

Sparsam in 2024 starten: Netto entlastet private Haushalte zum Jahresstart mit großer Preiskampagne

Maxhütte-Haidhof, Januar 2024 – Das Thema Sparen steht bei vielen Menschen nach der kostenintensiven Weihnachtszeit ganz oben auf der Liste guter Vorsätze. 51 % der Deutschen nehmen sich vor, im neuen Jahr mehr Geld zu sparen.¹ Und das geht beim Wocheneinkauf in den Filialen von Netto Marken-Discount: Der Lebensmittelhändler startet 2024 mit einer großen Preiskampagne unter dem Motto „4-fach sparen bei Netto“. Zehn Wochen lang können Kundinnen und Kunden dank wöchentlicher Sonderangebote, Coupons in der Netto-App und mit der DeutschlandCard beim Einkauf sparen. Damit gibt Netto erneut Einkaufsvorteile an Kundinnen und Kunden weiter. Ab dem 2. Januar 2024 startet die Kampagne bundesweit in allen 4.300 Netto-Filialen.



4-fach SPAREN bei Netto

Immer discount-günstig
Über 200 Wochenangebote
Zusätzliche App-Coupons
+
Mit Punkten sparen

4-fach sparen nicht vergessen!

Denn mit discount-günstigen Preisen, über 200 Wochenangeboten, App-Coupons und der DeutschlandCard kannst du dir den günstigsten Einkauf sichern.

Netto
Marken-Discount

"Uns ist es wichtig, unsere Kundinnen und Kunden kontinuierlich zu entlasten. Deswegen setzen wir nicht nur auf wiederkehrende Preiskampagnen, sondern haben im vergangenen Jahr dauerhaft über 1.000 Eigenmarken-Produkte im Preis gesenkt“, erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Spar-Mix: Discount-günstige Preise, 200 Wochenangebote, App-Coupons und DeutschlandCard

Von Kalenderwoche eins bis zehn 2024 gibt es alle relevanten Informationen zur Kampagne in der Netto-App. Dort stehen Coupons, Rabatte und Angebote zur Verfügung, die das Einkaufen maximal kostengünstig gestalten. Der 4-fach-Spar-Effekt entsteht dabei durch die Kombination aus dem niedrigen Netto-Preis, einem Sonderrabatt auf das jeweilige Produkt sowie den Einsatz eines App-Coupons und der Deutschland-Card.

Produkt-Highlights mit großem Sparpotenzial

Im Rahmen der Preiskampagne sollen vor allem TV, Radio, Großflächenwerbung und POS-Maßnahmen Aufmerksamkeit auf die großen Sparpotenziale bei Netto richten. Im Fokus steht diesmal eine Auswahl an Highlight-Produkten: Mit dabei sind **BioBio Hafer Barista, Vinetti Hugo und Kornmühle Cerealien**.

Das monatliche Kundenmagazin "Gold" bietet zudem exklusive Netto Spar-Coupons, die während des Aktionszeitraums in den Netto-Filialen oder online im Netto Online-Shop eingelöst werden können. Online wird die Kampagne auf der Website, in der Netto-App sowie auf den Social-Media-Kanälen beworben.

Weitere Informationen zur Preiskampagne 2024 sind auf [Netto-Online.de/Lisas-Sparwelt](https://www.netto-online.de/Lisas-Sparwelt) verfügbar.

Alles in einer Hand – die Netto-App

Die Netto-App bietet Alles, was es für einen entspannten, schnellen und einfachen Einkauf braucht. Neben zahlreichen Sparangeboten über Coupons und digitalen Handzetteln bietet die Netto-App die Möglichkeit, eine digitale Einkaufsliste zu führen sowie eine mobile kontaktlose Bezahlungsmöglichkeit. So viel Innovation zahlt sich aus: 2023 wurde die Netto-App von Chip zur besten App unter den Discountern gewählt.

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



ⁱ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/952182/umfrage/umfrage-in-deutschland-zu-den-beliebtesten-neujahrsvorsuetzen/>