



Netto Marken-Discount lässt Mehrwegflaschen jubeln

- **Netto startet im Mai neue Dachkampagne mit dem Fokus auf Mehrwegartikel**
- **Werbemaßnahmen unterstreichen Netto-Engagement als Mehrweg-Vorreiter im Discounterbereich**
- **Produkt-Bande jubelt pünktlich zur Fußball-EM**

Maxhütte-Haidhof, im Mai 2024 – Netto Marken-Discount lässt erneut die vor wenigen Wochen ins Werbe-Rennen geschickte Produkt-Bande sprechen. In dem neuen Kampagnen-Auftritt jubeln Netto-Produkte im Fan-Gewand kurz vor der Fußball-EM für verschiedene Aktionsangebote - hierbei wird der Fokus auf das Mehrwegsoriment gesetzt. Als Vorreiter im direkten Wettbewerbsumfeld bietet Netto die Hälfte der Getränkeauswahl in nachhaltigeren Mehrweggebinden an – dieser USP wird mit der Kampagne humorvoll kommuniziert.

Einzigartig in der Discounterlandschaft: Seit über 30 Jahren setzt sich Netto Marken-Discount aktiv für ein nachhaltigeres Mehrweggetränkessortiment ein. Während andere Discounter überwiegend auf Einweggetränke setzen, bietet Netto im Getränkesortiment rund 50 Prozent in umweltfreundlicheren Mehrwegflaschen an. Wasser, Bier und andere Erfrischungsgetränke sind bei dem Lebensmittelhändler bereits überwiegend in Mehrweggebinden sowohl im Kasten, Six-Pack oder als Einzelflaschen erhältlich. Dieses Nachhaltigkeits-Plus setzt Netto in der aktuellen Kampagne auf gewohnt humorvolle Weise mit der Produkt-Bande in den Fokus - passend zur EM und dem Public Viewing mit dem Freundeskreis.

„Mit unserer nachhaltigeren Sortimentsausrichtung übernehmen wir Verantwortung für die Umwelt und setzen auch mit unserem Mehrwegartikeln hohe Standards im direkten Marktumfeld. Mit unserer neuen Kampagne möchten wir Verbraucherinnen und Verbraucher für die vielen Mehrweg-Vorteile sensibilisieren“, sagt Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation Netto Marken-Discount.

Kampagne passend zum Fußball-Fieber

Im Rahmen der neuen Kampagne werden ab Kalenderwoche 21 acht Wochen lang eine Vielzahl von Kommunikationsmaßnahmen eingesetzt. Aufgrund der Regionalität des Mehrweggetränkessortiments ist die Motivauswahl entsprechend vielfältig.



Pressemitteilung

In allen Netto- Filialen zeigen Aufsteller, Handzettel, Plakate, Aufsteller, Deckenhänger oder digitale Stelen die Motive. Großflächen-Werbung, City-Light-Poster oder Anzeigen sprechen die Kundinnen und Kunden ergänzend außerhalb der Filialen an. Neben den offline Maßnahmen wird die Kampagne mit verschiedenen kurzen Spots und statischen Motiven zusätzlich online auf der Website sowie auf verschiedenen Social-Media-Kanälen von Netto Marken-Discount beworben – zusammen mit Creatorinnen und Creatoren oder über verschiedene Challenges. Verantwortlich für die Kampagne zeichnete die Kreativagentur Philipp und Keuntje.

Links zu den Spots der Kampagne:

<https://youtu.be/earVnBmPsvQ>

<https://youtu.be/ThGALYzmCAw>

<https://youtu.be/1zaCElfch7Q>

<https://youtu.be/hIFCOhyET38>

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 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. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de

