

Zum Earth Day: über 200 führende digitale Tech Unternehmen wollen insgesamt 50 Millionen Menschen erreichen und zum Klimaschutz animieren!

Zusammenfassung:

Zum diesjährigen Earth Day haben mehr als 200 Tech Unternehmen eine gemeinsame Kampagne ins Leben gerufen: Time for Climate Action. Und das mit hochgesteckten Zielen: Insgesamt sollen mehr als 50 Millionen Menschen erreicht und so gemeinsam über 1 Million konkrete Klimaschutzmaßnahmen umgesetzt werden.

Initiiert und organisiert ist die zu Ehren des Earth Days vom 19.-25. April stattfindende Kampagne von der gemeinnützigen Organisation [Leaders for Climate Action](#). Zu den Unterstützern der Initiative zählen unter anderem die führenden Tech Unternehmen Spotify, Ecosia, [DynAdmic](#), BlaBlaCar, FlixBus, Home24, flaschenpost, eBay Kleinanzeigen, Cabify, Universal Music, Delivery Hero, Marley Spoon, TIER, Doctolib, Personio und viele Weitere.

Das Ziel ist es, die Wichtigkeit der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen zu fordern und klarzustellen, dass Digital Unternehmen einen wesentlichen Teil zur Bekämpfung der Klimakrise beitragen müssen.

„Für viele Unternehmen in unserem Netzwerk reicht die alleinige Reduzierung ihrer Emissionen nicht aus. Um einen wirklich großen Unterschied zu bewirken, müssen wir uns alle fragen, was wir darüber hinaus alles tun können. Unsere Kunden und Partner mit ins Boot zu holen ist ein guter Weg dafür.“ – Timo Müller, Co-Founder LFCA.

Mit der globalen Reichweite aller teilnehmenden Unternehmen sollen insgesamt mehr als 50 Millionen Menschen erreicht und 1 Million wirkungsvolle - und schnell realisierbare - Maßnahmen für den Klimaschutz umgesetzt werden. Um diese Ziele zu erreichen, haben es sich die teilnehmenden Tech Unternehmen zur gemeinsamen Aufgabe gemacht, Klimaschutzmaßnahmen für Einzelpersonen leicht zugänglich zu machen, dabei ihren eigenen CO₂-Fußabdruck offen zu legen und CO₂ Reduktionsmaßnahmen zu implementieren.

Es wird konkret. Heute.

Die Kampagne betont welch großen Unterschied einfache, konkrete Maßnahmen – wie die Reduzierung des persönlichen CO₂-Fußabdrucks – für den Klimaschutz machen können und bestärkt gleichzeitig die Rolle, die Einzelpersonen dabei spielen. Der Impact der Kampagne kommt im Wesentlichen über zwei Kanäle:

1. **Erstens über die [Kampagnenseite](#) selbst**, auf der Besucher in unter 10 Minuten einfache konkrete Maßnahmen für den Klimaschutz umsetzen können. Dazu zählen unter anderem: Stromanbieterwechsel zu grüner Energie, Kontoeröffnung bei einer grünen Bank, Umsetzung von Klimaschutz am Arbeitsplatz, Bäume pflanzen bei Online-Suchanfragen, Fordern eines Kurswechsels der Politik, Messung und Reduzierung des persönlichen Fußabdrucks, und viele mehr. Alle Maßnahmen sind in einem informativen und leicht teilbaren Format aufbereitet – wie beispielsweise dieses [Video](#), das die teilnehmenden Unternehmen über ihre Social-Media-Kanäle teilen werden.

- 2. Zweitens über die von den Unternehmen angebotenen Produkte und Services.** Viele Unterstützer der Kampagne stellen spezielle, klimafreundliche Angebote auf ihrer eigenen Plattform zur Verfügung und machen dadurch Klimaschutz so einfach wie noch nie. Sie informieren Kunden über nachhaltige Lösungen in ihrer Branche, bewerben nachhaltigere Produktalternativen, pflanzen Bäume für jede Transaktion während der Dauer der Kampagne, und vieles mehr. Jedes teilnehmende Unternehmen nutzt hierfür seine eigenen Ressourcen und Fähigkeiten bestmöglich aus.

