

Permakultur für Alle – E-Learning-Startup startet Crowdfunding

geschrieben von Andreas | 4. März 2020



PRESSEMITTEILUNG

Hamburg, 20.02.2020 – Mit weniger Aufwand und ohne künstlichen Dünger und Spritzmittel seinen Garten nachhaltig bewirtschaften. PermaStart hat sich zum Ziel gesetzt mit seiner neuen, einzigartigen Plattform Interessierte, Hobbygärtner und „Urban Gardeners“ in Online-Kursen für die Permakultur zu gewinnen. Im zugehörigen Online-Shop sollen notwendige, nachhaltig und fair produzierte Gartengeräte angeboten werden. Mit den Einnahmen werden weitere Kurse finanziert. Zur Realisierung des Vorhabens starten die Hamburger jetzt eine Crowdfunding-Kampagne auf Startnext.

PermaStart schafft eine einzigartige Plattform für Permakultur, die in dieser Form noch nicht existiert – eine Kombination aus E-Learning-Plattform und angebundenem zielgerichteten Online-Shop. Das Vorhaben wollen die Hamburger über die Crowdfunding-Plattform Startnext finanzieren. Mit Hilfe der Unterstützer sollen die ersten interaktiven Lernvideos gedreht und der dazu passende Online-Shop aufgebaut werden. Im PermaStart Blog bleiben die Nutzer mit Neuigkeiten rund um das Thema Permakultur und Selbstversorgung informiert. „Mit dieser Idee starten wir die neue landwirtschaftliche

Revolution“, sagt Co-Gründer Wolfgang Reuter, „Und was passt da besser als mit einer Crowdfunding-Kampagne zu starten?“.

Permakultur allen zugänglich machen

Zentraler Baustein der zukünftigen Plattform sind Online-Kurse für permakulturelle Gestaltung. Bisher sind Permakultur-Kurse nur als Präsenzkurse für eine Nische zugänglich. Das Hamburger Startup setzt hier an und will preiswerte E-Learning-Kurse für Permakultur der breiten Gesellschaft zugänglich machen und so die Anbauweise in Gärten, auf Balkonen und Terrassen nachhaltiger gestalten – „Permakultur für Alle“. Im zugehörigen Online-Shop können die dafür benötigte Ausrüstung sowie Saatgut und Gartengeräte direkt bezogen werden, natürlich alles aus fairer und nachhaltiger Produktion. Die Erlöse aus dem Shop fließen dann in die Erstellung weiterer Kurse. Mit den zwei Kernelementen soll dann aber nicht Schluss sein. „Ideen wie wir die Permakultur einfach, digital unterstützt und wissenschaftlich fundiert fördern können, haben wir mehr als genug.“ erklärt Philipp Pagendarm, einer der Gründer von PermaStart. Zunächst wolle man sich aber auf Online-Kurse und Shop fokussieren.

Der Zeitpunkt könnte nicht passender sein

Insektensterben, erhöhter CO₂-Ausstoss, Nitrat im Grundwasser, Bodenerosion – der Zeitpunkt für die Plattform könnte nicht passender sein. Die Permakultur bietet einen immer bekannter werdenden Gestaltungsansatz für die Landwirtschaft, der all diese Probleme lösen kann. Wer das Projekt unterstützen möchte, kann über die Kampagne die ersten Einführungskurse buchen, ökologisches Saatgut bestellen oder ein professionelles Permakultur-Design für den eigenen Garten in Auftrag geben.

