
Für mehr Nachhaltigkeit im Käserregal

Netto stellt Preiseinstiegs-Käseprodukte der Eigenmarke “Gutes Land” auf Haltungsformstufe 3 um

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2024: Durchschnittlich 25 Kilogramm Käse wird in Deutschland pro Jahr, pro Person konsumiert¹. Dabei setzen viele Verbraucherinnen und Verbraucher auf nachhaltigere Milchprodukte. Ab Januar 2024 stellt Netto Marken-Discount als erster Lebensmitteldiscounter in Deutschland ausgewählte Preiseinstiegsprodukte im Bereich Käse der Eigenmarke “Gutes Land” auf die Haltungsformstufe 3 (HF3) um – und das zum gleichbleibend niedrigen Preis für Kundinnen und Kunden. Damit verfolgt Netto konsequent ein übergeordnetes Ziel: Die Haltungsbedingungen von Nutztieren in Deutschland gemeinsam mit der Industrie und Landwirtschaft zu verbessern. Kundinnen und Kunden macht es Netto zudem leichter sich für nachhaltigere Produkte zu entscheiden – unabhängig vom Haushaltsbudget.

Zum Jahresstart setzt Netto sein Engagement für mehr Tierwohl konsequent fort und investiert in den Ausbau höherer Haltungsstufen. Als erster Lebensmitteldiscounter wird Netto die Haltungsform 3 bei ausgewählten Käseartikeln wie Scheiben-, Reibe- und Stückkäse seiner Eigenmarke “Gutes Land” umstellen. Mit der Umstellung dieser Preiseinstiegsartikel will Netto einen nachhaltigeren Standard im Segment etablieren und so ein starkes Zeichen für bessere Haltungsformen setzen. Kundinnen und Kunden können so auf den ersten Blick erkennen, dass die Milchkühe mehr Bewegungsfläche, Kontakt zu Außenklima sowie zusätzliche Weidegangmöglichkeiten haben. So zeigt Netto auch, dass ein neuer Qualitätsstandard zum Wohle der Tiere, unabhängig vom Preis realisiert werden kann, denn das Unternehmen bleibt der Strategie nachhaltigere Lebensmittel zu günstigen Preisen weiterhin treu.

„Das Thema Tierwohl liegt uns am Herzen, daher ist die schrittweise Umstellung auf die Haltungsformstufe 3 im Käseeigenmarkensortiment ein erster wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Gleichzeitig ist es uns wichtig, unseren Kundinnen und Kunden die Entscheidung für nachhaltigere und tierfreundlichere Produkte zu erleichtern“, erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

¹ [BLE - Pressemitteilungen - Bilanz 2022: Produktion und Pro-Kopf-Verbrauch von Milch, Käse und Butter nehmen ab](#)

Ausgewählte Artikel sollen bereits bis März aus Milch aus höherer Haltungsform umgestellt werden. Weitere Käseprodukte werden kontinuierlich folgen. Die Listung der Produkte kann aufgrund der Verfügbarkeit von Rohware regionale unterschiedlich ausfallen.

Mehr Tierwohl bei Netto

Netto Marken-Discount setzt sich seit Jahren dafür ein, das Eigenmarkensortiment nachhaltiger auszurichten und höhere Standards für das Tierwohl und die Tiergesundheit zu etablieren. So soll auch das gesamte Trinkmilchsortiment bis Juli 2024 auf die Haltungsformstufen 3 und 4 umgestellt sein. Der hohe Stellenwert, den Netto dem Thema beimisst, zeigt sich ebenso darin, dass Netto Gründungsmitglied der Initiative Tierwohl (ITW) ist, die sich für einen tiergerechtere und nachhaltigere Fleischerzeugung einsetzt. Seit 2015 hat Netto die ITW mit fast 80 Millionen Euro unterstützt.

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. 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 5.600 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

