
Netto fördert heimische Landwirtinnen und Landwirte

„Ein Herz für Erzeuger“-Initiative: Über 45 Millionen Euro für deutsche Landwirtschaft

- **Netto-Initiative: „Ein Herz für Erzeuger“ stärkt regionale Zusammenarbeit mit Landwirtschaft**
- **Seit Start in 2008: über 45 Millionen Euro ausgezahlt**
- **Partnerschaft: Zusammenarbeit mit heimischen Betrieben ist zentraler Teil der Netto-Sortimentsgestaltung**

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2024 – Netto Marken-Discount fördert bereits seit 15 Jahren die heimische Landwirtschaft mit einer Unternehmens-Initiative: Im Rahmen der 2008 gegründeten Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ ermöglicht Netto den Kundinnen und Kunden die deutsche Landwirtschaft zu unterstützen. Je verkauftes Lebensmittel des speziell gekennzeichneten „Ein Herz für Erzeuger“-Sortiments geht ein Spendenaufpreis von 10 Cent garantiert zu 100 Prozent an die teilnehmenden Erzeugerinnen und Erzeuger. So können Kundinnen und Kunden mit ihrem Einkauf bei Netto direkt teilnehmende deutsche Betriebe unterstützen. Seit 2008 kamen so über 45 Millionen Euro zusammen. Das „Ein Herz für Erzeuger“-Lebensmittelsortiment ist bundesweit in allen 4.300 Netto-Filialen erhältlich.

2008 rief Netto die Initiative „Ein Herz für Erzeuger“ ins Leben. Das Ziel: Kundinnen und Kunden die Möglichkeit geben, die deutsche Landwirtschaft zu unterstützen und gleichzeitig ein klares Zeichen setzen: Die Förderung heimischer Betriebe und die Pflege landwirtschaftlicher Partnerschaften ist für Netto eine Herzensangelegenheit.

„Wir sind stolz auf die positive Resonanz bei unseren Kundinnen und Kunden auf die Initiative: Mit der Fördersumme von über 45 Millionen Euro konnten die teilnehmenden Betriebe Investitionen vor Ort tätigen. Netto ist es als verlässlicher Geschäftspartner wichtig, Betriebe aus der Heimat mit dieser Initiative zu fördern“, erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto.

Mit der Initiative setzt sich Netto, zusammen mit seinen Kundinnen und Kunden, nachhaltig für heimische Landwirtschaftsbetriebe ein. Die einwandfreie Ausschüttung an die teilnehmenden

Pressemitteilung

Erzeugerinnen und Erzeuger wird von unabhängigen, externen Rechtsanwälten geprüft und bestätigt. Das „Ein Herz für Erzeuger“-Sortiment beinhaltet neben Obst und Gemüse zudem Molkereiprodukte, Eier, Fleisch- und Wurstprodukte. Zusätzlich zu den national erhältlichen Artikeln bietet Netto regional variierende weitere Artikel der Initiative an.

Lebensmittel aus der Heimat

Die Zusammenarbeit mit heimischen Betrieben gehört zur Netto-Sortimentsausrichtung. So arbeitet Netto mit zahlreichen regionalen Bäckereien, Brauereien und Mineralbrunnen zusammen und setzt auf langjährige, verlässliche Partnerschaften. Damit unterstützt der Lebensmittelhändler 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“: [Landwirte unterstützen, frische Lebensmittel | Netto Marken-Discount \(netto-online.de\)](#)

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

