



Pressemitteilung

„Gut für hier. Gut fürs Wir.“ - ALDI SÜD unterstützt rund 6000 gemeinnützige regionale Vereine und Initiativen

- **ALDI SÜD fördert regionales ehrenamtliches Engagement in Kooperation mit Haus des Stiftens**
- **Pro Filiale spendet ALDI SÜD 3000 Euro**
- **Kundinnen und Kunden dürfen abstimmen, wer die Unterstützung erhält**

Mülheim a. d. Ruhr (02.05.2022) ALDI SÜD unterstützt im Rahmen der Aktion „Gut für hier. Gut fürs Wir.“ erstmalig gemeinnützige regionale Vereine rund um alle 1980 ALDI SÜD Filialen. Pro Filiale stellt der Discounter 3000 Euro bereit, aufgeteilt auf jeweils drei Gewinner. Kundinnen und Kunden entscheiden per Abstimmung darüber, welche lokalen Organisationen die Spenden erhalten. Mit der Aktion baut ALDI SÜD sein soziales Engagement weiter aus und bekennt sich klar zu seiner gesellschaftlichen Verantwortung als einer der größten Einzelhändler Deutschlands – und stärkt damit soziale Initiativen im Lebensumfeld der Kundinnen und Kunden.

Bereits 2021 hat ALDI SÜD begonnen, an diesem Projekt zu arbeiten. Damals ahnte niemand, wie sich die Welt in so kurzer Zeit verändern würde. Gerade in dieser Zeit ist es wichtig, dass die Gesellschaft zusammenhält. Sportvereine, familiennahe Einrichtungen wie etwa Kindergärten, soziale und karitative Institutionen oder Organisationen, die aktuell Hilfsprojekte für die Ukraine unterstützen, sind das Rückgrat unserer Gesellschaft – und genau diese unterstützt ALDI SÜD.

„Oft sind es die kleinen Organisationen und Vereine, die direkt in unserer Nachbarschaft viel Gutes bewirken und den Zusammenhalt stärken, das weiß ich aus eigener Erfahrung“, sagt Erik Döbele, Managing Director National Buying & Services bei ALDI SÜD. Aus diesem Grund unterstützt ALDI SÜD möglichst viele wirkungsvolle gemeinnützige Organisationen und involviert Kundinnen und Kunden, die für ihre lokalen Herzensprojekte abzustimmen können. „Unsere Filialen sind mehr als Einkaufsstätten, sondern ein regelmäßiger Treffpunkt und Ort der Begegnung, fest verankert im lokalen Alltag. Wir möchten direkt vor Ort Gutes tun und gleichzeitig das soziale Engagement gezielt und flächendeckend fördern“, betont Erik Döbele.

Registrierung ab 2. Mai möglich – Abstimmungsphase beginnt am 23. Mai

Ab dem 2. Mai können sich alle gemeinnützigen Organisationen und Vereine aus sämtlichen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens im ALDI SÜD Gebiet bewerben. Die Anmeldung läuft komplett digital über die Projekt-Website aldi-gutfuerswir.de. In einem zweiten Schritt überprüft das unabhängige Sozialunternehmen Haus des



Pressemitteilung

Stiftens die angemeldeten Organisationen auf ihre Gemeinnützigkeit. Ab dem 23. Mai beginnt die heiße Phase, in der Kundinnen und Kunden sechs Wochen lang darüber entscheiden können, welche drei Vereine oder Organisationen im Umfeld „ihrer“ ALDI SÜD Filiale die Spende erhalten. Der Erstplatzierte erhält 1500 Euro, für Platz 2 gibt es 1000 Euro und der dritte Platz bekommt 500 Euro für die Vereinskasse. Eine Registrierung für Organisationen ist bis zum 19. Juni möglich. Anfang Juli stehen die Gewinnerorganisationen fest.

Ein Los pro 20 Euro Einkaufswert

Und so läuft die Abstimmung ab: Pro 20 Euro Einkaufswert gibt es an der Kasse ein Los, das einer Stimme entspricht. Darauf ist ein Code gedruckt, den die Kundinnen und Kunden auf der Webseite aldi-gutfuerswir.de eingeben. Anschließend lässt sich auf der Website das „Lieblingsprojekt“ auswählen und dafür abstimmen. Haben die Kunden zum Beispiel für einen Einkauf von 40 Euro zwei Stimmen erhalten, können sie diese auf verschiedene Projekte aufteilen oder gebündelt für eine Organisation abgeben. Nach dem nächsten Einkauf ist eine erneute Teilnahme möglich.

Umfangreiches Info- und Werbematerial für Vereine

Auf der Projekt-Website aldi-gutfuerswir.de stellt ALDI SÜD allen teilnehmenden Vereinen umfangreiches Werbematerial zur Verfügung, damit diese auf ihren eigenen Kanälen um die Stimmen der Kundinnen und Kunden werben können – dieser Service ermöglicht es auch kleineren Initiativen ohne „Werbeprofis“ in den eigenen Reihen, auf sich und ihr Engagement aufmerksam zu machen. Online gibt es unter anderem Muster-Flyer, Poster und digitale Werbemittel, mit denen Organisationen in ihren Vereinsräumen oder in ihren Online-Präsenzen auf die Aktion aufmerksam machen und Stimmen sammeln können.

Beteiligte Agenturen und Partner: Wider Sense, Particulate, Haus des Stiftens, Scholz & Volkmer, Zum Goldenen Hirschen, McCann

Pressekontakt:

Unternehmensgruppe ALDI SÜD: Anamaria Inden, presse@aldi-sued.de

Pressematerial: aldi-sued.de/presse