



Pressmeddelande 19 januari 2021

Hemköps insamling ger 3 miljoner till SOS Barnbyar

Hemköp har tillsammans med sina kunder samlat in drygt 3,1 miljoner kronor till SOS Barnbyars arbete för barn i utsatthet under 2020. En julkampanj där bakade pepparkakshus som taggats med #pepparkakshem bidrog till insamlingen och engagerade många, fler än 4 000 hus taggades i sociala kanaler.

– Vi är otroligt glada över det engagemang som samarbetet med SOS Barnbyar ger för både kunder och medarbetare, och självklart för allt gott insamlingen ger, säger **Desiré Cichy**, hållbarhetsansvarig på Hemköp.

I en tid när många väljer att inte besöka restauranger har det skett en generell ökning av pantade burkar och flaskor i Hemköps butiker. Den ökningen har också ökat bidragen till SOS Barnbyar, där pantpengar står för den största delen av insamlingen. Under sommaren dubblade Hemköp de skänkta pantpengarna under en månad, vilket ytterligare ökade årets bidrag.

Det som samlats in skänks till den barnby som Hemköp varit med att bygga upp och till SOS Barnbyars familjestärkande program i Ukraina. Under det här året ska samarbetet utvecklas och förnyas.

– Vi ser nu över hur vi kan förnya samarbetet och fortsätta göra gott med det som samlas in från oss och våra kunder. Vi är stolta över vårt lånsiktiga samarbete med SOS Barnbyar, som i år fyller 14 år, säger Desiré Cichy.

– Pandemin har lett till att utsattheten har ökat bland barnen i Ukraina. Bland annat har den inneburit ökad fattigdom, brist på utbildning och skollunch samt psykisk ohälsa. Tillsammans med Hemköp har vi kunnat stötta barnen med bland annat matpaket och psykologiskt stöd. Det har gjort stor skillnad och vi ser fram emot att utveckla samarbetet med Hemköp under året, säger **Kristoffer Wihed**, Strategic Partnership Manager på SOS Barnbyar.

Hemköps insamlingar har bidragit med cirka 18 miljoner kronor till SOS Barnbyar sedan 2007.

För mer information och bilder kontakta:

Elin Jarl, pressansvarig Hemköp. 08-553 996 80, elin.jarl@hemkop.se

Hemköps uppdrag är att inspirera till hållbar matglädje varje dag. Med fokus på färskvaror och kundmöten som guidar till medvetna val ska kundens förväntningar överträffas, både i butik och digitalt. Hemköp har cirka 200 butiker i Sverige, i Hemköps organisation ingår även Tempo med cirka 140 butiker. Hemköp ingår i Axfood, noterat på Nasdaq Stockholm.