

damado auf der „Langen Nacht der Startups“ in Berlin

geschrieben von damado | 1. September 2015

Der Online Marktplatz für Bio-Lebensmittel damado wird auf dem Berliner Startup Event „Lange Nacht der Startups“ mit einem Stand vertreten sein. Dort werden einige der Produzenten des Marktplatzes vorgestellt. Außerdem wird die zeitgleich startende Crowdfuning Kamapgne, mit dem Ziel ein Mitgliedssystem auf damado einzuführen, vorgestellt.

Nauen, 01.09.2015. Das Startup damado wird mit einem Stand auf der „Langen Nacht der Startups“ am 05. September 2015 in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom AG (Französische Str. 33a-c, 10117 Berlin) vertreten sein. Dort präsentiert der Online-Marktplatz für Bio-Lebensmittel sein innovatives Konzept und stellt einige Manufakturen der Plattform vor. Ausgestellt werden unter anderem Bio-Produkte der Brandenburger Essigmanufaktur „Essigart“, der Ingwersaft „GingerVerde“ und Meersalz aus Portugal von „PortuSal“.

„Mit damado möchten wir vor allem kleine Produzenten und Manufakturen von hochwertigen Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik unterstützen. Diesen Produzenten geben wir die Möglichkeit, sich einem großen Publikum zu präsentieren und sich so am Markt zu behaupten.“, sagt Mareike Kriesten, Gründerin und Geschäftsführerin von damado.

Neben der Präsentation von Anbietern und deren Produkten wird auch die Crowdfunding-Kampagne vorgestellt, die parallel zur Langen Nacht der Startups beginnt. Mit Hilfe der Kampagne wird ein innovatives Mitgliedssystem eingeführt, bei dem Kunden für einen geringen monatlichen Beitrag einen attraktiven Rabatt auf alle Bio-Produkte erhalten.

Mit damado soll die Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik deutschlandweit verbessert werden. Auf dem

Online-Marktplatz haben Produzenten die Möglichkeit ihre Produkte zu inserieren und direkt an Verbraucher zu verkaufen. damado übernimmt den Versand der Ware und verschickt die Produkte in einem Paket. So finden Kunden ein einzigartiges, stetig wachsendes Sortiment und zahlen dabei nur einmal Versandkosten, egal bei wie vielen Herstellern sie einkaufen.

Pressekontakt

Mareike Kriesten

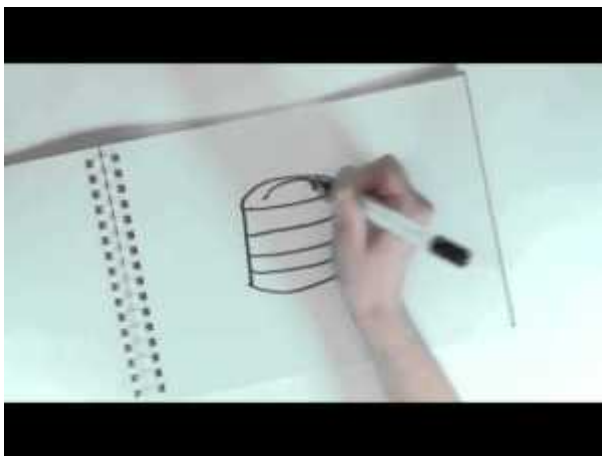
E-Mail: hallo@damado.de

Telefon: +49 (0) 33232 22 90 13

Website: www.damado.de

Das Tiffin Projekt – Eine Initiative für müllfreies Take-Away und mehr Umweltbewusstsein

geschrieben von TiffinProjekt | 1. September 2015



Just taste, no waste. Viel Geschmack mit möglichst wenig Verpackung – so soll Take-Away in Zukunft aussehen. Dafür will sich die Berliner Initiative „Das Tiffin Projekt“ einsetzen

und ruft jetzt zum Crowdfunding auf.

