



share®



Gesnackt.  
Geholfen.  
Gewonnen.



Kaufe  
1 share Snack



Hilfe der Tafel  
Deutschland



jede-hilfe-ein-gewinn.de

Gewinne mit  
etwas Glück\*

\*Alle Infos zu den Gewinnen und Teilnahmebedingungen findest du auf [www.jede-hilfe-ein-gewinn.de](http://www.jede-hilfe-ein-gewinn.de). Teilnahme ab 18 Jahren, bis zum 31.03.2024.

Eine Initiative mit:



SAT.1

REWE



26.02.2024 10:15 CET

## Kampagne für die Tafeln: share, REWE, dm und SAT.1 wollen auf Ernährungsarmut in Deutschland hinweisen

- Die soziale Marke share, REWE, dm und SAT.1 wollen auf Ernährungsarmut in Deutschland hinweisen und das Thema entstigmatisieren
- SAT.1 strahlt zum Thema verschiedene redaktionelle Beiträge aus, die Kampagne wird in TV-Spots beworben
- Wer eines der acht Snack-Produkte von share bei REWE oder dm

## **kauft und damit die Tafeln unterstützt, kann an einem Gewinnspiel teilnehmen**

Karlsruhe/ Berlin, 26. Februar 2024. Die Ernährungsarmut in Deutschland steigt, gleichzeitig wird es für die Tafeln immer aufwendiger, Lebensmittel zu retten. Derzeit sind in Deutschland [bereits über 3 Millionen Menschen von Ernährungsarmut betroffen](#). Die soziale Marke share startet daher gemeinsam mit REWE, dm und SAT.1 eine deutschlandweite Kampagne, um mehr Aufmerksamkeit für das Thema Ernährungsarmut zu schaffen. „Immer mehr Menschen sind auf Tafeln angewiesen, doch die Spenden steigen nicht im gleichen Maße oder gehen sogar zurück. Ziel unserer Aktion ist es, Aufmerksamkeit für das Thema zu schaffen und betroffene Menschen zu entstigmatisieren“, sagt share Co-Gründer Ben Unterkofler. SAT.1 gibt dem Thema Ernährungsarmut auch im regulären Fernsehprogramm an mehreren Stellen Sichtbarkeit. REWE und dm werben in ihren Märkten prominent für die Aktion.

Jeder Kauf von insgesamt acht share-Snackprodukten sorgt dafür, dass Tafel Deutschland Lebensmittel für eine Mahlzeit retten kann – erkennbar an den grünen „jetzt helfen & gewinnen“-Stickern. Alle Käufer\*innen können durch Scannen des QR Codes auf dem gekauften Produkt an dem SAT.1-Gewinnspiel [www.jede-hilfe-ein-gewinn.de](http://www.jede-hilfe-ein-gewinn.de) teilnehmen.

Hauptgewinn bei dem Gewinnspiel sind Lastenräder, die nach dem 1+1 Prinzip verteilt werden: Von insgesamt zehn E-Lastenrädern werden fünf an die Gewinnspielteilnehmenden verlost und fünf an die Tafeln Deutschland gespendet. Die Tafeln können mit den E-Bikes kleine Abhol-Touren fahren oder Lieferungen für ältere Menschen bis an die Wohnungstür fahren. Teilnehmer\*innen können außerdem fünf Fairphones mit share-Mobile-Prepaid-Karten, Einkaufsgutscheine für REWE, dm und share und Eintrittskarten für beliebte Shows von SAT.1 und ProSieben gewinnen.

### **Kampagne wird in den Märkten von REWE und dm mit Display-Werbung unterstützt**

Die Handelspartner REWE und dm begleiten die Kampagne mit umfangreichen Plakaten, Displays und Aufstellern in den Filialen. „Mit share verbindet uns eine lange Partnerschaft mit dem gemeinsamen Ziel, soziales Handeln zu unterstützen“, sagt Stefan Weiss, Geschäftsleitung Vertrieb bei REWE. „Seit der Einführung der Marke im Jahr 2018 pflegen wir eine erfolgreiche Partnerschaft mit share und gehörten zu den ersten Händlern,

die ihre Produkte in unser Sortiment aufgenommen haben. Als Handelspartner unterstützen wir bei dm diese Kampagne und schaffen damit mehr Aufmerksamkeit für ein bedeutendes Anliegen“, sagt Alexander Strehlau, dm-Bereichsverantwortlicher Sortiment im Ressort Marketing + Beschaffung.

