschaft & Bildung', and 'Tourismus & Kultur'. The 'Service & Verwaltung' tab is active. On the right side of the header, there are links for 'Bürgerservice von A-Z', 'Öffnungszeiten', and a search bar. The main content area is divided into three columns. The left column is a sidebar with a list of services, including 'Bürgerservice A-Z', 'Abfallentsorgung', 'Abfallgebührensysteem ab 2016', 'Anmelden / Abmelden / Ändern', 'Sperrmüll auf Abruf', 'Abfallbehälter', 'Service und Information', 'Abfalltermine 2016', 'Gewerbemüll', 'Formulare, Satzung, Broschüren', 'Kontakt und Links', 'Ausländerbehörde', 'Asyl und Flüchtlinge', 'Baulinformationen', 'Bus und Bahn', 'Flumeuordnung', 'Forstwirtschaft', 'Führerscheinstelle', 'Gesundheitsamt', 'Inklusionskonferenz', 'Integration', 'Jugend und Familie', 'Kfz-Zulassung', 'Kreismedienzentrum', 'Landwirtschaftsamt', 'Landschaftserhaltungsverband', 'Pflegestützpunkt', 'Schornsteinfegerwesen', 'Soziale Hilfen', 'Umweltschutzamt', 'Verbraucherforum Ernährung', 'Vermessung', and 'Veterinär- und Lebensmittelüberwachung'. A green arrow points to the 'Abfallentsorgung' link. The middle column is titled 'ABFALLENTSORGUNG' and contains the text: 'Wann der Müll abgeholt wird, wie Sie Müll vermeiden können, welche Behälter notwendig sind oder wohin mit dem Bodenaushub - das und viel mehr erfahren Sie auf folgenden Seiten. Oder direkt zum Formular für die Sperrmüll-Abfuhr.' Below this text is a list of links: 'Abfallgebührensysteem ab 2016', 'Anmelden / Abmelden / Ändern', 'Sperrmüll auf Abruf', 'Abfallbehälter', 'Service und Information', 'Abfalltermine 2016', 'Gewerbemüll', 'Formulare, Satzung, Broschüren', and 'Kontakt und Links'. The right column contains a paperclip icon, three 'A' icons, and a section titled 'ABFALLWIRTSCHAFT GT 33/4' with the address: 'Landratsamt Reutlingen (N), Schulstraße 26, Schulstraße 26, 72784 Reutlingen'. Below this is a link for 'Lageplan anzeigen' and 'Anfahrt/Routing' and 'Fahrplanauskunft'. There is also a link for 'Weitere Informationen' and a section titled 'GEBRAUCHTWARENBÖRSE'. At the bottom of the right column is a section titled 'RECYCLING-EINRICHTUNGEN' with the text: 'Hier finden Sie eine Übersicht der Recycling-Einrichtungen im Landkreis.'

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Unzureichende Informationsaufbereitung: Beispiel Landkreis Reutlingen

The screenshot shows the website for Landkreis Reutlingen. At the top, there is a banner with the word 'Recycling' in large green letters. Below the banner is a navigation bar with tabs for 'Aktuelles', 'Landkreis & Politik', 'Service & Verwaltung', 'Wirtschaft & Bildung', and 'Tourismus & Kultur'. The 'Service & Verwaltung' tab is selected. On the right side, there is a search bar and a list of services: 'Bürgerservice von A-Z', 'Öffnungszeiten', and 'Wonach suchen Sie?'. Below the navigation bar, there is a sidebar with a list of services. A green arrow points to the 'Service und Information' link in the sidebar. The main content area is titled 'SERVICE UND INFORMATION' and contains the text: 'Zur Vermeidung, Verwertung und Entsorgung von Abfällen und Wertstoffen bieten wir Ihnen folgende Entsorgungsmöglichkeiten an (Abfall-ABC):'. Below this text is a list of services: 'BIO-TONNE / Häcksel- und Grüngut', 'Gelber Sack / Papier / Altglas', 'Elektro- und Kühlgeräte', 'Problemstoffe', 'Asbest', 'Wertstoffhof', and 'Gebrauchtwarenbörse'. On the right side, there is a sidebar with a paperclip icon and the text: 'ABFALLWIRTSCHAFT GT 33/4', 'Landratsamt Reutlingen (N), Schulstraße 26, 72784 Reutlingen', 'Lageplan anzeigen', 'Anfahrt/Routing', 'Fahrplanauskunft', and 'Weitere Informationen'.

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Unzureichende Informationsaufbereitung: Beispiel Landkreis Reutlingen

LANDKREIS REUTLINGEN

Bürgerservice von A-Z
Öffnungszeiten
Wonach suchen Sie?

