

ecogift – Eine nachhaltige Geschenkbox

geschrieben von Daniel | 26. November 2020

Jedes Jahr in der Vorweihnachtszeit besteht für viele wieder das gleiche Problem: was schenke ich meinen Liebsten nur dieses Jahr wieder? Unter dem Weihnachtsbaum kommt dann für die Beschenkten oft die böse Überraschung, ein Geschenk, welches man so nicht erwartet hatte und eigentlich auch gar nicht haben will. Egal ob ein Haustier, Kleidung oder Elektronik. Das Geschenk landet entweder ungenutzt im Schrank oder geht wie über 20 Millionen andere Artikel in die Retoure und belastet somit die Umwelt, bei einem Haustier ist das Ausmaß natürlich noch schlimmer. Gleichzeitig will man aber auch nicht jedes Jahr einen unpersönlichen Gutschein oder Bargeld verschenken, schließlich sollte ja doch noch ein Päckchen unter dem Baum liegen, oder?

Genau aus diesem Grund hat das StartUp [ecogift](#) seine Geschenkboxen ins Leben gerufen!

ecogifts sind Geschenkboxen, welche gefüllt sind mit nachhaltigen und innovativen Produkten von StartUps, das verschafft der Box eine ganz persönliche Note. Gleichzeitig sind alle Produkte Konsumprodukte und landen somit garantiert nicht im Schrank, schließlich ist es doch viel zu spannend die ganzen neuen Dinge mal zu testen! Jedes ecogift schafft einen großen Mehrwert für die vielen StartUps sowie die Umwelt. Mit einem ecogift, so die Gründer verschenkt man nicht irgendeine Geschenkbox, sondern eine Geschichte und Sinnhaftigkeit.

Jedes ecogift pflanzt mindestens einen Baum. Außerdem werden die Boxen mit viel Liebe von den Gründern handverpackt und versendet, wer will kann seine eigene Nachricht an seine Liebsten noch in die Box packen lassen.

Das StartUp plant nun bis Weihnachten über 200 [Geschenkboxen](#)

auszuliefern und hofft, dass viele Menschen sich dieses Jahr für ein Sinnhaftes und nachhaltiges Geschenk entscheiden.

Wenn du also noch kein Weihnachtsgeschenk hast dieses Jahr und die Situation kennst bzw. einfach mal wieder keine Zeit hast ein Geschenk herauszusuchen, dann schau doch einfach mal bei der [Kampagne von ecogift](#) vorbei und unterstütze das Projekt durch deinen Kauf.

ecogift ist ein junges StartUp gegründet von zwei Studenten aus Göppingen im Süden Deutschlands. Die zwei haben bereits ein weiteres StartUp, einen nachhaltigen online Marktplatz. Durch diesen sind sie zu den ganzen StartUps und deren tolle Produkte gekommen. Die Boxen werden von den beiden persönlich in der eigenen Garage verpackt und hergerichtet. Sie setzten sich für StartUps und die Nachhaltigkeit im Besonderen ein!

Neuer Startup-Accelerator in Freiburg +++ Bewerbungen noch bis zu 3.12.2017 +++

geschrieben von Andreas | 26. November 2020



PRESSEMITTEILUNG

Das Gründerzentrum Grünhof startet in Kooperation mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe (FWTM) mit dem Smart Green Accelerator ein neues Startup-Förderprogramm, mit dem ambitionierte Startups der Green Economy erfolgreich auf den Markt gebracht und mit zukunftsorientierten Unternehmenspartnern vernetzt werden sollen.

Gerade die Early Stage Phase – also die Phase kurz vor dem Markteintritt – ist meist die alles entscheidende Phase für Startups, denn hier nimmt die Business-Idee konkrete Formen an: Das Geschäftsmodell wird modelliert, das Produkt wird im stetigen Dialog mit den Kunden und Nutzern weiterentwickelt und eine Finanzierungs- und Vertriebsstrategie wird formuliert. „In dieser Phase scheitern besonders viele Startups“, so Grünhof-Geschäftsführerin Martina Knittel, „denn oft fehlt es an einer frühzeitigen Vernetzung mit Industriepartnern, dem Austausch mit anderen Gründern und Startups und gezielten Programmen, mit denen Gründer die notwendigen, unternehmerischen Kompetenzen für die erfolgreiche Vermarktung ihres Startups benötigen“.

