

„Die Höhle der Löwen“: Neue Deals, neue Innovationen

KitchBo bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im September 2023: Auf die Matte, fertig los! Die KitchBo Silikon-Backmatte mit innovativem Klicksystem revolutioniert Ofenrezepte. Damit konnten die Gründerinnen und Gründer Darko, Karolin und Niki Investor Ralf Dümmel überzeugen. Die KitchBo Silikon-Backmatte ist damit ab sofort bundesweit in den 4.300 Netto-Filialen sowie im [Netto Online-Shop](#) erhältlich.

Das [KitchBo Silikon-Backmatte Starter Set](#) besteht aus acht Teilen. Das Set enthält einen Schwamm, vier Klicksteine, zwei Spieße und die Silikon-Matte. Mithilfe der Klicksteine und Spieße ist die Matte modular erweiterbar und erlaubt eine fettarme Zubereitung von Lebensmitteln auf drei verschiedenen Garebenen: Direkt auf der Matte selbst, auf den Klicksteinen oder auf den Spießen. Durch die Hitzezirkulation der Pyramidenstruktur entsteht ein Heißluft-effekt, das für ein super krosses Ergebnis sorgt. Gleichzeitig ist die Zubereitung besonders fettarm, die Vertiefungen in der Matte nehmen Fett und Flüssigkeiten auf. Ab sofort gibt es den Deal zum Aktionspreis von 19,99 Euro (UVP 39,99 Euro) bei Netto Marken-Discount.



- Hitzebeständig von -40°C bis 200 °C
- 100% geschmacksneutrales Silikon
- Spülmaschinengeeignet
- Wiederverwendbar
- Ohne Backpapier, ohne Einfetten, ohne Wenden
- Maße: ca. 37 x 30 x 1,2cm

© DS Produkte GmbH

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 Dealab-

schluss 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 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
www.netto-online.de

