

NEWSLETTER

Mai 2011

INHALT

- **Engagierte Unternehmen des Monats:** Hamburger Unternehmen und „HAMBURG TEILT“
- **Lieblingssite des Monats:** www.shareable.net
- **Produkte mit gutem Gewissen:** Lemonaid – Flüssige Entwicklungshilfe aus Hamburg St.Pauli
- **Die Zahl zum Schluss:** Most Trusted Brands 2011 – Engagement genießt Reputation

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN: Hamburger Unternehmen unterstützen die Initiative „HAMBURG TEILT“

Sechs Monate haben die Initiatoren Benjamin Jürgens von Lowani und Benjamin Facius von BenzFacius an diesem Pro Bono Projekt gearbeitet. Seit 1. Mai ist es in Hamburg nun erfolgreich im Markt.



Über 60 Hamburger Unternehmen quer durch alle Branchen und Größen unterstützen vom 1. bis 31. Mai mehr als 30 gemeinnützige Organisationen mit dem Verkauf eines bestimmten Produkts, einer Dienstleistung oder einer Spende ihrer Wahl. Ziel ist es, Geld, Wissen, Erfahrung oder auch Zeit zu teilen. Dabei kann sich jedes Unternehmen eine oder mehrere Organisationen aussuchen, die sie gerne im Rahmen der Aktion HAMBURG TEILT konkret unterstützen möchten.

Der Juwelier Wempe beispielsweise verkauft einen silbernen Glücksling als Armband oder Schlüsselanhänger und spendet 35 Euro vom Erlös des Armbands bzw. analog 15 Euro beim Anhängers an die beiden Einrichtungen „Hamburg Leuchfeuer“ und Dunkelziffer e.V. . Die Hamburger Bürger können die Aktion unterstützen, in dem sie in den teilnehmenden Läden einkaufen.

Auch die Kommunikation kann sich sehen lassen: eine eigene Website, Social Media auf allen Kanälen (Facebook, Twitter, Vimeo und Youtube), ein sehr schön gemachten PR-Beitrag auf RTL Nord und diverse Plakatmotive, die den Teilnehmern zum Downlad zur Verfügung stehen – ganz nach eigenem Geschmack und ausgewähltem Spendenzweck:

NEWSLETTER



Auf der Startseite der Website kann man oben rechts in der Ecke den aktuellen Spendenbarometerstand ablesen. Bis heute am 16. Mai wurden bereits 78.238 Euro gesammelt.

HAMBURG TEILT ist Teil des World Sharety Projects, dass sich zum Ziel gesetzt hat die Philosophie des produktiven Teilens praktisch umzusetzen. Die Basis bildet das Konzept der „Good Economy“, d.h. soziale Organisationen am wirtschaftlichen Erfolg teilhaben zu lassen.

Weitere Infos unter: www.hamburg-teilt.de und <http://www.worldsharetyproject.com/>

MAKING SENSE meint:

Eine tolle private Initiative der beiden jungen Unternehmer, die sich konzeptionell und visuell sehen lassen kann. Der Erfolg nach etwas mehr als 2 Wochen spricht ebenso eine klare Sprache. Wir wünschen der Initiative, dass sie bald zu Hamburg gehört wie der Michel oder der Hafen und in den nächsten Jahren noch viele weitere Unternehmen dazu kommen.

NEWSLETTER

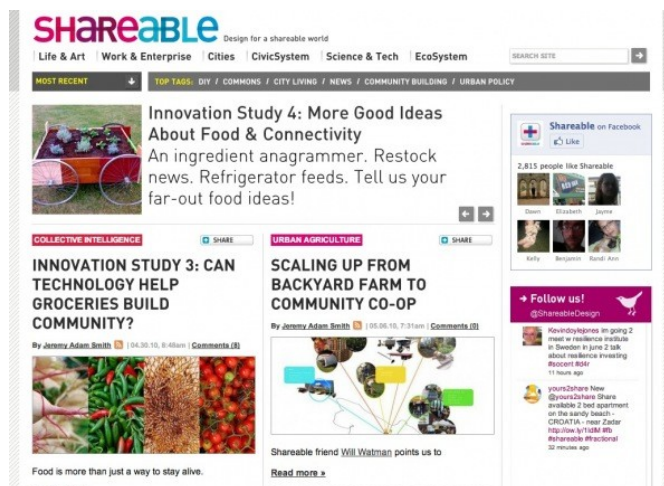
LIEBLINGSSITE DES MONATS: shareable.net

Wir besitzen im Haushalt häufig Geräte, die wir eher selten nutzen wie z.B. die Bohrmaschine oder auch das Auto. Was sich für letzteres inzwischen in vielen großen Städten etabliert hat, etwa in Form von Car Sharing, lässt sich prinzipiell auf viele Dinge des Alltags übertragen. Um dabei nicht immerzu auf die engsten Freunde zurück greifen zu müssen, gibt es im Internet inzwischen Webseiten auf denen sich Menschen zusammen finden, um gemeinsam zu teilen.