Hier setzt der Smart Green Accelerator an: Jungunternehmer entwickeln in einem einmaligen Startup-Ökosystem in Freiburg zusammen mit Mentoren, Startup-Experten und Industriepartnern ihr Geschäftsmodell, formulieren Seite an Seite mit starken

Partnern ihre Go-To-Market-Strategie und treten so früh wie möglich in den Dialog mit potenziellen Investoren und strategischen Kooperationspartnern. Für das Accelerator-Programm möchte das Grünhof-Team ambitionierte Startups mit einer innovativen Idee, die für die Green Economy relevant ist, gewinnen. Der Fokus liegt dabei auf den Themen Umwelttechnik, Ressourceneffizienz, Planen & Bauen, Nachhaltige Mobilität, Erneuerbare Energien, ökologische Landwirtschaft & Urban Farming, Open Data & Smart Government, Bildung, nachhaltiger Tourismus und nachhaltiger Lifestyle.

Die Leistungen des Smart Green Accelerators für Startups im Überblick:

- Free Office Space
- No Equity
- Industriefeedback
- Hands-on Training
- Startup Peers

Um die Gründer und Startups mit möglichst passgenauen Formaten bedienen zu können, besteht das Accelerator-Programm aus unterschiedlichen Programmen, die sich am Entwicklungsstadium des Startups orientieren:

SEED

Das 4monatige SEED-Programm richtet sich an Gründer, die eine erfolgversprechende Business-Idee und/oder einen ersten Prototypen haben und ihr Geschäftsmodell ausarbeiten möchten. Hier erhalten Gründer die Werkzeuge und das Know-How, das sie brauchen, um ein passgenaues und belastbares Geschäftsmodell zu erarbeiten und erlernen die Grundlagen des Startup-Aufbaus auf Basis des Lean-Startup-Ansatzes. In einem professionellen Pitchtraining lernen die Gründer, wie sie ihr Geschäftsmodell in wenigen Minuten klar auf den Punkt bringen und erfolgreich vor potenziellen Investoren, Mitgründern oder Kunden präsentieren.

START

Das START-Programm soll Gründer ansprechen, die bereits einen Proof of Concept und/oder einen funktionierenden Prototyp haben. Hier designen Entrepreneurere zwei Monate Vollzeit in einem „Startup Camp“ ihr Geschäftsmodell und arbeiten gemeinsam mit anderen Gründern, Startup-Coaches und Industrieexperten ihre Go-To-Market Strategie aus. Beim großen Finale des START-Moduls, dem Demo Day, pitchten die Startups ihr Business-Konzept vor potenziellen Investoren, Partnern und Co-Foundern.

ACTIVATOR

Der Smart Green Accelerator soll darüber hinaus ein Leuchtturmprojekt mit überregionaler Strahlkraft werden:

Im internationalen Programm-Modul „Green Digital Activator“ wird in einer Kooperation mit dem israelischen Generalkonsulat eine Brücke von der Mittelstands-Nation Deutschland zur Startup-Nation Israel gebaut. Hier entwickeln vier Teams aus Entrepreneurern und Studierenden beider Länder maßgeschneiderte Lösungen für die Fragestellungen von vier mittelständischen Unternehmenspartnern in innovationsgetriebenen Geschäftsfeldern mit der Chance, dass die erarbeiteten Konzepte von den Auftrag gebenden Unternehmen in Zusammenarbeit mit den Teams umgesetzt werden.

FWTM-Geschäftsführer Bernd Dallmann: „Der Startup Accelerator „Smart Green“ wird als landesweiter Leuchtturm einen wichtigen Beitrag zum Ausbau der Gründungsintensität am Standort Freiburg leisten und als neues Instrument das regionale Ökosystem der Gründungsförderung systematisch ergänzen.“

Für Unternehmen, die Partner des Accelerator-Programmes werden wollen, sieht Grünhof-Geschäftsführer Hagen Krohn einen klaren Mehrwert: „Mit dem Smart Green Accelerator verschaffen wir unseren Unternehmenspartnern einen Zugang zu ambitionierten Startups und High Potentials. Außerdem integrieren wir die Industriepartner organisch in unser Accelerator-Programm. Das heißt, dass sie als Mentoren und Experten innerhalb unserer Module auftreten und so unternehmerische Kompetenzen für die

Zusammenarbeit mit Startups erlernen. Darüber hinaus lernen die Unternehmensvertreter innovationsfördernde Methoden und Formate kennen, die sie wiederum in ihr eigenes Unternehmen einbringen können. Wir wollen nun in den Dialog mit potenziellen Unternehmenspartnern treten und freuen uns auf interessierte Unternehmen!“

Die teilnehmenden Startups des Smart Green Accelerators werden in den Co-Working-Räumen des Grünhofs arbeiten. Ab dem Frühjahr 2018 werden die Smart Green – Startups dann im neuen geschaffenen „Kreativpark“ in der Lokhalle ihr Revier beziehen.

