
Netto Marken-Discount setzt auf Mehrweg

- **Verzicht: Kein Einwegkunststoffgeschirr seit Anfang des Jahres**
- **Mehrweg: Netto hat größtes Mehrweg-Getränkessortiment in Discountbranche**
- **Umweltgedanke: Netto investiert konsequent für mehr Nachhaltigkeit im Sortiment**

Maxhütte-Haidhof, im März 2019: Weniger Plastik, weniger Verpackungen, weniger Einweg – für mehr Umweltschutz. Netto setzt sich mit seiner nachhaltigeren Unternehmensausrichtung aktiv für die Schonung natürlicher Ressourcen ein. Dazu gehört der Verzicht auf Einwegkunststoffgeschirr, die Reduktion von unnötigen Verpackungen im Eigenmarkensortiment und der Ausbau nachhaltigerer Produktalternativen im Netto-Regal. Netto Marken-Discount verfolgt schon lange das Ziel, die Verpackungen seiner Eigenmarkenartikel nachhaltiger zu gestalten.

Abschied vom Einwegkunststoffgeschirr

Anfang 2019 hat der Lebensmittelhändler bundesweit Einweg-Messer, -Gabeln, -Löffel, -Becher und -Schnapsgläser aus Kunststoff dauerhaft aus dem Sortiment genommen. Damit hat Netto Marken-Discount ein positives Signal gesetzt und reagierte bereits vor Inkrafttreten eines EU-weiten Verbots diverser Einwegplastikartikel.

Viel Mehrweg, immer weniger Einweg

Netto Marken-Discount bietet seinen Kunden schon seit über 30 Jahren eine umfassende Mehrweggetränkeauswahl an. Mit aktuell rund 2.000 verschiedenen Mehrweggetränken – rund die Hälfte des gesamten Getränkessortiments – finden Kunden bei Netto die größte Mehrweggetränkeauswahl im Discountbereich. Dass Netto mit seiner Mehrweg-Sortimentsstrategie Vorreiter im Discountbereich ist, betont auch der Arbeitskreis Mehrweg.

Nachhaltigere Alternativen im Obst- und Gemüseregal

Seit Jahresbeginn 2019 verkauft der Lebensmittelhändler zudem bundesweit Äpfel in einer Verpackung, die zu 40 Prozent aus sonnengetrocknetem Gras besteht (FSC Mix Karton). Gras ist im Verhältnis zu anderen Rohstoffen ein schnell nachwachsendes Naturprodukt. Zusätzlich überzeugt die Verpackungslösung durch einen geringeren Wasser- und Energieverbrauch als Pappschalen aus Frischfasern. Netto hat zudem bundesweit Bio-Ingwer und regional Bio-Gurken mit „Natural Branding“ im Sortiment. Dabei wird die Kennzeichnung statt auf einer Kunststoffverpackung oder einem Aufkleber per Laser direkt auf die Oberfläche der Schale aufgebracht. Pro Jahr werden so allein beim Ingwer mehr als 43 Tonnen

Verpackungen eingespart. Zudem plant Netto Marken-Discount, in den nächsten Wochen waschbare Mehrwegnetze für Obst und Gemüse sowie lose Backwaren bundesweit einzusetzen. Auch im SB-Fleischbereich spart Netto dank innovativer FlatSkin- und Pre-Pack-Verpackungen sowie leichteren Verpackungsschalen signifikant Kunststoff ein.

Fokus auf Verpackungsreduktion

Netto verfolgt einen breiten Ansatz, um Verpackungen zu optimieren und zu reduzieren. Bereits seit 2015 zählt das Thema Verpackungen auch zu den Schwerpunktthemen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit mit der Natur- und Umweltschutzorganisation WWF Deutschland (World Wide Fund For Nature). Gemeinsam mit dem WWF ist es das Ziel, bei den Eigenmarkenprodukten ganz auf Verpackung zu verzichten, sie zu reduzieren, besser recycelbar zu machen und sie zunehmend aus recyceltem Material herzustellen. Dazu gehört u. a. die Ermittlung des Verbrauchs und die Reduktion von Einwegtragetaschen, Knoten- und weiteren Einwegbeuteln. Im weiteren Verlauf der Jahre 2019 und 2020 sind zusätzliche Maßnahmen zur Vermeidung des Einsatzes von Kunststoff geplant.

Weitere Informationen zum Engagement von Netto Marken-Discount für mehr Nachhaltigkeit unter 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 über 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 nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“.

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