

AB0 Kraft & Wärme AG saniert Abfallvergärungsanlage

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015

- 4,5 Millionen Euro aus Kapitalerhöhung vollständig gezeichnet
- Anlage im Westerwald wird umgebaut und erweitert
- Energie-Contracting als neues Geschäftsfeld begonnen

(Wiesbaden, 19. Mai 2015) Mit einer privat platzierten Kapitalerhöhung hat die AB0 Kraft & Wärme AG bei rund 50 Anlegern 4,5 Millionen Euro Kapital eingesammelt. AB0 Wind hatte die Gesellschaft 2014 gegründet, um Anlagen zur Biomasse- und Abfallvergärung, Kraft-Wärme-Kopplung sowie Nahwärmeversorgung zu erwerben und zu betreiben. Nach der Erweiterung des Aktionärskreises hält AB0 Wind nunmehr zehn Prozent der Aktien.

Vor einem guten halben Jahr hatte die AB0 Kraft & Wärme AG als erstes Projekt eine Abfallvergärungsanlage (AVA) im Westerwald erworben, die 2008 errichtet und 2012 wegen Insolvenz stillgelegt worden war. „Aufgrund der technischen und wirtschaftlichen Probleme war es möglich, die AVA Ettinghausen günstig zu erwerben“, berichtet Dr. Jochen Ahn, der als Vorstand sowohl für die AB0 Wind AG wie auch für die AB0 Kraft & Wärme AG verantwortlich zeichnet. Als Dienstleister plant und steuert AB0 Wind nun Umbau und Erweiterung der Abfallvergärungsanlage und wird sich dauerhaft um die technische und kaufmännische Betriebsführung kümmern.

Die Vergärung von Biomasse und Abfällen mit dem Ziel der energetischen Nutzung ist ein technisch wie wirtschaftlich komplexes Geschäft. Viele Akteure haben die Herausforderungen offenbar unterschätzt und befinden sich aktuell in Schwierigkeiten. AB0 Wind verfügt über langjährige Erfahrung mit der Planung und Betriebsführung solcher Anlagen. „Um dem

großen Bedarf an kompetenter Betriebsführung gerecht zu werden, werden wir dieses Geschäftsfeld ausweiten und uns künftig verstärkt auch solcher Anlagen annehmen, die nicht von uns geplant worden sind“, sagt Dr. Ahn. Dazu hat ABO Wind die Betriebsführung für Biogasanlagen am Standort Barleben in Sachsen-Anhalt verstärkt. Zudem ist mittelfristig der Ankauf weiterer Anlagen im Auftrag der ABO Kraft & Wärme AG vorgesehen.

Die bereits erworbene Anlage in Ettinghausen wird grundlegend umgebaut und erweitert. Ab 2016 soll sie über eine eigene Abfallaufbereitung und Hygienisierung verfügen. Damit wird es möglich, jährlich rund 24.000 Tonnen Speisereste sowie Abfallprodukte aus der Lebensmittelindustrie zu verwerten. Einnahmen erzielt die Anlage zum einen aus dem gewonnenen Biogas, das in einem Blockheizkraftwerk in Strom und Wärme umgewandelt wird. Den größten Teil des Umsatzes wird die Anlage aus Entgelten für die sachgerechte Verwertung organischer Abfälle erwirtschaften. „Der Gesetzgeber hat die Anforderungen an die Abfallverwertung in den vergangenen Jahren erhöht. Diese Entwicklung dürfte sich fortsetzen, so dass Anlagen wie jene in Ettinghausen an Bedeutung gewinnen werden“, berichtet Hans-Werner Greß, der das Geschäftsfeld bei ABO Wind verantwortet. Informationen und Fotos zur Anlage Ettinghausen sind im Internet veröffentlicht unter <http://www.ava-ettinghausen.de>

Ein weiteres Geschäftsfeld der ABO Kraft & Wärme AG ist der Betrieb von Heizungsanlagen auf Basis der Kraft-Wärme-Kopplung. ABO Wind akquiriert und plant die sogenannten Contracting-Projekte. Die ABO Kraft & Wärme AG wird dann Eigentümerin der Blockheizkraftwerke und vermarktet Strom und Wärme. Die parallele Erzeugung von Strom und Wärme nutzt den eingesetzten Brennstoff effizienter und reduziert damit den Ausstoß des klimaschädlichen Kohlenstoffdioxids. Das erste Contracting-Projekt der Gesellschaft ist der Wiesbadener Bürostandort Unter den Eichen 7 – Unternehmenssitz unter

anderem der ABO Wind AG.

Alexander Koffka
ABO Wind AG

Unter den Eichen 7, 65195 Wiesbaden
Tel.: +49 (0)611 267 65 – 515; Fax: -599
Mobil: +49 (0)151 – 148 693 68
alexander.koffka@abo-wind.de
www.abo-wind.de

Green City fordert: Bäume in der Rosenheimer Straße erhalten!

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015

Mit einer Wanderbaumallee begrünt die Umweltorganisation Green City e.V. ab 21. Mai für einige Wochen die Rosenheimer Straße in München und demonstriert damit für den Erhalt und die Neupflanzung von Bäumen. Unterstützung erhält sie dabei von ihrer Tochterfirma Green City Energy AG.

Dass die Bäume genau dorthin ziehen, ist kein Zufall, wie Projektleiterin Gaby Kourkgy von Green City e.V. erklärt: „Die Rosenheimer Straße ist zurzeit von Umbauplänen der Großen Rathauskoalition bedroht. Diese beabsichtigt, einen Großteil der bestehenden Bäume zu fällen und stattdessen einen schmalen Radstreifen einzurichten, damit die Straße vierspurig bleiben kann.“ Aus der Sicht von Green City e.V. müsste für eine verkehrssichere Lösung jedoch je eine Spur pro Fahrtrichtung wegfallen, nur dann wäre der Radweg breit genug und könnten die Bäume erhalten bleiben. Mit der Wanderbaumallee wirbt die

Organisation daher für eine grüne und verkehrssichere Lösung in der Rosenheimer Straße, die mehr Platz für RadlerInnen und den Erhalt von Bäumen vorsieht.

