
Black-Friday

Online sparen & punkten: Angebotswochen im Netto Online-Shop

- **Pre-Black Week:** Attraktive Deals ab dem 12. November sichern
- **Black Week:** Angebote und 666 Zusatzpunkte mit der DeutschlandCard
- **Black-Friday Deals:** 20 Euro sparen ab 150 Euro Einkaufswert und bis zu 1.111 Zusatzpunkte

Maxhütte-Haidhof, im November 2022 – Von Lebensmitteln über Einrichtung bis hin zu Multimedia-Technik bietet Netto Marken-Discount in seinem Online-Shop attraktive Angebote. Ab dem 12. November 2022 startet die Pre-Black Week im Netto Online-Shop. Kundinnen und Kunden können sich so schon eine Woche vor dem sogenannten Black Friday spannende Angebote sichern und sparen. In der Black Friday Week legt Netto noch einen obendrauf: Neben großartigen Deals können Kundinnen und Kunden zusätzlich mit ihrer DeutschlandCard punkten. Am Black Friday, den 25. November 2022, sparen alle Online-Shopper extra 20 Euro ab 150 Euro Einkaufswert und können bis zu 1.111 Zusatzpunkte mit ihrer DeutschlandCard erhalten. Die vielfältigen Angebote der Netto-Black-Friday-Week sind unter <http://www.netto-online.de/blackweek> zu finden.

Mit den Sammel- und Rabattaktionen während und vor der Black-Friday-Week von Netto kann in vielen Kategorien gespart werden: Lebensmittel, Drogerie, Bücher, Garten, Freizeit, Sportgeräte, Haushalt, Multi-Media, Technik und Mode. Produkte von namhaften Herstellern sowie beliebte Eigenmarken gibt es zu Aktionspreisen. Bereits in der Pre-Black Week, ab dem 12. November 2022 können Kundinnen und Kunden sich ganz einfach im Netto Online-Shop erste Angebote sichern. Vom 19. bis zum 26. November 2022 folgt dann die Black Week bei Netto. Mit dem passenden Gutscheincode gibt es ab einem Mindestbestellwert von 66 Euro 666 Zusatzpunkte und am Black Friday bis zu 1.111 Punkte mit der DeutschlandCard. Am Black Friday selbst profitieren Kundinnen und Kunden zudem ab einem Einkaufswert von 150 Euro von einem 20 Euro-Rabatt. Ob Lebensmittel und Drogerieartikel für den Alltag, das Sportgerät für das Homeworkout oder den Sessel fürs Wohnzimmer – die Netto Black-Week steht für günstige Preise in allen Produktsegmenten.

„Das Preisbewusstsein unserer Kundinnen und Kunden hat sich verstärkt. Daher möchten wir mit der Netto Pre-Black-Week und der Black Week noch mehr günstige und

attraktive Angebote bieten“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Große Produktvielfalt bei Netto Marken-Discount

Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto in seinen Filialen über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft zu günstigen Preisen. Zusätzlich zu den bundesweit über 4.280 Netto-Filialstandorten, bietet der Netto Online-Shop unter www.netto-online.de eine praktische Ergänzung für Kundinnen und Kunden: nicht kühlpflichtige Lebensmittel, Drogerie- und Non-Food-Artikel können schnell und bequem von zu Hause kontaktlos bestellt werden. Der Netto Online-Shop bietet eine Auswahl von über 60.000 Artikeln. Die regelmäßig wechselnden Themenwelten, aktuelle Filialangebote und diverse Online-Services runden das Netto-Einkaufserlebnis im Netz ab.

Sparen bei Netto

Netto Marken-Discount ermöglicht mit seinen wöchentlich wechselnden Aktionsartikeln in den Handzetteln sowie in der Netto-App Preisvorteile für einen günstigen Wocheneinkauf in den Filialen. Zusätzlich bietet das monatliche Netto-Kundenmagazin „Gold“ seinen Leserinnen und Lesern exklusive Netto Spar-Coupons.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 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 5.480 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
www.netto-online.de

