
Vorreiter: Netto Marken-Discount startet Test für neue Veggie-Produkte in Norddeutschland

- **Vielfalt:** Netto bietet eine Vielzahl an veganen und vegetarischen Artikeln
- **Pilot-Test:** Erweitertes Angebot an Fleischalternativen im Netto-Regal
- **Veganer Trend:** Steigende Nachfrage an pflanzlichen Alternativen

Maxhütte/Haidhof, im November 2020 – Über 55% der Deutschen bezeichnen sich als Flexitarier*. Die Nachfrage nach vegetarischen und veganen Artikeln wächst stetig. Hierbei sind vor allem Fleischalternativen sehr gefragt. Darum erweitert Netto Marken-Discount testweise sein Veggie-Sortiment: Ab dem 16. November wird in Netto-Filialen in Teilen von Hamburg und Schleswig-Holstein ein erweitertes Angebot an Fleischersatzprodukten für Netto-Kunden erhältlich sein.

Im Laufe der letzten Jahre konnte Netto Marken-Discount regional eine stetig wachsende Nachfrage an vegetarischen und veganen Lebensmitteln beobachten. Besonders Fleischersatzprodukte wie vegane Burger Patties oder Gemüsebällchen sind stark im Trend. Um seinen Kunden noch mehr Vielfalt zu bieten, startet Netto in Hamburg und Schleswig-Holstein jetzt einen Testlauf mit einer erweiterten Auswahl an Fleischalternativen in ausgewählten Filialen. Netto-Kunden finden dann unter anderem Produkte der Netto-Eigenmarke BioBio als auch Markenprodukte von Garden Gourmet und Rügenwalder Mühle im Kühlregal. Das Angebot ist vielfältig: Vom SoFisch Burger über vegetarische Gemüsebällchen bis zu verschiedenen Tofu Sorten der Netto-Eigenmarke BioBio. Netto möchte mit diesem Test seinen vegetarischen und veganen Kunden ein möglichst großes kulinarisches Angebot bieten.

Aktuell bietet Netto in seinem Sortiment über 230 vegane Artikel an. Neben einer Vielzahl von Fleischersatzprodukten hat Netto auch im Milch- und Joghurtsegment viele pflanzliche Alternativen im Angebot. Im BioBio Eigenmarkensortiment können Netto-Kunden zwischen mehreren Milchalternativen wie beispielsweise Hafer- und Sojadrink wählen. Darüber hinaus finden Vegetarier und Veganer in regionalen Aktionen weitere pflanzliche Alternativen im Netto-Regal. Zudem bietet die große Obst- und Gemüseabteilung bei Netto eine vielfältige Auswahl an regionalen und saisonalen Produkten.

„Die Nachfrage nach vegetarischen und veganen Produkten wächst stetig. Wir möchten unseren Kunden noch mehr Auswahl bieten und bauen daher testweise unser Sortiment an Fleischalternativen in unseren Filialen in Hamburg und Schleswig-Holstein weiter aus“, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Das erweiterte Veggie-Sortiment wird ab dem 16. November in Netto-Filialen in Teilen der Bundesländer Hamburg und Schleswig-Holstein erhältlich sein.

Vielfalt und Nachhaltigkeit

Netto Marken-Discount bietet mit über 5.000 Artikeln die größte Auswahl an Lebensmitteln in der deutschen Discount-Landschaft – mit einem Fokus auf aktuellen Verbrauchertrends und nachhaltiger erzeugten Lebensmitteln, sowie einem ausgewogenen Verhältnis an Marken- und Eigenmarkenartikeln.

*Der BMEL-Ernährungsreport 2020, Deutschland, wie es isst

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,5 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. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“, die sozial benachteiligte Kinder fördert. Mit über 5.100 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

www.netto-online.de