

„Die Höhle der Löwen“: Spannende Deals und innovative Produkte „tickSAFE“ rotierender Zeckengreifer bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im April 2024 – Schonend und sicher: Nach seiner erfolgreichen Vorstellung in der letzten Sendung der VOX-Gründershow „Die Höhle der Löwen“ hat Gründer Dr. Matthias Meinhold gemeinsam mit Investor Ralf Dümmel ein neues Produkt auf den Markt gebracht: einen rotierenden Zeckengreifer. Der rotierende Zeckengreifer ist ab sofort in den deutschlandweit rund 4.350 Netto-Filialen sowie im Online-Shop www.netto-online.de erhältlich*.

Schnell, sicher, schonend: Der rotierende Zeckengreifer für Mensch und Tier!

Mit seiner innovativen Technologie ermöglicht „tickSAFE“ eine sanfte und effektive Entfernung von Zecken in nur einem einzigen Schritt. Selbst die kleinsten Zecken können dank seiner präzisen Mechanik vorsichtig und sicher entfernt werden. Der „tickSAFE“ Zeckengreifer ist die ideale Wahl für den Gebrauch zuhause oder unterwegs. Denn diese Innovation ist nicht nur praktisch und schonend, sondern auch umweltfreundlich und batterieelos. Ab sofort gibt es den Deal zum Aktionspreis von 9,99 Euro (UVP 14,99 Euro) bei Netto Marken-Discount.



- Schnell: Mit „tickSAFE“ eine zügige Zeckenentfernung
- Sicher: Dank Soft Grip Technologie wird die Zecke sicher entfernt
- Schonend: Weicher Greifer entfernt ohne Quetschen und Ziehen
- Zwei Varianten: Tier (türkis/weiß) & Mensch (weiß/gelb)

© DS Produkte GmbH

Innovation im Scheinwerferlicht

In „Die Höhle der Löwen“ präsentieren visionäre Unternehmerinnen und Unternehmer ihre wegweisenden Ideen vor Investorinnen und Investoren, um diese von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Durch die Zusammenarbeit mit den „Löwen“ erhalten die Gründerinnen und Gründer nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch wertvolle Erfahrungen, um ihre Geschäftsideen zu verwirklichen und weiterzuentwickeln. Die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel sind unmittelbar nach Abschluss der Sendung bei Netto im Online-Shop erhältlich und ab dem folgenden Tag in allen Netto-Filialen* verfügbar.

Partnerschaft für den Erfolg

Die Kooperation mit Netto Marken-Discount ist ein bedeutender Schritt für die Start-ups. Nach dem erfolgreichen Abschluss des Deals haben sie die Möglichkeit, mit dem flächendeckenden Filialnetz und



dem reichweitenstarken Online-Shop von Netto zusammenzuarbeiten. Auf diese Weise können sie wöchentlich mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher mit ihren innovativen Produkten begeistern. **„Unsere langjährige Partnerschaft mit Netto Marken-Discount bietet die ideale Bühne für die Einführung unserer Produktinnovationen und somit die optimale Plattform für einen erfolgreichen Markteintritt“**, so Investor Ralf Dümmel.

Vielfalt trifft Innovation bei Netto Marken-Discount

Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto, erklärt: **„Durch die Partnerschaft mit mutigen Gründerinnen und Gründern gewinnen wir an Produktvielfalt und können unseren Kundinnen und Kunden eine noch breitere Auswahl an innovativen Produkten bieten, die ihr Einkaufserlebnis bereichern. Gleichzeitig ermöglichen wir den Unternehmen eine sehr gute Vermarktungschance.“** Netto Marken-Discount bietet eine Auswahl von über 5.300 Artikeln, mit Fokus auf frischen Produkten. Mit der größten Lebensmittelauswahl in der Discountlandschaft ermöglicht Netto preisbewussten Verbraucherinnen und Verbrauchern günstige Preise. Neben Lebensmitteln führt das Unternehmen auch eine Auswahl an Non-Food-Artikeln.

***ausgenommen sind Netto-City-Filialen.**

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.350 Filialen, rund 87.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 17,1 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 5.665 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. spresse@netto-online.de

www.netto-online.de

