

Kooperation des Online-Nachhaltigkeitskaufhauses Monagoo mit buch7, der Buchhandel mit der sozialen Seite

geschrieben von monagoo | 15. September 2014

Bad Homburg, 15. September 2014

Monagoo und buch7 kooperieren – endlich richtig gut Bücher kaufen. buch7, der Buchhandel mit der sozialen Seite, bietet über 6.5 Mio. Bücher, DVDs, CDs und Ebooks an. Dieses Sortiment gibt es nun auch im Shop des Online-Nachhaltigkeitskaufhauses Monagoo aus dem Rhein-Main-Gebiet zu erwerben.

Monagoo, das Online-Nachhaltigkeitskaufhaus und buch7, der Buchhandel mit der sozialen Seite habe heute ihre strategische Partnerschaft bekannt gegeben.

Durch eine fortschreitende Integration im Onlineshop kann Monagoo nun seinen Kunden zusätzlich zum wachsenden Sortiment an nachhaltigen Produkten den buch7-Katalog von über 6.5 Mio. Büchern, DVDs, CDs und Ebooks anbieten.

“Wir freuen uns sehr, einen Partner gefunden zu haben, der unsere Werte teilt” sagte Holger Heinze, Geschäftsführer der Monagoo GmbH zu der langfristig angelegten Kooperation. “So wie wir eine alltägliche Alternative für nachhaltigen,

bewussten Konsum zur Verfügung stellen, schafft buch7 die Möglichkeit, ohne Aufpreis mit dem Kaufen von Büchern Gutes zu tun.“ so Heinze weiter.

75% der Gewinne werden von buch7 an soziale Projekte gespendet. “Bücher werden aus Papier gemacht, das können wir nicht ändern.”, so Georg Faust, der zweite Gründer von Monagoo. “Aber in Partnerschaft mit buch7 können wir wenigstens die sozialste Alternative für Bücherwürmer und Filmfans anbieten.”

Und jetzt heißt es: **einfach richtig gut Bücher kaufen**. Also auf die Plätze, fertig, <http://www.monagoo.com/shop/buecher-cds-dvds-ebooks-bei-monagoo>... Enter!

Ihre Ansprechpartnerin für Pressefragen

Marlene Haas · marlene.haas@monagoo.com · 069-299 570 660

Videos, Presseberichte und Bilder zum Herunterladen

[Hier](#) können Sie Videos und Bilder herunterladen und veröffentlichen.

Release der Onlineplattform nearBees. Social Start-up aus München bringt Honigliebhaber

mit lokalen Imkern zusammen.

geschrieben von Michael | 15. September 2014

Social Start-up aus München bringt Honigliebhaber mit lokalen Imkern zusammen

Das Onlineportal nearBees bringt Bienenhalter und Honigkäufer auf bequeme Weise zusammen. Dank einem neuartigen Verpackungskonzept bekommen Kunden den „Honig von Nebenan“ direkt vom Imker in ihren Briefkasten geliefert. Dabei unterstützt das Geschäftsmodell von nearBees wichtige gesellschaftliche Anliegen.

Denn woher kommt eigentlich unser Honig? Mit ziemlicher Sicherheit nicht aus Deutschland, denn über 80 Prozent des Honigbedarfs wird aktuell importiert. Und dass obwohl hierzulande über 90.000 Imker mit fast 700.000 Bienenvölkern für die Bestäubung der heimischen Nutz- und Gartenpflanzen sorgen. Für die meist hobbymäßigen Bienenhalter ist die Vermarktung des Honigs oftmals aus zeitlichen und aus Kosten-Gründen eine große Herausforderung. Auf der anderen Seite haben es Kunden mit Interesse an regionalem Konsum und transparenter Herkunft trotz der hohen Imkerdichte in Deutschland schwer, lokalen Honig zu erwerben.

Auf der Onlineplattform können zunächst (Hobby)Imker des Großraums München ihren Honig bequem und zeitsparend vermarkten. Liebhaber des süßen Blütennektars finden auf dem Portal präzise Honig aus ihrer Nachbarschaft, quasi von den Bienen die ihnen täglich auf ihrem Balkon begegnen.

Um den Onlinehandel für Imker wie Honigliebhaber interessant zu gestalten, setzt nearBees auf eine designtechnische Innovation: „Bisher wird Honig kaum über das Internet vermarktet, denn hohe Versandkosten für die schweren und zerbrechlichen Honiggläser machen den Online-Honigkauf unattraktiv. Das flache und leichte Packmaß der nearBees-

Honigverpackung erlaubt einen kostengünstigen Versand und kann ohne Aufwand für den Empfänger über den Briefkasten zugestellt werden. So wird der ansonsten unrentable Onlinekauf von Honig wirtschaftlich sinnvoll“, so Mitgründerin und Imkerin Viktoria Schmidt. „Unser Ziel ist, durch den lokalen Honigkonsum ortsansässige Bienenhalter zu unterstützen und somit indirekt für eine artenreiche Natur zu sorgen“.

