

Kleiner Betrag, große Wirkung: Netto-Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ unterstützt seit zehn Jahren heimische Landwirte

Maxhütte-Haidhof, im September 2018 – Die 2008 von Netto Marken-Discount ins Leben gerufene Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ wird zehn Jahre alt. Die Idee dahinter: Ein Aufpreis von 10 Cent pro „Ein Herz für Erzeuger“-Produkt wird zu 100 Prozent an die beteiligten Landwirte in Deutschland weitergegeben. Dank der tatkräftigen Unterstützung zahlreicher Netto-Kunden konnten auf diesem Wege allein im Jahr 2017 rund 3,3 Millionen Euro und damit seit Start der Initiative insgesamt schon mehr als 26 Millionen Euro zusätzlich an heimische Landwirte verteilt werden. Dadurch werden nicht nur neue Anschaffungen in den Betrieben gefördert, sondern auch Arbeitsplätze vor Ort gesichert. Die mit dem „Ein Herz für Erzeuger“-Logo versehenen Artikel sind in allen der bundesweit über 4.200 Netto-Filialen erhältlich.

Landwirt Jörn Meier (Foto), dessen Familienbetrieb im Süden Hamburgs Obst anbaut, nimmt seit 2008 an der Netto-Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ teil: „Durch die Initiative bekommen wir über die Obstabrechnung jedes Jahr einen höheren Preis ausgezahlt. Darüber freuen wir uns. Diese Zusatzeinnahmen fließen direkt in unseren Hof, zum Beispiel in neue Bäume, aktuelle Landmaschinenteknik, zur Bodenbearbeitung oder zur Förderung der biologischen Vielfalt in unseren Plantagen etwa durch das Aufstellen von Insektenhotels. Davon profitieren auch unsere Mitarbeiter, denn es erleichtert uns die tägliche Arbeit. Zudem sorgt die Initiative dafür, dass Endverbraucher die landwirtschaftliche Arbeit in Deutschland besser kennen und schätzen lernen.“



Pressemitteilung

Die Produktauswahl des „Ein Herz für Erzeuger“-Sortiments von Netto Marken-Discount wurde seit dem Start der Initiative schrittweise erweitert. Die Auswahl erstreckt sich mittlerweile von Gemüse und Obst aus deutschem Anbau über Lebensmittel aus dem Molkereisegment bis hin zu Eiern sowie Fleisch- und Wurstprodukten aus deutscher Erzeugung.

„Die Übernahme von Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft ist Teil unserer gelebten Unternehmenskultur. Dieser Nachhaltigkeitsanspruch spiegelt sich auch in unserer Sortimentsstrategie wider. Wir danken unseren Kunden, die unsere Initiative seit nunmehr zehn Jahren mit jedem Kauf eines ‚Ein Herz für Erzeuger‘-Produktes ganz konkret unterstützen“, so Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Die Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ ist Teil des umfangreichen Engagements von Netto Marken-Discount für mehr Nachhaltigkeit. Vor diesem Hintergrund haben Lebensmittel aus regionaler Produktion einen sehr hohen Stellenwert im Sortiment des Lebensmittelhändlers, der in ganz Deutschland mit zahlreichen regionalen Erzeugern und heimischen Landwirten, Bäckereien, Brauereien und Mineralbrunnen zusammenarbeitet – oft im Rahmen langjähriger Partnerschaften. Damit unterstützt Netto zum einen mittelständische und familiengeführte Unternehmen aus der Heimat und schützt dank kurzer Transportwege zudem die Umwelt. Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit bei Netto auf www.netto-online.de/Nachhaltigkeit.chtm.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, ca. 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 Schwerpunkthemen 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
www.netto-online.de