

### „Die Höhle der Löwen“: Spannende Deals und innovative Produkte Soummé Roll-On bei Netto Marken-Discount

**Maxhütte-Haidhof, im Mai 2024 – Effektiv und pflegend:** Die Gründerin Sümmeyya konnte „Die Höhle der Löwen“-Investor Ralf Dümmel von ihrer Innovation überzeugen: dem Soummé Antitranspirant Roll-on. Das innovative Produkt verspricht, Geruchsbildung auf ein Minimum zu reduzieren und gleichzeitig die Haut reichhaltig zu pflegen. **Das Antitranspirant von Soummé ist ab sofort in den deutschlandweit über 4.350 Netto-Filialen sowie im [Online-Shop](http://www.netto-online.de) [www.netto-online.de](http://www.netto-online.de) erhältlich\*.**

#### Verlässlicher Schutz, sanfte Pflege: Soummé Antitranspirant Roll-on

Das Antitranspirant von Soummé vereint Effektivität und Pflege in einer einzigartigen Formel, speziell entwickelt für Männer und Frauen. Frei von Parfüm und Ethylalkohol, bietet es Schutz vor unangenehmem Körpergeruch und verleiht ein neues Gefühl von Sicherheit und Lebensqualität. Angereichert mit Aloe Vera, Allantoin und Salbei, beruhigt und pflegt es die Haut sanft, während es unerwünschtes Schwitzen reduziert. Ab sofort gibt es den Deal zum Aktionspreis von 14,99 Euro (UVP 24,99 Euro) bei Netto Marken-Discount.



- Effektiv: dermatologisch getestet
- Pflegend: Mit Aloe Vera, Allantoin und Salbei
- Natürlich: Ohne Parfüm, Ethylalkohol, Farbstoffe

© DS Produkte GmbH

#### Innovation im Scheinwerferlicht

In „Die Höhle der Löwen“ präsentieren visionäre Unternehmerinnen und Unternehmer ihre wegweisenden Ideen vor Investorinnen und Investoren, um diese von ihren Produktinnovationen oder Dienstleistungen zu überzeugen. Durch die Zusammenarbeit mit den „Löwen“ erhalten die Gründerinnen und Gründer nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch wertvolle Erfahrungen, um ihre Geschäftsideen zu verwirklichen und weiterzuentwickeln. Die Löwen-Deals von Investor Ralf Dümmel sind unmittelbar nach Abschluss der Sendung bei Netto im Online-Shop erhältlich und ab dem folgenden Tag in allen Netto-Filialen\* verfügbar.



### Partnerschaft für den Erfolg

Die Kooperation mit Netto Marken-Discount ist ein bedeutender Schritt für die Start-ups. Nach dem erfolgreichen Abschluss des Deals haben sie die Möglichkeit, mit dem flächendeckenden Filialnetz und dem reichweitenstarken Online-Shop von Netto zusammenzuarbeiten. Auf diese Weise können sie wöchentlich mehr als 21 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher mit ihren innovativen Produkten begeistern. **„Unsere langjährige Partnerschaft mit Netto Marken-Discount bietet die ideale Bühne für die Einführung unserer Produktinnovationen und somit die optimale Plattform für einen erfolgreichen Markteintritt“**, so Investor Ralf Dümmel.

### Vielfalt trifft Innovation bei Netto Marken-Discount

Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto, erklärt: **„Durch die Partnerschaft mit mutigen Gründerinnen und Gründern gewinnen wir an Produktvielfalt und können unseren Kundinnen und Kunden eine noch breitere Auswahl an innovativen Produkten bieten, die ihr Einkaufserlebnis bereichern. Gleichzeitig ermöglichen wir den Unternehmen eine sehr gute Vermarktungschance.“** Netto Marken-Discount bietet eine Auswahl von über 5.300 Artikeln, mit Fokus auf frischen Produkten. Mit der größten Lebensmittelauswahl in der Discountlandschaft ermöglicht Netto preisbewussten Verbraucherinnen und Verbrauchern günstige Preise. Neben Lebensmitteln führt das Unternehmen auch eine Auswahl an Non-Food-Artikeln.

**\*ausgenommen sind Netto-City-Filialen.**

#### Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.350 Filialen, rund 87.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 17,1 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. 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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.665 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.

[presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)

[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)