Ab Ende 2014 wird der Online-Verkauf schrittweise auf ganz Bayern und Deutschland ausgeweitet. Imker aus allen Regionen Deutschlands können sich aber bereits heute selbst auf www.nearBees.de eintragen und aktiv werden.



So vielfältig wie die Pflanzen der Nachbarschaft schmeckt auch der lokale Honig von Nebenan © nearBees

Über nearBees:

nearBees will den Honigkonsum wieder re-regionalisieren und somit lokale Honigproduzenten stärken und eine lebenswerte, grüne Nachbarschaft erhalten. Das junge Team um die Gründer Viktoria Schmidt, Michael Gelhaus, Kristian Knobloch und Dominik Krebs bringt über eine Onlineplattform Honigliebhaber mit lokalen (Hobby-)Imkern zusammen. Eine neu entwickelte

Honigverpackung macht den bisher unrentablen Honigversand dabei wirtschaftlich attraktiv.

Kontakt:

nearBees – Honig von Nebenan

Michael Gelhaus

Heßstr. 89

80797 München

Telefon: 089.38153514

E-Mail: info@nearbees.de

www.nearbees.de

Nachhaltig auf hohem Niveau: GCB German Convention Bureau e.V. erhält EMAS- Zertifizierung

geschrieben von GCB German Convention Bureau e.V. | 15.
September 2014

GCB

Meetings made in Germany

■ ■ ■ German Convention Bureau

Das GCB German Convention Bureau e.V. erhält das Zertifikat des European Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), dem weltweit anspruchsvollsten System für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung. Informationen: www.gcb.de und www.emas.de

Frankfurt am Main, 8. September 2014. Nach dem Durchlaufen

einer anspruchsvollen Prüfung erhält das GCB German Convention Bureau e.V. das Zertifikat des European Eco-Management and Audit Scheme (EMAS). Damit stellt die Marketingorganisation der deutschen Tagungs- und Kongressbranche nicht nur ihr bisheriges Nachhaltigkeits-Engagement unter Beweis, sondern verpflichtet sich darüber hinaus zur stetigen Verbesserung ihrer Umweltleistung über die umweltgesetzlichen Anforderungen hinaus.

„Das GCB engagiert sich bereits seit vielen Jahren in Sachen Nachhaltigkeit und setzt mit der EMAS-Teilnahme erneut einen Meilenstein und hohen Standard. Eine nachhaltige Wirtschaftsweise versteht das GCB als Chance für die gesamte Branche und vor allem für einen zukunftsfähigen Tagungs- und Kongressstandort Deutschland“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB.

Weltweit anspruchsvollstes Umwelt-Zertifizierungsverfahren

Für die Teilnahme an der EMAS-Zertifizierung müssen Unternehmen unter anderem eine Umwelterklärung erstellen, die sämtliche umweltrelevanten Tätigkeiten und Daten darstellt: etwa Ressourcen- und Energieverbräuche, Emissionen und Abfälle, aber auch die indirekten Umweltaspekte zum Beispiel bei Beschaffung und Veranstaltungsmanagement. Nach einer ersten umfassenden Bestandsaufnahme – der Umweltprüfung – wird im Rahmen des EMAS-Verfahrens nachfolgend eine wiederkehrende Umweltbetriebsprüfung durchgeführt. Die internen Dokumente sowie die Umwelterklärung werden von einem unabhängigen, staatlich zugelassenen Umweltgutachter beurteilt. Bei einer positiven Begutachtung erfolgt die EMAS-Registrierung durch die zuständige Industrie- und Handelskammer.

„Im Vergleich zur ebenfalls verbreiteten Umweltmanagementsystem-Norm ISO 14001, deren Anforderungen vollständig durch EMAS abgedeckt werden, zeichnet sich der Best-Excellence-Standard EMAS durch eine höhere Rechtssicherheit, den konsequenten Umweltleistungsgedanken,

hohe Transparenz und die aktive Mitarbeiterbeteiligung aus“, so Dr. Stefan Müssig, Geschäftsführer der Würzburger Umwelt- und Qualitätsmanagement Consulting, der die EMAS Zertifizierung des GCB begleitet hat.

