



HSLU Hochschule
Luzern

Nachhaltigkeit – Chancen und Challenges für Startups

Nicole Blum, Founder & CEO No Bullsh!t



NO
BULLSHIT

Bereits über 13'000 Produkte verkauft



WER?

Ist crazy genug
ein Business zu
gründen, wenn...





NO BULLSHIT

Nachhaltigkeit ist keine Option. Es ist eine Frage des “wie weit können wir gehen”

- Es geht für uns Hand in Hand mit Naturkosmetik
- Es ist wichtig und richtig
- Wir sehen unserer Rolle auch darin, unsere Kunden auf diese Themen zu sensibilisieren und im besten Fall ihr Konsumverhalten entsprechend zu beeinflussen
- Es ist die Zukunft – the new normal



**NO
BULLSH!T**

Unsere Werte



NATÜRLICH

Meine Produkte enthalten ausschliesslich natürliche Inhaltsstoffe - vorwiegend in Bio-Qualität.



VEGAN

Alle Produkte sind 100% vegan und selbstverständlich tierversuchsfrei.



LOKAL

Ich produziere meine Produkte in der Schweiz - einige sogar in sorgfältiger Handarbeit.



NACHHALTIG

Für die Verpackung meiner Produkte scheue ich keinen Aufwand auf der Suche nach der perfekten, nachhaltigsten Lösung.



NO BULLSH!T

Meine Produkte enthalten nur die wirklich notwendigen Inhaltsstoffe. Keine künstlichen Farb- oder Duftstoffe, keine künstlichen Konservierungsmittel.



REFILL

Die leeren Behälter können an mich zurück geschickt werden. Ich reinige und verwende sie wieder - Du kriegst für deine Mithilfe einen Rabatt.

