



Krikoko
Kritischer Konsum konkret

Gute Nachhaltigkeits- quellen

Dezember | 2022

www.KRIKOKO.j-gcl.org



Die letzte KriKoKo

Liebe*r Leser*in,

die KriKoKo hat es sich seit 2010 zur Aufgabe gemacht, über Nachhaltigkeitsthemen zu informieren, diese einzuordnen und dabei vor allem einen direkten Alltagsbezug herzustellen. Wir gucken mit Stolz auf tolle Jahre zurück, in denen eine Vielzahl ehrenamtlicher Kommissionsmitglieder viel gelernt haben und das im besten Fall an Dich als Leser*in weitergeben konnten. Nun ist die Zeit des Abschieds gekommen: Wir veröffentlichen die 89te und vorerst letzte KriKoKo-Ausgabe.

In den Anfangsjahren der KriKoKo gab es wenig Quellen und Kanäle, auf denen Nachhaltigkeitsinfos kurz, jugendgerecht und vor allem mit Jugendarbeitsbezug zusammengefasst wurden. Genau dieses Feld wurde von der KriKoKo bedient und ab 2019 noch mit einem Podcast ergänzt, der zu der Zeit in der Kürze ebenfalls seine Nische hatte. In den letzten Jahren sind die jugend-tauglichen Kanäle auf allen Plattformen aus dem Boden geschossen. Viele von Ihnen sind viel besser und professioneller als wir das je sein könnten. Deshalb haben wir uns entschieden, die KriKoKo einzustellen.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Leser*innen und Hörer*innen für das Konsumieren, das Feedback den vielen Spaß, den wir bei der Arbeit hatten!

Was sind gute Quellen für Nachhaltigkeitstipps und Nachhaltigkeitsinformationen?

Die vielen Quellen, die es heute zu Nachhaltigkeit gibt, unterscheiden sich natürlich immer noch enorm in ihrer Qualität. Was wäre da naheliegender, als in der letzten Ausgabe unser angesammeltes Wissen über Recherchen zu diesen Themen an euch weiterzugeben. Die Frage ist: Wie erkennt man in verschiedenen Quellen wie Berichten, Zeitungsartikel oder TikToks welche Nachhaltigkeits-Inhalte tatsächlich vertrauenswürdig sind und welche nicht? In dieser Ausgabe gehen wir dieser Frage auf den Grund und geben euch praktische Tipps wie Du „Fake-Nachhaltigkeit“ auf die Schliche kommst und gute Quellen für deine Nachhaltigkeits-Recherche findest.

Viel Spaß beim Lesen!

Deine KriKoKo-Redaktion
Franziska mit Constantin, Freya, Friedrich, Paula, Pia, Rebecca und Birgit



Deine Quellen-Checkliste in Kürze:

1. Wer ist der Herausgeber?
2. Wer wird angesprochen und welcher Zweck soll damit verfolgt werden?
3. Wie aktuell sind die Informationen?
4. Welchen Eindruck hast du von der Quelle?
5. Ist der Text objektiv oder subjektiv geschrieben?
6. Findest du die Informationen in mehreren seriösen Medien?
7. Gibt es Quellenangaben und kannst du diese überprüfen?
8. Gibt es Werbung in dem Artikel?

Tipps zum Erkennen von guten Quellen für deine Nachhaltigkeits-Tipps und - Nachrichten

Das Erkennen von guten Quellen und validen Aussagen ist nicht immer einfach. Das trifft nicht nur in Bezug auf Nachhaltigkeit zu, sondern bei jeglicher Recherche oder Alltagssituation. Täglich sind wir damit konfrontiert, ob die Argumente in der Tageszeitung oder die Claims der Influencer auf TikTok eigentlich echte Nachhaltigkeitstipps sind oder doch nur ein Trick, um euch zu mehr Konsum zu überzeugen.

Grundsätzlich gibt es leider keine allgemeingültigen Regeln, wie man gute Quellen erkennt, doch die folgende Checkliste kann dir dabei helfen, Nachrichten und Tipps von Fakenews, [Greenwashing](#) und Verkaufsangeboten zu unterscheiden.

