

# 500 000 Mahlzeiten für Kinder in Afrika

Hochwertiger Kaffee, der fair produziert wird und mit dessen Erlös Gutes getan wird: Mit diesem Versprechen traten die Oberhachinger Zwillingbrüder Philipp und Thomas Greulich mit dem Social Start-up Bean United an.

VON BIRGIT DAVIES

**Oberhaching** – Mittlerweile ist aus dem Start-up ein Unternehmen geworden, das seinen Kaffee an Büros wie auch Privatpersonen verkauft und einen Teil seiner Marge für einen guten Zweck einsetzt.

„Es hat uns sehr erschreckt, dass über 800 Millionen Menschen auf der Welt hungern, wir wollen dazu beitragen, dass sich dieser Zustand verbessert“, erklären die Brüder Greulich. Pro Kilogramm verkauften Kaffees gehen 2,50 Euro direkt an die Welthungerhilfe. Damit wird ein Projekt für Schulumahlzeiten in Burundi gefördert. „So

schicken die Eltern ihre Kinder in die Schule, statt sie auf den Feldern arbeiten zu lassen“, berichtet Thomas Greulich, der mittlerweile auch persönlich das Projekt im ostafrikanischen Burundi besucht hat. „Die Lebensmittel kommen von Bauern aus der Region, die auch profitieren.“ Ein Kilo Kaffee sichert zehn Schulumahlzeiten. Pünktlich zum anstehenden dreijährigen Bestehen sind bisher 500 000 Mahlzeiten für Kinder ermöglicht worden.

Die Kaffeebohnen stammen von Bauern aus Burundi, Indien, Brasilien und Guatemala, die auch faire Preise für ihre hochwertigen Produkte erhalten. „Wir kennen alle Kaffeebauern persönlich, es ist ein sehr freundlicher und offener Kontakt, der auf Augenhöhe ist“, sagt Thomas Greulich. Zur Auswahl stehen zwei Sorten: Espresso und Kaffee Crema, die von der Rösterei Hardi und Stalti schonend in traditioneller Trommelröstung verarbeitet werden. „Unsere Kunden



Philipp und Thomas Greulich (v.l.) hoffen darauf, dass Bean United sich weiter positiv entwickelt, damit soziale Projekte weiter vorangetrieben werden können.

FOTO: BIRGIT DAVIES

schätzen den runden Geschmack ohne starke Bitterstoffe.“

Zum Projekt in Burundi

kommt aktuell seit Januar eine Kooperation mit der ReDI School of Digital Integration, die speziell ein Programm für

sozial benachteiligte Frauen auflegt für eine Ausbildung im IT-Bereich.

Und weil Nachhaltigkeit

für die Brüder Priorität hat, arbeiten sie bei der Verpackung des Kaffees mit der Firma Biobiene zusammen, de-

ren Verpackung zu 35 Prozent aus Gras und zu 65 Prozent aus Altpapier besteht.

Bean United hat derzeit rund 100 Firmenkunden und zahlreiche Privatkunden. Doch Corona ist auch an den Greulich-Brüdern nicht spurlos vorbeigegangen. „Wegen Homeoffice in vielen Unternehmen wird beim Kaffee natürlich weniger verbraucht“, erklärt Thomas Greulich. Daher wurde der Onlineshop forciert, um Privatkunden besser erreichen zu können. „Trotz Corona wollen wir unser dreijähriges Bestehen nicht einfach lautlos vorbeiziehen lassen.“

So gibt es diesen Samstag einen sozialen Kaffee-Lagerverkauf auf dem Firmengelände des Unternehmens, das direkt neben dem FC Deisenhofen liegt. Kaffee-Liebhaber sind dazu eingeladen, – natürlich corona-konform – sich durch das Büfenster persönliche Geschichten von den Kaffeebauern und dem Schulprojekt in Burundi anzuhören.