Dimensionen der Nachhaltigkeit

ÖKOLOGISCHE
DIMENSION



ÖKONOMISCHE
DIMENSION



SOZIALE
DIMENSION



NO
BULLSHIT

Was wir tun

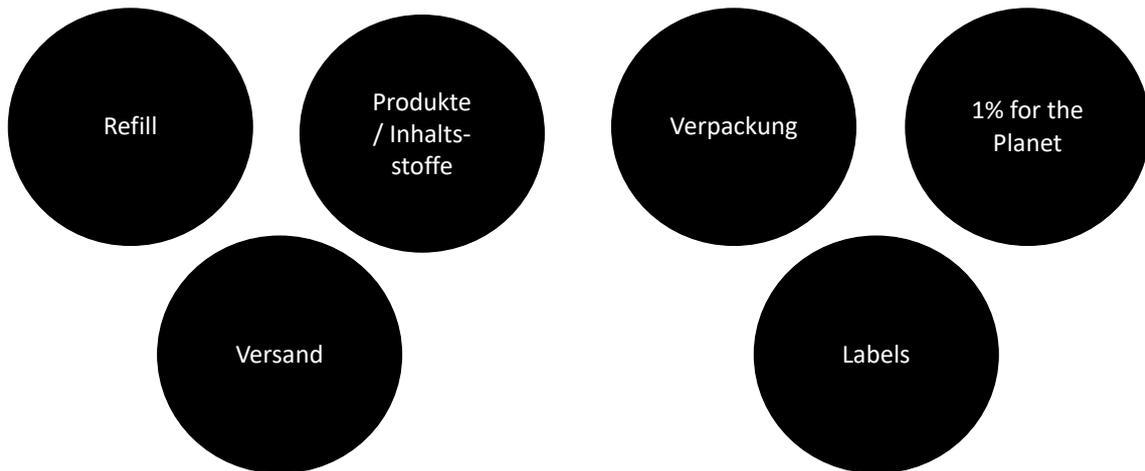
NO
BULLSHIT

Was wir tun

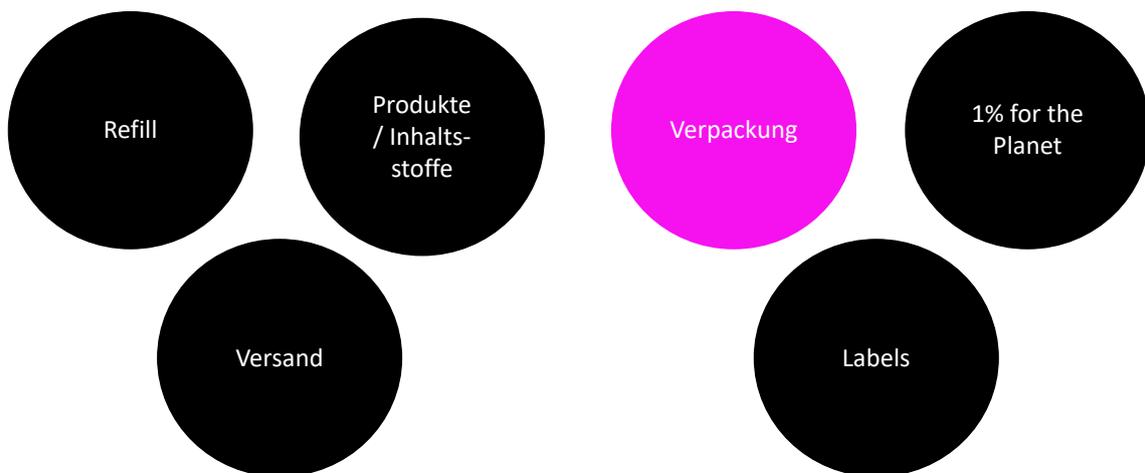
- Kurze Transportwege (Produktion, Logistik, Entwicklung, alles sehr nahe, vorerst alles in der CH)
- Nachhaltige Produkte-Verpackungen (Alu, Glas, Green-PE, Karton)
- Nachhaltiger Versand (Briefpost, Papier, Recycling-Materialien, keine Retouren)
- Refill-System der Alu-Dosen
- Nachhaltige Produkte (wasserfrei) und Inhaltsstoffe
- Nachhaltige Druckerzeugnisse (Recycling-Papier, Cradle-to Cradle)
- Homeoffice, Reisen mit den ÖV's
- 1% for the Planet Member



Für den Kunden sichtbar und daher relevant



Für den Kunden sichtbar und daher relevant



NO
BULLSHIT

Die Verpackung

Verpackung

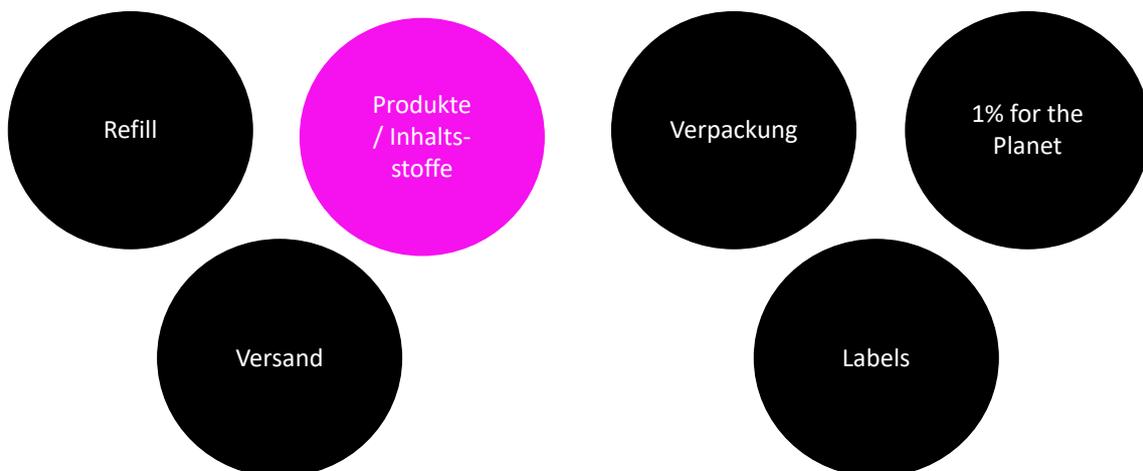
Fakt ist

- Kleiner Anteil an der ganzen Wertschöpfungskette
- Für den Kunden aber SEHR RELEVANT, da sichtbar und fühlbar

