

#### Wir sind überzeugt: Social Impact ist die Zukunft!

6500 finden, dass Unternehmen mit gesellschaftlichem Mehrwert gesellschaftlichem Mehrwert gesellschaftlichem Standard sein zukünftig Standard sollten.

850/o finden, dass Unternehmen mit sozialem Mehrwert die Welt zu einem besseren Ort machen.

finden, dass Unternehmen okussieren sollten.

Repräsentative Umfrage mit 1.000 Teilnehmer:innen aus Deutschland in Zusammenarbeit mit Appinio.

#### Intro

Danke! / 2 Vorwort von Antonia Hammer / 3 Unsere Milestones 2022 / 4 Das ist share / unsere Mission / 6

#### Was die Welt bewegt hat

2022 für uns / 8

#### **Social Impact**

Social Impact Summary, Teil 1 / 12 Social Impact Summary, Teil 2 / 14 Neue Projekte 2022 / 16 Unser Social-Impact-Team / 19

#### **shared Stories**

Die Wirkungskraft von Wasser / 22 Helfen vor der Haustür / 28

#### **Highlights 2022**

Produkthighlights 2022 / 34 Im Gespräch mit unseren Handelspartnern / 36 Unsere Sommerkampagne für mehr Wassergerechtigkeit / 42 1 Million Mahlzeiten in 16 Tagen / 43 Wärme spenden – unser Herzensprojekt / 44

#### **Nachhaltigkeit**

Die drei Säulen der Nachhaltigkeit / 45 Nachhaltigkeit Innovationen / 47

Outro

Wir haben noch viel vor / 48

# Über 115 Millionen shares – gemeinsam mit euch.

Handelspartner



































































Projektpartner



























# 2022 für share – ein Blick zurück



Antonia Hammer ist Geschäftsführerin bei share. Sie gehört zum Ursprungsteam von share – seit Mai 2018 ist sie an Bord. 2022 war ein herausforderndes Jahr. Ein Jahr voller politischer Unsicherheiten. Ein Jahr, in dem die überschneidenden Katastrophen Jahre an Entwicklungsarbeit zurückwarfen. Aber es war auch ein Jahr der Hoffnung und des Zusammenhalts. Denn dank unseres starken Teams, unserer treuen Partner und unterstützenden NGOs haben wir gemeinsam mit euch einen riesigen Meilenstein erreicht: Mitte des Jahres haben wir die 100 Millionen shares Marke geknackt und so mit unserer sozialen Alternative für alltägliche Konsumentscheidungen 100 Millionen Hilfeleistungen in nur vier Jahren ermöglicht. Hinzu kommt: Wir wurden unter die zehn innovativsten Mittelständler Deutschlands von der WirtschaftsWoche gewählt – Gefühlschaos vorprogrammiert. Denn auch wenn uns diese Auszeichnung mit viel Stolz erfüllt hat, gab es auch Stimmen im Unternehmen, die sagten: Mittelständler? Wir sind doch noch ein Start-up!

Und was macht man mit so einer Unsicherheit? Genau, das Beste. Denn wir haben uns dazu entschlossen, den neuen Schritt selbstbewusst anzunehmen, uns aber dennoch unseren Start-up-Geist zu erhalten. Im November kam dann die Nachricht – share ist die Nummer-1-Start-up-Brand im Ranking von Jung von Matt und Appinio. Das Beste aus zwei Welten und immer mit unserer großen Vision im Hinterkopf: Wir wollen zu einer gerechteren Welt beitragen und so viel sozialen Impact wie möglich erzielen. Mit über 130 sharies an unserer Seite und mittlerweile über 120 Produkten haben wir 2022 bewiesen: Was als ein Start-up mit drei Produkten begann, ist vier Jahre später ein etabliertes Unternehmen, das für eine gerechtere und sozialere Welt einsteht und als Social-Impact-Pionier voranschreitet. Die große Vision, sozialen Konsum im Massenmarkt zu etablieren, hat sich bis heute nicht geändert. Und nun lehnt euch zurück und freut euch auf 48 Seiten Social Impact.

# Unsere Milestones 2022

Im vergangenen Jahr ist einiges passiert.

Das sind unsere Meilensteine im Überblick:

Al

Juli

Wir haben 100 Millionen shares erreicht

Start unseres neuen Bildungsprojektes in Malawi Auszeichnung: B Corp Honoree Best for the World 2022

Neuer Rekord: Wir sind 120 sharies!



Start unseres neuen Bildungsprojektes mit Project Wings Auszeichnung: Top
10 der innovativsten
mittelständischen
Unternehmen Deutschlands

**Februar** 

Start der Zusammenarbeit mit Selecta in Österreich



März

share wird 4 Jahre alt!

Start unseres neuen Wasserprojekts in Côte d'Ivoire Neue Pflegeprodukte: 3 neue Shampoos und 3 neue Spülungen

**April** 

Auszeichnung: German Stevie Award

Neue Getränke: ab jetzt gibt's Wasser und Eistee im Tetra Pak Start der Zusammenarbeit mit Inklupreneur\*

\*Inklupreneur hilft uns, Chancengleichheit und Diversität zu fördern. Mit Ihrer Unterstützung erhalten wir direkte Berührungspunkte mit Betroffenen und dadurch mehr Wissen und Erfahrungen sowie professionelle Trainings.

Mai



Kaufland wird zum neuen Handelspartner

Auszeichnung: Bronze beim Art Directors Club (ADC)

Erstes Team-Offsite seit Pandemiebeginn – yay!

September

share wird offizieller Sponsor von Hertha BSC

Neue Pflegeprodukte: Handcreme & Duschgel bei dm Projektreise nach Indien mit unserem Partner help alliance

Neue Retailpartner: Aral & Billa Pflanzilla in Österreich

Oktober



Neue Produkte: Nuss-Meersalz-Schokolade, Kokos-Cranberry-Riegel und Socken bei ALDI SÜD

Human Rights Film
Festival – share ist offizieller
Wasserpartner des Events
und übernimmt eine
Filmpatenschaft zum Thema
Wasserknappheit

**B Corp Rezertifizierung** 

Unser erster Pop-up-Store in Berlin: der Point of share

Jährliche Freiwilligentage bei der Berliner Tafel

Tafelteller Auszeichnung von Tafel Deutschland e. V.

1-Million-Mahlzeiten-Challenge erfolgreich abgeschlossen

November

Beanie Launch mit REWE, Müller, Decathlon, dm Österreich, BILLA PLUS, Caritas Deutschland und Caritas Österreich Start eines neuen Wasserund Sanitärprojektes in Sierra Leone

Juni

Neue Schreibwaren: Bleistift & Radiergummi 3er-Set

Neue Getränke: Bio-Energy-Drink Community-Laufchallenge – gemeinsam für Brunnenreparaturen

Dezember

30 Mio. Hygiene- und Sanitation shares

Projektabschluss Brunnenbau in Côte d'Ivoire (Wartung von 55 Brunnen)

Mm

#### **Gutes tun ist** unser Business

Wer wir sind und was wir tun. ist eigentlich ganz einfach:

Wir haben die Vision, die Welt mit unseren täglichen Einkäufen zu einem gerechteren Ort zu machen.

Und wir tun das, indem jedes verkaufte Produkt gleichzeitig immer eine vergleichbare Hilfeleistung spendet: beispielsweise jeder Snack eine Mahlzeit, jedes Getränk einen Tag Trinkwasser, jedes Pflegeprodukt ein Hygieneprodukt und jedes Schreibwarenprodukt eine Unterrichtsstunde. Damit versuchen wir die Grundbedürfnisse der Menschen abzudecken und sehen uns mit diesem Ansatz weniger als Unternehmen mit einer Vision, sondern als eine Vision mit einem Unternehmen.







Wir möchten es so leicht wie möglich machen, anderen Menschen zu helfen. Und wir tun das, indem jedes verkaufte Produkt gleichzeitig ein soziales Projekt unterstützt.

Unsere Lebensmittel unterstützen Menschen mit Nahrung.

Impact 2022 / INTRO





Impact 2022 / INTRO

## 2022 für uns:

Das vergangene Jahr war nicht einfach: Die anhaltende Corona-Pandemie, der Angriffskrieg von Russland gegen die Ukraine, die Klimakrise und die Inflation.

Das Jahr liegt mittlerweile hinter uns - die Krisen nicht. Wir wollen trotzdem davon berichten, wie das letzte Jahr uns als soziales Unternehmen und unseren Social Impact beeinflusst hat.



