

Alexandra Kamp bedankt sich für das Engagement der Tupperware BeraterInnen in Gablingen-Ost

Januar 2011 –Tupperware Deutschland unterstützt jährlich ein karitatives Projekt, das Kindern in Deutschland eine faire und sorgenfreie Zukunft bieten soll. Unter dem Motto „Hand in Hand für starke Kinder“ kam der gesamte Erlös aller im Mai 2010 verkauften Aktionsbehälter direkt oder indirekt den Projekten des gemeinnützigen Vereins Power-Child e.V. zugute. Insgesamt wurden bei der Aktion 275.000 Euro gespendet.

Viele Prominente aus Medien, Sport und Wirtschaft machen sich für den Verein Power-Child e.V. stark. Eine von Ihnen ist die deutsche Schauspielerin Alexandra Kamp. Als Dankeschön für das Engagement der Tupperware-Beraterinnen und –Berater besuchte sie am 17. Januar 2011 die Tupperware-Bezirkshandlung Beyer in Gablingen-Ost.



Hinten li. Barbara Hochkogler, Geschäftsführerin Power-Child e.V., hinten re. Dietmar Beyer, Bezirkshändler; Reihe unten von li. nach re. Kerstin Mayr-Strotmann, Power-Child e.V., Sabine Beyer, Bezirkshändlerin, Alexandra Kamp, Catrin Knussmann und Sahra Hayat, Tupperware Deutschland GmbH

Barbara Hochkogler, die Geschäftsführerin von Power-Child e.V., überraschte die rund 150 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen nicht nur mit dem kleinen Drachen „Feurio“, der Dank der Unterstützung von Tupperware in Zukunft eine wichtige Rolle im neuen Kindergarten-Theaterstück spielt, sondern auch mit dem Besuch der beliebten Schauspielerin Alexandra Kamp. Sie bedankte sich herzlich bei den erfolgreichen Beraterinnen und Beratern für die

Unterstützung beim Verkauf, nahm sich viel Zeit die ihr gestellten Fragen zu beantworten, gab jede Menge Autogramme und verzückte alle Anwesenden mit einer spontanen Showeinlage mit Ihrem "Figur-Express-Training".

„Auch in diesem Jahr bieten die Tupperware-Beraterinnen und –Berater den Aktionsbehälter zu Gunsten von Power-Child an. Der Besuch von Alexandra Kamp hat noch einmal einen kräftigen Motivationsschub gegeben, sich auch dieses Mal für den Schutz von Kindern und Jugendlichen mit den Projekten von Power-Child ins Zeug zu legen“, so Maik Scheifele, Direktor Communication & Public Affairs von Tupperware Deutschland.