
Engagement im Raum Saarland, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen Netto-Spendeninitiative unterstützt Herzessache e.V.

- **13 Wochen: vom 7. Juni bis zum 3. September 2022**
- **Einfach mitmachen: aufrunden an der Kasse oder Pfandbon spenden**
- **Überregionales Engagement: Netto unterstützt bundesweit 20 überregionale Hilfsorganisationen**

Maxhütte-Haidhof, im Juni 2022 – Erstmals ermöglicht Netto Marken-Discount mit seiner Spendeninitiative 13 Wochen lang die zeitgleiche Unterstützung von 20 überregionalen Hilfsorganisationen in Deutschland: In rund 220 Netto-Filialen in Teilen von Saarland, Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Hessen steht Herzessache, die Kinderhilfsaktion von SWR, SR und Sparda-Bank, als Spendenpartner im Fokus der Aktion. Der Lebensmittelhändler gibt damit seinen Kundinnen und Kunden die Chance, sich vom 7. Juni bis zum 3. September 2022 an der Kasse oder am Pfandautomaten für den gemeinnützigen Verein Herzessache zu engagieren.

Dort helfen, wo Hilfe dringend benötigt wird. Mit seinem breiten Netzwerk der Hilfe ist Herzessache e.V. im Südwesten Deutschlands verwurzelt mit dem großen Ziel: Kindern und Jugendlichen, die im Südwesten Deutschlands leben, auf Dauer gleiche Chancen zu schenken! Herzessache e.V., die Kinderhilfsaktion von SWR, SR und Sparda-Bank, setzt sich für Kinder und Jugendliche in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und im Saarland ein. Der Verein leistet Hilfe zur Selbsthilfe und fördert gemeinnützige Einrichtungen im Südwesten Deutschland. Schirmherr des Vereins ist Hartmut Engler, Sänger und Frontmann der Band PUR. Aber auch andere Prominente Musiker wie Mark Foster, Max Giesinger, die Band Glasperlenspiel, Philipp Poisel, Wincent Weiss oder Nico Santos unterstützen den Verein.

„Seit Vereinsgründung im Jahr 2000 hat Herzessache mehr als 1.300 Hilfsprojekte für Kinder und Jugendliche im Südwesten gefördert. Die Spenden kommen dabei unmittelbar und nachhaltig den Kindern und Jugendlichen in dieser Region zugute“, so Sandra Filtzinger, Marketing & Projektförderung Herzessache e.V.

„Wir wollen mit unserer Spendeninitiative ein solidarisches Miteinander für unsere Kundinnen und Kunden erleichtern: Mit den Kassen- und Pfandspenden unterstützen wir 13 Wochen Herzessache e.V. in über 220 Netto-Filialen in Teilen von Saarland, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen. Es ist unser Ziel, mit dieser sowie den anderen 19 Spendenpartnerschaften besonders schwererkrankten Kindern, Jugendlichen und Menschen in schwierigen Lebenssituationen zu helfen“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation, zu der überregionalen Spendenaktion.

Überregionale Hilfe: Im Zeitraum vom 7. Juni bis zum 3. September 2022 unterstützt Netto Marken-Discount mit den Kundenspenden je Vertriebs-Region einen von 20 unterschiedlichen gemeinnützigen Verbänden oder Stiftungen.

Und so geht’s: Einfach den Einkaufswert an der Kasse auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufrunden und den Pfandwert bei der Rückgabe von Getränkeflaschen und -dosen auf Wunsch spenden. Mit diesen Kundenspenden werden über das Jahr hinweg je nach Zeitraum unterschiedliche Nachhaltigkeitspartner gefördert.

Steigende Spendenbereitschaft in Deutschland: Immer mehr Menschen möchten sich für Mitmenschen einsetzen, die Hilfe und Unterstützung benötigen. Dank der Netto-Spendeninitiative können Kundinnen und Kunden beim Einkaufen mit geringem Aufwand nachhaltig helfen.

Weitere Informationen zur Netto-Spendeninitiative gibt es auf 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 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
Unternehmenskommunikation

Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999

E-Mail: presse@netto-online.de

www.netto-online.de

