
Netto bietet über 350 Alternativen für den Veganuary 2024

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2024: Veggie und vegan liegen im Trend: Mehr als jede zehnte Person in Deutschland ernährt sich aktuell vegetarisch oder vegan. Um Menschen zu ermutigen, sich pflanzlich zu ernähren, ruft der Veganuary jedes Jahr dazu auf, einen Monat komplett auf tierische Produkte zu verzichten. Mit über 350 vegetarischen und veganen Alternativen im Sortiment will Netto Marken-Discount Kundinnen und Kunden dabei unterstützen, beim Aktionsmonat mitzumachen.

Mit dem Veganuary setzen Menschen überall auf der Welt jedes Jahr ein Zeichen für eine nachhaltigere und vegane Ernährungsweise. Der Aktionsmonat soll ermutigen, die pflanzliche Ernährungsweise zu entdecken und langfristig nachhaltigere Alternativen in die eigene Ernährung zu integrieren. **„Egal ob Flexitarier, Veganer oder Vegetarier: Viele Kundinnen und Kunden wünschen sich eine große Vielfalt an rein pflanzlichen Produkten. Mit unserem umfangreichen Sortiment an veganen oder vegetarischen Produkten wollen wir diesem Wunsch nachkommen und es zudem leicht machen, mit kleinerem Haushaltsbudget zur nachhaltigeren Alternativen zu greifen“**, erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Nachhaltigkeitsexperte Dirk Steffens ergänzt: **„Etwa 80 Prozent aller Äcker und Weiden werden nur für die Fleischproduktion genutzt. Das ist schlecht fürs Klima, schlecht für die Artenvielfalt, schlecht für die Bekämpfung des Hungers und auch den Nutztieren geht es oft schlecht dabei. All diese Probleme ließen sich zumindest lindern, wenn wir öfter auf tierische Lebensmittel verzichten würden.“**

Vegan und Veggie bei Netto

Seit Jahren wächst die Nachfrage nach vegetarischen und veganen Produkten – insbesondere in Ballungsgebieten. Um diese Nachfrage zu bedienen und eine nachhaltige Ernährungsweise zu fördern, bietet Netto mit dem Eigenmarken-Sortiment nicht nur eine breite Palette vegetarischer Artikel, sondern erweitert diese kontinuierlich um vegane Optionen. Gemeinsam mit dem WWF arbeitet Netto zusätzlich daran, immer mehr nachhaltigere Eigenmarkenprodukte ins Regal zu bringen.

Dem Ziel, Kundinnen und Kunden vegane und vegetarische Produkte zu guten Preisen anzubieten, kommt Netto kontinuierlich näher. Im Zeitraum von 2021 bis 2022 stieg der Anteil an veganen Wurst- und Fleischersatzprodukten um 33,33 Prozent und vegetarische Ersatzprodukte um 28,57 Prozent.

Derzeit umfasst das Sortiment von Netto bis zu 350 vegetarische und vegane Alternativen. Dazu ist Netto stets auf der Suche nach neuen Trends, die ins Sortiment integriert werden können, um eine abwechslungsreiche Auswahl zu bieten.

Unter den BioBio Veggie Spezialitäten finden Kundinnen und Kunden verschiedene Tofu-Varianten, Tofu Bolognese, Bratlinge in den Sorten Gemüse und Curry Grünkern sowie saisonale Produkte. Darüber hinaus ergänzen beispielsweise vegane Salate der Exklusivmarke vehappy oder cremiger Genusswelt-Hummus das vegane Sortiment.

Neben den Eigenmarkenprodukten bietet Netto zudem auch viele vegane und vegetarische Markenprodukte an. Darüber hinaus sind in regionalen Aktionen weitere pflanzliche Alternativen im Netto-Regal erhältlich.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 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. 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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.600 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