Ab sofort können sich interessierte Gründer*innen, Startups und Spin-Offs auf der Website des Smart Green Accelerator auf das SEED-Programm bewerben: www.smartgreen-accelerator.de. Bewerbungsschluss ist der 03.12.2017. Auf Unternehmen, die Interesse an einer Partnerschaft haben, freut sich konrad.pfitzer@gruenhof.org

Förderung des Accelerators und Partnerschaft mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe (FWTM)

Der Smart Green Accelerator ist Teil der 2017 ins Leben gerufenen Gründungsoffensive „Startup-BW“ des Landes Baden-Württemberg. Damit soll die Wettbewerbsfähigkeit des Landes weiter gesteigert und der Ruf von Baden-Württemberg als Gründerland durch die gezielte Förderung und Vernetzung ausgewählter Startup-Ökosysteme national und international gestärkt werden. Das Konzept des „Smart Green Accelerator“, das gemeinsam mit der FWTM erarbeitet und vorgestellt wurde, hat das Wirtschaftsministerium überzeugt. Die Grünhof GmbH und die FWTM verfolgen die gemeinsame Mission, die Green Economy in Freiburg weiter voranzutreiben. So sollen auch die Partner des innovativen Wachstumsclusters „Green City Freiburg“ vom neuen Freiburger Startup Accelerator profitieren und die Vernetzung des Innovationsstandortes Freiburg durch die Einbeziehung von regionalen Innovations- und Technologiepartnern aus Wirtschaft und Wissenschaft

beschleunigt werden.

Der Smart Green Accelerator erhält für die dreijährige Projektlaufzeit eine Förderung aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) in Höhe von 424.000 Euro sowie zusätzlich aus Landesmitteln in Höhe von 255.000 Euro. Zusammen mit den von FWTM/Stadt Freiburg bereitgestellten Kofinanzierungsanteil in Höhe von 170.000 Euro ergibt dies ein Projektvolumen von insgesamt 849.000 Euro bis 2020.

Der Grünhof ist ein privat betriebener und mit dem „StartGreen Award 2015“ ausgezeichneteter Inkubator für die Freiburger Startup und Nachhaltigkeitsszene. Das Gründerzentrum in der Belfortstraße 52 hat seit November 2013 seine Pforten geöffnet, um kreativen MacherInnen, nachhaltigkeitsorientierten Innovateuren und Startup-Enthusiasten eine Heimat zu geben. Der Grünhof bietet eine Plattform für Gründungskultur, Unternehmertum, Gemeinwohlökonomie und Kultur. Die Grünhof GmbH organisiert die Vermietung der Arbeitsplätze und Räume, sowie die Innovationsprogramme mit Unternehmen. Der Grünhof e.V.- Verein für gesellschaftliche Innovationen organisiert alle gemeinnützigen Projekte und unterstützt sozial- ökologischen Initiativen.

Die Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM) ist ein Management- und Marketingunternehmen der Stadt Freiburg. Das Aufgabenspektrum der FWTM umfasst die Bereiche Wirtschaftsförderung, Tourismusförderung, Tagungs- und Kongresswesen, Großveranstaltungen sowie Messen und Märkte. So bietet die FWTM im Bereich der Wirtschaftsförderung Gründungswilligen eine kostenlose Orientierungsberatung sowie Startmöglichkeiten in den Gründerzentren an. Außerdem organisiert die FWTM Networking- und Beratungsevents sowie kostenlose Workshops für Gründer/innen.

Kontakt

SMART GREEN

Startup Accelerator
Belfortsr. 52 | 79098 Freiburg
0761 514 661 11
info@smartgreen-accelerator.de
www.smartgreen-accelerator.de

Erfolg mit Herz – Startup ermöglicht mit Lebensmitteln 324.567 Mahlzeiten für Schulkinder in Afrika

geschrieben von Sven Perten | 26. November 2020



Gerade mal 24 Jahre beträgt der Altersdurchschnitt im Team der Lebensmittel-Marke Lycka. Trotzdem und gerade deswegen hat sich das junge Team zur Aufgabe gemacht, sich mit neuartigen Produkten für die Bekämpfung von Hunger in ärmeren Ländern einzusetzen. Genauer gesagt in Burundi, denn dort unterstützt das in 2014 gegründete Startup mit ihrem Team aus Studenten und Absolventen ein Schulspeisungsprogramm des World Food Programmes in Kooperation mit der Welthungerhilfe. In diesem Jahr gelang den Jungunternehmern mit Listungen in über 3.000 Supermärkten der Durchbruch im deutschen Handel. So konnten

sie mit ihrem sozialen Geschäftsmodell in diesem Jahr 324.567 Mahlzeiten für Kinder in Burundi zur Verfügung stellen. Diese Mahlzeiten und die entsprechenden Spenden in Höhe von 29.211€ haben die Hamburger nun zum krönenden Abschluss des erfolgreichen Jahres 2016 dem Vorstand der Welthungerhilfe Michael Hofmann überreicht.

