

Ökotoiletten erobern Deutschland – EcoToiletten startet Crowdfunding Kampagne

geschrieben von susaneum | 29. Oktober 2015



Berlin, 29.10.2015 – Das Berliner Startup EcoToiletten startet am Montag, den 09.11.2015 seine Crowdfunding-Kampagne, um den Ausbau des bundesweiten Netzes zur Vermietung seiner umweltfreundlichen, mobilen Trockentoiletten voranzubringen. Ziel der Kampagne ist die Finanzierung eines weiteren Standorts, von dem aus die Toiletten in West- und Norddeutschland ohne lange Anfahrtswege vermietet werden können. Bereits mehrere Tausend Veranstaltungs- und Festivalbesucher in Berlin und Brandenburg haben seit 2013 die mobilen Trockentoiletten benutzt, unter anderem beim Wilde Möhre Festival, dem Plötzlich am Meer und dem 3000° Grad Festival. Jetzt soll das Angebot, das sich neben Großveranstaltern, auch an Baustellenbetreiber und Privatpersonen richtet, ausgeweitet werden.

„Unsere Mission ist, die Toilettenlandschaft in Deutschland zu transformieren und für alle Beteiligten angenehmer zu gestalten,“ so Kevin Kuhn, einer der Gründer von EcoToiletten. „Darüber hinaus verfolgen wir auch einen sozialen Ansatz, denn ein Teil unseres Gewinns fließt in unsere Projekte zur Verbesserung der sanitären Versorgung in Indien,“ ergänzt Thomas Jakel, ebenfalls Mitgründer des Startups.

Durch das Konzept von EcoToiletten zieht sich konsequent ein „grüner“ Faden. Das fängt bei den Materialien, die für den Bau der Toiletten verwendet werden an, reicht über die Sägespäne, die als Streuschicht unangenehme Gerüche verhindern, die ökologischen Reinigungsmittel und das naturbelassene Bambus-Toilettenpapier, bis hin zum Endergebnis: dem nährstoffreichen Humus, der in Zukunft an Gartenbesitzer und Landwirte verkauft werden soll.

Durch die Verwendung von EcoToiletten werden pro vollem 75 Liter-Fass ca. 1500 Liter Wasser und 440 Gramm CO² im Vergleich zu einem herkömmlichen WC gespart. (Auf einer Veranstaltung füllen sich pro Tag und EcoToilette circa zwei Fässer.) Mit der umweltschonenden Herangehensweise kombiniert mit einer angenehmen, geruchsneutralen Atmosphäre repräsentiert EcoToiletten das Gegenteil dessen, was Besucher von Festivals und Co. sonst gewohnt sind.

Alle Fans der Ökotoiletten können schon mit einem Einsatz von fünf Euro das Crowdfunding-Projekt fördern. Als „Dankeschön“ erhalten die Unterstützer je nach Betrag beispielsweise einen Jahresvorrat Bambus-Toilettenpapier, einen Festivalgutschein oder werden als Unterstützer namentlich auf einer der EcoToiletten genannt. Interessenten können die Aktion unter diesem Link unterstützen: www.startnext.de/ecotoiletten.

EcoToiletten UG

EcoToiletten entstand aus der Idee von Thomas Jakel, Sven Riesbeck und Kevin Kuhn, die sanitäre Versorgung in Entwicklungsländern wie beispielsweise Indien mit Hilfe von nachhaltigen und leicht zu installierenden Trockentoiletten zu verbessern. Mit einem Teil des Umsatzes wird ihr Verein Non Water Sanitation e.V. finanziert. Als wachsendes Unternehmen bietet EcoToiletten zudem einen verlässlichen Service und persönlichen Kontakt bei der Toilettenvermietung. Es kommt

ihnen vor allem darauf an, faire Angebote mit einer reflektierten Zusammenarbeit zu kombinieren. Dadurch wird die sanitäre Versorgung einer Veranstaltung nicht mehr zur lästigen Verpflichtung, sondern ein angenehmes Erlebnis.

Weitere Informationen unter: www.ecotoiletten.de

Hochaufgelöste Bilder können auf Anfrage zugesendet werden.
Bitte wenden Sie sich an:

Susann Neumann

E-Mail: presse@ecotoiletten.de

EcoToiletten UG (haftungsbeschränkt)

Könneritzstraße 7

01067 Dresden

Deutschland

Was ist AFRINAVI?

geschrieben von Michaela Schmitz | 29. Oktober 2015



Der Weg beginnt mit dem ersten Schritt! AFRINAVI ist ein Projekt von RADIO AFRIKA.