Aktuelles | Landkreis & Politik | **Service & Verwaltung** | Wirtschaft & Bildung | Tourismus & Kultur

Bürgerservice A-Z
Abfallentsorgung
Abfallgebührensensystem ab 2016
Anmelden / Abmelden / Ändern
Sperrmüll auf Abruf
Abfallbehälter
Service und Information
- BIO-TONNE / Häcksel- und Grüngut
- Gelber Sack / Papier / Altglas
- Elektro- und Kühlgeräte
- Problemstoffe
- Asbest
- Wertstoffhof
- **Gebrauchtwarenbörse**
Abfalltermine 2016
Gewerbemüll
Formulare, Satzung, Broschüren
Kontakt und Links
Ausländerbehörde
Asyl und Flüchtlinge
Baulinformationen
Bus und Bahn
Flurneuordnung
Forstwirtschaft
Führerscheinstelle
Gesundheitsamt
Inklusionskonferenz
Integration
Jugend und Familie
Kfz-Zulassung
Kreismedienzentrum
Landwirtschaftsamt
Landschaftserhaltungsverband
Pflgestützpunkt

GEBRAUCHTWARENBÖRSE DER LANDKREISE REUTLINGEN, TÜBINGEN UND ZOLLERNALB

- umfasst jetzt die Landkreise Reutlingen, Tübingen und Zollernalb
- Filterfunktion nach Postleitzahlenbereich oder nach Kategorie möglich
- passwortgeschütztes Konto zum Einstellen und Bearbeiten von Inseraten
- komfortable Bildintegration

Konto eröffnen/ Registrieren

- Klick auf Neuanmeldung
- Benutzernamen und Passwort eingeben
- Ausfüllen der Felder für die Adressdaten - in den Inseraten werden dann nur die Telefonnummer und E-Mail - Adresse veröffentlicht
- Nach Klick auf "bestätigen" erhalten Sie kurze Zeit später eine Mail an Ihre Mailadresse. Mit dem dort aufgeführten Link wird Ihr Konto dann freigeschalten

zur Gebrauchtwarenbörse

INTERNET GEBRAUCHTWAREN BÖRSE
Verkaufen - Kaufen - Mieten!
LANDKREIS REUTLINGEN
www.kreis-reutlingen.de

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Unzureichende Informationsaufbereitung: Beispiel Landkreis Reutlingen

The screenshot shows the 'Internet Gebrauchtwaren BÖRSE' website for the 'Landkreis Reutlingen'. The header features a logo with the text 'VERMEIDEN - VERWERTEN - EINE KLUGE SACHE' and icons of a chair, bicycle, and stroller. The main navigation menu includes 'Gebrauchtwarenbörse', 'Inserate auflisten', 'Gebrauchtwarenbörse', 'Inserate', 'Hinweise', 'Login', and 'Neuanmeldung'. The search results section, titled 'Sucheinstellungen', shows a search for 'Rollrost' with 53 results found. The results are as follows:

Sucheinstellungen	
Alles außer Mülleimer	Kategorie
Alle	Suche/Biete
Alle	Ort
	Suchbegriff

53 Inserate gefunden. [suchen](#)

Suche Rollrost hat zufällig jemand einen Matratzen-Rollrost, für den er keine Verwendung mehr hat? Maße: entweder einmal 140 x 200 cm oder zweimal 70 x 200 cm. Am liebsten Hartholz. Wäre genial.	Gesuch
Anfrage per Mail Link versenden 72108 Rottenburg	
Erdaushub Erdaushub aus Baugrube ca 400 Kubikmeter. Verfügbar ab 20.06.2016	Angebot
Anfrage per Mail Link versenden 72770 Reutlingen	
Kindertisch und drei Stühle Alter Ikea Kindertisch und drei kleine Stühle dazu. Tischmaße ca. 60 cm breit, 85 cm lang, 55 cm hoch. Stühle entsprechend, siehe Foto	Angebot
Anfrage per Mail Link versenden 72074 Tübingen 07071 52403	
Pferdeputzzeug und Gerte Suche für meine Tochter Pferdeputzzeug und eine Gerte. Vielleicht hat ja noch jemand Sachen herumstehen, die nicht mehr gebraucht werden. Vielen Dank	Gesuch

© Abfallwirtschaftsamt des Landkreises Reutlingen 2016

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Positiv-Beispiel Landkreis Esslingen

The screenshot shows the website for Landkreis Esslingen, managed by awb-es (Abfallwirtschaftsbetrieb). The page features a navigation menu with links for 'Abfuhr', 'Selbstanlieferung', 'Gebühren', 'Anmeldung', 'Abfallinfo', and 'Service'. A search bar is located in the top right corner.

The main content area is highlighted with a red rounded rectangle and contains a large advertisement for 'Verschenkmart'. The advertisement includes a photograph of various colorful teapots and a text box with the following content:

VERSCHENKMARKT

Verschenmarkt

So manches gute Möbelstück ist für den Sperrmüll eigentlich viel zu schade. Nutzen Sie unseren Verschenk- und Tauschmarkt. So können Sie Werte erhalten und Abfall reduzieren.

[Zur Webseite](#)

Below the advertisement, the page is divided into several sections:

- Aktuell**: A section titled 'Ab sofort: Die kostenlose Abfall-App für den Landkreis Esslingen' providing information about a new mobile application.
- Abfuhrtermine**: A section for scheduling waste collection, featuring a form with input fields for 'Ort' and 'Straße'.
- Kontakt aufnehmen**: A section providing contact information, including the phone number 0800 931 2526 and the email address service-awb@lra-es.de, along with a list of opening hours.
- Abfuhr**: A small section with a photograph of a waste collection truck.
- Selbstanlieferung**: A section with a photograph of a waste disposal station sign.

