



6

Der Boden der Tatsachen Er ist unsere Zukunft



10

Ministerin mit Weitblick Greift die Digitalagenda des BMU?

- 3 Editorial
- 6 Brennpunkt Boden
- 8 Gute Nachrichten

Schwerpunkt

DIGITALISIERUNG

- 10 **Die umweltpolitische Digitalagenda** Ein Kommentar von Svenja Schulze
- 12 **Nachhaltig digital forum**-Interview mit Alexander Bonde, dem Generalsekretär der DBU
- 14 **Innovation aus Leidenschaft forum**-Interview mit drei Vorständen einer außergewöhnlichen Firma
- 17 **Polypoly** Meine Daten gehören mir
- 20 **Ethik und KI** Kühe und Künstliche Intelligenz haben viel gemein – nur sind Kühe komplexer
- 22 **Du sollst nicht schaden!** Ein ethischer Kompass – nicht nur für die Digitalisierung
- 26 **Global lernen, lokal handeln** Wie E-Learning zu einer gerechteren und nachhaltigen Welt beitragen könnte
- 28 **Computerspiele in der Reha** Digitale Therapien für halbseitig Gelähmte

THEMEN

Strategie & Unternehmensführung

- 31 **Awards und Preisträger** Nominierte des Deutschen Nachhaltigkeitspreises
- 35 **CXR** Die Neuerfindung der CSR
- 38 **Fair Wear Works** Verantwortungsvoller Textileinkauf in Unternehmen

Green Money

- 44 **Das gute Beispiel** Den Hebel der öffentlichen Hand wirksam machen
- 46 **Die Finanzwende** für eine nachhaltigere Welt
- 49 **Es geht voran** Die Klima-Selbstverpflichtung des deutschen Finanzsektors

Klimaschutz

- 52 **Klimarevolution mit Ökobonus** Nachhaltigere Wirtschaft durch CO₂-Abgabe
- 54 **Netto-Null** Ist unkonventioneller Klimaschutz der einzige Ausweg?
- 55 **Ein klares Nein zum CCS forum**-Interview mit Sascha Müller-Kraenner, dem Bundesgeschäftsführer der Deutschen Umwelthilfe
- 58 **Energiewende in Europa** Jetzt gemeinsam voranbringen
- 60 **Sauerstoff für das System** Warum Firmen Bäume pflanzen sollten



60

Ich stehe im Wald Warum Firmen Bäume pflanzen



INHALT

67

Du bist der Chef Verbraucher bestimmen jetzt den Preis

Konsum, Bildung und Wissenschaft

- 64 **Supergärten** Eine Vision für das Ernährungssystem
- 67 **Du bist hier der Chef!** Verbraucher entscheiden gemeinsam, was ihnen wichtig ist
- 70 **Mehr Uga-Uga im Leben** Freestyle-Sport für einen gesünderen Lebensstil
- 74 **Zukunft braucht „Future Skills“** Für mehr Innovations-Kompetenz
- 78 **Nachhaltige Produkt-Tipps** So macht Einkaufen Freude
- 80 **S3** Von wissenschaftlicher Theorie zu nachhaltiger Praxis

SERVICE

- 82 **B.A.U.M. informiert** Nachrichten aus dem Unternehmensnetzwerk
- 84 **Bücher und Filme für den Wandel** Die **forum** Medientipps
- 86 **Tagen & Tourismus** Anbieter im Kurz-Portrait
- 88 **Marktplatz** Anbieter stellen sich vor
- 89 **Events in der Vorschau** Veranstaltungen im Kurz-Portrait
- 90 **Impressum & Vorschau**



Marketing for Future

DAS HEFT IM HEFT

- 4 **Peter John Mahrenholz** Weltrettung als Gesellschaftsvertrag
- 5 **Volker Quaschnig** Warum das Klima Marketing braucht
- 6 **Meike Finkelnburg** Literally no more time for excuse
- 8 **Jan Pechmann / Nici Rieger** Generation Klartext. Ein neues Selbstverständnis im Marketing
- 18 **Kerrin Löhe** Der Knoten im Kopf – Warum wir unseren Planeten nicht retten
- 20 **Carsten Baumgarth** ROI auf klimapositives Marketing – eine Frage der Perspektive.
- 22 **Jens Lönneker / Ines Irm Dahl** M4F oder die Wiederentdeckung der Sinnhaftigkeit und Lust am Marketing
- 23 **Claudia Langer** Werbung: Wahnsinn oder Werkzeug für den Wandel?