Dabei helfen die Fragen eine genauere Analyse für deine Nachhaltigkeitsquellen zu erstellen und wem du vertrauen kannst oder nicht. Die drei Anforderungen an gute Quellen sind:

- **Validität** - die Allgemeingültigkeit
- **Reliabilität** – Nachvollziehbarkeit
- **Objektivität** – neutraler Standpunkt



1. Wer ist der Herausgeber?



- Du **kennst den*die Autor*in, die Organisation, Firma und Quelle nicht**. Auch eine kurze Recherche bringt Warnungen für diesen Autor hervor.
- Auch wenn du den*die Autor*in kennst. Besonders, wenn der Artikel von nur einer **einzigsten Person**, ggf. mit einer persönlichen Meinung, oder **einer Firma**, die ggf. nur Produkte verkaufen möchte, erstellt wurde, checke die Person oder die Firma am besten mit einer kurzen Recherche – hier zeigt sich oft schon in den ersten Treffern, wer der*die Autor*in wirklich ist.
- Der Artikel wurde von einer **politischen Organisation oder Partei** verfasst. Auch diese Herausgeber verfolgen häufig eigene Interessen mit ihren öffentlichen Texten. Sei vorsichtig und kritisch - überprüfe die Erkenntnisse deiner Quelle am besten mit weiteren unabhängigen Quellen.



- Der Artikel wird von **einer unabhängigen Organisation veröffentlicht**. Bei Organisationen gibt es häufig ausgiebigere Recherche und Korrekturschleifen für Texte als bei Einzelpersonen. Vorsicht auch vor "Fake"-Organisationen die Parteien oder Unternehmen nahestehen.
- Es wird **erwähnt, wer den Artikel geschrieben hat**, und diese Person ist ein **Spezialist oder Wissenschaftler** auf diesem Gebiet.



2. Wer wird angesprochen und welcher Zweck soll damit verfolgt werden?



- Die Nachricht soll dich **zum Kaufen eines Produkts** oder einer **Dienstleistung motivieren**.
- Die Nachricht soll dich von einer **politischen Meinung oder einer Partei überzeugen**.



- Die Nachrichten oder der Tipp soll dich **einzig informieren** und dich nicht direkt in deinem Verhalten oder deiner Meinung beeinflussen.

3. Wie aktuell sind die Informationen?



- Es gibt **keine genauen Informationen**, von wann die Quelle ist.
- Die Informationen sind **schon mehrere Jahre alt**.



- Es gibt **genaue Informationen** dazu, von wann die Informationen kommen.
- Eine kurze Recherche ergibt, es **existieren keine neueren Erkenntnisse zu dem Thema**.



4. Welchen Eindruck hast du von der Quelle?



- Im Artikel gibt es **Rechtschreib- oder grammatikalische Fehler**.
- Die verwendeten **Zertifikate und Siegel** sind dir **unbekannt** und **nicht mit Links versehen**.



- Die Quelle ist **sprachlich korrekt** geschrieben.
- Es werden **bekannte Siegel und Zertifikate** auf der Webseite oder für Produkte verwendet.

5. Ist der Text objektiv oder subjektiv geschrieben?



- In der Quelle werden Formulierungen wie „Ich finde ...“, „Für mich ist ...“ verwendet, so spricht der Autor von seiner **persönlichen Meinung**.
- Achtung auch bei **vielen Verallgemeinerungen**, wie „alle finden“, „man macht“, „immer“, „stets“, oder so genannten **Buzzwords** z.B., „umweltfreundlich“, „klimaschonend“, „grün“, „green“, „natürlich“.



- Der **Text ist objektiv geschrieben**.
- Es werden **keine Emotionen oder Ängste** angesprochen.
- Die Informationen sind **keine absoluten Angaben**.



6. Findest du die Informationen in mehreren seriösen Medien?



- Du hörst diesen Tipp oder die Information **nur über Social Media** (TikTok, Youtube oder Instagram). Nach einer kurzen Recherche lassen sich **keine weiteren Quellen** zu dieser Aussage finden.



- Die Informationen lassen sich auch auf den Kanälen **von offiziellen Organisationen**, wie dem BUND oder dem Bundestag finden.

7. Gibt es Quellenangaben und kannst du diese überprüfen?



- Die Informationen beinhalten **keine Quellenangaben**.
- Die Referenzen beinhalten **keine konkreten Angaben**, z.B. wie viel CO₂-Einsparungen vorgenommen werden müssen, um Klimaneutralität zu erreichen.
- Auf Webseiten gibt es **kein Impressum**.
- Die **angegebene Quelle passt nicht zur Information** im Text.
- Die **angegebene Quelle ist ein Unternehmen**, dass Produkte oder Dienstleistungen verkaufen möchte oder ist dir grundsätzlich unbekannt.



- Sind bei einem Artikel oder in einem Post **Quellen angegeben**, ist dies ein Indiz dafür, dass jemand das Thema recherchiert hat und schon versucht, hat schlechte von guten Quellen zu unterscheiden.



8. Gibt es Werbung in dem Artikel?



- Öffnen sich **Pop-ups** beim Öffnen der Seiten.
- Gibt es **(automatische) Werbung** um den Text? gerade bei Blogartikeln gibt es immer wieder Blogs, die sich speziell damit finanzieren, dass die Artikel schreiben, die möglichst viele Leser auf die Webseite ziehen sollen.
- Wird bei Influencern **sehr spezifisch eine Firma oder die Marke und der Produktname genannt**.