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „cambio-carsharing“

The screenshot shows the homepage of the cambio website. At the top, there is a navigation bar with the cambio logo, a search bar, and links for 'Kontakt', 'Presse', 'cambioBlog', and 'Deutsch'. Below the navigation bar is a cookie consent banner. The main headline reads 'CarSharing. Soviel Auto macht Sinn. Willkommen bei cambio Deutschland'. The page is structured into several content blocks: 1. A grid of images showing people using the service. 2. A video player titled 'Ungenutzte Autos' with the subtitle 'Ist das wirklich clever?'. 3. A map titled 'Unsere Städte' showing service locations in Germany. 4. A section titled 'CarSharing. So funktioniert'! with a sub-headline 'Buchten - Einsteigen - Fahren: So einfach ist CarSharing mit cambio.' and a 'Details' link. 5. A section titled 'CarSharing. Vorteile für Unternehmen.' with a sub-headline 'cambio ist die kostengünstige Alternative zum Fahrzeugkauf oder Leasing - für Unternehmen, die bei Mobilität auf Effizienz und Flexibilität setzen.' and a 'Details' link. 6. A section titled 'cambio. Überall mobil.' with a sub-headline 'Köln, Freiburg, Hamburg, Hannover, Frankfurt oder Brüssel - mit cambio und CarSharing-Partnern stehen in über 200 Städten mehr als 4.600 Fahrzeuge zur Verfügung.' and a 'Details' link. 7. A 'Jetzt einsteigen' section with the text '370 Stationen in 19 Städten, 16 Modelle in 4 Preisklassen.' and a 'Kunde werden' button. 8. A 'Clever kombinieren' section with the text 'Einstiegsangebote für Nutzer von Bus und Bahn.' and an 'Ihr Vorteil' button. At the bottom right, there are social media icons for Facebook, YouTube, Twitter, and Pinterest, along with a 'test' logo and a 'GUT (2,0)' rating.

Klare Struktur

2. Mangelndes Vertrauen

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Vertrauen: PWC-Studie

„Share Economy basiert auf dem Vertrauen zwischen Anbietern und Nutzern.“

→ **Zustimmung 82 %**

„Ich werde Share Economy-Unternehmen solange nicht vertrauen bis alles richtig gesetzlich geregelt ist.“

→ **Zustimmung 59 %**

Quelle: PWC Studie „Share Economy – Repräsentative Bevölkerungsbefragung“, Juni 2015

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Vertrauen: Zertifizierungs-Systeme / Siegel



1) Zertifizierungs-Systeme / Siegel

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Vertrauen: Bewertungs-Systeme

Siegel nach Produktgruppen

Textilien | Lebensmittel | Papier | Holz

Siegel in der Produktgruppe Textilien von A-Z

<p>Blauer Engel - Textil</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit</p>	<p>Bluesign</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit</p>	<p>EU Ecolabel - Textil</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit</p>
<p>Fair Wear Foundation</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Sozialverträglichkeit</p>	<p>Global Organic Textile Standard (GOTS)</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit</p>	<p>Naturtextil IVN zertifiziert BEST</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit</p>
<p>OEKO-TEX Made in Green</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt besonders hohe Anforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit</p>	<p>Better Cotton Initiative (BCI)</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt unsere Mindestanforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Sozialverträglichkeit</p>	<p>Cotton made in Africa</p>  <p>Dieses Siegel erfüllt unsere Mindestanforderungen in den Bereichen Glaubwürdigkeit und Sozialverträglichkeit</p>

Wichtig: Nachprüfbarkeit + Transparenz

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Vertrauen: Zertifizierungs-Systeme / Siegel

The screenshot shows the DriveNow website interface. At the top, there is a navigation bar with the DriveNow logo, menu items like 'SO GEHT'S', 'DEINE AUTOS', 'STÄDTE', and 'TARIFE', and a 'Carsharing von BMW i, Sixt' logo. There are also buttons for 'REGISTRIEREN', 'LOGIN', and a language selector 'DE'. Below the navigation bar, there are two promotional boxes with text and links to 'Im Blog weiterlesen'. A central banner features the text 'Drive 'n Fly: Mit DriveNow Carsharing entspannt zum Flughafen oder zurück in die Stadt.' Below this, there are three columns of content. The first column is titled 'DriveNow für Unternehmen' and describes mobility alternatives for employees. The second column is titled 'Partner' and lists REWE, flinc, and Vodafone as partners. The third column, highlighted with a red box, is titled 'Kundenbewertung von eKomi' and displays a 4.3/5 star rating. It includes a circular seal with a thumbs-up icon and the text 'Kundenbewertung' and 'DriveNow ist bei dem unabhängigen Bewertungssystem eKomi vertreten. Dort kannst du dich über Erfahrungen unserer Kunden informieren und deine eigene Meinung zu DriveNow teilen.' Each column has a 'Mehr erfahren' link at the bottom.

2) Bewertungs-Systeme

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Vertrauen: WIN-Charta



3) Glaubwürdigkeit / Authentizität

3. Mangelndes Interesse

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Mangelndes Interesse

PROBLEM:

”

Umwelt und Natur spielen in der Alltagswelt junger Menschen eine geringe Rolle.

