

## Pressemitteilung

---

Regional einkaufen? Dann geh doch zu Netto!

### Netto Marken-Discount startet große Regionalitätskampagne

Maxhütte-Haidhof, im Juli 2018: Unter dem Motto „Du willst Produkte aus deiner Region? Dann geh doch zu Netto!“ startete Netto Marken-Discount am 23. Juli eine großangelegte Regionalitätskampagne. Ziel der Kampagne ist es, die Kunden für das vielfältige Angebot an regionalen Produkten bei Netto und deren Vorteile zu sensibilisieren.

Ab Ende Juli bewirbt der neue TV-Spot „Milch“ (abrufbar unter <https://youtu.be/Ldz8fuv3cO8>) mit der gewohnten Prise Netto-Humor das regionale Produktsortiment des Lebensmittelhändlers. Neben dem TV-Spot wird die Kampagne auch in Online- und

Printmedien, den Handzetteln und über diverse POS-Maßnahmen in den bundesweit über 4.200 Netto-Filialen umgesetzt. Bei einem großen Online-Gewinnspiel können Netto-Kunden einen erlebnisreichen Urlaub im Harz gewinnen.



#### Vom Feld in die Netto-Filiale: Frische Lebensmittel aus der Heimat

Regionale Lebensmittel gibt es in nahezu allen Produktsegmenten bei Netto Marken-Discount. So finden Kunden zum Beispiel Obst und Gemüse, Backwaren, Eier, Molkerei-, Fleisch- und Wurstprodukte sowie Bier und Mineralwasser aus der Region in den Netto-Regalen. Neben positiven Effekten auf Frische und Aroma tragen Lebensmittel aus der Region durch deutlich kürzere Transportwege beispielsweise auch zur Reduzierung der CO2-Emissionen bei. Zudem unterstützt Netto mit seinen langjährigen Partnerschaften mit regionalen Erzeugern aktiv die mittelständischen und familiengeführten Unternehmen aus der Heimat. **„Regionale Lebensmittel gehören zum Herzstück unserer Sortimentsausrichtung. Diesen Heimataspekt wollen wir mit unserer aktuellen Kampagne humorvoll ins Bewusstsein der Verbraucher rücken“**, so Stefanie Adler, Netto-Unternehmenskommunikation.

## Pressemitteilung

---

### Regionale Produkte bei Netto erkennen

Erkennen können Netto-Kunden die regionalen Produkte an entsprechenden Siegeln sowie Etikett- und Preisschildauszeichnungen. Beim „**Regionalfenster**“ sehen Verbraucher auf einen Blick, woher die Produkte stammen und wo sie verarbeitet wurden. Eine jährliche unabhängige Kontrolle des „Regionalfenster e.V.“ gewährleistet, dass die im Regionalfenster deklarierten Angaben verlässlich sind. Auch „**GQB**“ (**Geprüfte Qualität – Bayern**) bzw. Netto-Siegel wie „**Qualität aus Bayern**“ oder „**Qualität aus Nordrhein-Westfalen**“ weisen auf regionale Produkte hin. Mittlerweile gibt es bei letzterem beispielsweise schon über 530 Netto-Artikel aus Bayern bzw. mehr als 330 Artikel aus NRW. Im Obst- und Gemüsebereich bietet zudem die Eigenmarke **Markttag** größtmögliche Herkunftstransparenz: Jeder Markttag-Artikel ist mit einem QR-Code versehen. Interessierte Verbraucher können ihr Obst und Gemüse per Smartphone scannen und dessen Herkunft bis zum Erzeuger zurückverfolgen. Die Produktkategorie „aus Bayern“ weist beispielsweise auf die regionalen Artikel aus dem größten deutschen Bundesland hin.



Mehr Informationen gibt es unter [www.netto-online.de/regionalitaet](http://www.netto-online.de/regionalitaet).

### 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 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.

### Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG  
Christina Stylianou / 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)