

## Netto Marken-Discount mit größtem gentechnikfreien Sortiment im Fleisch- und Wurstbereich in der Discounterbranche

Maxhütte-Haidhof, 25. Mai 2018 – Mit seinem Angebot an gentechnikfreien, zertifizierten Lebensmitteln bietet Netto Marken-Discount das größte VLOG-Sortiment im Fleisch- und Wurstbereich in der Discounterbranche. Netto-Kunden finden bundesweit in den über 4.200 Filialen des Lebensmittelhändlers unter anderem gentechnikfreie Wurst aus Schweinefleisch, Geflügelfleischwurst, gemischtes Hackfleisch (Schwein und Rind), frisches Schweinefleisch sowie Geflügelmetzgeraufschnitt im Selbstbedienungsbereich. In ausgewählten Filialen gibt es auch marinierte VLOG-Grillartikel. Zudem ist das gesamte Geflügelfleisch im SB-Regal und an den Bedientheken gentechnikfreie Zone. Die notwendige Transparenz für die Verbraucher gewährleistet die Kennzeichnung mit dem anerkannten „Ohne Gentechnik“-Siegel vom „Verband Lebensmittel ohne Gentechnik“ (VLOG). Im Jahresverlauf wird das Angebot an VLOG-zertifizierten Lebensmitteln weiter ausgebaut.

Gemäß dem Anspruch höchster Produktqualität und Lebensmittelsicherheit verkauft Netto in seinen rund 4.200 Filialen grundsätzlich keine kennzeichnungspflichtigen gentechnisch veränderten Lebensmittel. Darüber hinaus wird der Sortimentsanteil an Tierprodukten, bei deren Erzeugung ausschließlich gentechnikfreie Futtermittel zum Einsatz kommen, fortwährend ausgebaut. „Als eines der führenden Unternehmen in der Lebensmittelbranche sehen wir es als unsere Verantwortung, unseren Kunden eine Auswahl frischer Lebensmittel frei von Gentechnik anzubieten. Deshalb ist die Umstellung der Netto-Eigenmarkenprodukte fest in unseren Unternehmenszielen verankert. Jedes weitere VLOG-zertifizierte Produkt ist ein Erfolg auf diesem Weg und bietet Kunden noch mehr Wahlfreiheit und Transparenz beim Lebensmittelkauf“, sagt Christina Stylianos, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.



Viele Lebensmittel aus dem Netto-Eigenmarkensortiment sind bereits komplett VLOG-zertifiziert. Auch das Sortiment der Netto-Eigenmarke „BioBio“ ist gentechnikfreie Zone.

## Pressemitteilung

---

### **Netto Marken-Discount im Profil:**

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, rund 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 Deutschland-Card 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.

### Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG  
Unternehmenskommunikation  
Stefanie Adler  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)