Die Frage lautet: Wo und wie viel Afrika steckt in Österreich? AFRINAVI ist eine Onlinekarte, welche Dir ermöglichen soll, innerhalb von Österreich Orte, Plätze, Lokale, Museen, Communities, Bildungseinrichtungen,... welche mit Afrika in Verbindung stehen, zu bereisen. Eine dynamische Webkarte, wo Du Dir Lust auf mehr Afrika holen kannst! AFRINAVI lädt alle ein, mit offenen Augen durch Österreich zu navigieren und Berührungspunkte zwischen Österreich und Afrika zu entdecken.

[Wenn Dich das anspricht, dann unterstütze das Projekt JETZT!](#)

[Hier das Video zum Projekt](#)

SCHÜSCHU – Spielwunderwelten in einer Box

geschrieben von Andreas | 29. Oktober 2015
Pressemeldung

Ein junges Augsburger Unternehmen verspricht bald das vielleicht cleverste Aufbewahrungs- und Spielsystem auf den Markt zu bringen, das je erfunden wurde: SCHÜSCHU. Das aus umweltfreundlichem und recyclebaren Kunststoff hergestellte Spielzeug, sowie die dazugehörige Vielfalt an Erweiterungsmodulen, sind eine einzigartige Spielewelt für Kinder und Familien.

Um die Erstfinanzierung zu stemmen, hat sich das SCHÜSCHU Team für Crowdfunding entschieden. Die Kampagne auf Kickstarter startet am 22. Oktober 2015, für eine Dauer von 4 Wochen.

Wer kennt sie nicht, die Bilder von Kinderzimmern, in denen man den Fußboden vor lauter bunten Spielzeug kaum mehr sieht?

Spielzeug, das teilweise nur ein paar Wochen interessant ist, sich nicht mit anderen Dingen kombinieren lässt, schnell kaputt geht und anschließend im Restmüll landet. Die zweifache Mutter und Unternehmerin Tünde Schießl aus Augsburg hat basierend auf diesen Erfahrungen in mehrjähriger Arbeit ein innovatives Aufbewahrungs- und Spielsystem entwickelt: SCHÜSCHU.

Im Zentrum steht eine Spielzeugbox, die multifunktional genutzt und in verschiedenste Objekte verwandelt werden kann. Zugleich soll SCHÜSCHU den Austausch von Kinder in unterschiedlichen Ländern ermöglichen, zu 100% aus recyclebaren Materialien bestehen und gemeinsam mit Kunden und Interessenten weiterentwickelt werden. „Eine Spielewunderwelt für die ganze Familie – und darüber hinaus, für alle Kinder weltweit!“, so die Gründerin, die das Unternehmen gemeinsam mit ihrer Familie führt. Ihr Sohn hat das Projektmanagement übernommen, ihr Mann kümmert sich um die Finanzen und von der kleinen Tochter stammt der einzigartige Name SCHÜSCHU.

Das Aufbewahrungs- und Spielsystem baut auf einer Grundbox auf, die durch Erweiterungsmodule in verschiedenste Objekte verwandelt werden kann. So sind zum Projektstart ein Auto, ein Oktopus und ein Lernmodul verfügbar. Weitere Varianten wie ein Schaukelpferd, ein Schiff oder sogar eine Burg sind bereits in Planung. Die durchstanzten Wände der Box dienen dabei als Verankerungssystem der Module. Die Accessoires und Erweiterungen können nach dem Spielen in der Box verstaut werden, wodurch das Spielzeug gleichzeitig zum platzsparenden Aufbewahrungssystem wird – für die SCHÜSCHU Erweiterungsmodule, aber natürlich auch für alle anderen Spielsachen.

SCHÜSCHU vereint wichtige pädagogische Werte: Es fördert einerseits die kreativen, motorischen und kognitiven Fähigkeiten der Kinder, bringt ihnen aber auch auf ganz natürliche und spielerische Weise bei, am Ende einer spannenden Unterwasserexpedition oder nach einem wilden Autowettrennen für Ordnung zu sorgen.