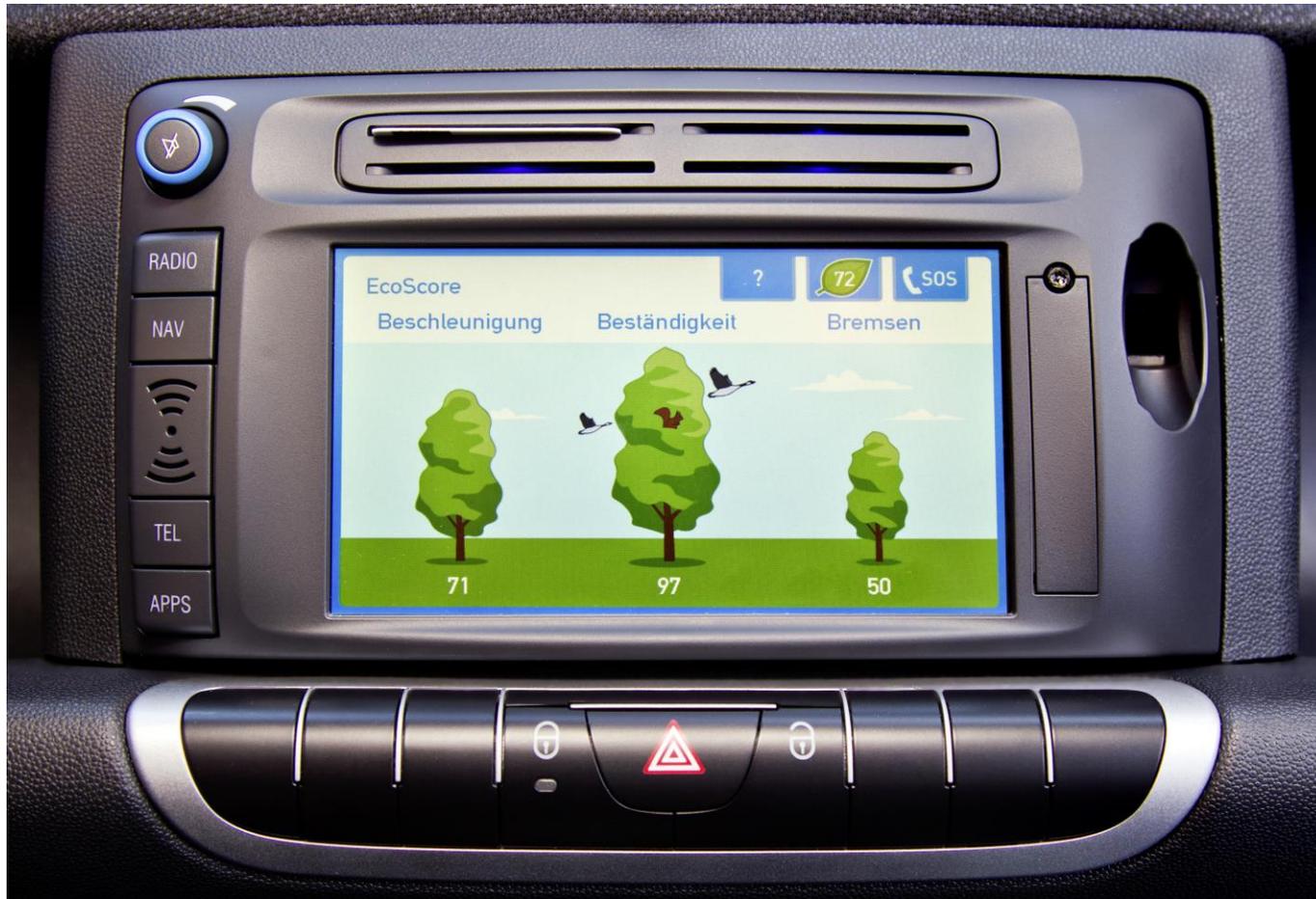
Der erhöhte Leistungs- und Bildungsdruck und unsichere berufliche Perspektiven sind **drängendere Herausforderungen**. Die Familie und soziale Beziehungen, der Wunsch nach Selbstentfaltung und das Streben nach einem guten beziehungsweise hohen Lebensstandard nehmen in den Vorstellungen von einem guten Leben einen überdurchschnittlich hohen Stellenwert ein.

“

Quelle: „Umweltbewusstsein in Deutschland 2014: Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen“

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Positiv-Beispiel: car2go



car2go: gamification

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Überblick Probleme und Lösungen

	Problem	Lösung
1	Unzureichende Informationsaufbereitung	<ul style="list-style-type: none">• Wichtige Inhalte nach vorne• Besondere Inhalte hervorheben• Ansprechende Gestaltung• Klare Strukturierung• Interessante Hintergrundinfos
2	Mangelndes Vertrauen	<ul style="list-style-type: none">• Zertifikate / Geprüfte Siegel• Bewertungs-Systeme• Glaubwürdigkeit / Authentizität
3	Mangelndes Interesse	<ul style="list-style-type: none">• Spielerische Wissensvermittlung• gamification

Beispiele Websites PDSs

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „tamyca“

Vertrauen und Sicherheit
Für alle Nutzer der tamyca-Plattform

Vertrauen und Sicherheit haben bei uns allerhöchste Priorität. Deshalb haben wir eine Plattform geschaffen, wo sich Nutzer gegenseitig vertrauen können und deren Sicherheit gewährleistet wird. Egal, ob es sich um's Kennenlernen, Ausleihen oder Bezahlen geht.

[Mehr erfahren](#)

Apps für iOS und Android
Überall und bequem Carsharing nutzen

- **Finde Autos in Deiner Nähe**
Dir werden direkt Autos in Deiner Umgebung angezeigt. Du kannst diese direkt anfragen und bezahlen.
- **Verwalte Deine Anfragen**
Egal ob Du ein Auto mieten möchtest oder Dein eigenes anbietest - mit der App hast Du den Überblick.
- **Biete Dein Auto an**
In wenigen Schritten kannst Du Dein Auto einstellen und direkt mit dem Handy Fotos Deines Autos machen.