Der Kampagnen-Spot von share wird auf allen Sendern der Seven.One Entertainment Group sowie digital zu sehen sein und so Millionen von Menschen erreichen. SAT.1 begleitet die Haltungskampagne rund um “Ernährungsarmut” zudem mit redaktionellen Trailern sowie mit Content auf Social Media - und wird auch im regulären Fernsehprogramm immer wieder auf das Thema aufmerksam machen. “Es ist SAT.1 schon lange ein Herzensanliegen, Haltung zu zeigen und unsere Reichweite zu nutzen, gesellschaftliche Missstände in den Fokus zu rücken. In der aktuellen Kampagne mit share haben wir uns dem wichtigen Thema Ernährungsarmut gewidmet und sensibilisieren unsere Zuschauer:innen für eine Problematik, die sich leider in unserer Gesellschaft befindet und uns alle angeht“, sagt David Loy, Senior Vice President Marketing Channels & Content der Seven.One Entertainment Group. REWE und dm werben in ihren Märkten prominent für die Aktion. Die Kampagne wird unter anderem durch TV-Werbung, Social Media und Influencer Marketing begleitet. Die Kampagne beginnt am 26. Februar 2024 und läuft bis zum 31. März 2024.

Laut Befragung der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) sind in Deutschland 3,5 Prozent – rund drei Millionen Menschen – von Ernährungsarmut betroffen (FAO 2022). Vieles deutet darauf hin, dass sich das Problem zuletzt noch verschärft hat. Das merken die Tafeln vor Ort. „Seit der Pandemie, Krieg in der Ukraine und Inflation kommen etwa 50 % mehr Menschen zu uns. Der Bedarf an Unterstützung ist enorm, wir helfen nach Kräften“, sagt der Vorsitzende von Tafel Deutschland, Andreas Steppuhn.

“Wir erleben die Auswirkungen von Armut und im besonderen Ernährungsarmut bei den Tafeln unmittelbar. Menschen, die sich nicht ausreichend und gesund ernähren können, werden öfter krank und physisch und psychisch stark belastet. Wir leben in einer Überflussesgesellschaft und doch ist es für viele Menschen in Deutschland Realität, dass sie sich jeden Tag Gedanken darüber machen müssen, woher sie die Lebensmittel für den nächsten Tag bekommen. Die Tafeln unterstützen, aber nachhaltige Armutsbekämpfung ist Aufgabe des Staates.“

Bei Fragen oder Interesse an einem Gespräch wenden Sie sich bitte an [presse@share.eu](mailto:presse@share.eu).

### **Über share**

share möchte die Gesellschaft dazu ermutigen, Menschen in Not zu helfen, indem sie Produkte des täglichen Lebens anbieten, die es einfach machen, zu spenden oder – so das Sinnbild von share – mit jedem Kauf zu „teilen“. Mit diesem Angebot schafft das Social-Impact-Unternehmen soziale Alternativen für alltägliche Konsumentscheidungen in verschiedenen Branchen und unterstützt soziale Projekte weltweit. QR-Codes auf der Verpackung und Apps mit persönlichem Dashboard, die verraten, wohin die Hilfe fließt, sorgen für Transparenz. Dass das share Prinzip funktioniert, zeigen mehr als 32 Millionen Mahlzeiten, 56 Millionen Tage Zugang zu sauberem Trinkwasser und über 31 Millionen Hygieneprodukte/-dienstleistungen, die seit dem Start durch die Kund:innen gespendet wurden. Darüber hinaus konnten bis heute mehr als 3,5 Millionen Schulstunden ermöglicht werden. Die Werbeagentur Jung von Matt zeichnete share 2022 als [stärkste deutsche Startup-Marke](#) aus.