#### Krieg in der Ukraine

2022 ist vielversprechend gestartet, die Corona-Zahlen wurden immer kleiner und man blickte hoffnungsvoll auf das Ende der Pandemie. Dann hat Russland die Ukraine angegriffen und die Welt in einen Schockzustand versetzt. Doch der Tatendrang zu helfen, getragen von einem starken Zusammengehörigkeitsgefühl, folgte schnell – auch bei share. Wir sind es gewohnt, in Europa zu helfen, aber nie im Notfallkontext.

#### Wie sind wir also vorgegangen?

Es formte sich eine Ukraine-Taskforce, um strategisch zu überlegen, welche sinnvolle Hilfe wir leisten können. Wichtig war es, keine Projektinvestitionen, die wir durch unsere Produkte tätigen, in die Ukraine umzuleiten – denn dort, wo wir bereits helfen, ist der Bedarf ähnlich dringend oder sogar dringender.

Im ersten Schritt haben wir eine Website erstellt. Hier haben wir Infos zu Hilfsorganisationen bereitgestellt und eine E-Mail-Adresse für Fragen und Ideen eingerichtet. Neben Geldspenden haben wir auch unsere Ware gespendet – mit "Wir packen's an", einem Verein aus Berlin-Brandenburg, konnten wir viele Produkte in die Ukraine und Nachbarländer bringen. Die share Mitarbeiter:innen haben obendrein mehr Volunteering-Days erhalten: Nun konnten alle, die wollten, statt zwei Tage ganze fünf Tage für die freiwillige Arbeit z. B. am Hauptbahnhof in Berlin verwenden, um Geflüchteten bei der Ankunft zu helfen.

#### **Geopolitische Situation** und ihre Wirkung auf die Wirtschaft

Wir kennen die Vorteile eines global vernetzten Systems, doch im letzten Jahr wurde auch seine Angreifbarkeit sichtbar. Es kam zu vielen Herausforderungen, natürlich auch für uns als Konsumgüterunternehmen.

**Versorgungsengpässe** Viele Lieferanten hatten Probleme, Zutaten zu bekommen. Es war beispielsweise eine Herausforderung, Bio-Rohstoffe für unsere Bio-Produkte oder Rezyklate für Verpackungen termingerecht zu bekommen. Dennoch haben wir es geschafft, unseren Ansprüchen in Hinblick auf eine nachhaltige Beschaffung gerecht zu werden. Das haben wir vor allem der guten Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten zu verdanken.

> Doch wir standen auch vor einigen Schwierigkeiten. Ein großes Problem für uns war die Papierknappheit. Einerseits gab es Verzüge der Lieferungen, zum Beispiel bei den Umverpackungen für den Transport von Einzelprodukten. Andererseits produzieren wir Papierprodukte wie Notizblöcke und Collegeblöcke. Hier mussten wir mit einer deutlich erschwerten Planbarkeit umgehen: Von 4-6 Wochen ist die Lieferzeit auf 4-6 Monate gestiegen. Durch unser erfahrenes Team haben wir aber auch diese Situation meistern können.

#### Logistik

Der allgemeine Mangel an Speditionsfahrer:innen hat auch unsere Logistik betroffen. Viele Lkw-Fahrer:innen kommen aus der Ukraine und konnten ihre Tätigkeit nach dem Beginn des Krieges nicht mehr fortsetzen. Außerdem gab es immer noch viele Ausfälle aufgrund von Covid. Das führte ebenfalls zu einer erschwerten Planbarkeit.

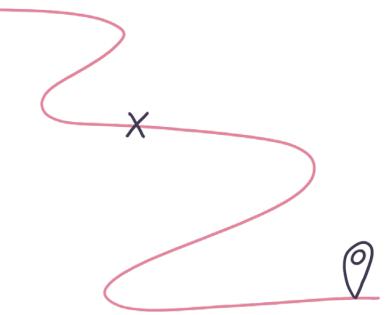
#### Sommerhitze

Eine Zusatzbelastung kam durch die Sommerhitze im letzten Jahr hinzu. Es gab landesweit einen hohen Ansturm auf Getränke - alle Getränkehändler stießen an ihre Grenzen. Wir hatten glücklicherweise keine gravierenden Lieferausfälle, in Einzelfällen gab es Verzögerungen, die in wenigen Wochen aufgeholt wurden.

#### Wie konnten wir so agieren?

Für die Resilienz unserer Lieferkette spielen viele Faktoren eine Rolle. Es fängt schon bei der Auswahl unserer Lieferanten an. Bereits hier achten wir auf gute Partner, die unsere Werte teilen und die auch ihrerseits eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten pflegen. Zudem konnten wir viele Risiken rechtzeitig identifizieren. Wir haben uns früh gefragt: Haben wir Rohstoffe aus der Ukraine oder Russland? Wie können wir die Risiken minimieren, um weiterhin den größtmöglichen sozialen Impact zu erzeugen? Unser ganz persönlicher Draht zu unseren direkten Lieferanten, das enge partnerschaftliche Verhältnis, gegenseitiges Verständnis und Wohlwollen haben es möglich gemacht, dass wir keine Lieferausfälle verbuchen mussten. Hinzu kommt ein sehr erfahrenes und sich unterstützendes Team. welches das letzte Jahr mit Bravour gemeistert hat.





# Impact Summary

Sozialer Impact seit dem Start von share

Seit unserem Beginn im Jahr 2018 haben wir bis heute insgesamt über 117 Millionen Hilfeleistungen ermöglicht. Wie das Ganze pro Kategorie aussieht, erfahrt ihr hier: mehr als

2 Mio. Du willst dir unsere Projekte nochmal genaue ansehen? Dann schau hier nach.









NAHRUNG:

30 Mio.

Mahlzeiten

12

WASSER:

54 Mio. Tage Trinkwasser **HYGIENE:** 

30 Mio.

Hygiene- und Sanitärleistungen BILDUNG:

3,4
Mio.
Unterrichtsstunden

Impact 2022 / SOCIAL IMPACT 13 Impact 2022 / SOCIAL IMPACT



Auch im letzten Jahr konnten wir vielen Menschen weltweit helfen. Allein in 2022 haben wir 40 Millionen Hilfeleistungen ermöglicht.

**ERREICHTE MENSCHEN:** 

mehr als

500 k

**WASSER:** 

Mio.

**Tage Trinkwasser** 





**HYGIENE:** 

Hygiene- und Sanitärleistungen



BILDUNG:

1,5 Mio. Unterrichtsstunden



#### **Neue Projekte 2022**

#### Zugang zu Trinkwasser

Du möchtest mehr über das Projekt erfahren? Hier gibt's alle Infos. Neues Jahr, neue Projekte! Nach dem erfolgreichen Abschluss unseres Brunnenbauprojektes in Côte d'Ivoire (März–Dezember 2022) möchten wir auch in Sierra Leone helfen. In diesem Land an der Küste Westafrikas leben viele Menschen in extremer Armut. Zusätzlich sind durch die Folgen eines Bürgerkriegs große Teile der Wasserund Sanitärinfrastruktur zerstört. Eine Situation, die insbesondere ländliche Regionen betrifft.

Das wollen wir ändern. Gemeinsam mit unserem Partner Aktion gegen den Hunger kümmern wir uns um die Sanierung von 64 Latrinen und die Reparatur von 55 Brunnen in Sierra Leone. Ergänzt werden diese Maßnahmen durch Hygieneschulungen sowie die Ausbildung lokaler Brunnenmechaniker:innen und Wasserkomitees. Ziel ist hierbei, die Gemeinschaft von Anfang an einzubeziehen und so lokale Resilienzen zu stärken. Da die Komitees die regelmäßige Instandhaltung der Wasserpunkte sicherstellen, wird eine nachhaltige Verwaltung unterstützt. Zusätzlich organisieren die Wasserkomitees aber zum Beispiel auch Workshops, um die Partizipation und Sensibilisierung der Gemeinschaft zu fördern.

Foto: Aktion gegen den Hunger



#### Zugang zu Bildung

Schauen wir nun nach Malawi, denn hier haben wir 2022 ein Bildungsprojekt unterstützt.

Malawi ist ein Binnenstaat in Südostafrika und geprägt von großer kultureller Vielfalt: Insgesamt leben hier 13 verschiedene Kultur- und Sprachgruppen. Und obwohl Malawi zu den ärmsten Ländern der Welt gehört, ist die Lage weitgehend friedlich und stabil. Gleichzeitig fehlt es den Menschen aber an existenziellen Dingen, um ihre Grundbedürfnisse zu stillen. Jeder zweite Mensch lebt unterhalb der Armutsgrenze, viele haben keinen ausreichenden Zugang zur Gesundheitsversorgung, und die Auswirkungen des Klimawandels sind hier bereits heute sehr deutlich spürbar. Wie man sich vorstellen kann, stellt das die Bildungssituation im Land vor große Herausforderungen. Denn wenn das Nötigste fehlt, bleibt Bildung oft ein Privileg.