Hol' Dir die App:

Available on the **App Store** **Google play**

Umwelt
Mobilität ohne Verschwendung

Nachhaltigkeit ist eines unserer Grundanliegen. Deshalb haben wir darauf geachtet, dass die Plattform nicht nur ökonomischen, sondern auch ökologischen und sozialen Mehrwert schafft. So reduziert die Nutzung von tamyca massiv den CO2-Ausstoß, macht eine bessere Platz-Nutzung möglich und stärkt Nachbarschaften.

[Erfahre mehr](#)

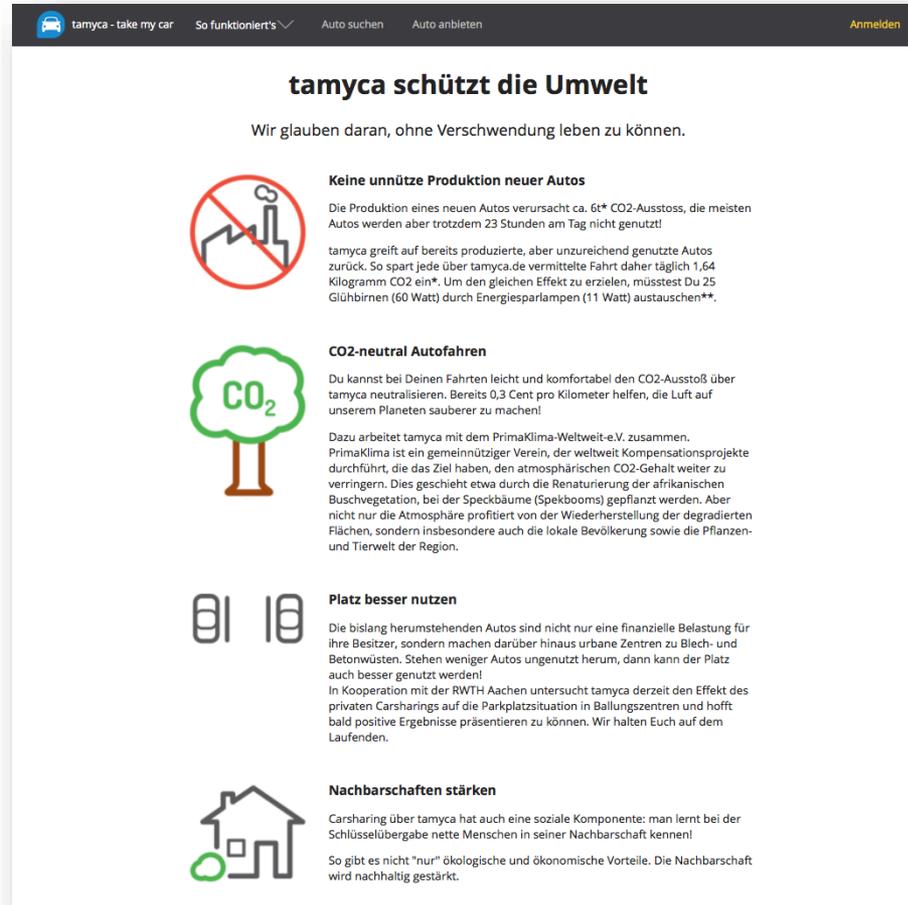
[Jetzt nach Autos suchen](#) [Jetzt eigenes Auto einstellen](#)

So funktioniert's Carsharing Hilfe und Support Über uns Carsharing in Miete diese Modelle

Startseite unten: „Mobilität ohne Verschwendung“

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „tamyca“



The screenshot shows the tamyca website interface. At the top, there is a navigation bar with the tamyca logo, the text "tamyca - take my car", a status indicator "So funktioniert's" with a checkmark, and links for "Auto suchen" and "Auto anbieten". On the right side of the navigation bar is a button labeled "Anmelden".

tamyca schützt die Umwelt

Wir glauben daran, ohne Verschwendung leben zu können.

Keine unnütze Produktion neuer Autos

Die Produktion eines neuen Autos verursacht ca. 6** CO₂-Ausstoss, die meisten Autos werden aber trotzdem 23 Stunden am Tag nicht genutzt!

tamyca greift auf bereits produzierte, aber unzureichend genutzte Autos zurück. So spart jede über tamyca.de vermittelte Fahrt daher täglich 1,64 Kilogramm CO₂ ein*. Um den gleichen Effekt zu erzielen, müsstest Du 25 Glühbirnen (60 Watt) durch Energiesparlampen (11 Watt) austauschen**.

CO₂-neutral Autofahren

Du kannst bei Deinen Fahrten leicht und komfortabel den CO₂-Ausstoß über tamyca neutralisieren. Bereits 0,3 Cent pro Kilometer helfen, die Luft auf unserem Planeten sauberer zu machen!

Dazu arbeitet tamyca mit dem PrimaKlima-Weltweit-e.V. zusammen. PrimaKlima ist ein gemeinnütziger Verein, der weltweit Kompensationsprojekte durchführt, die das Ziel haben, den atmosphärischen CO₂-Gehalt weiter zu verringern. Dies geschieht etwa durch die Renaturierung der afrikanischen Buschvegetation, bei der Speckbäume (Spekbooms) gepflanzt werden. Aber nicht nur die Atmosphäre profitiert von der Wiederherstellung der degradierten Flächen, sondern insbesondere auch die lokale Bevölkerung sowie die Pflanzen- und Tierwelt der Region.