Herausforderungen

- Funktionen der Verpackung (Schutz, Info, Transport, Convenience, Branding...)
- Der Heilige Gral – die perfekte Kosmetik-Verpackung gibt es nicht
- MOQ - Mengen, die für Startups unerreichbar sind
- Nachhaltige Verpackungen sind teurer als herkömmliche
- Greenwashing vieler grosser Hersteller (Produkte die nur “haptisch” oder “optisch” nachhaltig sind)

Für den Kunden sichtbar und daher relevant



NO
BULLSHIT

Das Produkt



Produkte
/ Inhalts-
stoffe

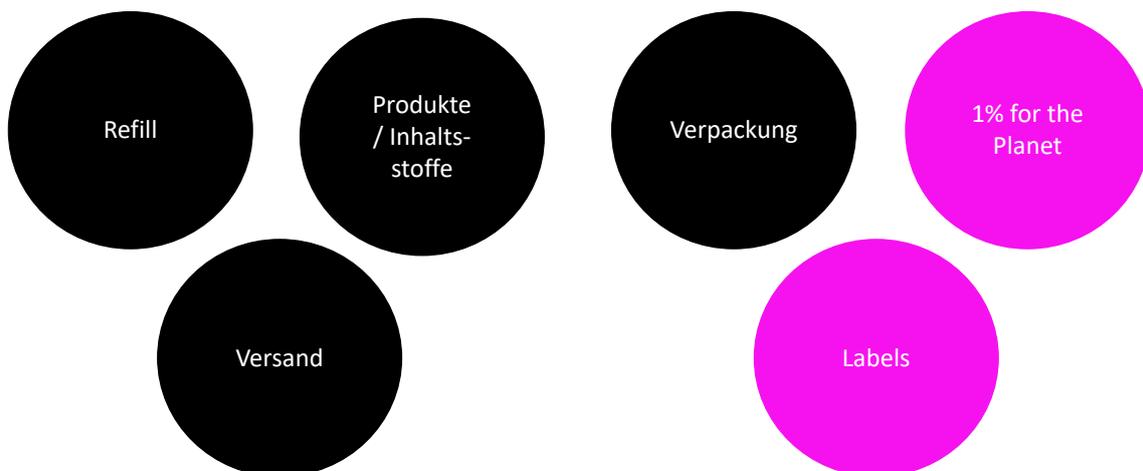
Fakt ist

- Immer mehr Menschen interessieren sich für Inhaltsstoffe und Herkunft der Produkte
- Viele Produkte – gerade in der Kosmetik – enthalten (zu) viel Bullshit
- Nachhaltigkeit spielt (noch) in der Kosmetik eine untergeordnete Rolle

Herausforderungen

- Naturkosmetik ist in der Herstellung aufwändiger
- Weniger Entwickler, Hersteller – kompetente Partner
- Abhängigkeit als Startup von Herstellern – wenig Einfluss auf deren Nachhaltigkeit
- Rezepturen entwickeln, die nachhaltig sind und die nachhaltige Verpackungen zulassen