Sie befürwortet damit einen Vorschlag von Baureferat, Referat für Stadtplanung und Bauordnung und Kreisverwaltungsreferat, bei der nahezu alle Bäume erhalten und weitere gepflanzt werden könnten. Dieser Vorschlag, den neben Green City e.V. auch der ADFC, Bund Naturschutz, FUSS e.V., der VCD und die Urbanauten befürworten, würde auch die Sicherheit der Fahrradfahrer und Fußgänger erhöhen. Die Stadtratsfraktionen von SPD und CSU folgten diesem Vorschlag jedoch nicht und stimmten für eine Alternative, bei der Rad- und Fußverkehr zugunsten von Autos das Nachsehen haben.

Um möglichst viele MünchnerInnen auf das Problem aufmerksam zu machen, zieht Green City e.V. die Wanderbäume mit einer feierlichen Parade zu ihrem künftigen Standort. AnwohnerInnen und BefürworterInnen sind herzlich eingeladen und willkommen! Wer mithelfen oder die Demonstration einfach nur begleiten will, kann am Donnerstag, 21. Mai um 18:00 Uhr an die Ecke Rosenheimer / Steinstraße kommen. Von dort geht es um 18:30 Uhr los. Die Parade findet bei jedem Wetter statt.

Über Green City e.V.

Green City e.V. ist seit 1990 als Umweltorganisation für ein grüneres München aktiv. 20 MitarbeiterInnen setzen sich zusammen mit rund 1.000 Ehrenamtlichen und Mitgliedern für stadtverträgliche Mobilität, verantwortungsvollen Umgang mit Energie, nachhaltige Stadtgestaltung, und Umweltbildung für alle Altersgruppen ein. 150 Projekte und Veranstaltungen pro Jahr bieten Umweltschutz zum Anfassen und Mitmachen. Weitere Informationen unter www.greencity.de.

Ihre Ansprechpartnerinnen bei Green City e.V.:

Judith Fahrentholz, Kommunikation

Mail: presse@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -313

Gaby Kourkgy, Projektleitung

Mail: gaby.kourkgy@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -315

Hochauflösende Pressefotos können Sie hier herunterladen:

https://www.greencity.de/wp-content/uploads/2015/05/GreenCity_Wanderbaumallee.zip

Weitere Bilder zu Green City e.V. finden Sie auf www.greencity.de/downloads.

AB0 Wind steigert Jahresüberschuss um 30 Prozent

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015
Pressemitteilung

- Rund 5,3 Millionen Euro Gewinn erwirtschaftet
- Gesamtleistung übersteigt erstmals 100-Millionen-Euro-Schwelle
- Finnland trägt als neuer Markt bereits zum guten Ergebnis bei
- Hohe Abschreibungen in Spanien und Schottland vorgenommen
- Gute Perspektiven für Energiewende und AB0 Wind

(Wiesbaden, 22. Mai 2015) Der AB0 Wind-Konzern hat 2014 einen erfreulichen Jahresüberschuss in Höhe von rund 5,3 Millionen Euro erzielt und damit das solide Ergebnis des Vorjahres (4 Millionen Euro) um 30 Prozent gesteigert. Die Gesamtleistung (Umsatz und Bestandsveränderung) stieg um 14 Prozent auf 107,6 Millionen Euro und übertraf erstmals die 100-Millionen-Euro-Schwelle.

AB0 Wind entwickelt aktuell in sechs europäischen Ländern sowie in Südamerika Windparks. Knapp 64 Prozent des Umsatzes

erlöste das Unternehmen 2014 im Heimatmarkt Deutschland. „Unser mit Abstand wichtigster Markt präsentierte sich wiederum turbulent“, fasst Vorstand Matthias Bockholt zusammen. Das vorgezogene Inkrafttreten des novellierten Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) am 1. August 2014 beeinträchtigte die Wirtschaftlichkeit einiger im vierten Quartal in Betrieb genommener Windparks. „Das Ergebnis wäre sonst noch besser ausgefallen“, berichtet Bockholt. Erfreulich sei jedoch, dass das Gesetz einen stabilen Rahmen für den weiteren Ausbau der Windkraft in Deutschland schaffe. Ab 2017 soll die Vergütung für Windstrom in Deutschland dann mittels Ausschreibungsverfahren ermittelt werden. „Wir sind zuversichtlich, dass die Bundesregierung die Regeln so gestalten wird, dass das neue Vergütungssystem den Erfolg der Energiewende nicht gefährdet“, sagt Bockholt.

1.000 Megawatt ans Netz gebracht – mehr als 300 feste Mitarbeiter

ABO Wind hat vor wenigen Monaten das tausendste Megawatt Windkraftleistung ans Netz gebracht und zählt damit zur Handvoll besonders erfahrener Projektentwickler in Deutschland. „Eine gute Marktposition, hochqualifizierte und erfahrene Mitarbeiter sowie effiziente Unternehmensstrukturen sind gute Voraussetzungen, damit wir auch unter den Bedingungen des Ausschreibungssystems erfolgreich sein werden“, stellt Bockholt fest. Die Zahl der festangestellten Mitarbeiter in der ABO Wind-Gruppe ist weiter gestiegen auf aktuell 305 (Vorjahr: 285). 219 Mitarbeiter sind in Deutschland tätig, 86 im Ausland. Die größten Standorte sind der Firmensitz in Wiesbaden sowie Heidesheim bei Mainz.

Geschäft in Frankreich ausgebaut

Gute Voraussetzungen sieht Bockholt auch in Frankreich, dem zweitwichtigsten Markt der ABO Wind-Gruppe. 29 Prozent des Umsatzes erwirtschaftete das Unternehmen 2014 im westlichen Nachbarland, das die starke Abhängigkeit von der Atomkraft reduzieren möchte und daher den Ausbau der Windkraft forciert.

Über die übliche Akquise neuer Flächen hinaus hat ABO Wind im vergangenen Jahr noch einige in Entwicklung befindliche Projekte von einem Wettbewerber übernommen, der sich aus Frankreich zurückgezogen hat. „Die Chancen stehen gut, dass Frankreich auch langfristig einen substantiellen Beitrag zu unserem unternehmerischen Erfolg leisten wird“, sagt Bockholt.

Erster finnischer Windpark ist bereits im Bau

Während ABO Wind sich in den vergangenen Jahren aus Bulgarien und Belgien zurückgezogen hat, trägt der Markteintritt in Finnland bereits erste Früchte. Anfang 2014 eröffnete ABO Wind ein Büro in Helsinki, in dem aktuell sechs Kollegen arbeiten. Der erste Windpark (Haapajärvi in der Landschaft Nordösterbotten) erhielt im vergangenen Sommer eine Genehmigung. Schon vor Beginn des langen finnischen Winters hat ABO Wind Wege, Kabeltrassen und Fundamente errichtet, so dass im August 2015 mit der Inbetriebnahme der zwei Anlagen mit jeweils 3,3 Megawatt Leistung zu rechnen ist. Zwischenzeitlich erwirkte die Tochtergesellschaft ABO Wind Oy bereits die nächste Baugenehmigung für ein 27,6 Megawatt-Projekt.