Seit Einführung des freien Grundschulunterrichts 1994 ist die Zahl der Grundschüler:innen zwar erheblich gestiegen, sodass heute mehr als 95 % der Kinder im Grundschulalter eine Schule besuchen, allerdings sind die Abbrecherquoten hoch. Fast jede:r Zweite beendet die Grundschule nicht. Der starke Anstieg der Einschulungszahlen trifft außerdem auf ein System, das darauf gar nicht vorbereitet war. Klassengrößen von 120 Schüler:innen sind der Durchschnitt, eine Lehrkraft betreut im Mittel 64 Lernende, oft fehlen Klassenräume, Sanitäreinrichtungen oder Schulmaterialien. So stoßen Grundschulen an ihre Grenzen, wenn es darum geht, Schüler:innen ein qualitatives Lernumfeld zu bieten.

Gemeinsam mit der Welthungerhilfe möchten wir Kindern den Zugang zu Bildung erleichtern, indem wir die Infrastruktur einer ländlichen Grundschule in Malawi verbessern. Hier ermöglichen wir den Bau von zwei neuen Klassenräumen, ausgestattet mit Stühlen und Tischen. Durch die Bereitstellung dieser Mittel können wir Kinder beim Lernen unterstützen und auch eine bessere Unterrichtssituation für Lehrer:innen ermöglichen.

Der Zugang zu Bildung gilt nicht ohne Grund als Schlüsselfaktor, der viele weitere Entwicklungen beeinflusst. Denn wenn Menschen eine grundlegende Bildung erhalten, können sie eher aus Armutsspiralen ausbrechen.





Impact 2022 / SOCIAL IMPACT 17 Impact 2022 / SOCIAL IMPACT



Foto: Welthungerhilfe

# 100 Mio. shares in nur vier Jahren!

Mitte des Jahres haben wir einen großen
Meilenstein unserer Arbeit erreicht: 100 Millionen
shares und somit 100 Millionen ermöglichte
Hilfeleistungen innerhalb von nur vier Jahren.
Wahnsinn, welchen Impact wir mittlerweile mithilfe
unserer starken Partner und Weggefährt:innen
erzielen konnten! Und das ist nur der Anfang, denn
wir haben noch viel vor.

#### **Unser Social-Impact-Team**

Gutes tun als Vollzeitjob Der Fokus unserer Arbeit bei share liegt auf dem Social Impact – also dem Ziel, die Welt gerechter zu machen und Menschen in Not zu helfen. Und damit uns das auch nachhaltig gelingt, haben wir ein Expert:innen-Team, das sich um unsere sozialen Projekte und Partnerschaften kümmert. Ganz im Sinne der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit umfasst ihre Arbeit unter anderem Themen wie das verantwortungsvolle Management der Lieferketten, die Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen sowie den internen und externen Wissenstransfer. Zu Anfangszeiten bestand das Team nur aus einer Person, mittlerweile ist daraus aber eine ganze Gruppe wahrer Social-Impact-Experten:innen mit verschiedenen Verantwortlichkeiten entstanden. Wir stellen euch die Menschen vor, die hinter dieser unglaublich wichtigen und elementaren Arbeit bei share stecken.

Soziale
Projekte und
Partnerschaften

Yvonne ist bereits kurz nach dem Launch 2018 zu share dazugestoßen und ist für die Projekte und Partnerschaften verantwortlich. Seit 2022 sind mit Fraser und Elias zwei weitere Teammitglieder dabei, die vorher selbst bei NGOs tätig waren und so jede Menge Expertise für die Projekt- und Organisationsauswahl mitbringen. Gemeinsam gestalten sie das Portfolio, prüfen, wie für jedes neue Produkt sinnvoll das Need-for-Need-Prinzip umgesetzt werden kann und wie unsere Hilfe am besten ankommt.

Besteht dann erstmal eine Projektpartnerschaft, pflegen sie die Kontakte und werten aus, welche Projekte welchen Impact haben. Dabei werden sie von unserer Werkstudentin Franzi unterstützt. Sie studiert Not- und Katastrophenhilfe und versorgt das Team mit Zahlen und Research-Ergebnissen.

#### Ökologische Nachhaltigkeit

Neben den sozialen Projekten ist es vor allem auch das Thema ökologische Nachhaltigkeit, das einen großen Impact für alle hat und deshalb schwerpunktmäßig vom Expert:innen-Team betreut wird. So kümmert sich Kati vor allem um den ökologischen Fußabdruck von share und arbeitet daran, diesen Schritt für Schritt zu reduzieren. Das verantwortungsvolle Management der Lieferketten und die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht im Einkaufs- und Produktentwicklungsprozess wird in enger Zusammenarbeit mit den Kolleg:innen aus den Bereichen Einkauf und Qualitätsmanagement verantwortet. Ein weiterer Fokus des Teams sind Zertifizierungen, wie die B-Corp-Zertifizierung, sowie Strategie-Workshops, die das sozial und ökologisch nachhaltige Handeln von share mit sicherstellen sollen.

#### Kommunikation

Um einen sauberen internen und externen Wissenstransfer und die transparente Kommunikation kümmert sich Isi bei share. Als Schnittstelle zum Marketing- und PR-Team sorgt sie dafür, dass Infos über unsere Projekte transparent und fachlich geprüft nach außen gelangen. Auch intern versorgt sie das gesamte Team mit allen Details zu unserer Projektarbeit und bietet dafür regelmäßig Workshops an, stellt Texte zur Verfügung und prüft kanalübergreifend projektspezifische Inhalte.

8 Impact 2022 / SOCIAL IMPACT 19 Impact 2022 / SOCIAL IMPACT

Ich kann mir keinen spannenderen Job vorstellen! Wie viel Leidenschaft wir alle für Impact haben, merke ich nicht nur an der Zusammenarbeit mit unseren sozialen Partnern und im Impact-Team sondern mit allen sharies. Das ist wirklich etwas Besonderes.



Yvonne





in einer Zeit leben, die von verschiedenen ich es, in meinem Team einen so schönen Zusammenhalt zu spüren und gemeinsam

Impact zu generieren.

das Ziel zu verfolgen, den größtmöglichen

Franzi



Ich freue mich, seit 2022 bei share zu sein und eng mit unseren Partnern und dem Team zusammenzuarbeiten, um Projekte mit großer Wirkung für Menschen zu ermöglichen.

Fraser



Ich finde es toll, so viele spannende Partner-Projekte kennenzulernen und die bestmögliche Mischung für einen neuen Geschäftsbereich bei share zusammenzustellen. Auch wenn es manchmal herausfordernd ist, mich in neuen und oft schnell wechselnden Arbeitsabläufen zurechtzufinden, habe ich ein tolles Team an meiner Seite, welches voller Motivation und Begeisterung für sozialen Impact steht.







20

Ich bin jetzt seit vier Jahren bei share und seit Anfang 2022 Teil des Impact-Teams. So nah an den sozialen Projekten arbeiten zu können, ist für mich etwas ganz Besonderes! Es macht wirklich sehr viel Spaß, gemeinsam Themen anzugehen, die etwas verändern können und einen positiven Impact haben. Dieses Gefühl motiviert mich in meiner täglichen Arbeit.



Isi





Mich macht es sehr glücklich, gemeinsam mit dem Team am größtmöglichen Impact zu arbeiten und ich bin sehr dankbar, ein Teil davon zu sein. In 2022 war für mich besonders, dass wir unsere Klimareise verstärkt in Angriff genommen haben und ich bin gespannt auf alles, was folgt.

Kati



**SHARED STORIES** 

# Die Wirkungskraft von Wasser

Ohne Wasser geht nichts.

Wie wichtig der Zugang zu sauberem Wasser ist, fällt uns hier im Globalen Norden spätestens dann auf, wenn er mal aufgrund von Wartungsarbeiten für ein paar Stunden unterbrochen ist. Plötzlich überlegt man ganz genau, wie man die eine Ladung Wasser zwischen Toilettengang, Abwasch und Durst aufteilt. Alles unbequem, aber gut erträglich. Jetzt stellen wir uns einmal vor, der Wasserzugang wäre für ganze Tage unterbrochen. In manchen Teilen der Welt ist das die Realität. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) schätzt, dass 2,2 Milliarden Menschen ohne sichere Trinkwasserversorgung leben. Das bedeutet, dass jeder vierte Mensch keinen zuverlässigen Zugang zu einer nachhaltigen Wasserinfrastruktur hat. Daraus folgen große Probleme in so ziemlich allen Lebensbereichen: Gesundheit, ökonomische Aktivitäten und Nahrungsmittelversorgung.

