

Danone Nations Cup (DNC) goes digital

Digitaler Fußball-Wettbewerb „Danone Nation Club“ jetzt online/
Bewegung und e-Sports auf einer Plattform/ Unterstützung durch
prominente Botschafter*innen

Frankfurt, 26. Juli 2021. Da auch in diesem Jahr kein physisches Fußballturnier möglich ist, ruft der Danone Nations Cup (DNC) den [Danone Nations Club](#) (DNCLUB) ins Leben, eine digitale Plattform, über die Kinder von 10 bis 15 Jahren weltweit an einem exklusiven Wettbewerb teilnehmen können. Der DNCLUB vereint körperliche und geistige Herausforderungen mit einem e-Sports-Event und wird von den international bekannten Botschafter*innen Ada Hegerberg, Raphael Varane und Prof. Yunus unterstützt. Start des Wettbewerbs ist am 21. Juli, die „Saison“ endet am 30. Oktober. Zu gewinnen gibt es eines von 19 exklusiven Tickets für das DNCLUB Fußballcamp in Paris.



DNCLUB– eine digitale Plattform für Kinder auf der ganzen Welt

Fehlende Wettbewerbe, wenig körperlicher Bewegung und kaum Trainingsmöglichkeiten: die Pandemie stellt seit mehr als einem Jahr Sportvereine und Kinder vor große Herausforderungen. Viele alltägliche Aktivitäten wandern in den digitalen Raum, auch vor dem Sport macht diese Veränderung nicht halt. Da der DNC, das größte Kinderfußballturnier der Welt für Kinder im Alter von 10 bis 12 Jahren, auch dieses Jahr nicht stattfinden kann, will Danone den Kindern auf der ganzen Welt dennoch zur Seite stehen und bietet ihnen mit der DNCLUB Plattform eine digitale Alternative, die trotzdem die Bewegung der Kinder fördert.

Bewegung und e-Sport – alles auf einer Plattform

Der DNCLUB ist ein weltweiter Online-Wettbewerb für Kinder von 10 bis 15 Jahren, der Bewegung und E-Sport miteinander vereint. Die Regeln sind einfach: Aufgerufen durch die Botschafter*innen Ada Hegerberg, Raphael Varane und Prof. Yunus nehmen die Kinder sportliche und geistige Herausforderungen an. Je mehr sie üben, je mehr sie



trainieren, desto mehr „Impact Points“ sammeln sie und erhöhen damit die Chance, ganz oben auf der weltweiten Bestenliste zu stehen. Aber nicht nur das: Auch die Kinder können die Botschafter*innen im Gegenzug mit ihrem besten Moves herausfordern. Zusätzlich haben die Kinder die Möglichkeit, sich in einem e-Sports Event mit acht regionalen Spielrunden (Europa, Nordafrika, Südafrika, Asien, Nordamerika und Südamerika) miteinander zu messen. Um möglichst vielen Kindern die Teilnahme zu ermöglichen, ist die Plattform in acht Sprachen verfügbar (Englisch, Französisch, Spanisch, Deutsch, Italienisch, Portugiesisch, Arabisch und Japanisch). Die „Saison“ startet am 21. Juli und endet am 30. Oktober 2021.

Fußballcamp mit den Botschafter*innen des DNCLUB zu gewinnen

Am Ende der Saison 2021 werden die besten elf Spieler*innen von der weltweiten Bestenliste und die acht e-Sport Finalist*innen zu einem außergewöhnlichen Fußballcamp mit den DNCLUB-Botschafter*innen eingeladen. Sie werden von Profis und professionellen Trainer*innen gecoacht und es gibt viele weitere Überraschungen. Sofern möglich, ist das Fußballcamp für Ende 2021 geplant.

Fußballspielen und gleichzeitig Gutes tun

Der DNCLUB ist aber noch mehr. Der Club bringt Kinder dazu Fußball zu spielen, um etwas zu bewirken – ganz nach dem Motto „PLAY FOOTBALL, CHANGE THE GAME“. Danone ermutigt alle Teilnehmer*innen nach den Zielen der Vereinten Nationen zu leben und zu handeln, um gemeinsam und mit den Partnern wie Yunus Sports Hub, Watering Minds oder Kipsta einen Beitrag für eine nachhaltigere Zukunft zu leisten. Alle Teilnehmer*innen können zudem ihre gewonnenen „Impact Points“ einer der ausgewählten gemeinnützigen Organisationen spenden und somit in eine finanzielle Unterstützung durch Danone umwandeln.

