



THE VENTURE

05.01.2016 13:30 CET

Start-up Wettbewerb Chivas The Venture gibt Finalisten bekannt

**Chivas Regal und Frank Thelen auf der Suche nach dem vielversprechendsten
Social Entrepreneur Deutschlands**

Der globale Social Entrepreneurship Wettbewerb The Venture ermöglicht einer neuen Generation sozialer Unternehmer, einen positiven Wandel herbeizuführen. Der Contest entspringt dem Gründergeist der Chivas Brothers: Er fördert soziales Unternehmertum und möchte jene belohnen, die mit ihren Projekten Gutes tun. Bei diesem Aufruf für aufstrebende Sozialunternehmer in Deutschland, setzten sich drei Finalisten durch.

Julia Römer ist Ingenieurin und Erfinderin des Kühlsystems Coolar. Ihr Start-up verfolgt das Ziel einer garantierten Kühlung von Medikamenten und Lebensmitteln abseits stabiler Stromnetze. Die genutzte Technologie kühlt mit Wärme anstatt Elektrizität. Gründer Christoph Müller-Dechent widmet sich mit FoodLoop dem vermeidbaren Problem der Lebensmittelverschwendung. Sein Antrieb dazu ist die Chance, durch Technologie die alltägliche Handhabung von Nahrungsmitteln zu verändern. Über die webbasierte Smartphone App können Verbraucher sich kurz vor dem Verfallsdatum befindende Lebensmittel aufrufen und diese zu einem reduzierten Preis kaufen. Die Idee zu ROOM IN A BOX entwickelten Lionel Palm und Gerald Dissen im Studium. Das Konzept setzt auf faltbare Möbel aus umweltfreundlichen, ökologischen Materialien, die sich unkompliziert dem Leben ihrer Verwenderschaft anpassen. Damit spricht das junge Unternehmen vor allem den Lebensstil der Generation Y an – mobil, flexibel und umweltfreundlich.

Am 13. Januar 2016 stellen sich diese drei Start-ups mit sozialem Auftrag im deutschen Vorentscheid einer hochkarätigen Jury. Neben dem Vorsitzenden Frank Thelen (CEO Venture Capital e42), dem Berliner Gründervorbild Christian Reber (Founder Wunderlist und Microsoft-Scout) und Investor Alex von Frankenberg (CEO High-Tech Gründerfonds), erweitert Medienprofi Nikolaus Röttger (Chefredakteur WIRED) das vierköpfige Jury-Team. Gemeinsam entscheiden die Experten, welches der deutschen Social Businesses das Ticket zum internationalen Finale in den USA gewinnt und dort um eine Gesamtförderung von \$1 Million pitcht. Durch den Finalabend führt Nadia Boegli, Co-Founder und CEO der Social Entrepreneurship Plattform The Changer.

Frank Thelen über den Contest: „The Venture ist ein hochkarätiger Wettbewerb mit klarer, sozialer Botschaft – das hat mich fasziniert. Das Zusammenspiel aus hochwertiger Marke, einem anspruchsvollen Wettbewerb, der Förderung von Start-ups und einer positiven gesellschaftlichen Zielsetzung hat so gut gepasst, dass ich unbedingt mitmachen wollte.“

Über die Finalisten:

Coolar

Kühlung liefert einen elementaren Beitrag zur Sicherung grundlegender Lebensqualität. An Orten, an denen eine stabile Stromversorgung nicht

garantiert ist, ist auch eine lückenlose Kühlung nicht möglich oder oft ausfallanfällig. Coolar revolutioniert Kühlschränke, indem es eine Technologie entwickelt, die mit Wärme anstatt mit Elektrizität kühlt. Zum Antrieb des Systems wird nur Warmwasser benötigt, das günstig zu generieren ist (z.B. mit Solarwärme) und sehr einfach in einem isolierten Tank gespeichert werden kann. Coolar bietet somit die kostengünstigste, langlebigste Lösung zur Kühlung von Medikamenten und Lebensmitteln abseits stabiler Strom-netze. Das Berliner Start-up ermöglicht dank Ausnutzung umweltfreundlicher Wärmekapazitäten und völliger Schadstofffreiheit eine ökologisch nachhaltige Kühltechnologie.

FoodLoop

Weltweit geht etwa 1/3 der gesamten Lebensmittelerzeugung vom Ernte- und Produktionsort bis zum Verbraucher verloren. Das junge Start-up FoodLoop aus Köln widmet sich der vermeidbaren Lebensmittelverschwendung. Die softwaregestützte Plattform lässt Lebensmittel kurz vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums auf dem Smartphone und im Web in Echtzeit sichtbar werden. Somit können sich Nutzer gezielt über das aktuelle Angebot an Produkten informieren und diese preisreduziert kaufen. Auch für den Handel ein klarer Vorteil: Anstatt Lebensmittel wegzuworfen, können Supermärkte so zusätzlich Geld verdienen. Ein Einkaufstagebuch, Reste-Rezepte, Nachhaltigkeits-Vergleiche und Gutscheine sollen den Verbraucher zusätzlich spielerisch zu einem nachhaltigeren Lebensstil und ressourceneffizienterem Handeln motivieren.

ROOM IN A BOX

Durch die immer flexibler werdenden Lebensentwürfe junger Generationen erfahren auch die Verwendungsarten von Einrichtungsgegenständen eine Transformation – weg vom langfristigen Begleiter und hin zum anpassungsfähigen Verbrauchsgegenstand. Meist halten die bislang angebotenen Konstruktionen schon dem ersten Umzug nicht stand. ROOM IN A BOX entwickelt und vertreibt langfristig einsetzbare Möbel aus ökologischen Materialien, die einfach umzuziehen sind und viele Jahre ihren Dienst verrichten. Seit April 2013 entwickelt das Berliner Gründerteam zusammenfaltbare Pappmöbel wie Betten, Tische und Regale, die so leicht sind, dass man sie unter dem Arm getragen bekommt. Die verwendete Pappe besteht dabei zu 85 Prozent aus recycelten Papierfasern und kann zu 100 Prozent wiederverwertet werden.

Der Gewinner des deutschen Vorentscheids wird am 15. Januar 2016

bekanntgegeben. Weitere Informationen und Bildmaterial stehen im Downloadbereich unter folgendem Link zur Verfügung: <http://bit.ly/22k5BkM>

www.theventure.com

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit einem Umsatz von 10,7 Milliarden € im Geschäftsjahr 2021/22. Pernod Ricard besitzt 17 der Top-100-Spirituosenmarken und verfügt über eines der prestigeträchtigsten und umfassendsten Portfolios der Branche mit über 240 Premiummarken, die in mehr als 160 Märkten vertrieben werden. In Deutschland wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium Marken wie z.B. Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Lillet, Malibu, MALFY, Perrier-Jouët, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, und Monkey 47. Die Mission von Pernod Ricard „Unlock the magic of human connection by bringing Good Times from a Good Place“ wird über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden. Der Erfolg in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter:innen. Die jedes Jahr stattfindende Employee Survey ergab, dass sich 81 % der Mitarbeiter:innen in hohem Maße mit dieser Vision identifizieren. Zudem stimmen 86 % zu, dass ihre Arbeit zum Erfolg von Pernod Ricard beiträgt und 80 % sind der Meinung, dass jede:r Créateur de Convivialité die gleichen Chancen im Unternehmen hat (iSay 2.0 Survey, 2021).

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123