

## Spendenaktion gegen Kinderarmut

### Netto-Kunden sagen „Bitte aufrunden, Axel Schulz!“

- Internationaler Kindertag: Netto verdoppelt die am 1. Juni eingenommenen Spenden
- Prominentes Engagement: Boxlegende Axel Schulz an Kasse für Kinder in Not
- Initiative „Deutschland rundet auf“: Netto-Kunden spenden rund 190.000 Euro im ersten Halbjahr 2018 für Kinderhilfsprojekte in Deutschland

Maxhütte-Haidhof, im Mai 2018 – Zum Internationalen Kindertag am 1. Juni erinnert Netto Marken-Discount an die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“ und verdoppelt die an diesem Tag eingenommenen Kundenspenden an den Netto-Kassen.

Im ersten Halbjahr 2018 haben die Netto-Kunden bereits einen Gesamtbetrag von rund 190.000 Euro gespendet. Zur Unterstützung der Initiative tauschte Boxlegende Axel Schulz am 29. Mai Boxring gegen Berliner Netto-Kasse (Alex-Wedding-Str. 3). Die Kunden- und Unternehmensspenden fließen vollständig an Kinderhilfsprojekte der Initiative „Deutschland rundet auf“.



© Netto Marken-Discount

### Kampf gegen Kinderarmut in Deutschland

Jedes fünfte Kind in Deutschland lebt laut einer Studie der Bertelsmann-Stiftung jahrelang in Armut. Anlässlich des Internationalen Kindertags am 1. Juni ruft Netto seine Kunden erneut dazu auf, an der Kasse aufzurunden und damit von Armut bedrohten Kindern die Chance auf eine bessere Kindheit zu geben. Im Rahmen der Partnerschaft mit „Deutschland rundet auf“ können Kunden bis zu 10 Cent pro Einkauf spenden und damit ausgewählte Kinderhilfsprojekte in Deutschland fördern. Zusätzlich verdoppelt Netto die am Internationalen Kindertag bundesweit an Netto-Kassen erzielte Spendensumme. Schlagkräftige Unterstützung erhält die Aktion in diesem Jahr von Ex-Boxprofi Axel Schulz, der am 29.



© Netto Marken-Discount

Mai Kunden an der Kasse einer Berliner Netto-Filiale überraschte. „**Jedes Kind verdient eine faire Chance. Ich finde es gut, dass die Kunden bei Netto für benachteiligte Kinder ganz einfach und mit wenigen Cents einen wichtigen Beitrag leisten können**“, so Axel Schulz.

### **Kinderhilfsprojekt im Zeichen der „Chancen-WM“**

Die Spendenerlöse fließen in diesem Jahr unter anderem an ein gemeinnütziges Projekt rund um die „Chancen-WM“, die „Deutschland rundet auf“ zusammen mit der Spendeninitiative „Red Nose Day e.V.“ und der Unterstützung von über 140 Prominenten im Vorfeld der Fußball-Weltmeisterschaft ins Leben gerufen hat. Bei „Fußball trifft Kultur“ trainieren Acht- bis Zwölfjährige aus Brennpunktschulen mit Jugendtrainern von Bundesligavereinen, erhalten Schulförderunterricht und besuchen einmal im Monat eine Kulturveranstaltung.

### **Netto ist größter Partner von „Deutschland rundet auf“**

Seit Beginn von „Deutschland rundet auf“ im Jahr 2012 unterstützt Netto die Initiative durch Kundenspenden und jährliche Aktionen mit prominentem Engagement. Insgesamt gingen durch mehr als 70 Millionen Aufrundungen in den 4.200 Netto-Märkten ca. 3 Millionen Euro an gemeinnützige Projekte für benachteiligte Kinder in Deutschland. Neben der Partnerschaft mit „Deutschland rundet auf“ fördert Netto unter anderem die „Peter Maffay Stiftung“ und die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern e.V.“.

Weitere Infos zu „Deutschland rundet auf“ und zur „Chancen-WM“ unter <http://deutschland-rundet-auf.de> sowie unter <https://chancen-wm.de/>.

### **Über Netto Marken-Discount**

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, ca. 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 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 Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

### **Über „Deutschland rundet auf“**

Die gemeinnützige Spendenbewegung „Deutschland rundet auf“ hat das Ziel, die Chancengerechtigkeit für Kinder in Deutschland zu verbessern, deren Familien von Armut betroffen sind. Die unabhängige Stiftung ermöglicht jeder und jedem, sich mit Mikrospenden für diese Kinder zu engagieren. Alle Spenden werden zu 100% an geprüfte gemeinnützige Projekte in Deutschland geleitet, die Kinder und ihre Eltern durch Angebote wie frühkindliche Bildung, Mentoring- und Patenschaftsprogramme oder Elternbildung unterstützen. Seit Start im März 2012 wurde bereits über 137 Mio. Mal aufgerundet und insgesamt mehr als 6,5 Mio. Euro gespendet. Mehr als 60.000 Kinder erhalten dadurch die Chance auf eine bessere Zukunft. Alle Informationen unter [www.deutschland-rundet-auf.de](http://www.deutschland-rundet-auf.de)

### **Pressekontakt:**

Netto Marken-Discount AG & Co. KG  
Christina Stylianou / Stefanie Adler  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)