

## LichtBlick Studie zeigt Klimarelevanz digitaler Werbung auf

- **Untersuchung macht Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette einer Kampagne transparent**
- **Ergebnis: Digitale Werbung ist stromintensiv – und damit nicht immer klimafreundlich**

Hamburg, 01. November 2021 – In einer Studie zur Markenkampagne „Alles kann. Nichts muss.“ hat LichtBlick digitale Werbemittel auf ihren CO<sub>2</sub>\*-Fußabdruck untersuchen lassen. Die Nachhaltigkeitsberatung corsus und der LichtBlick Partner Cozero, der eine Software für CO<sub>2</sub>-Tracking entwickelt hat, haben die Emissionen von digitalen Werbeassets, Digital Out-Of-Homes (DOOHs), digitaler TV-Clips (TVC) sowie Plakate und Postkarten analysiert – von der Produktion bis hin zur Ausspielung. Die detaillierte Analyse hilft zu verstehen, wo genau Emissionen in welcher Höhe verursacht werden, um sie in Zukunft zu reduzieren oder ganz zu vermeiden. Das Ergebnis: Digital bedeutet nicht gleich CO<sub>2</sub>-frei.

„Die Nettoumsätze mit digitaler Werbung in Deutschland haben sich in den letzten acht Jahren mehr als verdreifacht. Wir als Marketing- und Kommunikationsexpert\*innen sind jetzt gefragt, um die durch unsere Maßnahmen verursachten Treibhausgasemissionen zu verringern. Unsere Untersuchung ermöglicht einen dezidierten Blick darauf, wie schon von Beginn an bei der Kampagnenplanung Treibhausgase vermieden oder reduziert werden können“, sagt Anja Fricke, Communication Manager bei LichtBlick.

### **Stromqualität ist entscheidender Faktor**

Die Untersuchung zeigt: Vor allem der Energieverbrauch bestimmt bei digitalen Kampagnen die entstehenden Treibhausgasemissionen. „Daher ist die Stromqualität entscheidend, also ob es sich um Ökostrom oder Graustrom handelt, wenn wir beispielsweise an den Betrieb digitaler Werbeflächen denken. Darüber hinaus sind die Datenübertragung sowie der Energieverbrauch bei der Ausspielung ausschlaggebend“, sagt Dr. Corine Veithen, Klimaexpertin bei LichtBlick.

Bei der Ausspielung ist die Art des privaten Endgerätes (Smartphone, Tablet, Desktoprechner, Smart TV) bzw. der digitalen Werbetafel entscheidend. Die Screens, auf denen DOOHs ausgespielt werden, haben einen hohen Stromverbrauch für die Anzeige, die lokale Kühlung und den Speicher. Sie benötigen mehr als das 500-fache an Energie im Vergleich zu Smartphones und im Schnitt sechsmal so viel Energie wie Smart-TVs. Damit verursachen sie auch entsprechend höhere Treibhausgasemissionen.

### **CO<sub>2</sub> Bilanz digitaler Werbekampagnen wird häufig nicht abgebildet**

Auch bei der CO<sub>2</sub> Bilanzierung von Werbemaßnahmen gibt es noch Entwicklungspotential. Es wird häufig nach analogen Kampagnenelementen wie Druckarten, Papiermengen sowie Qualität und Entsorgung gefragt. Dabei wird in der Kampagnenplanung inzwischen häufig, zum Teil sogar ausschließlich auf digitale Kanäle gesetzt. „Die Berechnungstools müssen sich natürlich den Gegebenheiten des Marketings anpassen – und die sind heute digital“, so Veithen. „Leider gibt es bisher kaum wissenschaftliche Erkenntnisse zu Emissionen digitaler Werbung. Unsere Untersuchung gibt eine erste, grobe Einschätzung.“

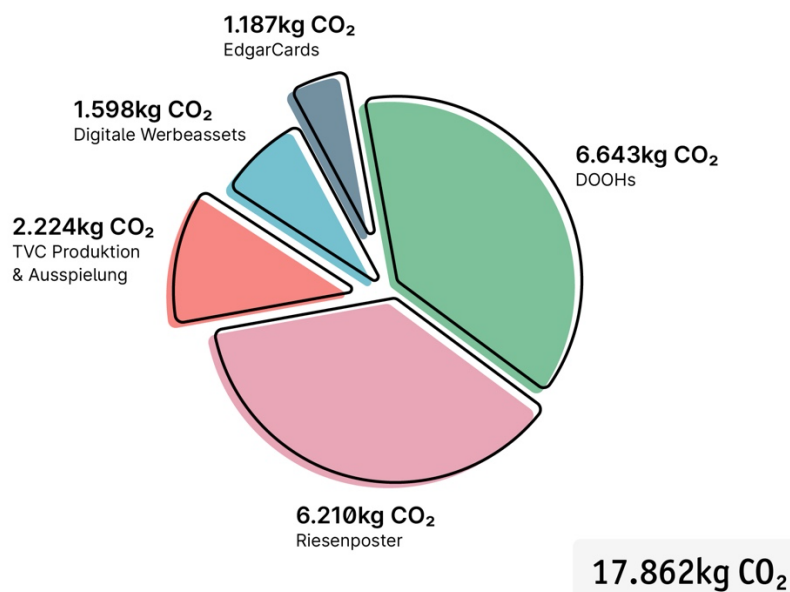
\*CO<sub>2</sub> wird synonym zu CO<sub>2</sub>e genutzt und beinhaltet alle sechs Treibhausgase nach dem Kyoto-Protokoll.