Abschreibungen reduzieren bilanzielle Risiken

Aus kaufmännischer Vorsicht hat ABO Wind hohe bilanzielle Abschreibungen vorgenommen. So wurden unter anderem Windkraftprojekte in Spanien wertberichtigt, deren Umsetzung unter den aktuellen Bedingungen unwahrscheinlich scheint. Die früher als erwartet in Kraft getretene EEG-Novelle führte zu Abschreibungsbedarf in Deutschland. Zudem hatten sich insbesondere in Schottland die wirtschaftlichen Bedingungen für einzelne in Planung befindliche Windparks negativ verändert. „Die vorgenommenen Abschreibungen reduzieren die Risiken in unserer Bilanz und tragen dazu bei, langfristig gute Ergebnisse zu erzielen“, erläutert Bockholt.

Der vollständige Geschäftsbericht steht im Internet zum Herunterladen zur Verfügung:
<http://www.abowind.com/de/unternehmen/geschaeftsberichte.html>

Hauptversammlung auf 2. Juli terminiert

Die Hauptversammlung der ABO Wind AG findet am Donnerstag, 2. Juli, ab 16.30 Uhr im Museum Wiesbaden statt. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen vor, eine Dividende in Höhe von 0,22 Euro je Aktie auszuschütten – zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Auf Grundlage des aktuellen Börsenkurses von rund 7 Euro entspricht das einer Dividendenrendite von 3,1 Prozent. Die Tagesordnung und alle auszulegenden Unterlagen stehen im Internet zur Verfügung: www.abo-wind.de/hauptversammlung Aktionäre werden gebeten, sich über ihre depotführende Bank zur Hauptversammlung anzumelden.

ABO Wind arbeitet in vielfältiger Weise mit an der Energiewende

Das neue kleinere Geschäftsfeld Energie-Contracting sowie die Abteilung Zukunftsenergien mit Fokus auf Speicherprojekten sind für das Unternehmen wirtschaftlich weniger bedeutsam, stellen inhaltlich aber eine wichtige Ergänzung dar. „Wir wollen umfassend zum Erfolg der Energiewende beitragen“, sagt Bockholt. Dazu gehört für ABO Wind weiterhin auch die Biogasnutzung. Da der Entwicklung neuer Projekte mit der Novellierung des EEG die wirtschaftliche Grundlage entzogen worden ist, konzentriert ABO Wind sich nun darauf, in Betrieb befindliche Anlagen zu optimieren. „Angesichts der technischen Komplexität gibt es viele Möglichkeiten, das Fachwissen der Kollegen zu nutzen.“ Im letzten Quartal 2014 hat ABO Wind außerdem das Dienstleistungsangebot um Wartungen und Störfallservice für Windkraftanlagen erweitert. Bereits seit 2012 bietet das Unternehmen neben Betriebsführung mit Erfolg Serviceleistungen wie Sicherheitsprüfungen („BGV A3“), Triebstranginspektionen oder Getriebeservice an. Diese Angebote nutzen auch viele Kunden, die noch keinen Betriebsführungsvertrag mit ABO Wind geschlossen haben. Rund 4,6 Millionen Euro Umsatz erlösten die technischen Dienstleistungen im vergangenen Jahr. Deren Anteil am Konzernumsatz wuchs um zehn Prozent. Als von Herstellern unabhängiger und erfahrener Windkraftspezialist sieht sich ABO

Wind in einer guten Position, weitere Marktanteile beim Service hinzuzugewinnen.

Auch beim Kerngeschäft der Windkraftprojektierung rechnet das Unternehmen für die nächsten Jahre mit weiterem Wachstum. ABO Wind hat im Jahr 2014 Flächen für neue Windparks mit einer Gesamtleistung von 830 Megawatt gesichert und damit die Voraussetzung für weitere erfolgreiche Jahre geschaffen. „Wir wollen vor allem mit unserem Kerngeschäft Windkraft an Land weiterhin daran mitwirken, die Energieversorgung zukunftsfähig zu machen“, betont Bockholt.

Alexander Koffka

Mitglied der Geschäftsleitung

ABO Wind AG

Unter den Eichen 7, 65195 Wiesbaden

Tel.: +49 (0)611 267 65 – 515; Fax: -599

Mobil: +49 (0)151 – 148 693 68

alexander.koffka@abo-wind.de

www.abo-wind.de

**Eklatante Missstände in der
Legehennenhaltung:
Verbraucher finden kein
garantiert tiergerecht
produziertes Ei im Handel –**

foodwatch

fordert

Tierhaltungswende

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015

Pressemitteilung – Thema: Tierhaltung/Eier/Legehennen

Berlin, 21. Mai 2015. Ob Käfig-, Bodenhaltungs-, Freiland- oder sogar Bio-Ei: Keine Haltungsform garantiert die tiergerechte Haltung von Legehennen. Hohe Krankheits- und Sterberaten, Verhaltensstörungen wie Federpicken oder Kannibalismus und das millionenfache Töten männlicher Küken sind in allen Haltungsformen an der Tagesordnung. Verbraucher haben keine Möglichkeit, sich beim Einkauf für ein garantiert tiergerecht erzeugtes Ei zu entscheiden. Das ist das Fazit des Reports „Ich wollt‘, ich wär‘ kein Huhn“ über die Zustände in der Legehennenhaltung, den die Verbraucherorganisation foodwatch heute in Berlin vorgestellt hat.

foodwatch spricht sich – über die Legehennenhaltung hinaus – für eine grundlegende Tierhaltungswende aus. Das Ziel: Nur noch solche tierischen Lebensmittel dürfen in den Handel kommen, die nachweislich tiergerecht erzeugt wurden. Daher müsse die Europäische Union erstmals verbindliche Zielvorgaben für die Tiergesundheit festlegen und die bestmögliche Haltungsform als Standard für alle Nutztiere vorschreiben.

