
Staffelstart!

Im Netto-Regal: Deals aus „Die Höhle der Löwen“

Maxhütte-Haidhof im März 2020: Die perfekten Deals: Am 10. März startet die siebte Staffel der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ (DHDL) auf VOX. Ab der kommenden Woche werden Netto-Kunden wieder viele Innovationen, die in der beliebten Gründer-Show einen „Deal“ bekommen haben, in den bundesweit rund 4.260 Filialen* als auch im Netto Onlineshop finden. Spannend: Erst mit der TV-Ausstrahlung erfahren die Kunden, welche DHDL-Produkte es ins Netto-Regal schaffen.

Finanzielle Starthilfe für mutige Ideen

Kreative Erfinder und finanzstarke Investoren stehen sich in der TV-Show gegenüber. Das Ziel der Gründer: Die „Löwen“ von ihrem Produkt oder ihrer Dienstleistung überzeugen und die ausschlaggebende Finanzspritze für die Umsetzung ihrer innovativen Geschäftsidee zu bekommen. Ab März sind die interessanten Deals direkt im Anschluss an die Ausstrahlung im Netto Onlineshop und ab dem Folgetag in den 4.260 Netto-Filialen* erhältlich.

Große Chance für junge Unternehmen

Durch die Zusammenarbeit mit Netto profitieren die Gründer mit dem Verkauf ihrer Produkte im flächendeckenden Filialnetz und im Onlineshop und können somit 21 Millionen Verbraucher von ihren Produkten überzeugen.

„Mit Netto als Partner haben die Gründerinnen und Gründer die Chance, ihre Innovationen bundesweit und reichweitenstark zu vermarkten“, so Investor Ralf Dümmel.

Löwenstarkes Non-Food-Sortiment bei Netto

Mit rund 5.000 Artikeln verfügt Netto über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Neben Nahrungsmitteln verkauft das Handelsunternehmen in seinen Filialen und im Onlineshop www.netto-online.de eine große Auswahl an Non-Food-Artikeln bekannter Marken und Eigenmarken. Zudem bietet Netto seinen Kunden jede Woche zahlreiche Aktionsartikel im Food- und Nonfood-Segment an, die jeweils von montags bis samstags bzw. donnerstags bis samstags gültig sind.

*ausgenommen sind Netto City-Filialen

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 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
www.netto-online.de