SCHÜSCHU ist dabei nicht nur ein kreatives, erweiterbares Spiel- und Aufbewahrungssystem, sondern es ist auch Teil eines umfangreichen, größeren Konzeptes, der „SCHÜSCHU WORLD“. Bestehend aus dem SCHÜSCHU MATE Programm – einem Brieffreund-Konzept für Kinder, der SCHÜSCHU APP und sogar einer eigenen SCHÜSCHU Animationsserie, stellt die SCHÜSCHU WORLD eine echte Bereicherung für Kinder und Familien dar.

Ein weiterer, besonderer Aspekt von SCHÜSCHU ist das Recyclingprogramm, das es Eltern ermöglicht, alte Boxen zurückzuschicken und gegen eine neue Box einzutauschen. Nichts davon soll im Restmüll landen. Produziert wird die Box übrigens in Telgte bei Münster (DE), aus einem speziell für den Umgang mit Kindern geeigneten, umweltfreundlichem Kunststoff, der besonders leicht und robust ist. Auch dies ist ein wichtiges Anliegen des Augsburger Startups.

SCHÜSCHU ist eine ganze Welt in einer Box: Eine einzigartige Kombination aus Spielzeug und Aufbewahrungssystem, die Platz spart und mit ihren unzähligen Möglichkeiten eine ganze Kindheit begleitet und die gesamte Familie begeistert.

Zur Finanzierung der ersten Boxen starten die Gründer am 22. Oktober eine 4- wöchige, internationale Crowdfunding Kampagne auf Kickstarter.

www.schueschu.com

Zusammenfassung:

- Geeignet für Kinder von 1,5 bis 8 Jahren
- Grundbox 32cm x 38cm x 58cm (BxHxL)
- Gewicht: 2,9 kg
- 100% recyclebar
- BPA-frei
- Robust, haltbar, hohe Sicherheit für Kinder
- 100 % produziert in Deutschland
- Umweltfreundlich verpackt
- Recyclingprogramm für alte SCHÜSCHU Boxen
- Umfangreiche SCHÜSCHU WORLD Features

Kontakt Presse

The White Fox / Klötzer & Ledig GbR
Doina Kocherhans
doina.kocherhans@thewhitefox.de
Mobil: +49 (0)151 40417967

Kontakt Unternehmen

Schüschu GmbH
Döllgaststr. 5
86199 Augsburg
Telefon: 0821-3498416
Fax: 0821-3498418
E-Mail: hello@schueschu.de

Links

<http://www.schueschu.com>
<https://www.facebook.com/schueschu>

<https://www.youtube.com/channel/UCMqSlc5fjVePrDBMkfZ8rTw>
<https://www.instagram.com/schueschu>

Pressematerialien

<http://www.schueschu.com/de/presse/>

damado Crowdfunding für faire und langfristige Handelsbeziehungen

geschrieben von damado | 29. Oktober 2015

Nauen, 01. Oktober 2015 Der Online Marktplatz für Bio-Lebensmittel damado führt noch bis zum 31. Oktober 2015 eine [Crowdfunding Kamapgagne](#) auf www.oneplanetcrowd.de durch. Ziel

ist es, ein Mitgliedschaftssystem auf damado einzuführen, um die nachhaltige Beziehungen zwischen den Anbietern und Kunden aufzubauen.

Mitglieder erhalten für einen geringen monatlichen Beitrag einen attraktiven Einkaufsvorteil von 10% auf das gesamte Sortiment. Dieser Rabatt wird nicht an die Anbieter weitergegeben, sondern wird von damado finanziert. Durch dieses System werden langfristige und nachhaltige Handelsbeziehungen zwischen Kunden und Anbietern gestärkt und eine Win-Win Situation für beiden geschaffen.

Seit dem Start der Crowdfunding Kamapgne konnten bereits 25 % der benötigten Summe von 5.000 € eingesammelt werden. Jeder Funder erhält ein attraktives Dankeschön für seine Unterstützung, dessen Wert in vielen Fällen dem gegebenen Geldbetrag übersteigt. Während der Crowdfunding-Kamapgne kann eine damado-Mitgliedschaft zum halben Preis abgeschlossen werden oder es kann der exklusiv und limitierte damado Adventskalender erworben werden. Natürlich können auch die Produzenten direkt unterstützt werden, in dem tolle Bioprodukte der Anbieter gekauft werden.

