

Aktuelle Analyse bestätigt

Netto Marken-Discount leistet Beitrag zur Verbraucherwohlfahrt

- Verkaufspreise zwischen 2020 und 2023 prozentual nicht stärker erhöht als Einkaufspreise
- Netto Marken-Discount kein „Inflationsgewinner“
- Fallende Rohstoffpreise müssen jetzt bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland ankommen

Maxhütte-Haidhof, im Juli 2023 – Eine aktuelle Analyse belegt, dass Netto Marken-Discount sich dafür einsetzt, seine Kundinnen und Kunden insbesondere in Zeiten steigender Lebenshaltungskosten mit einem bestmöglichen Preis-Leistungs-Verhältnis zu entlasten. Zahlreiche Daten der Einkaufs- und Verkaufs-Preisentwicklung von Netto Marken-Discount wurden dazu exemplarisch analysiert. Die Auswertung von CRA (Charles River Associates) – ein führendes Beratungsunternehmen auf dem Gebiet der Wettbewerbsökonomie – bestätigt, dass sich die Einkaufs- und Verkaufspreise bei Netto zwischen dem ersten Quartal 2020 und dem ersten Quartal 2023 im Durchschnitt annähernd gleichermaßen prozentual erhöht haben. Die Auswertung erfolgt auf Basis aller im Sortiment geführten Artikel.

Netto Marken-Discount hat demnach nicht von der hohen Inflation profitiert und diese auch nicht nach oben getrieben. Im Gegenteil: Dort wo es möglich ist, gibt das Handelsunternehmen Preisvorteile an Kundinnen und Kunden weiter – das ist im harten Wettbewerbsumfeld im deutschen Lebensmitteleinzelhandel auch erforderlich. Bereits seit Jahresstart hat Netto bei mehr als 600 Produkten über alle Warengruppen hinweg die Preise dauerhaft gesenkt.

“Auf Netto Marken-Discount ist Verlass. Uns ist es wichtig, mit fairen Preisen einen günstigen Wocheneinkauf insbesondere aufgrund der steigenden Inflation zu ermöglichen - dazu gehört auch die Weitergabe von Einkaufsvorteilen. Mit Preissenkungen und stabilen niedrigen Preisen unterstützen wir die privaten Haushalte“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Die häufig nicht nachvollziehbaren Preisforderungen der Markenartikel-Konzerne waren in den letzten Monaten so hoch, dass sich viele Verbraucherinnen und Verbraucher Markenartikel zum Normalpreis vielfach nicht mehr leisten können. Das führte zu einer immer größeren Nachfrage von Eigenmarken.

In den letzten zwei Jahren haben Industriekonzerne bei vielen Markenprodukten mit dem Argument steigender Rohstoffpreise Preiserhöhungen eingefordert. Aktuell gibt es in vielen Warenbereichen sinkende Rohstoffpreise. Diese fallenden Rohstoffpreise müssen jetzt bei den Privathaushalten in Deutschland ankommen, auch wenn einige Industriekonzerne das immer noch explizit ablehnen.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15.8 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, 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 5.600 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

