



---

## **Gemeinsam stark nach Tokio mit Netto Marken-Discount und Olympia Team Deutschland Rudern, Kugelstoßen, Skateboard & Co: Netto unterstützt Athleten aus dem Olympia Team Deutschland**

- **Sportlich: Netto unterstützt Sportler des Olympia Team Deutschland und ausgewählte Verbände**
- **Engagiert: Netto-Eigenmarkenprodukte mit Team Deutschland Logo für bewusste Ernährung**

**Maxhütte-Haidhof, im Januar 2020 – Als Partner vom Olympia Team Deutschland unterstützt Netto Marken-Discount Athleten und Sportverbände mit einer besonderen Aktion auf ihrem Weg zu den Olympischen Spielen in Tokio. Mit sportlichen Höchstleistungen qualifizieren sich die Sportler für ihre Teilnahme – aber anders als bei Profifußballern ist ihre finanzielle Förderung häufig nicht komplett abgesichert. Und so stellt die Vorbereitung auf die Großveranstaltung für viele Athleten eine große finanzielle Herausforderung dar. Damit sie sich trotz finanzieller Alltags Herausforderungen bestmöglich vorbereiten können, hilft Netto ihnen zusammen mit seinen Kunden bei der Finanzierung konkreter Projekte.**

Die Partnerschaft mit dem Olympia Team Deutschland bewirbt Netto mit der Kampagne „Mehr Netto für Team Deutschland“. Die Kampagne, die aktuell mit einem Onlinevideo startet, wird von verschiedenen Marketingmaßnahmen online und offline mit Fotos, Handzetteln, Plakaten und Aufstellern begleitet. Sportbegeisterte Verbraucher und Netto-Kunden sollen verstärkt auf die Partnerschaft und die Produkte mit dem Team Deutschland Logo aufmerksam gemacht werden.

Gemeinsam stark nach Tokio: Als Partner vom Olympia Team Deutschland ermöglicht Netto dem Ruder-Weltmeister Oliver Zeidler die Teilnahme an Probewettkämpfen und Trainingslagern. Der Kugelstoßerin Christina Schwanitz, Bronze-Gewinnerin bei der Leichtathletik-WM 2019 in Doha, finanziert Netto gemeinsam mit seinen Kunden die Kinderbetreuung für ihre Zwillinge während der Vorbereitung auf die Olympischen Spiele. Zudem werden die Flugkosten für den Vater der 12-jährigen Skaterin Lilly Stoephasius durch das Netto-Engagement übernommen. Bei Qualifikation wäre Lilly Stoephasius eine der jüngsten Olympia-Teilnehmerin in der Geschichte der Spiele. Darüber hinaus fördert Netto im Zuge der Aktion mit dem Olympia Team



Deutschland den Bundesverband Deutscher Gewichtheber (BVDG) sowie den Bund Deutscher Radfahrer (BDR) bei der Anschaffung von speziellem Trainingsequipment.

**„Die Vorbereitung auf ein Sportevent wie Olympia bedeutet für uns Sportler nicht nur einen hohen Zeiteinsatz für das Training, sondern auch hohe Kosten für Trainingsmaterial sowie für Reisen zu Wettkämpfen und Trainingslagern. Darum ist es hilfreich, dass Netto uns zusammen mit seinen Kunden auf unserem Weg begleitet“**, sagt Ruder-Weltmeister Oliver Zeidler.

**„Wir freuen uns, dass wir die Athleten gemeinsam mit unseren Kunden auf ihrem Weg zu dem Sportevent des Jahres unterstützen können. Mit der Partnerschaft des Olympia Team Deutschland möchten wir gleichzeitig Verbraucher zu mehr Sport und einer bewussten Ernährung motivieren“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Sport und eine bewusste Ernährung sind eng miteinander verbunden: Daher finden Netto-Kunden insgesamt 150 Netto-Eigenmarkenprodukte – gekennzeichnet mit dem Partnerlogo des Olympia Team Deutschland – bundesweit in allen Filialen von Netto Marken-Discount. Mit einem Teil des Verkaufserlöses werden die Athleten vom Team Deutschland unterstützt.

Netto Marken-Discount bringt auch ein Stück Olympia Team Deutschland in seine bundesweit über 4.260 Filialen: Neben den gekennzeichneten Netto-Eigenmarkenprodukten mit dem Team Deutschland Logo finden Kunden in den Netto-Filialen vor den Olympischen Spielen aufmerksamkeitsstarke Motive mit den Athleten sowie zahlreiche Angebote und Aktionen. In den Print- und Onlinemedien des Lebensmittelhändlers wird es viele Informationen rund um die deutschen Sportler geben.

Netto Marken-Discount ist bereits seit 2016 Partner des Olympia Team Deutschland.

### **Netto Marken-Discount im Profil:**

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 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



## Pressemitteilung

---

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. Mit über 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  
Christina Stylianou  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)