Dass die Verbraucher bei frischen Eiern anhand der Kennzeichnung zwischen Käfig-, Boden-, Freiland- oder Biohaltung entscheiden können, reicht nach Auffassung von foodwatch bei weitem nicht aus, um Tiergerechtigkeit durchzusetzen. Studien zeigen: Die Gesundheit der Hennen hängt nicht nur von der Haltungsform ab, sondern mindestens ebenso stark vom Betriebsmanagement. Wie gesund die Legehennen sind, wird derzeit weder systematisch überprüft noch gibt es Vorgaben für die Halter. Ob die Hennen unter haltungsbedingten Krankheiten oder Verhaltensstörungen leiden müssen, wissen die

Verbraucher beim Einkauf nicht.

„Die Verbraucher können anhand der Kennzeichnung zwar zwischen verschiedenen Haltungsformen wählen, aber nicht gezielt Eier von gesunden Hennen kaufen. Ein nachweislich tiergerecht erzeugtes Ei können sie im Handel nicht erkennen. Weder die Haltungsform noch freiwillige Siegel und Initiativen gewährleisten, dass die Halter ihre Tiere auch gesund halten und optimal betreuen“, kritisierte Luise Molling, Expertin für Tierhaltung bei foodwatch. „Das Wohlergehen der Tiere darf nicht von den Kaufentscheidungen Einzelner abhängen. Eine Tierhaltungswende bedeutet: Der Gesetzgeber muss die bestmögliche Haltungsform als Mindeststandard vorschreiben und erstmals verbindliche Vorgaben für die Tiergesundheit machen.“ Es sei nicht tragbar, so Molling, dass es für die Gesundheit der Tiere bislang weder Vorgaben noch eine systematische Kontrolle gibt.

foodwatch startete heute eine E-Mail-Aktion an Bundesagrarminister Christian Schmidt. Unter www.tierhaltungswende.de können Bürger die Bundesregierung auffordern, sich auf EU-Ebene für eine echte Tierhaltungswende und verbindliche Vorgaben für die Tiergesundheit einzusetzen.

Professor Tobias Stoll, Direktor der Abteilung für internationales Wirtschafts- und Umweltrecht des Instituts für Völkerrecht der Universität Göttingen, bestätigte in einem Gutachten, dass die Forderungen von foodwatch europarechtlich umsetzbar sind und auch das internationale Handelsrecht dem nicht grundsätzlich im Wege steht. „Die EU ist politisch für die Verbesserung des Tierschutzes zuständig und sogar dazu rechtlich verpflichtet“, erklärte Professor Stoll. Er verwies darauf, dass der Tierschutz Teil der europäischen „Verfassung“ sei – so heißt es im Grundlagenvertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV, Artikel 13): „Bei der Festlegung und Durchführung der Politik der Union in den Bereichen Landwirtschaft, Fischerei, Verkehr, Binnenmarkt, Forschung, technologische Entwicklung und Raumfahrt tragen die Union und

die Mitgliedstaaten den Erfordernissen des Wohlergehens der Tiere als fühlende Wesen in vollem Umfang Rechnung (...).“

Aus Sicht von foodwatch ist die EU angesichts der Zustände in der Tierhaltung zum Handeln verpflichtet. Luise Molling: „Wenn wir uns dafür entscheiden, Tiere für die Lebensmittelproduktion zu halten, dann schulden wir jedem einzelnen eine tiergerechte Behandlung. Wir müssen die Tiere vor dem Wettbewerb schützen, anstatt den Wettbewerb weiter auf dem Rücken der Tiere auszutragen.“ In Zukunft müssten sich Verbraucher darauf verlassen können, dass alle im tierischen Lebensmittel im Handel garantiert tiergerecht erzeugt wurden. Für nicht tiergerecht erzeugte Produkte forderte foodwatch ein europaweites Vermarktungsverbot. Damit wäre sichergestellt, dass in Zukunft nicht Billig-Importe von außerhalb der EU die tiergerecht hergestellten Produkte europäischer Anbieter verdrängen können.

Die Tierhaltungswende muss nach foodwatch die Ansprüche der Nutztiere in den Mittelpunkt stellen, denen sich Wettbewerb sowie Gewinn- und Verbraucherinteressen unterordnen müssen. Deshalb fordert foodwatch konkret:

1. Eine möglichst tiergerechte Haltungsform muss Mindeststandard werden. Die Tierhaltung wird den Bedürfnissen der Nutztiere angepasst – und nicht länger die Tiere an die Haltung. Die EU muss entsprechende Vorgaben (Inputkriterien) gemäß dem jeweils aktuellen wissenschaftlichen Stand vorschreiben.
2. Die EU muss erstmals Zielvorgaben für die Tiergesundheit in jedem Betrieb vorschreiben. Dazu legt sie überprüfbare Outputkriterien (z.B. bei Legehennen: Sterblichkeitsrate, Gefieder- und Fußballenzustand, Kammfarbe, Verhalten, Parasitenbefall, etc.) fest.
3. Das Kontrollsystem muss effizient und transparent werden. In jedem Betrieb wird die Einhaltung von Input- und

Outputvorgaben systematisch und unabhängig überwacht. Alle Kontrollergebnisse werden veröffentlicht.

4. Verstöße werden konsequent geahndet: Hält ein Betrieb die Input- und Output-Vorgaben dauerhaft nicht ein, darf er seine Produkte nicht vermarkten. Bei jedem tierischen Lebensmittel im Handel muss gewährleistet sein, dass die formalen Vorgaben für die Haltungsbedingungen und die Zielvorgaben für die Tiergesundheit im Betrieb erfüllt wurden.

Link:

- E-Mail-Aktion: www.tierhaltungswende.de
- Report „Ich wollt‘, ich wär‘ kein Huhn“: www.legehennen-report.foodwatch.de

Redaktioneller Hinweis:

Bildmaterial, 0-Töne etc.:
www.tierhaltung-downloads.foodwatch.de

Pressekontakt:

Martin Rücker, E-Mail: presse@foodwatch.de, Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

TERMIN-ERINNERUNG: FOOD WATCH PRESSEKONFERENZ AM 21. MAI UM 11:00 UHR!

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015

Pressemitteilung – Thema: Einladung zur Pressekonferenz / Tierhaltungswende

Wie die Tierhaltungswende gelingen kann – Vorstellung eines foodwatch-Reports über die Zustände in der Legehennenhaltung

und eines neuen politischen Ansatzes für eine tiergerechte Nutztierhaltung

Die Zustände in der Tierhaltung werden seit langem beklagt. Im Report „Ich wollt‘, ich wär‘ kein Huhn“ zeigt foodwatch exemplarisch die eklatanten Missstände in der Legehennenhaltung auf – in allen Haltungsformen, von der Käfig- bis zur Biohaltung. Tiergerecht erzeugte Produkte sind demnach nicht nur die absolute Ausnahme, vor allem sind sie für die Verbraucher beim Einkauf nicht zu erkennen.