Mit damado soll die Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik deutschlandweit verbessert werden. Auf dem Online-Marktplatz bieten seit Oktober 2014 Produzenten ihre Bio-Lebensmittel an. 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) 3321 429 92 09

Website: www.damado.de

Gemeinsam Paddeln für saubere Flüsse – Mit dem Kajak von Winningen nach Stellendam Stephan Horch paddelte über Mosel und Rhein an die Nordsee

geschrieben von Andreas | 29. Oktober 2015
Pressemeldung

Winnigen, 23. September 2015: Am Ende konnte er sein Glück kaum fassen. Der Winninger Fotodesigner und Hobbypaddler Stephan Horch hat es geschafft: In 12 Tagen legte er die 440-Kilometer lange Wasserstrecke von seinem Wohnort Winnigen bis an die Nordsee mit seinem Kajak zurück, um auf den zunehmenden Plastikmüll in Flüssen und Meeren aufmerksam zu machen. Parallel dazu ist seine Wanderausstellung „CLEANRIVERPROJECT.DE // Paddeln und Fotokunst für saubere Flüsse“ mit den aus dem Müll entstandenen Fotos gestartet. Das Geld für dieses Projekt sammelte er mit Hilfe von Sponsoren sowie im Internet mittels Crowdfunding. Seine Reise war geprägt von Glücksmomenten, allerdings gab es auch Situationen, in denen das Vorhaben unmöglich zu schaffen schien. Auch musste er aufgrund der Wettervorhersagen kurzfristig von seiner im Vorfeld geplante Route abweichen.

Aufgeben kam für den 42-Jährigen jedoch nicht in Frage: „Ich

musste jeden Tag ca. 37 Kilometer zurücklegen, um in der geplanten Zeit mein Ziel zu erreichen. Das Wetter hat mir mehr als einmal übel mitgespielt. Ich hatte an manchen Tagen das Gefühl, überhaupt nicht vorwärts zu kommen: Ich machte einen Paddelschlag nach vorne und wurde Dank Gegenwind, Wellen und wenig Strömung wieder zwei Paddelschläge zurückgesetzt. Aber ich habe so viel positives Feedback, Gastfreundschaft und Unterstützung von unglaublich vielen Menschen erfahren, die das Projekt über meinen Blog oder die sozialen Netzwerke verfolgt haben, dass es für mich keine andere Möglichkeit gab, als einfach weiter zu paddeln.“

Übernachtet hat Horch – bis auf wenige Ausnahmen – in seinem VW Bus, der während der Tour als Begleitfahrzeug dabei war. Gekocht wurde mit einem kleinen Gaskocher, zum Abendessen gab es Kohlenhydrate: „Paddeln ist anstrengend und verbraucht viele Kalorien. Mit Nudeln und Kartoffeln habe ich meine Kohlenhydratspeicher für den nächsten Tag wieder aufgefüllt.“ Nach eineinhalb Wochen tat dann auch der Hintern nicht mehr weh: „Irgendwann hat der Sitz sich an meine Position angepasst“, lacht der Hobbypaddler.

Knapp 35 Kilometer vor Erreichen des Meeres realisierte Stephan Horch zum ersten Mal, wie weit er es bis hier hin geschafft hat. Im Laufe des Freitags erhielt er die gute Nachricht, dass auch die Finanzierung für sein Projekt steht. Glücklich und zufrieden erreichte er am 18. September 2015 um 15.30 Uhr die Nordsee. Seine Familie war extra angereist, um diesen Glücksmoment mit ihm zu teilen: „Ich bin unendlich dankbar für die Unterstützung und die Motivation. Ich danke meinen Sponsoren, besonders dem Team von Ecover Deutschland, das den letzten fehlenden Betrag meiner Crowdfundingsumme kurz vor dem Ablauf der Zeit aufgefüllt hat, sowie meinen Freunden und meiner Familie, die immer an mich und meinen Weg geglaubt haben.“ Am Ende seiner Reise freut er sich trotzdem

erst mal auf eine warme Dusche und ein warmes Essen: „Die Tour hat mir viel Raum für Gedanken gegeben. Da sieht man einiges in einem anderen Licht als vorher. Grundbedürfnisse wie Schlafen und Essen rücken in den Vordergrund. Und man stellt schnell fest, dass materielle Dinge nicht das Entscheidende fürs Wohlbefinden sind. Man wird in einer guten Weise geerdet.“

Seine Reiseeindrücke hat Stephan Horch in seinem Blog unter <http://cleanriverproject.de/category/news/> sowie auf Facebook unter <https://www.facebook.com/cleanriverproject.de> festgehalten. Alle Termine und Ausstellungsorte zur Wanderausstellung „CLEANRIVERPROJECT.DE // Paddeln und Fotokunst für saubere Flüsse“ können auf der Homepage unter <http://cleanriverproject.de/termine/> eingesehen werden.