Weitere Informationen

<https://www.permastart.de/presse>

<https://www.startnext.com/permastart>

<https://www.permastart.de/blog>

<https://www.facebook.com/permastart/>

https://www.instagram.com/_permastart_/

Über PermaStart

Die Gründer von PermaStart, Wolfgang Reuter und Philipp Pagendarm, haben sich zum Ziel gesetzt die Landwirtschaft zum Umdenken zu bewegen. PermaStart ist eine junge Organisation aus Hamburg die jedem ermöglichen will auf einfache Weise, mit digitaler Unterstützung und auf wissenschaftlich fundierte Art die Möglichkeiten der Permakultur kennenzulernen – „Permakultur für Alle!“

Permakultur

Die Permakultur ist ein Gestaltungsansatz der regenerativen Landwirtschaft. Der zentrale Gedanke der Permakultur ist es ressourcenschonend zu arbeiten, auf umweltbelastende und energieintensive Technologien zu verzichten und den Boden zu verbessern. Nutzflächen werden nach dem Vorbild der Natur gestaltet. Dabei wird ein Fokus auf Kreisläufe zwischen verschiedenen Systemen gelegt. Insbesondere wird auf Herbizide, Pestizide und künstliche Dünger gänzlich verzichtet.

Pressekontakt

PermaStart UG (haftungsbeschränkt)

Wolfgang Reuter / Philipp Pagendarm

c/o Regus Business Center

Millerntorplatz 1, 20359 Hamburg

Telefon: +49 176 848 233 29

E-Mail: presse@permastart.de

...For A Golden Change! – Heartbeat Honey | Social Crowdfunding Kampagne auf Startnext

geschrieben von Andreas | 4. März 2020



PRESSEMITTEILUNG

Ugandische Goldminenarbeiter werden zu Imkern! In dieser Woche startet die NGO Earthbeat Foundation (Berlin/Zürich) ihre Social Crowdfunding Kampagne www.startnext.de/heartbeathoney! Gegen ausbeuterische, lebensgefährliche Arbeitsverhältnisse und Umweltzerstörung im Goldbergbau wird eine nachhaltige Alternative gestellt: Die Menschen bekommen die Chance auf Imkerausbildungen. Dafür werden ab heute mit prominenter Unterstützung bis zum 12. Dezember 15.000 Euro gesammelt.

Die Zukunft dieser Menschen kann, statt des Edelmetalls, flüssiges Gold sein: Honig nämlich. Und deshalb fordern die Projektstarter auf: „Bee part of the hive!“ – „Werde Teil des Schwarms“. Denn beim Crowdfunding ist es so, wie in einem Bienenschwarm, dem nur als Gemeinschaft gelingt, was eine einzelne Biene nicht schaffen kann. Genau so wird jetzt im Internet das Geld eingesammelt: Viele kleinere Beträge, für die die Spender Dankeschön-Geschenke bekommen können, sollen die Gesamtsumme zusammen bringen. Hinter all dem steht das

Team von Schmuckdesignerin Guya Merkle und ihrer Earthbeat Foundation.

Merkle war 21 Jahre alt, als ihr Vater überraschend starb, und ihr das Schmuckunternehmen Vieri vermachte. Sie hatte eigentlich andere Pläne, wollte sich sozial einbringen und entschied sich schließlich doch für das Familienbusiness. Unter einer Prämisse: Dass der Schmuck nur noch aus ethisch vertretbarem Gold hergestellt wird. Weil das Schöne auch immer das Gute sein muss. Darüber hinaus gründete sie 2012 von ihrem Erbe die Earthbeat Foundation. Deren bisheriges Hauptaugenmerk liegt auf

dem Projekt Heartbeat Uganda: In einem Dorf in Busia, Ostuganda engagiert sich Earthbeat für die vom gefährlich giftigen Goldschürfen abhängigen Menschen. Wesentlicher Fokus ist es, in Zusammenarbeit mit den Minenarbeitern, alternative und nachhaltige Einkommensquellen zu stärken. Die Idee mit dem Imkern kam von der Dorfgemeinschaft selbst. Die Stiftung, die auf private Spenden angewiesen ist, um ihre kontinuierliche Arbeit fortsetzen zu können, geht jetzt neue Wege für die Finanzierung. Ihre Crowdfunding Kampagne „Heartbeat Honey“ läuft ab jetzt bis 12. Dezember. Für die gewünschten 15.000 Euro können 80 Imkerausbildungen finanziert werden. Die Fans und Follower der Kampagne erwarten interessante Informationen rund ums Thema Gold, schöne Designgeschenke, wie Plakate, Jutebeutel oder auch ein Schnupperkurs beim Imker und eine Benefiz-Party in Berlin. Als prominente Unterstützer haben sich bereits die Berliner Künstler Judith Holofernes, Bosse und Laing angekündigt. Und die Veranstalter sind bemüht, rechtzeitig bestellte Geschenke noch vor Weihnachten zuzustellen. Da kann man also fleißig wie eine Biene für einen guten Zweck spenden und hat auch noch etwas davon. Vielversprechend!

