

share

Impact 2021



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

Druck und Bindung
Spree Druck Berlin GmbH
Wrangelstraße 100, 10997 Berlin
Printed in Germany



A share every second.

Ein großes Dankeschön an all unsere
Unterstützer:innen! Gemeinsam mit euch
konnten wir 2021 einen unglaublichen Impact
erzielen und einen echten Unterschied
machen. **So hat 2021 jede Sekunde jemand
mit share geteilt.**

Foto: Believe Nyakudjara

Inhaltsverzeichnis

Intro

- S. 2: Dankeschön
- S. 3: Vorwort von Sebastian Stricker
- S. 4–5: share 2021 – die Milestone Timeline

Mission

- S. 6: Wer ist share?
- S. 7: Unsere Mission
- S. 8: The Social Why
- S. 9: Unsere Vision

Impact

- S. 10: Social Impact Summary, Teil 1
- S. 16: Social Impact Summary, Teil 2

Highlights

- S. 18: Goldenes Haus & Kaufen Hilft
- S. 22: Tragen Hilft

Produkte & Partner:innen

- S. 26: share wächst – Unsere Produkte
- S. 27: share wächst – Unsere Partner:innen

Nachhaltigkeit

- S. 34: Eine halbe Million Bäume fürs Klima
- S. 35: Das sustainabil-Projekt

Outro

- S. 36: Unser Ausblick / Was uns erwartet
- S. 37: Ganz viel Impact, ganz viel Liebe

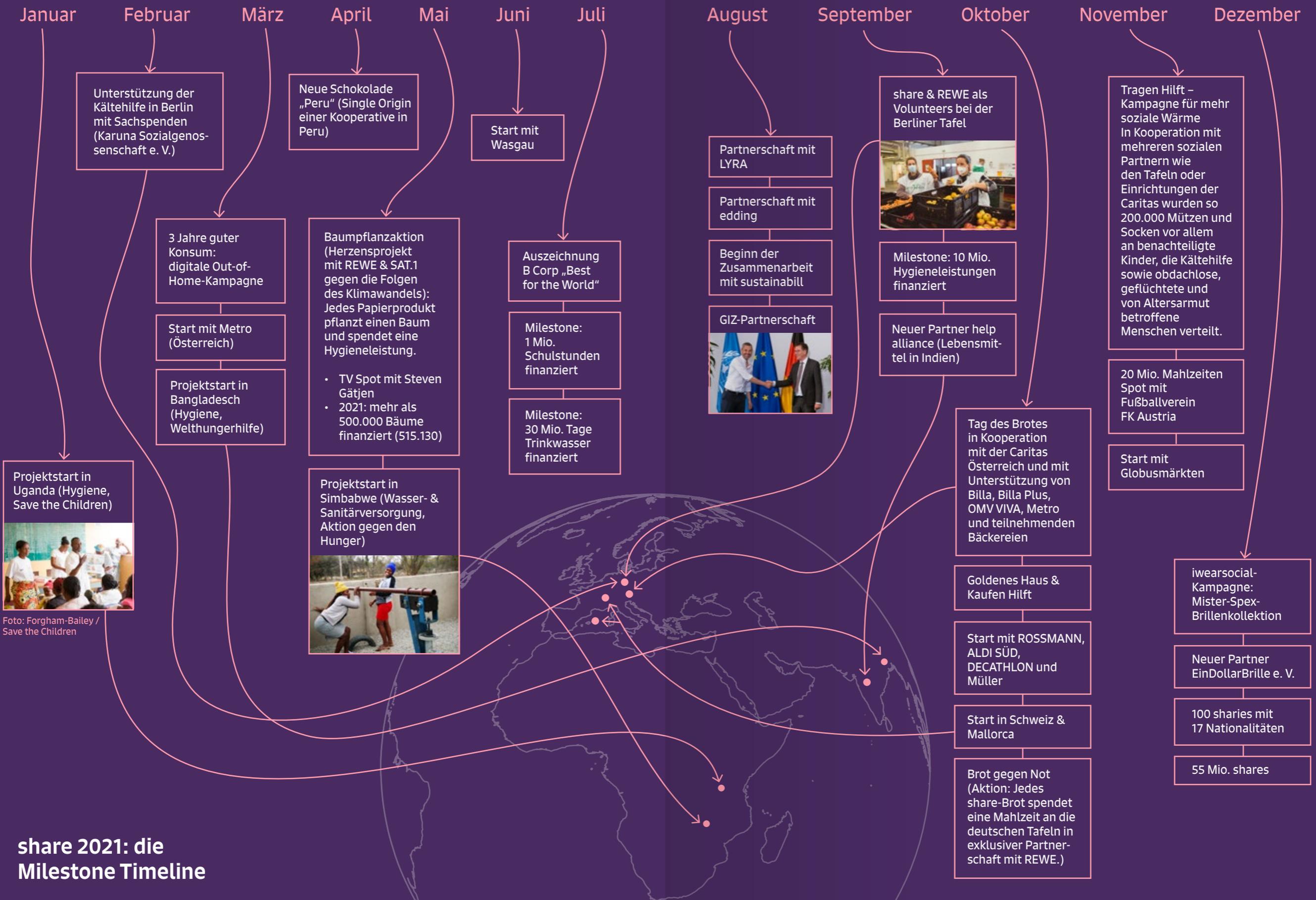
Jede Sekunde ein share – gemeinsam mit euch.



