
Drachenstarke Hilfe für benachteiligte Kinder

Netto-Spendeninitiative: 484.384 Euro für die Peter Maffay Stiftung

Maxhütte-Haidhof, im Juni 2022 – Von Januar bis Juni 2022 haben Netto-Kundinnen und -Kunden die Tabalugahäuser der Peter Maffay Stiftung und deren Arbeit zugunsten benachteiligter Kinder und Jugendlicher unterstützt (13 Wochen). Insgesamt kam durch ihre Pfand- und Kassenspenden eine Summe von 484.384,60 Euro zusammen.

Gemeinsam gegen Kinderarmut

Netto und die Peter Maffay Stiftung sind bereits seit vielen Jahren Nachhaltigkeitspartner. Im diesjährigen Aktionszeitraum von Januar bis Juni gingen die Kundenspenden komplett an die Tabalugahäuser der Stiftung. Dank der großen Spendenbereitschaft der Kundinnen und -Kunden an den Kassen und Pfandautomaten der 4.280 Netto-Filialen kam **eine Spende von 484.384,60 Euro** zusammen. Anlässlich des Kindertages am 1. Juni hatte Netto zudem die taggleichen Kundenspenden verdoppelt.

„Danke an alle Kundinnen und Kunden, die sich im Rahmen unserer Spendeninitiative gegen Kinderarmut engagiert haben. Wir freuen uns auf diese Weise bereits im siebten Jahr die Peter Maffay Stiftung als wichtiges, soziales Projekt unterstützen zu können“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

„Seit 6 Jahren arbeiten Netto und die Peter Maffay Stiftung erfolgreich zusammen. Im Zeichen unseres kleinen grünen Drachens beweisen Netto-Kunden ihr großes Herz und unterstützen benachteiligte Kinder und Jugendliche, die in unseren Einrichtungen zu Gast sind. Wichtige Werte von Tabaluga sind Freundschaft, Empathie, die Unterstützung der Schwachen, Toleranz und Respekt. Im kommenden Jahr feiern wir 40 Jahre Tabaluga und stellen fest, dass diese Werte heute aktueller sind denn je. Wir danken Netto, dass sie gemeinsam mit ihren Kunden mit ihrer Spendenaktion diese Werte leben. Einfach klasse!“, sagt Peter Maffay.

Drachenstarkes Engagement

Neben der Spendenaktion vom 31. Januar bis 02. März und 14. April bis 04. Juni 2022 unterstützt Netto die Peter Maffay Stiftung schon seit 2016 mit einem exklusiven Tabaluga-Kindersortiment. Erkennbar am kleinen, grünen Drachen auf der Verpackung bietet

die Exklusivmarke frisches Obst und Gemüse, leckere Snacks sowie praktische Drogerie-Artikel für Kids. Ein Teil des Erlöses der Tabaluga-Exklusivmarken-Produkte geht ebenfalls an die Peter Maffay Stiftung und ihre Arbeit für benachteiligte Kinder.

Netto-Spendeninitiative

„Einfach aufrunden“ – mit diesen beiden Wörtern können Kundinnen und Kunden ihre Einkaufsbeträge an den Netto-Kassen bundesweit auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufrunden und zusätzlich an den Pfandautomaten ihr Flaschenpfand spenden. Mit seiner Spendeninitiative ermöglicht Netto seinen Kundinnen und Kunden, im Laufe des Jahres verschiedene Hilfsorganisationen zu unterstützen: **Bis zum 3. September 2022 wird mit den Kassen- und Pfandspenden je Vertriebs-Region eine von 20 gemeinnützigen Vereinen bzw. Stiftungen unterstützt. Im Anschluss gehen die Kassen- und Pfandspenden dreizehn Wochen lang an regionale Vereine.**

Eine Übersicht der aktuellen Spendenpartner und die jeweiligen Zeiträume sowie Informationen rund um die Netto-Spendeninitiative gibt es auf der Website: 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 DeutschlandCard profitieren Netto-Kundinnen und -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, 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

Christina Stylianos

Tel.: 09471-320-999

E-Mail: presse@netto-online.de

www.netto-online.de

