

Netto Marken-Discount macht wieder Platz für die Löwen!

ASTALEA Duftstein Set fürs Auto jetzt im Netto-Regal

Maxhütte-Haidhof, im September 2021. Der perfekte Deal: In der erfolgreichen Gründer-show „Die Höhle der Löwen“ (DHDL) auf VOX konnte die Gründerin Kim Lohmar Investor Ralf Dümmel in der TV-Ausstrahlung am Montag von ihrer Produktneuheit überzeugen. Das ASTALEA Duftstein Set fürs Auto ist ab sofort im Netto Online-Shop (<https://www.netto-online.de/p-2231190000>) sowie in vielen der 4.260 Netto-Filialen* bundesweit erhältlich.

Eine Wohlfühloase im Auto

Das ASTALEA Duftstein Set bietet Entspannung für die Sinne. Weg von den herkömmlichen Duftbäumen und hin zu individuellen Düften, die bei stressigem Straßenverkehr Gelassenheit und Ruhe bringen. Die neuen Duftsteine von ASTALEA vereinen Duft und Design bieten Entspannung für unterwegs. Der Duftstein von ASTALEA lässt sich leicht in den Lamellen der Autolüftung befestigen und kann mit dem eigenen Parfum oder mit ätherischen Ölen besprüht werden. Das dreiteilige Set besteht aus einem nachfüllbaren Pumpzerstäuber, einem Magnet-Clip und einem Aroma-Duftstein. Das ASTALEA Duftstein Set in drei verschiedenen Farben gibt es zum Angebotspreis von 9,99 Euro bei Netto.



- ASTALEA Duftstein Set für das Armaturenbrett
- Besprühe den feinporigen Stein mit deinem Lieblingsduft
- Auffüllen und Auffrischen: mit kleinem Pumpzerstäuber immer wieder besprühen und Duft erneuern
- aus rein natürlichem Material gefertigt
- Zeitloses Design
- 3-teiliges Set: Nachbefüllbarer Pumpzerstäuber, Aromaduftstein, Magnet-Clip

Kreativität zahlt sich aus

Von Woche zu Woche versuchen kreative Start-ups und Unternehmerinnen sowie Unternehmer mit Erfindergeist und Entschlossenheit, die Löwen als Investoren für ihre Produkterfindung oder Dienstleistung zu gewinnen. Ziel ist die heißumworbene finanzielle Unterstützung und die jahrelange Erfahrung der Investorinnen und Investoren, die den jungen Start-ups und ihren innovativen Geschäftsideen das Durchstarten ermöglichen. Im Anschluss an die Sendungen sind die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel exklusiv bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag bundesweit in den Netto-Filialen* erhältlich.

Einzigartige Möglichkeit für junge Unternehmen

Die Zusammenarbeit mit Netto Marken-Discount bietet den Unternehmern die Chance, ihre Produkte im flächendeckenden Filialnetz sowie im Netto Online-Shop zu verkaufen und somit mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher zu erreichen. **„Netto Marken-Discount bietet unseren Gründerinnen und Gründern die einmalige Gelegenheit, ihre Innovationen deutschlandweit und reichweitenstark zu vermarkten. In den letzten Jahren hat sich diese Partnerschaft als sehr vielversprechend 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 Lebensmitteln verkauft das Handelsunternehmen in ausgewählten 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 Non-food-Segment an, die jeweils von montags bis samstags bzw. donnerstags bis samstags gültig sind.

*ausgenommen sind Netto City-Filialen

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, 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