



Presseinfo

München, 02.09.2013

KING OF THE LIBRARY: BURGER KING® BEWEIST SOZIALE VERANTWORTUNG

BURGER KING McLAMORESM Foundation kooperiert mit Room to Read

Vom 2. September bis 31. Oktober 2013 bietet BURGER KING® seinen Gästen die Möglichkeit, sich gemeinsam mit der BURGER KING McLAMORESM Foundation und der Aktion Room to Read für eine bessere Bildung von Kindern in Entwicklungsländern einzusetzen: Mit einer Spende von mindestens einem Euro zur Aktion „KING of the Library“ werden Gelder für die Eröffnung von Bibliotheken in Afrika und Asien sowie für die Entwicklung von Kinderbüchern in lokaler Sprache gesammelt. Als Dankeschön für die Spende erhalten die Gäste in allen teilnehmenden Restaurants eine Infobroschüre mit einem Gutschein für eine kleine Portion Pommes Frites und eine KING Sundae Eiswaffel oder einen Kaffee. Mit der EMEA-weiten Aktion (Europe, Middle East & Africa) setzt sich die BURGER KING McLAMORESM Foundation dafür ein, Jungen und Mädchen den Zugang zur Bildung zu ermöglichen und kämpft somit für die Alphabetisierung in den Entwicklungsländern.

„Die BURGER KING MCLAMORESM Foundation (ehemals HAVE IT YOUR WAY FOUNDATION®) hat es sich zum Ziel gesetzt, die Bildung und Ausbildung weltweit zu fördern. So unterstützt die Stiftung karitative Einrichtungen und Aktivitäten im gesamten Unternehmen und nutzt die Kraft der Marke BURGER KING®, um weltweit Spenden zu sammeln und zu verteilen. Wir sind stolz darauf, gemeinsam mit Room to Read diesen Weg weiterzuverfolgen und soziale Verantwortung zu beweisen“, so José Cil, President BURGER KING® EMEA.

„KING of the Library“: Nicht nur Geschmack, sondern auch Bildung ist KING

Gemeinsam mit Room to Read, einer internationalen Nichtregierungsorganisation, die vor allem in Entwicklungsländern die Bildung und Ausbildung der Lese- und Schreibfähigkeiten fördert, hat die BURGER KING McLAMORESM Foundation die Kampagne „KING of the Library“ ins Leben gerufen. Durch die gesammelten Spenden wird die Eröffnung von Bibliotheken in Afrika und

Asien sowie die Entwicklung von Kinderbüchern in lokaler Sprache unterstützt. Im Fokus der Organisation Room to Read steht dabei vor allem der Gedanke, dass durch die gleichberechtigte Aus- und Weiterbildung von Jungen und Mädchen die Welt positiv beeinflusst werden kann.

Bereits 2012 konnte durch die Zusammenarbeit mit Room to Read über 10.000 Kindern geholfen werden, indem Bibliotheken in Schulen in verschiedenen Regionen Afrikas eingerichtet und ein lokales Buch mit dem Titel „Inkhosi yaseMkolokolo“ (Der König von Marokko) von einer Autorin vor Ort verfasst und veröffentlicht wurden. 2013 wird diese erfolgreiche Initiative fortgesetzt: Gemeinsam mit der BURGER KING McLAMORESM Foundation werden zehn weitere Bibliotheken in afrikanischen Schulen eröffnet.

Spenden für einen guten Zweck

Erstmals in der Geschichte von BURGER KING® EMEA ruft das Unternehmen gemeinsam mit den Franchisenehmern in über 1.000 BURGER KING® Restaurants in ganz EMEA sowie über die Unternehmens-Website und Facebook zu einer einzigartigen Spendenaktion auf, um die Lese- und Schreibfähigkeiten der Kinder auch weiterhin fördern zu können. Bei der EMEA-weiten Aktion erhalten die Gäste als kleines Dankeschön für ihre Spende von mindestens einem Euro ein Infoblatt zur Aktion mit einem integrierten Gutschein für eine kleine Portion KING Pommes und eine KING Sundae Eiswaffel oder einen Kaffee, der bis 30. November 2013 in allen teilnehmenden BURGER KING® Restaurants einlösbar ist. Der Reinerlös der Spenden geht dabei direkt an Room to Read, um Kindern in Entwicklungsländern den Zugang zur Bildung zu ermöglichen und die gemeinsamen Projekte zu finanzieren. Nähere Informationen zur Aktion sowie zu den teilnehmenden Restaurants gibt es unter <http://www.burgerking.de/roomtoread>.

