
Internationaler Hype-Drink im Netto-Regal

Netto Marken-Discount verkauft in KW 52 den Influencer Drink Prime Hydration

Maxhütte-Haidhof, im Dezember 2023 – Drinks und Snacks von Influencern erobern aktuell die Supermärkte im Sturm. Neben DirTea von Shirin wird in KW 52 ein international gehypter Trenddrink im Regal von Netto Marken-Discount stehen. Prime Hydration ist die koffeinfreie Variante des Energydrinks Prime, der von dem Influencer Logan Paul und dem Rapper KSI 2022 auf den Markt gebracht wurde.

Logan Paul und der britische YouTube-Star KSI gehören zu den weltweit beliebtesten Influencern und haben mehrere Millionen Follower rund um den Globus. 2022 lösten sie mit ihrem Energydrink Prime einen riesigen Hype aus. In den USA waren die bunten Dosen innerhalb von Stunden ausverkauft, im Vereinigten Königreich bildeten sich Schlangen vor Supermärkten. Jetzt kommt die Marke auch nach Deutschland, und Netto Marken-Discount verkauft Prime Hydration – die koffeinfreie Variante des Drinks – in KW 52 in bundesweit allen 4.300 Filialen.

„Mit dem Verkauf von Prime Hydration vom 27. bis zum 30. Dezember beweisen wir bei Netto erneut, dass wir aktuelle Verbraucherwünsche zeitnah umsetzen. Es ist uns wichtig, dem Wunsch der Kundinnen und Kunden nach den neusten Lifestyleprodukten und favorisierten Marken nachzukommen“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation

Netto wird Prime Hydration in vier verschiedenen Varianten als Aktionsartikel anbieten. Die Sorten "Tropical Punch", "Ice Pop", "Lemon Lime" und "Blue Raspberry" werden in 500-ml-Flaschen zum Preis von 1,99 € erhältlich sein. In KW 52 startet der Verkauf am 27. Dezember 2023 - solange der Vorrat reicht.

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. 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

