
Staffelstart: Neue Deals, neue Innovationen

„Die Höhle der Löwen“-Deals bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im August 2023: Am 28. August startet die vierzehnte Staffel der Gründer-Show „Die Höhle der Löwen“ (DHDL) auf VOX. Ziel der Gründerinnen und Gründer ist es, ein „Deal“ mit den Investorinnen und Investoren, den „Löwen“, abzuschließen. Ab Staffelstart sind bundesweit ausgewählte Produkte, die einen Deal mit Investor Ralf Dümmel ergattern konnten, in den über 4.300 Netto-Filialen sowie im Netto Online-Shop www.netto-online.de erhältlich.

Innovationsstärke gewinnt

In „Die Höhle der Löwen“ stellen sich mutige Erfinderinnen und Erfinder finanzstarken Investorinnen und Investoren und versuchen sie von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Durch eine Beteiligung an den Start-Ups ermöglichen Investorinnen und Investoren finanzielle Starthilfe sowie durch ihre Erfahrung die Umsetzung der Geschäftsideen. Ab Ende August 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 über 4.300 Netto-Filialen*.

Partnerschaft mit jungen Unternehmen

Die Gründerinnen und Gründer profitieren von der Zusammenarbeit mit Netto Marken-Discount. Nach Abschluss des „Deals“ haben die Start-ups die Möglichkeit, mit dem flächendeckenden Filialnetz und dem reichweitenstarken Netto Online-Shop zusammenzuarbeiten. So können wöchentlich mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbrauchern von löwenstarken Produkten überzeugt werden.

„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 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 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 Multi-partner-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 5.600 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

