

22.10.2021 - 13:36 Uhr

PepsiCo und die PepsiCo Foundation arbeiten mit Hilfsorganisationen zusammen, um bis 2022 über 500.000 US-Dollar für bessere Bildungsmöglichkeiten in ganz Deutschland bereitzustellen



Neu-Isenburg (ots) -

- Hilfsprogramm zielt darauf ab, die Herausforderungen beim Wiederaufbau von Gemeinschaften in Deutschland nach der COVID-19-Pandemie anzugehen, mit Schwerpunkt auf drei Partnerschaften:
- Ernährungsunsicherheit bekämpfen durch logistische Unterstützung der Tafel Deutschland e. V. - für 10 Millionen zusätzlich verteilte Mahlzeiten die nächsten drei Jahre
- Essen verteilen, Lernförderung und Nachhilfe fördern mit der Arche Frankfurt
- Bildungs- und Wirtschaftschancen für Nicht-Akademikerkinder fördern gemeinsam mit ArbeiterKind.de
- Zusammenarbeit und Unterstützung des Roten Kreuzes nach der Flutkatastrophe weiter fortführen

Die letzten 18 Monate haben uns durch die Pandemie und ihre Folgen alle vor besondere Herausforderungen gestellt - vor allem aber wirtschaftlich benachteiligte Gemeinschaften weltweit. Um zu nachhaltigen Lösungen und langfristiger Pandemiehilfe beizutragen, unterstützt die PepsiCo Stiftung europaweit verschiedene Projekte, darunter drei Hilfsorganisationen in Deutschland: die Tafel Deutschland e. V., Arche Frankfurt und ArbeiterKind.de. Darüber hinaus hat sich die PepsiCo Foundation mit dem Roten Kreuz zusammengetan, um den von der Flutkatastrophe in Deutschland im Sommer 2021 betroffenen Menschen zu helfen. PepsiCo investiert 500.000 US-Dollar (ca. 430.000 Euro), um betroffenen Gemeinschaften und Familien Zugang zu Nahrungsmitteln und besseren Bildungschancen zu ermöglichen.

Die PepsiCo Foundation arbeitet bereits seit Jahrzehnten mit lokalen Partnern und Hilfsorganisationen zusammen, um Gemeinschaften zu stärken. Auch in den nächsten zwei Jahren will PepsiCo die Unterstützung dieser Programme im Rhein-Main-Gebiet und Baden-Württemberg aufrechterhalten, um Ernährungssicherheit und bessere Bildungschancen für die Menschen zu ermöglichen, die am dringendsten Unterstützung benötigen. Mit der Tafel Deutschland und der Arche Frankfurt verbindet PepsiCo bereits eine langjährige Beziehung - neu hinzugekommen ist ArbeiterKind.de.

Die **Tafel Deutschland** sammelt Lebensmittel ein und verteilt sie an Gemeinschaften, die Schwierigkeiten beim Zugang zu gesundem, nahrhaftem Essen haben. Durch die COVID-19-Pandemie ist der Bedarf schneller gestiegen als in den Jahren davor, sodass die Tafeln vermehrt Unterstützung bei der Logistik und ihrer Finanzierung brauchen, um weiterhin die Bedürfnisse der betroffenen Gemeinschaften erfüllen zu können. Die PepsiCo Foundation hilft hierbei mit 100.000 US-Dollar (ca. 84.500 Euro) aus. Marco Koppe, Geschäftsführer der Tafel Deutschland, sagt: "Wir freuen uns sehr, dass uns die PepsiCo Foundation wieder finanziell unter die Arme greift. Für die Rettung und Verteilung von besonders großen Lebensmittelmengen bauen wir seit mehreren Jahren unsere Logistik-Infrastruktur aus. Dank der PepsiCo Foundation können wir bei diesem Projekt die nächsten wichtigen Schritte angehen." Mit zusätzlichen Transport- und Lagerkapazitäten können die Tafeln in Zukunft noch mehr Lebensmittel retten - auch Großmengen, die in der Vergangenheit oft nicht angenommen werden konnten, zum Beispiel LKW-weise Tiefkühl-Ware. Mit der Spende können beispielsweise Tiefkühlkapazitäten für knapp 1.000 Paletten Lebensmittel pro Jahr geschaffen werden.

