

the nu company fordert Reinheitsgebot für Schokoriegel
Food-Startup lädt Branchenriesen zum Schokoriegel-Gipfel



Leipzig, 01.10.2021. Nach der aufsehenerregenden Kampagne des [vergangenen Jahres](#), fordert das Food-Startup *the nu company* – bekannt für seine Schokoriegel *nu'cao* – erneut die Lebensmittelbranche heraus. Die Challenger-Brand lädt im Rahmen der Kampagne „*Neue Regeln. Neue Riegel*“ zum **Schokoriegel-Gipfel** nach Leipzig ein – und appelliert an Großkonzerne wie Nestlé, Storck oder Ferrero teilzunehmen. Auf der Agenda steht ein aus ihrer Sicht längst überfälliges „**Reinheitsgebot für Schokoriegel**“. Hierfür hat the nu company sechs Forderungen aufgestellt, die die Gründer mit den Branchenkollegen am 21. Oktober 2021 in Leipzig diskutieren möchten.

Co-Founder Christian Fenner sagt zu der Initiative: „Letztes Jahr haben wir lautstark auf die verheerenden Folgen aufmerksam gemacht, die die Lebensmittelindustrie verursacht. Getan hat sich seit dem viel zu wenig. Deshalb gehen wir dieses Jahr einen Schritt auf große Hersteller zu, um gemeinsam einen neuen Weg einzuschlagen. Die Fakten sind schließlich nach wie vor alarmierend:

- Mehr als 50 Prozent der Erwachsenen und 15 Prozent der Kinder in Deutschland sind **übergewichtig**.
- Jeden Tag landet eine LKW-Ladung **Plastik** im Meer – auch aus Deutschland.
- Der Konsum von **tierischen** Lebensmitteln nimmt immer noch zu – obwohl eine vegane Ernährung den CO2-Fußabdruck signifikant senken könnte.
- Noch immer arbeiten über **1,5 Millionen Kinder** auf Kakaoplantagen weltweit.“

All diese Punkte – und die entsprechenden Antworten darauf – möchte the nu company mit den großen Wettbewerbern am 21. Oktober diskutieren. Dabei hat die nachhaltige Leipziger Food-Brand nicht nur mit den eigenen Produkten bereits ordentlich vorgelegt, sondern auch die aus ihrer Sicht notwendigen sechs **Ziele bis 2030** formuliert, die nun zur Debatte stehen:

1. Zuckergehalt in Schokoriegeln um mindestens 30 Prozent reduzieren.
2. Einwegplastikverpackungen durch heim-kompostierbaren Materialien oder Papier ersetzen.
3. Tierische Zutaten wie Milchpulver durch pflanzliche Alternativen ersetzen.
4. Transparenz in der Zutatenliste schaffen durch wenig verarbeitete und möglichst natürliche Zutaten.
5. Kinderarbeit bei Kakaolieferanten vollständig bekämpfen.
6. Klimaneutralität oder -positivität der Produkte erreichen.

Begleitet wird die Forderung des „Reinheitsgebots für Schokoriegel“ durch eine umfangreichen Kommunikationskampagne: mit Außenwerbung in 37 deutschen Städten, einem Kampagnenfilm in den sozialen Medien und großen Aufbauten und Aktionen in Supermärkten.

Fenner abschließend: „Das deutsche Reinheitsgebot für Bier geht auf das Jahr 1516 zurück. Wir haben uns gefragt, ob ein solches Manifest nicht auch für andere Produkte funktionieren könnte, damit sie gesundheitliche und nachhaltige Standards erfüllen. Deshalb werden wir im Gespräch mit Wettbewerbern für unsere Branche gemeinsame Ziele

diskutieren – im Interesse unserer Kunden und unseres Planeten. Das größere Ziel dahinter ist natürlich, dass weitere Kategorien nachziehen und wir eine nachhaltige Transformation der Lebensmittelindustrie anstoßen.“

Mehr Informationen, Argumente und Fakten: nurules.de

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 „purposedriven“ 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.