
Hohe Spendenbereitschaft bei Kundinnen und Kunden

Netto-Spendeninitiative 2021: 2.301.843 Euro für soziale Hilfsprojekte

Maxhütte-Haidhof, im Februar 2022 – 2021 zeichnete sich laut Deutschem Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI) und Deutschem Spendenrat e.V. erneut als Rekordjahr für Spenden in Deutschland ab*. Große Spendenbereitschaft zeigten 2021 auch Kundinnen und Kunden von Netto Marken-Discount, die gemeinsam mit dem Lebensmittelhändler im Rahmen der Netto-Spendeninitiative verschiedene soziale Hilfsorganisationen unterstützten. Insgesamt kamen dank der Kundenspenden an Kassen und Pfandautomaten, durch einzelne Spendenaktionen und Netto-Unternehmensspenden 2.301.843 Euro zusammen.

„Mit unserer Netto-Spendeninitiative leisten wir gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden einen wirksamen Beitrag für verschiedene Hilfsprojekte. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung gehört zur Unternehmens-DNA von Netto. Wir danken unseren Kundinnen und Kunden für ihre Spendenbereitschaft in den Netto-Filialen zugunsten unserer Nachhaltigkeitspartner“, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Rückblick: Netto-Spendeninitiative 2021

2021 gehörten neben „Tafel Deutschland e.V.“ zum Beispiel die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e. V.“ oder die „Peter Maffay Stiftung“ zu den Nachhaltigkeitspartnern der Netto-Spendeninitiative:

- **Soziales Engagement für die Tafeln: Innerhalb von zwölf Wochen kamen mit den Kundenspenden 142.121,33 Euro für Tafel Deutschland zusammen, die von den Corona-Auswirkungen besonders betroffen war.**
- **Unterstützung für die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“:** Beim Einkaufen konnten Netto-Kundinnen und -Kunden drei Wochen lang bundesweit für die Fluthilfe und damit für den Wiederaufbau der vom Hochwasser zerstörten Kinder-Einrichtungen spenden. Diese Spendenmöglichkeit sowie ein Verkauf

von Charity-Produkten gab es im Großteil der Netto-Filialen in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz insgesamt sieben Wochen. Zusätzlich wurden die Kundenspenden am Nikolaus-Tag verdoppelt. **Insgesamt kam eine Spendensumme von 126.341,59 Euro zusammen. Netto hat zudem mit einer 200.000 Euro-Unternehmensspende unterstützt.** Außerdem verkaufte Netto in 2021 eine Spendentasche: Zehn Cent Spendenaufschlag gingen pro Tasche an ausgewählte Kinderhilfsprojekte der Stiftung RTL – damit kam eine zusätzliche Spendensumme von 200.000 Euro zusammen.

- **Spenden für die Peter Maffay Stiftung:** 17 Wochen lang unterstützten Netto-Kundinnen und -Kunden im letzten Jahr mit ihren Kassen- und Pfandspenden Projekte der Peter Maffay Stiftung zugunsten benachteiligter Kinder und Jugendliche. **Durch eine zusätzliche Unternehmens-Verdopplungsaktion zum Kindertag und eine Netto-Unternehmensspende wurden insgesamt 472.224,62 Euro für die Tabalugahäuser der Stiftung übergeben.** Im Rahmen einer achtwöchigen Weihnachtsspendenaktion mit dem Verkauf von Charity-Artikeln und einer Online-Spendenmöglichkeit kam eine zusätzliche Spendensumme in Höhe 191.631,50 Euro zustande.
- **Regionale Sportvereine:** Erstmals hat Netto 2021 mit Kassen- und Pfandspenden zahlreiche regionale Sportvereine sechs Wochen unterstützt – ein positives Signal für die Region: **Alle Vereine erhielten einen Spendenbetrag zwischen 200,00 und rund 1.250,00 Euro.**

Ausblick: Netto-Spendeninitiative 2022

„Einfach aufrunden“: Mit diesem Wunsch können Netto-Kundinnen und -Kunden auch 2022 ihren Einkaufswert während des Bezahlvorgangs an der Kasse auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufrunden und den Differenzwert spenden. Zusätzlich gibt es die Möglichkeit, den Pfandbonwert zu spenden. Netto unterstützt je Spendenzeitraum gezielt die Bedürfnisse verschiedener Nachhaltigkeitspartner. Den Jahresauftakt hat die gemeinnützige Stiftung DEUTSCHLAND RUNDET AUF gemacht und als nächster Spendenpartner wird bis 23. April 2022 die Peter Maffay Stiftung unterstützt.

Eine Übersicht der aktuellen Spendenpartner und die jeweiligen Zeiträume sowie Informationen rund um die Netto-Spendeninitiative gibt es auf der Website unter: netto-online.de/spenden.

Quellen: Deutscher Spendenrat e.V., (2021): <https://www.spendenrat.de/spendenjahr-2021-rekordspendenvolumen-die-deutschen-spenden-im-jahr-der-flutkatastrophe-so-viel-wie-noch-nie/>
Deutsches Zentralinstitut für soziale Frage (DZI), (2021): <https://www.dzi.de/spenderberatung/spendenauskunfte-und-information/spendenstatistik/>

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,6 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-Kundinnen und -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, 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 5.300 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:
Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de