Davon abgeleitet wird ein neuer politischer Ansatz, wie eine Wende in der Tierhaltung gelingen kann. Das Ziel: Eine nachweislich tiergerechte Behandlung aller Nutztiere.

Zur Vorstellung unseres Reports laden wir Sie herzlich ein zu unserer Pressekonferenz:

Termin: Donnerstag, den 21. Mai 2015, 11.00 Uhr

Ort:

Tagungszentrum im Haus der Bundespressekonferenz,
Schiffbauerdamm 40 / Ecke Reinhardtstraße 55, 10117 Berlin,
Raum 0107

mit:

- Matthias Wolfschmidt, Veterinär und stellv. foodwatch-Geschäftsführer
- Luise Molling, foodwatch-Expertin für Tierhaltung
- Prof. Dr. Peter-Tobias Stoll, Direktor der Abteilung Internationales Wirtschaftsrecht und Umweltrecht des Instituts für Völkerrecht und Europarecht der Georg-August-Universität Göttingen.

Für eine Rückmeldung, ob wir mit Ihrem Kommen rechnen dürfen, wären wir Ihnen sehr dankbar – formlos telefonisch unter (0 30) 24 04 76 – 290, per Mail an presse@foodwatch.de oder mit dem beiliegenden Antwortbogen

http://www.foodwatch.org/fileadmin/Themen/Tierhaltung/2015-05-21_foodwatch_Einladung_Pressekonferenz_Tierhaltungswende.pdf
per Fax.

Pressekontakt

Martin Rücker
Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
presse@foodwatch.de
Telefon (0 30) 24 04 76 – 290

Orient meets Occident – FAIR TRADE & FRIENDS 2015 bietet Plattform für Produzenten

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015
Medien-Information 91 / 2015 19.05.2015

Dortmund (Kh) – Die FAIR TRADE & FRIENDS, Deutschlands größte Messe zum Fairen Handel, präsentiert vom 28. bis 30. August 2015 innerhalb einer Sonderschau Produzenten aus Zentralasien und EU-Mittelmeer-Anrainerstaaten. 19 Unternehmen aus insgesamt 10 Nationen stellen fair produzierte Waren aus den Bereichen Lebensmittel, Textilien, Kunsthandwerk, Accessoires und Kosmetik vor. „Für die Produzenten ist die FAIR TRADE & FRIENDS eine gute Plattform, um den Markt des Fairen Handels besser kennenzulernen und strategische Partnerschaften in Deutschland und Europa zu knüpfen“, sagt Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH.

Die Sonderschau „Orient meets Occident“ wird in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale

Zusammenarbeit GmbH (GIZ) realisiert. Die 19 Produzenten stammen aus Ägypten, Marokko, Jordanien, Kasachstan, der Kirgisischen Republik, dem Libanon, der Mongolei, Palästina und den Republiken Tadschikistan und Usbekistan. Die FAIR TRADE & FRIENDS ermöglicht ihnen den Zugang zum europäischen Markt und die Vernetzung mit wichtigen Vertriebspartnern. Die angebotene Produktpalette ist vielfältig. Sie reicht von Fruchtsäften, Gewürzen und Ölen über Kleider, Schals und Teppiche bis hin zu Wohndekoration und Schmuck. Einzelne Produkte wie gefilzte Püppchen, bestickte Tischwäsche sowie Web- und Strickwaren aus Yak-Wolle und Kaschmir spiegeln anschaulich die Kultur sowie traditionelle Kunsthandwerks- und Handarbeitstechniken des jeweiligen Landes wider.

Die FAIR TRADE & FRIENDS präsentiert den Zukunftsmarkt des Fairen Handels mit einem umfassenden Angebot aus den Bereichen Lebensmittel, Textilien, Recycling- und Upcycling, faires Geld, nachhaltiger Tourismus, Gemeinschaftskonsum, Schmuck, Accessoires, Haushaltswaren, Kunsthandwerk und Kosmetik. Außerdem Medien-Information sorgen Fachforen für den fachlichen Austausch auf politischer und wirtschaftlicher Ebene.

Mehr Infos unter www.fairandfriends.de.

Die FAIR TRADE & FRIENDS findet von Freitag, dem 28., bis Sonntag, dem 30. August 2015, in der Messe Westfalenhallen Dortmund statt.

Veranstalter ist die Westfalenhallen Dortmund GmbH und Ideeller Träger das Eine Welt Netz NRW. Förderer sind das Ministerium für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein- Westfalen und das NRW-EU Ziel 2-Programm sowie die Stadt Dortmund. Der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e. V. ist Kooperationspartner der Messe.

Besucherzielgruppe der FAIR TRADE & FRIENDS sind all diejenigen, die sich für fair gehandelte und nachhaltige

Produkte interessieren und sich über Zukunftstrends in diesem Sektor informieren möchten; das betrifft Fachleute und Einkäufer für den Fach-, Einzel- und Großhandel, die Gastronomie und Institutionen ebenso wie öffentliche Beschaffer und Endverbraucher.

Weitere Informationen zur Messe unter www.fairandfriends.de und www.facebook.com/fair.dortmund

Medienkontakt:

Westfalenhallen Dortmund GmbH

Marketing- und Unternehmenskommunikation Karolin Heinrigs

Tel.: 0231 / 12 04 – 556; Fax: – 724

E-Mail: karolin.heinrigs@westfalenhallen.de

15 Jahre Streetlife Festival – Das waren die Highlights am 16./17. Mai 2015

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015

Wo sonst Blechlawinen das Stadtbild prägen, realisierte die Umweltorganisation Green City e.V. gemeinsam mit dem Referat für Gesundheit und Umwelt der Landeshauptstadt München am Wochenende 16./17. Mai 2015 die Vision eines nachhaltigen und lebenswerten Münchens. Die Rede ist vom Streetlife Festival, das heuer 15-jähriges Jubiläum feierte. Das wahrscheinlich größte Straßenfest Münchens fand auf der Ludwig- und Leopoldstraße, von Odeonsplatz bis Georgenstraße, statt und wollte für einen bewussten Lebensstil, für ein buntes München und für den Mut zu Veränderung begeistern. Geschätzte 160.000 BesucherInnen zeigten am Samstag von 16:00 bis 2:00 Uhr: Der Wandel von einer grauen Betonwüste zum grünen Stadt(t)raum

kann gemeinsam gelingen! Wenn das Wetter trocken bleibt, erwarten die Veranstalter am Sonntag von 11:00 bis 20:00 Uhr weitere 140.000 Gäste. Verschiedene neue und bewährte Aktionen bildeten die Höhepunkte im 15. Streetlife-Jahr.

