
Netto-Kunden unterstützen Bayerisches Rotes Kreuz (BRK)

Netto Marken-Discount testet regionales Spendenkonzept im Städtedreieck: Kundenspenden für BRK Burglengenfeld

Maxhütte-Haidhof, im August 2020 – Noch bis zum 26. September haben Netto-Kunden in den Filialen im Städtedreieck Burglengenfeld, Teublitz, Maxhütte und Ponholz die Chance, für das Bayerisches Rotes Kreuz (BRK) in Burglengenfeld zu spenden. Mit den Spenden unterstützen die Netto-Kunden die Anschaffung von einem neuen Krankentransporter und von Schutzkleidung. Netto verdoppelt die Kundenspenden am Ende des Spendenzeitraums. Am Samstag, den 22. August stellt sich das Bayerisches Rotes Kreuz Burglengenfeld den Netto-Kunden auf dem Netto-Parkplatz, Regensburger Straße 42 in 93133 Burglengenfeld, vor.

Von 8 bis 20 Uhr präsentieren sich die ehrenamtlichen Retter samt Einsatzfahrzeug auf dem Parkplatz der Netto-Filiale in Burglengenfeld, um noch mehr Kunden zu motivieren, ihren Kassenbetrag einfach aufzurunden oder das Flaschenpfand zu spenden.

„Wir finden es großartig, dass das BRK die Gelegenheit nutzt, direkt mit unseren Kunden ins Gespräch zu kommen. Als Unternehmen mit Hauptsitz in Ostbayern ist es uns ein besonderes Anliegen, mit unserer ersten regionalen Spendeninitiative eine soziale Organisation aus unserem Umfeld zu unterstützen“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount. Mit den Worten „einfach aufrunden“ wird beim Bezahlvorgang an der Netto-Kasse die Einkaufssumme auf den nächsten 10-Cent-Betrag erhöht und die Differenz an die Spendenpartner gespendet. Außerdem gibt es an den Leergutautomaten einen Spendenknopf, um den Wert des Pfandbons zu spenden.

Regionaler Spendenpartner

„Wir freuen uns, am 22. August mit vielen Netto-Kunden ins Gespräch zu kommen und vielleicht den Einen oder die Andere von unserer Arbeit und einer kleinen Spenden zu überzeugen. Die neue Schutzkleidung ist für uns im Einsatz elementar. Ein moderner Krankentransporter kann für alle Menschen in der Region überlebenswichtig werden“, erklärt Horst Singerer, BRK Bereitschaftsleiter. **„Wir freuen uns sehr, einer der ersten regionalen Spendenpartner von Netto zu sein.“** Die BRK Bereitschaft besteht ausschließlich aus ehrenamtlichen Helfern, die in ihrer Freizeit die Versorgung der Bevölkerung sowohl im Alltag als auch im Katastrophenfall sicherstellen. Die Bereitschaften des BRKs müssen sich

komplett selbst finanzieren. Aus diesem Grund ist es umso wichtiger, die Bevölkerung auf das Engagement der Helfer aufmerksam zu machen.

In Ostbayern testet Netto Marken-Discount erstmalig eine regionale Ausrichtung seines Spendenkonzepts. Parallel zu der Aktion für das BRK Burglengenfeld testet das Unternehmen die regionale Ausrichtung seines Spendenkonzepts auch in Regenstauf: Dort spenden die Kunden für das Kinderheim in der Region.

Verantwortung für Mensch und Umwelt – deutschlandweit

Netto ermöglicht seinen Kunden seit Anfang des Jahres, mit Kassen- und Pfandspenden national unterschiedliche Nachhaltigkeitspartner zu unterstützen. Je nach Spendenzeitraum können Netto-Kunden in 2020 in ganz Deutschland für die Nachhaltigkeitspartner des Lebensmittelhändlers an den Kassen und Leergutautomaten spenden.

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

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,5 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 rund 5.100 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