
„EINFACH FAIR“: Neue Netto-Eigenmarke für mehr Tierschutz

- **Tierwohl:** Zertifizierte Produkte nach Richtlinien des Deutschen Tierschutzbunds
- **Herkunft:** Hähnchenfleisch aus 100 Prozent deutscher Landwirtschaft
- **Haltungsform:** Alle Produkte mit Stufe 3 ausgezeichnet

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2020 – Als Gründungsmitglied der Initiative Tierwohl und Vertragspartner des Deutschen Tierschutzbundes unterstützt Netto Marken-Discount nachhaltigere Fördermaßnahmen zur Verbesserung der Schweine- und Geflügelhaltung. Mit der neuen Eigenmarke „EINFACH FAIR“ setzt Netto auf Hähnchenfleischprodukte aus deutscher, tierschutzgerechterer Haltung. Netto-Kunden finden ab sofort regional variierend unterschiedliche Hähnchenartikel im SB-Kühlregal. Bei positiver Kundenresonanz wird ein Ausbau des Sortiments um weitere Artikel geprüft.



Netto erweitert mit der neuen Eigenmarke „EINFACH FAIR“ sein nachhaltigeres Fleischeinmarken-Sortiment. Bei der Produktion der neuen Fleischartikel unterstützt Netto tierschutzgerechtere Haltungsbedingungen und somit ein besseres Leben von Nutztieren. Die neuen Eigenmarkenprodukte entsprechen nach den Richtlinien des Deutschen Tierschutzbundes der Haltungsform 3. Das bedeutet u. a. mehr Platz, Frischluft-Kontakt sowie Beschäftigungsgegenstände. Die Kennzeichnung der Haltungsformstufe ist auf allen „EINFACH FAIR“-Artikeln für die Kunden auf dem jeweiligen Produkt ersichtlich und schafft Transparenz und Orientierung. Mit der Kennzeichnung der relevanten Haltungsform reagiert Netto bereits seit April 2019 auf das Informationsbedürfnis seiner Kunden beim Lebensmitteleinkauf und zeigt, welche Fleischprodukte aus der jeweiligen Haltungsform stammen.

Für faire Haltungsbedingungen und mehr Tierwohl

Das Thema Tierwohl und dessen kontinuierliche Weiterentwicklung sind wesentlicher Teil der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung von Netto Marken-Discount. So gehört Netto seit 2015 zu den Gründungsmitgliedern der Initiative Tierwohl. Unter dem Motto „Gemeinsam

verantwortlich handeln" haben sich in der Initiative Tierwohl wichtige Partner der gesamten Wertschöpfungskette in der Schweinefleisch- und Geflügelfleischbranche in einem freiwilligen Aktionsbündnis zusammengeschlossen, um das Tierwohl in der Nutztierhaltung in Deutschland Schritt für Schritt aktiv und flächendeckend auszubauen.

Neben der Unterstützung der Initiative Tierwohl setzt Netto Marken-Discount ein weiteres Zeichen für ein besseres Leben von Nutztieren und listet in seinem Sortiment Fleischartikel mit dem Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“, das vielen Tieren zu besseren Haltungsbedingungen verhilft: Fleisch und Wurst dürfen das Tierschutzlabel erst tragen, wenn die Kriterien komplett erfüllt sind. Für Hähnchenfleisch der Einstiegsstufe gilt beispielsweise eine Begrenzung der Transportdauer sowie Ställe mit Sitzstangen und Pickgegenständen. Ein System unabhängiger Kontrollen und Kontrollen durch den Deutschen Tierschutzbund sowie konsequente Sanktionen bei Regelverstößen sichern die Versprechen des Tierschutzlabels „Für Mehr Tierschutz“.

"Wir freuen uns sehr, dass Netto den Weg hin zu einem Mehr an Tierschutz weitergeht und sich zu unserem Tierschutzlabel bekennt. Nur wenn der Handel auch eine Kaufalternative bietet, können Verbraucher eine bewusste Entscheidung für mehr Tierschutz im Einkaufskorb treffen. Netto geht hier mit seiner Eigenmarke mit gutem Beispiel voran", so Thomas Schröder, Präsident Deutscher Tierschutzbund e.V..

Darüber hinaus arbeitet Netto Marken-Discount ausschließlich mit zertifizierten Lieferanten zusammen, die regelmäßig durch entsprechende Institutionen wie IFS oder Qualität und Sicherheit GmbH (QS) kontrolliert werden. Weitere Informationen zum Label „Für Mehr Tierschutz“ gibt es unter www.netto-online.de/tierschutz sowie zur Initiative Tierwohl unter www.netto-online.de/Initiative-Tierwohl.

Qualität aus der Heimat

Die Eigenmarke „EINFACH FAIR“, die Kooperation mit der Initiative Tierwohl und die Partnerschaft mit dem Deutschen Tierschutzbund sind Teil des umfangreichen Engagements von Netto Marken-Discount für noch mehr Nachhaltigkeit im Eigenmarkensortiment. Weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit bei Netto finden Sie auf www.netto-online.de/Nachhaltigkeit.chtm

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 Lebensmitteleinzelhandelsbranche. 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. 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.

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de