Christine Koch, Nachhaltigkeitsbeauftragte des GCB, betont: „Ein wichtiger Bereich bei der Teilnahme an EMAS ist die Einbeziehung aller Mitarbeiter eines Unternehmens. Somit wird garantiert, dass Umweltmanagement auf allen Ebenen mit Leben erfüllt wird.“

In Deutschland nehmen insgesamt rund 1.250 Unternehmen aus verschiedensten Branchen an EMAS teil – vom verarbeitenden Gewerbe über Handel und Dienstleistungen verschiedenster Art bis hin zur öffentlichen Verwaltung.

GCB setzt Impulse für Nachhaltigkeit bei Tagungen und Kongressen

Das GCB übernimmt sowohl im eigenen Unternehmen als auch in der deutschen Veranstaltungsbranche Verantwortung und setzt Impulse, um nachhaltiges Veranstaltungsmanagement als Standard zu etablieren: Beispiele dafür sind unter anderem die Weiterbildungsseminare zum Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche, die das GCB 2012 und 2013 unter Förderung der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) angeboten hat und ab 2014 in Eigenregie weiterführt.

Zudem organisiert das GCB gemeinsam mit dem Europäischen Verband Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) alle zwei Jahre die greenmeetings und events Konferenz – das nächste Mal am 9. und 10. Februar 2015 im Kap Europa in Frankfurt. Gemeinsam haben die beiden Verbände darüber hinaus im Jahr 2011 den Nachhaltigkeitskodex „fairpflichtet“ für die Veranstaltungsbranche initiiert, den inzwischen schon mehr als 400 Unternehmen unterstützen.

GCB German Convention Bureau e.V.

Aufgabe des GCB German Convention Bureau e.V. ist es, die Positionierung Deutschlands als eine weltweit führende und nachhaltige Kongress- und Tagungsdestination zu sichern und weiter auszubauen.

Als Impulsgeber für Innovationsthemen in der Tagungs- und Kongressbranche bietet das GCB seinen Mitgliedern hochwertige Marktforschungsdaten. Durch die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Marketingaktivitäten ist das GCB in den internationalen Märkten sowie national präsent und fördert die Mitglieder und Partner bei der Vermarktung ihres Angebotes.

Rund 200 Mitglieder repräsentieren über 450 Betriebe und zählen zu den führenden Hotels, Kongresszentren, Locations, städtischen Marketingorganisationen, Veranstaltungsagenturen sowie Dienstleistern aus der deutschen Tagungs- und Kongressbranche. Preferred Partner des GCB sind die Accor Hospitality Germany GmbH, DüsseldorfCongressVeranstaltungsgesellschaft mbH sowie das Stuttgart Convention Bureau. Als Strategische Partner unterstützen die Deutsche Lufthansa, Deutsche Bahn und die DZT Deutsche Zentrale für Tourismus die Arbeit des GCB.

Online-Suche nach Tagungskapazitäten, Newsletter, Deutschland-Guide, Informationen zu Green Meetings, einen CO2-Rechner für Veranstaltungen und vieles mehr finden Sie unter www.gcb.de.

GCB German Convention Bureau e.V.

Kaiserstr. 53

60329 Frankfurt/Main

Germany

Tel: +49 (0)69 – 24 29 30 0

Fax: +49 (0)69 – 24 29 30 26

E-Mail: info@gcb.de

Internet: www.gcb.de

Twitter: http://twitter.com/GCB_Deutschland

Nachhaltige Entwicklung gibt's jetzt auch für Kleinstbetriebe!

geschrieben von Marlene | 15. September 2014

Am 2. September 2014 ging das erste lokale Netzwerk nachhaltiger Kleinstbetriebe und Bürger – das Labl.FRANKFURT – den nächsten Schritt in Richtung Nachhaltigkeit: In kleiner Runde im Bockenheimer Social Impact Lab wurde den rund 25 Mitgliedern das zukünftige Konzept eines Kompetenzzentrums für nachhaltige Entwicklung vorgestellt.

Lust auf besser leben hat eine Vision: Das Kompetenzzentrum für nachhaltige Entwicklung gestaltet lokale Gemeinschaften für eine nachhaltige Gesellschaft und lebenswerte Zukunft. Soweit die Theorie.

In der Praxis ist das Startup, das auf dem Heldenmarkt 2013 seine Pilotphase startete, nach gut einem Jahr Konzeption, Interviews mit Kleinstbetrieben, Entwicklung eines Guides und Veranstaltungen mit Bürgern weit gekommen: Das mittlerweile dreiköpfige Team vernetzt nachhaltige Kleinstbetriebe untereinander und mit Bürgern in Frankfurt, unterstützt bei der Vermarktung wie auch der Interessensvertretung und bietet eine Anlaufstelle für Nachhaltigkeit in der Stadt.

