

21. Mai 2026

Neue Startup-Show: Grüne Firmen wollen Influencer begeistern

DBU fördert YouTube-Projekt mit rund 90.000 Euro


Osnabrück/Berlin. Regelmäßig suchen junge Unternehmen in der Fernsehshow *Die Höhle der Löwen* vor einem Millionenpublikum finanzkräftige Investoren. Ein ähnliches Konzept gibt es nun für grüne Startups – mit populären deutschen Internet-Persönlichkeiten in der Jury. Statt um finanzielle Unterstützung buhlen die Firmen bei *The Green Deal* um Reichweite und Kooperationen. Morgen (Freitag) startet die erste Folge auf der Video-Plattform YouTube. Die Deutsche Bundesstiftung Umwelt (DBU) fördert das Projekt mit rund 90.000 Euro. Mehrere von der DBU unterstützte Startups nehmen teil.

Neues YouTube-Format mit bekannten Gesichtern aus der Influencer-Szene

Grüne Startups tragen laut DBU-Generalsekretär Alexander Bonde zur Wirtschaftskraft der Branchen mit grünen Technologien bei, im Fachjargon kurz *GreenTech*. Dieser Industriezweig sei für Deutschland eine Erfolgsgeschichte: „Seit 2010 hat der Sektor die Bruttowertschöpfung jedes Jahr um rund fünf Prozent gesteigert – und stellt mehr als acht Prozent der Exporte“, so Bonde. Das zeige der *Green-Tech-Atlas 2025* des Umweltbundesamts. Damit nachhaltige Ideen aus dieser Branche bekannter werden, hat die Berliner Produktionsfirma *Quintus Studios* die auf YouTube erscheinende Sendung *The Green Deal* entwickelt. Das Konzept nach Worten des ausführenden Showrunners Philipp Lippert: „Die Startups wollen mit ihren Ideen die in der Jury sitzenden Influencerinnen und Influencer begeistern – also bekannte Persönlichkeiten mit großer Reichweite und vielen *Followern* in den sozialen Medien. Gegen eine prozentuale Beteiligung an dem durch die Promotion ausgelösten Umsatz des Startup-Produkts unterstützen diese dann mittels ihrer Reichweite die jungen Firmen mit gemeinsamen Veröffentlichungen in den sozialen Medien.“

Mediale Bekanntheit als zusätzliche Währung für den Erfolg

Die erste Staffel umfasst laut Lippert drei Folgen mit jeweils einer Länge von 45 bis 60 Minuten. „Pro Folge stellen vier bis fünf Startups ihre Ideen einer wechselnden, dreiköpfigen Jury aus populären, deutschsprachigen Influencerinnen und Influencern vor“, so Lippert. Ist ein Jurymitglied von der Idee überzeugt, kann es eine Zusammenarbeit mit dem Startup eingehen. Lippert weiter: „Für den Erfolg der Startups ist heutzutage Reichweite in den sozialen Medien ebenso wichtig wie finanzielle

<p>Nr. 057/2026 AZ 40316/01</p> <p>Klaus Jongebloed Moritz Jülich Lea Kessens</p>	<p>DBU-Pressestelle An der Bornau 2 49090 Osnabrück Telefon +49 541 9633-521 Mobil +49 171 3812888 presse@dbu.de www.dbu.de</p>		<p>Projektleitung</p> <p>Philipp Lippert Telefon +49 160 97640231 philipp.lippert@quintusstudios.com www.quintusstudios.com</p>
---	---	--	---

