
Drachenstarkes Engagement für Kinder und Jugendliche

Netto Marken-Discount unterstützt Peter Maffay Stiftung mit 619.384,23 Euro

- **Netto-Kundinnen und -Kunden spendeten an Kassen und Pfandautomaten im Zeitraum von 14 Wochen 619.384,23 Euro an die Peter Maffay Stiftung**
- **Stiftung ermöglicht sozial benachteiligten und traumatisierten Kindern in Tabalugahäusern eine Auszeit vom Alltag**
- **Netto-Spendeninitiative förderte in 2022 verschiedene soziale Organisationen mit über 2,9 Millionen Euro**

Maxhütte-Haidhof, im September 2023. Netto Marken-Discount und die Peter Maffay Stiftung vereint seit vielen Jahren das gemeinsame Engagement gegen Kinderarmut. Auch in diesem Jahr unterstütze der Lebensmittelhändler die Stiftung mit einer 14-wöchigen Spendenaktion: Vom 29. Mai 2023 bis 2. September 2023 konnten Netto-Kundinnen und Kunden beim Einkauf an den Netto-Kassen aufrunden oder ihren Pfandbonwert spenden. Viele nutzen die Möglichkeit, um Kindern und Jugendlichen in sozial schwierigen Situationen wirksam zu helfen. Insgesamt kamen so, inklusive einer Netto-Unternehmensspende zum Kindertag am 1. Juni, 619.384,23 Euro zusammen.

In Deutschland ist jeder fünfte junge Mensch von Armut betroffen. Die Peter Maffay Stiftung bietet hier wichtige Hilfestellung: In ihren Tabalugahäusern können traumatisierte oder sozial benachteiligte Kinder in naturnahem Umfeld eine Auszeit vom Alltag nehmen. Als langjähriger Partner fördert Netto dieses Engagement, etwa durch sein laufendes Tabaluga-Sortiment oder verschiedene Spendenaktionen. Zusätzlich setzte sich Peter Maffay, anlässlich des diesjährigen 40. Geburtstag des kleinen grünen Drachen, ehrenamtlich an eine Netto-Kasse und machte so nochmals auf die Bedeutung der gemeinsamen Spendenaktion aufmerksam.

„Tabaluga steht für Freundschaft, Empathie, und Respekt. Heute sind diese Werte aktueller denn je. Wir danken Netto und allen Kundinnen und Kunden, dass sie diese Werte leben. Mit der Spende können wir Kindern und Jugendliche eine dringend benötigte Auszeit in unseren Tabalugahäusern ermöglichen. Vielen Dank an alle, die dabei geholfen haben!“, so Peter Maffay über die vierzehnwöchige Spendenaktion.

„Wir freuen uns, die Peter Maffay Stiftung bereits im siebten Jahr unterstützen konnten,“ sagt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation. „Unser Dank gilt allen unseren Kundinnen und Kunden, die erneut mit kleinen Spenden gemeinsam Großes bewirkt haben.“

Netto-Spendeninitiative: Helfen leicht gemacht

Mit dem Wunsch „Einfach aufrunden“ unterstützen Kundinnen und Kunden an den Netto-Kassen ganzjährig die Netto-Spendenpartner bei jedem Einkauf mit 1 bis 10 Cent. Zudem kann der Wert des Pfandbons in den Netto-Filialen gespendet werden. So übernimmt das Unternehmen gemeinsam mit den Kundinnen und Kunden nachhaltig soziale Verantwortung. Allein in 2022 förderte die Netto-Spendeninitiative verschiedene soziale Organisationen mit über 2,9 Millionen Euro.

Informationen zur aktuellen Spendeninitiative für rund 2.200 regionale Vereine gibt es unter: www.netto-online.de/vereinsspende.

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. 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.

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