2021 war ein besonderes Jahr für uns. Wir sind zu einer der bekanntesten Social-Impact-Marken Deutschlands gewachsen und haben eine starke Community aufgebaut, die loyal hinter share steht. Erfolgreiche und wegweisende Kampagnen wie „Kaufen Hilft“ haben uns den Eintritt in den Massenmarkt ermöglicht und unsere Zahl der Mitarbeiter:innen auf über 100 steigen lassen. Doch nicht nur da haben wir die 100 geknackt: In 2021 haben wir die 100-Produkte-Marke gefeiert und stellen mit share echte soziale Alternativen in vielen Kategorien des täglichen Einkaufs. Denn wir wollen jeder Person die Möglichkeit geben, auf einfachstem Weg Gutes zu tun: share steht für die neue Art, durch sozialen Konsum den Wunsch nach sozialer Gerechtigkeit zu erfüllen.

Wir sagen Danke an euch alle und wollen euch mitnehmen auf eine Reise durch das letzte Jahr – hier kommt unser IMPACT 21. Von uns. Für euch.

Sebastian Stricker ist einer unserer Co-Gründer:innen. Gemeinsam hat er mit Iris Braun, Ben Unterkofler & Tobias Reiner share 2017 ins Leben gerufen. Foto: share



share 2021: die Milestone Timeline

Wer ist share?

Wer wir sind und was wir machen, ist eigentlich ganz einfach: Wir tun Gutes. Und folgen dabei einem klaren Leitfaden, dem 1-Need-for-1-Need-Prinzip. Was das heißt? Wir machen es so einfach wie möglich, Menschen zu helfen. Jedes unserer Produkte spendet eine gleichwertige Hilfeleistung. So spendet beispielsweise jeder Snack eine Mahlzeit und jedes Getränk einen Tag Trinkwasser. Denn wir sind kein Unternehmen mit einer Vision: Wir sind eine Vision mit einem Unternehmen.

Hier strahlt unser Gründer:innenteam für die Kamera. Seit der Gründung sind bereits fünf Jahre vergangen.
Foto: share



Unsere Mission

Unsere Milestone Timeline aus 2021 gibt bereits einen Eindruck, wo Handlungsbedarf existiert. Und dass es einiges zu tun gibt. Unsere Mission ist dabei so einfach wie unser Leitfaden: Wir arbeiten für eine gerechtere, zukunftsorientierte Welt. Getreu dem Motto „Leave this world way better than we found it“. Wir wollen positiven, sozialen Impact. Wir glauben daran, dass jede:r Gutes tun will. Mit share wollen wir es allen Menschen so einfach wie möglich machen, diesen Wunsch zu erfüllen.

Essen



- Schulmahlzeiten
- Lebensmittelrettung
- Notfallnahrung
- Landwirtschaft

Trinkwasser



- Wasserinfrastruktur
- Wasserreinigung
- Sanitärinfrastruktur
- Abwasser-management

Hygiene



- Händewaschen
- Infektionsschutz
- Mundhygiene
- Menstrualhygiene

Bildung



- Schreibmaterial
- Schulmahlzeiten
- Schulbau



Wir freuen uns und sind sehr stolz, dieses Start-up von Anfang an als Geburtshelfer unterstützt zu haben. Denn Konsum ist teilbar. Und sozial, wenn der Kauf eines Produkts gleichzeitig einem Menschen in Not hilft. Die Leidenschaft, das Engagement und die Begeisterung des Gründers Sebastian Stricker und seiner Mannschaft haben mich sofort überzeugt, die Idee einer sozialen Lebensmittelmarke in unseren REWE-Märkten deutschlandweit umzusetzen.



Lionel Souque

Vorstandsvorsitzender
der REWE Group



Immer mehr Kundinnen und Kunden konsumieren ganz bewusst und möchten genau wissen, wofür eine Marke steht und welche Werte sie hat. Daher freuen wir uns, dass wir das Angebot von share-Produkten bei dm weiter ausbauen konnten und mit share einen Partner gefunden zu haben, der uns dabei hilft, unsere Welt nachhaltig zu verbessern.



Sebastian Bayer

als dm-Geschäftsführer
verantwortlich für das Ressort
Marketing + Beschaffung
Foto: Christina Riedl, dm-drogerie
markt GmbH + Co. KG.

The Social Why

Die Welt hat schon bessere Tage erlebt. Darüber sind wir uns alle einig. Worüber wir wahrscheinlich auch einer Meinung sind? Wir können aktiv zu ihrem Wohlbefinden beitragen. Und am besten geht das, indem wir den Fokus darauf richten, was wirklich wichtig ist: die Erfüllung der elementaren Grundbedürfnisse für alle zu ermöglichen. Denn eine Pandemie und zwei Jahre später stehen jahrzehntelange Arbeit und gefeierte Entwicklungserfolge unter extrem schlechten Bedingungen – soziale Ungleichheiten werden verstärkt. Dem Klima geht es dabei genauso schlecht und es löst zunehmend Probleme an vielen Orten der Welt aus. Mit starken Partnerschaften und genug Menschen, die an eine bessere Welt glauben, können wir viel bewirken.



