

Große Vision: Eine Milliarde gepflanzte Bäume und plastikfreie Regale bis 2030

Sinn über Gewinn – Food Startup fordert Lebensmittelindustrie heraus



Dresden, 06.02.2020. **Das deutsche Food Startup hinter der Schokoriegel-Marke *nucao* ist letztes Jahr um 300 Prozent auf 2,3 Millionen Euro Jahresumsatz gewachsen. "Wir glauben, dass gerade im Lebensmittelbereich Unternehmen nicht nur nach Gewinn streben dürfen. Vielmehr müssen die Bedürfnisse unserer Gesellschaft und unser Planet im Mittelpunkt stehen", sagt Mitgründer Christian Fenner. Ihr Ansatz: Sie bieten neuartige Bio-Snacks im Handel an, verpacken diese plastikfrei und pflanzen pro verkauftem Produkt einen Baum in Zusammenarbeit mit einer Aufforstungsorganisation. So konnten schon über eine Millionen Bäume in den Boden gebracht werden.**

Konsum neu denken

Die Vision der drei Gründer ist groß: "Wir wollen eine Milliarde Bäume pflanzen bis 2030. Vor allem wollen wir aber ein Umdenken in der Lebensmittelindustrie anstoßen und nachhaltige Geschäftsmodelle sowie plastikfreie Verpackungen auf die Agenda des Einzelhandels bringen", erklärt Mitgründer Mathias Tholey. Die drei gelernten Wirtschaftsingenieure starteten mit der Idee eines gesunden Schokoriegels für lange Tage in der Bibliothek Anfang 2016. Mittlerweile geht es ihnen um deutlich mehr als nur gesunde Naschereien. Sie möchten sinn-getriebenes Unternehmertum vorleben. Das Wachstum gibt ihnen Rückenwind: ihre bisher größte Marke, der Schokoriegel *nucao*, geht mittlerweile europaweit in über 5.000 Supermärkten über die Kasse.

Vorreiter in der plastikfreien Bewegung

Schon bei den ersten Prototypen setzte das grüne Startup auf plastikfreie Verpackungen – nun sind sie Innovationstreiber im Supermarktregal. Die neueste *nucao*-Verpackung ist zu 100 Prozent heimkompostierbar und mit Bio-Farben bedruckt. Im Gegensatz zu vielen plastikfreien Alternativen zersetzt sie sich tatsächlich nach einigen Monaten auf dem hauseigenen Kompost.

Klimapositiv mit dem 1+1 Prinzip

Das grüne Startup denkt jedoch weiter und will mithilfe von Konsumgütern einen Hebel im Kampf gegen den Klimawandel umlegen. Seit 2018 kooperiert das junge Unternehmen deshalb mit der Aufforstungsorganisation *Eden Reforestation Projects*. Das sogenannte 1+1 Prinzip ist einfach und effektiv: Für jedes verkaufte Produkt wird eine Mangrove auf Madagaskar gepflanzt. "Eine Mangrove bindet über die Zeit mehr als 300kg CO₂ – das ist äquivalent zu den Emissionen einer Autofahrt von Rom nach Stockholm," erklärt Fenner. Insgesamt konnten schon über eine Millionen Bäume gepflanzt werden, Tendenz stark steigend.

Hier klicken für Bildmaterial

Über the nu company

The nu company wurde 2016 von den drei Wirtschaftsingenieuren Thomas Stoffels, Mathias Tholey und Christian Fenner gegründet. Aus der Idee einer nährstoffreichen, natürlichen Schokoriegel-Alternative wurde innerhalb von drei Jahren ein aufstrebendes, grünes Food-Startup. Das junge Unternehmen hat sich gesunde Snacks, plastikfreie Verpackungen und die Unterstützung von Aufforstungsprojekten auf die Fahne geschrieben. Der Schokoriegel *nucao* wurde bisher über eine Millionen Mal weltweit in Supermärkten verkauft – genauso viele Bäume wurden bereits gepflanzt. Das zweite Produkt, *nupro*, ein pflanzlicher Proteinshake, ist seit dem Gewinn des dmStart! Contest Anfang 2019 deutschlandweit in über 2.000 Drogeriemärkten erhältlich.

Key Facts

Gründungsdatum:	2016
Umsatz 2019:	2,3 Millionen Euro
Mitarbeiter:	35+
Bäume gepflanzt:	1.014.470 Bäume
Branche:	Lebensmittelindustrie, Soziales Start-Up
Distribution:	Bio-Fachhandel, Lebensmitteleinzelhandel, Onlineshop
Export:	16 Länder in Europa und Asien
Website:	www.the-nu-company.com

Pressekontakt bei the nu company

Christian Fenner
Co-Founder, CMO
Tel.: +49 1578 0928762
E-Mail: cf.presse@the-nu-company.com