Umwelt: Wo Lärm und Grau Ruhe und Grün wichen

Erstmals begrünte Green City e.V. die gesamte Fläche rund um das Siegestor, wodurch eine rund 2.000 Quadratmeter große Ruheinsel entstand. An diesem Ort, der sonst durch starken Verkehr kaum Aufenthaltsqualität bietet, öffnete sich so eine völlig neue Sichtweise auf den öffentlichen Straßenraum: Eine Inszenierung von Ruhe als Indikator für urbane Lebensqualität oder einfach um einmal am Siegestor zu chillen. Vor allem am Samstagabend wurde dies durch Lichtinstallationen und Projektionen zu einem entspannten Vergnügen. Rings um diese grüne Insel präsentierten sich auf einem 600 Meter langen Mensch&Umwelt-Bereich Organisationen und Unternehmen, die sich für die Umwelt, Tiere, alternative Mobilität und ähnliche Themen engagieren.

Link zum Mensch&Umwelt-Bereich:
www.streetlife-festival.de/programm/themenbereiche/mensch-und-umwelt

Sport: Wo die Straße zum Stadion wurde

Erstmals baute der Telekommunikationsdienstleister M-Net direkt vor der Feldherrnhalle das „Ludwigstadion“ auf und veranstaltete dort für Hobbymannschaften den „M-Net Streetsoccer Cup“. Daneben konnten sich die BesucherInnen über die Münchner Sportvielfalt informieren und selbst aktiv werden, beispielsweise beim Wurfkrafttraining mit den Munich Cowboys, Klettern mit dem DAV, Körbwerfen mit dem FC Bayern Basketball oder Frisbee spielen mit den Schwabinger Frisbee Buam. Ein 40 Meter langer Skateparcours des Skateboarding München e.V. schloss sich an und weiter nördlich befand sich eine Fahrradmeile mit vielen Informationen rund um's Radfahren.

Link zum Ludwigstadion:

www.streetlife-festival.de/programm/themenbereiche/ludwigstadion

Kultur: Wo die „Space Invaders“ das Sagen hatten

Eine „Open Air Art Gallery“, eine Siebdruckwerkstatt, Breakdance- und Theater-Workshops sowie ausgesuchte Straßenkunst-Juwelen: Hier war das Streetlife-Motto „Belebe die Straße!“ Programm.

Link zu den „Space Invaders“:
www.streetlife-festival.de/programm/themenbereiche/space-invaders

Musik: Wo es was auf die Ohren gab

Die Hauptbühne, auf der der Radiosender 95,5 Charivari Rock- und Pop-Konzerte präsentierte, befand sich dieses Jahr erstmals gemeinsam mit einem großen Biergarten am Professor-Huber-Platz. Dort stieg am Samstagabend um 22:30 Uhr eine „Silent Disco“, die dank Kopfhörern das Feiern auf der Straße ermöglichte, ohne AnwohnerInnen zu stören. Feiern konnten die BesucherInnen auch auf einem „Electronic-Floor“ mit DJ-Gigs und „Live-Visuals“ in der Fußgängerunterführung am Oskar-von-Miller-Ring oder oberhalb davon, auf der Kreuzung mit der Ludwigstraße, wo aufstrebende Indie- und Alternative-Bands Konzerte gaben. Beides wurde vom Musiksender M94,5 organisiert. Gediegener ging es hingegen auf der Odeonsplatz- und der Lastenradbühne zu: Hier standen Weltmusik, Großformat-Swing und akustische Kleinkunst auf dem Programm.

Link zum Bühnenprogramm:
www.streetlife-festival.de/programm/buehnenprogramm

Familien: Wo Kinder auf ihre Kosten kamen

Wer mit Kindern zum Streetlife Festival kam, machte mit Sicherheit einen Abstecher in das Lilalu-Kinderland am Geschwister-Scholl-Platz. Dort gab es viel Platz zum Toben und die Kleinen konnten sich in Zirkusakrobatik üben. Mit größeren Kindern lohnte sich die Ausstellung der Bundesregierung zu 25 Jahren Mauerfall oder der Fairwert-Markt südlich vom Siegestor, auf dem nachhaltige Händler ihre öko-fairen

Produkte und Upcycling-Ideen ausstellten.

Das nächste Streetlife Festival findet am 12./13. September 2015 statt. Mehr Informationen gibt es auf www.greencity.de und www.streetlife-festival.de.

Über Green City e.V.

Green City e.V. ist seit 1990 als Umweltorganisation für ein grüneres München aktiv. 20 MitarbeiterInnen setzen sich zusammen mit rund 1.000 Ehrenamtlichen und Mitgliedern für stadtverträgliche Mobilität, verantwortungsvollen Umgang mit Energie, nachhaltige Stadtgestaltung, und Umweltbildung für alle Altersgruppen ein. 150 Projekte und Veranstaltungen pro Jahr bieten Umweltschutz zum Anfassen und Mitmachen. Weitere Informationen unter www.greencity.de.

Ihre Ansprechpartner bei Green City:

Judith Fahrentholz, Kommunikation

Mail: presse@greencity.de, Tel: (089) 890 668 -313

Manuel Schaumann, Projektleitung

Mail: schaumann@greencity-projekt.de, Tel: (089) 890 668 -617

Hochauflösende Pressefotos können Sie hier herunterladen:

https://www.greencity.de/wp-content/uploads/2015/05/GreenCity_StreetlifeFestival_Mai2015.zip

Weitere Bilder zu Green City e.V. finden Sie auf www.greencity.de/downloads.

Die Zahnbürste neu erfunden

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015



TIO Care, das Münchner Mundhygiene-Start-up, kündigt heute die vielleicht ganzheitlichste Zahnbürste der Welt an. In Form einer Crowdfunding-Kampagne auf [Klickstarter Projekt Zahnbürste](#). Dort kann die Zahnbürste ab sofort vorbestellt werden.

