

Anfeuern mit Netto Marken-Discount:

Netto startet bundesweite Grill-Kampagne mit Steffi Jones

Maxhütte-Haidhof, im Mai 2021. Anpfiff zum EM-Grillen: Zur diesjährigen Fußball-Europameisterschaft startet Netto Marken-Discount eine bundesweite 360-Grad-Kampagne mit Steffi Jones und lässt damit die Herzen vieler Grill- und Fußballfans höherschlagen. Von KW 20 bis KW 27 wird die ehemalige Nationaltrainerin und -spielerin in TV-Spots (<https://youtu.be/UZJE0t9MF9U>*), auf Plakaten, in Anzeigen und am POS auf die vielfältigen Grillprodukte von Netto Marken-Discount aufmerksam machen. Im Rahmen der Kampagne wird neben den bekannten Grillklassikern auch auf die vielfältigen veganen und Veggie-Alternativen in den Regalen der bundesweit 4.260 Netto-Filialen aufmerksam gemacht.

Bei Netto ist Grillen Frauensache: Darum ist Steffi Jones das Gesicht für die große Grill-Kampagne. Die ehemalige Nationalspielerin wird dieses Jahr zu den Spielen der Europameisterschaft den Grill anschmeißen – und das für wöchentlich 21 Millionen Netto-Kundinnen und -Kunden. Die gebürtige Frankfurterin blickt auf eine lange und erfolgreiche Karriere im Profi-Frauen-Fußball zurück. Zu einem Fußballspiel gehört für sie Grillen dazu. **„Ich verspüre jetzt schon riesige Vorfreude auf die kommenden Spiele und werde sie ganz entspannt am Grill genießen. Gerade die veganen Grillprodukte von Netto finde ich super, da ich gleichzeitig was Gutes für die Umwelt tue, ohne auf die Vielfalt beim Grillen verzichten zu müssen“**, so Steffi Jones.



© Netto Marken-Discount

Für die ehemalige Spielerin und Trainerin ist soziales Engagement selbstverständlich. Ein Einsatz, der verbindet: Soziales Engagement ist auch bei Netto Marken-Discount ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur. Im Rahmen des Netto-Spendenkonzeptes setzt sich das Unternehmen für benachteiligte Kinder und Jugendliche ein. Dabei erhält das Unternehmen am Kindertag Unterstützung von Steffi Jones. Mit einem ehrenamtlichen einstündigen Einsatz an der Kasse wird sie am 1. Juni Kundinnen und Kunden in einer Düsseldorfer Filiale motivieren, für benachteiligte Kinder zu spenden. Die Kundenspenden an Kassen- und Pfandautomaten

kommen wechselnden Netto-Spendenpartnern und somit sozialen Projekten zugute. Bis zum 26. Juni gehen die Kundenspenden komplett an den langjährigen Netto-Nachhaltigkeitspartner, die Peter Maffay Stiftung.

*Ab 15. Mai 2021 um 21:00 Uhr abrufbar.

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 mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Lieferantinnen und Lieferanten, 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 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