

Netto-Spendenkonzept für Kinder in Not

Netto Marken-Discount und Kunden spenden 295.397 Euro für DEUTSCHLAND RUNDET AUF

- **Große Spendenbereitschaft:** Netto-Kunden unterstützen sozial benachteiligte Kinder mit Kassen- und Pfandspenden
- **Spendenpartner:** Die Kundenspenden vom 29.06. bis 26.09.2020 gingen an DEUTSCHLAND RUNDET AUF
- **Unternehmensspende:** Anlässlich des Weltkindertages verdoppelte Netto alle Kundenspenden

Maxhütte-Haidhof, im Oktober 2020 – Kassen- und Pfandspenden für den guten Zweck: Vom 29. Juni bis 26. September 2020 konnten Netto-Kunden bundesweit mit ihren Spenden an den Netto-Kassen und über 3.100 Leergutautomaten die unabhängige Spendenbewegung DEUTSCHLAND RUNDET AUF unterstützen. Insgesamt kamen 295.397 Euro zusammen. Den Spendenscheck übergab Netto Marken-Discount Anke Merz-Betz, Geschäftsführerin der Stiftung DEUTSCHLAND RUNDET AUF. Mit dem Netto-Spendenkonzept können Kunden mit dem Wunsch „Einfach aufrunden“ ganzjährig an den Kassen ihren Einkaufswert auf den nächsten 10-Cent-Betrag aufrunden und zusätzlich ihren Pfandbon am Leergutautomat spenden. Der Spendenzeitraum zugunsten von DEUTSCHLAND RUNDET AUF wurde ehrenamtlich von drei Prominenten unterstützt: Axel Schulz, Evanthia Benetatou und Thomas Gottschalk saßen an Netto-Kassen und motivierten Kunden für benachteiligte Kinder zu spenden. Anlässlich des Weltkindertages am 20. September verdoppelte Netto Marken-Discount zusätzlich alle Kunden-Spenden des Vortages.

„Einfach aufrunden“ – Kassen- und Pfandspenden für sozial benachteiligte Kinder

Seit Anfang des Jahres ermöglicht Netto Marken-Discount seinen Kunden, mit Kassen- und Pfandspenden verschiedene Nachhaltigkeitspartner zu fördern. Mit den Kundenspenden von Ende Juni bis zum 26. September wird DEUTSCHLAND RUNDET AUF unterstützt. Die unabhängige Spendenbewegung fördert mit diesen Spenden aktuell die „Eltern-AG“ – ein Elternkurs speziell für Familien in besonders belastenden Lebenssituationen. „Unsere Förderprojekte unterstützen sozial



benachteiligte Kinder, Jugendliche und Familien mit vielen unterschiedlichen Angeboten. Wir danken Netto Marken-Discount und allen Netto-Kunden herzlich, die mit ihren Cents von Armut betroffenen Kindern und Jugendlichen in Deutschland eine Chance auf eine gute Zukunft geben. Alle Kundenspenden gehen zu 100 % an unsere Förderprojekte und helfen Kinderarmut in

Deutschland zu beenden“, so Anke Merz-Betz, Geschäftsführerin der Stiftung DEUTSCHLAND RUN-DET AUF. Netto Marken-Discount unterstützt dieses Engagement gemeinsam mit seinen Kunden. **„Wir freuen uns sehr, dass wir gemeinsam mit unseren Kunden wichtige Kinderprojekte nachhaltig fördern und bedanken uns bei unseren Kunden für ihre große Spendenbereitschaft“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Netto-Spendenkonzept

Mit dem Spendenkonzept ermöglicht Netto seinen Kunden die Unterstützung verschiedener Hilfsorganisationen. Als nächster Nachhaltigkeitspartner wird bis zum Ende des Jahres die Peter Maffay Stiftung unterstützt: Die Tabalugahäuser bieten sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen naturnahe Schutzräume. Von den Kundenspenden soll die Ausbildung von Tieren für Workshop-Angebote für Kinder mitfinanziert werden.

Eine Übersicht der aktuellen Spendenpartner und die jeweiligen Zeiträume sowie Informationen rund um das Netto-Spendenkonzept gibt es auf der Website: 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 Schwerpunkthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren.

Pressekontakt:

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