DynAmic verfolgt diverse Ansätze im Kampf gegen den Klimawandel. Neben den größten Nachhaltigkeitsfaktoren Ökostrom und Green IT, pflanzt DynAdmic gemeinsam mit allen Kunden mit jeder Kampagne Bäume. Auf diese Weise können Kampagnen klimaneutral ausgespielt werden. Um mehr Aufmerksamkeit auf das Thema Klimaschutz und die Kampagne „Time for Climate Action“ zu lenken, werden die Website und die Social-Media-Kanäle genutzt. „Wir freuen uns Teil dieser Initiative zu sein und hoffen gemeinsam mit LFCA und den anderen Partnern mehr Aufmerksamkeit zu schaffen und mit einem guten Beispiel voranzugehen. Schon viele kleine Schritte können Großes bewirken, das müssen wir uns immer vor Augen halten.“ – Corinna Heßler, Managing Director DynAdmic Deutschland GmbH.

Weitere Beispiele aller teilnehmenden Unternehmen finden Sie auf dieser [Kampagnenübersichtsseite](#).

Es geht um konkrete Maßnahmen und Transparenz.

Unser Motto ist Aktion, nicht Perfektion. Die meisten der teilnehmenden Unternehmen sind (noch) nicht zu 100% nachhaltig, haben aber alle schon damit begonnen, ihren CO₂-Fußabdruck zu minimieren und die Erreichung nachhaltiger Ziele weit oben auf ihre Agenda gesetzt. Sie sind entweder bereits klimaneutral oder planen, es bis zum Jahresende zu sein (zumindest auf operativer Ebene). Darüber hinaus haben sie bis heute bereits verschiedene Reduktionsmaßnahmen implementiert und eine klare Klimaschutzstrategie für den Rest des Jahres 2021. All ihre bisherigen Anstrengungen können öffentlich und transparent auf der [Kampagnen Übersichtsseite](#) nachverfolgt werden.

Die Aktionen sind so vielfältig, wie die daran teilnehmenden Unternehmen:

Universal Music wird seine Influencer und Musiker dazu animieren, die Kampagne mit ihren Millionen von Followern zu teilen. Außerdem planen sie eine eigene Social Media Kampagne und starten eine interne Klimaschutzkampagne mit den Mitarbeitern. *“Den Klimawandel halten wir nur gemeinsam auf - und alle können etwas dazu beitragen. Zusammen mit unseren Künstler:innen, unserem Partner-Netzwerk und unserem Team wollen wir die Menschen dafür gewinnen, selbst aktiv zu werden. Genauso, wie wir es auch als Unternehmen sind und so zum Beispiel bereits seit zwei Jahren klimaneutral arbeiten.”* - Frank Briegmann.

Shop Apotheke wird vegane und vegetarische Produkte auf ihrer Webseite markieren und sie als Alternativen anbieten. Darüber hinaus soll eine klimafreundlichere „langsame Lieferung“-Option für den Versand eingeführt werden. Zulieferer sollen außerdem in Gespräche zum Thema Nachhaltigkeit eingebunden werden.

Über Leaders for Climate Action:

LFCA ist eine globale Community von über 1200 digitalen Gründern, die vor allem eines vereint: Der gemeinsame Wunsch, der Klimakrise mit konkreten Maßnahmen entgegenzutreten und eine effektivere Gesetzgebung von der Politik zu fordern. Ihre Vision

ist eine weltweit klimaneutrale Digitalindustrie – die als Vorbild für weitere Branchen dienen soll.

