

---

Licht aus für einen lebendigen Planeten

## **Netto Marken-Discount beteiligt sich an WWF Earth Hour 2019**

**Maxhütte-Haidhof, im März 2019: Am 30. März ist es wieder soweit: Millionen von Menschen beteiligen sich an der 13. WWF Earth Hour und machen für eine Stunde das Licht aus, um ein Zeichen für mehr Umweltschutz zu setzen. Als Partner für mehr Nachhaltigkeit des WWF Deutschland unterstützt auch Netto Marken-Discount die globale Aktion erneut. Ab 20:30 Uhr verdunkelt der Lebensmittelhändler eine Stunde lang die Verwaltungsgebäude seiner Firmenzentrale in Maxhütte-Haidhof bei Regensburg sowie alle 19 weiteren Netto-Logistikzentren bundesweit. Die WWF Earth Hour soll motivieren, umweltfreundlicher zu leben und zu handeln – und zwar über die sechzig symbolischen Minuten hinaus.**

Unter dem Motto „Für einen lebendigen Planeten“ macht es Netto Marken-Discount am 30. März Millionen von Menschen rund um den Globus gleich und setzt ein starkes Zeichen für mehr Umwelt- und Klimaschutz. Die weltweite Aktion der Netto-Partnerorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) findet in diesem Jahr bereits zum 13. Mal in Folge statt. 2018 wurden mit teilnehmenden Städten aus über 180 Ländern – darunter fast 400 Städte in Deutschland – alle bisherigen Rekorde gebrochen und deutlich gemacht, wie global der Wunsch nach mehr Klimaschutz in der Gesellschaft verankert ist. Mehr als 7.000 Wahrzeichen weltweit blieben letztes Jahr für eine Stunde dunkel. In diesem Jahr soll besonders auf die negativen Folgen einer zunehmenden Erderhitzung für die Artenvielfalt in der Welt aufmerksam gemacht werden.

**„Wir sind stolz darauf, auch in diesem Jahr wieder Teil der größten globalen Klimaschutzaktion zu sein und damit unser umfangreiches Engagement für mehr Nachhaltigkeit zu untermauern. Als Nachhaltigkeitspartner des WWF liegt uns die WWF Earth Hour sehr am Herzen“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation. Durch die wiederholte Teilnahme an der Aktion verdeutlicht Netto Marken-Discount seine nachhaltigere Unternehmensausrichtung und bekräftigt sein Bekenntnis zum verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen.

### **Eine starke Partnerschaft: Netto Marken-Discount und WWF**

Als Partner für Nachhaltigkeit arbeiten Netto und WWF entlang von acht Schwerpunkthemen daran, den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens weiter zu reduzieren und Kunden für

---

die umweltverträglicheren Alternativen im Netto-Regal zu gewinnen. Deshalb tragen auch immer mehr nachhaltiger erzeugte Produkte bei Netto, die vom WWF anerkannte ökologische Standards erfüllen (EU-Biosiegel, MSC, Blauer Engel und FSC) und durch unabhängige Prüforganisationen zertifiziert sind, das WWF-Logo – aktuell über 260 Artikel.

### **Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft**

Engagement für Nachhaltigkeit geht bei Netto weit über die strategische Partnerschaft mit dem WWF hinaus. Das zeigt sich beispielsweise in der größten Mehrweggetränkeauswahl in der Discountlandschaft sowie in einer umfassenden Bio-zertifizierten Eigenmarken-Range. Ein Fokus liegt dabei aktuell auf der Reduktion von Plastik und Verpackungen. Auch abseits des Sortiments übernimmt der Lebensmittelhändler Verantwortung. So orientiert sich Netto bei Neubauobjekten seit vielen Jahren an umweltfreundlichen Baustandards und hat zahlreiche Energiesparmaßnahmen sowie umweltschonende Technologien in sein Netz aus bundesweit rund 4.200 Filialen und 20 Niederlassungen integriert. Maßnahmen wie hocheffiziente LED-Beleuchtungskonzepte, Abwärme-Nutzung aus dem Kälteprozess und Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung helfen dabei, den ökologischen Fußabdruck von Netto immer weiter zu verkleinern.

Weitere Informationen zum Netto-Engagement für mehr Nachhaltigkeit auf: [www.netto-online.de/Nachhaltigkeit](http://www.netto-online.de/Nachhaltigkeit)

### **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 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-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 nachhaltigeren 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  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)