SHAREABLE

Eine solche Plattform ist die aus den USA stammende Website shareable.net. Shareable ist dabei mehr als nur ein Ort, um sich mit Gleichgesinnten zum Teilen zu treffen. Die Seite ist ein non-profit betriebenes Online Magazin, das täglich über die vielfältigen Möglichkeiten und Ideen berichtet, wie Menschen gemeinsam unterschiedlichste Güter nutzen können – nicht nur Gegenstände, sondern auch Informationen, Wissen, den Arbeitsplatz (aka Co-Working), etc.



Webseite shareable.net

Zu Teilen ist letztlich eine Frage der Haltung dem Leben und vor allem den endlichen Ressourcen auf unserem Planeten gegenüber. Zu Teilen ermöglicht nicht ein besseres Leben, sondern mehr noch eine bessere, weil nachhaltiger genutzte Welt.

NEWSLETTER

Weitere Infos unter: shareable.net

MAKING SENSE meint:

Auf Shareable findet man Gemeinschaftsgeschichten, die begeistern und zum Nachmachen animieren. Vor allem fasziniert dabei die Bandbreite an Lebensbereichen, wo sinnvoll geteilt werden kann. Auch wenn leider die praktische Vernetzung mit Gleichgesinnten auf der Seite nur für Bewohner der USA möglich ist, Inspirationen für Alltag hierzulande finden sich dort en masse. Auch hier gilt: Teilen lohnt sich!

PRODUKTE MIT GUTEM GEWISSEN: Lemonaid – Flüssige Entwicklungshilfe aus Hamburg St.Pauli

Als Paul Bethke vor nun mehr vier Jahren von einem Einsatz als Entwicklungshelfer in Sri Lanka nach Hamburg zurückkam, stellte er sich und seinen Freund Jakob Berndt die simple Frage: Wie können wir von St.Pauli aus einen kleinen Beitrag für mehr soziale Gerechtigkeit in der Dritten Welt leisten? Die Antwort der beiden ist grün, trinkbar und heißt - Achtung, Wortspiel - LemonAid. Mit der feschen Limobrause kann man sich fair gehandelte Erfrischung einfach kaufen und so Gutes trinken und Gutes tun – Entwicklungshilfe to go quasi ("aid" heißt Hilfe).



Denn mit dem Erwerb einer Flasche LemonAid unterstützt man direkt die Bauern auf ihren Limetten- und Zuckerrohrfeldern der Kooperativen in Coagrosol/Brasilien und La Felsina/Paraguay. Durch gerechte Handelsbeziehungen, d.h. deutlich höhere Einkaufspreise als sonst auf dem Weltmarkt, werden so die Lebensbedingungen der Menschen vor Ort nachhaltig verbessert.

Zusätzlich können mit den Erlösen aus jeder verkauften Flasche soziale Projekte finanziert werden, wie etwa die kleine öffentliche Zahnarztpraxis in La Felsina. Und weil heutzutage Fairtrade alleine noch kein Erfolgsrezept ist, haben Paul und Jakob für ihr grünes Getränk ganz besonders leckere Zutaten zusammen gemixt: LemonAid wird hergestellt aus biologisch angebautem Direktsaft der Brasil-Limette, gesüßt mit fair gehandeltem Südamerika-Rohrzucker und abgerundet mit frischer Bio-Minze - natürlich ohne Konservierungsstoffe oder künstliche Aromen.

NEWSLETTER



Auch im Netz zu finden: [LemonAid Webseite](http://www.lemon-aid.de)

Erhältlich ist die „Revolution aus der Flasche“ seit Juni 2009 in ausgewählten Kneipen und Restaurants in Deutschland, sowie in den Hamburger Edeka-Filialen der Betreiber Niemersehn & Co. Passend zum Sommer gibt es die flüssige Entwicklungshilfe nun auch „in gelb“ zu trinken mit Maracuja-Flavour.

Weitere Infos unter: www.lemon-aid.de

DIE ZAHL ZUM SCHLUSS: Most Trusted Brands 2011 – Engagement genießt Reputation

Kunden vertrauen Marken, die sich engagieren. Die jährlich durchgeführte Studie „European Trusted Brands“ von Reader’s Digest kommt zu dem Ergebnis, dass die Marken, die glaubhaft darstellen können, wie sie nachhaltig und gesellschaftlich engagiert agieren, das größte Vertrauen bei Konsumenten besitzen.

**66% aller Deutschen bevorzugen Marken, die als umweltfreundlich gelten.
38% schätzen darüber hinaus Marken, die sich gesellschaftlich engagieren.**

Die Marken Ariel, Miele, Frosch und Persil genießen den besten Ruf für ihr ökologisches Engagement.

Die komplette Studie finden Sie hier: [http://www.rdtrustedbrands.com./](http://www.rdtrustedbrands.com/)