Pressekontakt:

Philippe Singer
Telefon: +49 176 83116578
Email: philippe@lfca.earth

Links zur Kampagne: [Website](#), [Instagram](#), [Facebook](#), [Twitter](#), [Linkedin](#)
[Google Drive für Presseunterlagen](#)

Teilnehmende Unternehmen:

DynAdmic, Dott, Universal Music, Doctolib, flaschenpost, Spotify, Ecosia, Canva, Norrsken VC, Tiko, Tier, House of YAS, Moneybox, Apsiyon, LEAD, Evreka, Marley Spoon, Glovo, Cabify, ebay Kleinanzeigen, home24 SE, Delivery Hero, Netpincer, Mjam, Tomorrow, COBIOM, heycater!, Hago Energetics, Digital Hub Logistics GmbH, hemea, Ape Unit, Hyperion, Executive Search, Uplink, Polarstern GmbH, Sensorberg, Kid Coins, Greenmetrics, Mevsimi, Earthly, GEFTA, Inven Capital, K5 GmbH, Open Talent, Balderton Capital, Mammut, Reflect, Studio, Loudly, MAZE, Speedinvest, Fabletics GmbH, Redalpine, youtiful.net, Zero-Carbon, the wearness, sofatutor, viewpay.tv, ClimatePartner, Orixe As, Sustainable Data Technologies GmbH / CO2free, Copenhagen Fintech, FlixBus, Faradai, elaboratum, Savings United GmbH, Flexcavo, BMH BRÄUTIGAM, Astutia Ventures, Wingie Enuygun Group, Inveon, Cooltra, Done! Berlin GmbH, MIOO Cycling, Kiwigrd, itravel Group, GP Bullhound, SolarBlick GmbH, Raisin, HomeToGo, Unternehmertum VC, InnoGames, Reedsy, Wefox Group, alphacoders GmbH, Tandemploy, mobile.de, Commencis, Katapult Accelerator, inoqo, Insider., Treeconomy, Forto, Ledgy, EINHUNDERT Energie, nu3, ARTEBENE, LANASIA AG, WestTech Ventures, Founders Foundation, Userlutions, Fashion Cloud, Blacklane, finn GmbH, Thermondo, Connox, Snooze Project, THE CLIMATE CHOICE, 212, Shop-Apotheke, Goldbeck Solar, Surve Mobility, gate, pack it eco, Kenkou GmbH, Concept X, GOT YOUR BACK, Chattyco, SWEDISH FALL, PHAT Consulting, enspired, Efficient Energy, Pirate.global, Visible GmbH, SpinLab, DIGITAL renewables GmbH, Data4Life, SUSI Partners, MiMask, Breega, Cycle Up, econda, Planet A Ventures, Active Giving, Bergfreunde GmbH, BlaBlaCar, Traivelling, Tournlane, MyMuesli, Musixen, TempoCap, ecotrek, eye/o, Personio, PlusDental, FightBack, Revo Capital, Idealo, Staiy, Tomorrow's Education, Tmob, Yova Impact Investing GmbH, Phineo, Purenessity, MOSTLY AI, Related Digital, Picus, Figopara, Serious Business, Wermuth Asset Management, Sendinblue, Computop, NOMOO, datenschutzexperte.de, JUNIQUE, Spielfeld Digital Hub, Lidio, PANDA | The Women Leadership Network, Arvantis Group, Laserhub, right. based on science, macom NIYU, EMPAUA, weclapp, RealPort, 3VC, Digital Hub Logistics GmbH, Fingerprint For Success, FixFirst, COYO, Gothaer Digital GmbH, HTGF, Daily Greens Food, FRIDAY, klima, Eigenherd, Stuart, APX, Phoenix Design, Pacemakers Digital Ventures, lehrermarktplatz, Acton Capital, brandpfeil, Brightpoint Group, Commuter Services GmbH, InterNations, PIABO PR, KONUX, HelloAsso, Nøie ApS, Pumpkin Organics, wirDesign, La Famiglia, Babysits, Opinary, Daphni VC, Crafting Future GmbH, wetter.com, GameDuell, Zattoo, Phiture