

Neu bei Netto Marken-Discount

Hier kommt die Baywatch Berlin Pizza: Luxus für den Bauch. Luxus für die Ohren. Luxus in Gesellschaft.

Maxhütte-Haidhof, Februar 2023: „Halli Hallo und Ciao a tutti!” Das wären mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit die ersten Worte der nagelneuen Baywatch Berlin Pizza! Nun ist es unwahrscheinlich, dass Pizzen sprechen können – deswegen müssen sie mit anderen Werten überzeugen. Und das macht die Baywatch Berlin Pizza. Sie ist der erste Diamant zum Essen (nur nicht in hart, sondern in knusprig und lecker). Sie holt das Produkt Tiefkühlpizza aus der Schmutzdelecke des Fastfoods und katapultiert es direkt in den Luxus-Orbit. Ihr Argument: großartiger Geschmack! Belegt mit fruchtiger Tomatensauce, saftigem Käse, wahlweise mit Salami und Trüffelöl oder Mozzarella mit Cherrytomaten.

Schon die Verzehrempfehlung macht hier deutlich: diese Pizza ist etwas ganz Besonderes – und nimmt sich selbst nicht zu ernst. Anders als andere Tiefkühlpizzen muss man die Baywatch Berlin Pizza auf Empfehlung der drei namensgebenden Podcaster Klaas Heufer-Umlauf, Thomas Schmitt und Jakob Lundt wie folgt aufbacken: Einfach weiße Handschuhe anziehen, Packung aufreißen, an den letzten Italien-Urlaub denken und den Pizzaofen befeuern, bis die Küche nach Trattoria duftet. Eine Pizza wie ein Urlaub!

Baywatch Berlin ist der Podcast von Entertainer Klaas Heufer-Umlauf. Seit etwas mehr als zwei Jahren versucht er dank seiner Kollegen Thomas Schmitt und Jakob Lundt den Bezug zum echten Leben nicht zu verlieren – indem sich die drei wöchentlich eine Stunde zum Podcasten verabreden. Entstanden ist einer der erfolgreichsten deutschsprachigen Podcasts. Nur logisch, dass es dazu eine ebenso hochwertige Pizza braucht. Bestenfalls sogar zwei Sorten: eine mit Salami und Trüffelöl sowie eine mit Mozzarella und Cherrytomaten. Gesagt, getan! Fertig ist

die neue Baywatch Berlin Pizza; der Luxus für den Backofen. Beide Sorten sind ab Februar bei Netto Marken-Discount erhältlich.

„Endlich gibt es eine Pizza, die man nicht schnell, verschämt vom Kassensband reißt und im Einkaufsbeutel versteckt, damit keiner sieht, dass man sein Leben nicht im Griff hat. Die Baywatch Berlin Pizza kann man voller Stolz auf's Band legen. Sie ist ein Statusobjekt und schon jetzt bei Sammlern weltweit hoch im Kurs.“ sagt Klaas Heufer-Umlauf, während er seine Lieblingspizza mit Salami und Trüffelöl in den Backofen friemelt.

Thomas Schmitt ergänzt: „Die Baywatch Berlin Pizza war schon immer das eine fehlende Puzzleteil. Podcast und Pizza gehören einfach unzertrennlich zusammen. Beides beginnt mit „P“.“

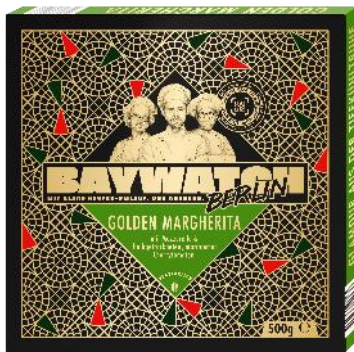
Jakob Lundt's Zitat kann hier nur teilweise wiedergegeben werden. Zum Zeitpunkt des Gesprächs hatte er gerade ein großes Stück der köstlichen Baywatch Berlin Pizza mit herrlichem Mozzarella und Cherrytomaten im Mund. Er sagt: „Djaksldasfnas mhmm lecker mmmizza sehr mut und köstlich momate.“

Luxus heißt auch: die Pizza nicht allein auf der Couch vom Bauch zu mampfen. Luxus heißt Pizza essen mit Stil und in bester Gesellschaft. Einfach den QR-Code auf der Rückseite des Pizzakartons scannen und Klaas, Schmitti und Jakob nehmen die Käufer:innen mit auf eine akustische Luxus-Reise. Die Baywatch Berlin Pizza muss man also nicht allein essen. Ein QR-Code auf der Verpackung führt zu einer Landingpage, auf der unterschiedliche und exklusive Baywatch Berlin Reisebegleitungen abgespielt werden können – denn natürlich schmecken die Pizzen am besten mit Podcast-Begleitung. Mmh, lecker!

Baywatch Berlin Golden Margherita Pizza

Das Nizza der Pizza: Die Baywatch Berlin Golden Margherita Pizza ist ein Produkt aus herrlichsten Zutaten. Die Tomaten kommen direkt aus Klaas Heufer-Umlaufs Anwesen an einem goldenen Strand, der saftige Käse wurde von Jakob Lundt mit einem kleinen Lastwagen, ebenfalls aus Käse, bis nach Berlin transportiert. Schmitti hat den Teig

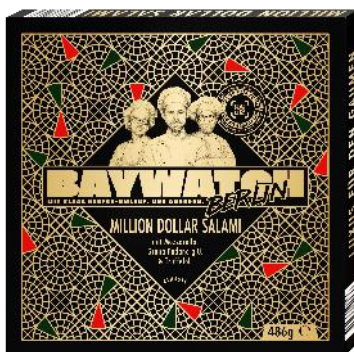
stundenlang zu italienischer Musik in die Luft geworfen, bis er fluffig wurde. Für diese Versprechen stehen die drei Podcaster mit ihren guten Namen.



- Pizza mit schnittfestem Mozzarella, Tomatensauce, marinierten halbtrockneten Cherrytomaten und Mozzarella, tiefgefroren
- Großpizza mit ca. 29,5 cm Durchmesser
- vegetarisch
- Verpackungsinhalt: 500 g
- UVP 4,69 Euro

Baywatch Berlin Million Dollar Salami Pizza

Luxus für den Gaumen: Diese Baywatch Berlin Million Dollar Salami Pizza ist ein Produkt aus herrlichsten Zutaten. Die Salami ist von Klaas Heufer-Umlauf handgepflückt, den Trüffel hat Jakob Lundt selbst erschnüffelt und Schmitti hat extra 14 Leben erspielt, um den Käse selbst zu jagen. Für diese Versprechen stehen die drei Podcaster mit ihren guten Namen.



- Pizza mit Tomatensauce, schnittfestem Mozzarella, Peperonisalami, Mozzarella, Trüffelöl und Grana Padano g.U., tiefgefroren
- Großpizza mit ca. 29,5 cm Durchmesser
- Verpackungsinhalt: 486 g
- UVP 4,69 Euro

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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen 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

