

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

Hilli Fruits Fruchtpüree jetzt im Netto-Regal

Maxhütte-Haidhof, im Mai 2021. Der perfekte Deal: In der Gründershow „Die Höhle der Löwen“ (DHDL) auf VOX konnte Paulina Carrera Investor Ralf Dümmel in der TV-Ausstrahlung am Montag von ihrer Innovation überzeugen. Das Hilli Fruits Fruchtpüree ist ab sofort im Netto Online-Shop (<https://www.netto-online.de/hilli-fruits-fruchtpueree-bio-300g-versch-sorten/p-2214299002>) sowie in vielen der 4.260 Netto-Filialen* bundesweit erhältlich.

Für puren Fruchtgenuss

Hilli Fruits Fruchtpüree bedeutet Obstgenuss im praktischen Format. Das Fruchtpüree besteht zu 100 Prozent aus erntereifen Bio-Früchten aus den besten Regionen der Welt. Das vegane Püree verzichtet auf den Zusatz von raffinierten Zucker und ist von Natur aus gluten- und laktosefrei. Im Gegensatz zu Frischobst hält sich Hilli Fruits ungekühlt mindestens zwölf Monate nach Abfüllung, denn die Südfrüchte werden durch schonende Pasteurisierung haltbar gemacht. Im praktischen Quetschbeutel ist das Fruchtpüree jederzeit verzehrfertig und lässt sich ideal portionieren. Die fruchtigen Allrounder in den Sorten Mango und Banane-Maracuja eignen sich außerdem zur Verfeinerung süßer Speisen wie Smoothies, Torten, Eis, Marmeladen etc. Ab sofort gibt es den Deal zum Angebotspreis von **2,99**** Euro bei Netto.



- Fruchtpüree aus 100 Prozent zertifizierten Bio-Früchten
- Ohne Zuckerzusatz
- Vegan, gluten- und laktosefrei
- Erntereife Früchte aus den besten Regionen der Welt
- Längere Haltbarkeit dank spezieller Pasteurisierung
- Ideal zur Verfeinerung fruchtig-süßer Speisen
- Zwei Sorten: Banane-Maracuja und Mango
- Inhalt: 300g

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 4.260 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

**9,97 Euro/1 kg

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,6 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 sowie Lieferantinnen 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 über 5.300 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