

Spiel, Satz, Sieg: Netto Marken-Discount freut sich auf Jubiläum des Netto-Regental-Cups 2018

- **Sportlich:** Netto ist zum siebten Mal Sponsor des größten Jugend-Volleyball-Freiluftturniers Europas
- **Spannend:** Vom 31. Mai bis 3. Juni steigt 25. Turnieraufgabe in Regenstauf
- **Attraktiv:** Netto unterstützt wieder mit Sachpreisen sowie finanziell

Maxhütte-Haidhof / Regenstauf, im Mai 2018. Vom 31. Mai bis 3. Juni dreht sich beim Netto-Regental-Cup 2018 in Regenstauf erneut alles um das Thema Volleyball. Zur 25. Ausgabe von Europas größtem Jugend-Volleyball-Freiluftturnier werden wieder rund 1.500 Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 18 Jahren erwartet. Als größtes Unternehmen Ostbayerns steht Netto Marken-Discount schon seit 2012 an der Seite des europaweit einzigartigen Turniers, seit letztem Jahr sogar als Namensgeber. Der Lebensmitteleinzelhändler unterstützt die veranstaltende Volleyballabteilung des TB/ASV 1893 e. V. Regenstauf mit einem Sponsoringbeitrag, Netto-Einkaufsgutscheinen sowie attraktiven Sachpreisen, die unter den Aktiven verlost werden. Für die richtige Erfrischung vor Ort sorgt Netto zudem mit einem Smoothie-Stand, an dem sich die Teilnehmer an allen Turniertagen kostenlos erfrischen können.



© Netto Marken-Discount

Netto-Regental-Cup

Als langjähriger Sponsor hat Netto Marken-Discount die Entwicklung des bis 2016 als Regental-Volleyball-Cup bekannten Jugendturniers sehr eng begleitet. Beim Netto-Regental-Cup 2018 warten drei Einzelwettbewerbe auf alle Teilnehmer: ein Mixed Turnier (31.05.), ein Jugend Beach Turnier (01.06.) und der Netto Jugend Cup (02./03.06.). Ein buntes Rahmenprogramm unter anderem mit Eröffnungs- und Karaoke-Party sowie Live-Musik rundet die Veranstaltung ab. **„Wir sind stolz darauf, dieses einzigartige Turnier unterstützen zu können. Der Ehrgeiz, das Teamwork und die Freude, die alle Aktiven und Helfer beim**

Pressemitteilung

Turnier an den Tag legen, sind beeindruckend. Als Sponsor sind wir da gern mit an Bord“, sagt Christina Stylianou, Leiterin Netto Unternehmenskommunikation. Die Gewinner der Netto-Verlosungsaktion dürfen sich in diesem Jahr auf Schlauchboote und PlayStations freuen.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, ca. 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 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-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 mit Mitarbeitern und Lieferanten, 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 von acht Schwerpunkthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakte:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou / Stefanie Adler
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de