

---

## **Flasche leer? Giovanni Trapattoni ist das neue Gesicht der Netto-Mehrwegkampagne Mehrweg-Kampagne von Netto setzt auf bekannten Testimonial**

**Maxhütte-Haidhof/Mainz, im April 2020 – Trainerlegende Giovanni Trapattoni wirbt ab dem 27. April 2020 mit Netto Marken-Discount für die Nutzung umweltschonenderer Mehrwegalternativen. Netto ist der erste und bisher einzige Discounter, der die Hälfte seines Getränkesortiments in Mehrwegflaschen anbietet. Damit ist Netto auf diesem Gebiet „Tabellenführer“.**

Vom 27. April bis 29. Mai 2020 wird der bekannte Meistertrainer bundesweit auf Plakaten, in Anzeigen und am POS für Mehrwegflaschen werben.

Netto bietet seinen Kunden bundesweit die Hälfte seiner Getränkeauswahl in Mehrweggebinden an – insgesamt rund 2.000 verschiedene Mehrweggetränke. Damit ist Netto stolzer Vorreiter in der Discountlandschaft. Das Netto-Konzept sorgt für eine bessere Öko-Bilanz. Eine Rolle, die der Arbeitskreis Mehrweg bereits wiederholt betont hat. Mehrweg schont die Umwelt: Kunststoff-Mehrwegflaschen werden bis zu 25-mal mit Getränken befüllt und Glas-Mehrwegflaschen können sogar bis zu 50-mal wieder befüllt werden.

Auch Trapattonis Erfolgsbilanz ist beeindruckend: Mehr als 20 Titel konnten seine Mannschaften erringen. Neben den sportlichen Erfolgen ist auch sein legendärer Spruch in Erinnerung geblieben: die spielten wie „Flasche leer“. Die Mehrweg-Kampagne von Netto ist nicht nur aufgrund seiner „Flasche-leer-Rede“ wie für ihn gemacht. Der gebürtige Italiener Giovanni Trapattoni nutzt seine Bekanntheit bewusst, um sich für die Erhaltung von Werten und Verantwortung einzusetzen: „Ich bin Urgroßvater und möchte einen Teil dazu beitragen, meinem Urenkel eine bessere Welt zu hinterlassen“, erklärt der Kulttrainer sein Engagement für das Netto-Mehrwegkampagne.

Verantwortlich für die Kampagne ist die Agentur Jung von Matt Hamburg.

### **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 Schwerepunkthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. 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  
Unternehmenskommunikation  
Christina Stylianou  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)