Für alle, die sich ebenfalls für saubere Flüsse einsetzen möchten, verlosen Ecover Deutschland und CLEANRIVERPROJECT einen Clean Up Erlebnistag für zwei Personen mit Übernachtung im Altmühltal.

Zusammen mit Stephan Horch paddeln der Gewinner und seine Begleitperson im Kajak durch das idyllische Altmühltal und folgen seinem Beispiel. Der Termin findet am 10. Oktober 2015 statt. Die Tour ist auch für Anfänger geeignet. Die gesamte Ausrüstung wird gestellt. Die Teilnahme erfolgt über www.ecover.de/cleanriver. Weitere Mit-Paddler sind ebenfalls herzlich willkommen.

Weitere Informationen und aktuelles Bildmaterial:

CLEANRIVERPROJECT

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Anja Häbel

Fon.: +49 (0) 160 – 96 424 929

media@cleanriverproject.de

Mit dem Kajak über Mosel und Rhein an die Nordsee

geschrieben von Andreas | 29. Oktober 2015



Winningen, 2. September 2015

Der Gewinner Fotodesigner Stephan Horch hat sich ein ehrgeiziges Ziel gesteckt. Er will mit seinem Kayak von der Mosel bis an die Nordsee paddeln. Sein Plan: Auf den zunehmenden Plastikmüll in Gewässern aufmerksam zu machen. Start der ca. 510 Kilometer langen Tour ist am 6. September 2015.

Plastik ist praktisch, Plastik ist hygienisch, Plastik ist stabil und leicht. Doch was hat Plastik in Gewässern verloren?

Mit dieser Frage beschäftigt sich der Gewinner Fotodesigner und Installationskünstler Stephan Horch in seinem aktuellen Projekt „CLEANRIVERPROJECT“: „Angefangen hat alles mit meiner ersten Paddel-Tour vor rund drei Jahren, als mir auf dem Rhein ein Fußball entgegen kam. Ab dem Zeitpunkt fiel mir die Menge an Plastikmüll auf, der in unseren Gewässern schwimmt.“ Seitdem geht Horch zweimal pro Woche mit seinem Wildwasser-Kajak auf die Mosel und sammelt den Abfall ein. Bevor er ihn ordnungsgemäß entsorgt, setzt er die Fundstücke visuell in Szene und macht skurrile Fotos daraus. „Plastikmüll ist ein Riesenproblem für Meere, Flüsse und Seen, aber auch für den Menschen. Achtlos weggeworfene Produkte unseres Alltags haben fatale Folgen für die Umwelt. Ich kann es nicht ändern, dass Plastik in unseren Gewässern landet. Mit meinen Fotos gebe ich dem Problem jedoch ein Gesicht und kann so zu einen

bewussteren Umgang mit Plastikmüll sensibilisieren“, erklärt Horch. Auf einer eigens dafür eingerichteten Homepage und einem Facebook-Profil veröffentlicht der Fotodesigner seine Fotos und fordert andere auf, mitzumachen. Schon lange paddelt der engagierte Umweltschützer nicht alleine, erste Clean-Up Events u.a. mit dem Campus Koblenz im Rahmen der SommerUni oder der Kanuabteilung Post-SV Koblenz wurden in den vergangenen Monaten bereits durchgeführt.

Mit zunehmendem öffentlichen Interesse ist die Idee entstanden, in vier Städten entlang der Wasserstrecke „Winningen/Mosel – Renesse/Niederlande“, die Stephan Horch in der Zeit von 6. bis 20. September 2015 abpaddeln wird, eine Wander-Ausstellung mit den aus dem Müll entstandenen Fotos zu realisieren.