Pressekontakt:

Julia Gajewski

connect@earthbeatfoundation.org

Tel: 01635933103

www.startnext.de/heartbeathoney
www.facebook.de/earthbeatfoundation
www.earthbeatfoundation.org

Crowdfunding von Bienenretter-Naturkosmetik gestartet. Mit bienenfreundlicher Naturkosmetik gegen das Bienensterben und für eine bessere Welt.

geschrieben von Andreas | 4. März 2020
PRESSEMITTEILUNG

Frankfurt, 26.09.2015

Beim UN Gipfel für Nachhaltige Entwicklung in New York hat sich die Welt selbst gerade das größte Versprechen aller Zeiten gegeben. Doch jetzt müssen den Worten Taten folgen. Wie so etwas im Kleinen gehen kann, zeigt eine Bildungsinitiative aus Frankfurt. Sie will nicht nur ‚reden‘ sondern mit bienenfreundlicher Naturkosmetik gegen das Bienensterben kämpfen und gleichzeitig die Welt nachhaltig zu einem besseren Ort machen. Für die Gründung eines Sozialunternehmens ist gerade eine Crowdfunding Kampagne auf www.startnext.com/bienenretter gestartet.

„Bienenretter Naturkosmetik entstand aus der Idee, heimische

Bienenprodukte mit öko-fairen Naturstoffen für eine wirkungsvolle Naturkosmetik zu kombinieren“, erklärt der Gründer Christian Bourgeois. „Dabei wollen wir mit wirkungsvollen und fairen Produkten einen wichtigen Beitrag für einen nachhaltigen Lebensstil leisten.“

Die ersten Produkte sind bioaktive Salben mit Honig, Propolis, Arganöl und Sanddorn zur regenerierenden Pflege von Gesicht, Hände, Füße und Körper. Die honigsüßen Wirkstoffe erleben zurzeit ein Revival in der Medizin. Die antioxidative Wirkung von Propolis, dem Kittharz der Bienen, hatten sich schon die alten Ägypter als Heilmittel zu eigen gemacht. Diese positiven Eigenschaften hat das Team zusammen mit einem Frankfurter Naturkosmetik Unternehmen im vergangen Jahr in einer Kleinserie entwickelt.

In der Kosmetik gibt es kaum fair gehandelte Produkte und die vielen Bio-Labels sind für Verbraucher verwirrend. Daher ist Transparenz wichtig. Alle Inhaltstoffe sind in deutscher Sprache angegeben und woher sie stammen. Öko-faires Arganöl, Shea- und Kakaobutter stammen aus Frauenkooperativen in Afrika und unterstützen dort die Lebensgrundlage vieler Familien – ja ganzer Dörfer. Die aktuellen Flüchtlingsereignisse zeigen, wie wichtig nachhaltige Entwicklung in vermeintlich fernen Ländern auch in unserem eigenen Interesse ist. Ein Großteil der Gewinne aus dem Verkauf fließt in das Bienenretter-Bildungsprojekt.

Mit einer eigenständigen Manufaktur wird im nächsten Jahr die Naturkosmetik selbst produziert werden. Mit der Crowdfunding Kampagne sollen die Mittel für deren Aufbau zusammen kommen. Eine Schwarmfinanzierung funktioniert wie bei den Bienen: Viele kleine Beiträge können Großes schaffen. Für Unterstützer der Kampagne warten dabei viele attraktive Dankeschöns: von der Bienenpatenschaft über das Wohlfühlpaket bis zur süßen Honig-Post ist für jeden Geschmack etwas mit dabei.