Die **Arche Frankfurt** engagiert sich für Kinder und Jugendliche aus wirtschaftlich unterversorgten Verhältnissen, um ihnen den Zugang zu nahrhaften Mahlzeiten, Bildungsangeboten und Unterstützung für die Eltern zu ermöglichen. Auch bei der Arche wurde ein erhöhter Bedarf an Unterstützung seit Beginn der Corona-Pandemie festgestellt. Daniel Schröder von der Arche Frankfurt schildert: "Die finanzielle Lage hat sich in vielen Familien durch die Pandemie nochmals verschärft. Die Grundversorgung mit Lebensmitteln stellt für einige ein großes Problem dar, auch durch den Wegfall von Schulessen der Kinder. Ohne Präsenzunterricht kamen regelmäßiges Lernen und strukturierte Tagesabläufe zu kurz und wir haben auf Lern- und Nachhilfe in virtueller Form umgestellt: Die Kinder erhalten nun online regelmäßige Unterstützung beim zu bewältigenden Lernstoff." Die Spende der PepsiCo Foundation in Höhe von 140.000 US-Dollar (ca. 118.200 Euro) teilt die Arche Frankfurt auf, um den gesteigerten Lebensmittelbedarf betroffener Familien mit aufzufangen, und um mehr Online-Nachhilfe für die Kinder zu ermöglichen. Es können 776 zusätzliche Lebensmittelpakete an Arche-Familien verteilt werden und zweimal pro Woche 250 Kinder Einzelnachhilfe per Video bekommen.

ArbeiterKind.de ist Deutschlands größte bundesweite, spendenfinanzierte Organisation zur Unterstützung von Studierenden der ersten Generation. Seit 2008 informiert die Organisation kostenfrei Interessierte über Studieneinstieg, Finanzierungsmöglichkeiten, Studienwahl sowie Studienorganisation und erleichtert dadurch jungen Menschen aus Familien ohne akademische Tradition den Zugang zu Hochschulen und Universitäten. ArbeiterKind.de wird von rund 6.000 Ehrenamtlichen an 80 Standorten deutschlandweit getragen und wurde bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Deutschen Engagementpreis. Durch die finanzielle Unterstützung der PepsiCo Foundation in Höhe von 118.800 US-Dollar (ca. 100.300 Euro) möchte ArbeiterKind.de seine bisherigen Aktivitäten in Baden-Württemberg verfestigen und weiter intensivieren, um jungen Menschen aus nichtakademischen Familien einen besseren Zugang zu einem Hochschulstudium zu ermöglichen. Katja Urbatsch, Gründerin und Geschäftsführerin von ArbeiterKind.de, die im Oktober 2018 das Bundesverdienstkreuz am Bande erhielt, sagt dazu: "Wir freuen uns sehr über die finanzielle Unterstützung durch die PepsiCo Foundation. Aus eigener Erfahrung weiß ich sehr gut, wie wichtig ermutigende Angebote für Kinder aus nichtakademischen Familien sind. Der Beitrag von PepsiCo ist daher sehr wichtig für die Verbesserung der Bildungsgerechtigkeit in Baden-Württemberg und darüber hinaus. Herzlichen Dank!"

PepsiCo selbst ermöglicht seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, marginalisierte Gemeinschaften zu unterstützen. So können Angestellte ehrenamtlich bei Lebensmitteltafeln in ihrer Nähe aushelfen oder selbst Lebensmittel spenden. Wer möchte, kann sich außerdem in der Beratung junger Erwachsener engagieren, um ihnen bei ihrem Studium oder auf ihrem beruflichen Weg unter die Arme zu greifen. Kai Klicker-Brunner, Mitglied der Geschäftsleitung, zuständig für Corporate Affairs, sagt: "Wir sind sehr stolz auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und darauf, dass sich so viele von ihnen für andere Menschen einsetzen. Unser Ziel ist es, so vielen Familien, Kindern und Jugendlichen aus wirtschaftlich schwierigen Verhältnissen wie möglich zu helfen, ihre Bildungschancen zu verbessern und ihre Lebensmittelversorgung zu sichern. Deswegen freuen wir uns über jede Zusammenarbeit mit Hilfsorganisationen wie der Tafel Deutschland e. V., der Arche Frankfurt oder ArbeiterKind.de - und planen, diese auch in Zukunft weiter fortzuführen."

Diese neue Hilfskampagne ist Teil eines umfassenden Aktivitätenprogramms der PepsiCo Foundation, um Gemeinschaften in Europa beim Wiederaufbau nach der COVID-19-Pandemie zu unterstützen. Es baut auf den Bemühungen von PepsiCo und der PepsiCo Foundation während des Höhepunkts der Pandemie auf, als sie 7 Millionen US-Dollar (ca. 6,01 Millionen Euro) investiert haben, um sicherzustellen, dass die Gemeinschaften auf

Notfallunterstützung durch mehr als 10 Millionen Mahlzeiten zugreifen konnten. Jetzt, da Deutschland die Folgen der Pandemie hinter sich hat, zielt das neue Programm darauf ab, den Wandel in drei Schlüsselbereichen voranzutreiben: Gemeinschaften ernähren, zukünftige Fähigkeiten entwickeln und wirtschaftliche Chancen fördern. Dies ist die jüngste in einer Reihe von Maßnahmen, die das Unternehmen ergreift, um sein Engagement für PepsiCo Positive zu erfüllen, das darauf abzielt, einen positiven Einfluss auf den Planeten und die Menschen zu haben.