Fotos: Nyakudjara

Aber warum ist das so? Zum einen ist der Grund für Wasserknappheit unter anderem die übermäßige Entnahme und Verunreinigung von Süßwasser und Grundwasservorräten. Der Klimawandel verschärft die Situation zusätzlich. Zum anderen ist da das Fehlen einer nachhaltigen und zuverlässigen Wasserinfrastruktur, insbesondere in ländlichen Regionen des Globalen Südens. Oft ist die Infrastruktur nicht funktionstüchtig oder Menschen müssen weite Strecken zurücklegen (im Schnitt 6 km), um an Wasserquellen zu gelangen – ob diese tatsächlich über sauberes Trinkwasser verfügen, ist dann dennoch nicht klar. Einfacher gesagt: Brunnen sind oft da, aber wenn sie kaputtgehen, fällt für eine ganze Gemeinschaft die Wasserversorgung für eine unbestimmte Zeit lang aus. Und genau hier setzen wir an.



22 Impact 2022 / SHARED STORIES 23 Impact 2022 / SHARED STORIES



## Reparatur & Wartung von Brunnen

Die Republik Côte d'Ivoire befindet sich in Westafrika zwischen Ghana und Liberia. Nachdem Frankreichs Kolonialherrschaft hier ein Ende gefunden hat, wurde 1960 die Unabhängigkeit ausgerufen. Aktuell leben hier mehr als 60 ethnische Gruppen. Als größter Kakaoexporteur der Welt weist das Land ein schnelles Wirtschaftswachstum auf. Doch auch das kann die entstandenen Ungerechtigkeiten innerhalb des Landes nicht beseitigen. Es gibt eine hohe Kinderarbeitsquote in der Kakaoproduktion. Zudem ist das gesamte Gesundheitssystem stark von Konflikten geschwächt. Der Zugang zu Wasserversorgung und Abwasserentsorgung ist eine große Herausforderung – auch hier sind zunehmende Auswirkungen des Klimawandels sichtbar. Außerdem gibt es viele Schäden in der Wasserinfrastruktur – nur etwa ¾ der Bevölkerung haben Zugang zu sauberem Trinkwasser.

Noch kritischer ist die Situation in den nördlichen Grenzregionen wie Tchologo, wo die Entwicklungs- und Gesundheitsindikatoren zu den niedrigsten des Landes gehören.

In der Projektregion Tchologo mit ihren 545.872 Einwohnern gibt es nur 417 Pumpen, d. h. durchschnittlich 1.122 Personen pro Pumpe. Diese Zahl ist weit von der nationalen Norm entfernt, die vorsieht, dass jede Ortschaft mit 100 bis 600 Einwohnern eine handbetriebene Pumpe erhält und für alle weiteren 400 eine zusätzliche Pumpe.

Foto: Aktion gegen den Hunger

Um hier zu helfen, haben wir durch den Verkauf unserer Getränke die Reparatur und Instandhaltung von 54 Brunnen ermöglicht. Dadurch erhalten 13.500 Menschen Zugang zu einer nachhaltigen und sauberen Wasserversorgung für viele Jahre.

24 Impact 2022 / SHARED STORIES 25 Impact 2022 / SHARED STORIES



Foto: Aktion gegen den Hunger

Ich sage vielen Dank an das Projekt, das drei Brunnen bei uns instand setzte. So können sich auch umliegende Dörfer und Siedlungen bei uns mit ausreichend Wasser versorgen.

Yéo Jean Baptiste, Dorfvorsteher von Yarabele

#### Wasser als Grundlage vieler Lebensbereiche

Wenn wir an Wasser denken, sind uns nicht immer alle Bedeutungen bewusst, die es für uns Menschen hat. Dabei ist es in beinahe allen Lebensbereichen unverzichtbar.



Bei share spendet jedes Getränk einen Tag Trinkwasser. Aber was bedeutet das genau? Ein Tag sauberes Trinkwasser entspricht bei share mindestens 20 Litern – die tägliche Menge an Wasser, die ein Mensch laut WHO mindestens braucht. Das heißt, jeder Mensch sollte Zugang zu mindestens 20 Litern sauberem Trinkwasser haben, um damit Dinge des täglichen Bedarfs, wie Trinken, Kochen oder Körperhygiene, verrichten zu können. Um einen größtmöglichen Nutzen für die lokale Gemeinschaft zu schaffen und Haushalte langfristig zu unterstützen, helfen wir vor Ort, Brunnen zu bauen oder zu reparieren. Denn eine zuverlässige Quelle kann langfristig für viele Jahre den Zugang zu sauberem Trinkwasser sichern.

#### **WACHSTUM**

Hat man im Leben das, was man zum Leben braucht, eröffnen sich neue Möglichkeiten. Der direkte Zugang zu Trinkwasser kann Menschen ermöglichen, eigene Geschäfte zu gründen, indem sie beispielsweise ihre angebauten Lebensmittel verkaufen.



Den Wasserhahn aufdrehen oder eine Flasche Wasser aus dem Kühlschrank nehmen – eine Selbstverständlichkeit, die keine Minute dauert. Der Alltag sähe ganz anders aus, müssten wir kilometerweite Strecken zurücklegen, um an Trinkwasser zu kommen. Der direkte Zugang zu Wasser gibt Zeit für das Wesentliche – für Familie, Bildung und Arbeit.

#### **FREIHEIT**

Wer kilometerweite Strecken zurücklegen muss, um Wasser für die Familie zu holen, kann sich nicht mit anderen Dingen, wie zum Beispiel mit Bildung, beschäftigen. Der direkte Zugang zu Wasser ermöglicht die Selbstbestimmtheit insbesondere von Mädchen und Frauen, da sie oft für das Wasserholen in der Familie zuständig sind.

**Impact 2022 / SHARED STORIES Impact 2022 / SHARED STORIES** 





**SHARED STORIES** 

# Helfen vor der Haustür

Ein Interview mit Marcus Stelter, dem Leiter der LAIB und SEELE Koordinationsstelle der Berliner Tafel - einem unserer Partner der allerersten Stunde.



Du möchtest mehr über die Arbeit mit der Berliner Tafel e. V. erfahren? Hier gibt's alle Infos.

#### Hallo Marcus, was ist deine persönliche Motivation, für die Tafel zu arbeiten?

Im Wesentlichen sind es zwei Dinge, die mich motivieren. Zum einen etwas gegen die Lebensmittelverschwendung zu unternehmen und dann die Möglichkeit, Menschen in Not helfen zu können – eben etwas Sinnvolles zu machen.

#### Erzähl uns doch zunächst, welche Bereiche du bei der Berliner Tafel betreust und wie dein Alltag hier aussieht.

Ich arbeite im LAIB und SEELE-Koordinationsbüro. Das ist sozusagen die Schalt- und Schnittstelle zwischen den 47 LAIB und SEELE-Ausgabestellen und der Berliner Tafel. Die LAIB und SEELE-Ausgabestellen sind das, was man klassischerweise mit der Berliner Tafel verbindet. Es sind die Orte, an denen armutsbetroffene Menschen Lebensmittel für ihren privaten Haushalt abholen können. In kleineren Städten können Menschen hierfür zu einer zentralen Tafelausgabestelle gehen da Berlin aber so groß ist, reicht ein Ort nicht aus. Um stadtweit helfen zu können, haben wir die Kirchen mit eingebunden. Kirchen sind in allen Kiezen präsent und ermöglichen so eine dezentrale wohnortnahe Unterstützung der Bedürftigen.



#### LAIB und SEELE ist ja nur eine Säule der Berliner Tafel, kannst du uns die anderen beiden erläutern?

Beim klassischen Bereich der Berliner Tafel werden Lebensmittel an 400 soziale Einrichtungen verteilt, beispielsweise Obdachlosenunterkünfte, die Bahnhofs- und Stadtmissionen, Frauenhäuser oder Drogennotdienste. Und dann gibt es noch das Kinder- und Jugendprojekt KIMBA, das Wertschätzung für Lebensmittel und gesunde Ernährung vermittelt.

### Die Tafel funktioniert nur durch den unermüdlichen Einsatz von Ehrenamtlichen. Was sind da die größten Herausforderungen bei der Tafelarbeit?