Berlin, 14. Mai 2015 – Sushi im Plastikbehälter, Nudeln aus der Styroporbox, Coffee-to-go in beschichteten Pappbechern und alles womöglich noch in eine Plastiktüte gepackt: die Take-Away Welt ist voll mit Verpackungen. Als Antwort auf das immer größer werdende (Plastik-) Müllproblem und die damit verbundenen Umwelt- und Gesundheitsgefahren hat das Berliner Startup ECO Brotbox nun das Tiffin Projekt ins Leben gerufen. Die Initiative will unnötigem Verpackungsmüll im Take-Away Bereich den Kampf ansagen und zu mehr Umweltbewusstsein in der Gesellschaft aufrufen.

Die Hauptrolle spielt dabei die Tiffin Box, eine Lunchbox aus schadstofffreiem Edelstahl. Diese hat sich in Indien bereits seit Jahrhunderten im täglichen Leben bewährt, denn in Mumbai bekommen täglich über 200.000 Menschen ihr Mittagessen in einem solchen Edelstahlbehälter ins Büro geliefert. Für den deutschen Take-Away Markt hat ECO Brotbox nun eine eigene Box kreiert: natürlich nachhaltig und fair produziert. Durch das mehrlagige, auslaufsichere Design mit praktischem Tragegriff eignet diese sich uneingeschränkt für das Mitnehmen von kompletten Mahlzeiten.

Ein einfaches aber effektives System

Im Rahmen des Projekts sollen umweltbewusste Menschen in Partnerrestaurants bewusst die Wahl zwischen der wiederverwendbaren Tiffin Box und einer herkömmlichen Einwegverpackung haben. Die bestellte Mahlzeit wird also auf Wunsch direkt in den Edelstahlbehälter zum Mitnehmen gefüllt. So können mit jedem Einsatz etwa 30 Gramm Müll gespart werden. Neben dem Umweltaspekt spielt auch der optische Eindruck und der Geschmack eine Rolle – die Tiffin-Box sorgt für einen „Augenschmaus“ ohne den faden Beigeschmack von Plastik. Dabei ist es nicht notwendig, einen eigenen Behälter mitzubringen:

die Tiffin-Box wird nach kostenloser Registrierung im Restaurant ausgeliehen und kann zu einem späteren Zeitdruck wieder zurückgegeben werden.

Mit Crowdfunding zum Erfolg

Ähnliche Konzepte existieren bereits in Kanada, England oder der Schweiz. Dort stieß die Idee von mullfreiem Take-Away auf großes Interesse und sorgt noch immer für rege Beteiligung. Um auch Deutschland schrittweise sauberer zu gestalten, soll dieser Trend mit dem Tiffin Projekt und ECO Brotbox jetzt auch in Berlin durchstarten. „Ein großes Ziel ist es natürlich, immer mehr Menschen zu einem nachhaltigen Lebensstil anzuregen, um langfristig die Umweltbelastung durch Plastik und anderen Mull zu verringern.“, erklärt Projektleiter und Gründer von ECO Brotbox Mustafa Demirtas. „Wir hoffen als regionale Initiative auf die Unterstützung vieler umweltbewusster und experimentierfreudiger Berliner!“. Denn damit das Projekt überhaupt Realität werden kann und die ersten Partnerrestaurants mit den Tiffin Boxen ausgestattet werden können, werden zunächst die nötigen finanziellen Mittel benötigt. Dabei soll unter anderem eine Crowdfunding Aktion helfen, die auf der Plattform startnext.de gestartet wurde.

Gemeinsam mit hoffentlich zahlreichen Unterstützern will die Initiative ein großes Ziel erreichen: mullfreies Take-Away für alle, ganz nach dem Motto „just taste, no waste“!

Mehr über das Tiffin Projekt erfahren Sie auf unserer Website www.thetiffinproject.org, auf Startnext www.startnext.de/tiffinprojekt, sowie auf Facebook ([/TiffinProjekt](https://www.facebook.com/TiffinProjekt)) oder Twitter ([@tiffinprojekt](https://twitter.com/tiffinprojekt)).

