
Neue Eigenmarke „Lieblings“ bei Netto Marken-Discount

- **Eigenmarke „Lieblings“** erkennbar am Herz-Logo
- **Mehr Leidenschaft: Ausgewählte Zutaten, hochwertige Rohstoffe und Rezepturen**
- **Mehr Vielfalt: Bereits über 70 Lieblingsprodukte im Netto-Eigenmarkensortiment**

Maxhütte-Haidhof, im Dezember 2019 – Produkte zum Verlieben: Mit „Lieblings“ startet Netto Marken-Discount eine neue Eigenmarke mit Herz. Alle Lieblinge werden besonders sorgsam ausgewählt und bieten einen kulinarischen Mehrwert wie spezielle Zutaten, hochwertige Rohstoffe und Rezepturen. Zu erkennen sind die neuen Lieblingsprodukte an dem signifikanten Herz-Logo. Schon jetzt sind über 70 „Lieblings“-Produkte in verschiedenen Warenbereichen in allen 4.260 Netto-Filialen zu finden, weitere Produkte folgen.

Ob bei Obst und Gemüse, Tiefkühlkost, Molkereiprodukten, Fleisch oder Getränken – die neue Eigenmarke „Lieblings“ bietet eine große Vielfalt in verschiedenen Bereichen des Netto-Sortimentes. So können die rund 21 Millionen Kunden unter anderem eine Kürbiscremesuppe, eine Beerenmischung oder Rispentomaten zu ihren neuen Lieblingen küren. Alle „Lieblings“-Produkte haben eins gemeinsam: Sie überzeugen mit einer besonders hohen Qualität und hochwertigen Zutaten. Ergänzt wird die neue Eigenmarke darüber hinaus von wechselnden Aktionsartikeln wie beispielsweise einem „Lieblings“-Chia-Brot und einem „Lieblings“-Frischkäse mit Steinpilzstücken.

Als führender Lebensmitteldiscounter bietet Netto sowohl beliebte und hochwertige Eigenmarken-Produkte als auch bekannte Markenartikel. Die Differenzierungsmarke „Lieblings“ steht wie auch alle anderen Netto-Eigenmarkenartikel für geprüfte Produkt- und Herstellungsqualität.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 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-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 5.200 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

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