

Einer für alles. Alles für günstig.

## Netto setzt auf One-Stop Discount – auch bei Kampagne

- **Auswahl:** Bis zu 5.000 Artikel im Netto-Sortiment
- **One-Stop Discount:** „Der Ort, an dem du alles kriegst, was wirklich gut ist.“
- **Bundesweite Kampagne:** Netto unterstreicht Sortimentskompetenz auf allen Kanälen

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2021. Netto ist der Ort, an dem Kunden mit einem Einkauf alles bekommen. Dazu gehören die größte Auswahl von Lebensmitteln in Bio-Qualität oder das größte Getränkessortiment in umweltfreundlicheren Mehrwegverpackungen. Die bis zu 5.000 Netto-Artikel sowie das gute Preis-Leistungsverhältnis stehen ab Februar im Zentrum der Netto-Jahreskampagne „Einer für alles. Alles für günstig.“

Kontakte auf ein Minimum zu reduzieren, ist für viele Menschen seit Monaten Alltag. Dazu gehört auch, möglichst viele Artikel des täglichen Bedarfs mit nur einem Einkauf besorgen zu können. Mit bis zu 5.000 Artikeln zu Discount-Preisen – bestehend aus Marken- sowie Eigenmarkenartikeln – ermöglicht Netto Marken-Discount genau das seinen wöchentlich 21 Millionen Kunden.

„Mit unserer Jahreskampagne zeigen wir, dass Netto der Ort ist, an dem unsere Kunden alles bekommen: **Frische, Vielfalt, Qualität,**

**Nachhaltigkeit und Regionalität – und das zu Top-Preisen“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Den „One-Stop Discount“-Anspruch macht die Netto-Jahreskampagne auf allen Kanälen deutlich, darunter TV, Digital, Out-of-Home und am POS. Nach dem Kampagnenstart stehen monatlich einzelne Warenbereiche aus dem Sortiment im Fokus. In kurzen TV-Spots, Online oder im Handzettel verdeutlicht Netto damit Monat für Monat seine hohe Sortimentskompetenz

Alle Fakten zum „One-Stop Discount“-Konzept und ein 35-sekündiger TV-Spot zum Start der Netto-Jahreskampagne sind online zu sehen auf [www.netto-online.de/fakten](http://www.netto-online.de/fakten).

Netto Marken-Discount im Profil:



© Netto Marken-Discount

---

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,5 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmittel-einzelhandelsbranche. 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. Mit rund 5.100 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 Stiftung & Co. KG

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)