



PRESSEMITTEILUNG

followfood gleicht ab 2017 durch Transportrouten entstehendes CO2 aus

Erster Schritt auf dem Weg zum CO2-freien Unternehmen: followfood unterstreicht als erster Lebensmittelhersteller, der Emissionen kompensiert, Vorreiterrolle

Friedrichshafen, den 10. November 2016 – Der Schutz der Meere und der Umwelt ist seit Firmengründung ein tiefes Anliegen des Friedrichshafener Lebensmittelherstellers followfood. Ab Anfang 2017 wird das Unternehmen alle CO2-Emissionen, die durch den Transport seiner Waren unter der Marke followfood (Biopizzen) und followfish, Deutschlands nachhaltigster Fischmarke, entstehen, durch Baumbepflanzung in Uganda ausgleichen. Zusammen mit dem renommierten Anbieter für freiwillige CO2-Kompensation myclimate wurde ein entsprechendes Konzept erarbeitet. Dies ist der erste Schritt auf dem Weg, followfood zu einem CO2-freien Lebensmittelanbieter zu machen.

followfood ist eine Marke, die seit ihrem Start 2007 auf Transparenz setzt und als Pionier der Branche einen Tracking-Code auf den Verpackungen einführte, um Lieferanten und Beschaffungswege offenzulegen. Der Anbieter von inzwischen weit über 50 Produkten, darunter tiefgekühlter Fisch, Pizza mit Fischprodukten sowie vegetarischen Varianten, Thunfischsalate und Thunfischcremes (Thunfisch, der auf den Malediven traditionell von Hand gefangen wird), setzt ausschließlich auf den Fischgenuss aus zertifiziertem Fischfang (gemäß Marine Stewardship Council MSC) und Bio-Aquakulturen. Mit dem Ausgleich der durch die Waren-Transporte entstehenden CO2-Emissionen geht followfood jetzt noch einen Schritt weiter. Als erstes Unternehmen der Branche wurden alle CO2-Emissionen der Transportwege etwa des Fisches von der Anlandung bis hin zum Endlager in Zusammenarbeit mit myclimate exakt berechnet. Dabei entstehen jährlich insgesamt 400 Tonnen CO2. Diese Emissionen werden ab 2017 durch ein Aufforstungsprojekt in Uganda komplett kompensiert. Damit bestätigt followfood erneut seine Rolle als Pionier der Branche, der sich nachhaltig für Umweltschutzthemen engagiert. Beim Ausgleich der Transportwege soll es deshalb auch nicht bleiben. Im Gegenteil: Für das Unternehmen ist der CO2-Ausgleich des Transports lediglich der erste Schritt auf dem Weg, das Unternehmen insgesamt CO2-neutral zu machen.

„Für uns ist Umwelt- und Meeresschutz kein Marketinginstrument, sondern eine Grundhaltung und gehört zu unserer Unternehmens-DNA. Wir beschäftigen uns bereits viele Jahre mit dem Thema CO2-Emissionen. Die Transportwege durch das Aufforstungsprojekt auszugleichen, ist für uns erst der Anfang. Unser Anspruch ist es, in absehbarer Zeit als Unternehmen insgesamt CO2-neutral zu führen“, erläutert Jürg



Knoll, Mitgründer und Partner von followfood, die Unternehmensstrategie der Zukunft.

Der Ausgleich der Transportrouten von followfood erfüllt die höchsten Ansprüche (Plan Vivo Standard) von myclimate und wurde durch den Partner für wirksamen Klimaschutz zertifiziert.

Weitere Informationen zum Aufforstungsprojekt:

<http://de.myclimate.org/de/klimaschutzprojekte/projekt/uganda-wald-7181/>

myclimate

myclimate entstand 2002 aus einem Projekt von Studierenden und Professoren der ETH Zürich. myclimate hat bis 2015 den Ausstoß von insgesamt über 3 Millionen Tonnen CO₂ vermieden. Die Organisation fungiert heute als weltweit tätige Klimaschutzstiftung. Die myclimate-Klimaschutzprojekte haben seit Bestehen der Stiftung Tausende von Jobs geschaffen und die Biodiversität geschützt und die allgemeinen Lebensumstände Hunderttausender Menschen verbessert. Nicht zuletzt deswegen hebt das deutsche Umweltbundesamt myclimate als Anbieter für die freiwillige CO₂-Kompensation explizit hervor. Das Unternehmen wurde mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet: 2015 etwa mit dem prix-eco, dem Schweizer Nachhaltigkeitspreis.

www.myclimate.org

followfood GmbH

Die followfood GmbH ist kein herkömmliches Unternehmen, followfood ist eine Bewegung. Für Nachhaltigkeit, Transparenz und einen ehrlichen, respektvollen Umgang mit der Umwelt und Nahrungsmitteln. Das Friedrichshafener Unternehmen produziert und vertreibt mit den Marken followfish und followfood ausgezeichnete und nachhaltige Lebensmittel höchster Qualität. Geprägt durch den Grundgedanken „Folge dem wahren Geschmack“ führte das Unternehmen in 2007 als Marktinnovation einen Tracking-Code auf jeder Verpackung ein, mit dem die Konsumenten alle Lieferanten und Beschaffungswege der Produkte und ihrer Bio-Zutaten online abrufen und nachvollziehen können. Dafür wurde Deutschlands nachhaltigste Fischmarke followfish in den vergangenen Jahren mehrfach ausgezeichnet, zuletzt als „Biomarke des Jahres 2015“ in Gold. In 2015 erhielt zudem die followfood „Pizza Vegetariana Bio“ einen Platz in den „Top 3 Deutschlands nachhaltigster Produkte“. Geschäftsführer der followfood GmbH sind Jürg Knoll und Harri Butsch, der Sitz des Unternehmens liegt in Friedrichshafen. Bis Dezember 2015 firmierte das Unternehmen als fish & more GmbH. Das Unternehmen followfood wächst seit Jahren zweistellig und wurde vielfach ausgezeichnet. Die Wachstums-, Wiederkauf- und Weiterempfehlungsraten sind überdurchschnittlich hoch. Denn immer mehr Konsumenten wollen Fisch ohne schlechtes Gewissen genießen.

<http://www.followfish.de>

Pressekontakt:

Im Auftrag der followfood GmbH – Ingeborg Trampe - trampe communication

E-Mail: ingeborg@trampe-communication.de / Tel.: 0173 311 3675

www.trampe-communication.de

