
Charity-Maßnahmen für die Peter Maffay Stiftung

Netto startet mit Weihnachtskampagne in die festliche Saison

Maxhütte-Haidhof, im November 2021 – Netto Marken-Discount läutet mit einem emotionalen Online-Video und begleitenden Kommunikationsmaßnahmen sowie Spendenaktionen die Vorweihnachtszeit ein. Die Botschaft lautet: „Das größte Geschenk? Den Kleinsten helfen.“ Getreu diesem Motto findet „der wahre Weihnachtsmann“ im Video seine Bestimmung. Im Kampagnenzeitraum ermöglicht Netto seinen Kundinnen und Kunden, mit dem Kauf von Charity-Artikeln im Kampagnenzeitraum ab KW 44 in den Netto-Filialen und im Online-Shop benachteiligten Kindern und Jugendlichen zu helfen: Ein Spendenanteil dieser Aktionsartikel geht an die Peter Maffay Stiftung. Zudem gibt es die Möglichkeit online zu spenden: netto-online.de/ueber-netto/Peter-Maffay-Stiftung.chtm. Die Weihnachts-Spendenaktion läuft vom 02.11.2021 bis 31.12.2021.

Das knapp 2-minütige Weihnachtsvideo wird online auf der Unternehmenswebsite (netto-online.de/weihnachten), im Kino, auf Facebook, Instagram und YouTube sowie direkt in den Filialen, zu sehen sein. Mit dem Video „Der wahre Weihnachtsmann“ erzählt Netto eine neue Geschichte aus der Jugend des Weihnachtsmannes mit der Botschaft, dass jeder Mensch anders ist und seine Bestimmung findet.

Gemeinsam mit der Peter Maffay Stiftung Freude schenken

Mit dem Weihnachtsvideo und der Spendenaktion verstärkt Netto erneut seine langjährige Partnerschaft mit der Peter Maffay Stiftung. Ab dem 2. November können Netto-Kundinnen und -Kunden weihnachtliche Charity-Produkte kaufen und damit benachteiligten Kindern und Jugendlichen helfen: Ein Spendenanteil dieser Aktionsprodukte geht direkt an die Peter Maffay Stiftung. Zu den Aktionsartikeln gehören zum Beispiel eine Kuschelfigur des „wahren Weihnachtsmannes“ (verfügbar ab dem 22. November) sowie eine Sonderedition von weihnachtlichen Schoko-Lollys (ab dem 15. November erhältlich): Die Kuschelfigur wird für 9,99 Euro verkauft mit einem 1-Euro-Spendenanteil für die Tabalugahäuser der Stiftung. Die 10er Packung Schoko-Lollys ist für 99 Cent erhältlich – mit einem 10-Cent-Spendenanteil. Zusätzlich können Kundinnen und Kunden direkt auf der Netto-Weihnachtswebseite netto-online.de/ueber-netto/Peter-Maffay-Stiftung.chtm für die Peter Maffay Stiftung spenden.

Umfassende Weihnachtskampagne

Für die Kleinen: Zusätzlich gibt es gratis bei Netto von KW 44 bis KW 47 ein kostenloses Kinder-Büchlein rund um die Geschichte des wahren Weihnachtsmanns.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,6 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 5.300 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