

---

## Mehr Exotik im Fruchtregal: Netto verkauft als einziger Discounter weitere Chiquita-Früchte

- **Exklusiv:** Netto kooperiert als einziger Discounter mit Chiquita
- **Exotisch:** Nun auch Physalis und Passionsfrucht von Chiquita gelistet
- **Vielfältig:** Netto hat größtes Obst- und Gemüsesortiment im Lebensmitteldiscount

**Maxhütte-Haidhof, im Juni 2019 – Netto Marken-Discount versüßt seinen Kunden den Obst- und Gemüseinkauf mit neuen exotischen Früchten von Chiquita. Die im Lebensmitteldiscount exklusive Kooperation zwischen Netto und Chiquita umfasst ab Montag, 15. Juli, auch die Exoten Physalis und Passionsfrucht. Nach Bananen, Mangos und Honigmelonen von Chiquita erweitert Netto damit nochmals sein Obst- und Gemüsesortiment, das bereits die größte Auswahl in der deutschen Discountlandschaft bietet. Die beliebten Früchte, die nach purer Exotik frisch und fruchtig schmecken, sind ab sofort dauerhaft in allen rund 4.260 Filialen von Netto Marken-Discount in Deutschland erhältlich.**

Mit rund 5.000 Artikeln verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der deutschen Discountlandschaft. Dabei liegt ein besonderer Schwerpunkt auf frischen Lebensmitteln wie Obst und Gemüse. Zudem profitieren Netto-Kunden bundesweit von einer besonderen Sortimentsvielfalt, die sich jeweils zur Hälfte aus Markenartikeln sowie aus den beliebten Netto-Eigenmarken zusammensetzt.

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

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmittel-einzelhandelsbranche. 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-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“, die sozial benachteiligte Kinder fördert. Mit über 5.200 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  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)