In den Ausgabestellen besteht die größte Herausforderung in den langen Tagen. Die ersten Ehrenamtlichen kommen zwischen sieben und acht Uhr. Das sind die Fahrer:innen, die dann die Supermärkte anfahren. Die bringen den ersten Schwung Ware zu den Ausgabestellen, wo die Lebensmittel empfangen und sortiert werden. Denn die Spenden sind wild durchmischt – Salat neben Joghurt, neben Bananen, neben Apfelsinen. Die Ehrenamtlichen machen sortenreine Kisten daraus. Währenddessen fährt das Auto noch weitere Runden zu den Supermärkten und der Sortierhalle der Berliner Tafel. Das Ganze geht bis 13 Uhr. Oft gibt es dann eine kurze Pause, um zur Ruhe zu kommen, bevor die Ausgabe beginnt.

Die Ausgabe kann man sich so vorstellen: Es wird eine Ladenstraße aufgebaut mit einer Station mit Kartoffeln, einer Station mit Paprika und so weiter. Hinter jeder Station steht ein:e Ehrenamtliche:r, und die geben dann die Lebensmittel aus. Die Kund:innen gehen durch, sagen, was sie gerne hätten und je nachdem, wie viel von den Lebensmitteln da ist, werden sie ausgegeben. Die gesamte Ausgabe dauert in etwas 2 Stunden. Aber dadurch, dass immer mehr Menschen zu uns kommen, dauert es auch mal länger. Danach wird aufgeräumt. Die Räume, die von den Kirchen zur Verfügung gestellt werden, müssen natürlich gereinigt werden. Dann ist es irgendwann 17 Uhr und die Ehrenamtlichen gehen nach einem langen und körperlich anstrengenden Tag nach Hause.

#### Was sind das für Menschen, die sich ehrenamtlich in den Ausgabestellen engagieren?

In den Ausgabestellen helfen ganz oft Ruheständler:innen, weil sie Zeit haben. Denn die Lebensmittelausgabe findet unter der Woche statt, zu Zeiten, wo die allermeisten Menschen arbeiten. Teilweise helfen auch Menschen, die selbst Sozialleistungen beziehen. Für viele spielt der innere Impuls eine große Rolle, etwas zurückzugeben.

#### 2022 war kein einfaches Jahr für viele. Was hat 2022 für euch hier bei der Tafel bedeutet?

Wir hatten Anfang 2022 die Hoffnung, so wie alle, dass die Corona-Pandemie ausläuft und dass man so langsam in ein normales Jahr übergeht. Bereits Corona war für unsere Ausgabestellen ja eine riesige Herausforderung, da überwiegend ältere Menschen und damit Risikogruppenangehörige für uns ehrenamtlich tätig sind.

Dann kam der Krieg gegen die Ukraine und mit dem Krieg eben auch die steigende Anzahl der Geflüchteten – viele davon sind zu uns gekommen. Zusätzlich steigen immer noch die Preise, deshalb kommen zunehmend auch Menschen zu uns, die bisher geradeso noch über die Runden gekommen sind. Die Tafel-Kund:innenzahl hat sich somit etwa verdoppelt. Dabei haben wir nur eine begrenzte Anzahl von Lebensmittelspenden, die wir verteilen können. Das heißt also, wenn mehr Menschen kommen, bekommen alle weniger. Eine Zusatzbelastung sind die gestiegenen Energiepreise und Spritpreise. Und was oft auch nicht benannt wird, ist der Faktor Zeit. Es lässt sich immer nur eine bestimmte Anzahl von Menschen in einem bestimmten Zeitfenster bedienen. Irgendwann sind die Ehrenamtlichen am Ende ihrer Kräfte.

Trotzdem sind wir dankbar und froh, dass wir im letzten Jahr so gut wie keine Aufnahmestopps aussprechen mussten. Das ging nur, weil wir in einigen Ausgabestellen auf eine 14-tägige Ausgabe umgestellt haben. Der Kund:innenstamm wurde somit in zwei Hälften geteilt. Eine Hälfte der Kund:innen kann dann in geraden Wochen Lebensmittel abholen, die andere in ungeraden Wochen. Für die Kund:innen bedeutet das natürlich, dass sie nur noch alle zwei Wochen Lebensmittel erhalten. Zusätzlich haben wir für die Menschen, die in ihren Ausgabestellen nicht mehr aufgenommen werden konnten, sogenannte Pop-up-Ausgabestellen eingerichtet. Dort erhalten die Menschen Tüten mit Lebensmitteln, die von der Berliner Tafel zur Verfügung gestellt werden.

#### Wie wurde das Ganze auf menschlicher Ebene wahrgenommen?

Wir haben viele Tafelkund:innen, die jede Woche kommen. Man kennt sich. Die Ehrenamtlichen wissen, ob Kinder zu Hause sind, ob Haustiere da sind, ob die Familie verreist ist, wer krank ist. Es ist wirklich ein sozialer Raum. LAIB und SEELE eben und wenn man die Kund:innen kennt und denen dann sagen muss: "So, jetzt könnt ihr nur noch alle zwei Wochen kommen" – das ist nicht leicht. Es gibt auch viele Ausgabestellen, die trotz der Anstrengungen aus genau diesem Grund sagen: "Nein, wir machen nicht 14-tägig", was ich auch gut nachvollziehen kann, weil es eben schwierig ist. Bei anderen ist der Druck aber so groß, dass sie sich nicht anders zu helfen wissen, aber niemand macht das gerne.





Fotos: share

50 Impact 2022 / SHARED STORIES 31 Impact 2022 / SHARED STORIES





#### Viele Menschen sind auf die Unterstützung der Tafeln angewiesen. Was denkst du, sollte das so sein?

Unser Anliegen ist es, Lebensmittel zu retten und sinnvoll umzuverteilen. Der zentrale Grundsatz dabei ist, dass wir armutsbetroffene Menschen unterstützen und nicht versorgen. Wir können und wollen keine Versorgung gewährleisten, weil das die Aufgabe des Staates ist. Der Staat ist dafür zuständig, dass die Menschen finanziell so ausgestattet werden, dass sie im Grunde gar nicht zu uns kommen müssten. Das passiert aber nicht, und das ist meiner Meinung nach ein Skandal.

#### Wer kann Unterstützung von der Tafel bekommen?

Menschen, die Transferleistungen bekommen, können Lebensmittel von uns erhalten. Das heißt also, Bürgergeld-, Wohngeld-, Grundsicherungsempfänger:innen und auch BAföG-Empfänger:innen. Es können aber auch Menschen mit geringem Einkommen zu uns kommen. Das Einkommen und die Bescheide werden direkt in den Ausgabestellen geprüft. Armutsbetroffene Menschen erhalten dann eine Kundenkarte, mit der sie Lebensmittel abholen können.

#### Wie blickst du auf das neue Jahr?

Wir arbeiten intensiv daran, unser Netz der Ausgabestellen zu erweitern. Mein Wunsch wäre, dass wir mehr Ausgabestellen eröffnen, zu denen die Menschen kommen können, um ihre Lebensmittel abzuholen. Die Pop-up-Ausgabestellen, an denen wir vorgepackte Tüten verteilen, sind eine gute Zwischenlösung, aber nichts für immer.

afel Teller Aug

Bereits das dritte Jahr in Folge hat uns unser langjähriger Partner, die Tafel Deutschland e. V., den Tafel Teller als Dank für die gemeinsame Arbeit überreicht. Bei der Verleihung vor Ort war nicht nur unser Co-Gründer Tobias Reiner, sondern auch die Schirmherrin der Tafel Deutschland, Lisa Paus, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, und Jochen Brühl, Vorsitzender der Tafel Deutschland e. V. In Deutschland gibt es insgesamt 960 Tafeln, die sich alle zusammen für einen wertschätzenden Umgang mit Lebensmitteln einsetzen. Die geretteten Lebensmittel werden an über zwei Millionen Menschen weitergegeben, die die Unterstützung der Tafeln in Anspruch nehmen müssen. Auch wir von share unterstützen mit dem Verkauf unserer Produkte die Tafel Deutschland e. V.

# Produkthighlights 2022

## Bio-Fruit-Infusion / Zitrone-Minze & Orange-Holunderblüte

Prickelnder Durstlöscher mit fruchtigem Geschmack: Die Fruit-Infusion ist weniger süß als Limonade und erfrischend wie sprudelndes Mineralwasser. Die Rezeptur ist Bio-zertifiziert.

# Neue Riegel Schoko-Kokos & Schoko-Cranberry mit Granatapfel

Auch bei den Riegeln haben wir nun mehr Geschmacksvielfalt: Die zwei neuen Riegel mit Schoko-Kokos und Schoko-Cranberry mit Granatapfel sind nun überall verfügbar.

#### share-naturals- — Repair-Handcreme

Für eine intensive Pflege der Hände haben wir im letzten Jahr zusätzlich eine Naturkosmetik-Handcreme mit einer veganen Rezeptur kreiert.

