
Periode ist kein Luxus: Netto senkt ab sofort Preis für Monatshygiene-Artikel

- **Preissenkung:** Für Hygieneartikel zahlen Netto-Kunden jetzt weniger
- **Gesetz zur Mehrwertsteuersenkung tritt ab 01.01.2020 in Kraft**
- **Steuer für Menstruationsprodukte wird auf 7 Prozent gesenkt**

Maxhütte-Haidhof, im Dezember 2019 – Mehrwertsteuer bei Damenhygiene-Artikel wird gesenkt: Seit dem 2. Dezember zahlen Netto-Kunden für Hygieneartikel wie Tampons und Binden* in allen rund 4.260 Netto-Filialen weniger. Netto gibt seinen Kunden damit schon jetzt einen Preisvorteil: Das offizielle Gesetz zur Senkung der Mehrwertsteuer, von den bisher üblichen 19 Prozent auf 7 Prozent, tritt zum 01. Januar 2020 in Kraft. Der Preis wurde bei Tampons der Marke „o.b.“, Binden von „always“ als auch bei Binden- und Tamponartikeln der beliebten Netto-Eigenmarke „Sophie“ gesenkt.

Als Ergebnis der Online-Petition #keinluxus zahlen Frauen ab nächstem Jahr bundesweit nur noch 7 Prozent Mehrwertsteuer auf Monatshygieneprodukte – dies wurde im Gesetzesbeschluss bekannt gegeben. Netto wartet nicht ab und gewährt seinen Kunden diesen Preisvorteil schon jetzt. Damit zeigt Netto, dass Tampons, Binden und Ultrabinden keine Luxusartikel sind, sondern zum Grundbedarf zählen.

Drogerie-Sortiment von Netto Marken-Discount

Netto Marken-Discount bietet seinen Kunden das größte Drogerie-Sortiment aller Lebensmittel-Discounter deutschlandweit an. Mehr als 1000 Drogerie-Artikel, von Marken- und Eigenmarken, finden in den Regalen Platz – darunter zahlreiche Haar- und Körperpflege-Produkten, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Baby- und Tiernahrung sowie freiverkäufliche Arzneimittel. Beliebte Netto-Eigenmarken sind Pure & Basic (Pflegeprodukte), Hairwell (Haarpflege) und Babysoft (Babypflege). Die Produkte sind bundesweit in vielen der rund 4.260 Netto-Filialen sowie im Netto Online-Shop erhältlich.

*Slipenlagen und Hygieneeinlagen sind ausgenommen

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 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-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 Schwerpunktthemen 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 5.200 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

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