



TU WAS!

GUTE VORSÄTZE SCHEITERN HÄUFIG AN DEN HÜRDEN DES ALLTAGS. WAS ABER, WENN ES EINE EINFACHE MÖGLICHKEIT GÄBE, DIE WELT EIN KLEIN BISSCHEN BESSER ZU MACHEN? WENN DER AUFWAND DERARTIG GERING WÄRE, DASS WIR IHN NICHT EINMAL BEMERKEN WÜRDEN?

Morgens, halb zehn in der Migros: «Haben Sie eine Cumuluskarte?» Die Frage hat bereits einen derartigen Kultstatus erreicht, dass sie in jeden ernstzunehmenden Reiseführer über die Schweiz unter der Rubrik «Unentbehrlicher Wortschatz» zu finden sein sollte. Wie wird jetzt aber aus der täglichen Einkaufstour eine gute Tat? Durch die auf der Kundenkarte gesammelten Cumuluspunkte werden den Kunden 1 Prozent des Einkaufswerts in Form von Gutscheinen zurückerstattet. «Die Idee fand ich interessant», erklärt die 21-jährige Debora Buess, die zeitweise als Kassiererin beim orangefarbenen Riesen arbeitete. «Aber für mich

persönlich hat es sich kaum gelohnt, alle paar Monate fünf Franken zurückzubekommen.» Durch ihr politisches Engagement – Buess ist Mitglied der Jungen Grünen Schweiz – wurde sie darauf aufmerksam, dass es durchaus auf diese kleinen Beträge ankommen kann. «Es gibt Leute, die auf diese fünf Franken angewiesen sind. Beispielsweise Nothilfebezüglerinnen und Nothilfebezüger, die mit acht Franken am Tag auskommen und davon Nahrungsmittel, Kleidung und Hygieneartikel bezahlen müssen.»

Buess, die Geologie an der Universität Bern studiert, arbeitet seit 2009 mit dem Solidaritätsnetz Ostschweiz zusammen. Das Solidaritätsnetz Ostschweiz setzt sich für eine menschenwürdige Asyl- und Migrationspolitik ein und unterstützt Nothilfebezüger. «Ich kannte das Solinetz bereits», erklärt Buess, «ich wusste, dass die Hilfe dringend nötig ist und bei den richtigen Menschen ankommt! Das Projekt stellt einen Gegenpol zu der sich immer mehr verschärfenden Asylpolitik dar.»

«Wir sind sehr froh über die Zusammenarbeit mit der Migros!»

2011 lernte Debora Buess die Zürcherinnen Cora Dubach und Sereina Roffler kennen, die die solidarische Cumuluskarte (Solikar-

te) auch in Zürich einsetzen wollten. Die solidarische Cumuluskarte war der Migros in der Zwischenzeit nicht entgangen. Buess erhielt im Januar 2012 einen Brief, in dem die hohen Beträge beanstandet wurden. Die grossen Summen deuteten darauf hin, dass die Karte nicht innerhalb eines Haushalts genutzt werde. Dies widerspräche den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Karte sollte gesperrt werden. Obwohl die Migros das Projekt zunächst nicht weiterlaufen lassen wollte, setzten sich die drei jungen Frauen monatelang dafür ein. Mit Erfolg! Die Solikarte wird mittlerweile von der Migros akzeptiert. «Wir sind sehr froh über die Zusammenarbeit mit der Migros», berichtet Buess.

Durch kleine Gesten kann also durchaus Grosses bewirkt werden; so konnten bis heute dank der Initiative der drei jungen Frauen schon über 14'000 Franken in Form von Gutscheinen an Bedürftige verteilt werden. Wie es weiter geht? «Wir möchten das Projekt national noch bekannter machen.» Auf der langen To-Do-Liste steht eventuell auch eine Zusammenarbeit mit Coop. Bisher hat der Grossverteiler eine entsprechende solidarische Supercard abgelehnt. Aber was nicht ist, kann ja noch werden. Vielleicht bald auch mit Deiner Unterstützung? Es geht ganz einfach: die Solikarte be-

stellen, beim nächsten Einkauf in der Migros vorweisen und Punkte für einen guten Zweck sammeln.

