

Arena frei: Netto Marken-Discount lässt die Löwen-Deals los!

SUMMERSAVER Anti-Wundreib-Stick jetzt im Netto-Regal

Maxhütte-Haidhof, im Mai 2021. Der perfekte Deal: In der Gründershow „Die Höhle der Löwen“ (DHDL) auf VOX konnte Denise Hahn Investor Ralf Dümmel in der TV-Ausstrahlung am Montag von ihrer Innovation überzeugen. Der SUMMERSAVER Anti-Wundreib-Stick ist ab sofort im Netto Online-Shop (<https://www.netto-online.de/summersaver-anti-wundreib-stick-25g-versch-ausfuehrungen/p-2213449000>) sowie in vielen der 4.260 Netto-Filialen* bundesweit erhältlich.

Balsam für die Haut

Der SUMMERSAVER Anti-Wundreib-Stick schützt empfindliche Körperstellen vor Wundreiben. Besonders in der Hitze oder beim Sport kann das an den Oberschenkeln, Füßen oder am BH sehr unangenehm werden. Der SUMMERSAVER schützt effektiv vor Wundreibungen und Scheuerstellen! Die speziell entwickelte Balsamtextur aus pflegendem Mandel- und Kokosöl lässt sich ganz einfach vorsorglich an den betroffenen Stellen auftragen und passt im edlen Design in jede Tasche. SUMMERSAVER ist dermatologisch getestet, vegan und frei von Aluminium und PEG. Den Stick in den Duftrichtungen Pfirsich (Roségold) und Bergamotte-Minze (Schwarz) gibt es zum Angebotspreis von **16,99 Euro** (UVP 19,99 Euro) bei Netto**.



© DS Produkte GmbH

- SUMMERSAVER schützt die Haut vor Wundreibungen und Scheuerstellen
- Ideal für die Anwendung an den Oberschenkeln, Füßen, BH-Kontur und vielem mehr
- Dermatologisch getestet, vegan, ohne Aluminium und PEG-frei
- Zwei Varianten: Schwarz mit dezentem Bergamotte-Minze-Duft, Roségold mit zartem Pfirsich-Duft
- Inhalt: 25g

Erfindergeist wird belohnt

Das Konzept der TV-Show: Kreative Köpfe versuchen mit Ideenreichtum und einer großen Portion Mut, die Investorinnen und Investoren von ihrer Produkterfindung oder Dienstleistung zu überzeugen. Ziel ist die heißbegehrte Finanzspritze und das Know-how, die den jungen Unternehmen und ihren innovativen Geschäftsideen das Durchstarten ermöglichen. Direkt im Anschluss an die Sendungen sind die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel exklusiv bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag in den bundesweit 4.260 Netto-Filialen* erhältlich.

Einmalige Gelegenheit für neue Unternehmen

Die Zusammenarbeit mit Netto Marken-Discount bietet den Start-Ups die Chance, ihre Produkte in einem flächendeckenden Netto-Filialnetz und im Online-Shop zu verkaufen und somit mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher zu erreichen. „**Netto Marken-Discount eröffnet unseren Gründerinnen und Gründern die Möglichkeit, ihre Produkte bundesweit und reichweitenstark zu vermarkten. Diese Partnerschaft hat sich in den letzten Jahren als großer Erfolgsfaktor erwiesen**“, so Investor Ralf Dümmel.

Große Produktvielfalt bei Netto Marken-Discount

Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Neben Nahrungsmitteln verkauft das Handelsunternehmen in seinen Filialen und im Online-Shop www.netto-online.de eine große Auswahl an Non-Food-Artikeln bekannter Marken und Eigenmarken. Zudem bietet Netto seinen Kundinnen und 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

**67,96 Euro/100 g

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,6 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-Kundinnen und -Kunden bei jedem Einkauf von dem Multi-partner-Bonusprogramm.

Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Lieferantinnen 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 5.300 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de