Our partnership with share has, since 2019, supported water service delivery in rural Kenya based on a matching arrangement for every unit of bottled water sold in Germany. This model has enabled FundiFix to provide a professionalised repair and maintenance service for rural infrastructure. All infrastructure breakdowns are resolved in less than 3 days, guaranteeing reliable, affordable, and safe water service for communities, schools, and healthcare facilities. The partnership with share is therefore improving livelihoods and reducing vulnerability of these rural communities, especially women and children, during long dry spells while building their resilience to future climate risks and shocks.



Cliff Nyaga

Director at FundiFix Ltd.



Jan Sebastian Friedrich-Rust

Geschäftsführer
Aktion gegen den Hunger

Foto: Eva Neuzilova – Aktion
gegen den Hunger



2021 konnten wir unsere tolle Partnerschaft mit share fortsetzen. Gleichzeitig konnten wir fast 3 Mio. Portionen therapeutische Fertignahrung an mangelernährte Kinder in Somalia verteilen.

Unsere Vision

Gemeinsam kümmern wir uns um eine bessere Welt von morgen, in der alle Platz finden und ein lebenswertes Leben führen können. Was brauchen wir dafür? Mit share konzentrieren wir uns auf 6 soziale SDGs, also Sustainable Development Goals – um global nachhaltige Strukturen zu schaffen. Was das konkret heißt: Wir richten den Blick auf die Bekämpfung von Armut und Hunger und setzen uns ein für Gesundheit und Wohlergehen, hochwertige Bildung, Geschlechtergerechtigkeit und sauberes Wasser sowie sanitäre Einrichtungen. Dass es funktioniert, haben wir schon bewiesen: So konnten schon 38 Millionen Tage Zugang zu sauberem Trinkwasser, 23 Millionen gespendete Mahlzeiten, 21 Millionen Hygieneleistungen und zwei Millionen Schulstunden ermöglicht werden.

Jeden Tag setzen sich Menschen auf der Welt ein, ob im Alltag oder ehrenamtlich. Wir wollen eine zusätzliche Möglichkeit für soziales Handeln bieten. Denn wir halten an unserem grundlegenden Glauben fest, dass Menschen Gutes tun wollen. So machen wir echten sozialen Impact möglich und stellen die Weichen für ein neues Zeitalter. Mit einfachen Lösungen, die Großes bewirken.



In 2021 Creadev was delighted to support share's activity and impact development. Share team is amongst the most purpose-driven we have met over years and we are particularly proud to work with them. The extension of share's partnerships and the quality of the relationships the whole team has been able to strengthen with customers and consumers over the past year makes us very enthusiastic regarding the impact the company will have in the future.



Alexandre Neuvéglise

Creadev-Portfoliomanager



Social Impact Summary

In 2021 konnten wir fast 30 Millionen Hilfeleistungen finanzieren, das heißt, dass jede Sekunde jemand mit share geteilt hat!

“

Müller sieht sich in der Pflicht aufzuzeigen, dass bewusster Konsum strukturell nachhaltig sein muss. Das betrifft einerseits den ressourcenschonenden Umgang mit unserer Umwelt, gilt aber auch für die Unterstützung sozialer Projekte. Getreu dem Motto: Ich tue mir selbst etwas Gutes und helfe damit außerdem unserer Umwelt und anderen. Wir sind überzeugt, nein – wir müssen das Konzept des sozial nachhaltigen Konsums etablieren!

Foto: Believe Nyakudjara



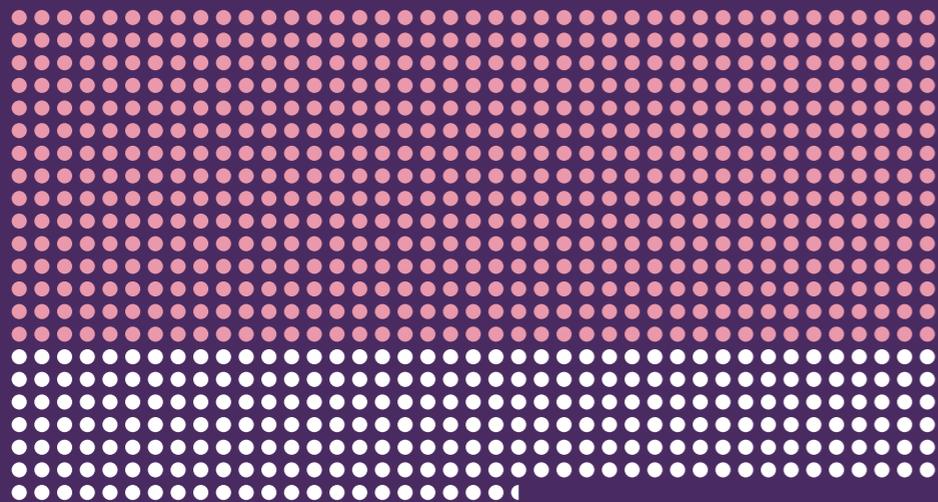
Philipp Aichele

Bereichsleiter Einkauf Drogerie bei
Müller Handels GmbH & Co. KG

Food:

8.626.825 Mahlzeiten

1 x ● = 10.000 Mahlzeiten



63 % international
(Somalia, Nepal,
Philippinen, Indien)