„Wir möchten alle unsere Gäste aufrufen, sich gemeinsam mit der Marke BURGER KING® für eine bessere Bildung in den Entwicklungsländern einzusetzen. Mit der Kampagne ‚KING of the Library‘ setzen wir ein Zeichen für die Bildung und Ausbildung von Lese- und Schreibfähigkeiten für Jungen und Mädchen in Afrika und Asien und hoffen auf eine rege Teilnahme unserer Gäste“, erklärt Axel Schwan, Vice President, Marketing & Communications, BURGER KING® EMEA.

Weltweit zu Hause für gemeinnützige Tätigkeiten

Bereits seit 2005 ist die BURGER KING McLAMORESM Foundation weltweit aktiv und repräsentiert die soziale und unternehmerische Verantwortung von BURGER KING®. Die Stiftung hat es sich zum Ziel gesetzt, bestehendes soziales Engagement im Unternehmen zu fördern und zu unterstützen. Dabei liegt der stärkste Fokus auf der Förderung von Bildung und Ausbildung

weltweit. So ist der BURGER KINGSM Family Fund, der ebenfalls zur Stiftung gehört, in 25 Ländern aktiv und arbeitet hier mit lokalen Organisationen zusammen, um die Ausbildung weltweit weiter zu stärken und voranzutreiben. Auch auf regionaler Ebene wird diese unternehmerische und soziale Verantwortung gelebt und kommt spezifischen Märkten zugute: So wurden im Mai 2012 beispielsweise insgesamt 160.000 Euro für die Katastrophenhilfe des DRK gespendet, durch die das Deutsche Rote Kreuz innerhalb von 72 Stunden ein mobiles Krankenhaus in Katastrophengebiete transportieren kann. Die Spende stammt aus einer Spendenaktion im gesamten BURGER KING[®] System sowie aus einer firmeninternen Auktion, an der sich Franchisenehmer aus ganz Europa beteiligten.

Diesen weltweiten Zusammenhalt innerhalb des Unternehmens möchte BURGER KING[®] auch weiterhin nutzen, um gemeinnützige Aktivitäten und Organisationen, wie zum Beispiel Room to Read, zu fördern. Ziel ist es, langfristig das Leben der Menschen weltweit positiv zu beeinflussen. Nähere Informationen zur BURGER KING McLAMORESM Foundation oder zu Room to Read finden Sie unter <http://www.bkmclamorefoundation.org/Home> oder <http://www.roomtoread.org>.

ÜBER BURGER KING WORLDWIDE, INC.

1954 gegründet ist BURGER KING[®] (NYSE: BKW) die zweitgrößte Fast Food Hamburger Kette der Welt. Das BURGER KING[®] System, the original HOME OF THE WHOPPER[®], betreibt mehr als 13.000 Restaurants und bedient täglich über 11 Millionen Gäste in 88 Ländern weltweit. Circa 97 Prozent der BURGER KING[®] Restaurants werden von unabhängigen Franchisenehmern geführt, viele Restaurants sind im Besitz von Familien, die seit Jahrzehnten im Geschäft sind.

In Deutschland ist das Unternehmen seit 1976 mit inzwischen fast 700 BURGER KING[®] Restaurants vertreten.

Weitere Informationen über Burger King Worldwide finden Sie unter www.bk.com oder www.burgerking.de. Besuchen Sie uns auch auf unserer Facebook Fanpage unter www.facebook.com/BurgerKing.Deutschland.

ÜBER ROOM TO READ

Room to Read ist eine weltweite Organisation, die es sich zum Ziel gesetzt hat, das Leben von Millionen von Kindern in Entwicklungsländern positiv zu verändern, indem Ausbildung und die Gleichberechtigung in der Bildung im Fokus stehen. In enger Zusammenarbeit mit lokalen Gemeinden, Partner-Organisationen sowie der Regierung entwickelt Room to Read Alphabetisierungs- und Leseprogramme für Grundschüler und unterstützt insbesondere Mädchen darin, weiterführende Schulen erfolgreich abzuschließen. Seit 2000 konnte Room to Read so das Leben von mehr als 7 Millionen Kindern in Asien und Afrika positiv beeinflussen und bis 2015 sollen es 10 Millionen Kinder sein. Mehr erfahren Sie unter www.roomtoread.org

Abdruck honorarfrei
Belegexemplar erbeten

BURGER KING® PRESSEBÜRO

Emanate: Gina Elsholz, Susanne Rampitsch

TELEFON: 089 / 12 44 50

MAIL: burgerking@emanatepr.com