„Über kleine Bäche und große Flüsse werden global gesehen 80% aller Plastiktüten, Flaschen oder Verpackungen in die Ozeane getragen. Für mich war es daher am naheliegendsten, die Strecke, die der Müll vor meiner Haustür bis zum Meer zurücklegt, abzupaddeln und mittels der Ausstellung meiner Bilder auf das Problem hinzuweisen. Wir haben die Fotos in geeigneter Größe auf nachhaltiges Material drucken und so Trägermaterial gemeinsam mit dem Bild zu einem Gesamtkunstwerk verschmelzen lassen.“

Die Vorbereitungen dafür laufen bereits jetzt auf Hochtouren – immerhin muss einiges organisiert und an vieles gedacht werden, um das Vorhaben auch finanziell realisieren zu können, denn bisher wird alles ausschließlich aus der eigenen Tasche bezahlt.

Finanziert werden soll die Tour durch „Crowdfunding“, das heißt mit kleinen und großen Spenden, die Stephan Horch im Internet auf der Plattform „Startnext“ sammelt. Jedem Spender verspricht er dafür eine Gegenleistung in Form von Lesezeichen, umweltfreundlichen Reinigungsmitteln oder limitierten Abzügen der ausgestellten Bilder. Während der Tour wird Horch seine Erlebnisse in einem Blog mitteilen.

Am 06. September 2015 geht es zunächst auf die erste Etappe nach Neuwied, wo die Wander-Ausstellung mit dem Namen „**CLEANRIVERPROJECT.DE // Paddeln und Fotokunst für saubere Flüsse**“ in Zusammenarbeit mit dem Bündnis 90/Die Grünen Neuwied eröffnet wird. Die Ausstellung kann kostenlos von 6. September bis einschließlich 17. Oktober in den Räumen des Diakonischen Werkes im Ev. Kirchenkreis Wied, Rheinstr. 69, 56564 Neuwied, während der Öffnungszeiten von Montag bis Donnerstag von 8.15 Uhr bis 12.00 Uhr und 13.15 Uhr bis 17.00 Uhr, sowie freitags von 8.15 Uhr bis 12.00 Uhr, besucht werden.

Weitere Informationen und aktuelles Bildmaterial:

CLEANRIVERPROJECT

Presse und Öffentlichkeitsarbeit

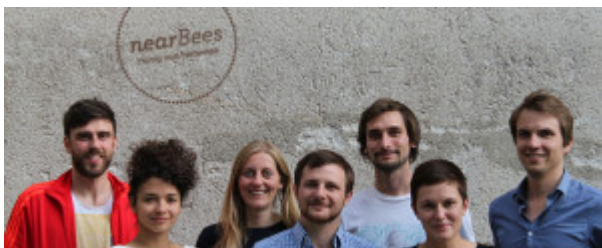
Anja Häbel

Fon.: +49 (0) 160 – 96 424 929

media@cleanriverproject.de

Es summt und brummt – Aufbruchsstimmung bei nearBees

geschrieben von Michael | 29. Oktober 2015



Das Social Startup nearBees nach erfolgreich abgeschlossenem Crowdfunding

München, 30.07.2015 – Bei dem SocialStartup [nearBees – Honig von Nebenan](#) gibt es nach der erfolgreich abgeschlossenen [nearBees Crowdfunding-Kampagne auf Startnext](#) viel zu tun: Die Ausweitung des Konzepts auf das gesamte Deutschland ist im vollen Gange und die neu gestaltete Verpackung steht kurz vor der Markteinführung. Gleichzeitig bieten immer mehr Imker auf der Plattform von nearBees ihren Honig an und auch erste Geschäftskunden konnten gewonnen werden.

Ausweitung des Angebots nach Crowdfunding-Kampagne

Dank der 502 von nearBees überzeugten Unterstützer konnte das SocialStartup nearBees seine Crowdfunding ganze 23.346 € einnehmen. Dieser Erfolg sichert die nächsten Schritte des Startups ab und spricht dafür, dass das Konzept gut aufgenommen wird. Für diese Hilfe gibt es natürlich auch kleine Dankeschöns, wie zum Beispiel Honiggutscheine oder Kosmetik aus Bienenprodukten. Selbst die Übernahme von Bienenpatenschaften war möglich und die ersten Dankeschöns befinden sich auch bereits auf dem Weg zu ihren glücklichen Empfängern. Mit dem Geld sollen nun die nächsten Ziele erreicht werden: Ganz Deutschland soll Honig von Nebenan beziehen können. Inzwischen nehmen bereits über 300 Imker das Angebot in Anspruch mit einem kostenlosen Profil auf der Plattform von nearBees Honig anzubieten und es werden zunehmen mehr. Die Vision, dass in allen Regionen Deutschlands Honig von lokalen Imkern verfügbar ist, rückt somit immer näher.

