

share



Wall



**Inklusive Mode**

## **share, dm, Deutsche Bahn, ProSieben und WALL starten beispiellose Hilfsaktion für mehr Chancengleichheit**

**Sperrfrist: 12. November 2020, 8 Uhr**

**Berlin, 12.11.2020** – Das Berliner Start-up share nimmt sich zusammen mit starken Partnern ab dem 12. November einer beispiellosen Hilfsaktion an: mit Mützen und Schals in leuchtendem Gelb und Rot. Für jedes verkaufte Produkt wird nach dem „1+1-Prinzip“ von share noch einmal das gleiche Produkt an ein Kind oder einen Jugendlichen in schwierigen Lebenssituationen gespendet und durch SOS-Kinderdorf verteilt. Über 30.000 Kinder und Jugendliche sollen so mit je einer Mütze und einem Schal versorgt werden. Gemeinsam mit dm, der Deutschen Bahn, ProSieben und Wall gestartet, soll die Aktion unter dem Motto „Wärme für dich. Wärme für ein Kind.“ auf die Wichtigkeit von gesellschaftlichem Zusammenhalt aufmerksam machen – und Menschen in Deutschland die Möglichkeit geben, ein Zeichen gegen Kinderarmut und für mehr Chancengleichheit zu setzen.

Heute ist fast jedes fünfte Kind in Deutschland von Armut bedroht.<sup>1</sup> Betroffene haben öfter psychische Probleme oder sind verhaltensauffällig, sie treiben auch seltener Sport, ernähren sich ungesünder und sind häufiger übergewichtig.<sup>2</sup> Die Chance auf Bildung und gesellschaftliche Teilhabe hängt dabei nach wie vor stark von der Herkunft und dem sozialen Status ab – ein großes gesellschaftliches Problem, das durch die Corona-Pandemie aktuell zusätzlich verstärkt wird. Durch Jobverlust oder Kurzarbeit der Eltern und eingeschränkte Möglichkeiten für Homeschooling wird sich die soziale Ungleichheit weiter verschärfen.<sup>3</sup>

### **SOZIALER ZUSAMMENHALT SICHTBAR GEMACHT**

Dass Kinder und Jugendliche in einem der reichsten Länder der Welt derart ungleich aufwachsen und leben müssen, ist für das soziale Unternehmen share ein unerträglicher Gedanke. Die Corona-Krise bewegte die Berliner nun zum Handeln. Herausgekommen ist die erste Bekleidungskollektion von share – und ein echtes Herzensprojekt des Start-ups und seiner Partner dm-drogerie markt (dm), ProSieben, die Deutsche Bahn (DB) und Wall GmbH (Wall), die das Projekt gemeinsam mit share und SOS-Kinderdorf ins Leben gerufen haben.

„Mit unseren Mützen und Schals machen wir uns den exklusiven Anspruch von Mode zunutze – indem wir ihn um 180 Grad drehen. Wenn ich jemandem mit share-Mütze auf der Straße begegne, weiß ich nicht, ob sich diese Person die Mütze gekauft oder sie

---

<sup>1</sup> Bertelsmann Stiftung: Kinderarmut in Deutschland, Juli 2020, [Online](#).

<sup>2</sup> Statistisches Bundesamt: Pressemitteilung vom 14. November 2018 zum Datenreport 2018, [Online](#).

<sup>3</sup> Bundeszentrale für politische Bildung: Corona-Krise: Was sind soziale Folgen der Pandemie?, April 2020, [Online](#).

gespendet bekommen hat. Aus unserer Sicht ist das ein wunderbares Signal für mehr sozialen Zusammenhalt“, erklärt Sebastian Stricker, einer der Gründer und Geschäftsführer von share. „Als SOS-Kinderdorf signalisiert hat, dass es einen tatsächlichen Bedarf für solche Produkte gibt, haben wir uns an die Arbeit gemacht. Es macht uns sehr stolz und glücklich, dieses Herzensprojekt nun gemeinsam mit so starken Partnern zu starten.“

dm fungiert dabei als bedeutender starker Vertriebspartner der Aktion. In über 1.800 dm-Filialen sowie online auf dm.de sind die Mützen und Schals für Erwachsene und Kinder ab dem 12. November verfügbar. „Kinder sind und bleiben die Zukunft unserer Gesellschaft – und wir setzen uns dafür ein, auch diejenigen zu unterstützen, die in schwierigen Lebensumständen groß werden müssen. Daher freuen wir uns sehr, diese Aktion für mehr soziale Wärme zu starten und so gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden ein starkes Zeichen für mehr Mitmenschlichkeit senden zu können“, so Sebastian Bayer, Geschäftsführer Marketing und Beschaffung bei dm-drogerie markt. Auch die Deutsche Bahn unterstützt die Aktion. Das Unternehmen hat 1.200 Mützen abgenommen und wird diese an Bedürftige weitergeben. „Den Schwächsten der Gesellschaft zu helfen ist ein Anliegen, das wir bei der Deutschen Bahn schon lange und auf vielfältige Weise unterstützen. Deshalb sind wir bei dieser herausragenden Aktion unseres Partners share gerne und mit voller Überzeugung dabei“, so Dr. Michael Peterson, Vorstandsvorsitzender DB Fernverkehr AG.