Play Football, Change the Game – der DNC

Der DNC ist das größte Fußballturnier der Welt für Kinder im Alter von 10 bis 12 Jahren, das seit seiner Gründung im Jahr 2000 viele junge Fußballtalente aus aller Welt auszeichnet. Doch die Vision des DNC geht über die eines globalen Wettbewerbs hinaus: der Cup ist ein einzigartiges Erlebnis bei dem aus Spieler*innen junge Weltbürger*innen werden. Der Wettbewerb ermöglicht es Kindern aus aller Welt neue Orte und Kulturen kennenzulernen und Werte wie Respekt, Menschlichkeit, Fairplay und Offenheit zu entdecken. Der DNC setzt sich außerdem für einen besseren Zugang zu Wasser in Schulen ein und möchte gesündere Gewohnheiten, Inklusion und nachhaltiges Verhalten fördern. Beim gemeinsamen Spiel soll so durch Fußball sozialer Wandel unterstützt werden – mit einer klaren Botschaft: Play Football, Change the Game. Leider konnte der DNC aufgrund der Corona-Pandemie in den letzten beiden Jahren nicht stattfinden.

Für weitere Informationen

Unternehmenskommunikation
Tiina Decker, Tel. +49 / (0)172-5121680
Victoria Heuschen, Tel. +49 / (0)172-7302607
E-Mail: pressestelle@danone.com

Über Danone

Danone ist ein führendes multilokales Lebensmittel- und Getränkeunternehmen, das auf gesundheitsorientierte und schnell wachsende Kategorien in den drei Geschäftsbereichen Essential Dairy



& Plant Based Products, Waters und Specialized Nutrition fußt. Im Einklang mit der Unternehmensvision ‚One Planet. One Health‘, die die Untrennbarkeit der Gesundheit der Menschen und des Planeten beschreibt, strebt Danone danach, Verbraucher zu gesünderen und nachhaltigeren Ess- und Trinkgewohnheiten zu inspirieren. Um diese „Food Revolution“ voranzutreiben und nachhaltige sowie profitable Werte zu schaffen, definierte Danone neun Ziele, die bis 2030 erreicht werden sollen. In diesem Zusammenhang hat Danone 2020 als erstes börsennotiertes Unternehmen den französischen "Entreprise à Mission" Status angenommen hat, der sich am Status der "Public-benefit corporations" in den USA orientiert. Mit dem Bestreben, durch gesunde Ernährung die Lebensqualität so vieler Menschen wie möglich zu verbessern, und den entsprechenden sozialen, gesellschaftlichen und umweltpolitischen Zielen, die in der Satzung von Danone festgelegt sind, verpflichtet sich das Unternehmen zu einer effizienten, verantwortungsvollen und integrativen Arbeitsweise im Einklang mit den Zielen der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Bis 2025 will Danone eines der ersten multinationalen Unternehmen werden, das die Zertifizierung B Corp™ erhält.

Mit über 100.000 Mitarbeitern und Produkten, die in mehr als 120 Märkten verkauft werden, erwirtschaftete Danone im Jahr 2020 einen Umsatz von 23,6 Milliarden Euro. Danone's Portfolio enthält sowohl internationale Marken (u.a. Actimel, Activia, Alpro, Aptamil, Danette, Danio, Danonino, evian, Nutricia, Nutrilon, Volvic) als auch lokale Marken (wie AQUA, Blédina, Bonafont, Cow & Gate, Horizon Organic, Mizone, Oikos, Prostokvashino, Silk, Vega). Über ein ADR-Programm (American Depositary Receipt) ist Danone an der Euronext Paris gelistet und dadurch Bestandteil führender Nachhaltigkeitsindizes, darunter die von Vigeo Eiris und Sustainalytics verwalteten Indizes, sowie des Ethibel Sustainability Index, der MSCI ESG-Indizes, der FTSE4Good Index Series, des Bloomberg Gender Equality Index und des Access to Nutrition Index.