
Gemeinsam mit dem Familienministerium gegen häusliche Gewalt

Netto unterstützt Aktionsmonat „Unsere Nachbarschaft ist #StärkerAlsGewalt“

Maxhütte-Haidhof, im November 2020 – Nachbarschaft und Zusammenhalt sind während der Corona-Pandemie wichtiger denn je. Gleichzeitig haben häusliche Gewalt und Konflikte innerhalb von Partnerschaften zugenommen. Für Betroffene von Gewalt kann gute Nachbarschaft in dieser Ausnahmesituation eine noch zentralere Rolle spielen. Betroffene und ihr Umfeld müssen aktuell auf alternativen Wegen außerhalb der eigenen vier Wände erreicht werden. Der Aktionsmonat „Unsere Nachbarschaft ist #StärkerAlsGewalt“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) bietet Information und Hilfe. Netto Marken-Discount unterstützt die Initiative „Stärker als Gewalt“ im November zum zweiten Mal.

Die aktuelle Situation bedeutet für viele Menschen eine große Herausforderung aufgrund häuslicher Gewalt und Partnerschaftskonflikten. Als Nahversorger gehören die Netto-Filialen zu den meist frequentierten Orten. Somit erreicht das Unternehmen bundesweit potenziell Betroffene und unterstützt darum im November den Aktionsmonat des Familienministeriums „Unsere Nachbarschaft ist #StärkerAlsGewalt“ mit verschiedenen Maßnahmen: Filialaushänge, Hinweise auf Kassenbons und auf Social Media. Bereits im Frühjahr hatte Netto Marken-Discount an der bundesweiten Aktion „Zuhause nicht sicher?“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend teilgenommen.

„Häusliche Gewalt ist keine Privatsache, sondern es geht um Straftaten. Für viele Frauen, aber auch für Männer ist es traurige Realität, dass die eigene Wohnung, in der man sich sicher fühlen möchte, zu einem gefährlichen Ort wird. Die Zahlen sind schockierend, denn sie zeigen: An fast jedem dritten Tag wird in Deutschland eine Frau von ihrem Partner oder Ex-Partner getötet. Und alle 45 Minuten wird – statistisch gesehen - eine Frau Opfer von vollendeter und versuchter gefährlicher Körperverletzung durch Partnerschaftsgewalt. In der Zeit der Corona-Pandemie ist nach den Berichten der Frauenhäuser, Beratungsstellen und Hilfetelefone davon auszugehen, dass häusliche Gewalt eher zunimmt – zumal wir davon ausgehen müssen, dass die Dunkelziffer deutlich höher liegt als die Zahl der Polizei-bekanntes Fälle.“, so Dr. Franziska Giffey, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

„Zusammenhalt und Solidarität sind gerade jetzt gefordert. Deshalb unterstützt Netto gern erneut die Initiative ‚Stärker als Gewalt‘. Als Nahversorger erreichen wir wöchentlich über 21 Millionen Menschen in unseren Filialen. Dieses große Potenzial nutzen wir, um Betroffene und ihr Umfeld über die wichtige Initiative und Hilfsangebote zu informieren“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

„Stärker als Gewalt“

„Zuhause nicht sicher?“ ist eine Aktion des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und Teil der Initiative „Stärker als Gewalt“. Sie soll dazu beitragen, Betroffenen zu helfen und sie auch während der Corona-Pandemie auf alternativen Wegen zu informieren. Weitere Informationen zur Aktion und zur Initiative gibt es auf der Website: www.staerker-als-gewalt.de

Engagement für die „Nationale Demenzstrategie“ des Familienministeriums

Netto unterstützt zudem die Aktion „Teamgeist für Menschen mit Demenz“ im Rahmen der Nationalen Demenzstrategie und stellt gemeinsam mit dem Familienministerium bundesweit Informationsflyer für seine Filial-Mitarbeiter zur Verfügung. So setzt sich Netto für einen sensibleren Umgang mit von Demenz betroffenen Menschen ein.

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