ProSieben schenkt der Aktion als Medienpartner die Aufmerksamkeit, die sie verdient. David Loy, ProSieben-Marketingchef: „Der solidarische Gedanke von ‘Wärme für dich. Wärme für ein Kind.’ macht die Initiative so besonders. ProSieben stützt diese Aktion gerne mit seiner Markenkraft und möchte der Initiative maximale Reichweite beschenken. Solidarität ist insbesondere in Zeiten wie diesen ein wichtiger gesellschaftlicher Wert.“ Out-of-Home-Spezialist WALL stellt zusätzlich digitale Werbeflächen zur Verfügung. „Gern unterstützen wir die Kampagne von share und verschaffen ihr eine nationale Sichtbarkeit und Reichweite. Wir freuen uns sehr, dass share hier die Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen aus sozial schwächeren Familien in den Fokus der Öffentlichkeit rückt. Die wirtschaftlichen Folgen der Pandemie dürfen nicht auf ihrem Rücken ausgetragen werden“, so Frauke Bank, Leiterin Unternehmenskommunikation der Wall GmbH.

## **SOS-KINDERDORF ÜBERNIMMT VERTEILUNG**

Die Verteilung der Produkte wird durch den SOS-Kinderdorf e.V. deutschlandweit in seinen SOS-Familienzentren umgesetzt. Mit diesen bietet SOS-Kinderdorf eine erste Anlaufstelle für Kinder, Jugendliche und Familien in schwierigen Situationen. Unterstützung erhalten diese unter anderem durch Mittagstische, bei denen preiswerte und gesunde Mahlzeiten angeboten werden, oder durch Secondhandläden für preisgünstig Kinderkleidung. In Nachhilfestunden werden Kinder mit Schulproblemen ohne große finanzielle Kosten gefördert. Darüber hinaus gibt es vielfältige Beratungsangebote und auch konkrete Hilfe, etwa bei Erziehungsproblemen oder dem Umgang mit Geld.

„Arbeitslosigkeit, Überforderung oder Trennungen setzen viele Familien im Alltag unter Druck. Die Corona-Krise hat die Situation für sie in diesem Jahr zusätzlich verschärft. Gemeinsam mit share wollen wir auf die Situation von benachteiligten Kindern und Jugendlichen aus belasteten Familien aufmerksam machen und ihnen

zeigen, dass sie nicht alleine sind. Durch den Kauf eines Sets wird nicht nur ein bisschen Wärme gespendet, sondern vor allem signalisiert, dass wir es gemeinsam durch diese besondere Zeit schaffen. Wir freuen uns daher sehr, ein Teil dieser Kooperation mit all diesen starken Partnern zu sein und die gespendeten Wärme-Sets an Kinder und Jugendliche in unseren Familienzentren in Deutschland zu übergeben“, so Elke Tesarczyk, Leitung Marketing des SOS-Kinderdorf e.V.

share-Mützen sind ab heute für je 9,95 Euro, Schals für Erwachsene für je 18,95 Euro und Loops für Kinder für je 14,95 Euro bei dm sowie online auf dm.de verfügbar. Alle Produkte sind in Feuerrot und Sonnengelb erhältlich, bestehen zu 50 Prozent aus Baumwolle und sind OEKO-TEX-100-zertifiziert.

## **ÜBER SHARE**

Gemeinsam mit seinen Co-Foundern Iris Braun, Ben Unterkofler und Tobias Reiner hat der gebürtige Wiener Sebastian Stricker im April 2017 das Unternehmen share gegründet. Das Geschäftsprinzip: Menschen, die viel haben, teilen mit anderen, die weniger haben – und zwar ohne großen Aufwand in Form von kleinen Beträgen an der Supermarktkasse. Dafür bietet share bei seinen Handelspartnern dm drogerie-markt und REWE sowie bei der Deutschen Bahn, IKEA, Eurowings und verschiedenen Convenience-Stores Produkte nach dem „1+1-Prinzip“ an. Bedeutet: Für jeden verkauften Artikel hilft share mit einem gleichwertigen Produkt oder Service. So versorgt der Kauf eines Bio-Nussriegels zum Beispiel ein Kind in der Republik Kongo mit einer Schulmahlzeit. Das in zu 100 Prozent recycelten Plastikflaschen abgefüllte Wasser finanziert einen Tag lang Trinkwasser in Ländern wie Liberia oder Äthiopien. Und jedes Hygiene- und Pflegeprodukt spendet Hygiene, durch Handseife oder Latrinenbau. Die Umsetzung der Spenden erfolgt dabei sowohl national als auch international durch shares soziale Partnerorganisationen wie dem UN World Food Programme, Aktion gegen den Hunger, Welthungerhilfe oder Tafel Deutschland. Insgesamt konnte share bereits 750.000 Menschen in Not durch die Finanzierung des Baus und der Reparatur von 126 Brunnen, die Verteilung von 10 Millionen Mahlzeiten und über 6 Millionen Hygieneprodukte unterstützen. Seit Oktober 2020 vertreibt share zusätzlich Schreibwaren, durch die Schulstunden in Uganda finanziert gespendet werden.

## **RÜCKFRAGEHINWEIS**

Marie-Sophie Vorbrodt  
presse@share.eu  
0176 47035135

[www.share.eu/waerme](http://www.share.eu/waerme)