Sowohl die Botschaft, als auch das Konzept des Startups ist simpel: „Jedes gekaufte Produkt spendet genau eine Schulmahlzeit. Jeder kann so mit seiner Kaufentscheidung einen kleinen, aber spürbaren Beitrag für eine Welt ohne Hunger leisten“ erklärt der 28-jährige Gründer Sven Perten aus Eimsbüttel. Die Spenden sind ein fester Bestandteil des Umsatzes, der direkt an die Welthungerhilfe weitergegeben wird. Die Spenden werden zur Finanzierung des Schulspeisungsprogramms in Burundi eingesetzt. Zu den Spenden aus Produktverkäufen sammelt das junge Team auf ihren Aktionen Spenden gegen Gratisproben ein. Egal ob Vertriebsmessen, Promotions oder Verkostungen in Supermärkten, der aus den eigenen Produkten recycelte Spendenbecher ist immer dabei.

„Hast du mal 9 Cent?“ steht es etwas kess auf ihren Plakaten. Denn so viel kostet durchschnittlich eine Schulmahlzeit in Burundi. Ein kleiner Betrag, der hier sowohl für den Handel als auch den Konsumenten keinen bedeutenden Unterschied bei der Kaufentscheidung macht und Kostenkalkulation macht. In Afrika reicht dieser Betrag aufgrund der großen Kaufkraftunterschiede bereits für eine ganze Mahlzeit aus. Die Mahlzeiten werden vor Ort von den Eltern der unterstützten Kinder selbst zubereitet. Ein Großteil der Zutaten werden im eigenen Schulgarten angebaut. Durch die Einbeziehung der Eltern werden Strukturen aufgebaut, die zukünftig auch ohne Spendengelder funktionieren können. Die für die Schüler kostenfreien Schulmahlzeiten sind ein starker Anreiz überhaupt

zur Schule zu gehen. Das Projekt steigerte laut Angaben der Welthungerhilfe die Einschulungsraten in den unterstützten Regionen bereits signifikant. Gerade junge Mädchen, denen es sonst verwehrt bleibe eine Schule zu besuchen, werden von ihren Eltern aufgrund der Mahlzeiten zum Unterricht geschickt.

Hilfe zur Selbsthilfe ist das wichtige Stichwort, worauf die Gründer von Lycka großen Wert legen. Lycka-Gründer Felix Leonhardt, 26 Jahre: „Wir wollen mit unserem Projekt keine Nothilfe leisten. Dafür sind große, kurzfristige Spendenaktionen wie beispielsweise bei Naturkatastrophen viel geeigneter. Wir wollen mit unserem Vorhaben Projekte finanzieren, die darauf ausgerichtet sind, den zukünftigen Generationen in den ärmsten Ländern der Welt eine Perspektive zu schaffen.“ Daher wollen die Jungunternehmer auch zukünftig zusammen mit der Deutschen Welthungerhilfe e.V. vor allem Bildungsprojekte unterstützen.

Seit ihrer Gründung konnten die Hamburger sowohl ihren Umsatz als auch ihre Spenden jährlich verdreifachen und wollen im nächsten Jahr erstmals einen 7-stelligen Umsatz erreichen, den sie dieses Jahr knapp verfehlt haben. Angefangen haben die jungen Gründer mit Frozen Yogurt, den sie im Auslandssemester entdeckten. Mittlerweile ist ihr Plan das Prinzip der sozialen Lebensmittel auszuweiten. Dabei achten sie vor allem auf faire Arbeitsbedingungen und biologische Landwirtschaft. Im Dezember 2016 brachten sie Rohkostriegel heraus, wobei jede verkaufte Tüte eine Mahlzeit spendet. Auch für alle weiteren Produkte, die das Hamburger Startup im nächsten Jahr auf den Markt bringen will, soll dieses Prinzip weiterhin gelten.

Bei aktuell weltweit über 790 Millionen hungernden Menschen, sind 324.567 gespendete Schulmahlzeiten eines jungen

Unternehmens nicht die Lösung des Welthungers, aber wohl zumindest eine Initiative, die den einen oder anderen Mittelständler und Großkonzern zum Nachdenken oder auch Mitmachen anregen darf.