www.startnext.com/bienenretter

Text Zeichenanzahl: 2.472 Fotos: www.bienenretter.de/presse

Über Bienenretter Bildungsprojekt:

Im Frankfurter Bildungsprojekt Bienenretter erleben Kinder, Jugendliche und Erwachsene, was Nachhaltigkeit bedeutet. Die Botschaft der altersgerechten Workshops für Schulklassen und Kita-Gruppen ist einfach: Zusammenhänge verstehen, Fähigkeiten und Stärken vertiefen und schließlich mit Verantwortung handeln. Die Biene wird dabei zur Botschafterin für nachhaltige Entwicklung und Biologische Vielfalt. Das mehrfach ausgezeichnete Projekt wurde 2011 vom gemeinnützigen Träger FINE Frankfurter Institut für nachhaltige Entwicklung e.V. ins Leben gerufen.

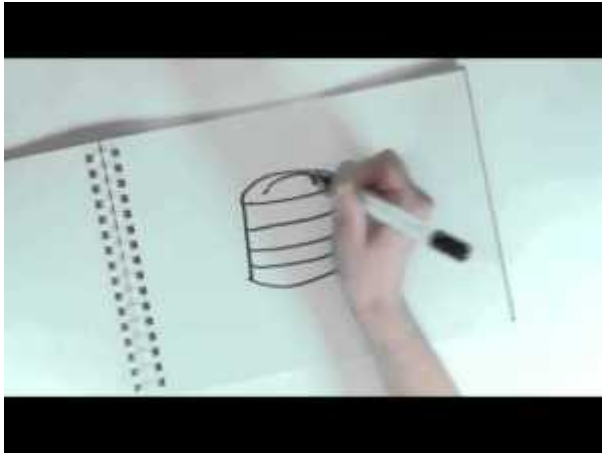
Ansprechpartner:

Christian Bourgeois | mail@bienenretter.de | Tel.: 0176 4000 3294

FINE Frankfurter Institut für nachhaltige Entwicklung e.V. |
Bockenheimer Landstr. 106 | 60323 Frankfurt am Main

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

geschrieben von TiffinProjekt | 4. März 2020



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: müllfreies 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

Das WeGreen Shopping Add-on: Grüner Einkaufen von Amazon bis Zalando

geschrieben von Andreas | 4. März 2020



PRESSEMEDLUNG

Berlin, 29.04.2015 Nachhaltiges Einkaufen ist immer noch zu kompliziert und zeitaufwändig. Im Dschungel von Produktsiegeln, Initiativen und NGOs verliert man schnell den Überblick. WeGreen ist ein Social Impact Business Unternehmen, dessen Geschäftsmodell dort ansetzt und Interessenten die Suche nach fair hergestellten Produkten erleichtert.

Wir haben die Nachhaltigkeitsampel entwickelt, die automatisch erkennt, wie fair und umweltfreundlich ein Produkt ist. Auf WeGreen.de haben bereits über 10 Millionen Besucher die Nachhaltigkeitsampel für 4 Millionen Produkte gesehen. Mehr als 400 Partner, wie Verbraucherschützer und NGOs, ergänzen unsere Datenbank und halten sie aktuell. Das macht WeGreen weltweit einmalig.

Jetzt möchten wir einen Schritt weiter gehen und grünes Online-Shopping für jeden und überall ermöglichen. Dafür wollen wir das WeGreen Shopping Add-on für die Browser Firefox, Chrome & Co. entwickeln und kostenlos zur Verfügung stellen. Mit dem Add-on wird die WeGreen Nachhaltigkeitsampel in allen großen Onlineshops, von Amazon bis Zalando, direkt

neben den Produkten eingeblendet. So kann man einfach erkennen, wie fair und umweltfreundlich diese sind oder nicht. Für die Entwicklung des Add-ons brauchen wir Ihre Hilfe, da wir das Projekt nicht alleine realisieren können. Wir würden uns freuen, Sie als Unterstützer gewinnen zu können.

