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

geschrieben von monagoo | 18. August 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. Konsequent 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.