

Drogerie-Kampagne bei Netto

One-Stop-Shopping: Netto Marken-Discount bietet großes Drogeriesortiment

Maxhütte-Haidhof, Juli 2022 – Erst zum Discounter, dann in den Drogeriemarkt? Nicht bei Netto: Netto-Kundinnen und Kunden sparen Zeit – und Umwege. Denn bei Netto Marken-Discount können sie ihren gesamten Einkauf direkt vor Ort erledigen – auch alle Wünsche rund um den Drogerie-Einkauf. Passend dazu startet Netto ab Juli 2022 seine große



Drogerie-Kampagne, welche die volle Vielfalt von Eigenmarkenartikeln, Kosmetikartikeln sowie zertifizierter Naturkosmetik, Kinder- und Sport-Nahrung, Wasch-, Putz-, und Reinigungsmitteln, Tiernahrung sowie Markenartikeln aus allen Bereichen in den Fokus rückt. Da ist für alle Kundenbedürfnisse etwas dabei. Und das Beste: Die Auswahl ist nicht nur besonders vielfältig, sondern bietet hochwertige Qualität zum kleinen Preis.

Bereits vor Ausbruch der Pandemie bevorzugten viele Kundinnen und Kunden effizientes Einkaufen. Aktuelle Umfragen bestätigen: Für 62 Prozent ist es wichtig, im Geschäft keine Zeit zu verlieren*. Sie zählen zu den sogenannten „One-Stop-Shoppers“. Mit dem Slogan „Der Ort, an dem ich mir den Drogeriemarkt sparen kann“ trifft die großangelegte Drogerie-Kampagne von Netto Marken-Discount so genau den Nerv der Zeit.

„Viele unserer Kundinnen und Kunden möchten ihren Einkauf effizienter gestalten. Daher kommunizieren wir in unserer Drogerie-Kampagne auf verschiedenen Kanälen, dass sie sich bei uns den Umweg zu Fachgeschäften sparen können“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Während für einige Kundinnen und Kunden Markenvielfalt im Vordergrund steht, legen andere Wert auf nachhaltigere Pflegeartikel mit Bio-Inhaltsstoffen. Im Netto-Drogerieregal überzeugen die Eigenmarkenprodukte neben der Vielfalt durch Qualität und Preisattraktivität: Netto bietet seinen Kundinnen und Kunden Drogerie-Produkte im günstigen Preiseinstiegssegment, Bio-

zertifizierte Artikel sowie Markenartikel zu günstigen Preisen. Zukünftig verstärkt mit NATURKIND eine hochwertige Bio-Fachmarke das Angebot bei Netto. Um die stetig wachsenden Ansprüche der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden, wird außerdem die Range der zertifizierten Naturkosmetikmarke BLÜTE-ZEIT um weitere Artikel ausgebaut. Kindernahrung und Babypflegeprodukte der Eigenmarke Hallo Welt, Max Balance Sportnahrung für eine bewusstere Ernährung, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung und freiverkäufliche Arzneimittel runden neben klassischen Kosmetikartikeln das Drogerie-Sortiment ab.

Kundenansprache

Die Drogerie-Kampagne wird von zahlreichen Kommunikationsmaßnahmen online und offline begleitet. Neben Aufstellern, Plakaten und Schaukästen in den Filialen, werden Kundinnen und Kunden mit Handzetteln und Großflächen-Werbung informiert. Online findet die Kampagne auf der Website, in der Netto-App sowie auf den Social-Media-Kanälen von Netto Marken-Discount statt.

*Quelle: [Nielsen, 2020](#)

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 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 5.480 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

 [YouTube](#)