37 % national
(Deutschland,
Österreich,
Tschechien)

1.600 Tonnen Lebensmittel
gerettet mit den Tafeln

Menschen erreicht: 332.203

Trinkwasser:

11.659.302 Tage Trinkwasser

(mind. 20 Liter)

1 x ◆ = 10.000 Tage



in Simbabwe,
Kenia,
Côte d'Ivoire

Reparatur von 38 Brunnen &
Instandhaltung von
40 Handpumpen finanziert

Menschen erreicht: 23.323

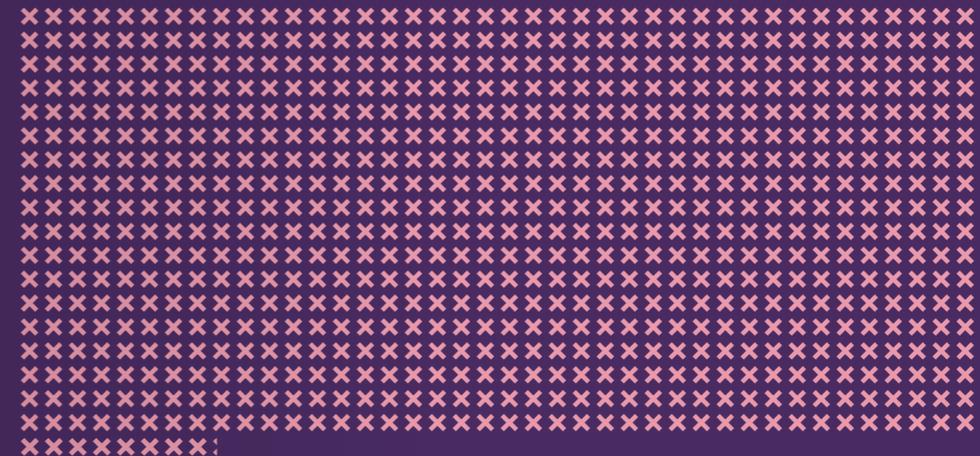




Hygiene & Sanitärversorgung:

7.282.386 Hygieneleistungen

1 x X = 10.000 Hygieneleistungen



in Bangladesch,
Uganda, Simbabwe

Menschen erreicht: 275.028

Bildung:

1.357.892 Schulstunden

1 x M = 10.000 Schulstunden



in Uganda

Kinder erreicht: 13.125

Bäume:

515.130 Setzlinge

1 x V = 10.000 Setzlinge



in Madagaskar

Kältehilfe:

211.629 Mützen und Socken

1 x S = 500 Mützen und Socken



in Deutschland,
Österreich

“

Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung finden auch in der Bordgastro-
nomie der Deutschen Bahn ihren Platz und gehen für uns Hand in Hand. Daher
haben wir uns für eine Partnerschaft mit share entschieden. Wir finden es
beeindruckend, dass ein so junges Unternehmen bereits als einer der Social-
Impact-Vorreiter in Deutschland agiert. Da die Idee eines sozialen Konsums mit
den Werten unserer nachhaltigen Unternehmensphilosophie im Einklang ist,
unterstützen wir diese Vision.



Philipp-Nicolas Schaaf

DB Fernverkehr AG, Leiter
Warengruppen-Management

“

Unser Ziel als weltweit agierendes Unternehmen ist es, mehr als eine Milliarde
Menschen dazu zu inspirieren, ein besseres Leben innerhalb der Grenzen
unseres Planeten zu leben und ihnen dies zu ermöglichen. Zusätzlich ist es
unser Ziel, bis 2030 klimapositiv zu werden und unsere Produkte ausschließ-
lich aus erneuerbaren und recycelten Materialien herzustellen. Mit share
haben wir einen Partner gefunden, mit dem wir diese Ziele teilen und mit dem
wir etwas bewirken können. Gemeinsam wollen wir die Welt besser machen.



Tanja Schramm

Country-Food-Managerin
IKEA Deutschland

“

Genießen und Gutes tun – was gibt es Schöneres? Auch für unsere Fluggäste
an Bord. Unser neuer Partner share macht das seit diesem Jahr möglich. Mit
jedem share-Bio-Nussriegel, den unsere Gäste während des Fluges kaufen,
erhalten Kinder und Jugendliche in den Indien-Projekten unserer Hilfsorgani-
sation help alliance eine Mahlzeit.



Jens Ritter

CEO Lufthansa Airlines



Schüler:innen in Indien haben
Zugang zu Bildung und werden mit
Schulmahlzeiten versorgt.

Foto: help alliance

Certified



Corporation

We did it – share ist eines der „Best for the World“-
Unternehmen 2021! Wir haben es unter die besten 5 % aller
B Corps ähnlicher Größe in der Kategorie „Community“
geschafft, indem unser gemeinsames Handeln einen
signifikanten gesellschaftlichen Nutzen generiert hat.
Doch wer oder was steckt hinter der Auszeichnung? Die
gemeinnützige Organisation B Lab präsentiert immer
wieder Unternehmen aus der „B Corp“-Familie, die den
größten Impact haben – alles inspirierende Unternehmen,
die existieren, um Business4Good Realität werden zu
lassen. Und die höchsten Standards in Bezug auf soziales
& ökologisches Handeln sowie öffentliche Transparenz
erfüllen, um Profit mit Purpose zu vereinen. Wir von share
sind sehr stolz auf diese bedeutende Anerkennung!