34

#### Wasser im Tetra Pak

share

Unser stilles Wasser von share gibt es jetzt auch pfandfrei im Tetra Pak. Die neue Verpackung besteht bereits zu 88 % aus einem pflanzenbasierten Kunststoff und Holzfasern.

#### Duschgel ———— Mango & Mandel

Hier kommt unser fruchtiger Neuzugang für Heldentaten unter der Dusche – pH-hautneutral, pflegend und sozial.





share

share

naturals

turals

# und sozialen share Socken bestehen zu 74 % aus zertifizierter BioBaumwolle und weiteren Funktionsgarnen (recyceltes Polyamid & LYCRA®), die der Socke mehr Elastizität und Formstabilität geben. Die share Socken gibt es in drei Farben mit sportlichem Streifendesign: Weiß, Blau und Schwarz. Bio-Energy-Drink Unsere ersten veganen

Socken exklusiv

Unsere neuen stylischen

bei ALDI SÜD





#### **Eistee im Tetra Pak**

Hier kommen noch mehr neue Erfrischungen im Tetra Pak: Schwarzer Tee mit Limette & Ingwer und Rooibos-Tee mit Pfirsich & Holunderblüte. Leckere Erfrischung in Bio-Qualität.

#### Schokolade Nuss & Meersalz

Mehr soziale Snacks für mehr Mahlzeitenspenden. Seit letztem Jahr gibt es diese süß-salzige und vegane Tafel im Handel.



share naturals

2022 wurde unser Haarpflegeportfolio mit diesen drei Naturkosmetiksets aufgestockt. Drei Shampoos und Spülungen für intensive Pflege, Feuchtigkeit oder Glow und dabei nur mit den besten Zutaten.

Impact 2022 / HIGHLIGHTS 2022 35 Impact 2022 / HIGHLIGHTS 2022

#### share im Gespräch mit den Handelspartnern



Foto: Christina Riedl, dmdrogerie markt GmbH + Co. KG

Herr Bayer, dm ist unser Partner der ersten Stunde und seitdem konnten wir gemeinsam 50 Millionen Hilfeleistungen erreichen. Stellen Sie sich mal vor, an unserem dritten Geburtstag war das die Anzahl aller Spenden zusammen. Wie fühlt sich das für Sie an?

Unser Anspruch bei dm ist es, unser Sortiment verantwortungsvoll und zukunftsfähig zu gestalten. In diesem Rahmen möchten wir deshalb Startups unterstützen, die mit innovativen Lösungen und mit hohen sozialen wie ökologischen Standards überzeugen. Deshalb haben wir share 2018 als erster Drogeriewarenhändler in unser Standardsortiment aufgenommen. Dass wir durch diese Partnerschaft und gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden seither 50 Millionen Hilfeleistungen erreichen konnten, stellt gut heraus, wie relevant die Kaufentscheidung jeder einzelnen Kundin und jedemeinzelnen Kunden ist.

Sebastian Bayer / Geschäftsführer dm-drogerie markt, verantwortlich für das Ressori Marketing & Reschaffung

Herr Souque, gemeinsam mit REWE konnten wir in den letzten Jahren ganze 667.379 Menschen mit Hilfeleistungen erreichen. Das sind alle REWE-Mitarbeitenden mal vier. Was macht diese Zahl mit Ihnen?

Die Zahl freut mich sehr und macht mich zugleich stolz. Gemeinsam und mit dem Engagement unserer über 160.000 REWE-Supermarkt-Mitarbeitenden in Deutschland ist es in den letzten Jahren gelungen, die Idee einer sozialen Lebensmittelmarke in die Mitte der Gesellschaft zu tragen und so weltweit rund 670.000 Menschen eine gesunde Mahlzeit, sauberes Trinkwasser und den Zugang zu Hygiene oder Bildung zu ermöglichen. Die Zahl ist für uns aber auch zugleich Ansporn, nicht locker zu lassen, um noch mehr Menschen mit Hilfeleistungen zu erreichen. Denn unter dem Dach der REWE Group werden share Produkte mittlerweile über Deutschland hinaus auch in Österreich bei Billa und Bipa oder über unsere Töchter Lekkerland, nahkauf und REWE To Go vertrieben. Auch hier setzen sich Tag für Tag unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Bekämpfung von Armut und Hunger ein.

Lionel Sougue / Vorstandsvorsitzender REWE Group





Wer Deutsche Bahn fährt, ist nachhaltig unterwegs. Wer während der Zugfahrt ein share Wasser kauft, bewegt sich nicht nur klimafreundlich fort; er oder sie leistet auch sozial einen Beitrag. Seit 2020 konnten so bereits 21 Brunnen für Menschen in Not repariert oder gebaut werden. Daran zeigt sich: Zusammen können wir einiges an sozialem Impact schaffen. Frau Berk, wie wichtig ist es heutzutage für Unternehmen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen?

Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung sind für die Deutsche Bahn zentrale Punkte in der Konzernstrategie Starke Schiene. Dabei überdenken wir nicht nur unsere gesamten Produkte und Dienstleistungen, sondern wir machen die Deutsche Bahn und die Art und Weise, wie wir arbeiten, noch grüner und nachhaltiger. So übernehmen wir Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft. Auch an Bord unserer Züge treiben wir die grüne Transformation Schritt für Schritt voran. Wir möchten nicht nur einen Beitrag zum Genuss an Bord leisten, sondern auch zum respektvollen Umgang mit Ressourcen. Dazu gehört neben nachhaltigeren Essensangeboten auch die Nutzung von Mehrweggeschirr, Holzbesteck und eine Reduzierung von Plastik in unseren Bordbistros. Wenn wir dabei mit Produkten wie dem share Mineralwasser auch in der sozialen Dimension nachhaltigen Handelns etwas Gutes tun können, freut uns das besonders. Aus diesem Grund haben wir uns auch für ein weiteres Produkt von share entschieden. Ab März 2023 verschenken wir an unsere Reisenden in der 1. Klasse die neue "Lieblingsgast"-Schokolade von share. Jede Schokolade steht für die Spende einer Mahlzeit an die Tafel Deutschland.

Stefanie Berk / Vorständin Marketing DB Fernverkeh

Mit share wollen wir keine exklusive Zielgruppe oder Nische bedienen, wir wollen eine soziale Alternative für Alltagsprodukte aller Art anbieten. Damit Menschen einfach einkaufen und Gutes tun können. Das machen wir seit 2022 auch mit Kaufland. Was ist Ihr persönliches Fazit nach einem Jahr Partnerschaft?

Auch wir wollen die Welt ein bisschen besser machen und sind uns der Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt bewusst, die das Handeln mit Lebensmitteln mit sich bringt. Wir engagieren uns bereits seit langer Zeit für Lebensmittel aus nachhaltigerem Anbau sowie den Umwelt-, Klima- und Artenschutz. Dabei ist es uns wichtig, allen den Kauf von guten, gesunden und nachhaltigen Produkten zu ermöglichen. Die Produkte von share haben mittlerweile einen festen Platz in unserem Sortiment. Unsere Kunden haben dadurch bei jedem Einkauf ganz einfach die Möglichkeit zu helfen – und das nachhaltig. Sie schätzen insbesondere, dass sie mit dem Kauf dieser Produkte nicht nur Soforthilfe leisten, sondern auch langfristige Projekte unterstützen.

Robert Pudelko / Leiter Einkauf Nachhaltigkeit Kaufland Deutschland

IKEA engagiert sich besonders für eine faire Welt – durch verschiedene Engagements und durch das Anbieten von share Wasser, das es allen allen IKEA-Kund:innen ermöglicht, beim Möbelshopping für mehr Wassergerechtigkeit zu sorgen. Frau Schramm, was ist Ihre Vision von einer sozialeren Welt? Wie würden Sie gerne leben?

Es ist für mich wichtig, in einem werteorientierten Unternehmen wie IKEA zu arbeiten, das es sich zum Ziel gemacht hat, mit allem, was wir tun, einen positiven sozialen Einfluss für die vielen Menschen und unseren Planeten zu erreichen. Ich persönlich habe die Vision, mit meinen Entscheidungen in meiner Position bei IKEA das Angebot an Lebensmitteln bei IKEA so nachhaltig und sozial positiv wie möglich zu gestalten. Auf der einen Seite unterstützen wir Menschen dabei, sich gesünder und nachhaltiger zu ernähren, auf der anderen Seite schaffen wir mit Partnern wie share aber auch mehr Chancengleichheit auf dieser Welt. Ich bin sehr stolz darauf, dass wir mit unserer gemeinsamen Arbeit den Zugang zu sauberem Wasser, Bildung und gesicherten Arbeitsplätzen vorantreiben können.