Über das Tiffin Projekt

Das Tiffin Projekt ist eine Berliner Initiative, die

müllfreies Take Away möglich machen will. Zum Schutz der Umwelt und der Gesundheit. Hinter dem Projekt steht das Team des Berliner Startups ECO Brotbox, das sich bereits seit Anfang 2014 mit dem Thema (Plastik-)Müllvermeidung auseinandersetzt. Neben schadstofffreien Brot- & Lunchboxen aus Edelstahl gehören auch unbedenkliche Trinkflaschen zum wachsenden Sortiment. Nachdem die Produkte von ECO Brotbox bereits in privaten Haushalten zur Müllvermeidung beitragen, soll das Tiffin Projekt nun auch die Situation im Take-Away Bereich verbessern. Das Ziel ist es, die Gesellschaft zu einem nachhaltigeren Lebensstil anzuregen und das generelle Umweltbewusstsein zu fördern.

Das Tiffin Projekt/ECO Brotbox Skalitzer Str. 33
10999 Berlin
Sabrina Zagst

presse@dastiffinprojekt.org

t: +49-(030)-863 80 908 m: +49-(0)178-132 78 07

Die Zahnbürste neu erfunden

geschrieben von Andreas | 1. September 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.

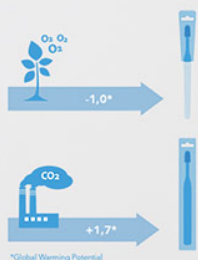
Für die in Deutschland hergestellte TIO-Zahnbürste wird zudem vollständig auf giftige Weichmacher verzichtet. Sie ist zudem vegan, da frei von tierischen Produkten.

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.



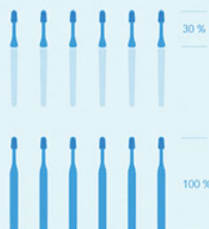
made from bioplastics

Drastically improved carbon footprint over traditional toothbrushes.



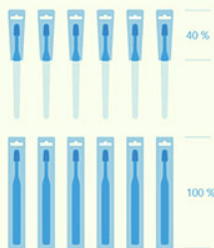
replaceable head

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

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

geschrieben von Andreas | 1. September 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.

Mit Socken und Badekleidung zu einer gesunden Nordsee

geschrieben von Andreas | 1. September 2015



07. Mai 2015

PRESSEMITTEILUNG

Tilburg/Leiden – Etwa 10% des Meeresmülls besteht aus ausgedienten Fischernetzen. Diese werden auch als „Geisternetze“ bezeichnet, da sie oft über mehrere Jahrhunderte lang intakt bleiben. Viele Tiere, wie Fische, Delphine, Schildkröten, Krabben und Robben verfangen sich darin und sterben einen langsamen Tod. Healthy Seas hat es sich zur Aufgabe gemacht diese Netze aufzufischen und aus ihnen neue Produkte herzustellen. Dafür gibt es nun eine Crowdfunding-Kampagne auf Oneplanetcrowd.

Tiere vor dem Ertrinken retten

Das Auffischen von ausgedienten Fischernetzen kostet Geld und genau darum hat Healthy Seas nun eine Crowdfunding-Kampagne gestartet. Ziel ist es, mindestens 15.000 € einzusammeln, um 10 Tonnen an verlorenen Fischernetzen aus dem Meer zu holen und somit tausende Tiere vor dem Ertrinken zu retten.

Eine saubere und gesunde Nordsee

Rob Wolters, einer der Gründer der Healthy Seas Initiative sagt: „Die meisten Geisternetze stammen noch aus dem letzten Jahrhundert. Heutzutage wird in der Berufsfischerei zum Glück viel sorgfältiger mit Fischernetzen umgegangen. Eine fischernetzfreie Nordsee ist nicht nur für die Umwelt wichtig, sondern trägt auch zu unserer eigenen Sicherheit und Gesundheit bei. Jedes Jahr bleiben Boote, Taucher und selbst

Schwimmer in alten Fischernetzen hängen. Die Kunststoffe und Schwermetalle in den Netzen vergiften das Wasser. Gemeinsam können wir auf eine natürlichere und fischernetzfreie Nordsee hinarbeiten und gleichzeitig eine grüne Wirtschaft mit fairen Produkten etablieren."

Keine Verschwendung

Die Fischernetze werden anschließend recycelt, um daraus neues Nylongarn herzustellen. Damit zeigt Healthy Seas, dass man Müll auch als Rohstoff für neue Produkte sehen kann. Aus den recycelten Fischernetzen werden Badekleidung und die einzigartigen Healthy Seas Socken gefertigt. Umgerechnet können aus 10 Tonnen Fischernetzen etwa 200.000 Paar Socken produziert werden. Die Socken werden noch dieses Jahr in den niederländischen Verkaufsregalen zu sehen sein.