Nützliche Zahlen und Fakten zu dieser Pressemitteilung:

Umsatz Lycka, purefood GmbH in 2016:

> 900.000€

Spendensumme Lycka an Welthungerhilfe in 2016:

29.211€ – entspricht 324.567 Schulmahlzeiten (Aus Verkäufen: 25.366€, aus Aktionen: 3.845€)

Anzahl unterstützte Schulen in Burundi:

100 (Quelle: Welthungerhilfe)

Anzahl hungernde Menschen auf der Welt:

790 Mio. Menschen, davon 66 Mio. Grundschulkinder (Quelle: Welthungerhilfe, UN)

Video vom unterstützten Projekt in Burundi:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ze4B4i2czfk>

Informationen zu Lycka:

Die Marke Lycka haben die drei Gründer Felix Leonhardt, Sven Perten und Johannes Nass aus dem Studium heraus ins Leben gerufen. Johannes ist mittlerweile ausgestiegen, Sven und Felix führen die Unternehmung zusammen mit Kaja Ringert mit ihrer Marke Lycka unter der Firma purefood GmbH weiter. Die purefood GmbH vertreibt Bio-Lebensmittel mit sozialem Zweck. Jedes verkaufte Produkt spendet in fester Kooperation mit der Deutschen Welthungerhilfe e.V. eine Schulmahlzeit in Burundi, Afrika. Aktuell verkauft das in 2014 gegründete Unternehmen Bio Frozen Yogurt, Bio-Eis und Bio-Rohkostriegel in 3.000 Supermärkten. Dazu gehören Edeka, Rewe, sowie Bio Company, als auch Sky.

Weitere Informationen unter:

www.lycka.bio

Event-Apps sind kein Privileg mehr – Dresdner Startup macht mobil gegen teure Event Apps.

geschrieben von Andreas | 26. November 2020

Pressemitteilung

Dresden, 22.03.2016

Jeder, der schon einmal ein Festival, eine Konferenz oder ein anderes Event besucht hat, kennt die Flyer, die man in die Hand gedrückt bekommt und die einem sagen sollen, was, wie und wo passiert. Aber wer sagt einem, wenn ein Programmpunkt ausfällt, sich verschiebt oder wo man einen bestimmten Ort

findet? Meistens steht man dann als Besucher im Dunkeln. Das macht unzufrieden – Gäste und Veranstalter. Das Dresdner Startup „LineUpr“ schafft Abhilfe und ermöglicht es jedem Veranstalter, sein Event auf die Smartphones seiner Besucher bringen.

Die Gründer Philipp Katz, Norbert Sroke und Eric Mischke haben eine Web-Plattform entwickelt, mit der jeder im Handumdrehen einen mobilen Event-Guide für jede Art von Event erstellen kann – egal, ob groß oder klein und ohne dafür eine Agentur beauftragen zu müssen. Davon profitieren Eventbesucher – aber vor allem auch Veranstalter, besonders jene mit schmalem Budget.

Für die Umsetzung der Idee hat das junge Startup bereits zwei Förderungen vom Bund und der EU erhalten. „Wir haben schon erlebt, dass ein Veranstalter 10.000 Programmhefte gedruckt hat und nach zwei Tagen der Programmablauf komplett umgeändert werden musste“, so Norbert Sroke. „Die Art und Weise, wie viele Veranstalter ihr Event derzeit kommunizieren, ist einfach viel zu unflexibel.“ Mit LineUpr erstellte Event-Guides sind das digitale Pendant zu klassischen Programmheften, mit denen man als Veranstalter ein Event im Vorfeld vermarkten, Besucher jederzeit informieren, mit ihnen kommunizieren und Feedback erhalten kann.

Neben der Möglichkeit, jederzeit Inhalte des Event-Guides zu aktualisieren, kann man als Veranstalter beispielsweise Umfragen erstellen und so Besucher spontan in den Ablauf einbeziehen und deren Meinungen auswerten. Neue Marketingmöglichkeiten werden dadurch erschlossen, dass Veranstalter Nachrichten an Nutzer der Event-Guides senden können. So können zum Beispiel Sponsoren und Aktionen beworben oder das Publikum gezielt auf bestimmte Programmpunkte aufmerksam gemacht werden.

„Obwohl die Vorteile der mobilen Eventvermarktung auf der Hand liegen, gibt es derzeit nur sehr wenige Veranstalter, die eine

App für ihre Events einsetzen. „Der Grund dafür ist logisch: Die Entwicklung der Apps ist aufwändig und teuer“, erklärt Gründer Norbert Sroke. LineUpR will das ändern und jedem Veranstalter die Möglichkeit bieten, sein Event auch auf den Smartphones seiner Besucher stattfinden zu lassen, ohne dafür ein großes Marketing-Budget vorauszusetzen. „Wir haben eine Plattform geschaffen, die kein technisches Know-how benötigt und so einfach zu bedienen ist, dass selbst Computerlaien damit zurechtkommen.“

Aus technischer Sicht handelt es sich bei den Event-Guides um mobile Webseiten, die wie eine App aus dem App-Store funktionieren. Jedoch muss der Nutzer nichts installieren, sondern nur eine URL auf seinem Smartphone aufrufen, die direkt in den Event-Guide führt.

