
Mehrweg statt Einweg

„Mehr“ für die Umwelt: Netto mit größtem Mehrwegs Sortiment aller Discounter

- **Mehrweg-Vorreiter: Bei Netto 50 Prozent Mehrweggebinde im Getränkesegment**
- **Langjähriges Engagement: Seit mehr als 30 Jahren setzt sich Netto für Mehrwegs Sortiment ein**
- **Vielfalt: Wasser, Bier und andere Erfrischungsgetränke als Mehrweggetränke in Kasten, Six-Pack und Einzelflasche**

Maxhütte-Haidhof, im Februar 2020 – 2.000 Mehrweggetränke im Sortiment, moderne Rückgabesysteme und ein Netz aus rund 250 regionalen Brauereien und Mineralbrunnen: Seit über 30 Jahren arbeitet Netto Marken-Discount aktiv für ein nachhaltigeres Mehrwegs Sortiment – und das als Vorreiter. So ist Netto das erste und bisher einzige Unternehmen in der Discountlandschaft, das die Hälfte seines Getränkesortiments in Mehrwegflaschen anbietet. Wer Mehrweggetränke kauft, ist laut Umweltbundesamt auf der ökologisch nachhaltigeren Seite. Der Grund: Mehrwegverpackungen können dazu beitragen Ressourcen zu schonen. Wie einfach es sein kann, ein ausgewogenes Mehrwegs Sortiment anzubieten, verdeutlicht die Sortimentsstrategie von Netto.

Nachhaltigeres Mehrwegkonzept bei Netto

Bei Netto wird die Hälfte des Getränkesortiments in den umweltfreundlicheren Mehrwegflaschen verkauft. Das Netto-Getränkekonzept sorgt für eine bessere Ökobilanz und überzeugt nicht nur Kunden. Auch der Arbeitskreis Mehrweg hat wiederholt die Vorreiterrolle von Netto im Discount-Segment betont. Während der klassische Hard-Discounter auf Einweggetränke setzt, bietet Netto Marken-Discount in seinem Getränkesortiment 50 Prozent in umweltfreundlicheren Mehrwegflaschen an. Wasser, Bier und andere Erfrischungsgetränke bietet Netto bereits überwiegend in Mehrweggebinden sowohl im Kasten, Six-Pack oder als Einzelflaschen an.

„Wir sind stolz, mit unserer regionalen und nachhaltigen Sortimentsstrategie auch im Getränkeregale eine Vorreiterrolle im Discount-Segment einzunehmen“, so Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.

Auch in weiteren Warenbereichen, wie mit Mehrwegnetzen für unverpacktes Obst und Gemüse sowie lose Backwaren oder dem Mehrweg-Frischedeckel 500-Gramm-Joghurtbecher, setzt Netto aktiv auf Mehrweglösungen.

Arbeitskreis Mehrweg und das Zeichen für mehr Umwelt- und Naturschutz

Laut dem Arbeitskreis Mehrweg ist der CO₂-Fußabdruck von Mehrwegflaschen dank der häufigen Wiederverwertung geringer als bei Einwegflaschen. Kunststoff-Mehrwegflaschen werden bis zu 25-mal mit Getränken befüllt und Glas-Mehrwegflaschen können sogar bis zu 50-mal wieder befüllt werden. Das schont die Umwelt – auch dann, wenn Faktoren wie Rohstoffgewinnung, Produktion, Transportwege und Spülen eingerechnet werden.

Netto-Sortiment setzt sich gegen Einweg-Trend durch

Händlerübergreifende sinkende Verbrauchernachfrage: Während 2010 noch 48 Prozent aller Getränke in Deutschland in Mehrwegflaschen abgefüllt wurden, waren es laut neusten Berechnungen des UBA im Jahr 2017 nur noch 42 Prozent*. Angestrebt wird laut Verpackungsgesetz eigentlich ein Mehrweg-Anteil von 70 Prozent. Für dieses Ziel setzt sich Netto mit seinem langfristigen Engagement für mehr Mehrweg im Discount erfolgreich ein.

*Quelle: Umweltbundesamt (2019): Mehrweganteil bei Getränken 2017 weiter gesunken

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 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. Mit über 5.200 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
www.netto-online.de