Platz besser nutzen

Die bislang herumstehenden Autos sind nicht nur eine finanzielle Belastung für ihre Besitzer, sondern machen darüber hinaus urbane Zentren zu Blech- und Betonwüsten. Stehen weniger Autos ungenutzt herum, dann kann der Platz auch besser genutzt werden!

In Kooperation mit der RWTH Aachen untersucht tamyca derzeit den Effekt des privaten Carsharings auf die Parkplatzsituation in Ballungszentren und hofft bald positive Ergebnisse präsentieren zu können. Wir halten Euch auf dem Laufenden.

Nachbarschaften stärken

Carsharing über tamyca hat auch eine soziale Komponente: man lernt bei der Schlüsselübergabe nette Menschen in seiner Nachbarschaft kennen!

So gibt es nicht "nur" ökologische und ökonomische Vorteile. Die Nachbarschaft wird nachhaltig gestärkt.

Unterseite: Umwelt

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „kilenda“

kilenda

So funktioniert's · Zur Bekleidung · Über uns · Blog · Eco-Race · Dein Konto

kilenda

Kinderkleidung einfach mieten

- ✓ Nie wieder Kleiderberge.
- ✓ Immer neue Kollektionen und hochwertige Marken.
- ✓ **Aktiv zum Umweltschutz beitragen.**

Jetzt Highlights anschauen

Jetzt im Angebot stöbern

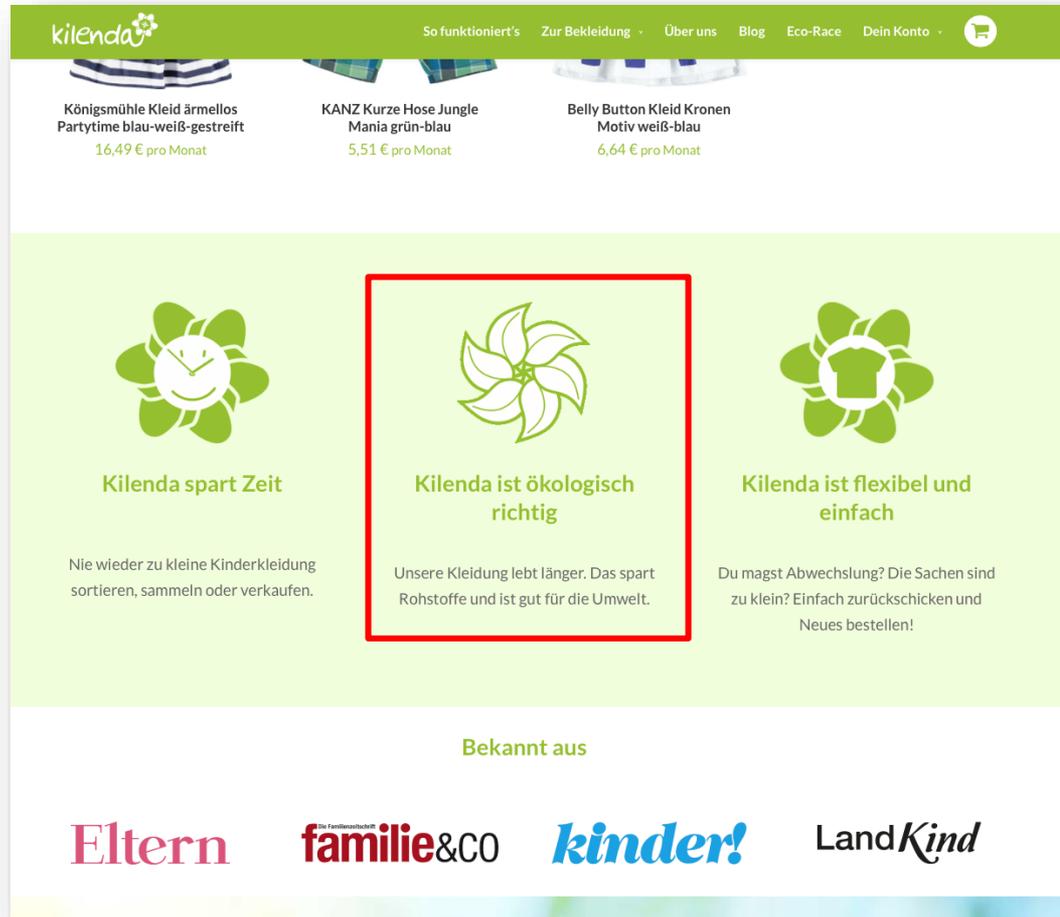
bellybutton FINID FIXONI Whoopi hummel Königsmühle 4funky flavours SCHIESSER

