

---

## Netto Marken-Discount mit neuem Werbegesicht Nahbar und authentisch: Mit neuem Netto-Testimonial Lisa für mehr Kundennähe

Maxhütte-Haidhof, im März 2022 – Netto Marken-Discount startet mit einer neuen Botschafterin ins Jahr 2022. „Lisa“ ist das neue Netto-Testimonial und damit Teil der 360-Grad-Werbemaßnahmen, sowohl online als auch offline. Lisa verkörpert eine sympathische Familienmutter, die täglich



verschiedenste Alltagssituationen meistert. Daran lässt sie Netto-Kundinnen und Kunden teilhaben. Lisa wird sowohl in TV-Werbespots als auch auf Handzetteln, in Print und online auf Social Media sowie auf der Netto-Website zu sehen sein.

Die neue Botschafterin von Netto „Lisa“ bindet die Netto-Kundinnen und Kunden in ihren Alltag ein und wendet sich mit kleinen Kommentaren und Anmerkungen auch immer wieder direkt an die Zuschauerinnen und Zuschauer. Damit ist Lisa eine konkrete Bezugsperson, die als Vertraute, Freundin oder Alltagsheldin eine direkte Beziehung zu den Zuschauerinnen und Zuschauern aufbaut. Ihr Charakter verstärkt ab jetzt zusätzlich den Wiedererkennungswert der Werbemaßnahmen von Netto und erhöht die Identifikation mit der Marke Netto Marken-Discount. Lisa steht dabei für eine Familienmutter, die den Alltag für ihre Familie organisiert. Sie spricht die Verbraucherinnen und Verbraucher auf emotionaler Ebene an und meldet sich immer dann zu Wort, wenn ein Perspektivwechsel helfen kann, noch näher mit den Kundinnen und Kunden zu interagieren. Dabei informiert sie beispielsweise über Produkte, Nachhaltigkeitsthemen und Aktionen von Netto und teilt ganzjährig Rezepte und Kochtipps mit den Kundinnen und Kunden. Damit wird das Einkaufs- und Markenerlebnis bei Netto noch nahbarer und aufregender.

**„Mit unserem neuen Testimonial Lisa können sich viele Menschen identifizieren. Sie zeigt, dass der Alltag trotz vieler Verpflichtungen Spaß macht – besonders das Einkaufen**

---

**bei uns“**, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Lisa wird schwerpunktmäßig im TV zu sehen sein, aber auch offline auf Handzetteln und in Print. Außerdem wird sie aktiv in die Social-Media-Kommunikation einbezogen und erhält ihre eigene Rubrik auf der Netto-Website [www.netto-online.de/lisaskitchen](http://www.netto-online.de/lisaskitchen).

Verantwortlich für die Kampagne ist die Agentur Jung von Matt Hamburg.

### **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 Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit, 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 Talenten aus den eigenen Reihen.

### Pressekontakt:

Netto Marken-Discount Stiftung & 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)