**Tania Schramm** / Country Food Managerin bei IKEA Deutschlan

Mit unseren Schreibwaren wollten wir einen Schritt weitergehen und neben Investitionen im Bereich der Grundbedürfnisse Nahrung, Trinkwasser und Hygiene auch Bildung ermöglichen. Wie schätzen Sie die Bedeutung von Bildung für eine gerechtere Welt ein?

"Bildung ist die mächtigste Waffe, um die Welt zu verändern", sagte schon Nelson Mandela. Für mich ist Bildung die Grundlage sämtlicher Entwicklung und somit das Fundament für Chancengerechtigkeit. Zudem ist Bildung auch Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg. Bei INTERSPAR investieren wir beispielsweise mit zahlreichen Weiterbildungs- und Ausbildungsprogrammen in die Zukunft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Mag. Johannes Holzleitner / Geschäftsführer INTERSPAR Österreich





DECATHLON begeistert Sportler:innen und hat Sportartikel für jedes Budget im Sortiment. Doch nicht nur das – bereits im zweiten Jahr war DECATHLON Deutschland Teil der Winterkampagne von share. Nicole, was bedeutet dir als Head of Branding und Campaign der Beitrag zur sozialen Verantwortung, den DECATHLON gemeinsam mit share leistet?

Für mich persönlich waren die share Kampagnen in den vergangenen zwei Jahren eine große Freude und ein Herzensprojekt.
Es ist schön zu sehen, wenn nach der Vorbereitungszeit alles zusammenkommt: Die Produkte sind dann in den Filialen, im Onlineshop und auf den Köpfen unserer Teammates zu finden! Besonders in der kalten Jahreszeit können wir so als Sportartikelhersteller und -händler durch unsere breite sportbegeisterte Zielgruppe einen wichtigen Beitrag für mehr soziale Wärme leisten.

Nicole Bürkle / Head of Branding & Campaign bei DECATHLON Deutschland



Als Erfinder des Discounts versorgen wir jeden Tag Millionen Menschen mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln – egal ob mit großem oder kleinem Geldbeutel. "Gutes für alle" ist damit nicht nur ein Claim, sondern Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Im Rahmen unseres gesellschaftlichen Engagements führen wir diesen Ansatz unter dem Motto "Spenden, helfen, fördern" sinnvoll weiter. Wir freuen uns daher besonders, mit share einen Partner zu haben, der jedem Menschen den Zugang zu Trinkwasser, Mahlzeiten, Hygiene und Bildung ermöglichen möchte. Gleichzeitig wissen unsere Kundinnen und Kunden, dass sie mit jedem Kauf eines Produktes einen Unterschied für die betroffenen Menschen machen. Wir sind überzeugt: Alle haben ein Recht auf ein gutes Leben. Wir sind stolz, gemeinsam mit share einen Beitrag dazu leisten zu können.

Carlos Rasel / Director Public Affairs & Corporate Citizenship, ALDI SÜD



Letzten Winter konnten wir gemeinsam ein Zeichen setzen und mit unseren Mützen im Rahmen des Projektes mit der Caritas wohnungslose Menschen mit einer Nacht in einem warmen Bett unterstützen. Frau Gruber, welche Bedeutung hat für Sie die Zusammenarbeit mit einem Social-Impact-Unternehmen wie share? Welche Optionen sehen Sie darin, gemeinsam langfristige, soziale Hilfe zu bieten?

Als Unternehmen ist es dm-drogerie markt seit jeher ein Anliegen, nicht nur Konsumbedürfnisse zu veredeln, sondern auch vorbildlich im Umfeld zu wirken. Deswegen setzen wir in unserem Sortiment bewusst auf Marken wie share, die diesen Gedanken teilen. Es freut uns, dass wir mit dem Verkauf der share Produkte einen Teil dazu beitragen können, Menschen in unserer Gesellschaft, die es schwerhaben, zu unterstützen. Wer nachhaltig etwas bewirken oder verändern möchte, braucht einen langen Atem. Deswegen legt dm Wert auf langfristige Kooperationen. Dass share der richtige Partner dafür ist, wird durch das beständige soziale Engagement und neue Entwicklungen wie den Verkauf der Beanies sichtbar.

**Petra Gruber** / Ressortleiterin Marketing & Einkauf bei dm drogerie markt (Österreich)



© dm/Marco Riebler



Foto: share

# Highlight-Kampagnen

40 Impact 2022 / HIGHLIGHTS 2022 41 Impact 2022 / HIGHLIGHTS 2022

#runwalkdonate:
Unsere
Sommerkampagne
für mehr
Wassergerechtigkeit

Ready, set go! Bei unserer Kampagne im letzten Sommer ging es nicht nur um erfrischende Getränke, sondern auch um Kilometer. In manchen Teilen der Welt müssen Menschen nämlich ganze 6 Kilometer zurücklegen, um an Trinkwasser zu gelangen. Diese Distanz wollten wir gemeinsam mit unserer Community verkürzen. Deshalb spendete nicht nur jedes Getränk einen Tag Trinkwasser, sondern auch jede 6 Kilometer zurückgelegte Strecke.

So konnten allein im Kampagnenzeitraum von 13 Tagen 565.000 Tage Trinkwasser ermöglicht und vielen Menschen in Côte d'Ivoire geholfen werden.



Hier seht ihr unsere Plakatkampagne. Foto: share







Unsere fleißige Community bei unserer Laufchallenge.

#### 1 Million Mahlzeiten in 16 Tagen

Letzten Herbst haben wir uns viel vorgenommen: Zum Welternährungstag wollten wir eine ganze Million Mahlzeiten in nur 16 Tagen spenden. Ob uns das gelungen ist? Na klar! Aber nur dank unseren großartigen Partnern und Kund:innen.





Fotos: share

Vom 13. bis 16. Oktober eröffneten wir unseren "Point of share" – den Erlebnisort, in dem alle unsere Marke näher kennenlernen und ganz einfach ein Zeichen für mehr Gerechtigkeit setzen konnten.

Foto: share





# Wärme spenden – unser Herzensprojekt

Ein echtes Herzensprojekt, das auch nach vier Jahren nicht an Relevanz verloren, sondern vielmehr gewonnen hat: unsere Wärmekampagne. Durch den Verkauf von Mützen, Socken und Schals haben wir in den letzten Jahren gemeinsam mit unseren starken Partnern einiges bewirken können. Über 260.000 Sachspenden wurden ermöglicht und so ein starkes Zeichen für mehr soziale Wärme gesetzt. 2022 wollten wir noch eine Schippe drauflegen und uns nicht nur auf Sachspenden konzentrieren, sondern noch mehr Social Impact erzielen. Denn wir sind der Überzeugung: Jeder Mensch hat das Recht auf ein warmes Bett! So haben unsere Beanies direkt an soziale Projekte der Caritas in Deutschland und Österreich gespendet. Konkret bedeutet das: Jede Mütze spendet für eine Nacht in einem warmen Bett. Durch den Verkauf unserer Beanies bei REWE, Müller, DECATHLON, dm Österreich und Billa Plus wurden so insgesamt 60.000 shares ermöglicht. SAT1 hat die Kooperation bereits zum dritten Mal als Medienpartner mit einer TV-Kampagne unterstützt.



44

# Die drei Säulen der Nachhaltigkeit

Kein Mensch ohne Umwelt: Nachhaltigkeit bei share Das Thema Nachhaltigkeit steht seit Beginn von share im Jahr 2018 im Fokus unserer Arbeit- und das auf gleich mehreren Ebenen. Denn die Idee der Nachhaltigkeit kann langfristig nur wirklich funktionieren, wenn wir sie in drei Dimensionen denken – ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeit.

Unseren Fokus legen wir allem voran auf die soziale Nachhaltigkeit. Wir arbeiten dafür mit verschiedenen Projektpartnern zusammen, um Ungerechtigkeiten weltweit zu reduzieren. Für die ökonomische Nachhaltigkeit sorgt unser Geschäftsmodell. Als Social Impact Brand verpflichten wir uns dazu, keinen Profit zu machen, ohne sozialen Impact zu generieren. Deshalb beinhaltet jedes share Produkt eine soziale Spende. Aber auch die ökologische Nachhaltigkeit darf bei uns nicht zu kurz kommen. Und so wählen wir Partner, Materialien und Verpackungen mit größter Sorgfalt aus.

