

11.03.2018

REWE macht Spenden einfach: mit Produkten der sozialen Marke „share“

Das Prinzip: Ein Produkt kaufen und einem Menschen in Not helfen



Konsum ist teilbar. Und sozial, wenn der Kauf eines Produkts gleichzeitig einem Menschen in Not hilft. Einfach teilen und wissen, wo die Hilfe ankommt: Das ist ab Montag (12.03.) mit REWE und „share“ möglich. Denn REWE bietet bundesweit in über 3.000 Märkten und im REWE Lieferservice exklusiv als einziger Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland Produkte der sozialen Marke „share“ an. Deren Spendenprinzip ist einfach und transparent: Für jedes verkaufte Produkt der Marke wird einem Menschen in Not mit einem gleichwertigen Produkt oder Service geholfen. Per Tracking- und QR-Code auf den Verpackungen kann außerdem nachvollzogen werden, wo die Produkte herkommen und wo die Hilfe hingehht.

Gemeinsam mit dem Berliner Start-up „share“, seinem Gründer Sebastian Stricker und dessen Team engagiert sich REWE für nachhaltigeren Konsum. Mit drei verschiedenen Produkten können REWE-Kunden „share“ und damit Not leidende Menschen unterstützen: Natürliches Mineralwasser (still oder medium) in der 1-Liter Flasche, glutenfreie BioNussriegel in den Sorten Honig & Mandel, Kirsche &

Mandel und Kokosnuss & Physalis sowie vegane Handseife in den Duftrichtungen Mandarine & Rosmarin, Limette & Koriander und Vanille & Patschuli.

„Wir freuen uns und sind sehr stolz dieses Start-up unterstützen zu können. Die Leidenschaft, das Engagement und die Begeisterung des Gründers Sebastian Stricker haben mich sofort überzeugt, die Idee einer sozialen Lebensmittelmarke in unseren REWEMärkten umzusetzen. Der Ansatz mit dem „1+1-Prinzip“ ist unkompliziert und nachvollziehbar für den Verbraucher. Mit jedem Kauf kann gleichzeitig einem Menschen in Not geholfen werden. Das finde ich großartig. Gemeinsam mit „share“ möchten wir mit dieser Kooperation möglichst vielen bedürftigen Personen helfen“, so Lionel Souque, Vorstandsvorsitzender der REWE Group.

Mit dem Kauf eines „share“-Produktes ist automatisch eine gleichwertige Spende verbunden. Für jede verkaufte Flasche „share Natürliches Mineralwasser“ wird in Kooperation mit der Hilfsorganisation „Aktion gegen den Hunger“ einem Menschen in Not ein Tag Trinkwasser ermöglicht, zum Beispiel durch den Bau von Brunnen. Für jeden „share Bio-Nussriegel“, der über das Kassensystem geht, wird in Kooperation mit der „Berliner Tafel e. V.“ und „Aktion gegen den Hunger“ eine Mahlzeit an einen bedürftigen Menschen verteilt. Und für jede verkaufte „share vegane Handseife“ erhält ein Mensch in Not ein Stück Seife, oft in Kombination mit Hygiene-Trainings an Schulen.

Alle Produkte der Marke „share“ (bis auf der Bio-Nussriegel Honig & Mandel) sind vegan und ohne Zusatzstoffe. Auf die Herkunft, Zutaten und Inhaltsstoffe wurde besonders geachtet. Das Mineralwasser stammt aus einem Familienbetrieb in den Allgäuer Alpen und die Handseife von einem Familienbetrieb in Augsburg. Zudem kommt die Handseife ohne Parabene und Silikone aus und enthält nur natürliche ätherische Öle. Die PET-Flaschen des Mineralwassers sind aus mindestens 25 Prozent recyceltem Material.

„share“ ist ein Start-up aus Berlin, das sich dem sozialen Konsum verschrieben hat. Neben REWE ist auch dm Partner der sozialen Marke.

Über REWE: Mit einem Umsatz von 18,4 Mrd. Euro (2016), rund 120.000 Mitarbeitern und weit über 3.000 REWE-Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben. Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2016 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von über 54 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 330.000 Beschäftigten und 15.000 Märkten in 19 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2016 rund 240.000 Mitarbeiter in rund 10.000 Märkten einen Umsatz von 39 Milliarden Euro.

Für Rückfragen: REWE Unternehmenskommunikation, presse@rewe.de

