Ressort: Sport

Bayer 04 Leverkusen und LG Electronics, Inc.unter dem Motto Ein Herz für Kinder

Bayer 04 Leverkusen

Köln/Leverkusen, 23.01.2014, 15:26 Uhr

GDN - Bayer 04 Leverkusen und LG Electronics, Inc. (LG) stellen die ersten Wochen des neuen Jahres unter das Motto "Ein Herz für Kinder". Die beiden Partner vereinen ihre Kräfte, um Kindern einen ganz besonderen Tag zu bieten.

Im Zeichen ihrer Corporate Social Responsibility (CSR) werden der Technologiekonzern und der Bundesligaclub am 1. Februar einen Aktionstag für Kinder gestalten, der die Bayer 04-Spieler ebenso wie die Allgemeinheit einbezieht. Außerdem wird Bayer 04 die beiden ersten Rückrundenspiele der Bundesliga in Freiburg und daheim gegen Stuttgart sowie das Viertelfinalspiel im DFB-Pokal gegen den 1. FC Kaiserslautern mit dem Logo der Aktion "Herz für Kinder" auf der Brust bestreiten.

"Wir hatten bereits im vergangenen Sommer angekündigt, dass Bayer 04 als weiteren Beitrag zum 150-jährigen Jubiläum der Bayer AG im Laufe der Spielzeit zwei Charity-Aktivitäten unterstützen will. Nach dem erfolgreichen Auftritt für die Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS) wollen wir mit der Mannschaft jetzt die Kinderhilfs-Organisation werblich unterstützen", sagte Bayer 04-Geschäftsführer Michael Schade.

"Es ist für uns eine Ehre, dass Bayer 04 Leverkusen mit dem Trikot der Herzen aufläuft. Dafür bedanken wir uns im Namen der Kinder, denn Kinder sind unsere Zukunft. Sie brauchen unsere Aufmerksamkeit, Hilfe und Unterstützung. Bayer 04 Leverkusen steht voll und ganz hinter der guten Sache", zeigte sich Martina Krüger, Geschäftsführerin "Ein Herz für Kinder", anlässlich der Präsentation in der BayArena hocherfreut. Auch für Bundesliga-Torschützenkönig Stefan Kießling steht die Förderung der Kinder außer Frage: "Als zweifacher Vater weiß ich natürlich, dass wir alles tun sollten, um unseren Kindern die bestmöglichen Chancen zu geben und sie möglichst auf allen Gebieten optimal zu fördern."

Bayer 04 und LG bieten 14 Kindern, die von "Ein Herz für Kinder" ausgesucht wurden, einen Tag voller großartiger Erlebnisse in der BayArena. Die Teilnehmer werden mit einem speziellen Shuttle-Bus zum Stadion gebracht und bekommen dort einen einmaligen Blick hinter die Kulissen geboten. Zudem werden sie das Spiel gegen den VfB Stuttgart in der LG VIP Lounge erleben und einige Akteure danach sogar persönlich kennen lernen.
Die Spieler beteiligen sich auch darüber hinaus an dem Projekt. So werden sie gemeinsam ein Gemälde gestalten. Anschließend wird das besondere Kunstwerk für den guten Zweck versteigert. Der Erlös wird von LG aufgerundet und kommt direkt "Ein Herz für Kinder" zugute.

Die Allgemeinheit kann sich über soziale Medien ebenfalls in das Projekt einbringen. Die Fans von Bayer 04 Leverkusen und von LG können die Aktion unterstützen, indem sie kurze Geschichten zu ihren schönsten Kindheitserlebnissen einsenden. Die besten Einsendungen werden von einer Jury ausgewählt. Über die Beiträge von fünf Gewinnern wird dann auf den Facebook-Seiten abgestimmt, ehe sie von einem Comiczeichner illustriert und auf den Facebook-Seiten von LG und Bayer 04 Leverkusen publiziert werden. Die Chance, einige der attraktivsten LG-Produkte zu gewinnen, dient als Anreiz zur Teilnahme.

"Wir freuen uns, mit LG nicht nur einen Weltkonzern an unserer Seite zu wissen, sondern auch einen Sponsor, der die Partnerschaft über das Alltagsgeschäft hinaus sozial und nachhaltig mitgestaltet", sagt Schade. "Der Fußball steht im Herzen der Gesellschaft. Für uns ist es deshalb folgerichtig, Organisationen wie ‚Ein Herz für Kinder' aktiv zu unterstützen und so unserer Verantwortung gerecht zu werden, die aus eben dieser zentralen Rolle des Fußballs erwächst."

"Die Übernahme sozialer Verantwortung folgt logisch aus unserem Unternehmensmotto ‚Life's Good'", erläutert Kai Thielen, Head of Corporate Marketing bei LG. "Wir wollen helfen, das Leben für möglichst viele so gut wie möglich zu gestalten. Unsere Partnerschaft mit Bayer 04 Leverkusen gibt uns eine wunderbare Möglichkeit, unsere Verantwortung umzusetzen. Der Fußball genießt enormes Ansehen in unserer Gesellschaft. Mit einer Spitzenmannschaft wie Bayer 04 Leverkusen zusammen zu arbeiten, sorgt dafür, dass unsere Aktionen auf zusätzliche Aufmerksamkeit und Akzeptanz stoßen. Das kommt letztlich vor allem dem guten Zweck, in diesem Fall ‚Ein Herz für Kinder', zugute."

Die erste Charity-Aktion von Bayer 04 mit der DKMS war bereits sehr erfolgreich. Zum Saisonstart spielte Bayer 04 drei Spieltage mit

dem DKMS-Logo auf der Brust und warb im Stadion auf Videobanden für die Deutsche Knochenmarkspenderdatei. Durch den Verkauf einer Trikot-Sonderedition mit einer Stückzahl von 1.000 Jerseys wurden rund 22.000 Euro erlöst und an die DKMS gespendet.

Das Profiteam von Bayer 04 Leverkusen ließ sich komplett typisieren. Dies taten in einer großen Aktion auch gut 400 Fans am Rande des Bundesligaspiels gegen Borussia Mönchengladbach Ende August in der BayArena. Dabei wurde auch ein Stammzellenspender für den siebenjährigen Christopher aus Leverkusen gefunden. Zudem ist Bayer 04-Innenverteidiger Ömer Toprak jetzt als DKMS-Botschafter für die Türkei im Einsatz.

Bericht online:
https://www.germandailynews.com/bericht-28899/bayer-04-leverkusen-und-lg-electronics-incunter-dem-motto-ein-herz-fuer-kinder.html

Redaktion und Veranwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Jaroslaw Kardasch

Haftungsausschluss:
Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich. Jaroslaw Kardasch

Editorial program service of General News Agency:
UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com
Official Federal Reg. No. 7442619