



So ein Saftladen!

Ein Hamburger Sozialprojekt weiß: „Das Geld hängt an den Bäumen“

Alte, mitunter vergessene Apfelsorten auf der einen Seite, an den gesellschaftlichen Rand gedrängte, eben genauso „vergessene“ Menschen auf der anderen. Seit mehr als zehn Jahren bringt das gemeinnützige Projekt „Das Geld hängt an den Bäumen“ beides zusammen. Zum gegenseitigen Nutzen. Das Ergebnis sind leckere Säfte und Schorlen und Beschäftigung auf dem ersten Arbeitsmarkt.

Von RICO STEHFEST

Jan Schierhorn war es, der irgendwann feststellen musste, dass er privat so viele Äpfel ernten kann, wie er selbst nicht zu verarbeiten in der Lage ist. Das brachte ihn zum Grübeln. Seine Äpfel sind mit Sicherheit nicht die einzigen, deren Potenzial sich heben ließe. 2010 gründete er schließlich eine gGmbH, über die er Menschen beschäftigt, die es auf dem ersten Arbeitsmarkt schwer haben. Seien die Hintergründe körperliche oder geistige Einschränkungen, Langzeiterkrankungen oder -arbeitslosigkeit. Integration statt Inklusion. Heute beschäftigt das Unternehmen mehr als 20 Mitarbeiter. Sozialversicherungspflichtig, versteht sich. Bereits 2015 gab es dafür den Hidden Movers

Award der Deloitte-Stiftung. Daran hingen immerhin satte 25 000 Euro Preisgeld.

Mehrere Streuobstwiesen und private Gärten liefern vor allem Äpfel und Birnen, darunter viele alte Sorten, die in einer Slow-Food-Mosterei zu ungewöhnlich geschmacksintensiven Säften und Schorlen verarbeitet werden. Zusätze: null. Alles sozial, regional und nachhaltig. Nachhaltig nämlich auch nicht zuletzt deswegen, weil die Mitarbeiter auch beständig neue Bäume pflanzen und so zum Erhalt der Sorten beitragen. Auf den von ihnen bewirtschafteten Streuobstwiesen sorgen sie auch für jede Menge Wildblumen zwischen den Bäumen. So wird ein komplexer Lebensraum erhalten. Einer der Mitarbeiter hat sich mittlerweile auch zum Imker ausbilden lassen. Deshalb gibt es neben vielen Flaschen im Online-Shop auch Honig zu kaufen.

Gartenbau-Sparte als weiterer Geschäftsbereich

So führt im Prinzip organisch eins zum anderen. Schnell hat sich beispielsweise gezeigt, dass es auch vor allem von Privatpersonen die Nachfrage nach einem Angebot für Rasenmähen oder für das Verschneiden von

Hecken gibt. Klar, dass daraufhin die Ärmel hochgekrempt wurden. Die daraus entstandene Gartenbau-Sparte bietet so außerhalb der Erntezeit vielen Mitarbeitern nicht nur sinnvolle Beschäftigung, sondern auch ein regelmäßiges Einkommen. Nancy Menk, Geschäftsführerin des Unternehmens, nennt es „wert- und würdevolle Arbeit für viele Menschen“.

Breite Vermarktung

Auch die Vermarktung der Produkte erfolgt ziemlich rege. Bestellungen über den Online-Shop werden in Hamburg direkt bis an die Haustür geliefert. Die Säfte und Schorlen gibt es aber natürlich auch in ausgesuchten Läden, Cafés oder Hotels. Ein ausgedientes Feuerwehr-Auto ist zum Saftmobil umgebaut worden, das man für Events anmieten kann. Es steht aber auch regelmäßig auf Märkten. Wann und wo, lässt sich über Facebook erfahren. Und einige der Mitarbeiter sind sogar namentlich und mit Foto auf den Labels der Flaschen zu finden. Personalisierung im Marketing ist hier ganz klares Branding, das man besser kaum machen kann. ■

► www.dasgeldhaengtandenbaeumen.de