Investitionen.“ Der Umfang der Kooperation zwischen Unternehmen und Influencern sei frei verhandelbar. „Von einigen wenigen gemeinsamen Veröffentlichungen bis hin zu einer langfristigen Zusammenarbeit ist alles möglich – und richtet sich danach, auf was sich Influencer und Startup gemeinsam einigen können“, so Lippert. Moderiert werde die erste Staffel der Show von Magda Stefely. Die Österreicherin arbeitet als Journalistin unter anderem für ARD und ZDF, entwickelt neue Medienformate und arbeitet zudem als Moderatorin. In der Jury sitzen laut Lippert unter anderem der Wissenschafts-Influencer Cedric Engels (auch bekannt als *Doktor Watson*), die Standup-Komikerin Saskia Fröhlich, die Schauspielerin und Podcasterin Marie Nasemann sowie der Politik-Influencer Alexander Prinz (auch bekannt als *Der dunkle Parabelritter*). Die insgesamt acht Jurymitglieder vereinen gemeinsam Lippert zufolge „plattformübergreifend mehrere Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer in den sozialen Medien“.







YouTube-Show: DBU-geförderte Startups nehmen teil

Auch mehrere von der DBU geförderte Unternehmen gehen bei *The Green Deal* an den Start. Das Hannoveraner Startup [Phaeosynt](#) präsentiert in der Sendung den ersten veganen Schwangerschaftstest. Hierbei ersetzt das Team die sonst üblichen tierischen Antikörper durch Alternativen auf Algenbasis. Vertrieben wird er unter dem Namen [Hey Mela](#). Auch die Firma [Fainin](#) stellt ihre digitale Plattform zum abgesicherten Verleihen, Vermieten und Teilen von Alltagsgegenständen in der Nachbarschaft vor – beispielsweise Werkzeuge, Technik oder Fahrräder. So sollen übermäßiger Konsum und die Entsorgung von einsatztauglichen Hilfsmitteln reduziert werden. Beide Unternehmen waren bereits Teil des [DBU-Green Startup-Programms](#). Ebenfalls bei *The Green Deal* antreten wird die Firma [Moot](#) aus Berlin. Sie produzieren massentaugliche Kleidung zu 100 Prozent aus entsorgten Textilien. Auch Moot wurde in der Vergangenheit von der DBU unterstützt. Lippert: „Uns begeistert vor allem die Bandbreite an Themen, die die Startups bei uns präsentieren. Beworben haben sich viel mehr, als wir in der ersten Staffel unterbringen konnten. Trotzdem freuen wir uns auch über neue Anmeldungen in unserer Warteliste.“ Vor Showteilnahme wurden die teilnehmenden Start-ups durch die [Ecosign-Akademie](#) für nachhaltiges Design und das [Impact Hub Berlin](#) auf Nachhaltigkeitskriterien und Geschäftsmodelltauglichkeit geprüft, so die zuständige DBU-Referentin Melanie Vogelpohl.

Niedrigschwellige Lösungen motivieren zum Umweltschutz

Das neue Format bedeutet laut Vogelpohl für die [Nachhaltigkeitskommunikation](#) einen frischen Impuls. „*The Green Deal* ist eine vielversprechende Kombination fürs ‚Edutainment‘ – die Mischung aus Bildung (Englisch: *education*) und Unterhaltung (*entertainment*).“ Mittels Influencer und Format könnten neue Zielgruppen mit nachhaltigen Ideen und Lösungen begeistert werden. Vogelpohl weiter: „Außerdem werden durch die Startup-Show konkrete Handlungsmöglichkeiten für den Umweltschutz präsentiert – eine ideale Voraussetzung, um Menschen für den Erhalt gesunder Gewässer, Luft und Böden zu beflügeln.“

Fotos nach IPTC-Standard zur kostenfreien Veröffentlichung unter www.dbu.de

<p>Nr. 057/2026 AZ 40316/01</p> <p>Klaus Jongebloed Moritz Jülich Lea Kessens</p>	<p>DBU-Pressestelle An der Bornau 2 49090 Osnabrück Telefon +49 541 9633-521 Mobil +49 171 3812888 presse@dbu.de www.dbu.de</p>	<p>   YouTube</p> <p>  </p>	<p>Projektleitung</p> <p>Philipp Lippert Telefon +49 160 97640231 philipp.lippert@quintusstudios.com www.quintusstudios.com</p>
--	---	---	--