“

Unternehmerische Verantwortung ist in aller Munde. Wir freuen uns, dass
die „B Corp“-Bewegung derzeit in Europa stark an Fahrt aufnimmt und immer
mehr Unternehmen erkennen, dass ein Umdenken notwendig ist. Konkret
bedeutet das, Arbeitnehmer:innen, die Umwelt, Community und Kund:innen
gleichziehen mit Profit. Wir brauchen mehr Unternehmen wie share, die
bewusst und effektiv strukturiert gesellschaftliche Verantwortung über-
nehmen in ihrem unternehmerischen Handeln und sich dabei auch immer
weiter verbessern.



Iris Lapinski

Executive Director B Lab Germany

“

Ich bin überzeugt: Social Impact Brands sind mehr als nur ein kurzfristiger
Trend. Dabei geht es nicht nur darum, Shareholder-Value zu schaffen, sondern
insbesondere auch gesellschaftlichen Value. Konsument:innen streben immer
mehr danach, Produkte zu konsumieren, die einen nachhaltigen Impact für
Natur und Gesellschaft schaffen. Das zeigen auch unsere Daten: 74 % der
Deutschen geben an, in der Zukunft aktiv über ihren Konsum gesellschaftli-
chen Einfluss nehmen zu wollen.



Jonathan Kurfess

CEO und Gründer von Appinio

Highlights

Vom kleinen Startup in den breiten Massenmarkt – share hat es geschafft! Wir sind sehr optimistisch; es zeigt, dass sich all die Arbeit gelohnt hat und sich die Menschen sozial engagieren wollen. Denn 81 % der Deutschen denken, dass Social Impact kein Trend, sondern ein Kaufkriterium der Zukunft ist. Ganze 61 % wollen zukünftig sogar Marken boykottieren, die keinen gesellschaftlichen Mehrwert bieten. Und drei von vier wollen in der Zukunft aktiv über Konsum gesellschaftlichen Einfluss nehmen – dabei helfen wir.



Goldenes Haus



Foto: share

Foto: share



Das Goldene Haus war unsere erste nationale Brand-Kampagne, mit der wir unserem Ziel, share zur Nr. 1 der Social-Impact-Unternehmen zu machen, näher gekommen sind. Zwei Wochen lang kreierten wir in Berlin einen kreativen Pop-up Space, in dem wir einen nationalen Diskurs rund um Konsum und seine positive Strahlkraft starteten – durch Talks, Konzerte, Live Streetart und vieles mehr, inmitten des Goldenen Hauses. Zwei ganze Wochen lang schauten wir gemeinsam mit vielen Besucher:innen darauf, wie Konsum die Welt verbessern kann, indem er teilbar wird, und setzten Impulse für eine neue Art des Denkens. Wie sieht der Ist-Zustand aus? Wie wollen wir in der Zukunft leben? Das Goldene Haus wurde zum Zentrum vieler Fragen und Debatten, die gestellt und geführt werden müssen.

Begleitend hierzu läuteten wir die „Kaufen Hilft“-Kampagne ein. Diese realisierten wir mit offensivem Guerilla-Marketing, einer starken Social-Media-Präsenz, Multiplikator:innen, einer Out-of-Home-Kampagne und sogar einer neuen Webseite.

Foto: share





Tragen Hilft

Nachdem im Vorjahr bereits erfolgreich 60.000 Mützen und Schals gespendet wurden, starteten wir 2021 die dreimal so große deutschlandweite Aktion „Tragen Hilft“ für mehr soziale Wärme. An über 4.000 Verkaufsstellen, wie dem dm-Drogeriemarkt Deutschland, REWE oder DECATHLON, konnten Kund:innen Mützen und Socken kaufen. Und wir spendeten für jedes verkaufte Produkt das gleiche Produkt an einen Menschen in Deutschland oder Österreich. In Kooperation mit mehreren sozialen Partnerschaften, wie den Tafeln oder Einrichtungen der Caritas, wurden so 200.000 Mützen und Socken vor allem an Kinder, die Kältehilfe sowie obdachlose, geflüchtete und von Altersarmut betroffene Menschen verteilt. Unterstützt wurde die Kooperation bereits zum zweiten Mal von SAT.1 als Medienpartner mit einer Kampagne im TV und auf Social Media.

Foto: share



Wir sind stolz, als erster Sportartikelhändler mit share zu kooperieren und damit sozialen Konsum zu fördern. Mit unseren über 80 Filialen deutschlandweit und unserem starken Onlineshop konnten wir unsere sportbegeisterten Kund:innen bestens auf die Produkte der Kampagne „Tragen Hilft“ aufmerksam machen und so die Spendenaktion unterstützen. Ein starkes Signal für sozialen Zusammenhalt!