„Die Studie sorgt für insgesamt wichtige Erkenntnisse zu Emissionen digitaler Dienstleistungen. Es freut uns, dass wir diese Erkenntnisse jetzt auch in unsere Produkte von Cozero überführen und zur praktischen Anwendung bringen können“, sagt Helen Tacke, Gründerin und Geschäftsführerin der Cozero GmbH.

### LichtBlick Kampagne hat einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von knapp 18 Tonnen

Die untersuchte LichtBlick Kampagne hatte insgesamt einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck von 17.862kg CO<sub>2</sub>. Der größte Teil davon entfällt auf DOOHs (6.643kg CO<sub>2</sub>).

### CO<sub>2</sub>\*-Fußabdruck LichtBlick Kampagne insgesamt:



Die Ergebnisse zeigen, dass - je nach Ausspielungscase - unterschiedliche Variablen (Datenübertragung, Anzeige) den größten Einfluss auf die Emissionen haben. Alle weiteren Ergebnisse der Untersuchung sind in einem Hintergrundpapier zusammengefasst. Dieses sowie hochauflösende Grafiken finden Sie [hier](#).

#### Über die Untersuchung:

Zur Berechnung der Emissionen wurden Primärdaten der LichtBlick SE und von kooperierenden Werbetreibenden mit Literatur- und Hintergrunddaten kombiniert. Der Fokus lag auf dem Energieverbrauch für die Erstellung und Ausspielung der Assets. Der Energieverbrauch für die Herstellung und Bereitstellung der notwendigen Infrastruktur (beispielsweise der Ausbau des Glasfasernetzes oder die Herstellung der Hardware der Rechenzentren) wurde nicht weiter betrachtet. Alle Hintergrundmaterialien zur Studie finden Sie hier unter [www.lichtblick.de/presse](http://www.lichtblick.de/presse)

#### Über Cozero:

Cozero ermöglicht Unternehmen eine effektive Dekarbonisierung und damit nachhaltige Transformation ihres Geschäfts unter Berücksichtigung der finanziellen und wirtschaftlichen Implikationen. Das Herzstück ist eine Softwarelösung, die die CO<sub>2</sub>-Bilanz der gesamten Wertschöpfungskette digital erfasst und KI-gestützt analysiert. Anhand einer Wirkungsanalyse und Investitionsrechnung auf Grundlage der Emissionsdaten werden dann unter Einbindung aller Stakeholder Maßnahmen zur Optimierung eingeleitet. Weitere Infos: [www.cozero.io](http://www.cozero.io)

#### Über corsus:

corsus – die Nachhaltigkeitsberatung gibt Impulse für Innovationen und berät Unternehmen, Organisationen, Kommunen sowie Politik und Verwaltung dabei, ihre Nachhaltigkeitsstrategie zu

entwickeln und umzusetzen. corsus bietet praxisnahe Lösungen, die Zukunftstrends mitdenken. Mittels Wesentlichkeitsanalysen werden die relevanten Handlungsfelder identifiziert und die zur Problemlösung geeigneten Instrumente definiert. Klima- und Ökobilanzen sind dabei nur ein Teil der fundierten Expertise. Weitere Infos: [www.corsus.de](http://www.corsus.de)

#### **Über LichtBlick:**

Vor über 20 Jahren fing LichtBlick an, sich als Pionier für erneuerbare Energien stark zu machen. Heute ist Ökostrom das neue Normal und LichtBlick Deutschlands führender Anbieter für Ökostrom und Öko-Wärme. Bundesweit leben und arbeiten über 1,7 Million Menschen mit der Energie von LichtBlick. Über 400 LichtBlickende entwickeln Produkte und Services für einen klimaneutralen Lebensstil. 2020 erreichte das Klimaschutz-Unternehmen einen Umsatz von 1,1 Milliarde Euro. LichtBlick gehört zum niederländischen Energiewende-Vorreiter Eneco. Eneco will seine Wind- und Solarkapazität bis 2025 verdoppeln und damit Ökostrom für rund 2,4 Millionen Haushalte erzeugen. Info: [www.lichtblick.de](http://www.lichtblick.de)

#### **Kontakt:**

Anja Fricke, Communication Managerin, Tel. +49 151 41972957  
[anja.fricke@lichtblick.de](mailto:anja.fricke@lichtblick.de) / LichtBlick SE, Zirkusweg 6, 20359 Hamburg

[Facebook](#) [Instagram](#) [Twitter](#) [Xing](#) [LinkedIn](#)

Hinweise zum Datenschutz finden Sie in unseren [Datenschutzhinweisen](#). Wenn Sie keine weiteren E-Mails mit Neuigkeiten oder Pressemitteilungen mehr erhalten möchten, können Sie sich jederzeit mit einer E-Mail an [presse@lichtblick.de](mailto:presse@lichtblick.de) abmelden.