

Olympische Winterspiele 2018

Netto Marken-Discount unterstützt deutsche Athleten als Partner für bewusste Ernährung

Maxhütte-Haidhof, im Februar 2018 – Netto Marken-Discount weiß, wie eng sportliche Erfolge und bewusste Ernährung miteinander verbunden sind. Als Partner für bewusste Ernährung des Olympia Team Deutschland bietet der Lebensmittelhändler während der Winterspiele in Südkorea seinen Kunden mehrere Angebote und Aktionen für das Thema bewusste Ernährung. Wer essen will wie Sieger, erkennt Produkte für eine ausgewogene Ernährung im Netto-Regal am Partnerlogo des Olympia Team Deutschland. Wenn es in Pyeongchang Medaillen für deutsche Olympioniken regnet, können auch Netto-Kunden zusätzlich profitieren: In zwei Aktionszeiträumen belohnt Netto alle Inhaber der DeutschlandCard bei Spitzenleistungen der deutschen Biathleten und Bobfahrer mit Zusatzpunkten in bis zu 10-facher Höhe.

Zu den Olympischen Spielen in Pyeongchang holt Netto das Winterspiel-Fieber nach Deutschland. Neben aufmerksamkeitsstarken Motiven in den bundesweit rund 4.170 Filialen finden Netto-Kunden in Print- und Onlinemedien des Lebensmittelhändlers zahlreiche Infos rund um die Olympischen Spiele und die deutschen Sportler, unter anderem einen praktischen Olympiaplaner in der aktuellen Ausgabe des Netto-Kundenmagazins Gold. Wen all dies inspiriert, sich selbst ausgewogener zu ernähren, der sollte ab sofort auf das Partnerlogo auf ausgewählten Netto-Produkten für eine besonders bewusste Ernährung achten. So erkennen Kunden beim Einkauf bei Netto auf den ersten Blick, welche Produkte besonders reich an Vitaminen und Ballaststoffen sind und sich besonders gut für eine ausgewogene Ernährung eignen. Passend dazu bietet Netto auf www.netto-online.de/teamdeutschland und auf dem Netto-Blog leckere Rezeptideen und hilfreiche Tipps für eine bewusste Ernährung.



Genau wie unsere Athleten in Südkorea können alle Netto-Kunden auch hierzulande in den nächsten Wochen Punkte sammeln: Dank der bisherigen Spitzenleistungen der deutschen

Pressemitteilung

Biathleten belohnt Netto alle Besitzer einer DeutschlandCard vom 19. bis 24. Februar einmalig mit zehnfachen DeutschlandCard Punkten beim Kauf von Molkereiprodukten. Vom 26. Februar bis 3. März belohnt der Lebensmittelhändler außerdem die olympischen Leistungen der deutschen Bobfahrer beim Kauf von Obst- und Gemüseartikeln aus dem Netto-Sortiment ebenfalls einmalig mit zehnfachen DeutschlandCard Punkten für eine Goldmedaille, siebenfach für Silber und fünffach für Bronze. Und selbst ohne Podesterfolg des Bobteams punkten DeutschlandCard Nutzer in diesem Zeitraum immer noch dreifach auf ihren Obst- und Gemüseinkauf bei Netto.*

„Wir sind stolz, das Olympia Team Deutschland als offizieller Partner für bewusste Ernährung zu unterstützen und dadurch möglichst viele Kunden für das wichtige Thema Ausgewogenheit in der Ernährung zu sensibilisieren“, so Stefanie Adler, Unternehmenskommunikation Netto Marken-Discount.

Als Partner für bewusste Ernährung des Olympia Team Deutschland war Netto Marken-Discount bereits im Januar auch im Rahmen der offiziellen Team-Einkleidung in München vor Ort. Am Netto-Stand im Alten Postpalast München wartete neben ausgewählten Netto-Eigenmarkenprodukten für eine bewusste Ernährung auch ein Skisprungsimulator auf alle Athleten und Gäste.

*Bei mehrfachen Medaillenerfolgen zählt einmalig die höchste Platzierung der Woche.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.170 Filialen, rund 74.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 12,7 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit 5.200 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Unternehmenskommunikation
Stefanie Adler / Maren Scheelke
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de