Nachdem LineUpR bereits bei einer Vielzahl ausgewählter Events erfolgreich eingesetzt wurde, steht die Plattform ab 15. April für jeden zur Verfügung. Im Spätsommer soll die Testphase enden.

Ziel ist, die bisherigen Programmhefte, die bei Millionen von Events eingesetzt werden, durch ein wesentlich flexibleres Medium zu ersetzen. Mit einer ausgeprägten Do-it-yourself-Philosophie und Einfachheit wird dies nun für jeden Veranstalter möglich: Kostenlos anmelden und loslegen lautet das Motto. Damit sind Event-Apps nicht länger ein Privileg.

Anhang:

„Fünf Fragen an LineUpR“ (siehe separate Datei in E-Mail)

Ansprechpartner:

Norbert Sroke norbert.sroke@lineupr.com 0178 211 48 25

Website: <https://lineupr.com> Bilder und Medien:

<https://lineupr.com/de/press-media> Facebook:

<https://www.facebook.com/lineupr> Twitter:

<https://twitter.com/TeamLineupr>

Beispiel-Events:

Dave Festival 2015: <https://lineupr.com/dave-festival/2015> 99U
Local Dresden: <https://lineupr.com/cromatics/99u-local-dresden>
DevDay 2016: <https://lineupr.com/saec/devday16> Web Summit
Pubcrawl App 2015:
<https://lineupr.com/pubcrawl/web-summit-2015>

Nachhaltig schenken – In 2 – 4 Stunden das Smartphone mit Sonne voll aufladen – die Wing6 Wood mit feinstem Kork- Leder

geschrieben von Andreas | 26. November 2020

PRESSEINFORMATION

Berlin, November 2015

Der Winter rückt näher – die Jagd auf passende Weihnachtsgeschenke ist somit eröffnet. Immer mehr Verbraucher werden sich ihrer wachsenden Verantwortung als Konsumenten auch in der Weihnachtszeit bewusst. Somit hat sich in den letzten Jahren vermehrt ein Trend hin zu nachhaltigen, ökologischen und fair produzierten Geschenken entwickelt. Die Sonnenrepublik, ein Berliner Start-Up, hat sich dieser Bewegung angeschlossen mit dem Ziel, Solarenergie für jeden zugänglich zu machen: sauber, leicht, mobil. Das Ergebnis: Portable Solarlader im Handtaschenformat, Made in Germany.

Minimale Fläche, maximale Ergebnisse

Durch High-End Technik wird auf kleinster Fläche maximaler

solarer Output erzeugt und somit mobiles Laden von Laptops, Smartphones und allen weiteren USB-kompatiblen Geräten ermöglicht. Passend zum Winteranfang bringt die Sonnenrepublik nun eine Erweiterung der Produktpalette auf den deutsch- und englischsprachigen Markt: Die Wing6, ein kompaktes und faltbare Solarmodul aus neuartigen, hocheffizienten, monokristallinen Solarzellen und einer USB-Elektronikeinheit zum direkten Anschluss mit einem USB-Ladekabel. Die Wing6 generiert innerhalb von 2-3 Stunden eine komplette iPhone5-Ladung und lädt mit der Geschwindigkeit eines Netzladegerätes. 160 Gramm wiegt das minimalistisch designte Leichtgewicht, dessen selbst-entwickelte und patentierte Wandler-Elektronik fast verbrauchsfrei arbeitet. Auf einer Fläche von 15 x 30 cm erleichtern die natürlichen und unverwüstlichen Materialien das Leben besonders all jenen enorm, welche mobil kommunizieren und nachhaltig konsumieren möchten.

Immer der Sonne entgegen

„Unser Anliegen ist es, die Energiewende im Kleinen anzustoßen. Solarprodukte sollen ganz selbstverständlich und einfach auch im Alltag genutzt werden können“, erklärt Andreas Guba, einer der beiden Gründer des Berliner Startups. Mit Dr. Oliver Guba, Physiker und erfolgreicher Forscher und Unternehmensgründer seit über 20 Jahren, hat er die Sonnenrepublik vor 2 Jahren ins Leben gerufen, um diesem Ziel ein Stück näher zu kommen.

Weitere Informationen können auf unserer Presseseite gefunden werden. Bei Fragen können Sie uns gerne kontaktieren. Für ein Interview stehen die Gründer Andreas Guba und Herr Dr. Lang natürlich gerne zur Verfügung.