Damit der Honig auch noch schöner ankommt, wird gleichzeitig auch am Design der Verpackung gearbeitet. Die Arbeit hat sich gelohnt, schon in Kürze wird der Honig in einer neuen Verpackung ausgeliefert – natürlich wie bisher CO2- und ressourcensparend. Damit der Honig von Kunden auch stilvoll genossen werden kann, wird auch ein Honigtopf entwickelt. Firmen, die ihn an Kunden verschenken möchten, haben dabei die Möglichkeit, den Honigtopf zu individualisieren.

Es bleibt viel zu tun

Daneben konnten die ersten Geschäftskunden von nearBees

überzeugt werden. Im Hinblick auf das Weihnachtsgeschäft sollen noch weitere Geschäftspartner gefunden werden, die regionale und nachhaltige Produkte als Firmengeschenk schätzen. In den nächsten Monaten soll dann der Verkauf und Versand von Honig an Privat- und Firmenkunden ausgebaut werden.

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 sind die Stipendiaten der Social Entrepreneurship Akademie und des Strascheg Center for Entrepreneurship. nearBees ist Gewinner des "Join Our Core" Wettbewerbs von Ben&Jerry's, wurde 2014 zum Social Startup des Jahres von der Wirtschaftswoche ausgezeichnet und hat bereits an weiteren Wettbewerben teilgenommen.

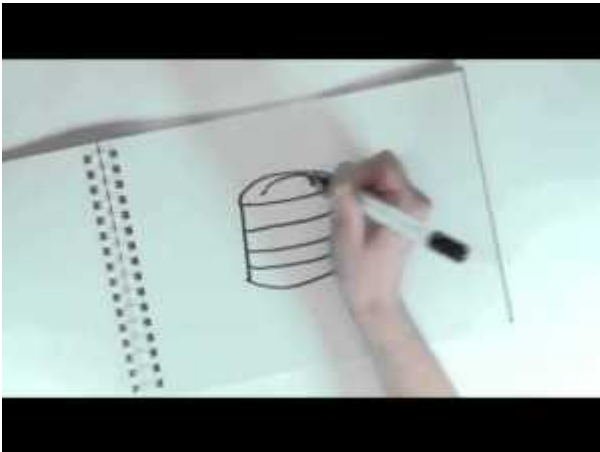
Ansprechpartnerin – Viktoria Schmidt

www.nearBees.de | nearBees GmbH | Flößergasse 8 | 81369 München | presse@nearbees.de | 089.38153514

Das Tiffin Projekt – Eine

Initiative für müllfreies Take-Away und mehr Umweltbewusstsein

geschrieben von TiffinProjekt | 29. Oktober 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 Zeitpunkt wieder zurückgegeben werden.

Mit Crowdfunding zum Erfolg

Ähnliche Konzepte existieren bereits in Kanada, England oder der Schweiz. Dort stieß die Idee von müllfreiem 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 Müll 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 mullfreies 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-)Mullvermeidung 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 Mullvermeidung 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

Die Zahnbürste neu erfunden

geschrieben von Andreas | 29. Oktober 2015



TI0 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 TI0 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.

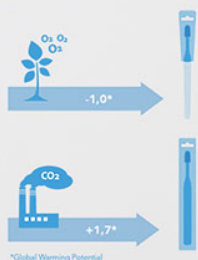
Für die in Deutschland hergestellte TIO-Zahnbürste wird zudem vollständig auf giftige Weichmacher verzichtet. Sie ist zudem vegan, da frei von tierischen Produkten.

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.



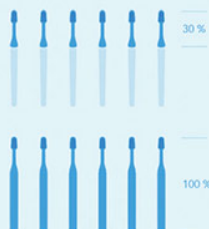
made from bioplastics

Drastically improved carbon footprint over traditional toothbrushes.



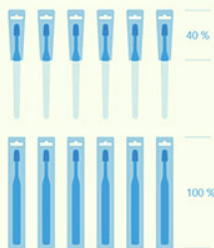
replaceable head

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 | 29. Oktober 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.