Ein weiteres Kernthema ist die nachhaltige Entwicklung in den Kleinstbetrieben bzw. deren Greifbarkeit für die Verbraucher. Markus Allbauer, studierter Nachhaltigkeitsmanager, hat ein

eigens für Kleinstbetriebe geeignetes Tool entwickelt: den Nachhaltigkeitswürfel.

Nachhaltigkeitsberichte und CSR-Abteilungen sind für Kleinstbetriebe zu aufwendig und für Kunden unverständlich. Somit war klar, dass etwas völlig neues entwickelt werden musste, wenn man die Akteure, die Nachhaltigkeit in der Stadt gestalten und greifbar machen – die Kleinstbetriebe und Bürger Frankfurts –im Nachhaltigkeitsdiskurs nicht weiterhin außen vor lassen will.

Der Würfel dient als Selbstcheck, Zielvorgabe und transparentes Dialogmittel für die Kunden. Er befasst sich mit den Bereichen *Gesellschaft und Gemeinschaft, Nachhaltigkeit in der Lieferkette, am Arbeitsplatz und Produkte/Dienstleistungen*. Mithilfe von greifbaren Indikatoren und leicht verständlicher Darstellung wird nachhaltige Entwicklung in Frankfurt schon bald kein Abstraktum mehr sein, da ist sich das Team von Lust auf besser leben sicher. „Nachhaltige Entwicklung“, so Gründerin Marlene Haas „hat nun sechs Seiten, die jeder versteht, und sieht gut aus.“

Wir haben Lust auf besser leben in Frankfurt! Sie auch?

Dann freuen wir uns auf Ihren Bericht.

Ihr Kontakt für Rückfragen

Lust auf besser leben / Labl.FRANKFURT

Marlene Haas

Tel. 0178 523 97 89

presse@lustaufbesserleben.de

WE CARE! zum Tag der Nachhaltigkeit in Frankfurt am Main

geschrieben von Marlene | 15. September 2014

PRESSEMITTEILUNG

Am 17. September 2014 findet hessenweit der 3. Tag der Nachhaltigkeit statt. In diesem Zuge veranstaltet Lust auf besser leben in Frankfurt eine WE CARE-Kampagne: Im Bockenheimer Kino Orfeos Erben wird ab 19 Uhr der Film „Who cares? Du machst den Unterschied“ gezeigt, im Anschluss bieten sechs Themeninseln eine Plattform für Frankfurter Sozialunternehmen und Nachhaltigkeitsinitiativen, um sich in lockerer Atmosphäre mit den Gästen und interessierten Frankfurtern bei einem Glas Wein auszutauschen.

WE CARE! Unter diesem Motto findet in Frankfurt der 3. Tag der Nachhaltigkeit statt. Lust auf besser leben lädt am 17. September 2014 interessierte Frankfurter nach Bockenheim ein. Um 19 Uhr beginnt der Abend mit einer Filmvorstellung im Programm kino Orfeos Erben. „Who cares? Du machst den Unterschied“ ist ein inspirierender Film über Sozialunternehmer auf der ganzen Welt. Doch was ist ein Sozialunternehmer? Was zeichnet ihn aus? Und wie kann ich selber Sozialunternehmer werden?

Diese Fragen werden im Anschluss 2 Stockwerke tiefer in den Räumen des Gallitheaters beantwortet. Dort können die Gäste in gemütlicher Atmosphäre bei einem Glas Wein 6 Frankfurter Nachhaltigkeitsinitiativen und Sozialunternehmer kennenlernen.

Für das Frankfurter Netzwerk nachhaltiger Kleinstbetriebe Labl.FRANKFURT (von Lust auf besser leben initiiert) werden Wollke 7, Fourier, das Glück ist jetzt und Daniela Damm vor Ort die erste Themeninsel bespielen. Für den kleinen Hunger

gibt es leckere bio-Rohkostcracker von RAWDIES.

Die zweite Themeninsel wird bespielt von Transition Town zusammen mit der Solidarischen Landwirtschaft und der Bürger AG wie auch dem Dottenfelderhof. Hier dreht sich alles um die Stadt im Wandel und regionale Bio-Lebensmittel.

Am dritten Tisch wird der Designer Kai Rosenstein seine Agentur und das neueste Projekt FUTURE FRANKFURT vorstellen.

Es folgt Gudrun Jung von Gudwork mit einer Themeninsel über Wildkräuter, Essbarem aus Unkraut und die Neuentdeckung des Tauschhandels.

