
Netto Marken-Discount setzt bei Eigenmarken-Schweinefleisch auf deutsche Herkunft

- **5D: Umstellung der gesamten Wertschöpfungskette über Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung bis zur Verarbeitung**
- **Verlässlich: Unterstützung deutscher Ferkelzüchter und Betriebe**
- **Transparenz: Kennzeichnung verdeutlicht deutsche Herkunft**

Maxhütte-Haidhof, im September 2022 – Netto Marken-Discount bietet ab sofort das gesamte Schweinefleisch der Eigenmarke Gut Ponholz aus deutscher Herkunft an. Verbraucherinnen und Verbraucher werden anhand der 5D-Kennzeichnung transparent informiert, dass die gesamte Wertschöpfungskette des Schweinefleischs – über Geburt, Aufzucht, Mast, Schlachtung bis zur Verarbeitung – in Deutschland stattfindet.

Die Förderung der heimischen Landwirtschaft und produzierender Betriebe ist für Netto Marken-Discount ein zentrales Anliegen im Rahmen seiner nachhaltigeren Sortimentsausrichtung. Die Umstellung des Schweinefleisches im Eigenmarkensegment ist ein weiterer wichtiger Schritt und ermöglicht die gezielte Unterstützung deutscher Ferkelerzeuger. Die 5D-Kennzeichnung verdeutlicht transparent, dass das Schweinefleisch – von der Geburt der Tiere über die Aufzucht bis hin zur Schlachtung sowie weitere Verarbeitungsschritte – ausnahmslos aus Deutschland stammt.

„Mit der Umstellung unserer gelisteten Eigenmarkenartikel auf Schweinefleisch aus ausschließlich deutschem Ursprung, setzen wir ein weiteres klares Signal an die heimische Landwirtschaft und bekennen uns klar zu Erzeugern aus Deutschland“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Tierwohl und Haltungsform

Mit dem Sortimentschwerpunkt auf Fleisch aus deutscher Herkunft, unterstützt Netto heimische Landwirte bei der Transformation zu mehr Tierwohl und besseren Haltungsbedingungen. Wichtige Themen, die einen hohen Stellenwert im Netto-Eigenmarken-Portfolio haben und über die gesamte Wertschöpfungskette kontinuierlich weiterentwickelt werden. Das Handelsunternehmen plant, sein gesamtes Eigenmarkensortiment auf höhere Haltungsformen umzustellen. Das Schweinefleisch der Eigenmarke Gut Ponholz ist bereits auf

Haltungsstufe 2 oder höher umgestellt. Auch das Angebot von Bio-Fleisch und -Wurst mit der Haltungsstufe 4 hat Netto in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut.

Netto ist Gründungsmitglied und einer der größten Beitragszahler der Initiative Tierwohl (ITW). Im Rahmen der ITW erhalten beispielsweise Ferkelzüchter über einen Fond verlässliche finanzielle Unterstützung. Auch die weiteren teilnehmenden Landwirtschaftsbetriebe bekommen für die Umsetzung von Tierwohlmaßnahmen über die ITW finanzielle Förderung. 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.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Lieferantinnen 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 5.480 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