André Weinert

CEO bei DECATHLON Deutschland

Produkte & Partner :innen



share wächst – Unsere Produkte

Weil wir immer den größtmöglichen sozialen Nutzen erzielen wollen, haben wir einiges aufgestockt. share wächst und das in allen Bereichen, die die vier Grundbedürfnisse decken: Bei der Kategorie Nahrung kamen Produkte wie Nuss Cubes, Müsli und Linsenchips dazu. Und die Hilfe im Bereich Hygiene wird nun auch durch Deo-Cremes und Taschentücher finanziert. Aber auch in den Bereichen Pflanzen-Drinks und Schreibwaren kamen Neuzugänge dazu.



share wächst – Unsere Partner:innen

Wer wachsen und in den Massenmarkt will, braucht zuverlässige Partner:innen mit derselben Vision. Diese haben wir in euch gefunden. Durch Kooperationen mit neuen Handelspartner:innen, wie Müller, ROSSMANN, ALDI SÜD, DECATHLON, Globus, LYRA, edding, Valora, Metro oder Interspar in Österreich, sind wir auf Unternehmen gestoßen, die share weiter vorantreiben und zum täglichen Alltagsbegleiter werden lassen. Dabei haben wir auch neue Bereiche ausgebaut: mit einer sozialen Brillenkollektion in exklusiver Partnerschaft mit Mister Spex. Neue Wege erfordern auch neue Partnerschaften für sozialen Impact, daher freuen wir uns, die Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, die help alliance der Lufthansa und EinDollarBrille in unserem Netzwerk zu begrüßen.



Wir sind stolz, als exklusiver Partner gemeinsam mit share die erste Social-Eyewear-Kollektion gelauncht zu haben. Wir wollen den Brillenmarkt kontinuierlich nachhaltiger gestalten und stellen dabei unsere Kund:innen stets ins Zentrum unserer Handlungen. Beim Kauf einer Brille aus der share-Kollektion setzen Kund:innen ein besonders sichtbares Statement für sozialen Zusammenhalt – mit einem modischen Accessoire, das gleichzeitig Gutes tut.



Maren Kroll

CHRO und Vorstand der Mister Spex SE



Nachhaltigkeit spielt bei ALDI SÜD schon lange eine essenzielle Rolle und mit unserem Discountprinzip möchten wir nachhaltiges Einkaufen so vielen Menschen wie möglich zugänglich machen. Wir übernehmen als Handelsunternehmen daher Verantwortung auf verschiedenen Ebenen ganz nach der Mission „Heute für morgen“. So bekannte sich ALDI SÜD als einer der ersten deutschen Lebensmitteleinzelhändler zum 1,5-Grad-Ziel des Pariser Klimaabkommens. Durch unseren #Haltungswechsel werden außerdem bis 2030 alle Frischfleischprodukte und die Trinkmilch bei ALDI SÜD aus den tierwohlge-rechteren Haltungsstufen 3 und 4 stammen. Wir arbeiten zusätzlich mit wichtigen Partnern wie share zusammen, die unsere Mission teilen. Gemeinsam mit share bieten wir unseren Kundinnen und Kunden eine einfache Möglichkeit, nachhaltig einzukaufen. So können sie in ihrem Alltag ganz unkompliziert Gutes für Menschen in Not tun. Wir freuen uns, dass wir die Produkte der Marke share als erster Discounter anbieten und somit das soziale Engagement weiter ausbauen können.



Dr. Julia Adou

Director Corporate Responsibility bei ALDI SÜD

Erweiterung unseres sozialen Schreibwarensortiments

Mit eurer Hilfe konnten wir unser Sortiment erweitern, um so noch mehr Menschen zu erreichen. Zum Beispiel durch Schreibwaren: Wir wollen einen Zugang zu Bildung als Weg aus prekären Verhältnissen ermöglichen. Die Pandemie hat an vielen Orten der Welt Schulbildung partiell zum Stillstand gebracht – zum Beispiel in Uganda. Dort herrschte der längste Schul-Lockdown weltweit. Daher haben wir mit unserem sozialen Schreibwarensortiment in 2020 einen Wendepunkt markiert und nahmen ihn als Impuls, im Jahr 2021 unser Sortiment für Bildung deutlich auszubauen – auf 18 Produkte, die Bildung spenden.



Soziale Verantwortung ist seit jeher tief in unserer Unternehmensphilosophie verankert. Besonders am Herzen liegt uns dabei das Wohl der Kinder. Es freut uns daher sehr, dass im Zuge der Kooperationspartnerschaft von INTERSPAR und share Kindern in Uganda der Zugang zu Schulbildung ermöglicht wird.



Mag. Johannes Holzleitner

Geschäftsführer INTERSPAR Österreich



BIPA möchte verantwortungsbewussteres Einkaufen leichter ermöglichen. In unseren österreichweit rund 600 Filialen können unsere Kund:innen mit jedem Kauf eines share-Produktes einen persönlichen kleinen Beitrag leisten, um Menschen in Not etwas Gutes zu tun und dadurch die Welt gemeinsam ein bisschen besser zu machen.



Andreas Persigehl

Geschäftsführer BIPA

Foto: share



Homeschooling-Material für Kinder in Uganda

Der längste Schul-Lockdown weltweit hat schnelle Hilfe erfordert: Durch speziell angefertigtes Homeschooling-Material haben wir sichergestellt, dass Kinder auch im Lockdown Zugang zu Bildung erhalten. Neben Schreibmaterial, wie Stiften und Schreibheften, haben wir mit unserem Partner, der Welthungerhilfe, auch Lehrhefte mit Unterrichtsmaterial für verschiedene Fächer und Klassenstufen an die Kinder der Region verteilt.