Den fünften Tisch bespielt das Sozialunternehmen bettervest gefolgt vom Sartup monagoo, das Online-Kaufhaus für nachhaltige Produkte.

Den Filmtrailer gibt es auf [YouTube](#). Die Tickets à 9/7 Euro im [Orfeos Erben](#), Hamburger Allee 45, 60486 Frankfurt am Main, oder unter 069 707 691 00.

WE CARE! Wir haben Lust auf besser leben in Frankfurt! Sie auch?

Dann freuen wir uns auf Ihr Kommen und eine Veröffentlichung.
Ihr Kontakt für Rückfragen

Lust auf besser leben / Labl.FRANKFURT

Marlene Haas

Tel. 0178 523 97 89

presse@lustaufbesserleben.de

Bewerbungsstart für „Meeting Experts Green Award“

geschrieben von GCB German Convention Bureau e.V. | 15. September 2014



Bewerbungsstart für „Meeting Experts Green Award“

Nachhaltig agierende Unternehmen und Institutionen der deutschsprachigen Tagungs- und Kongressbranche können sich vom 1. September bis zum 31. Oktober 2014 für den „Meeting Experts Green Award“ bewerben. Die Verleihung findet während der **greenmeetings und events Konferenz vom 9. bis 10. Februar 2015 im Kongresshaus Kap Europa in Frankfurt statt. Informationen unter www.meeting-experts-award.de und <http://greenmeetings-events.de/>**

Frankfurt am Main, 3. September 2014. Die Organisatoren der greenmeetings und events Konferenz, das GCB German Convention Bureau e.V. und der Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC), laden Unternehmen und Organisationen der Veranstaltungsbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz dazu ein, sich für den „Meeting Experts Green Award“ zu bewerben. Unterlagen dafür können im Zeitraum vom 1. September bis zum 31. Oktober 2014 eingereicht werden.

„Grüne“ Auszeichnung der Veranstaltungsbranche in fünf Kategorien

Der „Meeting Experts Green Award“ bewertet die nachhaltigen Initiativen der Branche in fünf Kategorien: Energiemanagement / Ressourcenschonung, Nachhaltigkeit einer Veranstaltung, nachhaltige Veranstaltungszentren, -Locations oder -Hotels, nachhaltiges Personalmanagement sowie Nachhaltigkeit in Unternehmen oder Verbänden. Diese Auszeichnungen werden 2015 zum zweiten Mal im Rahmen der greenmeetings und events Konferenz verliehen.

Die Nachhaltigkeits-Awards sind reine Jury-Preise. Die Jury besteht aus unabhängigen Fachleuten, die sowohl die greenmeetings und events Konferenz als auch den Award im Fachbeirat inhaltlich unterstützen. Grundlage für die Jury-Entscheidung sind die Kriterien Innovationsgrad & Originalität, Realisierbarkeit & Übertragbarkeit, Sinnhaftigkeit & Relevanz, Kosten & Nutzen sowie Evaluation & Dokumentation.

Der „Meeting Experts Green Award“ wurde auf Initiative von GCB und EVVC ins Leben gerufen und erstmals im Rahmen der greenmeetings und events Konferenz 2013 vergeben. Zu den Gewinnern zählten dabei unter anderem das Festspielhaus Bregenz, das Hannover Congress Centrum sowie das „ICCA Green Traffic Project“ im Congress Center Leipzig. Detaillierte Informationen über Gewinner und Nominierte in allen fünf Kategorien sind unter www.meeting-experts-award.de/de/green-award-2013/ zu finden.

Bildmaterial:

Das Logo „Meeting Experts Green Award“ siehe <http://www.meeting-experts-award.de/de/downloads/> sowie ein Gruppenfoto der Gewinner im Jahr 2013 steht hier zum Download bereit <https://www.flickr.com/photos/germanconventionbureau/8512822368/in/set-72157632872377138>

Kontakt:

Meeting Industry Service- und Event GmbH

Kaiserstraße 53

D-60329 Frankfurt am Main

Tel: +49 69 24 29 300

Web: <http://greenmeetings-events.de/>

E-Mail: info@greenmeetings-events.de

Pressekontakt: Ute Stegmann, presse@greenmeetings-events.de

print-pool.com hat das Papiermusterbuch auf 30 umweltfreundliche Sorten erweitert!

geschrieben von printpool | 15. September 2014

Ökologisch verantwortungsvoll, eindrucksvoll in der Farbwiedergabe – das ist der Maßstab, den wir an unsere Papiere stellen. Lernen Sie 30 umweltfreundliche Qualitätspapiere kennen: Blauer Engel-zertifiziertes Recyclingpapier aus 100% Sekundärfaser, Haftpapiere mit kaseinfreien Klebstoffen (absolut vegan!), Plakatpapiere zur Nassverklebung und FSC-Mix-zertifiziertes Bilderdruckpapier aus nachhaltigen Quellen. 50 Druckmuster veranschaulichen in 10%-Stufen das überzeugende Farbverhalten der mineralölfreien Bioskala.