Beispiele und Informationen finden Sie auf <http://startnext.com/wegreen>

Pressekontakt

Maurice Stanszus
Gründer und Geschäftsführer

Christian Boettcher
Mitgründer

Tel.: 01573 / 2903132
presse@wegreen.de
<http://www.startnext.com/>

Handy Crash: SODI und Germanwatch entwickeln Online-Spiel, um auf die Ausbeutung in der Handy-Produktion aufmerksam zu machen

geschrieben von Andreas | 4. März 2020
1,8 Milliarden Handys, davon mehr als eine Milliarde

Smartphones, wurden 2013 verkauft. Die meisten dieser Geräte werden schon bald „veraltet“ sein und nach spätestens zwei Jahren ausgetauscht werden. Neue Modelle mit neuen Funktionen werden folgen und Industrie und Markt sich über neue Gewinne freuen. Nur Umwelt und Arbeiter*innen nicht: Sie leiden massiv unter dem Mobilfunk-Boom. Mit dem Online-Game Handy Crash möchten SODI und Germanwatch über die Ausbeutung in der Handy-Produktion aufklären. Das Konzept für das Spiel ist fertig, realisiert werden soll das Spiel aber erst, wenn die Finanzierung steht. Über die Crowdfunding-Plattform startnext müssen bis zum 04.12.14 noch 4300 Euro gesammelt werden.

Mit dem Online-Game Handy Crash möchten SODI e.V. und Germanwatch e.V. das Thema der Handyproduktion in den Fokus der Öffentlichkeit bringen und gleichzeitig neue Ansätze in der bildungspolitischen Arbeit wagen. Handy Crash soll ein kostenfreies, kurzweiliges Match-Three-Game werden, das entwicklungspolitische Inhalte zeitgemäß und zielgruppengerecht vermittelt. Es soll im Browser und auf Facebook laufen und die Möglichkeit bieten spielinterne Inhalte in soziale Netzwerke zu posten.

Wissensvermittlung im Sinne des Globalen Lernens ist hierbei eine wichtige Motivation. Die SpielerInnen sollen beispielsweise erfahren, dass wertvolle Rohstoffe Gold, Silber, Palladium, Coltan oder Zinn in Smartphones verbaut sind, dass der weltweite Rohstoffabbau enorm rasant zunimmt und ohne Rücksicht auf die lokale Bevölkerung und Umwelt ausgebaut wird. So werden beispielsweise durch die Gewinne der Coltan- und Zinnförderung im Kongo teilweise bewaffnete Konflikte finanziert und auf den indonesischen Inseln Bangka und Belitung führte der Zinnabbau zu weiträumiger Wald- und Wasserflächenzerstörung. Die Situation der in der Smartphoneindustrie beschäftigten IndustriearbeiterInnen ist keineswegs besser. „China Labor Watch“ (CLW) spricht in diesem Zusammenhang von unmenschlichen Arbeitsbedingungen.

Die Macht etwas an diesen Umständen zu ändern liegt auch bei

den VerbraucherInnen. JedeR kann dabei helfen Ressourcen zu schonen, indem das Handy z.B. so lange wie möglich genutzt wird und nicht fortwährend ein neues erworben wird. Des Weiteren müssen die Handys bzw. ihre Rohstoffe aktiv dem Recyclingkreislauf wieder zugeführt werden. Konkret heißt das, dass nicht mehr benötigte Handys an lokale Sammelstellen abgegeben werden sollten.

Mit Handy Crash möchten SODI und Germanwatch diese Informationen mehr Menschen zugänglich machen. Spiel und Spaß werden hierbei mit Wissensvermittlung geschickt kombiniert. Handy Crash richtet sich insbesondere an zwölf- bis 20-Jährige, deren Lebensalltag entsprechend stark von Smartphone und Co. geprägt ist. Auf dem Weg zur Schule oder zu einem Treffen mit Freunden am Nachmittag: Das Handy ist allzeit griffbereit in der Hosentasche und lädt zum Surfen, Kommunizieren und Spielen während noch so kleiner Pausen ein. Darüber hinaus sollen selbstverständlich auch andere Online-UserInnen erreicht und sensibilisiert werden. Ebenso möchte man Lehrende, ReferentInnen, BildnerInnen usw. erreichen, sodass das Game auch im Rahmen von Workshops oder im Unterricht zum Einsatz kommt.

