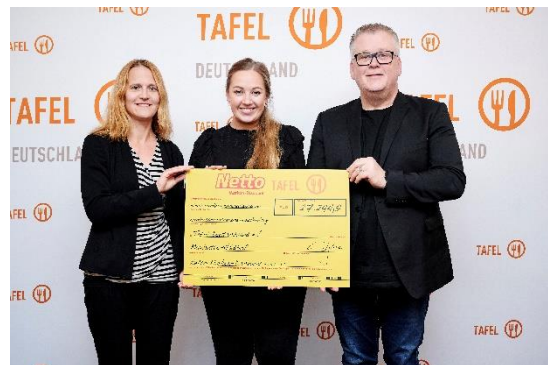


Netto Marken-Discount und Kunden: 27.244,51 Euro für Tafel Deutschland e.V.

- **Große Spendenbereitschaft:** Netto-Kunden spendeten ihr Flaschenpfand in über 2.700 Filialen für Bedürftige
- **Unterstützung:** Netto engagiert sich seit mehreren Jahren für Tafel Deutschland e.V.

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2020 – Pfand zurück für den guten Zweck: Vom 16. bis 29. Dezember 2019 konnten Netto-Kunden bundesweit wieder mit ihrem Leergutbon die Tafeln unterstützen. Den Spendenscheck über 27.244,51 Euro übergab das Unternehmen am 29. Januar dem Dachverband Tafel Deutschland e.V. in Berlin. Auch 2020 wird Netto seinen Kunden erneut Spendenaktionen – auch für die Tafel – anbieten. Spenden per Knopfdruck: Zwei Wochen lang zeigten die Netto-Kunden im Dezember 2019 ihr gesellschaftliches Engagement und spendeten ihr Flaschenpfand an die Tafeln.



Evelin Schulz (li.), Geschäftsführerin Tafel Deutschland e.V., Lea Fürtjes (mi.), Netto Unternehmenskommunikation, Jochen Brühl (re.), geschäftsführender Vorstandsvorsitzender Tafel Deutschland e.V. © Netto Marken-Discount

Spenden per Knopfdruck

Zum Jahresende 2019 hatten Netto-Kunden wieder die Möglichkeit ihre große Spendenbereitschaft zu zeigen und ihr Flaschenpfand an Tafel Deutschland e.V. zu spenden. Per Knopfdruck konnten bundesweit in über 2.700 Netto-Filialen die Kunden direkt am Pfandautomat ihren Leergutbetrag der Unterstützung von Bedürftigen zukommen lassen: 27.244,51 Euro kamen zusammen: „**Unsere Kunden zeigen bei unseren regelmäßigen Netto-Pfandspendenaktionen wie wichtig ihnen gesellschaftliche Verantwortung ist. Auch dieses Mal können mit ihrer großen Hilfs- und Spendenbereitschaft viele bedürftige Menschen unterstützt werden**“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount

Starke Partnerschaft: Netto und Tafel Deutschland e.V.

Die Übernahme von sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung ist in der Unternehmenskultur von Netto Marken-Discount ein fester Bestandteil. Schon seit mehreren Jahren engagiert sich Netto für Tafel Deutschland e.V. und die lokalen Tafeln. Neben der Unterstützung mit den jährlichen Pfandspendenaktionen spendet Netto zudem nicht verkaufte, noch haltbare Lebensmittel an lokale Tafeln weiter, damit sie Bedürftigen in ganz Deutschland zugutekommen.

„Wir bedanken uns bei jeder einzelnen Spenderin und jedem einzelnen Spender für die Unterstützung. Mit dem Geld können die Tafeln auch große Lebensmittelmengen vor der Vernichtung retten und damit Menschen unterstützen, die zu wenig davon haben“ so Evelin Schulz, Geschäftsführerin von Tafel Deutschland e.V. Der große Einsatz Nettos für die Tafeln in Deutschland wurde im Juni mit dem „Tafel-Teller 2019“ ausgezeichnet.

Auch mit weiteren Nachhaltigkeits-Partnerschaften zeigt Netto gesellschaftliches Engagement: So fördert das Unternehmen als Partner von „RTL – Wir helfen Kindern“ nationale und internationale Kinderhilfsprojekte. Zudem unterstützt Netto die Peter Maffay Stiftung und hilft damit, benachteiligten Kindern Ferienaufenthalte in Naturnähe zu ermöglichen. Einen weiteren Fokus legt Netto in seinem Nachhaltigkeitsengagement auf die Zusammenarbeit mit dem WWF Deutschland.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.200 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianos
Unternehmenskommunikation
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de