Foto: Mirjam Knickriem



Ich kam zur Schule zurück ohne Hefte und Stifte und konnte dem Unterricht deshalb nicht folgen. Ich wollte deshalb schon aufgeben und nach Hause zurückkehren. Die Unterstützung durch share kam dann gerade zur rechten Zeit. Ich kann jetzt in der Schule bleiben und mich auf den Unterricht konzentrieren. Danke, share und Welthungerhilfe, für diese Hilfe.



Barbra Lokol

Schülerin der Klasse 6, Grundschule Kamaturu, Distrikt Nabilatuk



Unsere Schule hat viele Kinder aus sehr armen Familien. Die Eltern sind nicht in der Lage, die Lernmittel für die Kinder und die Binden für die Menstruationshygiene der Mädchen bereitzustellen. Dies wurde von share übernommen, und wir sind dafür sehr dankbar. Beides hat maßgeblich zur Steigerung der Zahl der Kinder, die unsere Schule regelmäßig besuchen, beigetragen. Nach dem langen Lockdown sind die Kinder lernbegierig und das motiviert auch uns Lehrer.



Robert Arou Okiror

Leiter der Grundschule Lolet-Ekekia, Distrikt Moroto

EinDollarBrille



Schüler:innen in Burkina Faso beim Sehtest.

Foto: Martin Aufmuth

Kaum zu glauben, aber ganze 950 Millionen Menschen auf der Welt haben keinen Zugang zur augenoptischen Grundversorgung. Das wollen wir ändern. Gemeinsam mit EinDollarBrille. Sie haben eine Brille entwickelt, die günstig, robust und recht einfach von ausgebildeten Fachkräften vor Ort hergestellt werden kann. Die Ausbildung dieser Fachkräfte übernehmen sie übrigens auch. Der Kauf einer der share-Brillen in exklusiver Partnerschaft mit Mister Spex spendet eine Brille an einen Menschen in Burkina Faso.

Simbabwe

Trinkwasser ist ein Menschenrecht. Darum haben wir mit unserem Partner Aktion gegen den Hunger in Simbabwe 31 Brunnen repariert, um mehr als 13.000 Menschen in der Provinz Masvingo den täglichen Zugang zu sauberem Trinkwasser zu sichern. Im Projekt wurden zudem Wasserkomitees geformt, die die Verantwortung für den Betrieb der Brunnen tragen. Dort werden auch Mechaniker:innen ausgebildet, die die technische Wartung und eine gleichbleibend gute Wasserqualität gewährleisten. Auch Gesundheitszentren und Schulen nutzen diese Wasserquellen. Außerdem haben wir 50 Schullatrinen instandgesetzt, um Schüler:innen und Lehrpersonal eine verbesserte Sanitärversorgung zu ermöglichen. Der Zugang zu Latrinen trägt neben einer Optimierung der Hygienesituation auch dazu bei, Sicherheit und Privatsphäre besonders für Mädchen zu erhöhen, die mit Einsetzen der Periode sonst häufig der Schule fernbleiben.

Foto: Believe Nyakudjara





Nachhaltigkeit

Eine halbe Million Bäume fürs Klima



Ein nachhaltiges, ökologisch sinnvolles Leben liegt uns bei share sehr am Herzen. Für die Realisierung dieser Vision haben wir uns mit unserem Partner **Eden Reforestation Projects** und REWE zusammengetan; innerhalb von 18 Monaten werden eine halbe Million Mangrovenbäume in Madagaskar gepflanzt. Warum Mangroven wichtig sind? Sie verleihen Stabilität gegen Erosion, fördern die Gesundheit des Meeres wie von Korallenriffen und helfen stark belasteten Ökosystemen. Das Problem: Mehr als 90 % der Primärwälder Madagaskars sind zerstört, was die Menschen, die in extrem prekären Verhältnissen leben, am stärksten trifft. Unser Beitrag hilft die Wälder zu schützen und die Lebensbedingungen vor Ort zu verbessern. Unser Partner Eden Reforestation Projects hat erreicht, dass sich inzwischen mehr als 8.000 Menschen darum kümmern, an mehr als 80 Projektstandorten in Madagaskar täglich zehntausende Bäume zu pflanzen und zu schützen. Wir sind stolz, einen Teil dazu beigetragen zu haben.



The simple reason for plastic pollution is, that the value of waste plastic is lower than the cost to manage the waste. The only way out is to produce packaging that maintains it's value (Mehrweg) and we need subsidies to make waste management a profitable business case. share's contribution helped to subsidize the collection of 3 tonnes of waste in 2021 in India.