Kontakt

Sonnenrepublik GmbH
Reuchlinstraße 10-11

10553 Berlin
+49 (0)30 609 892 760
presse@sonnenrepublik.de
www.sonnenrepublik.de

Und so denken andere über uns – national und international:

Armdevices.net:

[Sonnenrepublik: Modular Autarkic Photovoltaic System
Incorporated into a Solar Golf Cart](#)

Berliner

Morgenpost:

<http://www.morgenpost.de/incoming/article205635225/Sonnenrepublik.html>

Berliner Zeitung:

<http://www.bz-berlin.de/ratgeber/computer-technik/so-tankt-ihr-smartphone-richtig-sonne>

BFM Business:

<http://bfmbusiness.bfmtv.com/entreprise/recharger-son-smartphone-a-l-energie-solaire-ou-en-bougeant-son-corps-862710.html>

Computer BILD:

<http://www.computerbild.de/artikel/cb-News-Handy-Clicc-Akku-Pack-9984582.html>

Deutschlandradio Kultur:

http://www.deutschlandradiokultur.de/ausgefuchste-digitale-ideen.1162.de.html?dram:article_id=261142

Die Welt:

<http://www.welt.de/sonderthemen/start-up/article116692433/Das-Geld-das-aus-dem-Schwarm-kommt.html>

Energy Harvesting Journal:

<http://www.energyharvestingjournal.com/articles/8181/sonnenrepublik-photovoltaic-system-incorporated-into-solar-golf-cart>

Gadget-Rausch:

<http://www.gadget-rausch.de/2014/10/11/clicc-solarmodule-fuer-unterwegs/>

Impulse:

<http://www.impulse.de/diverses/video-interview-andreas-guba-sonnenrepublik-impulse-comic-aktion/2014321.html>

Neuerdings:

<http://neuerdings.com/2014/04/09/sonnenrepublik-clicc-und-cliclite/>

PC Welt:

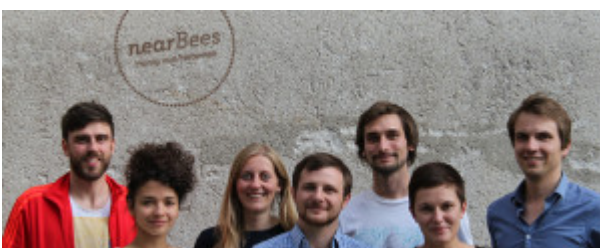
http://www.pcwelt.de/news/Solarprodukte_fuer_die_Hosentasche_-CeBIT-8441596.html

The Hundert:

<http://www.the-hundert.com/startups/sonnenrepublik-berlin-startup-for-solar-energy-systems/>

Es summt und brummt – Aufbruchsstimmung bei nearBees

geschrieben von Michael | 26. November 2020



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 Startnexte](#) 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

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

geschrieben von Andreas | 26. November 2020



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 Verkaufset 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.

**Zeit für Veränderung:
Plastikfrei in den Frühling.
ECO Brotbox im neuen Design
jetzt auch bei der BIO
COMPANY**

geschrieben von ecobrotbox | 26. November 2020



Mit extra Power in den Frühling: In neuem Look ziehen die beliebtesten Produkte des Berliner Startups ECO Brotbox jetzt auch bei der BIO COMPANY ein.

Berlin, 20. April 2015 – Nicht nur die Natur, sondern auch ECO Brotbox blüht in der Frühlingssonne richtig auf und sorgt wieder für mehr grün im Leben. Das aufstrebende Berliner Start-Up startet mit verändertem, frischem Corporate Design und neuem Vertriebspartner in den Frühling. Die schlichte Lunchware aus schadstofffreiem Edelstahl wird nun von einer informativen Banderole aus Recyclingpapier und neuem Logo geziert. Ergänzt wird der neue Look durch eine Reihe von natürlichen Lifestyle Fotografien, welche die Produkte für Kunden ansprechend als auch inspirierend im Einsatz präsentieren.

Neuer Vertriebspartner: die BIO COMPANY

Die bewährten Produkte im neuen Gewand finden sich ab sofort auch in ausgewählten Filialen der BIO COMPANY. Die erfolgreiche, „natürliche“ Supermarktkette ist mit insgesamt 43 Filialen in ganz Berlin/Brandenburg, als auch vereinzelt in Dresden und Hamburg vertreten. Die Produkte von ECO Brotbox ergänzen nun das Sortiment von 20 Berliner Filialen.

Die Ausweitung des stationären Handels neben dem Onlinehandel ist ein wichtiger Teil der Geschäftsentwicklung. „Die BIO COMPANY als Berliner Marktführer im Bereich Bio- Supermarkt

ist für uns eine tolle Chance, unsere Marke Stück für Stück bekannter zu machen. Wir freuen uns über diese neue Kooperation!“, erklärt ECO Brotbox Gründer Mustafa Demirtas. „Auf diese Art erreichen wir auch vermehrt Kunden, die den lokalen Händler ihres Vertrauens dem Online-Shopping vorziehen.“

In eigenen Warendisplays werden die Produkte von ECO Brotbox in den Filialen präsentiert. Mit dabei sind die Classic Box, die beliebte Dabba Magic mit Snackbox, die dreilagige, runde Tiffin Triple, die XL Brotbox für den großen Hunger als auch die praktische ZEN Trinkflasche. Mit dieser vielfältigen Auswahl ist sichergestellt, dass für die verschiedensten Bedürfnisse und Anforderungen das richtige Produkt dabei ist und ECO Brotbox eine wertvolle Ergänzung des BIO COMPANY Sortiments darstellt.

