

Neue Deals, neue Innovationen

Lockcard Wallet ab jetzt bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im April 2023: Smarter & sicherer Begleiter im Alltag: Die Gründer Aaron Rau und Jonas Weber konnten „Die Höhle der Löwen“-Investor Ralf Dümmel von ihrer Innovation überzeugen. Das Lockcard Wallet ist ab sofort bundesweit in den 4.280 Netto-Filialen sowie im [Netto Online-Shop](#) erhältlich.

Das Lockcard Wallet ermöglicht es, weniger dabei zu haben, ohne auf etwas zu verzichten. Das Produkt ist ein Portemonnaie und Schlüsselbund zugleich – je nach Modul können Münzen, Scheine, Karten und Schlüssel sicher verstaut werden – und das in kompakter Hosentaschengröße. In die „Wallet+“-Ausführung passen sogar bis zu 15 Kreditkarten, zwei Schlüssel und Bargeld. Das Stauraumwunder überzeugt zusätzlich durch eine hochwertige, plastikfreie Verpackung. Ab sofort gibt es den Deal zum Aktionspreis von **19,99 Euro** (UVP: 27,90 Euro) bei Netto.



- Wichtige Inhalte sicher & an einem Ort verstauen
- Aus hochwertigem, schwarzem Kunststoff
- Als Wallet (inkl. Bargeldfach) oder als Wallet+ (inkl. Bargeldfach, Schlüsselfach & Kartenhalter mit Magnet) erhältlich
- In praktischer, flacher Form für die Hosentasche
- Plastikfreie Verpackung

© DS Produkte GmbH

Innovationsstärke gewinnt

Das Konzept der TV-Gründershow: Mutige Erfinderinnen und Erfinder stellen sich finanzstarken Investorinnen und Investoren, um sie von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Das Ziel: Die finanzielle Starthilfe und die Erfahrung, die den jungen Unternehmen die Umsetzung ihrer Geschäftsidee ermöglicht. Ab Anfang April gibt es die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel direkt nach dem Dealschluss in der Sendung bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag in den bundesweit 4.280 Netto-Filialen*.

Partnerschaft mit jungen Unternehmen

Dank der Zusammenarbeit mit Netto Marken-Discount können die Start-ups von einem flächendeckenden Filialnetz und dem reichweitenstarken Netto Online-Shop profitieren. Gründerinnen und Gründer können somit wöchentlich mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbrauchern von ihren löwenstarken Produkten überzeugen.

„Reichweitenstarke Vermarktung und ein bundesweites Vertriebsnetz: Netto Marken-Discount bietet unseren Gründerinnen und Gründern eine optimale Plattform, um ihre Produktinnovationen auf den Markt zu bringen. Deshalb setzen wir bereits seit mehreren Jahren auf diese erfolgreiche Zusammenarbeit“, 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 Lebensmittelauswahl in der Discountlandschaft zu günstigen Preisen. 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.

*ausgenommen sind Netto City-Filialen

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

