

Sperrfrist: 22.03.2018, 00:00 Uhr

Weltwassertag – Wasser kaufen und Gutes tun

share teilt Erfolg – Deutsche Verbraucher finanzieren Brunnenbau für Menschen in Not

- Seit dem 12. März sind die [share](#) Mineralwasser, Bio-Nussriegel und Handseifen millionenfach in allen REWE- und dm-Filialen in Deutschland erhältlich
- Pünktlich zum Weltwassertag verkündet das Start-up den Bau eines ersten Brunnens in Liberia – nur zehn Tage nach dem Verkaufsstart in Deutschland
- Nach dem 1+1 Prinzip wird für jede gekaufte Flasche Wasser einem Menschen in Not ein Tag sauberes Trinkwasser bereitgestellt – gemeinsam mit [Aktion gegen den Hunger](#)



Aktion gegen den Hunger ©Tom Heath

Berlin, 22. März 2018: Nur zehn Tage nach ihrem Launch kann die neue soziale Lebensmittelmarke [share](#) bereits den Bau eines ersten Brunnens in Liberia verkünden. Das Start-up ist angetreten, die ungleiche Verteilung von Ressourcen und Wohlstand weltweit zu verbessern. Dafür gibt das Berliner Unternehmen deutschen Verbrauchern seit dem 12. März die Möglichkeit, ihren Einkauf mit Menschen in Not zu teilen. Die selbstaufgelegte Challenge bis zum Weltwassertag 50.000 Flaschen Mineralwasser zu verkaufen, um einen ersten Brunnen zu finanzieren, wurde übertroffen - mehr als 100.000 Flaschen wurden verkauft. Der Bau weiterer Brunnen, unter anderem in Äthiopien, ist derzeit in Vorbereitung.

Wasser kaufen und Gutes tun – Konsum von share Produkten rettet Leben

„Mehr als 800 Millionen Menschen weltweit haben keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser, vor allem Kinder sind dadurch gefährdet. Alle zwei Minuten stirbt ein Säugling an den Folgen von mangelnder Hygiene und verunreinigtem Wasser.“, sagt Jan Sebastian Friedrich-Rust, Executive Director von Aktion gegen den Hunger. „Die Ursachen sind vielfältig: In Ländern wie dem Senegal oder Äthiopien verursacht der Klimawandel starke Dürreperioden. Andernorts wie in Liberia fehlt es an staatlicher Infrastruktur und oft kommen mehrere Faktoren wie Armut und bewaffnete Konflikte zusammen.“

Mit den verkauften Flaschen von share kann Aktion gegen den Hunger in den von Wassermangel betroffenen Regionen die Infrastruktur für sauberes Trinkwasser verbessern – zum Beispiel durch den Bau neuer oder die Reparatur defekter Brunnen, durch den Schutz natürlicher Quellen sowie das Verlegen neuer Wasserleitungen. „Die Resonanz auf unser Konzept und unsere Produkte war so positiv, dass momentan alle ein bis drei Sekunden ein share Produkt über die Theke geht“, so Sebastian Stricker, Mitgründer von share.

Nach nur zehn Tagen im Handel sind laut Angaben von dm und REWE bereits über 100.000 Wasserflaschen über die Ladentheke gegangen – bisher ist das der erfolgreichste Launch einer sozialen Konsumgütermarke in Deutschland. Der Bau des ersten Brunnens in Liberia steht unmittelbar bevor, ein zweiter Brunnen folgt in Äthiopien. Stricker: „Dieser Erfolg zeigt deutlich, dass deutsche Verbraucher nicht nur an sich denken, sondern gerne durch den bewussten Griff ins Regal anderen Menschen helfen.“

Gemeinsam helfen – Prominente Unterstützung für das 1+1 Prinzip

Unterstützung für share gab es von Anfang an auch durch viele Promis wie den Schauspielerinnen Karoline Herfurth, Max von der Groeben oder Emilia Schüle. „Dass share bereits jetzt den ersten Brunnen bauen kann, ist überragend“, so auch Schauspieler Kostja Ullmann. „Für mich hat das Start-up ein riesiges Potential etwas zu bewegen und die Welt ein Stück weit zu verbessern. Ich bin share-Fan, weil das Prinzip dahinter so super einfach ist.“

Neben Mineralwasser hat share zum Verkaufsstart auch Bio-Nussriegel und Handseife im Sortiment und deckt damit die Grundbedürfnisse eines menschenwürdigen Lebens ab: Trinken, Essen und Hygiene. So finanziert der Kauf eines Nussriegels nach dem 1+1 Prinzip eine Portion Essen an Menschen in Not, der Kauf einer Flasche Handseife eine Seife. Die Spenden von Hygienemitteln, oftmals in Verbindung mit Hygiene-Trainings an Schulen, stellen wichtige Bausteine gegen gefährliche Infektionskrankheiten in Entwicklungsländern dar.

Zu den sozialen Partnern zählen neben der Aktion gegen den Hunger auch die Berliner Tafel e.V. und das Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen. Das Besondere: Die share-Produkte sind nicht teurer als gleichwertige Produkte im Supermarkt und Verbraucher können nach ihrem Kauf per Smartphone und Trackingcode nachverfolgen, wo die Hilfe hingeht.

Pressekontakt:

Sebastian Stricker

presse@sharefoods.de

<http://www.sharefoods.de>

+49 (0) 162 487 1457



Über share

share ist eine einzigartige soziale Marke aus Deutschland. Jeder gekaufte share-Artikel – Bio-Nussriegel, natürliches Mineralwasser oder vegane Handseife – hilft nach dem 1+1 Prinzip einem Menschen in Not im In- oder Ausland mit einem gleichwertigen Produkt. Die Share Foods GmbH wurde im April 2017 von Dr. Sebastian Stricker, Ben Unterkofler, Iris Braun und Tobias Reiner gegründet. Der Geschäftsführer von share, Sebastian Stricker, hat zuvor die Spenden-App [ShareTheMeal](#) gegründet, die weltweit bereits über 20 Millionen Tagesrationen Essen an hungernde Kinder verteilen konnte und inzwischen von den Vereinten Nationen geführt wird. Neben den großen Handelspartnern REWE und dm wird share von sozialen Partnern wie Aktion gegen den Hunger, der Berliner Tafel e.V. und dem Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen unterstützt. Zahlreiche Prominente, wie Karoline Herfurth, Kostja Ullmann und Emilia Schüle, unterstützen das Projekt von Anfang an.