

# PRESSEMITTEILUNG

## **Corona-Krise: PepsiCo Deutschland spendet eine Million US-Dollar für den Kampf gegen COVID-19**

- **700.000 US-Dollar (645.000 Euro) für die Tafeln, das Deutsche Rote Kreuz und das Arche Kinder- und Jugendwerk**
- **300.000 US-Dollar (285.000 Euro) für Spenden an lokale Einrichtungen und Unterstützung für Gastronomiebetriebe**
- **Schnelle sowie langfristige Hilfe: Mehr als 34 Millionen Mahlzeiten werden ermöglicht**
- **Spendenideen und -umsetzung unterstützt durch Mitarbeiter**

**Neu-Isenburg, 8. Juni 2020 – PepsiCo führt unter der Initiative „Give Meals Give Hope“ eine weltweite Spendenaktion für bedürftige Menschen als Reaktion auf die Corona-Krise durch. Von einem globalen Gesamtspendenbetrag in Höhe von mehr als 50 Millionen US-Dollar (rund 46 Millionen Euro) fließt eine Million US-Dollar (ca. 930.000 Euro) nach Deutschland.**

Die Gelder werden vielfältig eingesetzt und fließen in schnelle Hilfen ebenso wie in langfristige Investments: PepsiCo unterstützt große Hilfsorganisationen wie die Tafeln mit 300.000 US-Dollar (ca. 275.000 Euro) sowie das Deutsche Rote Kreuz und die Arche Frankfurt mit jeweils 200.000 US-Dollar (ca. 185.000 Euro). Darüber hinaus greift PepsiCo weiteren gemeinnützigen Organisationen und lokalen Einrichtungen mit Produktspenden sowie kleineren Geldspenden unter die Arme. Ideengeber für viele Spendenaktionen sind die Mitarbeiter, die im Rahmen von „Corporate Volunteering“ auch selbst an der Umsetzung von Hilfsprojekten mitwirken.

Mit den Großspenden investiert PepsiCo in jene Organisationen, die sich für die gesundheitliche Grundversorgung, Lebensmittelversorgung sowie soziale Integration einsetzen und damit zur Stabilisierung der Gesellschaft beitragen. „Als Nahrungsmittelhersteller ist es uns ein besonderes Anliegen, die Sicherstellung der Lebensmittelversorgung an Bedürftige auch über die Corona-Krise hinaus zu unterstützen“, sagt Torben Nielsen, General Manager bei PepsiCo in der DACH-Region.

### **Langfristig werden mehr als 34 Millionen Mahlzeiten ermöglicht**

In Deutschland unterstützt PepsiCo gemeinsam mit der PepsiCo Foundation, dem philanthropischen Arm von PepsiCo, vier Institutionen bei der Bewältigung der Corona-Krise:

- 1) **Die Tafel Deutschland:** PepsiCo spendet 175.000 Euro für den Ausbau der Logistikinfrastruktur und kofinanziert so beispielsweise die Anschaffung von 16 Lebensmittel-Transportern. Mit der Spende können pro Jahr etwa 3,7 Millionen Mahlzeiten an Bedürftige ausliefern werden. Über eine durchschnittliche geplante Nutzungsdauer der Fahrzeuge von acht Jahren können rund 30 Millionen Mahlzeiten ausgefahren werden.
- 2) **Die Tafel Frankfurt:** Für die Lebensmitteltafel in Frankfurt a. M. spendet PepsiCo 100.000 Euro – unter anderem für den Ankauf eines neuen Kühltransporters. Dieser transportiert etwa 25 Tonnen Lebensmittel pro Monat und damit etwa 600.000 Mahlzeiten pro Jahr. Über eine durchschnittliche Nutzungsdauer von acht Jahren erreichen so bis zu 4,8 Millionen Mahlzeiten ihr Ziel.
- 3) **Deutsches Rotes Kreuz:** Mit einer Spende von ca. 185.000 Euro wird der Corona-Notfallfonds des DRK begünstigt. Der Fonds unterstützt die Tätigkeit von 435.000 ehrenamtlichen Helfern und rund 175.000 hauptamtlichen Mitarbeitern bei der Betreuung von mobilen Arztpraxen und Fiebermessstationen, um das Gesundheitssystem zu stärken und Kliniken zu entlasten. Darüber hinaus stehen Lebensmittel-Bringdienste sowie Unterstützung bei der psycho-sozialen Betreuung von Älteren und Bedürftigen während der Krise im Mittelpunkt der Arbeit des DRK.
- 4) **Die Arche Frankfurt:** PepsiCo unterstützt die vier Arche-Einrichtungen in Frankfurt mit insgesamt rund 185.000 Euro, um den aktuell stark gestiegenen Lebensmittelbedarf zu decken. Die Arche hilft Kindern und Jugendlichen aus sozial benachteiligten Familien mit Mahlzeiten, schulischer Betreuung und Freizeitaktivitäten. Mit der Spende werden 90.000 Lebensmitteleinheiten an bis zu 300 Arche-Familien verteilt und so die Versorgung der Familien über zwei Monate hinweg sichergestellt.

