

Aktionswoche bei Netto Marken-Discount

Feinherber Genuss: Henderson Gin erobert die Netto-Regale

Maxhütte-Haidhof, im April 2023: Erfrischende Geschmacksnoten, komplexe Rezeptur und sorgfältige Destillation – der Henderson Gin überzeugt mit elf verschiedenen Botanicals und einer hochwertigen Herstellung. Vom 17. April 2023 bis zum 22. April 2023 gibt es Henderson Gin, entstanden in Zusammenarbeit mit Barkeeper Uwe Christiansen, als Aktionsprodukt in den bundesweit rund 4.280 Filialen von Netto Marken-Discount. Gin-begeisterte Kundinnen und Kunden erhalten in einem Gewinnspiel zudem die Möglichkeit, eine Kostprobe der Spirituose zu gewinnen.



- Hochwertiger London Dry Gin
- Besonders mild im Geschmack
- Grapefruit- und Zitrusnuance
- 5-fach destilliert
- Inhalt: 700 ml
- 9,99 Euro

Einzigartig im Geschmack und in der Herstellung

Für die Herstellung des Premium Gin setzt Henderson auf eine Rezeptur von elf verschiedenen, handverlesenen Botanicals und reinstem Quellwasser. Durch eine sorgfältige Destillation entsteht eine unvergleichliche Spirituose mit einem erfrischenden Aroma und Noten von Grapefruit- und Zitronenschale, sowie Koriandersamen. Mit seinen aufregenden Geschmacksnoten ist der hanseatische Gin der perfekte Begleiter für einen Cocktailabend zuhause.

Die Geschichte hinter dem Gin

Bei der Entwicklung hat der Hamburger Barkeeper und Barbesitzer Uwe Christiansen seine langjährige Erfahrung und Expertise einfließen lassen: **Durch sein leichtes und dennoch komplexes Geschmacksprofil eignet sich der Henderson-Gin perfekt für eine Vielzahl verschiedener Cocktail-Kreationen.** Der Verkauf des Henderson-Gins wird von Netto online wie offline mit Werbemaßnahmen begleitet: Neben Themenaufstellern, Newslettern sowie Plakaten,

wird der Henderson Gin zudem auf Großflächenwerbung platziert. Ergänzend gibt es ein Gewinnspiel auf den Socialkanälen des Lebensmittelhändlers. Der Henderson Gin im Online-Shop: netto-online.de/henderson

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
Unternehmenskommunikation
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail presse@netto-online.de
www.netto-online.de

