
Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen erteilt Netto Marken-Discount Auszeichnung in „Gold“

- **Netto-Baubeschreibung bürgt für nachhaltige und energiesparende Neubauten**
- **Netto-Kunden und Mitarbeiter profitieren von hoher Innenraumluftqualität**
- **Netto-Neubauten vereinen ökologische, ökonomische und soziale Aspekte**

Maxhütte-Haidhof / München im Oktober 2018: Im Bestreben, den eigenen ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu reduzieren, setzt Netto Marken-Discount unter anderem auf ein besonders nachhaltiges und energiesparendes Filialkonzept. Dabei gelten für jeden Filialneubau einheitliche Nachhaltigkeitsstandards. Diese zentrale Baubeschreibung wird nun von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. (DGNB) im Rahmen einer Mehrfachzertifizierung mit der Auszeichnung „Gold“ gewürdigt. Alle nach dieser Beschreibung erstellten Neubauprojekte von Netto erfüllen demnach eine Vielzahl von DGNB-Kriterien für nachhaltiges und umweltfreundliches Bauen. Die Auszeichnung erfolgt am 9. Oktober im Rahmen der Immobilienfachmesse EXPO REAL 2018 in München.

Mit der Auszeichnung in „Gold“ würdigt die DGNB insbesondere die klar definierten Planungsziele innerhalb der Netto-Baubeschreibung, die für eine hohe Umsetzungsqualität der Maßnahmen bürgen. Zudem hoben die Experten die hohe Innenraumluftqualität in Filialneubauten von Netto hervor: Sowohl Netto-Kunden als auch Filialmitarbeiter profitieren dadurch täglich vom Einsatz besonders umweltfreundlicher Baustoffe.

„Nachhaltiges Bauen spielt für immer mehr Städte, Kommunen und Investoren eine entscheidende Rolle. Entsprechende Zertifizierungen werden dabei immer wichtiger. Als verantwortungsvolles Unternehmen unterstützen wir das ausdrücklich und kommen unserer Verantwortung gern nach. Die DGNB-Mehrfachzertifizierung in ‚Gold‘ ist für uns ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg, unseren ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu verkleinern“, betont Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Netto-Filialkonzept: Umweltfreundlich und zukunftsweisend

Seit vielen Jahren orientiert sich Netto bei Neubauobjekten an umweltfreundlichen Baustandards, die ökologische mit ökonomischen und sozialen Aspekten in Einklang bringen. Bun-

desweit hat das Unternehmen bereits zahlreiche Energiesparmaßnahmen sowie umweltschonende, zukunftsweisende Technologien in sein Netz aus rund 4.200 Filialen und 20 Logistikzentren integriert. Dazu gehören etwa: Gebäudeleittechnik mit zentraler Marktsteuerung, Abwärmennutzung aus dem Kälteprozess, energiesparende Türluftschleier mit Außentemperaturregelung, Tiefkühltruhen der höchsten Effizienzklasse, moderne Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung und bedarfsabhängiger Regelung sowie hocheffiziente LED-Beleuchtungskonzepte. Die aktuell von Netto eingesetzte Kältetechnik verbraucht 30 Prozent weniger Strom als im Jahr 2012. Darüber hinaus prüft Netto stets, wie erneuerbare Energien im Filialnetz optimal genutzt und vorhandene Ressourcen noch weiter geschont werden können. Damit gehört das Unternehmen im Discountbereich zu den Vorreitern in Sachen Nachhaltigkeit, umweltschonender LED-Beleuchtung sowie Kälte- und Wärmeversorgung seiner Standorte.

Mehrfach DGNB-prämiert

Dieses Engagement ist bereits wiederholt von der DGNB ausgezeichnet worden. So eröffnete Netto Marken-Discount im Dezember 2014 in Hannover einen modernen Umwelt-Markt und erfüllte damit als erster deutscher Discounter die strengen Vorgaben der DGNB und die hohen Standards des Passivhaus-Instituts. 2013 erhielt Netto zudem als erstes Unternehmen im Lebensmitteleinzelhandel die DGNB-„Silber-Auszeichnung“ nach „Neubau Handelsbauten, Version 2012“ für seine Filiale im bayerischen Bogen. Die 2012 eröffnete Filiale entsprach schon damals äußerst hohen Umweltschutz- und Nachhaltigkeitsstandards und wurde als erste Filiale im Discount-Segment zu 100 Prozent mit LED-Beleuchtung betrieben.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.200 Filialen, rund 75.150 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,1 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 4.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen Deutschland-Card profitieren Netto-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 mit Mitarbeitern und Lieferanten, 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. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“. Mit über 4.900 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:
Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou / Stefanie Adler
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de