

---

## Sommer, Sonne, Spekulatius

### Erste Weihnachtsprodukte im Netto-Regal

**Maxhütte-Haidhof, September 2023 – Netto Marken-Discount läutet die Weihnachtsaison ein: Während die Temperaturen draußen nochmal auf bis zu 30-Grad klettern, sind in den Einkaufsregalen schon die ersten weihnachtlichen Produkte zu finden. Advents-Klassiker wie Lebkuchenherzen, Dominosteine, Stollenkonfekt und Spekulatius der Eigenmarke „Santa Claus in town“ sind bereits jetzt in den bundesweit rund 4.300 Netto-Filialen erhältlich – und das zu günstigen Preisen.**

Viele Kundinnen und Kunden freuen sich bereits das ganze Jahr auf den (frühen) Verkaufsstart, andere sind wiederum überrascht, dass bereits zum Spätsommer die ersten Vorboten auf das Fest in den Regalen zu finden sind. In den kommenden Wochen bis zur Adventszeit finden Netto-Kundinnen und -Kunden in den Süßwarenregalen immer mehr (vor)weihnachtliche Eigenmarkenprodukte – auch in Bio-Qualität. Gebäck ist die beliebteste X-Mas-Leckerei in Deutschland, dicht gefolgt von Lebkuchen und Schoko-Weihnachtsmännern.<sup>1</sup> In den kommenden Wochen wird das Saisonsortiment durch Weihnachtsfavoriten wie BioBio-Zimtsterne sowie BioBio-Dinkel Spritzgebäck aus bio-zertifizierten Zutaten ergänzt. So ermöglicht der Lebensmittelhändler Weihnachtsgenuss mit Umweltplus für jedes Portemonnaie. Ende September folgt der erste Schoko-Weihnachtsmann und in den Folgewochen weitere Schoko-Spezialitäten. Warum bereits drei Monate vor dem Fest erste Weihnachts-Klassiker in den Filialen zu finden sind? Zum einen gibt es viele Menschen, die sich die Wartezeit auf das Fest mit einem frühzeitigen Kauf verkürzen möchten. Außerdem hat der frühe Verkauf logistische Gründe und Netto erhöht den Anteil von Weihnachtsartikeln sukzessive in den Regalen – entsprechend der Kundenvorliebe und -nachfrage.

### Weihnachtsstimmung – auch im Drogerie-Regal

Mit bunt bedruckten Küchentüchern und dem Toilettenpapier der Eigenmarke Favors im weihnachtlichen Design stimmt Netto Marken-Discount ab KW 44 Kundinnen und Kunden auch in Küche und Bad auf die Festtage ein. Bonus für die Umwelt: Die beiden Favors-Produkte tragen das FSC®-Siegel des Forest Stewardship Council®, denn bei Papierartikeln und Verpackungen setzt Netto im Eigenmarkensortiment vermehrt auf Recyclingmaterial.

---

<sup>1</sup> [Statista: Beliebtestes Weihnachtsessen in Deutschland](#)

**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 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 5.600 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](mailto:presse@netto-online.de)

[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)