Für den Kunden sichtbar und daher relevant



NO
BULLSHIT

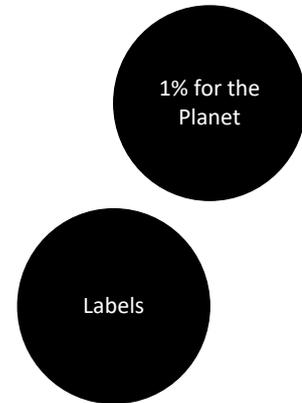
Labels, Labels, Labels

Fakt ist

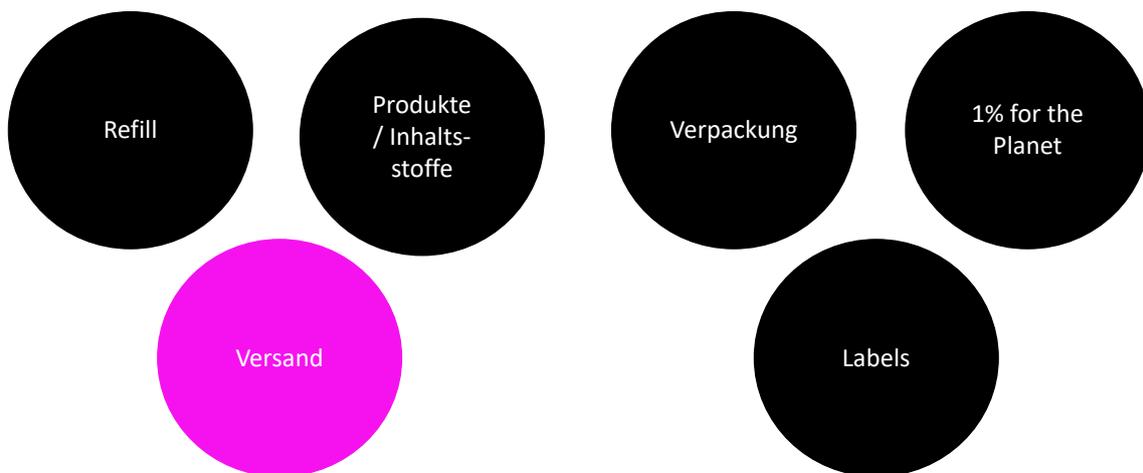
- Es ist eine Label-Wüste
- Die Kunden wissen oft nicht, was dahinter steckt

Herausforderungen

- Die Wahl des "richtigen" Labels
- Europäische Märkte verlangen Labels
- Kosten und Aufwand – für Startups eine Belastung
- Greenwashing



Für den Kunden sichtbar und daher relevant



NO
BULLSH!T

Versand und Retouren


 Versand

Was wir tun

- Viele Produkte können als Briefpost verschickt werden
- Wenig und nachhaltiges Verpackungsmaterial
- Versandkostenfrei erst ab 80 Franken
- Keine Retouren 😊 🙅🙅🙅

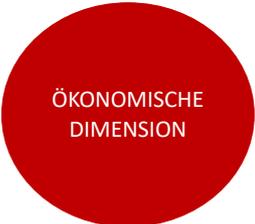
Herausforderungen

- Grosshändler sind Versandkosten-frei
- MOQ und Kosten nachhaltiger Versandmaterialien
- Logistik – Lagerplatz und –Bewirtschaftung – Kosten!

Nachhaltigkeit bei No Bullsh!t


 ÖKOLOGISCHE
DIMENSION

- Rohstoffeinsatz
- Energieverbrauch
- Wasserverbrauch
- Abwassermenge
- Emissionen


 ÖKONOMISCHE
DIMENSION

- Positionierung, Image
- Education
- Wirtschaftlichkeit (rentabel seit Gründung)
- Schlanke Strukturen
- Transparenz


 SOZIALE
DIMENSION

- Schlanke Organisation
- Home office
- Reisen mit Zug
- Arbeitsintegration Lernwerk
- Justizvollzugsanstalt
- Philosophie der Freelancer
- Diverses Team



NO
BULLSHIT

Challenges

- Es ist anstrengend! 😊
- Ressourcen und Kosten
- Begrenzte Möglichkeiten als Startup
- Jedes Produkt bringt individuelle Herausforderungen mit sich
- “Aufklärung” und Education der Kunden
- In vielen Bereich “ist man noch nicht so weit” (Verpackungen, Recycling, Education)
- Nachhaltige Lösungen kosten immer mehr als “Bullshit-Lösungen”

**NO
BULLSH!T**

Chancen

- Etwas verändern und bewirken können
- Sich auf dem Markt als verantwortungsvoller Brand positionieren
- Die Kunden motivieren, sich mit ihrem Konsumverhalten und dem Thema Nachhaltigkeit auseinander zu setzen
- Die Nachfrage ist vorhanden, sie wird steigen = Potenzial
- Startups sind agiler, mutiger, frecher – offener für Experimente
- Junge Firmen können Nachhaltigkeit von Anfang an integrieren – das ist viel einfacher, als es in bestehende Firmen einzuführen

**NO
BULLSH!T**

THANK YOU!

Nicole Blum
No Bullsh!t
hello@nobullshit.care
www.nobullshit.care