
Noch mehr Bio: Netto stellt Apfelsorten im Rheinland auf regionale Bio-Qualität um

- **Angesagt: 78 Prozent der Deutschen kaufen Bio-Lebensmittel**
- **Nachhaltig: Netto verkauft künftig Bio-Äpfel aus der Region in Filialen in Teilen von Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz**
- **Regional: Netto unterstützt heimische Apfelproduzenten auf dem Weg zum Bio-Apfel**

Maxhütte-Haidhof, im März 2021 – Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher legen beim Einkaufen Wert auf nachhaltigere und ökologisch erzeugte Lebensmittel: Bereits 78 Prozent der Deutschen kaufen* Bio-Produkte. Netto Marken-Discount setzt hier Maßstäbe und bietet schon jetzt das größte Bio-Sortiment unter den Discountern. In Teilen von Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz baut Netto dieses Engagement zurzeit weiter aus und stellt zusammen mit den regionalen Apfelproduzenten im rheinischen Kernobstbauggebiet die Apfelsorten Elstar, Gala und Jonagold auf Bio-Qualität um. Damit fördert Netto gleichzeitig die regionale Landwirtschaft und stärkt Partnerschaften mit Erzeugern vor Ort.

„Wir freuen uns, dass wir dank unserer Partnerschaft mit Netto Marken-Discount eine hohe Vielzahl an Menschen aus der Region mit unseren Äpfeln erreichen können. Dadurch verankert sich die Bedeutung von Regionalität und biologischen Anbau noch stärker in den Köpfen der Verbraucherinnen und Verbraucher“, so Wilfried Krings, Bio-Obstbauer aus Rheinbach (Nordrhein-Westfalen).

Mit der Umstellung auf Bio-Äpfel erfüllt Netto aktuelle Verbraucherwünsche: Das Ökobarometer 2020 zeigt, dass 97 Prozent der Personen die Bio-Produkte kaufen, auch Bio-Obst und -Gemüse einkaufen*. Bis ein Apfel zum zertifizierten Bio-Apfel wird, benötigt es allerdings Zeit: So startete die Umstellung der drei Apfelsorten Elstar, Gala und Jonagold bereits im August 2019, vollständig abgeschlossen ist sie aber erst nach 36 Monaten, also im Herbst 2022. Dreimal müssen die Äpfel geerntet werden, bis sie ab der vierten Ernte als „Bio-Äpfel aus ökologischem Anbau“ verkauft werden dürfen. Zuvor werden die Äpfel zwar bereits nach ökologischen Vorschriften angebaut, dürfen jedoch noch nicht als Bio-Äpfel angeboten werden. Die als „Umstellungsware“ gekennzeichneten Äpfel werden bereits seit dem 08. März 2020 in allen Netto-Filialen in Teilen von Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz verkauft.

„Die große Lebensmittelauswahl und das Engagement für Nachhaltigkeit gehören zu den festen Bestandteilen unserer Netto-Sortimentsausrichtung. Mit der Umstellung auf Bio-Äpfel in Teilen von Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz stärken wir gleichzeitig Obstbauern aus der Region“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Große Bio-Auswahl zu verbraucherfreundlichen Preisen

Mit über 300 ökologisch zertifizierten Bio-Produkten gehört Netto zu den größten Bio-Händlern Deutschlands und beweist gleichzeitig, dass „Bio“ nicht teuer sein muss. Ob Obst und Gemüse, Molkereiprodukte oder Pasta, TK-Pizza, Reis, Säfte oder süße Knabbereien – die Netto-Eigenmarke BioBio bietet eine große Vielfalt an nachhaltigeren Produkten, unabhängig vom zur Verfügung stehenden Haushaltsbudget.

Heimische Landwirtschaft stärken

Das Thema Regionalität hat für die nachhaltigere Sortimentsausrichtung bei Netto einen hohen Stellenwert. So arbeitet der Lebensmittelhändler mit zahlreichen regionalen Partnern zusammen, um mittelständische und familiengeführte Unternehmen aus der Heimat zu unterstützen. Zusätzlich unterstützt Netto mit seiner „Ein Herz für Erzeuger“-Initiative Erzeugerbetriebe in Deutschland seit Start der Initiative bereits mit knapp 33 Millionen Euro.

Weitere Informationen zum Bio-Sortiment und zum Thema Nachhaltigkeit finden Sie unter <https://www.netto-online.de/ueber-netto/Nachhaltigkeit.chtm>.

*Ökobarometer 2020, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Januar 2021

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und 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-Kundinnen und 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 rund 5.100 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

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