### **Über REWE**

Mit einem Umsatz von 28,4 Mrd. Euro (2022), bundesweit mehr als 160.000 Mitarbeitenden und 3.800 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 2022 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von 84,8 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 384.000 Beschäftigten in 21 europäischen Ländern präsent.

### **Über Seven.One Entertainment Group**

Die Seven.One Entertainment Group ist eine 100-prozentige Tochter der ProSiebenSat.1 Media SE. Als einer der deutschlandweit führenden, plattformunabhängigen Entertainment-Anbieter vereint das Unternehmen mit Sitz in München-Unterföhring starke Sendermarken wie ProSieben und SAT.1, Joyn, die zentrale Entertainment-Plattform der Gruppe, sowie das Content-, Digital-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft unter einem Dach. Als agile Medien-Company hat die Group die Bedürfnisse ihrer Zuschauer:innen, User:innen und Kund:innen immer im Blick und entwickelt sich ständig weiter. Der Fokus auf lokale, relevante und Live-Inhalte sowie der Ausbau des eigenen Produktionsgeschäfts, sichert der Seven.One Entertainment Group unverwechselbare Inhalte für den deutschsprachigen Raum. Die eigenen

Senderbrands bieten reichweitenstarke Content-Marken, über die ganz Deutschland spricht. Die hauseigene Seven.One Media ist einer der führenden Media-Vermarkter im deutschsprachigen Raum und gilt als Innovationstreiber im AdTech-Bereich. Außerdem bündelt die Seven.One Entertainment Group alle Geschäftsfelder jenseits des Kerngeschäfts TV und Streaming in der Unit Growth & Revenue Diversification – vom boomenden Audio-Markt über hochwertige Live-Events bis zu Digital-Entertainment- und Influencer-Business für die jungen Zielgruppen.

### **Über Tafel Deutschland e.V.**

Lebensmittel retten. Menschen helfen. Die über 970 Tafeln haben eine klare Mission: Sie retten Lebensmittel und unterstützen damit armutsbetroffene Menschen. Als gemeinnützige Organisationen sind sie gleichzeitig Orte der Begegnung für alle Menschen, die zu ihnen kommen. Mit 60.000 überwiegend ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern sind die Tafeln eine der größten sozial-ökologischen Bewegungen in Deutschland. Pro Jahr retten sie rund 265.000 Tonnen Lebensmittel und geben sie an bis zu zwei Millionen Menschen weiter.

---

### **Über dm-drogerie markt**

Bei [dm-drogerie markt](#) arbeiten europaweit mehr als 79.000 Menschen in mehr als 4.000 Märkten. In 14 europäischen Ländern konnte dm im Geschäftsjahr 2022/2023 einen Umsatz von 15,9 Milliarden Euro realisieren. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erwirtschafteten mehr als 50.000 dm-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland einen Umsatz von 11,4 Milliarden Euro. dm-drogerie markt ist der beliebteste Arbeitgeber im deutschen Handel. In der bundesweit Mitarbeiterbefragung zu "Deutschlands Top-Arbeitgeber 2024" wurde dm zur Nummer eins gewählt. dm arbeitet stetig daran, der Verantwortung für nachhaltige Entwicklungen gerecht zu werden und wurde dieses Engagement 2023 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie „Unternehmen: Konsumgüter Einzelhandel 2024“ mit dem ersten Platz ausgezeichnet. Einen Einblick in die vielfältigen Nachhaltigkeitsaktivitäten in den unterschiedlichen Bereichen erhalten Sie in unserem „Bericht zur Zukunftsfähigkeit“ auf [www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht](http://www.dm.de/Nachhaltigkeitsbericht).

## Kontaktpersonen



### **So erreichen Sie das dm-Presseteam**

Pressekontakt

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195

### **Herbert Arthen**

Pressekontakt

Pressesprecher

herbert.arthen@dm.de

+49 721 5592 1195