
Herzenssache: Netto Marken-Discount unterstützt Weltherztag mit Gesundheitsrabatt im Online-Shop

- Am 29. September: Weltherztag wirbt für mehr Aufmerksamkeit zur Herzgesundheit
- Netto Online-Shop: 10 Prozent Gesundheitsrabatt auf Sportgeräte und mehr
- Einzigartig im Discount-Bereich: Defibrillatoren im Netto Online-Shop



Maxhütte-Haidhof, im September 2018 – Zum diesjährigen Weltherztag dreht sich am 29. September im Netto Online-Shop alles um das Thema Herzgesundheit. An diesem Aktionstag erhalten Kunden auf <https://shop.netto-online.de> einen exklusiven Gesundheitsrabatt in Höhe von 10 Prozent auf zahlreiche Artikel aus den Bereichen „Sportgeräte“, „Gesundheit“ und „Bewusst

Leben“. Seit Kurzem sind auch Defibrillatoren zum Einsatz gegen lebensbedrohliche Herzrhythmusstörungen im Netto Online-Shop erhältlich, was bislang einzigartig im deutschen Discount-Segment ist. Der Weltherztag ist eine Initiative der World Heart Federation (WHF), die Herzstiftungen und kardiologische Fachgesellschaften aus über 100 Ländern vereint. Der Aktionstag klärt unter anderem darüber auf, was jeder Einzelne tun kann, um Herz-Kreislauf-Erkrankungen oder Schlaganfällen vorzubeugen.

„Eine bewusste Lebensweise spielt in unserer Gesellschaft eine zentrale Rolle, und dabei will Netto seine Kunden unterstützen. Daher liegt uns das Anliegen des Weltherztages ganz besonders am Herzen. Mit Maßnahmen wie dem Aktionstag im Netto Online-Shop möchten wir unsere Kunden immer wieder sensibilisieren, im Alltag mehr auf die eigene Herzgesundheit und ihr Wohlbefinden zu achten“, betont Christina Stylianou, Leiterin Netto-Unternehmenskommunikation.

Der Aktionstag am 29. September im Netto Online-Shop reiht sich ein in verschiedene, regelmäßige Maßnahmen des Lebensmittelhändlers zum Thema bewusstere Ernährung. So bietet Netto Marken-Discount als Partner für bewusste Ernährung des Olympia Team Deutschland seinen Kunden seit 2016 immer wieder Angebote und Aktionen rund um eine bewusstere Ernährung. Zudem bietet Netto im Online-Shop eine große Auswahl an Sportgeräten und -zubehör. Unter dem Motto „Weniger ist mehr“ hat Netto in den vergangenen drei Jahren zudem bei

Pressemitteilung

über einhundert Eigenmarkenartikeln deren Zuckergehalt um durchschnittlich rund zehn Prozent und den Salzgehalt sogar um rund 30 Prozent reduziert. Weitere signifikante Reduktionen des Salz- und Zuckeranteils in relevanten Sortimenten wie Gebäck, Süßwaren und nichtalkoholischen Getränken sollen folgen.

Auswahl für gesundheitsbewusste Verbraucher

Mit rund 4.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittelauswahl in der Discountlandschaft – selbstverständlich auch für gesundheitsbewusste Verbraucher. So steht bei den Produkten der Netto-Eigenmarke „Viva Vital“ die ausgewogene Ernährung im Vordergrund. Viele „Viva Vital“-Produkte sind laktose- oder glutenfrei, fettreduziert und salzarm, enthalten Soja oder Tofu und eignen sich für eine vegetarische ebenso wie für eine cholesterinsenkende Ernährung. Mit insgesamt 30 Artikeln bietet „Viva Vital laktosefrei“ die größte Auswahl an laktosefreien Molkereiartikeln im Discount-Segment in Deutschland. Zudem finden Kunden bei Netto aktuell über 260 Lebensmittel, die den Richtlinien der EG-Öko-Verordnung entsprechen, darunter mehr als 210 Artikel der Netto-Eigenmarke „BioBio“.

Shoppen per Mausclick

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen zu den führenden Unternehmen im stationären Lebensmitteleinzelhandel und bietet mit dem Netto Online-Shop auch auf <https://shop.netto-online.de> ein breites Produktsortiment an Lebensmitteln und Non-Food-Artikeln. Der virtuelle Netto-Markt präsentiert mehrmals wöchentlich wechselnde Themenwelten und aktuelle Filialangebote. Neben zahlreichen Aktionsangeboten profitieren Kunden von attraktiven Online-Services wie der Möglichkeit zur Vorbestellung frischer Wurst- und Fleischspezialitäten in vielen Netto-Filialen. Auch DeutschlandCard-Punkte können im Netto Online-Shop gesammelt und auch für die Bezahlung eingelöst werden. Zum Online-Angebot von Netto Marken-Discount zählen außerdem auch der Garten-Shop „[GartenXXL](#)“ und der E-Store „[plus.de](#)“.

Über Netto Marken-Discount

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, ca. 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 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-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 Mitarbeitern 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. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.



Pressemitteilung

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou / Stefanie Adler
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de