Weitere Informationen unter
<https://www.startnext.de/handy-crash>

Pressekontakt Germanwatch
Stefan Küper
Pressereferent [Press Officer]
0228 / 60492-23, 0151 / 25211072
kueper@germanwatch.org

Pressekontakt SODI
Rima Hanano (Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit)
Tel.: +49 (0) 30 920 90 93 – 17 | E-Mail: rima.hanano@sodi.de

Über ein Jahr nach der Crowdfunding-Aktion: Leef baut seine nachhaltige&faire Produktion in Indien weiter aus

geschrieben von Andreas | 4. März 2020

Presseinformation 29.10.2014

Berlin, 29.10.2014 // Nach mehr als einem Jahr nach ihrer Crowdfunding-Aktion ist die Leef Blattwerk GmbH weiterhin auf der Erfolgsspur. „Unsere Produktion haben wir nach über acht Monaten weiter ausgebaut. Hierbei ist uns wichtig, die lokalen Strukturen vor Ort in Indien zu wahren und Kleinunternehmer zu unterstützen, anstatt eine Fabrik zu bauen.“, erklärt Leef-Mitgründer Marcel Frank. „Zusätzlich bauen wir den Vertrieb im gesamten deutschsprachigen Raum aus und arbeiten an einer Produkterweiterung.“

Im Sommer 2013 startete Leef eine Crowdfunding-Aktion. Gemeinsam mit der deutschen Plattform Startnext standen innerhalb von drei Monaten die fehlenden 15.000 EUR bereit, die für den Kauf neuer Blätter und den Transport des ersten Containers mit Leef-Tellern benötigt wurden.

„Die Idee des Crowfundings bleibt nicht nur Mittel zum Zweck. Bei Leef steht das Gemeinschaftsdenken im Vordergrund“, so Marcel Frank. Mit seinem sozialen & nachhaltigen Produktionskonzept und durch den intensiven und persönlichen Einblick in die Idee und die Produktion will Leef den Menschen nahe bringen, dass sie mit ihrem Support etwas Gutes schaffen,

unter anderem die Wegwerfkultur zum Umdenken anzuregen. Ziel ist es, in Indien vor Ort den Menschen zu helfen, nachhaltige und langfristige Geschäftsmodelle zu entwickeln, die die Standards der gesamten Region erhöhen, ohne die Umwelt auszubeuten. Hierzu sind verschiedene verkaufsbegleitende Projekte in der Planung.

Presse & Kommunikation, Alexandra Barone, pr@leef.is, 030 / 21 80 80 70

Über uns

Leef ist ein Berliner Start-Up, das aus den Blättern der Areka Palme nachhaltige Einweg-Teller herstellt. Die Idee dazu entstand 2011, als Claudio Fritz-Vietta die lokale Benutzung von Areka Tellern in Indien entdeckte. Im Januar 2014 gründete Claudio gemeinsam mit Marcel Frank die Leef Blattwerk GmbH und die eigentliche Herstellung der Palmblattteller begann. Leef produziert seine Teller mit kleinen und mittelständischen, unabhängigen Produzenten in Südindien, mit denen in enger Zusammenarbeit westliche Standards in Produktion, Sicherheit und Nachhaltigkeit eingeführt wurden. Leef stellt zur Zeit 250.000 Teller im Monat her. Abnehmer sind Gastronomiebetriebe, Event- Veranstalter und Inhaber von Ladengeschäften sowie Handelsketten.

Bei Leef steht das Gemeinschaftsdenken im Vordergrund. Mit seinem sozialen & nachhaltigen Produktionskonzept und durch den intensiven und persönlichen Einblick in die Idee und die Produktion, will Leef den Menschen nahe bringen, dass sie mit ihrem Support etwas Gutes schaffen, unter anderem die Wegwerfkultur zum Umdenken anzuregen und gleichzeitig strukturschwache Regionen in Indien unterstützen.