

---

## **Krasse Kasse für gute Sache: Katja Krasavice am 25. April im Netto-Einsatz gegen Kinderarmut**

- **Katja Krasavice unterstützt die Netto-Spendenaktion für die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“**
- **Einsatz an der Kasse soll Kundinnen und Kunden zum Spenden an Kassen und Pfandautomaten motivieren**
- **Spendenzeitraum für die RTL-Stiftung läuft bis zum 28. Mai 2023**
- **Seit Beginn der Partnerschaft hat Netto die RTL-Stiftung bereits mit über 2,9 Millionen Euro unterstützt**

**Maxhütte-Haidhof, im April 2023 – „Armut ist scheiße, vor allem wenn man klein ist“ – Katja Krasavice, Musikerin, Influencerin und DSDS-Jurorin, ist eine Freundin klarer Worte. Sie bringt damit eine Tatsache auf den Punkt, die die RTL-Stiftung seit vielen Jahren beschäftigt: Kaum jemand leidet mehr unter Armut als Kinder. Seit 2014 arbeitet Netto Marken-Discount im Kampf gegen Kinderarmut eng mit der Stiftung zusammen. Und nun auch mit Katja Krasavice, die am 25. April in der Kölner Netto-Filiale in der Kuselerstraße 3 für die Spendenaktion ehrenamtlich “Kasse macht”.**

Ob Mega-Fan oder Skeptiker – an der 26-jährigen Katja Krasavice kommt in Deutschland aktuell kaum jemand vorbei, der sich für Musik, Medien und Social Media interessiert. Sie nimmt kein Blatt vor den Mund, veröffentlicht ein Nummer 1 Album nach dem anderen und wird für ihre selbstbestimmte Freizügigkeit von Millionen gefeiert. Als Jury-Mitglied von DSDS zählt sie selbst die Chauvi-Plaudertasche Dieter Bohlen aus.

**„Ich weiß selbst, wie es ist, als Kind in schwierigen Verhältnissen zu leben. Auch deswegen wollte ich mich unbedingt für die RTL-Stiftung einsetzen. Ich hoffe, mit meinem Kasseneinsatz viele Menschen zum Spenden zu motivieren. Also, Leute, kommt zu Netto und spendet für die Kids. Das ist echt wichtig!“,** sagt Katja Krasavice.

**„Auf soziale Ungerechtigkeiten aufmerksam zu machen, funktioniert nicht immer nur mit Blümchensprache. Wir müssen lauter gegen Kinderarmut werden, polarisierender. Toll, dass uns Katja Krasavice dabei unterstützt. Und hoffentlich auch viele weitere Menschen, die bei unserer Spendenaktion an Kassen und Pfandautomaten selbst bei einem kleinen**

---

**Haushaltsbudget etwas Gutes tun können. Denn hier zählt wirklich jeder Cent“,** erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Und noch etwas verbindet Katja Krasavice mit Netto Marken-Discount: Seit diesem Jahr sind ihre Erfrischungsgetränke, die „Sugar Mami“ Getränke, bundesweit bei dem Lebensmittelhändler gelistet.

### **Engagement für Kinder ist Teil der Netto-DNA**

Gesellschaftliches Engagement ist schon lange ein wichtiger Teil der Unternehmens-DNA von Netto Marken-Discount. Die nachhaltige Hilfe für benachteiligte Kinder und Jugendliche steht dabei im Fokus. Seit 2014 ist Netto bereits Partner der „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“ und spendete gemeinsam mit seinen Kundinnen und Kunden seither schon weit mehr als 2,9 Millionen Euro für ausgewählte Kinderhilfsprojekte in Deutschland und der ganzen Welt. Diese Spendengelder sind über die Kassen- und Pfandspenden sowie über den jährlichen Verkauf der Netto-Spendentasche und zusätzliche Netto-Unternehmensspenden zusammengekommen.

Weitere Informationen zur Netto-Spendenaktion auf [netto-online.de/spenden](https://netto-online.de/spenden).

### **Netto Marken-Discount im Profil:**

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 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 5.480 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](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](https://www.netto-online.de)