Spenden und einzigartige Produkte erhalten

Jetzt kann jeder zur Reinigung der Nordsee beitragen und tausenden von Tieren das Leben retten. Mit einer Spende kann man Healthy Seas unterstützen, die Fundingschwelle der Crowdfunding Kampagne zu erreichen. Als Dankeschön erhält der Spender einzigartige, aus Fischernetzen hergestellte Produkte.

Kontakt

Für mehr Informationen oder ein Interview, nehmen Sie bitte Kontakt auf mit Hanneke Wijnja, wijnja@ecnc.org, +31 13 59 44 944

Crowdfunding-Kampagne

<http://www.oneplanetcrowd.com/de/project/90130>

Bildmaterial

Hochaufgelöste Bilder können auf Anfrage versendet werden. Bitte nehmen Sie hierzu Kontakt mit uns auf.

Hanneke Wijnja

Communication Officer

Healthy Seas

wijnja@ecnc.org

Aufruf: Ein Zeichen für nachhaltiges Crowdfunding setzen.

geschrieben von Andreas | 1. September 2015

Berlin (29.04.2015): Gemeinsam mit mehr als 16.000 Nutzern werden auf EcoCrowd zahlreiche nachhaltige Projekte realisiert. Aktuell ist EcoCrowd, die nachhaltige Crowdfunding-Plattform der Deutschen Umweltstiftung, für den Werkstatt N-Publikumspreis des Nachhaltigkeitsrats nominiert. Bis zum 10. Mai kann mit nur einem Klick auf www.werkstatt-n.de/projekte/ecocrowd für EcoCrowd gestimmt werden – ganz ohne Anmeldung. Mit jeder Stimme für EcoCrowd werden langfristig alle nachhaltigen Crowdfunding-Projekte auf der Plattform unterstützt.

Gut fünf Tage vor Ende des Wettbewerbs führt EcoCrowd, doch noch ist nichts entschieden. Mit unserem Engagement für den Werkstatt N-Preis möchten wir zeigen: Mit Unterstützung der Crowd kann jeder Berge versetzen, so Jörg Sommer, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Umweltstiftung.

Konkurrenzdenken zu den Mitbewerbern verspürt das EcoCrowd-Team jedoch nicht: „Die anderen nominierten Projekte empfinden wir nicht als Konkurrenz. Vielmehr sind wir überzeugt, dass ein großer Teil der dort vertretenen nachhaltigen Projekte sehr gut auf unsere Crowdfunding-Plattform passt. Wir laden sie ausdrücklich zu Finanzierungsrunden auf EcoCrowd ein, so Saskia Letz vom EcoCrowd-Team.

Über die Deutsche Umweltstiftung

Die Deutsche Umweltstiftung wurde 1982 u.a. von Udo Simonis, Ernst Ulrich von Weizäcker, Günter Grass und Bernhard Grzimek gegründet. Getreu ihrem Motto „Hoffnung durch Handeln“ setzt sie sich für den Erhalt der natürlichen Lebensräume der Menschen, Tiere und Pflanzen ein. Die Deutsche Umweltstiftung ist politisch und wirtschaftlich unabhängig und die größte deutsche Bürgerstiftung für den Umweltschutz.

Pressematerial

Logos, Fotos und vergangene Pressemeldungen finden Sie unter <https://www.ecocrowd.de/en/presse>

Projektkontakt

Deutsche Umweltstiftung

Saskia Letz „

Projektreferentin EcoCrowd

Greifswalderstraße 4 • 10405 Berlin

Telefon: 030 202 384 284

E-Mail: saskia.letz@deutscheumweltstiftung.de

www.ecocrowd.de

www.deutscheumweltstiftung.de

Pressekontakt

Deutsche Umweltstiftung

Kai Reininghaus

Pressereferent

Greifswalderstraße 4 • 10405 Berlin

Telefon: 030 202384 281

E-Mail: kai.reininghaus@deutscheumweltstiftung.de

www.deutscheumweltstiftung.de