

Junges Unternehmen provoziert mit offenem Brief und Großkampagne

Food Startup the nu company fordert Julia Klöckner und Lebensmittelindustrie heraus



Berlin, 19.10.2020. Das Startup hinter nucao, dem ersten klimapositiven Schokoriegel, stößt eine breite Diskussion um die Lebensmittelindustrie an. In einem offenen Brief im Spiegel Magazin und der Lebensmittel Zeitung provoziert the nu company eine Auseinandersetzung einer neuen Generation von Unternehmertum mit der Old Economy und prangert öffentlich die Politik von Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, an.

Als eines der ersten „purpose-driven“ Unternehmen in Deutschland regt the nu company eine Debatte rund um die gesundheitlichen und ökologischen Risiken der konventionellen Lebensmittelindustrie an. Hart kritisiert wird der hohe Zuckergehalt von Massenprodukten, der Umgang mit Einweg-Plastik sowie die CO2 Bilanz der Lebensmittelkonzerne. Während Großkonzerne und Politik noch Ausreden suchen, zeigt the nu company längst Lösungen auf, die es als ehrgeiziges Startup umsetzt. Eine Bewegung gegen die systemischen Strukturen der Lebensmittelindustrie sieht es dabei als dringend notwendig an und appelliert an Politik und Wirtschaft, Verantwortung zu übernehmen. Verbraucher werden dazu aufgefordert, sich zu emanzipieren und ihre Kaufentscheidungen zu überdenken.

Zuckersteuer für ein positives Konsumverhalten

In seinem offenen Brief rechnet the nu company öffentlich mit der unzureichenden Zuckerpolitik von Ernährungsministerin Julia Klöckner ab, die vor kurzem die Zucker-Reduktionsstrategie von Nestlé lobte und damit einen Shitstorm erntete. The nu company bezeichnet diese Strategie lediglich als Tropfen auf den heißen Stein und fordert die Einführung einer Zuckersteuer, die den erhöhten Zuckergehalt in Lebensmitteln beseitigen und die stetig steigende Diabetesquote in Deutschland endlich stoppen würde: „Wir können nicht akzeptieren, dass die Politik Lobbyarbeit für Lebensmittel betreibt, die völlig überzuckert sind“, so Gründer Mathias Tholey. Der Riegel nucao enthält 65 Prozent weniger Zucker als herkömmliche Schokoriegel und zeigt mit seiner deutschlandweiten Listung bei dm-drogerie markt und REWE, dass der Massenmarkt bereit für eine Zuckerreduzierung ist.

Natürlich abbaubare Verpackung im Kampf gegen Plastik

The nu company macht auf die katastrophalen Umweltfolgen von Einweg-Plastik aufmerksam, in die vergleichbare Produkte immer noch verpackt werden. Jedes Jahr gelangen laut dem Plastikatlas der Heinrich Böll Stiftung acht Millionen Tonnen Plastik in die Weltmeere. Dabei kritisiert das Startup die viel zu niedrige Recyclingquote von 15,6 Prozent in Deutschland. Die Lösung dafür ist seine garten- und heimkompostierbare Verpackung auf Zellulose-Basis, die sich in wenigen Wochen auf dem hauseigenen Kompost zersetzt: „biologisch abbaubare Verpackungen sind längst keine Utopie mehr. Und während andere noch Ausreden suchen, gehen wir schon mal mutig voran“, so Mitgründer Thomas Stoffels.

Aufforstung als Ausgleich globaler Wertschöpfung

In Sachen Klimaschutz prangert das Startup das Wirtschaften auf Kosten von Regenwaldgebieten an: „Menschen werden nicht aufhören, Schokolade zu kaufen“, sagt Co-Gründer Tholey. „Wir müssen Produkte aus globaler Wertschöpfung so anbieten, dass die CO2-Bilanz am Ende trotzdem positiv ist. Das effektivste Mittel gegen den Klimawandel ist erwiesenermaßen die Aufforstung.“ Um seinen ökologischen Fußabdruck nachhaltig positiv zu halten, betreibt the nu company Bewaldung und spendet für jedes verkaufte Produkt einen Mangrovenbaum, der 304 Kilogramm CO2 bindet. Ein Riegel produziert 400 Gramm CO2 in Herstellung und Transport – damit bindet jeder Baum 700 mal mehr CO2 als es für die Herstellung eines Riegels braucht.

Ein Schokoriegel als Vorbild?

„Natürlich wird ein Schokoriegel allein die Welt nicht retten. Aber wir fangen schon mal an und zeigen den Nestlés dieser Welt, dass es längst besser geht“, sagt Mitgründer Christian Fenner. „Mit unseren plastikfreien, klimapositiven, und zuckerreduzierten Lebensmitteln, die frei von Zusatzstoffen sind, stehen wir 100 Prozent für die Werte der Kunden ein, die es satt haben, an der Nase herumgeführt zu werden.“ So demonstriert the nu company, dass eine andere Art des Wirtschaftens sehr wohl möglich ist und zeigt eine Lösung für eines der wichtigsten Probleme unserer Zeit auf.

Über the nu company

Das grüne Food Startup [the nu company](#) aus Leipzig fordert die Lebensmittelindustrie heraus und will sie nachhaltig verändern. 2016 von drei Wirtschaftsingenieuren gegründet, hat sich das „purpose-driven“ Unternehmen gesunde, plastikfreie und klimapositive Snacks auf die Fahne geschrieben und zeigt damit, dass positives Wirtschaften keine Utopie mehr ist. Angetrieben durch seine Unternehmens-DNA „Food for a nu World“ denkt das Startup Lebensmittel kompromisslos neu: alle Produkte sind natürlicher Herkunft in Bio-Qualität, vegan, ohne raffinierten Zucker und eingehüllt in eine speziell entwickelte heimkompostierbare Verpackung aus Zellulose. Auf seiner klimapositiven Mission unterstützt the nu company Aufforstungsprojekte in Zusammenarbeit mit der Organisation Eden Projects, indem es für jedes verkaufte Produkt einen Baum pflanzt.

Pressekontakt

Christian Fenner, Co-Founder

Lisa Cöster, PR

presse@the-nu-company.com

+49 157 850 317 30

Pressematerialien

[Presseseite the nu company](#)

[Landingpage food for a nu world Kampagne](#)

[Offener Brief und Kampagnen Motive](#)

[the nu companys Mission](#)

[Impact Report](#)

Hintergrundwissen

[Hintergründe zum Kokosblütenzucker](#)

[Hintergründe zur Verpackungsfolie aus Zellulose](#)

[Hintergründe zum Aufforstungsprojekt](#)