* * *

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, Tropicana und SodaStream gehören, erzielte PepsiCo 2020 einen Nettoumsatz von mehr als 70 Milliarden US-Dollar. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine Vielzahl an genussvollen Lebensmitteln und Getränken, darunter 23 Marken, die jährlich jeweils mehr als 1 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 und www.pepsico.de.

Über die PepsiCo Foundation

Die 1962 gegründete PepsiCo Foundation, der philanthropische Arm von PepsiCo, investiert in die wesentlichen Elemente eines nachhaltigen Ernährungssystems mit dem Ziel, blühende Gemeinschaften zu unterstützen. In Zusammenarbeit mit Non-Profit-Organisationen und Experten auf der ganzen Welt konzentrieren wir uns darauf, Gemeinschaften dabei zu helfen, Zugang zu Ernährungssicherheit, sauberem Wasser und wirtschaftlichen Chancen zu erhalten. Wir streben nach spürbaren Auswirkungen an den Orten, an denen wir leben und arbeiten - indem wir mit Branchenkollegen, lokalen und internationalen Organisationen und unseren Mitarbeitern zusammenarbeiten, um weitreichende Veränderungen in den Themen zu bewirken, die für uns wichtig und von globaler Bedeutung sind. Erfahren Sie mehr unter www.pepsico.com/sustainability/philanthropy.

Warnhinweis

Diese Pressemitteilung enthält Aussagen, die unsere Ansichten über unsere zukünftige Leistung widerspiegeln, die "zukunftsgerichtete Aussagen" im Sinne des Private Securities Litigation Reform Act von 1995 darstellen. Zukunftsgerichtete Aussagen werden durch die Aufnahme von Wörtern wie "Ziel", "antizipieren", "glauben", "antreiben", "schätzen", "erwarten", "beabsichtigen", "können", "planen", "projizieren", "Strategie", "zielen" und "werden" oder ähnliche Aussagen oder Variationen solcher Begriffe und anderer ähnlicher Ausdrücke gekennzeichnet. Zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten von Natur aus Risiken und Unsicherheiten, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse erheblich von den in solchen Aussagen vorhergesagten abweichen, einschließlich der Auswirkungen von COVID-19, der zukünftigen Nachfrage nach PepsiCo-Produkten, Schaden für den Ruf oder das Markenimage von PepsiCo, Probleme oder Bedenken in Bezug auf Produktqualität und -sicherheit, die Fähigkeit von PepsiCo, effektiv zu konkurrieren, Wassermangel, Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft oder im Verkauf an einen Schlüsselkunden, Unterbrechung der Lieferkette von PepsiCo, politische oder soziale Bedingungen auf den Märkten, auf denen die Produkte von PepsiCo hergestellt, vertrieben oder verkauft werden, zukünftige Cybervorfälle und andere Störungen, Klimawandel oder Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels, Auferlegung oder geplante Auferlegung neuer oder erhöhter Steuern für die Produkte von PepsiCo, Auferlegung von Beschränkungen für die Vermarktung oder den Verkauf der Produkte von PepsiCo, Änderungen von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Verwendung oder Entsorgung von Kunststoffen oder anderen Verpackungen von PepsiCo-Produkten und die Nichteinhaltung geltender Gesetze und Vorschriften. Weitere Informationen zu diesen und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse von PepsiCo wesentlich von den hierin dargelegten abweichen, finden Sie in den Unterlagen von PepsiCo bei der Securities and Exchange Commission, einschließlich des jüngsten Jahresberichts auf Formular 10-K und der nachfolgenden Berichte auf den Formularen 10-Q und 8-K. Anleger werden davor gewarnt, sich auf solche zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen, die nur zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung gelten. PepsiCo übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren, sei es aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen.

Pressekontakt:

Adriana Cerami

Leiterin Unternehmenskommunikation D/A/CH
PepsiCo Deutschland GmbH
Hugenottenallee 173
63263 Neu-Isenburg
Telefon: +49 152 546 169 80
E-Mail: adriana.cerami@pepsico.com

Medieninhalte



Kai Klicker-Brunner, Mitglied der Geschäftsleitung, zuständig für Corporate Affairs, sagt: "Wir sind sehr stolz auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und darauf, dass sich so viele von ihnen für andere Menschen einsetzen. Unser Ziel ist es, so vielen Familien, Kindern und Jugendlichen aus wirtschaftlich schwierigen Verhältnissen wie möglich zu helfen, ihre Bildungschancen zu verbessern und ihre Lebensmittelversorgung zu sichern. Deswegen freuen wir uns über jede Zusammenarbeit mit Hilfsorganisationen wie der Tafel Deutschland e. V., der Arche Frankfurt oder ArbeiterKind.de - und planen, diese auch in Zukunft weiter fortzuführen." / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100879829> abgerufen werden.