

---

## **Unterstützung der heimischen Landwirtschaft „Ein Herz für Erzeuger“: Netto-Kundinnen und Kunden fördern deutsche Landwirtschaft mit über 3 Millionen Euro**

- **Netto-Initiative: „Ein Herz für Erzeuger“ zur Unterstützung deutscher Landwirtschaft**
- **Wirksam: Über 3 Millionen Euro wurden 2020 direkt an heimische Landwirtschaftsbetriebe ausgeschüttet**
- **Langfristig: Seit Start der Initiative wurden bereits über 38 Millionen Euro ausgezahlt**

**Maxhütte-Haidhof, im September 2021 – Die Förderung heimischer Partnerschaften hat bei Netto Marken-Discount einen hohen Stellenwert. Dazu gehört insbesondere die Unterstützung der deutschen Landwirtschaft. Mit der Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ engagiert sich Netto gemeinsam mit seinen Kundinnen und Kunden für faire Preise. Die Produkte mit dem „Ein Herz für Erzeuger“-Logo sind mit einem Aufpreis von 10 Cent versehen – ein Mehrpreis der nachweislich zu 100 Prozent an die teilnehmenden Landwirtinnen und Landwirte weitergegeben wird. So ermöglicht Netto seinen Kundinnen und Kunden, mit dem Kauf der Artikel, deutsche Landwirtschaftsbetriebe zu unterstützen. Im Jahr 2020 kamen dadurch 3.034.325,51 Euro zusammen. Seit 2008 hat die Netto-Initiative insgesamt bereits über 38 Millionen Euro Extra-Zuschläge ausgezahlt und damit die heimische Landwirtschaft unterstützt. Die „Ein Herz für Erzeuger“-Artikel sind bundesweit in allen 4.260 Netto-Filialen in Deutschland erhältlich.**

Bereits seit vielen Jahren ist die Förderung landwirtschaftlicher Betriebe in Deutschland eine Herzensangelegenheit für Netto. Mit der Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ setzt sich Netto nachhaltig für heimische Landwirtschaftsbetriebe ein und konnte allein 2020 durch den 10-Cent-Aufschlag gemeinsam mit seinen Kundinnen und Kunden eine Spendensumme von 3.034.325,51 Euro ausschütten. Netto ermöglicht damit, sich für die langfristige Sicherung von Arbeitsplätzen und regionaler Strukturen einzusetzen. Die einwandfreie Ausschüttung an die teilnehmenden Erzeugerinnen und Erzeuger wird von unabhängigen, externen Rechtsanwälten geprüft und bestätigt.

Das „Ein Herz für Erzeuger“-Sortiment beinhaltet neben Obst und Gemüse auch Molkereiprodukte sowie Eier, Fleisch- und Wurstprodukte. Zusätzlich zu den national gelisteten Artikeln werden je nach Region weitere Artikel der Initiative angeboten.

---

### Lebensmittel aus der Heimat

Die Zusammenarbeit mit heimischen Betrieben gehört zur Sortimentsausrichtung von Netto. So arbeitet Netto mit zahlreichen regionalen Bäckereien, Brauereien und Mineralbrunnen zusammen und setzt auf langjährige, verlässliche Partnerschaften. Damit unterstützt Netto mittelständische und familiengeführte Unternehmen aus der Heimat und sorgt gleichzeitig für kurze Transportwege – was sich positiv auf die Umwelt auswirkt.

Weitere Informationen zur Netto-Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ finden Sie auf:  
<https://www.netto-online.de/ueber-netto/Eigenmarken-Ein-Herz-fuer-Erzeuger.chtm>

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

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,6 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, 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 5.300 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:  
Netto Marken-Discount Stiftung & 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)