

Auf Knopfdruck Gutes tun

Netto Marken-Discount startet am 1. April Pfandspendenaktion für Kinder und Jugendliche der Tabalugahäuser

Maxhütte-Haidhof, im März 2019 – In diesem Jahr heißt es bei Netto Marken-Discount mehr denn je: Taten statt Worte! Aus diesem Grund startet der Lebensmittelhändler am 1. April eine großangelegte Pfandspendenaktion zu Gunsten der Peter Maffay Stiftung. Vier Wochen lang, bis zum 27. April, können Kunden in rund 2.400 Netto-Filialen in ganz Deutschland ihr Flaschenpfand direkt am Leergutautomaten per Knopfdruck spenden – und damit die wichtige Arbeit der Peter Maffay Stiftung für benachteiligte Kinder in Deutschland und weltweit unterstützen. Bei der letztjährigen Pfandspendenaktion kamen insgesamt rund 300.000 Euro zusammen. In diesem Jahr führt Netto im Jahresverlauf weitere Pfandspendenaktionen für die Stiftung durch.



© Netto Marken-Discount

Spenden auf Knopfdruck

Während des vierwöchigen Aktionszeitraums im April finden Netto-Kunden an den Leergutrücknahmeautomaten teilnehmender Netto-Filialen einen entsprechenden Spendenknopf: Per Knopfdruck können sie bei der Flaschenrückgabe dann entscheiden, ob sie ihren Pfandwert direkt spenden möchten. Das gespendete Geld kommt den „Tabalugahäusern“ der Stiftung zugute, in denen benachteiligte Kinder ihre Ferien in unmittelbarer Nähe zur Natur verbringen können. Auch in den Zeiträumen vom 5. bis zum 31. August sowie vom 30. September bis zum 5. Oktober 2019 haben Kunden die Chance ihren Pfandbon an die Peter Maffay Stiftung zugunsten benachteiligter Kinder zu spenden.

Engagement für die Peter Maffay Stiftung

Mit den Tabaluga-Pfandspendenaktionen weitet Netto Marken-Discount sein Engagement zugunsten der Peter Maffay Stiftung erneut aus. Bereits seit 2016 bietet der Lebensmittelhändler mit der beliebten Tabaluga-Produktreihe seinen Kunden ein drachenstarkes, abwechslungsreiches Sortiment für Kids – von knackigem Obst und Gemüse über fruchtige Getränke bis zu kinderfreundlichen Drogerieartikeln. Vom Erlös der Tabaluga-Exklusivmarken-Produkte unterstützt

Netto die Peter Maffay Stiftung. „**Unsere Tabaluga-Pfandspenden sind eine weitere Möglichkeit, gemeinsam mit unseren Kunden etwas für sozial benachteiligte Kinder zu tun**“, so Christina Stylianou, Leiterin Netto-Unternehmenskommunikation.

Peter Maffay Stiftung – Schutzzräume für benachteiligte Kinder und Jugendliche

Die Peter Maffay Stiftung, gegründet im Jahre 2000, ermöglicht inzwischen pro Jahr über 1.500 Kindern und Jugendlichen Erlebnisaufenthalte in ihren Einrichtungen in Deutschland, Spanien und Rumänien. Naturnahe Erlebnisse in einem unbeschwertem Umfeld stehen dabei im Vordergrund. Weitere Kooperationen bestehen mit der Tabaluga Kinderstiftung, dem Tabalugahaus Schutzzräume für Kinder Duderstadt gGmbH, der Pension Sidan im Zillertal und dem Segelschiff SIR ROBERT Baden Powell auf Mallorca.

Die Peter Maffay Stiftung finanziert sich ausschließlich durch Spenden und Unterstützungen. Im Frühjahr 2018 konnte auf Gut Dietlhofen in Oberbayern das 4. Tabalugahaus der Peter Maffay Stiftung eröffnet werden. Hier können alle Gruppen u.a. die Vielfalt eines bio-zertifizierten landwirtschaftlichen Betriebes kennenlernen. Hierzu gehören der Anbau von gesundem Gemüse, ein Bienenprojekt, Biohühner u.v.m. Das Gut soll als Zentrum und Drehscheibe der Peter Maffay Stiftung etabliert werden. Infos über die Stiftung unter www.petermaffaystiftung.de

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, rund 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit mehr als 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. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 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
Unternehmenskommunikation
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de