MAGIC

Startseite: „Aktiv zum Umweltschutz beitragen“

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

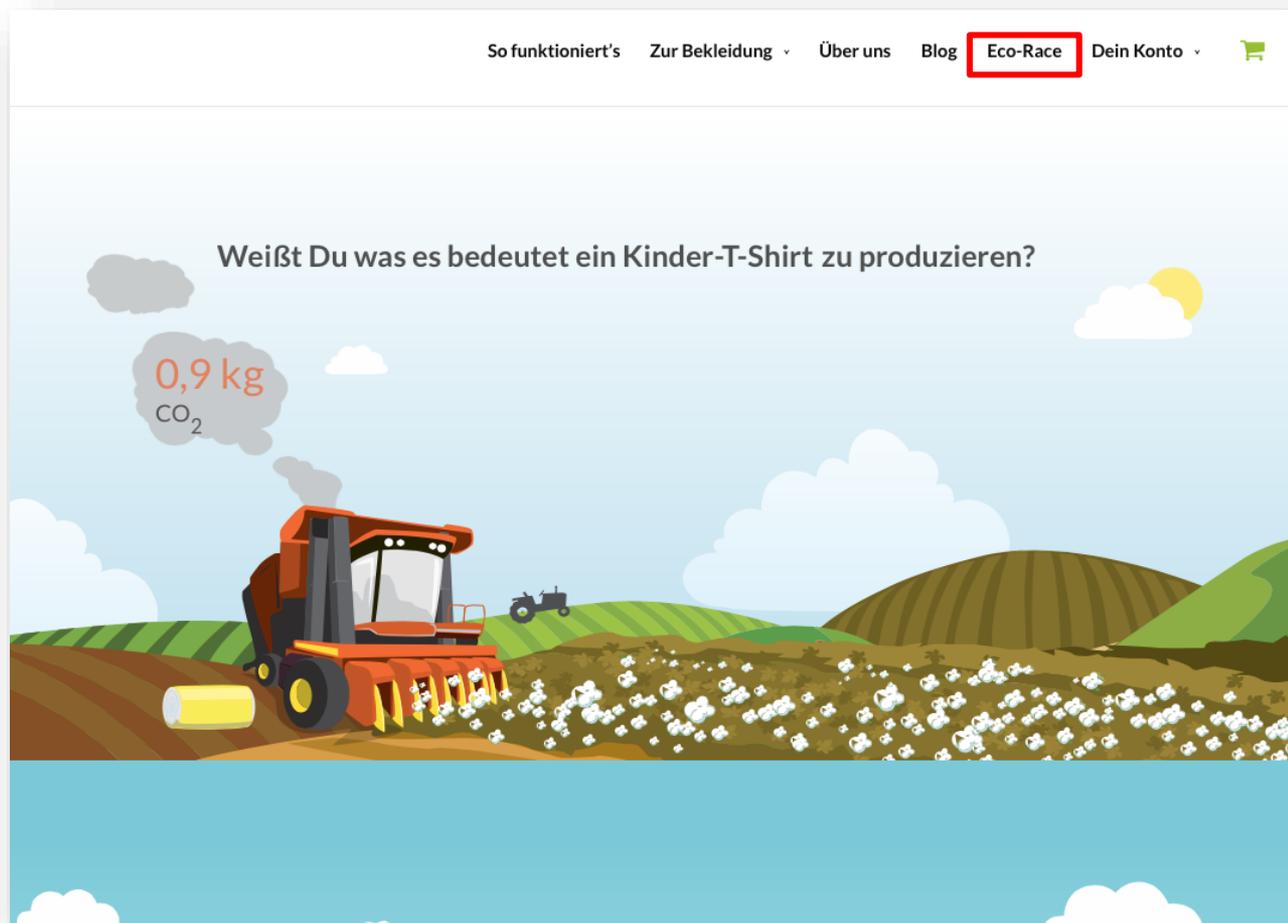
Beispiel „kilenda“



Startseite unten: Vorteil Rohstoffersparnis

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „kilenda“



Unterseite: „Eco-Race“

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „kilenda“



Kommunikation über Bilder und Grafiken

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „kilenda“



Kommunikation über Bilder und Grafiken

IV. KOMMUNIKATION VON PRODUKTDIENSTLEISTUNGSSYSTEMEN

Beispiel „kilenda“



Sichtbarmachung Fortschritt

V. Fazit

Anforderung an die Kommunikation ...

- ... glaubwürdig und authentisch
- ... verwendet einfache Sprache
- ... zeigt Hintergründe auf
- ... liefert Handlungswissen
- ... motiviert und bestätigt

Was kann die Politik tun?

- ... Informationsangebote bündeln bzw. vernetzen
- ... Öffentlichkeitswirksame Leuchtturmprojekte bzw. Imagekampagnen initiieren und fördern
- ... Anreize schaffen
- ... Anstöße geben

V. FAZIT

Kochbüchle



Nudging

V. FAZIT

Kochbüchle



Nachhaltigkeit wird mitkommuniziert

ÖkoMedia

Agentur für Nachhaltigkeitskommunikation

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

--- BACKUP ---

Greenwashing

Wie erkennt man Greenwashing?