Das Musterbuch kann kostenlos unter www.print-pool.com bestellt werden.

Ressourcen zu schonen ist ein aktuelles Thema unserer Zeit. Vielen Verbrauchern ist nicht bewusst, dass ihre Imagebroschüre, der Briefbogen oder die Visitenkarte bis vor

kurzem noch ein Baum war und für konventionelle Druckfarben auch Erdöl verbraucht wird.

„Wir möchten durch eine nachhaltige Medienproduktion Vorurteile abbauen und den Einsatz von Recyclingpapier sowie umweltfreundliche Druckverfahren fördern“,

erklärt Matthias Simon, Geschäftsführer der Print Pool GmbH. Seit 2005 wurden

bei Print Pool systematisch umweltschonende Druckprozesse und freiwillige Kontrollen wie die des Blauen Engels oder des FSC (Forest Stewardship Council) bis hin zum klimaneutralen Versand eingeführt.

2013 wurde Print Pool als Green Brand 2013/2014 ausgezeichnet.

Die Print Pool Agentur berät Sie persönlich und kompetent bei Layout- und Produktionsfragen, Produktfotografie oder Werbetechnik.

Print Pool GmbH | Georg-Ohm-Str. 11 | 65232 Taunusstein

Telefon +49(0) 6128 48 92 111

Telefax +49(0) 6128 48 92 121

Print Pool GmbH | Volckmarstraße 9 | 67547 Worms

Telefon +49(0) 6241 49 60 870

Telefax +49(0) 6241 85 48 893

www.print-pool.com

www.planetfriendlyprinting.de



damado.de – der neue Online-Marktplatz für Bio-Produkte geht an den Start

geschrieben von damado | 15. September 2014

Mit damado.de erreichen Händler von Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik ab sofort ihre Kunden deutschlandweit und rund um die Uhr.

Das Start-up damado.de will das deutschlandweite Angebot von Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik online bündeln und



es dadurch besser auffindbar machen. Händler erhalten auf damado.de eine eigene kostenfreie Shop-Webseite und erreichen so zusätzliche Kunden. Bis zum 30. September 2014 übernimmt das Team von damado.de die Einrichtung der nächsten 50 Händlerseiten.

Das Ziel von damado.de ist es, zertifizierte Bio-Produkte in allen Regionen besser verfügbar zu machen. Kunden profitieren von umfangreichen Allergiefiltern, um die passenden Produkte schnell zu finden. Sie können bei verschiedenen Händlern einkaufen und bezahlen nur einmal. Dabei stehen alle gängigen Zahlungsmethoden zur Verfügung. Die Waren werden bequem nach Hause geschickt oder können beim Händler abgeholt werden. [Weitere Informationen für Händler gibt es hier.](#)

Jeder neue Händler wird im Blog von damado.de vorgestellt. Außerdem gibt es dort Informationen zu gesunder Ernährung sowie Rezepte für die vegane, glutenfreie und allergiearme Ernährung.

Die beiden Gründer Mareike Kriesten und David Schmitz sind sich einig, dass Bio-Produkte für alle bezahlbar sein können. „Wir wollen das mit damado.de zeigen und die Produkte leicht verfügbar machen. Uns geht es um nachhaltige, regionale und faire Produkte. Deshalb wird man auf damado.de keine Bio-Produkte von großen Supermarktketten finden.“ [Mehr Informationen zu den Gründern gibt es im Interview auf dem Blog.](#)

Den Online-Marktplatz damado.de für Bio-Lebensmittel und Naturkosmetik haben Mareike Kriesten und David Schmitz 2014 gegründet. Er bündelt deutschlandweit das Angebot zertifizierter und fair produzierter Bio-Lebensmittel und Naturkosmetik. Händler profitieren von einer eigenen optimierten Shop-Webseite auf damado.de und erreichen so mehr Kunden. Nutzer finden online einfach die gewünschten Bio-Produkte, können sie mit Hilfe umfangreicher Allergie- und Unverträglichkeitsfilter leicht sortieren und sich bequem liefern lassen.