München, 12. Mai 2015 – Das Beste für Zähne und Umwelt ist das erklärte Ziel von TIO Care. Damit geht das Unternehmen einen neuen Weg, der Kunden und Nachhaltigkeit konsequent in den Mittelpunkt stellt. Denn viele Produkte sind nur dazu gedacht, möglichst hohe Gewinne zu erwirtschaften. Ohne Rücksicht auf die Umwelt. Auch der ursprüngliche Nutzen – optimale Zahnpflege – geht dabei oft verloren.

Daher wird das Produkt heute per Crowdfunding auf Kickstarter.com gelauncht. „Mit welcher Zahnbürste kann ich meine Zähne bestmöglich putzen und gleichzeitig die Umweltbelastung auf ein Minimum reduzieren? Immerhin haben wir es mit einem Wegwerfgegenstand zu tun. Der alle zwei bis drei Monate gewechselt werden sollte“, so Fabian Ghoshal, Industriedesigner und einer der beiden Gründer, von TIO. „Das hat uns dazu bewogen, einen Alltagsgegenstand wie die Zahnbürste zu überdenken“, erklärt Fabian Ghoshal die Initialzündung des Projektes.

Der neuartige austauschbare Steckkopf punktet gegenüber herkömmlichen Bürstenköpfen mit einer deutlich verbesserten Benutzerfreundlichkeit. Entwickelt wurde er in Zusammenarbeit mit einem führenden Zahnspezialisten der Universität

Witten/Herdecke – Prof. Dr. Stefan Zimmer Leiter des Departments für Zahn-, Mund- und Kieferheilkunde. Das Ziel: Den neuesten Stand der Forschung für optimale Zahnpflege zu gewährleisten. Ohne Einbußen durch marketingbedingte Abstriche. Gleichzeitig wird der Griff behalten. Denn durch die austauschbaren Köpfe wird bis zu 70 % weniger Müll produziert.

Das Material ist aus Bio-Kunststoff – basierend auf nachwachsenden Rohstoffen. Die Verpackung ist Teil des Produktes und beschränkt sich auf das absolute Minimum. Sie konzentriert sich ausschließlich auf den Hygienebereich. Das bedeutet bis zu 60 % Verpackungersparnis.

„Zusätzlich konnte durch die Implementierung von Biokunststoffen in allen Teilen der Zahnbürste die Klimabilanz im Vergleich zu einer herkömmlichen Zahnbürste drastisch reduziert werden. So wird das Treibhauspotenzial um 166 % reduziert“, erklärt Benjamin Beck, ebenfalls Industriedesigner und Mitbegründer von TIO Care.

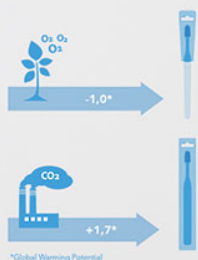
Für die in Deutschland hergestellte TIO-Zahnbürste wird zudem vollständig auf giftige Weichmacher verzichtet. Sie ist zudem vegan, da frei von tierischen Produkten.

Wer will, kann also schon mit Zähneputzen zwei Mal am Tag die Welt retten. Mit der umweltbewussten Lösung für die optimale Zahnpflege. Eine Kinderzahnbürste ist auch schon in Planung.



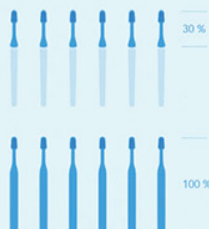
made from bioplastics

Drastically improved carbon footprint over traditional toothbrushes.



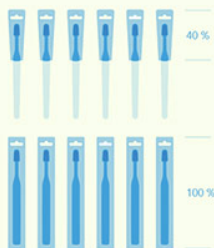
replaceable head

Reusing brush handle keeps overall waste to a minimum.



functional, minimal packaging

Package doubles as a travel case.
Sustainably produced shipping materials.



optimal dental care

Advanced bristle profile based on the latest dental research.

- stepped profile
- concave cut
- rounded tips



Nicht vergessen:

190 Millionen Zahnbürsten werden jährlich in Deutschland verbraucht. 5.700 Tonnen Plastikmüll werden dadurch jährlich durch Zahnbürsten und deren Verpackung verursacht.

Über TIO Care:

TIO Care ist das Münchner Mundhygiene Start-up und der Zusammenschluss der beiden Industriedesigner Fabian Ghoshal und Benjamin Beck. Ziel von TIO Care ist es, Nachhaltigkeit, exzellentes Design, hohe Funktionalität und Langlebigkeit zu einer gewinnbringenden Einheit zu verbinden. Gegründet wurde TIO am 10.09.2014 in Berlin. Internetseite: www.tiocare.com

klimafach 2015 / Messe für Klimaschutz und Klimawandel

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015



Von der Utopie zur Wirklichkeit – Internationale Messe für Klimaschutz und Klimawandelanpassung findet im Mai zum ersten Mal in der Ludwigshafener Friedrich-Ebert-Halle statt.

Vom 20. bis 22. Mai 2015 öffnet die klimafach zum ersten Mal ihre Pforten: Dabei zeigen über 50 Aufsteller aus verschiedensten Branchen, wie sie die Herausforderung des Klimawandels meistern. Zudem wird die Messe von einem Kongress mit Fachvorträgen und Podiumsdiskussionen begleitet.

Schüler werden ebenfalls in den Messe begleitenden Kongress

einbezogen: In Zusammenarbeit mit dem IfaS (Institut für angewandtes Stoffmanagement, Birkenfeld) führt die Stiftung Natur und Umwelt Rheinland-Pfalz eine Schüler-Klima-Konferenz durch, die ganz der Weltklimakonferenz nachempfunden ist. Bärbel Höhn, Mitglied des Deutschen Bundestages, und Vorsitzende des Bundestagsausschusses für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit wird diese Konferenz eröffnen.

Unterstützt wird die Schülerkonferenz von der GML Abfallwirtschaftsgesellschaft mbH sowie der Zentralen Abfallwirtschaft Kaiserslautern (ZAK). Andreas Hoppe, alias Tatort-Kommissar Mario Kopper und Buchautor: „Allein unter Gurken“ sowie der Organisator selbst werden gemeinsam für die Schüler kochen. Moderiert wird der Kongress u.a. von Fritz Lietsch, dem Chefredakteur von „forum Nachhaltig Wirtschaften“ und vom ehemaligen Spiegel-Journalisten Franz Alt.

