
Drachenstarkes Gewinnspiel:

Netto Marken-Discount verlost 1.000 Tickets für die Farewell-Tour 2024 von Peter Maffay

- **Engagement:** Netto Marken-Discount ist langjähriger Partner der Peter Maffay Stiftung
- **Ticketverlosung:** Gewinnspiel für Peter Maffay Tour

Maxhütte-Haidhof, im September 2023: Stimmgewaltig rockt Peter Maffay seit fast 55 Jahren die großen Bühnen. 2024 wird Peter Maffay seine einzigartige Rock-Karriere mit zehn Open-Air-Konzerten in ganz Deutschland krönen. Diese Tournee wird seine letzte große Tour mit Band sein. Netto Marken-Discount und Peter Maffay verbindet eine langjährige Zusammenarbeit – gemeinsam setzen sie sich für das Wohl benachteiligter Kinder in den Tabaluga-Kinderhäusern der Peter Maffay Stiftung ein. Als langjähriger Partner unterstützt der Lebensmittelhändler jetzt auch die Abschiedstournee und ermöglicht 1.000 Fans live dabei zu sein.

Netto Marken-Discount ermöglicht 500 Kundinnen und Kunden vom 23. September bis zum 31. Oktober 2023 jeweils zwei Konzerttickets zu gewinnen.

„Mit Peter Maffay und seiner Stiftung für Kinder und Jugendliche verbindet uns eine siebenjährige Partnerschaft: Mit dem Verkauf der Tabaluga-Eigenmarkenprodukte und durch regelmäßige Kassen- sowie Pfandspenden-Aktionen ermöglichen wir unseren Kundinnen und Kunden, sich aktiv für Kinder in schwierigen Lebenssituationen einzusetzen“, erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation. „Daher war es uns wichtig, Partner der Peter Maffay Farewell-Tour zu sein und vielen Kundinnen und Kunden mit der Ticket-Verlosung die Teilnahme an der Abschiedstournee zu ermöglichen.“ Schon seit 2016 ist Netto Marken-Discount Partner der Peter Maffay Stiftung, die sich für benachteiligte und traumatisierte Kinder und Jugendliche einsetzt.

Einmalige Farewell-Tour mit musikalischen Gästen

Als Partner der Farewell-Tournee verlost Netto Marken-Discount 1.000 Konzerttickets für die Open-Air-Konzerte. In allen Städten werden Freundinnen und Freunde sowie musikalische Wegbegleiterinnen und Wegbegleiter auch eigene Hits präsentieren. Das Finale mit vielen

Special Guests findet in Leipzig statt – an dem Ort, an dem Peter Maffay 1990 das erste große Stadionkonzert seiner Karriere spielte. „**Die Tour wird ein emotionales Erlebnis. Und mit dem letzten Stopp in Leipzig schließt sich ein Kreis. Für mich ist es aber kein Abschied von der Musik. Es ist der Abschied von der großen Tourneebühne**“, sagt Peter Maffay. „**Ich freue mich, dass langjährige Partner wie Netto Marken-Discount dabei an meiner Seite sind.**“

Kampagne mit deutschlandweitem Gewinnspiel

Die 1.000 Konzerttickets werden vom 23. September bis 31. Oktober 2023 unter netto-online.de/maffay-gewinnspiel verlost. Dabei sorgt Netto von KW 39 an mit einer umfangreichen 360-Grad-Kommunikationskampagne für maximale Aufmerksamkeit. In den Netto Marken-Discount-Filialen zeigen Plakate, digitale Stelen und Handzettel das Gewinnspiel an. Außerhalb der Filialen informieren Out-of-Home-Plakate. Zudem wird im Kundenmagazin Gold, im Newsletter, auf der Webseite und auf Social Media über das Gewinnspiel informiert.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.600 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Peter Maffay Stiftung – Schutzräume für benachteiligte Kinder und Jugendliche

Die Peter Maffay Stiftung, gegründet im Jahr 2000, ermöglicht zwischenzeitlich über 1.500 Kindern und Jugendlichen pro Jahr therapeutische Aufenthalte 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 Schutzräume für Kinder Duderstadt gGmbH, dem Segelschiff Sir Robert Baden Powell u.v.m. 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

