



## Social Media sorgt für volle Spendentöpfe

*Bei Charity 2.0 summieren sich kleine Summen zu großen Beträgen*

(Mynewsdesk) Facebook, Twitter und Co. sind in aller Munde. Doch neben Flashmobs, Facebook-Parties und absurden Postings sind soziale Netzwerke auch Trendsetter für äußerst sinnvolle Aktivitäten. Schon bei der Hochwasser-Katastrophe im Mai/Juni dieses Jahres haben sich viele freiwillige Helfer in Deutschland über Social Media organisiert. Nun zur Weihnachtszeit sorgen die Klicks und Postings deutscher Internetnutzer für erhöhtes Spendenaufkommen bei karitativen Organisationen.

Mit ihrer gemeinsamen Aktion ? Helden helfen Helden ? machen Lieferheld, ein großer Online-Bestelldienst für Essen, und das Deutsche Kinderhilfswerk vor, wie soziale Netzwerke wertvolle gesellschaftliche Beiträge leisten können. Die Systematik ist ganz einfach: Noch bis zum 16. Dezember können Internet-Nutzer das Spendenvolumen für das Deutsche Kinderhilfswerk erhöhen. Für jeden neuen Facebook Fan spendet Lieferheld 20 Cent; für jedes Facebook Share, jeden Tweet mit dem Aktions-Hashtag #CharEaty 50 Cent, genauso für jeden Google +1. Für jede Empfehlung der Aktion mittels Link spendet Lieferheld sogar 5 ?. Und wer bei so vielen Klicks hungrig wird, der spendet bei seiner Essensbestellung mit dem Code "CHAREATY" automatisch nochmal 1 ?. Auf diese Weise kann eine hübsche Menge zusammen kommen. Holger Hofmann, Bundesgeschäftsführer des Deutschen Kinderhilfswerkes: ?Wir rechnen fest mit einem fünfstelligen Betrag aus der Aktion mit Lieferheld.?

Wofür genau wird das Geld verwendet? Die Spenden aus der Lieferheld-Aktion gehen an den Ernährungsfonds des Deutschen Kinderhilfswerkes. Dieser richtet sich an Kinder, denen gesunde Mahlzeiten fehlen und von denen viele nicht einmal genau wissen, was ?Gesundes Essen? eigentlich ist. Von zu Hause kennen diese Kinder meist nicht einmal die einfachsten gesunden Lebensmittel wie Obst und Gemüse; auch feste Rituale wie das gemeinsame Zubereiten von Lebensmitteln und das gemeinschaftliche Essen sind ihnen fremd. Lieferheld-Chef Niklas Östberg: ?Das Thema ?Gesundes Essen? wird für Lieferheld immer wichtiger. Auch deswegen gibt es uns ein tolles Gefühl, benachteiligten Kindern dabei zu helfen, mit einem Bewusstsein für gutes Essen aufzuwachsen.?

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/zqqp8b>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/vermischtes/social-media-sorgt-fuer-volle-spendentoepefe-63082>

## Pressekontakt

Lieferheld

Herr Bodo v. Braunmühl  
Mohrenstr. 60  
10117 Berlin

[bodo.braunmuehl@deliveryhero.com](mailto:bodo.braunmuehl@deliveryhero.com)

## Firmenkontakt

Lieferheld

Herr Bodo v. Braunmühl  
Mohrenstr. 60  
10117 Berlin

[lieferheld.de](http://lieferheld.de)  
[bodo.braunmuehl@deliveryhero.com](mailto:bodo.braunmuehl@deliveryhero.com)

Über die Bestellplattform [lieferheld.de](http://lieferheld.de) können Kunden online/mobil Essen ordern. Besondere Kennzeichen der Plattform sind ein breites Angebot, TÜV-zertifizierte Qualitätsstandards, Zugriff auf zahlreiche Restaurant-Bewertungen und bargeldlose Zahlungsoptionen. Die Lieferheld GmbH ist eine 100 prozentige Tochter der global agierenden Delivery Hero Holding GmbH, die weltweit rund 650 Mitarbeiter in 14 Ländern beschäftigt, davon ca. 300 in ihrer Berliner Zentrale. Investoren des Unternehmens sind aktuell Kite Ventures, Team Europe, ru-Net, Tengelmann Ventures, Holtzbrinck Ventures, Point Nine Capital, Kreos Capital und Phenomen Venture.