



PRESSEMITTEILUNG

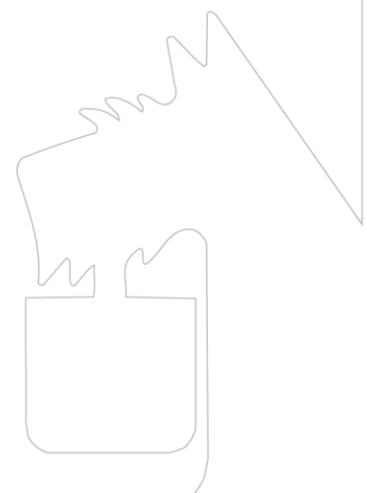
Regionale Produkte auf den ersten Blick NETTO macht mit dem neuen RegioNah-Siegel das Beste aus der Region für Kunden sofort sichtbar

Stavenhagen, 16.01.2017. Lebensmittel aus der Region sind frisch, umweltfreundlich und gut für die heimische Wirtschaft. Damit Kunden diese Produkte beim Einkauf schnell und einfach finden, führt der regionale MehrWerte-Discounter NETTO, Tochter des dänischen Konzerns Dansk Supermarked, das „RegioNah-Siegel“ ein. Ab sofort sind in den NETTO-Märkten alle Produkte mit dem neuen Siegel gekennzeichnet, deren Produktionsstätte sich im gleichen Bundesland befindet wie der Markt selbst. Durch das RegioNah-Siegel am Regal erkennen NETTO-Kunden regionale Produkte beim Einkauf zukünftig auf den ersten Blick. NETTO zeigt mit „RegioNah“ einmal mehr, was Regionalität beim MehrWerte-Discounter bedeutet und wie wichtig Nähe und Verbundenheit zu Lieferanten und Kunden sind.



Regionalität ist der wichtigste Kernwert von NETTO – zu den Unternehmensgrundsätzen zählt ein vielfältiges Angebot an qualitativ hochwertigen regionalen Lebensmitteln, die traditionell hergestellt werden und den regionalen Geschmack der Kunden treffen. Mittlerweile umfasst das Sortiment rund 400 regionale Produkte wie Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren sowie Molkereiprodukte.

Der MehrWerte-Discounter NETTO zählte zu den ersten der Branche, der regionale Produkte in sein Angebot aufnahm. Mit der regionalen Lebensmittelvielfalt entspricht NETTO nicht nur Kundenwünschen, sondern unterstützt auch die heimische Wirtschaft: „'RegioNah' steht für kürzere Transportwege, weniger Umweltbelastung sowie langjährige und vertrauensvolle Partnerschaften mit unseren Lieferanten“, erläutert Lutz Koppelow, Regionalitätsmanager bei NETTO. „Inzwischen besteht unser





Festsortiment zu rund einem Drittel aus regionalen Produkten. Zukünftig möchten wir unseren Kunden noch mehr regionale Produkte anbieten und unsere Zusammenarbeit mit Bauern und Produzenten aus den jeweiligen Regionen weiter ausbauen“, ergänzt Koppelow. Regionalität und ökologische Verantwortung sieht NETTO eng miteinander verbunden und setzt sich deshalb in den entsprechenden Einzugsgebieten dafür ein.

Mit „RegioNah“ positioniert sich NETTO bei seinen Partnern, Lieferanten und Kunden sowie im Wettbewerb als MehrWerte-Discounter mit den Kernwerten Regionalität, Engagement und Teamgeist. Gerade mit seinem Kernwert Regionalität kann NETTO immer wieder punkten, wie zuletzt beim Kundenmonitor der Servicebarometer AG in München zur Kundenzufriedenheit in Deutschland. Beim Aspekt der Angebotsvielfalt an Produkten mit regionaler Herkunft liegt NETTO an der Spitze aller Discounter.

Weitere Informationen zum MehrWerte-Discounter und „RegioNah“ finden Sie unter: www.netto.de/sortiment/regionah

Über NETTO ApS & Co. KG

Der regionale MehrWerte-Discounter NETTO ist ein Tochterunternehmen der Dansk Supermarkedet mit Hauptsitz in Stavenhagen (Mecklenburg-Vorpommern). 1990 öffnete der erste Markt in Anklam. Derzeit ist NETTO mit 347 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 über 5.800 Mitarbeiter.

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
Anne Kiefer, Katja Schröther
Tel: 030 44 31 88 21/ -17
E-Mail: netto@publiclink.de