«Save the world – one click at a time»

Wer sogar zu faul dazu ist, das Haus zu verlassen, und die Welt im Pyjama umkriechen will, kann sich vielleicht für eines dieser beiden Angebote im Internet begeistern. Anstatt Google oder Yahoo zu benutzen, können User etwa auf «soziale Suchmaschinen» umsteigen. Werbung im Internet ist ein Milliardenbusiness, das sich Hilfsorganisationen immer öfter zunutze machen. Das Prinzip ist einfach: Für jede getätigte Suche wird ein gewisser Betrag für einen guten Zweck gespendet. Die Suchmaschine Goodsearch.com, die mit Yahoo zusammenarbeitet, bietet zudem die Möglichkeit, gezielt nach Fotos und Videos zu suchen. Von den Werbeeinnahmen gehen 50 Prozent an diverse Hilfsorganisationen; bisher sind über neun Millionen US-Dollar auf diesem Weg zusammengekommen. Ripple.org, das von vier australischen Studenten entwickelt wurde, spendet gar den Gesamtbetrag, wobei eine Suche zwischen 0.01 und 0.2 Australische Dollar generiert.

Givebackmail.com funktioniert ebenfalls dank Werbeeinnahmen, von denen

25 Prozent an unterschiedliche Hilfswerke gehen. Je mehr E-Mails von dem Provider aus gesendet werden, desto mehr Geld fließt zugunsten der ausgewählten Organisation. Givebackmail.com arbeitet zudem mit vielen bekannten E-Mail-Providern wie Hotmail und Gmail zusammen, so dass alte E-Mail-Adressen oft behalten werden können. Das Verwalten mehrerer E-Mail-Adressen zugleich ist ebenfalls möglich. Bei diesem grundsätzlich englischsprachigen Service stellt sich leider das Problem der Umlaute, die (noch) nicht korrekt angezeigt werden. «Wir arbeiten daran!» erklärt Sam Yadegar, einer der Gründer von Givebackmail.com auf Anfrage.

Einfach weiterhin tun, was wir ohnehin schon tun

Das alles ist ja schön und gut, aber bringt das wirklich etwas bei den winzigen Beträgen, die dadurch eingenommen werden? Ich habe das mal nach dem altbekannten mathe-

matischen Grundgesetz für den Alltagsgebrauch (umgangssprachlich: «Handgelenk mal Pi») durchgerechnet. Auf Google werden über eine Milliarde Suchen pro Tag durchgeführt. Jetzt stellen wir uns rein hypothetisch vor, dass jede Suche einen Rappen für eine wohltätige Organisation generieren würde. Das wären eine Million Franken pro Tag. Selbst wenn wir nur gerade ein Prozent davon nehmen (beziehungsweise wenn 1 Prozent der User soziale Suchmaschinen nutzen würden), wären es immer noch 10'000 Franken. Täglich werden übrigens um die 30 Milliarden (nach Abzug von 90 Prozent Spam) E-Mails verschickt. Wenn wir dieselbe Formel wie oben anwenden, ergäbe das drei Millionen Franken pro Tag für den guten Zweck. Und das ohne irgendeinen Mehraufwand, indem wir einfach weiterhin tun, was wir ohnehin schon tun. Und das Beste daran: Es lässt sich ganz simpel in den Alltag integrieren! Text Evelin Meierhofer, Bild Tamara Widmer

Du möchtest die Solikarte unterstützen? Bestelle heute noch deinen Code unter solikarte.ch. Die Suchmaschinen ripple.org und goodsearch.com versorgen Dich mit allen nötigen Informationen aus dem grossen weiten Web und mit givebackmail.com machst Du in Zukunft nicht nur dem Empfänger Deiner E-Mail eine Freude.

ANZEIGE

Die Zwiebel, die auf Ihrem Küchenbrett liegt, wurde monatelang gehegt und gepflegt.

Alles beginnt in den Händen des Gemüsebauers: Er kontrolliert den Setzling, bevor das Pflänzchen in die lockere Erde gebettet wird. Von nun an wird die kleine Zwiebel von fleissigen Arbeitern bewässert, gedüngt, belüftet und gewärmt. Doch das alles reicht ihr nicht. So wird sie tagein, tagaus gehegt, bis der Bauer einen braunen Schimmel über dem Feld erkennt. Die Knolle muss jetzt möglichst schnell aus der Erde. Nach der Ernte wird die Zwiebel während Tagen gleichmässig von allen Seiten getrocknet. Geschickte Hände entfernen die äusseren Schalen, das Kraut am Zwiebelhals wird vorsichtig abgeschnitten. Vom Bauer ein letztes Mal blankpoliert, wird die Zwiebel ins Geschäft geliefert. Dort zupft ihr eine Angestellte, überschüssige Schalenreste ab.

Sorgen Sie dafür, dass die ganze Arbeit nicht umsonst war. Machen Sie etwas Gutes aus der Zwiebel:

Mit den Rezepten, Tipps und Hintergrundberichten der Saisonküche.

Jetzt Abo bestellen unter www.saison.ch/de/abo oder 0848 877 833. 12 Ausgaben für nur Fr. 39.-

