

Die Löwen sind los!

Histaminarme Lebensmittel von „HistaFood“ – jetzt bei Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im Oktober 2022: Unbeschwert essen und genießen können – die Produkte von HistaFood machen es möglich. Mit der Unterstützung der „Die Höhle der Löwen“-Investoren Ralf Dümmel und Nils Glagau bringen die Gründerinnen Melina und Ana ihre histaminarmen Nahrungsmittel in den Netto Online-Shop (<https://www.netto-online.de/p-2402482000>) sowie in viele der bundesweit 4.280 Netto-Filialen*.

Gesund, lecker und gut verträglich – die Produkte von „HistaFood“ sind nicht nur histaminarm, sondern kommen auch ganz ohne unnötige Zusatzstoffe aus. Für den idealen Snack zwischendurch eignet sich der HistaFood KörnerRiegel. Mit saftigen Datteln, Kürbiskernen und einer Zimtnote ist er ein zuverlässiger Bio-Snack. Auch der Brotaufstrich GemüseStreich kann bei einer Histaminintoleranz verzehrt werden. Dieser besteht aus Karotten, feiner Rote Beete, würzigen Kräutern und das alles ebenfalls in bester Bio-Qualität. Ab sofort gibt es den GemüseStreich für **4,99 Euro (UVP: 5,80€)** und den KörnerRiegel für **1,99€ (UVP: 2,15€)** bei Netto Marken-Discount.



- KörnerRiegel und GemüseStreich
- Bio-Qualität
- Vegan, laktose- und glutenfrei
- Perfekte Unterstützung zur histaminarmen Ernährung
- Langfristig beschwerdefrei das Essen genießen können
- Verträglich, abwechslungsreich und ohne Zusatzstoffe

©DS Produkte GmbH

Kreative Produktideen fördern

Das Konzept der TV-Show: Mutige Erfinderinnen und Erfinder stellen sich finanzstarken Investoren, um sie von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Das

Ziel: Die finanzielle Starthilfe und die Erfahrung, die den jungen Unternehmen die Umsetzung ihrer Geschäftsidee ermöglichen. Ab Ende August gibt es die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel exklusiv bei Netto im Online-Shop und ab dem Folgetag in den bundesweit 4.280 Netto-Filialen*.

Partnerschaft mit Start-Ups

Durch die Kooperation mit Netto Marken-Discount profitieren die jungen Unternehmen von einem flächendeckenden Filialnetz und dem reichweitenstarken Netto Online-Shop. Gründerinnen und Gründer können somit mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbrauchern von ihren löwenstarken Produkten überzeugen.

„Mit Netto Marken-Discount haben wir einen reichweitenstarken Partner, der unseren Gründerinnen und Gründern eine ideale Plattform bietet, um ihre Produktinnovationen auf den Markt zu bringen. Deshalb setzen wir auch in Staffel zwölf wieder auf unsere erfolgsversprechende Zusammenarbeit“, 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.

*ausgenommen sind Netto City-Filialen

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