Mehr über ECO Brotbox erfahren Sie direkt am Messestand, auf der Website www.ecobrotbox.de sowie auf Facebook, Twitter (@ecobrotbox) oder Instagram (EcoBrotbox).

Über ECO Brotbox

ECO Brotbox wurde Anfang 2014 von Mustafa Demirtas gegründet. Neben schadstofffreien Brot- & Lunchboxen aus Edelstahl gehören auch unbedenkliche Trinkflaschen sowie passende Taschen zum wachsenden Sortiment. Mit den gesundheits- als auch umweltfreundlichen Produkten möchte das Unternehmen einen nachhaltigen Lebensstil anregen und erleichtern. Dabei sollen die Produkte nicht nur nützlich sein, sondern auch schick aussehen.

ECO Brotbox
Skalitzer Str. 33
10999 Berlin
Sabrina Zagst
presse@ecobrotbox.de

ECO Brotbox erhält Zertifizierung für Lebensmittelkontakt

geschrieben von ecobrotbox | 26. November 2020

Die GALAB Laboratories bescheinigen den Edelstahlprodukten von ECO Brotbox die Eignung für Lebensmittelkontakt.

Berlin, 9. Dezember 2014 – Um die Materialqualität seiner Produkte offiziell bestätigen zu lassen, beauftragte das Berliner Start-Up ECO Brotbox die GALAB Laboratories mit der Prüfung auf Geruchs- und Geschmacksechtheit des verwendeten Edelstahls. Nach sorgfältiger Untersuchung bescheinigt das Labor schließlich die uneingeschränkte Eignung der Brot- und Lunchboxen für direkten Kontakt mit trockenen, wässrigen als auch sauren Lebensmitteln. Das bedeutet, dass weder Geschmack noch Geruch des verpackten Lebensmittels durch den Edelstahl beeinflusst werden.

Mit der Prüfung reagiert ECO Brotbox auf die aktuelle Vorsicht der Gesellschaft bezüglich Schadstoffen in Verpackungen und deren Lebensmittelechtheit. Die Zertifizierung der Brot- und Lunchboxen bestätigt nun die Unbedenklichkeit für die Gesundheit und damit die Vorteile gegenüber herkömmlichen Plastikverpackungen. Denn mehrere unabhängige Studien haben gezeigt, dass die im Plastik enthaltenen Weichmacher auf Lebensmittel übergehen und krebserregend und nervenschädigend sein können. Im Gegensatz zu üblichen Behältern kommen ECO Brotboxen daher nicht nur ohne schädliche Weichmacher wie BPA oder Phthalate aus, sondern sie sind auch frei von Aluminium

oder PVC. Denn „BPA-frei bedeutet nicht gleich schadstofffrei“, betont Gründer Mustafa Demirtas.

Getreu dem Motto „healthy people – healthy planet“ kommen die langlebigen Produkte neben der Gesundheit aber auch der Umwelt zugute: Sie sind zu 100% recyclebar und tragen durch Verzicht auf andere Verpackungen zur Müllreduktion bei.

Um den Anforderungen eines gesunden und umweltfreundlichen Lebensstils gerecht zu werden, bietet das Sortiment neben den Brotboxen auch schadstofffreie Trinkflaschen und Lunchbags aus fair gehandelter Biobaumwolle. Die Produkte können über den Onlineshop oder das stetig wachsende Händlernetzwerk erworben werden.

Mehr über ECO Brotbox erfahren Sie auf der Website www.ecobrotbox.de sowie auf Facebook, Twitter (@ecobrotbox) oder Instagram (EcoBrotbox).

Über ECO Brotbox

ECO Brotbox wurde Anfang 2014 von Mustafa Demirtas gegründet. Neben schadstofffreien Brot- & Lunchboxen aus Edelstahl gehören auch unbedenkliche Trinkflaschen sowie passende Taschen zum wachsenden Sortiment. Mit den gesundheits- als auch umweltfreundlichen Produkten möchte das Unternehmen einen nachhaltigen Lebensstil anregen und erleichtern. Dabei sollen die Produkte nicht nur nützlich sein, sondern auch schick aussehen.

Pressekontakt

ECO Brotbox
Nostitzstr. 34
10965 Berlin

Sabrina Zagst

presse@ecobrotbox.de

t: +49- (030) -863 80 908

m: +49- (0)178-132 78 07