

Prominente Partnerschaft

Exklusiv bei Netto Marken-Discount: Glacier Gin vom ehemaligen Fußballprofi und Let´s Dance-Star Rúrik Gíslason

Maxhütte-Haidhof, im Juli 2021 – (H)eiskalter Genuss: Netto Marken-Discount bietet als erster Lebensmitteldiscounter den Glacier Gin vom ehemaligen isländischen Fußballprofi und Let´s Dance-Star 2021 Rúrik Gíslason in seinem Spirituosen-Sortiment an. Der Verkauf des Gins startet zunächst im Aktionszeitraum in KW 30 in Netto-Filialen in Teilen von Berlin sowie im Netto Online-Shop.

Der Glacier Gin überzeugt durch die Zusammensetzung von hochwertigen Zutaten. Das isländische Wasser ist durch Vulkanstein gefiltert. Wacholderbeeren, Bergamotte, Zitronen, Koriandersamen und Löwenzahn verleihen dem Premium Gin aus Island Frische und eine gewisse Schärfe.



Rúrik Gíslason: Glacier Gin

- Menge: 0,7 Liter
- Alkoholgehalt: 40,0 %
- Aktionspreis: 29,99 Euro* (KW 30)
- Erhältlich in Netto-Filialen in Teilen von Berlin sowie im Netto Online-Shop
- Link Online-Shop: <https://www.netto-online.de/premium-isländic-glacier-gin-40-vol-0-7-liter/p-2221462000>

Getränkessortiment – Mehrweg und Vielfalt

Mit einer großen Auswahl an Marken- und Eigenmarkenartikeln bietet Netto Marken-Discount das größte Getränkessortiment in der deutschen Discountlandschaft. Als Vorreiter in der Branche hat Netto das größte Mehrweg-Sortiment mit einer vielfältigen Auswahl an Getränken in umweltfreundlicheren Mehrwegverpackungen. Wasser, Bier und andere Erfrischungsgetränke bietet Netto bereits überwiegend in Mehrweggebinden sowohl im Kasten, Six-Pack oder als Einzelflaschen an. Das Netto-Getränkekonzept sorgt somit für eine bessere Ökobilanz und schont Ressourcen.

* 42,84 Euro / Liter

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 Multipartner-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 über 5.300 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten 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