

---

## **Expansionsoffensive für innovatives Nahversorgungskonzept Städtische Gewerbeflächen gesucht: Netto Marken-Discount baut Filialnetz aus**

- **Netto-Strategie: qualifizierte Nahversorgung durch Vielfalt und Qualität**
- **Überzeugendes Konzept: Vorteil für Städte und Gemeinden**
- **Gesucht: Standorte mit Verkaufsflächen von 500 – 1.200 qm**

**Maxhütte-Haidhof, im September 2022 – Bundesweite Expansionsstrategie: Mit über 4.280 Filialen in ganz Deutschland schafft Netto Marken-Discount stetig neue Arbeitsplätze, stärkt die regionale Wirtschaft und bietet Kundinnen und Kunden vor Ort eine umfassende Nahversorgung zu günstigen Preisen. Jetzt geht der Lebensmittelhändler weiter in die Expansionsoffensive und sucht für den Ausbau seines deutschlandweiten Filialnetzes, insbesondere in städtischen Regionen, Objektstandorte und Grundstücke für Neubauten.**

Neben den bisher geplanten Erweiterungen und Modernisierungen der bestehenden Netto-Filialen sollen zukünftig zusätzliche Standorte erschlossen werden, um den bundesweiten Expansionskurs weiter voranzutreiben.

### **Das innovative Standortkonzept**

Als qualifizierter Nahversorger und Partner für Städte und Gemeinden ist Netto bundesweit auf der Suche nach Verkaufsflächen mit einer Idealgröße von bis zu 1.200 qm, vorzugsweise in integrierten Lagen. Netto setzt dabei auf flexible und individuelle Filialkonzepte. Für die klassische freistehende Filiale sucht das Handelsunternehmen Grundstücke mit einer Fläche ab 4.500 qm, die Platz für eine Verkaufsfläche von 800 bis 1.200 qm und mindestens 60 ebenerdige Parkplätze bietet. Beim innerstädtischen City-Konzept setzt Netto auf Stadtlagen ab 500 qm Verkaufsfläche und einer zugänglichen Möglichkeit für die Warenanlieferung. Das Netto-Filial-Konzept bietet zudem auch die Chance, individuelle Standortgegebenheiten zu berücksichtigen und verschiedene Nutzungsmöglichkeiten zu integrieren, wie beispielsweise Kombi-Centren, Mixed-Use-Konzepte, Fachmarktzentren oder Wohn-Gewerbe-Objekte.

### **Starke Partner vor Ort**

Städte und Gemeinden profitieren von einer Stärkung der Infrastruktur und einer Aufwertung des Umfelds sowie von Arbeitsplätzen vor Ort. Für die Sortimentsausrichtung sowie die Logistikprozesse sind Klimaschutz und Nachhaltigkeit für Netto wichtige Faktoren, die auch bei

der Standortgestaltung berücksichtigt werden. Sowohl bei Neuobjekten als auch bei der Modernisierung von Bestandsobjekten spielen ressourcenschonendere Baustandards und nachhaltigere Energie-, Klima- und Lichtkonzepte eine wichtige Rolle. **„Wir möchten die Expansion unserer Filialen weiter vorantreiben. Dafür sind wir kontinuierlich auf der Suche nach Objekten und Grundstücken. Für Städte und Gemeinden möchten wir ein verlässlicher Partner sein, der den Menschen vor Ort eine qualifizierte Nahversorgung unabhängig vom zur Verfügung stehenden Haushaltsbudget bietet und die Region stärkt“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

### **Frisch, regional und vielfältig – das Netto-Sortiment zum Discount-Preis**

Mit rund 5.000 Artikeln verfügt Netto über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft, die sich jeweils zur Hälfte aus Markenartikeln sowie den Netto-Eigenmarken zusammensetzt. Der Fokus liegt dabei besonders auf Frische, Qualität und Regionalität. Eine große Sortimentsvielfalt an Obst, Gemüse, Molkereiprodukten, Fleisch und Wurstwaren sowie Brot und Backwaren bietet wöchentlich mehr als 21 Millionen Kundinnen und Kunden eine optimale Nahversorgung zu günstigen Preisen.

### **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, 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](mailto:presse@netto-online.de):  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)