„Eine Unterstützung und Teilnahme bei der klimafach ist uns als erste umweltzertifizierte Krankenkasse wichtig“ so Norbert Pasternack, Vorstand der BKK advita und Fachbeirat der klimafach 2015. „Als öffentliche Einrichtung setzen wir bereits seit Jahren erfolgreich konkrete Maßnahmen zur Energie- und CO₂ Einsparung um. Konsequenterweise spielen ökologische Kriterien bei der Auswahl von Lieferanten, Kooperationspartnern und Messeveranstaltungen eine wichtige Rolle“ so Pasternack weiter.

Möglichst Klimaneutral soll die klimafach übrigens auch selbst sein, weshalb in Zusammenarbeit mit den Technischen Werken Ludwigshafen (TWL), Bioland, und Naturland die CO₂-Belastung durch die Messe ermittelt und zum Ausgleich Streuobstbäume gepflanzt werden.

Hier finden Sie das [Kongressprogramm](#) der klimafach 2015 sowie den [Messekatalog](#)

Weitere Informationen zur klimafach finden Sie unter: www.klimafach.de

Messezeiten

20.05. von 10:00 bis 18:00 Uhr / Kongress von 14:00 bis 18:00 Uhr

21.05. von 10:00 bis 18:00 Uhr / Kongress von 10:00 bis 18:00 Uhr

22.05. von 10:00 bis 16:00 Uhr / Kongress von 10:00 bis 16:00 Uhr

Ort:

Friedrich-Ebert-Halle, Erzbergerstr. 89, 67063 Ludwigshafen am Rhein

Sie finden die BKK advita am Stand 22 – das Messteam freut sich auf Ihren Besuch.

Pressekontakt:

BKK advita

Tobias Palm, Markt

tobias.palm@bkk-advita.de

Telefon 06731 9474-154

BKK advita

Axel Kayser, Leiter Markt

axel.kayser@bkk-advita.de

Telefon 06731 9474-102

**Crowdfunding Kampagne von
nearBees gestartet – Honig
von Nebenan bald in ganz**

Deutschland

geschrieben von Andreas | 26. Mai 2015



Crowdfunding Kampagne gestartet – das Social Startup nearBees bringt den lokalen Honiggenuss in alle Ecken Deutschlands

München, 18.05.2015 – Im Rahmen des Streetlife Festival, dem größten Straßenfest Münchens mit ca. 250.000 Besuchern, erfolgte am gestrigen Sonntag der offizielle Startschuss zur Crowdfunding Kampagne von nearBees. Mit einem Onlinemarktplatz und einer versandoptimierten Nachfüllverpackung hat das Startup den Kauf von lokalem Honig im Großraum München bereits radikal vereinfacht. Nun sollen bundesweit Honigliebhaber vom Sofa aus die geschmackliche Vielfalt von lokalem Honig entdecken können. Die Kampagne kann ab sofort auf www.startnext.com/nearbees unterstützt werden.

Weltmeister im Honigkonsum – Verlierer bei der Bestäubung

Jeder Deutsche verbraucht pro Jahr durchschnittlich 1,2 kg Honig. Damit ist Deutschland Weltmeister im Honigkonsum. Doch die Zahl der Bienen hat in den vergangenen Jahrzehnten rapide abgenommen und deckt bei weitem nicht mehr den eigentlichen Bedarf. "Die Vermarktung des Honigs ist für viele Hobbyimker schlicht zu zeitintensiv und wenig lohnend. Besonders die neue, junge Imkergeneration hält Bienen meist nur noch aus Zeitvertreib und für den Eigenbedarf", so Mitgründerin und Imkerin Viktoria Schmidt. Problematisch an diesem Trend ist

nicht nur die enorme Menge an billig importiertem Honig, die zu einem rapiden Preisverfall geführt hat. Viel gravierender wirkt sich das Fehlen der Bienen auf den Artenreichtum unserer Natur aus, denn Wild- und Nutzpflanzen werden ohne sie nicht ausreichend bestäubt.

Doch nicht nur Imker haben Problem ihren Honig zu vermarkten – auch für Konsumenten ist es immer schwieriger, lokalen Honig zu erwerben.

nearBees hat den Honigkauf an die Bedürfnisse moderner Imker und Kunden angepasst: Imker können ihren Honig zeitsparend vermarkten, Honigliebhaber den süßen Nektar bequem vom Sofa aus bestellen. Dank der versandoptimierten Verpackung landet der Honig von Nebenan ohne Umwege direkt im Briefkasten. Ganz nebenbei wird so zum Erhalt einer artenreichen Natur beigetragen, denn der Honig selbst kann zwar importiert werden, die Bestäubungsleistung der Biene jedoch nicht.

Honig von Nebenan – bald aus ganz Deutschland

Mit der Crowdfunding Kampagne soll der Onlineverkauf schrittweise auf ganz Deutschland ausgeweitet werden. Imker aus allen Regionen Deutschlands können sich dazu bereits heute ein kostenloses Profil auf nearBees.de erstellen. Auf die Unterstützer der Kampagne warten dabei viele attraktive Dankeschöns: von der Bienenpatenschaft über das Verkaufsset für teilnehmende Imker bis zur süßen Honig-Post ist für jeden Geschmack etwas mit dabei. Sollte die gesammelte Summe den Zielbetrag von 40.000 Euro übersteigen, sind bereits Erweiterungen der Onlineplattform, die noch tiefere Einblicke in die Imkerei und die Welt der heimischen Bienen ermöglichen, geplant. Die Kampagne auf startnext wird dabei von der Social Entrepreneurship Akademie kuratiert.

Über nearBees – Ohne Imker, keine Bienen: nearBees hat sich daher zum Ziel gesetzt den Honigverkauf radikal zu vereinfachen. Über einen Onlinemarktplatz finden Imker und

Honigliebhaber bequem zusammen – für eine transparente Herkunft, faire Honigpreise und eine lebenswerte, grüne Nachbarschaft!

Das junge Team um die Gründer Viktoria Schmidt, Michael Gelhaus, Kristian Knobloch und Dominik Krebs wurde 2014 von der Wirtschaftswoche als Social Startup des Jahres ausgezeichnet. Aktuell sind die Stipendiaten der Social Entrepreneurship Akademie und des Strascheg Center for Entrepreneurship unter den Finalisten des Ben&Jerry's "Join Our Core" Wettbewerb zu finden.