Kontakt

damado GmbH i.G.,
Mareike Kriesten (Geschäftsführerin)

E-Mail: hallo@damado.de

Telefon: +49 (0) 3321 429 92 09

Fax: +49 (0) 3321 429´92 24

www.damado.de

Fairtrade Kritik

geschrieben von Coffee Circle | 15. September 2014

Berlin, August 2014. Die Kritik am Fairtrade System ist aktuell in aller Munde – wie auf [ZEIT Online](#), [The Guardian](#), [Huffington Post](#). Wir setzen uns mit dieser Problematik seit langem intensiv auseinander und bieten mit dem Handelsmodell von Coffee Circle [eine Antwort](#).

“Ware mit einem Fairtrade-Zeichen kann also zu 80% unfair sein” Die ZEIT, Nr. 34, 14.08.2014

Anders als im Bio-Bereich gibt es für die Vergabe von Zertifikaten für den fairen Handel keine gesetzlichen Vorschriften. Das führt dazu, dass als fair gekennzeichnete Ware nicht selten aus unfairer Produktion stammt. Auch über die Qualität eines Produktes besagt das grüne Siegel nichts. Besonders die soziale Wirkung der Siegel steht unter heftigem Beschuss, da sie zu keiner langfristigen Verbesserungen der Lebensumstände vor Ort führte. Beobachtungen in afrikanischen Ländern über mehrere Jahre zeigen, dass durch die hohen Zertifizierungskosten die Gewinnrechnung oft gegen Null läuft. Und in einigen Fällen sogar rückläufig ist.

Coffee Circle schafft den Unterschied

Jedes Jahr sind wir mit Coffee Circle persönlich in Äthiopien, besuchen die Kaffeebauern in den Kooperativen und wählen die besten Kaffees der aktuellen Ernte in sogenannten “Cuppings” aus. Die Bauern bauen die Kaffees in eigenen Waldgärten an und pflücken die reifen Kirschen von Hand. Durch die Pflanzenvielfalt können sie beim Anbau komplett auf Pestizide und Herbizide verzichten.

Qualität ist das entscheidende Auswahlkriterium, sodass wir Bauern Anreize geben diese zu steigern. So motivieren wir die Kaffeebauern, den traditionellen Kaffeeanbau in Waldgärten zu

erhalten. Doch vor allem bedeutet es, dass die Bauern auf lange Sicht deutlich höhere Preise für ihren Kaffee verlangen können. Und das nicht nur von uns, sondern von allen internationalen Käufern.

Gemeinsame Projekte für langfristige Veränderungen

Wir bezahlen den Kaffeebauern Einkaufspreise, die deutlich über Weltmarktpreisniveau liegen und in Abstimmung mit den Kooperativen gezahlt werden. Zusätzlich unterstützen wir die Regionen der Kooperativen mit [Projekten in sozialen und wirtschaftlichen Bereichen](#), die durch 1 Euro pro verkauftem Kilo Kaffee finanziert werden. Mit 1 Euro pro verkauftem Kilo geben wir derzeit [dreimal mehr](#) an die Kaffeebauern zurück, als es andere bekannte Systeme des fairen Handels tun.

Interesse geweckt?

Ist das Thema für Sie oder Ihre Kollegen interessant? Ich würde mich über eine Weiterleitung an den richtigen Ansprechpartner freuen. Jederzeit stehen die Gründer Martin & Robert und auch meine Kollegin Anne, die in Äthiopien für die Projektumsetzung verantwortlich ist, für Fragen zur Verfügung. Mehr Informationen zu diesem Thema finden Sie auf www.coffeecircle.com/blog/fair-trade-kritik/

Richtig. Gut.

Coffee Circle steht für richtig guten Kaffee. Richtig, weil wir zum Vorteil aller Beteiligten handeln. Gut, weil Dich unser Kaffee begeistern wird. Biologisch angebauter Kaffee, den wir frisch und magenschonend rösten und von dem Du weißt, woher er kommt. Jedes Jahr kaufen wir persönlich in Äthiopien ein und können so gerechte Einkaufspreise und höchste Qualität garantieren. Zusätzlich setzen wir mit den Kaffeebauern Projekte in den Bereichen Bildung, Gesundheit und Kaffeeanbau um, die Du mit jeder Tasse Kaffee unterstützt.

