
Eigenes Kunden-Spendenkonzept zur Unterstützung sozialer Projekte

Spendenstart in Netto-Filialen für Tafel Deutschland

- **Gemeinsam Helfen:** an Kassen „einfach aufrunden“ und Flaschenpfand spenden
- **Erster Spendenpartner:** Netto-Kunden unterstützen die Tafeln
- **Zeitraum:** Spenden für Tafeln bis 11. April 2020 möglich

Maxhütte-Haidhof, im März 2020 – Netto ermöglicht den Tafeln schnelle Hilfe durch neue Kunden-Spendenaktionen: Ab dem 30. März bis zum 11. April 2020 können Kunden an allen Netto-Kassen „einfach aufrunden“ und die Differenz ihres Einkaufsbetrags zum nächsten 10-Cent-Betrag spenden. Der erste Spendenpartner, der mit den Kundenspenden des Netto-Kassen-Spendenkonzepts unterstützt wird, ist die Tafel. Bereits seit Anfang März haben Kunden die Möglichkeit, ihr Flaschenpfand an Leergutautomaten in über 2.800 Netto-Filialen für die Tafel zu spenden. Die kompletten Kundenspenden des neuen Spendenkonzepts gehen an die Tafel Deutschland und dienen unter anderem der Bewältigung der Corona-Krise bei den Tafeln.

Schon seit mehreren Jahren engagiert sich Netto Marken-Discount für „Die Tafel Deutschland e.V.“: So leitet das Unternehmen noch haltbare Lebensmittel an lokale Tafeln weiter für Bedürftigen in ganz Deutschland. **„Netto spendet seit 2007 nicht verkaufte, noch haltbare Lebensmittel an die lokalen Tafeln, damit sie Bedürftigen in ganz Deutschland zugutekommen. Mit den Spendenaktionen an unseren Kassen und Pfandautomaten helfen unsere Kunden den Tafeln darüber hinaus finanziell“**, erklärt Netto-Pressesprecherin Christina Stylianou.

„Einfach aufrunden“ mit diesen beiden Worten können Kunden ab dem 30. März 2020 in allen bundesweit 4.260 Netto-Filialen auf den nächsten Zehn-Cent-Betrag aufrunden und somit 1 bis 10 Cent spenden. Zusätzlich haben sie bereits seit Anfang März die Möglichkeit, ihren Flaschenpfand per Knopfdruck in über 2.800 Filialen an den Netto-Leergutautomaten zu spenden.

„Dass wir als erster Nachhaltigkeitspartner von dem Spendenkonzept profitieren, freut uns sehr. Netto ist für uns ein wichtiger Partner, um gemeinsam Lebensmittel vor der Vernichtung zu retten und die Menschen unterstützen, die zu wenig davon haben. Dass wir in der Corona-Krise zusätzlich finanzielle Unterstützung von den Netto-Kunden bekommen, ist großartig“, so Evelin Schulz, Geschäftsführerin von Tafel Deutschland e.V. Die Organisation ist von den Auswirkungen des Corona-Virus stark betroffen. Viele Tafeln mussten

vorübergehend schließen, um Ehrenamtliche und Tafel-Kunden zu schützen, müssen sie trotzdem weiterhin laufende Kosten über Spenden finanzieren und schnell neue Formen der Unterstützung für die über 1,6 Millionen Bedürftigen organisieren.

Das Spendenkonzept löst die ganzjährige und exklusive Partnerschaft mit „Deutschland rundet auf“ ab. Netto kann mit dem neuen Spendenkonzept je Spendenzeitraum gezielt die Bedürfnisse seiner langjährigen Nachhaltigkeitspartner unterstützen – dazu gehören z.B. die Tafel, aber auch weiterhin „Deutschland rundet auf“. Im Laufe des Jahres haben Netto-Kunden die Chance, verschiedene weitere Hilfsorganisationen mit ihren aufgerundeten Kassenbeträgen und ihren Pfandbons der Netto-Kunden zu unterstützen.

Weitere Informationen zum vielseitigen Engagement von Netto Marken-Discount und zur Partnerschaft mit den Tafeln Deutschland auf www.netto-online.de/ueber-netto/Nachhaltigkeit.chtm.

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 Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de