

numove: Der 100% natürliche Proteinriegel für ein positives Körpergefühl

Fight the Fake: Food Startup the nu company setzt Statement gegen Fitness-Optimierungswahn



Leipzig, 23.02.2021. Erst im letzten Jahr sorgte das „purpose-driven“ Unternehmen the nu company mit einer Großkampagne für Aufsehen, indem es öffentlich die Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, Julia Klöckner, sowie die Lebensmittelindustrie herausforderte. Nun meldet sich das klimapositive Startup mit der neuen Kampagne “Fight the Fake” und setzt ein starkes Zeichen für ein positives Körpergefühl und gegen den künstlichen Optimierungswahn. Ganz im Sinne: Pro: sich messen. Contra: sich vergleichen.

Bewegung zur Steigerung des positiven Körpergefühls und des Wohlbefindens: das natürlichste der Welt. Sollte man meinen. Bei einem Blick in sämtliche Social Media-Feeds wird deutlich: Es geht immer noch schöner, besser, höher, schneller. Doch warum? the nu company setzt in seiner aktuellen Kampagne ein starkes Zeichen und sagt: **Fight the Fake**. „Uns stört das Suggestieren und Inszenieren eines perfekten Körperkults. Unsere Instagram-Feeds bestehen aus optimierten Körpern in einer perfekten Welt und lassen uns den gesunden Bezug zu unseren Körpern verlieren. Befeuert durch eine Scheinwelt, dem Optimierungswahn und Produkten, die unserem Körper alles andere als gut tun“, so Christian Fenner, Co-Gründer von the nu company.

Dass Fitness-Posts auf Instagram prekäre Auswirkungen auf die menschliche Psyche haben, beweist eine Studie der Macquarie University & University of New South Wales: Bei 49 Millionen „Fitspiration“-Bilder auf Instagram¹, reichten nur 30 Minuten scrollen aus, um bei NutzerInnen zwischen 18 und 25 Jahren eine negative Körperwahrnehmung auszulösen².

Pro: gute Vorsätze. Contra: schlechte Zusätze.

Dieses falsche Weltbild muss aufgebrochen werden. So plädiert the nu company für eine gesündere Kultur sowie ein positives Körpergefühl auf Social Media. Mit dem Hashtag #fightthefake schiebt das junge Unternehmen dem Optimierungswahn im wahrsten Sinne des Wortes einen Riegel vor. Mit numove, dem ersten, 100% natürlichen Proteinriegel. Dabei gilt: So natürlich der Riegel ist, so natürlich sollte auch unser Körpergefühl sein. Ein leckerer, in Schokolade ummantelter und aus 100% Bio-Zutaten hergestellter Riegel, der den Körper nicht nur nach dem Sport mit wichtigen Nährstoffen versorgt, sondern auch ein starkes Zeichen für ein positives Körpergefühl setzt. Ein weiteres USP der numove-Riegel: die plastikfreie, heimkompostierbare Verpackung.

In den zwei leckeren Sorten „Cookie Dough“ und „Brownie Crunch“ erhältlich, versorgen die natürlichen und mit 100% Bio-Zutaten hergestellten Neuprodukte – und das ganz ohne künstliche Aromen, Füllstoffe oder Süßungsmittel. So bietet numove mit seinen 45 Gramm pro Portion nicht nur Proteine, sondern auch viele weitere wichtige Nährstoffe, um dem Körper nach jeder Anstrengung seine Ressourcen zurückzugeben.

Großkonzerne mit Großkampagne provoziert

Schon im Oktober 2020 setzte sich das Unternehmen für ein positiveres Konsumverhalten ein: In einem offenen Brief im Spiegel Magazin und der Lebensmittel Zeitung machte das Startup the nu company auf die Missstände in den Großkonzernen aufmerksam – und prangerte öffentlich die Politik von Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft, an. Hart kritisiert wurde dabei der Umgang mit Einweg-Plastik, der hohe Zuckergehalt von Massenprodukten sowie die CO2-Bilanz der Lebensmittelkonzerne. Dass the nu company schon seit langer Zeit mit gutem Beispiel voran geht, beweisen letztendlich die Produkte des Unternehmens. Ob der Schokoriegel nucao, der Hanfsamenriegel nuseed oder der vegane Proteinshake nupro: Alle Produkte des Unternehmens sind von Beginn an nicht nur gesund, sondern auch klimapositiv.

Produktfakten



Sorten: „Brownie Crunch“ und „Cookie Dough“

Verpackungsgröße: 45g pro Riegel



Preis Online: 6er Box 14,99€

Preis im Handel: 2,49€ (UVP)

Die numove Riegel sind ab dem 23. Februar 2021 im Onlineshop von the nu company (www.the-nu-company.com/produkte/) und ab dem 01. April 2021 im stationären Handel erhältlich.

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.

Key Facts

Gründungsdatum:	2016
Umsatz 2020:	7,1 Millionen Euro
Mitarbeiter:	35+
Bäume gepflanzt:	5.395.681 Bäume
Branche:	Lebensmittelindustrie, Soziales Start-Up
Distribution:	Bio-Fachhandel, Lebensmitteleinzelhandel, Onlineshop
Export:	UK, Niederlande, Frankreich
Website:	www.the-nu-company.com

Pressekontakt bei the nu company

Christian Fenner
Co-Founder, CMO
Tel.: +49 159 01229040
E-Mail: christian.fenner@the-nu-company.com

Quellen

- (1) Uhlmann, L. (2018): The fit beauty ideal: A healthy alternative to thinness or a wolf in sheep's clothing? <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1740144517301857?via%3Dihub>
- (2) Fardouly, J. et al. (2018): Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways [http://www2.psy.unsw.edu.au/Users/lvartanian/Publications/Fardouly,%20Willburger,%20&%20Vartanian%20\(2018\).pdf](http://www2.psy.unsw.edu.au/Users/lvartanian/Publications/Fardouly,%20Willburger,%20&%20Vartanian%20(2018).pdf)