Unser Kaffee begeistert seit 2010. So konnte Coffee Circle bereits die Lebensbedingungen von über 15.000 Menschen verbessern. Und das ist erst der Anfang. [Mehr dazu im Video!](#)

Folgen Sie uns

[Facebook](#) // [Instagram](#) // [Twitter](#) // [Newsletter](#)

Pressekontakt:

Katrin Engel, +49 (0)30 – 220 139 881,
katrin@coffeecircle.com, Lindower Straße 18, 13347 Berlin

www.coffeecircle.com

Das Startup monagoo aus Frankfurt startet Ende August 2014 mit einem Online-Kaufhaus für nachhaltige Produkte

geschrieben von monagoo | 15. September 2014

Bad Homburg, 13. August 2014

Pressemitteilung

Das Startup monagoo aus Frankfurt am Main startet Ende August 2014 mit einem Online-Kaufhaus für nachhaltige Produkte. Das Unternehmen aus dem Rhein-Main-Gebiet zeigt, dass verantwortungsvoller Konsum frisch ist,

Einkaufen komfortabel sein kann und das Preis-Leistungs-Verhältnis mit gutem Gewissen für sich spricht.

Vermeintlich nachhaltige Startups schießen aus dem Boden, Visionäre gibt es wie Sand am Meer. Was ist es, das monagoo als Nachhaltigkeitskaufhaus im Internet zu der Alternative für all die hellgrünen Verbraucher macht? Die Vision ist klar: Nachhaltiges Einkaufen für jeden Tag ermöglichen – mit kundenfreundlichem Onlineshop, schneller Lieferung, Spaß beim Einkaufen und maximaler Transparenz. Konsequenz nachhaltig also – sozial, ökologisch und ökonomisch?

Die Botschaft dahinter heißt: verantwortungsvoller Konsum muss nicht hässlich, aufwändig oder teuer sein.

Von Mode, Sportkleidung, Schuhen und Kosmetik über Erotik- und kindgerechtes Spielzeug wird es alles geben, was das Konsumentenherz begehrt. Trendige Marken wie das Frankfurter Label ekn footwear, der Naturkosmetikpionier CMD, Early Fish oder die Berliner Lillika Eden und GOOD SOCIETY werden Ende August im Online-Kaufhaus zu finden sein.

„Wir akzeptieren nicht mehr, dass uns suggeriert wird, nachhaltiger Konsum sei nicht alltagstauglich. Das stimmt nicht und wir werden das zeigen.“ So der Gründer Holger Heinze.

Doch Nachhaltigkeit ist trendy und der Markt wimmelt von Greenwashing und Kampagnen, um Nachhaltigkeit unglaubwürdig zu machen. Dem setzt monagoo Konsequenz und Gewissenhaftigkeit gegenüber: Alle Marken müssen Interviews zur Nachhaltigkeit durchführen, einen umfassenden Fragebogen ausfüllen und offenlegen, was im Bereich Nachhaltigkeit umgesetzt wird. Erst dann werden die Marken in den Shop aufgenommen. Diese Hürde ist für viele Marken zu hoch, das monagoo-Sortiment dafür glaubwürdig.

Denn das Handeln im Unternehmensalltag ist für das Startup

ebenso wichtig wie die schadstofffreie Unterhose. Die Kriterien werden dann leicht verständlich unter den Produkten im Shop gelistet – Mensch, Umwelt und Unternehmen, alle Bereiche müssen bedacht werden. Das gilt übrigens auch für das Startups selbst.

Wichtig ist dem Team, dass Nachhaltigkeit als Prozess verstanden wird: „Wir lernen, machen Fehler und werden bestimmt auch mal in Kritik geraten. Wir schaffen eine neue Art von Transparenz, die sicherlich nicht jedem gefällt, aber wir müssen unsere Werte erklären, verteidigen und durchsetzen, um unsere Vision einer echten, alltagstauglichen Nachhaltigkeit umzusetzen.“ So der Gründer Holger Heinze.

Sollte sich herausstellen, dass die Anforderungen bei einem Produkt oder einem Lieferanten nicht eingehalten werden, wird mit dem Partner zusammen eine konstruktive und für den Kunden transparente Lösung gefunden. Voraussetzung hierfür ist ein kooperativer Umgang und absolute Transparenz.

Das Kaufhaus krönt das im Mai gestartete Magazin. Einfach richtig gut leben – wie das geht, zeigt das monagooMAG mit Berichten über Nachhaltigkeit, Alternativen zu konventionellen Produkten und undogmatischen Tipps für ein bewusstes Leben.

Und jetzt heißt es: einfach richtig gut einkaufen – also auf die Plätze, fertig, monagoo.com... Enter!

Ihre Ansprechpartnerin für Pressefragen

Marlene Haas

marlene.haas@monagoo.com

069-299 570 660

Mehr über monagoo sehen Sie im [Startup-Pitch](#) und im Interview auf [Rhein-Main Startups](#).

[Hier](#) können Sie Videos und Bilder herunterladen und veröffentlichen.