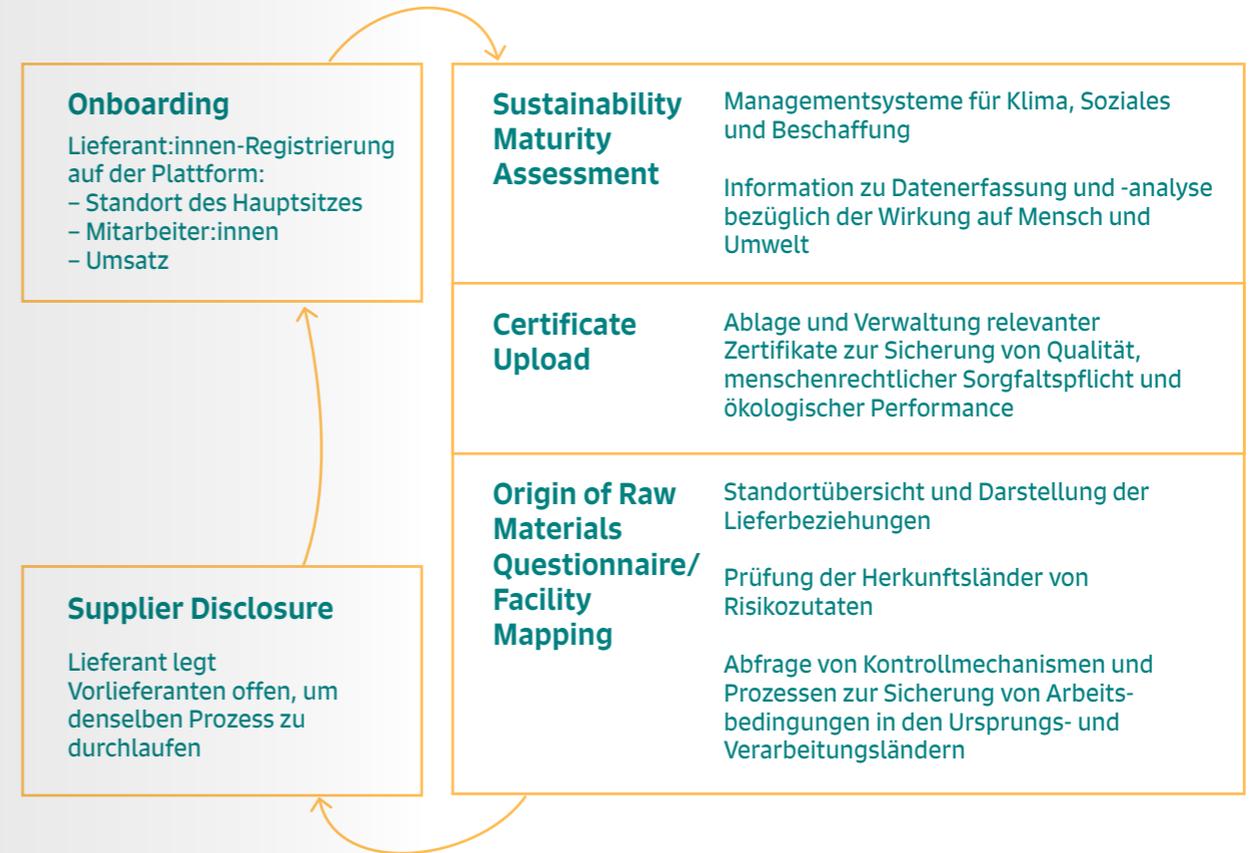


Joel Tasche

CEO von Cleanhub

Das sustainabill-Projekt

Nachhaltigkeit in Zeiten globalen Konsums ist vor allem von transparenten Lieferketten und Kollaborationen mit Lieferant:innen abhängig – sustainabill ermöglicht diesen Anspruch mit ihrer Arbeit. Die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen liefert uns eine Plattform, auf der wir unsere Lieferketten managen, prüfen und supporten können, als Initiative zur weiteren Verbesserung der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit unserer Lieferkette.



share zeigt, wie wichtig es ist, ein ganzheitliches Management von nachhaltigen Lieferketten zu etablieren. Wir sind stolz, dass wir diesen Weg mit sustainabill begleiten.



Klaus Wiesen

CEO sustainabill GmbH

Was uns erwartet

Mit eurer Unterstützung konnten wir 2021 Vieles erreichen. Doch nicht nur ein Rückblick auf unsere Erfolge ist wichtig – entscheidend ist der Blick in die Zukunft. Wohin wollen wir gehen? Worauf müssen wir schauen?

Wagen wir einen Blick auf das wirtschaftliche Miteinander in ein paar Jahren, so sehen wir große Zahlen:

Bis 2025 wollen wir über eine Milliarde Mal geteilt haben.

Und wir glauben fest daran, dass wir das schaffen können. Wir glauben an das Potenzial sozialen Konsums und an den Wunsch nach sozialer Gerechtigkeit in allen Menschen.

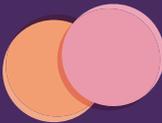
Die neue Art zu konsumieren birgt viele unerforschte Felder und Chancen. Zusammen werden wir es schaffen, Konsum in seiner gesamten Kraft zu kanalisieren, sodass er Gutes bewirkt.

Wir glauben daran, dass positiver sozialer Impact in jedem Sektor möglich ist, er muss nur umgesetzt werden.



Ganz viel Impact. Ganz viel Liebe.

Soziales Engagement kann es nie genug geben, genauso wenig wie Anerkennung und Wertschätzung. Wir finden, man kann sich nicht zu oft bedanken. Was für ein erfolgreiches 2021! Und das nur durch euch. Wir sagen Danke und freuen uns auf das, was die Zukunft mit sich bringt.



www.share.eu



@share



@shareberlin