Darüber hinaus unterstützt PepsiCo Deutschland weitere gemeinnützige, lokale Einrichtungen wie Kinderheime, Kinderhospize oder Kindergärten, die aufgrund der Krise unter erschwerten Bedingungen weiterarbeiten. Zudem spendet PepsiCo eigene Produkte (Erfrischungsgetränke, Snacks) an gemeinnützige Organisationen und will damit vor allem Arbeiter und Helfer an vorderster Front unterstützen.

Auch Unternehmen in der Gastronomiebranche wird geholfen: Neben finanzieller Unterstützung für einzelne Unternehmen engagiert sich PepsiCo als Initiator der Kampagne „#DeutschlandBestellt“ deutschlandweit für Restaurants und ihre Mitarbeiter. Im Rahmen dessen werden Verbraucher dazu aufgefordert, bei ihrem Lieblingsrestaurant zu bestellen und Fotos der Essenslieferungen über Social-Media-Kanäle zu teilen. Ziel dieser Aktion ist es, Solidarität mit der Gastronomie zu schaffen und diese mit Bestellungen wirtschaftlich zu unterstützen.

### **Mitarbeiter werden zu Mitstreitern**

Viele der Hilfsaktion von PepsiCo, insbesondere die Unterstützung von lokalen Einrichtungen, gehen aus den Ideen und dem Engagement der eigenen Mitarbeiter hervor. Zu diesem Zweck hat PepsiCo Deutschland eine eigene interne Online-Plattform namens „PepsiCo Helps“ eingerichtet, über die alle Mitarbeiter

Ideen für förderungswürdige Initiativen einreichen und sich an deren Umsetzung beteiligen können. So werden konkrete Ideen – beispielsweise die Unterstützung der lokalen Tafeln mit Produktspenden, die Hilfe beim Aufbau eines Kindergartens oder die Anschaffung von Tischkicker für eine regionale Jugendhilfeeinrichtung – von den Mitarbeitern begleitet. Torben Nielsen: „Uns und unseren Mitarbeitern ist es wichtig, den am meisten betroffenen Menschen bei der Bewältigung der Corona-Krise zu helfen.“ Zudem hat PepsiCo das Programm „2:1“ ins Leben gerufen, bei dem die PepsiCo Foundation Mitarbeiterspenden von bis zu 450 Euro für wohltätige Zwecke verdreifacht und die Summe an ausgewählte Non-Profit-Organisationen spendet.

\* \* \*

### **Über PepsiCo**

PepsiCo Produkte werden von Verbrauchern pro Tag mehr als eine Milliarde Mal in über 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Mit seinem umfangreichen Angebot an Nahrungsmitteln und Getränken, zu dem unter anderem die Marken Frito-Lay, Gatorade, Pepsi-Cola, Quaker und Tropicana gehören, erzielte PepsiCo 2018 einen Nettoumsatz von mehr als 64 Milliarden US-Dollar. Zum Produktportfolio von PepsiCo zählen ebenfalls 22 Marken, die jährlich jeweils mehr als eine Milliarde US-Dollar Umsatz generieren.

PepsiCo wird von der Vision geleitet, der globale Marktführer für Convenient Foods and Beverages zu sein – durch „Winning with Purpose“. Winning with Purpose steht für unser Ziel, langfristig im Markt zu gewinnen und Nachhaltigkeit in alle Bereiche unseres Geschäfts zu integrieren. Weitere Informationen finden Sie unter [www.pepsico.com](http://www.pepsico.com) und [www.pepsico.de](http://www.pepsico.de).

### **Pressekontakt:**

#### **PepsiCo Deutschland GmbH**

Adriana Cerami

Corporate Communications Manager DACH

Telefon: +49 (0) 6102 749 504

Mail: [Adriana.Cerami@pepsico.com](mailto:Adriana.Cerami@pepsico.com)

#### **Edelman GmbH**

Alina Gerhards

Media Relations Specialist

Telefon: + 49 (0) 221 828281 25

Mail: [PepsiCoDE@edelman.com](mailto:PepsiCoDE@edelman.com)