

Arena frei: Netto Marken-Discount lässt die Löwen-Deals los!

HaselHerz Nuss-Nougat-Creme jetzt im Netto-Regal

Maxhütte-Haidhof, im April 2021. Der perfekte Deal: In der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ auf VOX konnte Ebru Erkunt Investor Ralf Dümmel in der TV-Ausstrahlung am Montag von ihrer Innovation überzeugen. Die HaselHerz Nuss-Nougat-Creme ist ab sofort im Netto Online-Shop <https://www.netto-online.de/haselherz-nuss-nougat-creme-220g-mit-kokosbluetenzucker-versch-ausfuehrungen/p-2210277000> sowie in vielen der 4.270 Netto-Filialen* bundesweit erhältlich.

Nuss-Nougat-Creme ohne Palmöl und Industriezucker

HaselHerz ist eine Nuss-Nougat-Creme, die zu 100 Prozent aus zertifizierten Bio-Zutaten besteht. Das Besondere: HaselHerz verzichtet auf Palmöl sowie raffinierten Zucker und schont damit Umwelt wie Gesundheit. Natürlicher Kokosblütenzucker verleiht der Nuss-Nougat-Creme ihre Süße, während der 35-prozentige Haselnussanteil für ein aromatisches Geschmackserlebnis sorgt. Der glutenfreie Aufstrich in den Varianten „Choco Nuss“ und „Choco Nuss vegan“ richtet sich an alle, die Wert auf eine bewusster Ernährung und Nachhaltigkeit legen. Ab sofort gibt es den Deal zum Angebotspreis von **4,99**** Euro bei Netto.



© DS Produkte GmbH

- Nachhaltige und bewusste Alternative zu herkömmlichen Nuss-Nougat-Cremes
- 100 Prozent natürliche Bio-Zutaten
- Ohne Palmöl
- Glutenfrei
- Zwei Varianten: „Choco Nuss“ und „Choco Nuss vegan“
- Inhalt: 220g

Erfindergeist wird belohnt

Das Konzept der TV-Show: Kreative Köpfe versuchen mit Ideenreichtum und einer großen Portion Mut, die Investorinnen und Investoren von ihrer Produkterfindung oder Dienstleistung zu überzeugen. Ziel ist die heißbegehrte Finanzspritze und das Know-how, die den jungen Unternehmen und ihren innovativen Geschäftsideen das Durchstarten ermöglichen. Direkt im Anschluss an die Sendungen sind die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel exklusiv bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag in den bundesweit 4.270 Netto-Filialen* erhältlich.

Einmalige Gelegenheit für neue Unternehmen

Die Zusammenarbeit mit Netto Marken-Discount bietet den Start-Ups die Chance, ihre Produkte in einem flächendeckenden Netto-Filialnetz und im Online-Shop zu verkaufen und somit mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher zu erreichen. **„Netto Marken-Discount eröffnet unseren Gründerinnen und Gründern die Möglichkeit, ihre Produkte bundesweit und reichweitenstark zu vermarkten. Diese Partnerschaft hat sich in den letzten Jahren als großer Erfolgsfaktor erwiesen“**, so Investor Ralf Dümmel.

Große Produktvielfalt bei Netto Marken-Discount

Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Neben Nahrungsmitteln verkauft das Handelsunternehmen in seinen Filialen und im Online-Shop www.netto-online.de eine große Auswahl an Non-Food-Artikeln bekannter Marken und Eigenmarken. Zudem bietet Netto seinen Kundinnen und Kunden jede Woche zahlreiche Aktionsartikel im Food- und Nonfood-Segment an, die jeweils von montags bis samstags bzw. donnerstags bis samstags gültig sind.

*ausgenommen sind Netto City-Filialen

** 100 g/2,27 Euro

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 13,5 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-Kundinnen und Kunden bei jedem Einkauf von dem Multi-partner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeiterinnen und 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount Stiftung & Co. KG

Christina Stylianou

Tel.: 09471-320-999

E-Mail: presse@netto-online.de

www.netto-online.de