
**Netto baut Eigenmarken-Angebot für mehr Tierwohl weiter aus
„EINFACH FAIR“: Netto Marken-Discount bietet Rinderhackfleisch
vom deutschen Weiderind mit Haltungsstufe 3 an**

Maxhütte-Haidhof, März 2022 – Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich Netto Marken-Discount schon seit Jahren für artgerechte Tierhaltung ein und engagiert sich für Tierwohl und Tiergesundheit. Dazu gehört insbesondere auch die kontinuierliche Verbesserung der Haltungskriterien für das gesamte Eigenmarken-Fleischsortiment. Hier geht Netto jetzt einen konsequenten Schritt weiter und führt das Weiderindhackfleisch ab sofort unter der Eigenmarke „EINFACH FAIR“. Kundinnen und Kunden finden das Hackfleisch, das mit Haltungsstufe 3 ausgewiesen ist, bundesweit in allen 4.260 Netto-Filialen.

Das Weiderindhackfleisch der Eigenmarke „EINFACH FAIR“ entspricht den Kriterien der Haltungsform 3 und ist zusätzlich mit dem PRO WEIDELAND-Siegel gekennzeichnet. Damit ist garantiert, dass die Tiere mindestens 120 Tage im Jahr für mindestens sechs Stunden pro Tag weiden können und ihnen mindestens 1.000 m² Weidefläche zur Verfügung stehen. Diese können die Rinder zur Bewegung und als Futterquelle nutzen. Zusätzlich sind die Ställe mit Kratz- und Scheuerbürsten ausgestattet. Die Fütterung erfolgt ausschließlich mit gentechnikfreiem Futter. Die Kennzeichnung der Haltungsformstufe ist auf allen „EINFACH FAIR“-Artikeln für Kundinnen und Kunden transparent ersichtlich und schafft somit eine schnellere Orientierung bei der Einkaufswahl nachhaltigerer Produktalternativen. Netto setzt bei allen „EINFACH FAIR“-Eigenmarkenprodukten auf heimische und tierschutzgerechtere Haltung. So handelt es sich beim Hackfleisch vom Weiderind um 100 Prozent deutsches Qualitätsfleisch.

„Die Verbesserung des Tierwohls in der Nutztierhaltung hat für uns einen hohen Stellenwert in unserer Sortimentsausrichtung. Mit dem ‚EINFACH FAIR‘-Weiderindhackfleisch erweitern wir erneut unsere Auswahl an Haltungsstufe 3-Eigenmarkenartikeln“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Tierwohl ist bei Netto fester Bestandteil unternehmerischer Verantwortung

Tierwohl und bessere Haltungsbedingungen hat traditionell einen hohen Stellenwert im Netto-Eigenmarken-Portfolio. Beide Aspekte sind Bestandteile der langfristig angelegten Sortimentsstrategie.

Seit Jahren entwickelt Netto das bestehende nachhaltigere Sortiment über die gesamte Prozesskette kontinuierlich weiter und plant, das gesamte Eigenmarkensortiment auf höhere Haltungsformen umzustellen. Ziel ist es, den Anteil der Haltungsformen 3 und 4 konsequent weiter auszubauen. So vereinbarte Netto Marken-Discount im Februar 2021 mit dem deutschen Tierschutzbund, den Anteil der Geflügelprodukte dieser beiden Haltungsstufen bis 2023 zu verdoppeln und bietet schon jetzt, neben dem Hackfleisch vom Weiderind, bereits verschiedene Hähnchenfleischprodukte der Eigenmarke „EINFACH FAIR“ in Haltungsstufe 3 an. Auch das Angebot von Bio-Fleisch und -Wurst mit der Haltungsstufe 4 ist in den letzten Jahren weitergewachsen. Zudem gibt es schon jetzt bei Netto ausschließlich SB-Geflügelprodukte mit mindestens Haltungsformstufe 2 und auch bei frischem SB-Schweinefleisch der Eigenmarke Gut Ponholz hat Netto sein Sortiment bereits auf Haltungsformstufe 2 oder höher umgestellt. Orientiert an Kundenbedürfnissen bietet Netto als Nahversorger in seinen Filialen mit SB-Regalen weiterhin hochwertige Fleischartikel in verschiedenen Haltungsstufen an: von günstigen Preiseinstiegsartikeln über regionale Erzeugnisse bis zu einer Auswahl bio-zertifizierter Fleischartikel.

Das Thema Tierwohl und dessen kontinuierliche Weiterentwicklung sind Bestandteil der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung von Netto Marken-Discount. Netto ist Gründungsmitglied und einer der größten Beitragszahler der Initiative Tierwohl (ITW). Seit ihrem Start 2015 konnte Netto die Initiative mit fast 80 Millionen Euro unterstützen und damit einen wichtigen Beitrag für tiergerechtere und nachhaltigere Fleischerzeugung leisten. Zusätzlich fördert Netto Partnerinnen und Partner aus der Landwirtschaft mit langen Vertragslaufzeiten und garantierten Abnahmemengen.

Weitere Informationen zur Initiative Tierwohl sowie zu den Haltungsformen finden sich unter <https://www.netto-online.de/ueber-netto/Tierwohl-und-Haltungsform.chtm>. Informationen zum Label PRO WEIDELAND gibt es unter <https://proweideland.eu/>.

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

www.netto-online.de

