

Wohnungsnot in Deutschland: share startet Herzensprojekt mit der Caritas und SAT.1



Das Social-Impact-Unternehmen share möchte Haltung beziehen und macht auf die Wohnungsnot in Deutschland aufmerksam. Dafür unterstützt share die Einrichtungen der Caritas in Deutschland und Österreich und erweitert das Sortiment um die exklusiven share Beanies. Jede verkaufte Mütze spendet für ein warmes Bett in einer Notunterkunft. Für share ist dies ein Herzensprojekt.

Berlin, 11.11.2022. Vier Wände und ein festes Dach über dem Kopf – für viele ist das die Normalität, für mehr als 250.000 Menschen in Deutschland jedoch nicht. Die Dunkelziffer dürfte dabei noch deutlich höher liegen. Hilfsorganisationen wie die Caritas bieten Menschen in Wohnungsnot Hilfe an. Ohne Unterstützung ist dies allerdings kaum zu schaffen. Jetzt sind Politik, Unternehmen und jede:r Einzelne gefragt. Das Social Impact Unternehmen share, das mit dem Verkauf seiner Produkte soziale Projekte weltweit unterstützt, möchte Haltung beweisen und zeigen: Das Thema Wohnungslosigkeit geht uns alle ganzjährig etwas an. Doch besonders in einem Winter, in dem zu erwarten ist, dass steigende Energiepreise und Lebenshaltungskosten zu noch größerer Wohnungsnot führen, sollte diese Problematik erst recht adressiert werden.

Immer mehr Wohnungslose in Deutschland erwartet

Über 250.000 Menschen in Deutschland haben kein langfristiges Dach über dem Kopf. Dies belegt eine kürzlich veröffentlichte [Studie](#) im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS). Nicht nur die große Zahl der Wohnungslosen erschreckt, sondern auch die Prognose einiger Sozialverbände für die kommenden Monate, unter anderem durch die zunehmend höheren Lebenshaltungskosten. Es besteht Handlungsbedarf. Die Ampel-Koalition hat im Koalitionsvertrag das Ziel festgeschrieben, bis 2030 Obdach- und Wohnungslosigkeit zu überwinden. Ein langfristig gutes Ziel, doch wir brauchen auch akute Lösungen.

share

Jeder Mensch hat ein Recht auf ein warmes Bett

Unter diesem Claim startet share bereits das vierte Jahr in Folge das Herzensprojekt, Wärme teilbar zu machen. Gemeinsam mit dem Aktionspartner SAT.1, der das Projekt bereits im zweiten Jahr mit TV-Fläche der Sendergruppe unterstützen, arbeitet share in diesem Jahr zum ersten Mal gemeinsam mit Einrichtungen der Caritas. So spendet jede verkaufte Mütze für eine Nacht in einer Notunterkunft. Unterstützung erhält die Aktion durch starke Handelspartner von share. In Deutschland werden die Mützen von REWE, Müller und Decathlon angeboten. In Österreich sind sie bei dm und Billa Plus erhältlich. Diese bieten die Mützen seit dem 14. November in ihrem Sortiment an. Ganz nach dem share Prinzip, können Menschen ohne Mehraufwand beim alltäglichen Einkauf Gutes zu tun.

„Wir finden: Erschwerte Bedingungen erfordern vollen Einsatz - von der Politik, von den Unternehmen, aber auch von jeder und jedem Einzelnen“, erklärt Iris Braun, Mitgründerin von share. „Gemeinsam mit Einrichtungen der Caritas versuchen wir als Unternehmen, unseren Teil dazu beizutragen. Mit unserer alljährlichen Mützen-Aktion im Herbst wollen wir Wärme teilbar machen: So spendet jede verkaufte Mütze für eine Nacht in einer Notunterkunft. Denn niemand soll in den kalten Monaten nachts frieren.“

„Klasse, dass sich immer mehr Unternehmen für soziale Herausforderungen mit verantwortlich fühlen. Haltung zeigen und daraus konkrete Unterstützung entwickeln ist das, was uns trotz aller Herausforderungen zuversichtlich stimmt,“ so Ulrike Holch, 1. Vorsitzende CSR Kooperationskreis des CSR Kompetenzzentrums im Deutschen Caritasverband.

Hinweise an die Redaktion:

Der Text ist zu Ihrer freien Verwendung. Bildmaterial können Sie [hier](#) herunterladen und mit dem Bildverweis share kostenfrei nutzen.

Pressekontakt:

Ketchum
Christina Kollinger, Kristina Bieda
Blumenstraße 28
80331 München
Tel: +49 (0) 172 20 444 60
Email: DAS-DE-TM-K.share@ketchum.de

Über share

share macht es sich zur Aufgabe, die Business-Welt zu revolutionieren. Das Social-Impact-Unternehmen zeigt, wie einfach es ist, Gutes zu tun - ganz ohne zusätzlichen Aufwand. share möchte die Gesellschaft ermutigen, Menschen in Not zu helfen, indem sie alltägliche Produkte anbieten, die es einfach machen, zu spenden oder, laut der Mission von share, mit jedem Kauf zu "teilen". Mit aktuell über 120 Produkten bietet share eine soziale Alternative für alltägliche Kaufentscheidungen. Mit jedem gekauften share-Produkt wird eine gleichartige Hilfeleistung ermöglicht. Für Transparenz sorgt ein QR-Code auf der Packung, der verrät, wohin die Spende geht. Dass das Konzept funktioniert, verdeutlichen mehr als 110 Millionen ermöglichte Hilfeleistungen bis heute. So konnten seit dem Start 28 Millionen Mahlzeiten, 51,1 Millionen Tage Trinkwasser und über 17 Millionen Hygieneprodukte und -leistungen gespendet werden. Außerdem wurden über 10 Millionen Tage Zugang zu Sanitäreinrichtungen sowie 3,5 Millionen Schulstunden ermöglicht. Dadurch wurden insgesamt bereits über 1,8 Millionen Menschen erreicht.