

share Unternehmensporträt

Eine neue Art zu Spenden

Ressourcen und Wohlstand sind weltweit immer noch extrem ungleich verteilt, rund 130 Millionen Menschen sind aktuell auf Hilfe angewiesen.¹ Obwohl es den Deutschen so gut geht wie nie zuvor, geht die Bereitschaft zu Spenden millionenfach zurück. Der Großteil der Spender ist heute über 70 Jahre alt und nutzt noch den analogen Spendenbrief.² Deshalb entstehen immer mehr Projekte, die Spenden neu erfinden und auch für jüngere Zielgruppen attraktiv machen wollen.

Das Berliner Startup *share* hat es sich zur Aufgabe gemacht, Spenden ganz selbstverständlich in den Alltag zu integrieren. Die Idee: im Supermarkt einkaufen und gleichzeitig etwas Gutes tun. Seit März bietet das Berliner Unternehmen drei Produkte - Mineralwasser, Bio-Nussriegel und Handseife - millionenfach in 5.000 *REWE* und *dm*-Filialen in ganz Deutschland an. Die *share* Produkte werden von bewährten Familienunternehmen mit langjähriger Erfahrung und hoher Sorgfalt ohne unnötige Zusatzstoffe hergestellt. Dem Team um *ShareTheMeal*-Gründer Dr. Sebastian Stricker ist damit der größte Launch einer sozialen Lebensmittelmarke in Deutschland gelungen.

Im Supermarkt einkaufen und dabei etwas Gutes tun

Nach dem 1+1 Prinzip stellt das Start-up gemeinsam mit seinen sozialen Partnern für jedes gekaufte Produkt einem Menschen in Not ein gleichwertiges Produkt bereit. Eine Flasche Wasser sichert einen Tag Trinkwasser durch den Bau oder die Reparatur von Brunnen, ein Bio-Nussriegel die Verteilung einer Portion Essen in Deutschland oder in Krisenländern wie dem Senegal und eine Flasche Handseife finanziert eine Seife – oft in Kombination mit Hygiene-Trainings an Schulen. Ein Tracking-Code auf jedem Artikel verrät, wo die Hilfe ankommt. Das Besondere: Der Preis der *share*-Produkte unterscheidet sich nicht von gleichwertigen Produkten im Supermarkt.

Eine unabhängige Studie des Marktforschungsunternehmens Ipsos³ zeigt, dass die neue Art zu Spenden ankommt. Bereits sechs Monate nach Launch konnte *share* über 3 Millionen Flaschen Wasser verkaufen und damit 21 Brunnen in Liberia bauen - mit den 1,1 Millionen verkauften Bio-Nussriegeln konnte ebenso viele Essensrationen in Krisenregionen weltweit ausgegeben werden. Zu den sozialen Partnern zählen unter anderem *Welthungerhilfe*, das *United Nations World Food Programme*, die *Berliner Tafel e.V.* und *Aktion gegen den Hunger*. Unterstützt wird *share* auch von vielen Prominenten wie den Schauspielern Karoline Herfurth, Nilam Farooq oder Max von der Groeben.

¹ Süddeutsche Zeitung: ["Ban: 130 Millionen Menschen weltweit brauchen Hilfe zum Überleben"](#) (20.08.2016)

² FAZ: ["Weniger Deutsche spenden Geld"](#) (26.02.2018)

³ Ipsos-Umfrage: ["Share Foods: Idee kommt bei Verbrauchern gut an"](#) (26.04.2018)

Soziales Unternehmertum: Eine neue Generation von Gründern

Hinter dem Berliner Start-up *share* stecken Dr. Sebastian Stricker, Ben Unterkofler, Iris Braun und Tobias Reiner. Stricker gründete zuvor die bekannte Spenden-App *ShareTheMeal* und war mehrere Jahre bei den Vereinten Nationen in Afrika aktiv. „*share* ist die Weiterführung der Vision, soziale Ungleichheit durch Teilen zu lindern. Einen größeren Hebel, als Spenden unmittelbar mit etwas Alltäglichem wie Einkaufen im Supermarkt zu verbinden, gibt es eigentlich nicht“, so Stricker.

So möchten die Gründer nicht nur soziale Produkte verkaufen, sondern auch andere Unternehmer zu sozialem Engagement motivieren. Stricker: „Unsere Vision ist es, *sozialen Konsum* aus dem Nischendasein in den Massenmarkt zu bringen und damit auch die großen Händler animieren, mitzuziehen. Wir möchten zeigen, dass erfolgreiches Unternehmertum und gesellschaftliche Verantwortung nicht nur miteinander vereinbar sind, sondern sich sogar gegenseitig verstärken.“

share bringt sozialen Konsum das erste Mal in den Massenmarkt

Dass sozialer Konsum funktionieren kann, zeigt ein Blick in die USA. Soziale Großunternehmen wie Schuhhersteller TOMS Shoes oder Warby Parker sind Erfolgsgeschichten, die das Gründungsteam um Stricker inspirierten. Mit weiteren Produkten und sozialen Partnern soll *share* nun der erste flächendeckende Anstoß für soziales Unternehmertum in Europa gelingen. „Wir denken in Regalflächen. Aktuell haben unsere sozialen Produkte noch einen vergleichsweise kleinen Anteil. Wenn die soziale Komponente für Verbraucher aber zu einem wichtigen Kaufargument wird, könnten schon bald sehr viele Regalflächen mit sozialen Produkten gefüllt sein.“

Neben dem Prinzip des Teilens möchte *share* seine Kunden auch dazu animieren, nachhaltige Verpackungen zu verwenden. Seit September 2018 bestehen die Mineralwasserflaschen und Handseifen des Start-ups vollständig aus recyceltem Alt-Plastik - zum ersten Mal in Deutschland. Stricker: „Wir haben *share* gestartet, um mit dem Kauf im Supermarkt Menschen in Not zu helfen. Mit unseren Recycling-Flaschen erweitern wir die Idee. Nach dem Motto: gut für mich, gut für andere und gut für die Umwelt.“

Zahlen und Fakten

Geschäftsführung:	Dr. Sebastian Stricker
Website:	https://www.share.eu
Facebook:	https://www.facebook.com/sharefoodsde/?ref=br_rs
Instagram:	https://www.instagram.com/share/
Gründung:	2017
Unternehmenskontakt:	share Foods GmbH, Rosenthaler Straße 13, 10119 Berlin
Pressekontakt:	Sebastian Stricker, presse@share.eu , +49 (0)162 487 1457