



PRESSEINFORMATION

Aus NETTO wird MEHR NETTO

Regionaler Lebensmitteldiscounter bietet nun noch mehr Frische, mehr Auswahl und mehr Artikel

Stavenhagen, 25.07.2016. Der regionale Lebensmitteldiscounter NETTO, Tochter des dänischen Konzerns Dansk Supermarked, stellt sich in Deutschland neu auf und bietet seinen Kunden ab sofort ein verbessertes Angebot mit noch mehr Frische, mehr Auswahl und mehr Artikel. Hierfür will das Unternehmen mit Sitz in Stavenhagen, Mecklenburg-Vorpommern, bis 2018 rund 45 Millionen Euro in seine 349 Märkte investieren. NETTO ist in acht Bundesländern präsent und beschäftigt rund 5.000 Mitarbeiter. Der neue Markenauftritt unter dem Motto „MEHR NETTO“ soll unter anderem dazu dienen, den schwarz-gelben NETTO deutlich vom gleichnamigen rot-gelben Konkurrenten abzugrenzen.

MEHR NETTO: mehr als nur der Preis

NETTO setzt mit MEHR NETTO vor allem auf seine Stärken: Regionalität, Engagement und Teamgeist. „In Zukunft wollen wir Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern konsequent und sympathisch die Werte vermitteln, die wir bei uns seit über 25 Jahren leben, denn bei uns zählt mehr als nur der Preis“, erläutert der deutsche NETTO-Geschäftsführer Paul Martin Berg.

Für die Kunden heißt das: Sie finden in den Märkten zukünftig noch mehr Frische, mehr Auswahl und mehr Artikel. Dafür investiert das Unternehmen umfangreich in die Ausstattung der Märkte. So erweitert NETTO die Kühlregale flächendeckend um 30 Prozent, beispielsweise finden noch mehr regionale Produkte Platz im Frischeregal. Kunden können neben der tagesfrischen Milch aus einem breiten Gesamtsortiment der regionalen Molkerei Hemme Milch wählen. Zudem setzt NETTO auf mehr saisonales Obst und Gemüse aus der Region. Alle Märkte werden sukzessive innen wie außen vollständig mit energiesparender LED-Beleuchtung ausgestattet.

Regionale Nähe und soziale Verantwortung

NETTO sieht sich traditionell in der Verantwortung für seine lokalen Lieferanten. Kunden finden dauerhaft über 300 Artikel, die aus Betrieben und Produktionsstätten der Region stammen und unterstützen mit dem Kauf die heimische Wirtschaft. Als regional werden bei NETTO nur diejenigen Artikel bezeichnet, die auch im jeweiligen Bundesland produziert werden.

Verankerung in der Region spielt auch in sozialer Hinsicht eine wichtige Rolle bei NETTO, unter anderem übernehmen 65 Märkte Kita-Patenschaften für über 4.000 Kinder in den Regionen. Die Themen gesunde Ernährung und Umgang mit Lebensmitteln stehen bei diesen Patenschaften im Mittelpunkt. Zudem unterstützt NETTO seit vielen Jahren soziale Projekte, Vereine sowie Kunst- und Kulturaktionen. Oft findet dieses Engagement auf lokaler Ebene statt – durch die Mitarbeiter in den einzelnen Märkten, etwa, ganz aktuell, im Rahmen der beliebten, alljährlichen NETTO-Marktwoche vom 25. bis 30. Juli 2016. Die Kunden erwartet ein buntes Markttreiben mit Außenverkaufsständen von frischem Obst und Gemüse, Produkten aus der Region und Verkostungen.

Aus selbst organisierten Aktivitäten einzelner Märkte kommen die Erlöse einem guten Zweck in der Nachbarschaft zugute.

Bildmaterial können Sie unter folgendem Link downloaden: <https://we.tl/vAkOcfJGGz>

Weitere Informationen zu MEHR NETTO finden Sie unter: www.netto.de/mehr

Über NETTO Aps & Co. KG

Der regionale MehrWerte-Discounter NETTO ist ein Tochterunternehmen der Dansk Supermarket mit Hauptsitz in Stavenhagen (Mecklenburg Vorpommern). 1990 öffnete der erste Markt in Anklam. Derzeit ist NETTO mit 349 Märkten erfolgreich in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Berlin, Sachsen-Anhalt, Sachsen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Hamburg vertreten. Insgesamt beschäftigt NETTO hierzulande in seinen Märkten, im Lager und in der Verwaltung knapp 5.000 Mitarbeiter.

„MEHR NETTO für die Region, deine Familie und dich“ ist der Dreiklang, den Kunden mit der Neupositionierung bei NETTO erfahren und erleben. Der MehrWerte-Discounter setzt dabei noch stärker auf seine Kernwerte Regionalität, Engagement, Teamgeist und investiert in seine Bestandsmärkte.

NETTO ist seit jeher stark in der Region verankert und engagiert sich als Teil der Nachbarschaft vor Ort. 2011 gründete das Unternehmen das soziale Projekt „Marktpatenkinder“. Jährlich werden 65 Kitas mit insgesamt über 4.000 Kindern mit Geld- und Sachspenden unterstützt. Jeder dieser Kitas steht der lokale NETTO-Markt als Pate für

Aktionen, beispielsweise zum Thema gesunde Ernährung, zur Verfügung.

Pressekontakt:

NETTO ApS & Co. KG
Kirsten Danert
Marketing Managerin
Tel: 039954 360 245
E-Mail: kirsten.danert@netto.de

Pressebüro NETTO
c/o public link GmbH
Katja Schröther
Tel: 030 44 31 88 17
E-Mail: netto@publiclink.de