Auch wenn der Weg noch lang ist, versuchen wir Stück für Stück in allen Bereichen unseres unternehmerischen Handelns nachhaltiger zu werden. 2022 können wir dabei auf drei ganz besondere Meilensteine zurückblicken:

#### 1. Wir sind frisch B Corp rezertifiziert

Im Oktober haben wir unsere Rezertifizierung von B Corp erhalten. Erneut wurde auf den Prüfstand gestellt, ob wir die anspruchsvollen sozialen und ökologischen Kriterien erfüllen und uns in unseren Statuten dazu verpflichten, gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen – mit Erfolg. Und darauf sind wir mächtig stolz. Denn ganz so einfach ist der Prozess der Rezertifizierung nicht. So müssen wir uns alle drei Jahre neu beweisen, um die Rezertifizierung zu erhalten. Ein ganz schön komplexer Prozess, der viel Zeit in Anspruch nimmt, aber auch dabei hilft, innerhalb der verschiedenen Bereiche zu reflektieren und sich stetig weiterzuentwickeln. Als B Corps werden Unternehmen bezeichnet, die hohe Standards für soziale und ökologische Auswirkungen erfüllen und sich gemeinsam für eine gerechtere Wirtschaftswelt einsetzen. 2022 waren es bereits 1000 B Corps in Europa, was zeigt, dass die Gemeinschaft immer größer wird, die sich für einen echten Systemwandel starkmacht.

#### 2. Wir zählen zu B Corps "Best for the World™"

Impact 2022 / NACHHALTIGKEIT

Im Juli durften wir uns zudem über die Auszeichnung "Best for the World™" im Bereich "Community" von B Lab freuen.

Ein B-Corp-Unternehmen zu sein bedeutet, die Mitarbeiter:innen, Kund:innen, die Umwelt und unsere Community mindestens in gleichem Maße zu schätzen wie den Profit – wenn nicht sogar mehr! Es bedeutet ebenso, dass wir eine Unternehmensführung haben, die diese Werte aufrechterhält.

Mit unserer Auszeichnung gehören wir von allen großartigen B Corps zu den besten 5 % aller Unternehmen vergleichbarer Größe im Bereich Community. \*CO₂ steht dabei stellvertretend für alle nach IPCC relevanten Treibhausgase.

#### 3. Wir kennen unseren Fußabdruck

In 2022 haben wir zum ersten Mal den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck\* unseres Unternehmens ermittelt: rückwirkend für das Jahr 2021. Dabei wurden alle Emissionen erfasst, die unmittelbar mit den Aktivitäten des Unternehmens zusammenhängen, also beispielsweise Stromversorgung und Heizung im Büro, Anreise und Geschäftsreisen der Mitarbeitenden oder auch Homeofficebezogene Emissionen. Basierend auf den Ergebnissen, konnten wir Reduktionspotenziale ableiten und konkret daran arbeiten, unseren Fußabdruck in Zukunft weiter zu verringern. Parallel dazu haben wir uns entschieden, in zertifizierte Klimaschutzprojekte zu investieren.

Neben dem Unternehmensfußabdruck messen wir auch die Emissionen aus der Herstellung und dem Transport unserer Produkte. Diese werden nach und nach in Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten als Product Carbon Footprints erfasst.

Wir blicken dankbar auf die Meilensteine aus 2022 zurück und freuen uns, daran 2023 anzuknüpfen und uns immer weiter in Sachen Nachhaltigkeit zu verbessern – und zwar auf allen Ebenen.

Platz 1 Jung von Matt Brand Ranie

Zum Ende des Jahres haben wir nochmal eine tolle Neuigkeit erhalten: share ist auf dem 1. Platz des Jung von Matt Brand Rankings gelandet! Das "Startup Brand Ranking" soll starken Marken in der Gründer:innenszene Tribut zollen. Basierend auf den Ergebnissen der Online-Umfrage wurden 50 Marken in das Ranking aufgenommen und wir haben es auf Platz 1 geschafft. Ein weiterer Beweis dafür, dass die Zeit des Umdenkens gekommen ist: Social Entrepreneurship ist längst keine Nische mehr, sondern wird immer mehr zum Kern einer zeitgemäßen Wirtschaftstransformation.

# Nachhaltigkeit Innovationen

#### Unsere Innovationen 2022



Wir möchten nicht nur, dass unsere Produkte einen sozialen Mehrwert haben, sondern dass sie auch möglichst nachhaltig sind. Dafür lassen wir uns immer wieder neue Innovationen einfallen und spüren die besten Materialien und Herstellungsverfahren auf. Auf diese drei nachhaltigen Produkt-Highlights sind wir 2022 besonders stolz:

#### 1. Recycelbare Nachfüllbeutel für unsere Seifen

Im September haben wir unseren Seifen-Nachfüllbeutel aus Monomaterial auf den Markt gebracht. Monomaterial bedeutet, dass der Beutel nur aus einem Material hergestellt ist. Dies ist eine relativ neue Entwicklung für Nachfüllbeutel. Davor gab es zwar schon lange materialsparende Formate, diese waren allerdings nicht gut recyclingfähig, da sie aus verschiedenen Materialien bestehen, die nicht mehr voneinander getrennt werden können. Unser neuer Nachfüllbeutel ist nun nicht nur recycelbar, sondern braucht auch 80 % weniger Plastik als zwei 250 ml share Pumpspender-Flaschen.



#### 2. Optimierte Handcreme-Verpackungen

Auch an unserem Bestandssortiment arbeiten wir stetig weiter und suchen nach neuen, nachhaltigeren Lösungen. So haben wir im September auch die Tuben unserer Handcremes angepasst und auf Monomaterial-Tuben umgestellt. Waren die alten Verpackungen bis zu 53 % recycelbar, sind die überarbeiteten Verpackungen bis zu 90 % recycelbar.





Zu Weihnachten 2022 haben wir uns etwas ganz Besonderes einfallen lassen: ein weihnachtliches Geschenk-Set mit Duschgel, Bodylotion und Handcreme mit Bio-Babyäpfeln – Nahrungsmittel, die üblicherweise in der Tonne gelandet wären. Die meisten Bäume werden im Frühling durch ein schonendes Ernteverfahren von 10 bis 30 % der Jungfrüchte (Babyfrüchte) befreit, damit der Rest der Früchte gut und kräftig gedeihen kann. Anstatt diese Jungfrüchte einfach wegzuwerfen, kann man sie zur Herstellung von Inhaltsstoffen wie dem Apfelextrakt (Malus Domestica Fruit Extract) in unseren Produkten verwenden.

Impact 2022 / NACHHALTIGKEIT 47 Impact 2022 / NACHHALTIGKEIT



Wir haben noch viel vor

Wie ihr auf den letzten 48 Seiten lesen konntet, war es ein aufregendes Jahr für uns bei share. Der Wandel vom Startup zum Scale-up hat uns als Team neu geprägt und dennoch haben wir das Wichtigste nicht aus den Augen verloren: so viel Social Impact wie möglich zu verwirklichen. 2022 hat uns nochmals darin bestärkt: Wir sind auf dem richtigen Weg, denn so wichtig ökologische Nachhaltigkeit auch ist, mindestens genauso wichtig ist die soziale Nachhaltigkeit. Hierfür stehen wir mit unserem vollen Herzblut ein und haben bis zum Ende des Jahres über 117 Millionen shares erreicht. Doch auch wir wissen: Was zählt, ist nicht der Jahresrückblick. sondern, wie es für uns in Zukunft weitergehen wird, und da haben wir eine ganz klare Vision vor Augen: Wir wollen die Businesswelt revolutionieren! Wie wir das erreichen wollen? Mit einem starken, leidenschaftlichen und hochkompetenten Team und mit dem Eintritt in neue Geschäftsbereiche. Klingt spannend? Dann freuen wir uns, euch weiterhin auf unserer Reise mitnehmen zu dürfen. Denn eins ist klar: Wir sind noch lange nicht angekommen!

share GmbH, Erkelenzdamm 59-61, 10999 Berlin Geschäftsführerin: Antonia Hammer Eingetragen beim Amtsgericht Berlin Charlottenburg: HRB 186219 B, Ust-ID: DE311841837



Wir können und wollen unseren Rückblick 2022 nicht abschließen, ohne ein großes Danke auszusprechen. An unsere Partner, die hinter uns stehen und uns unterstützen, wo immer sie können. An unsere sharies, die mit soviel Hingabe die Vision einer gerechteren Welt Tag für Tag verfolgen und alles geben. Und an euch, die unsere Reise so gespannt mitverfolgen, uns mit Feedback unterstützen und dabei helfen, so vielen Menschen einen besseren Alltag zu ermöglichen. Letztlich geht es doch um so viel mehr als den sozialen Impact, es geht um Gerechtigkeit, um eine gleichere Verteilung und um uns alle, die an eine bessere Welt von morgen glauben.