- **Keine Erwähnung von expliziten Marken, Firmen oder Produkten.**
- **Keine Werbung** auf der Seite.
- **Keine Pop-ups zu Anmeldungen** für Newsletter oder aufrufen zum Kommentieren oder Folgen auf Social Media.

Quellen:

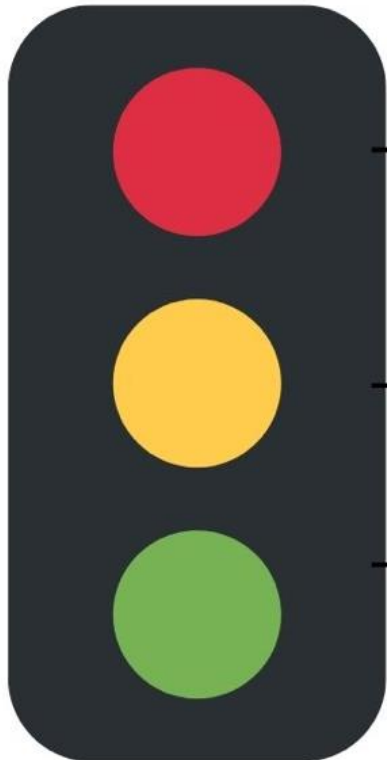
[Seriose Quellen erkennen | bkk.bund.de](https://www.bkk.bund.de)

[Gute Quellen erkennen | cornelsen.de](https://www.cornelsen.de)

[PDF Internetquellen bewerten in der Profioberstufe.pdf | li.hamburg.de](https://www.li.hamburg.de)



Deine Ampel für Web, Instagram oder TikTok:



Achtung

- Unternehmen z.B. *H&M*
- Marken z.B. *Oceans Apart*
- Kommentaren, Antworten oder Beiträgen

Überprüfe

- Influencer z.B. *Stefanie Giesinger*
- Parteien

Los

- Regierungsorganisationen
- NGOs z.B. *WWF, NABU*

Quelle: <https://media-bubble.de/wie-irrefuehrend-greenwashing-in-den-medien-wirklich-ist/>
<https://fairlier.de/wissen/greenwashing/greenwashing-beispiele/>





+++ Schick uns Feedback +++

Auch wenn das hier die letzte Ausgabe der KriKoKo ist, freuen wir uns natürlich weiterhin über jegliches Feedback per Mail an krikoko@j-gcl.org oder über Instagram [@krikoko_jgcl](https://www.instagram.com/krikoko_jgcl)

+++ Besuch uns in den sozialen Medien +++

Schau doch mal vorbei:

<https://www.facebook.com/jgcl.krikoko/>

https://www.instagram.com/krikoko_jgcl/

+++ KriKoKo-Ausgaben zum Anhören +++

Die KriKoKo gibt es auch als Podcast auf [Spotify](#) oder direkt auf der [Homepage!](#)

Für die Inhalte der Gastbeiträge übernimmt die Kommission „Kritischer Konsum“ keine Verantwortung.



Die Redaktion dieser „KriKoKo“-Ausgabe:

Freya Hiemenz

(GCL-MF, RV Region West, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Friedrich Hiemenz

(GCL-JM, RV Region West, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Constantin Hirsch

(GCL-JM, RV Region West, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Belana Rieck

(GCL-MF, RV Region West, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Franziska Roth

(GCL-MF, DV Speyer, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Pia Simon

(GCL-MF, RV Region West, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Paula Stendtke

(GCL-MF, RV Region West, ehrenamtliches Mitglied der Kommission Kritischer Konsum)

Rebecca Heinrich (GCL-MF, DV Speyer, Bundesleitung)

Birgit Springer (GCL-MF, Referentin*)

Die KriKoKo-Mail ist ein kostenloses Angebot der Jugendverbände der Gemeinschaft Christlichen Lebens (J-GCL). Wenn du die J-GCL bei ihrer Arbeit unterstützen möchtest, kannst du dies durch eine Spende oder eine Fördermitgliedschaft tun.

Alle Infos hierzu findest du unter www.j-gcl.org/foerdern

KriKoKo-Mail abonnieren oder Abo abbestellen? Ganz einfach: <http://j-gcl.org/krikoko/>
Dort finden sich auch alle bisher verschickten KriKoKo-Mails.



Die KriKoKo-Mail wird herausgegeben von:

J-GCL-Bundesstelle

Bei St. Ursula 2

86150 Augsburg

mail@j-gcl.org | www.j-gcl.org