
Gemeinsam Kindern helfen

Netto Marken-Discount und die Peter Maffay Stiftung setzen sich seit fünf Jahren gemeinsam für benachteiligte Kinder ein

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2021 – Mehr als ein Fünftel aller Kinder und Jugendlichen in Deutschland wachsen laut Bertelsmann Stiftung in Armut auf, fast jedes siebte Kind erhält die Grundsicherung. Schlechtere Bildungschancen und eine deutliche Unterversorgung bei Freizeitgestaltung und sozialer Teilhabe sind die Folgen, die sich durch die Corona-Pandemie weiter verschärft haben. Um dem aktiv entgegenzuwirken, unterstützt Netto Marken-Discount schon seit 2016 die Arbeit der Peter Maffay Stiftung. Damit leistet Netto gemeinsam mit seinen Kunden einen wichtigen Beitrag dazu, dass benachteiligte und traumatisierte Kinder und Jugendliche in den Tabalugahäusern der Peter Maffay Stiftung eine Auszeit vom oft schwierigen Alltag erhalten.

Zwei Drittel der von Armut betroffenen Kinder in Deutschland können mit ihrer Familie nicht mal eine Woche im Jahr in Urlaub fahren. Auch für wenigstens einen Kino- oder Konzertbesuch oder ein Essengehen pro Monat reicht das verfügbare Geld oft nicht aus. Angesichts dessen spricht die Bertelsmann Stiftung von Kinderarmut als „unbearbeitete Großbaustelle“.¹ Besonders alarmierend: Die negativen Folgen für Aufwachsen, Wohlbefinden, Bildungs- und Zukunftschancen von Kindern und Jugendlichen könnten durch die Corona-Pandemie zunehmen, da vorhandene Freizeit- und Teilhabeangebote eingeschränkt und die wirtschaftlichen Corona-Folgen für betroffene Eltern oft besonders hart sind.

„Der Einsatz gegen Kinderarmut ist selbst in einem reichen Land wie Deutschland extrem wichtig – jetzt mehr denn je. Für Netto bleibt die Unterstützung der Peter Maffay Stiftung daher eine Herzenssache. Wir sind stolz darauf, gemeinsam mit unseren Kunden auch 2021 dazu beizutragen, dass Kinder aus benachteiligten Verhältnissen mehr positive Erfahrungen in ihrem Leben sammeln und dabei Kraft und Zuversicht tanken können“, betont Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

„Netto ist ein starker Partner an unserer Seite, auf den wir zählen können. Gegenseitig inspirieren wir uns immer wieder aufs Neue dazu, tolle und einzigartige Projekte

¹ www.bertelsmann-stiftung.de/de/themen/aktuelle-meldungen/2020/juli/kinderarmut-eine-unbearbeitete-grossbaustelle

umzusetzen und damit einen nachhaltigen Beitrag zur Entwicklung der Kids zu leisten“, sagt Peter Maffay.

Drachenstarkes Engagement

Netto unterstützt die Peter Maffay Stiftung gemeinsam mit seinen Kunden gleich auf mehreren Wegen: Im Rahmen des Netto-Spendenkonzepts können Kunden vom 28. Februar bis 26. Juni 2021 an allen Netto-Kassen ihren Einkaufsbetrag auf den nächsthöheren 10-Cent-Betrag aufrunden – und die Differenz spenden – oder ihr Flaschenpfand an vielen Leergutautomaten der Stiftung zugutekommen lassen. Zudem verkauft Netto seit 2016 ein exklusives Tabaluga-Sortiment aus frischem Obst und Gemüse, leckeren Snacks, Drogerie-Artikeln und mehr, dessen Erlös zum Teil ebenfalls an die Stiftung geht. Zusätzlich gibt es zum Schulstart traditionell für alle Kinder eine kostenlose Schultüte gefüllt mit Tabaluga-Produkten.

So konnte Netto 2020 insgesamt 409.149,03 Euro an die Peter Maffay Stiftung übergeben. Die Kundenspende dient der Finanzierung der Tabaluga Häuser, die benachteiligten oder traumatisierten Kindern in naturnaher Umgebung eine Auszeit von ihrem schwierigen Alltag ermöglichen. Ein Teil der Spenden wird unter anderem für den Unterhalt und das Training verschiedener Tiere genutzt, die Kindern Nähe und Selbstvertrauen vermitteln und Stress abbauen können.

Weitere Informationen zum Netto-Spendenkonzept auf 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.

Peter Maffay Stiftung – Schutzzräume für benachteiligte Kinder und Jugendliche

Die Peter Maffay Stiftung, gegründet im Jahre 2000, ermöglicht zwischenzeitlich über 1.500 Kindern und Jugendlichen therapeutische Aufenthalte pro Jahr 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.

Pressekontakt:

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