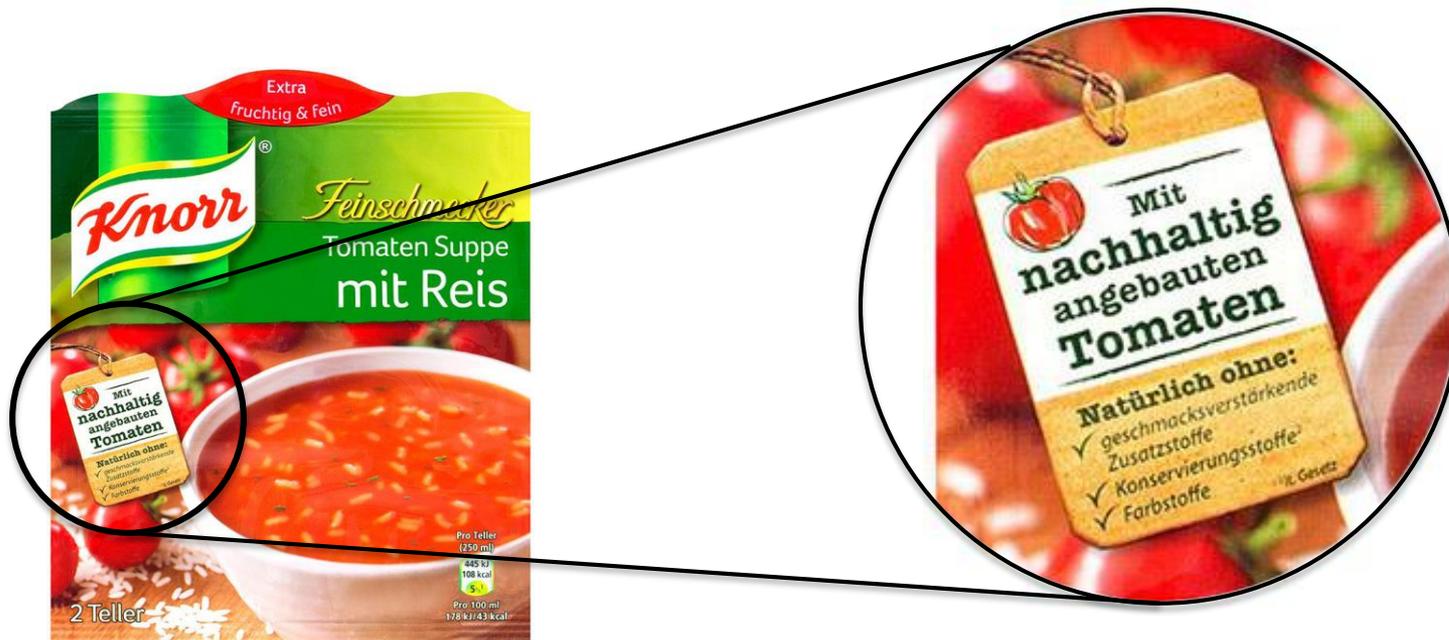


Neun ausgewählte Kriterien:

1. Vage Aussagen
2. Versteckte Zielkonflikte
3. Suggestive Abbildungen
4. Irrelevante Aussagen
5. Das kleinere Übel
6. Fachchinesisch
7. Falsche Labels
8. Fehlende Nachweise
9. Unwahrheiten

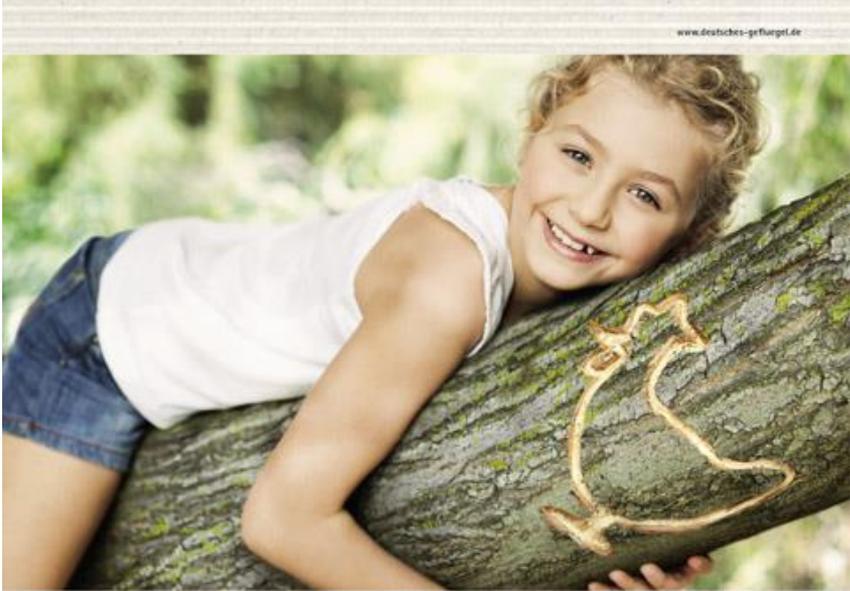
Greenwashing

Beispielbilder



Greenwashing

Beispielbilder



www.deutsches-gefluegel.de

Deutsches Geflügel:
Nachhaltig gut!

Achten Sie beim Einkauf auf die deutsche Herkunft!

D Schlügl
D Autzsch
D Veredelung

Wir, die deutsche Geflügelfleischwirtschaft, leisten durch eine ressourcenschonende und klimafreundliche Erzeugung einen wichtigen Beitrag für eine nachhaltige Lebensweise. Vertrauen Sie daher beim Kauf von Hähnchen- und Putenfleisch bewusst auf die deutsche Herkunft. Denn diese garantiert eine kontrolliert heimische Erzeugung, einen geringen Einsatz an Wasser und fossilen Brennstoffen, einen niedrigen Ausstoß an CO₂, strenge Qualitäts- und Sicherheitsstandards sowie kurze Transportwege. Genießen Sie also, wann immer Sie möchten, köstliches Geflügelfleisch aus Deutschland.

Mehr Informationen unter: www.deutsches-gefluegel.de

Greenwashing

Beispielbilder



Greenwashing

Beispielbilder

