

GOTS-zertifizierte Textilien bei Netto Marken-Discount

Ausgezeichnet: Eigenmarken-Textilien von Netto mit Nachhaltigkeits-Siegel

- **Umwelt:** GOTS-Siegel bestätigt nachhaltigere Textilproduktion
- **Transparent:** Siegel für Netto-Textil-Eigenmarkenartikel aus mindestens 70 % Naturfasern

Maxhütte-Haidhof, im Juni 2020 – Für die Umwelt: Immer mehr Verbraucher interessieren sich für Bekleidung, welche unter Berücksichtigung nachhaltigerer Gesichtspunkte produziert wurde*. Netto setzt gemeinsam mit dem Global Organic Textile Standard (GOTS) dafür im wahrsten Sinn ein Zeichen: Ab sofort können Netto-Kunden durch das renommierte GOTS-Siegel auf einen Blick erkennen, welche Textilprodukte eine umweltbewusstere Einkaufswahl sind. Die Standards des Siegels legen hohe umwelttechnische Anforderungen und Sozialkriterien fest.

Netto setzt sich seit vielen Jahren für ein nachhaltigeres Sortiment ein und weitet dieses Engagement als Mitglied des Textilbündnisses auf seine Textil-Aktionsartikel aus. Künftig sind nachhaltigere Netto-Eigenmarkentextilien – wie Socken oder Unterwäsche – mit dem GOTS-Siegel zertifiziert: So bietet das Unternehmen seinen Kunden noch mehr Transparenz für einen nachhaltigeren Einkauf. Das Siegel garantiert Verbrauchern, dass die Textil-Aktionsartikel der Netto-Eigenmarken aus Naturfasern und unter umwelt- und sozialverträglicheren Bedingungen hergestellt sind.



„Wir freuen uns mit den GOTS-zertifizierten Textilien unseren Kunden nun eine weitere Möglichkeit anbieten zu können, sich für einen umweltbewussteren Einkauf zu entscheiden“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Nachhaltigkeitspartnerschaft mit dem WWF

„Bereits seit 2015 ist der Ausbau und die Förderung des nachhaltigeren Netto-Eigenmarkensortiments Bestandteil der Partnerschaft mit dem WWF Deutschland (World Wide Fund For Nature)“, sagt Dr. Marina Beermann, vom WWF Deutschland.

Entlang von acht Schwerpunktthemen ist das Ziel, den eigenen ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu verkleinern. Netto-Eigenmarkenprodukte, die besonders umweltfreundlich sind und vom WWF anerkannte Umweltschutzstandards erfüllen, werden zur besseren Verbraucher-Orientierung zusätzlich mit dem Panda-Logo des WWF gekennzeichnet.

Das GOTS-Siegel

Bekleidung, Stoffe, Heimtextilien und sonstige Produkte aus kontrolliert biologisch erzeugten und natürlichen textilen Fasern können mit dem GOTS-Siegel ausgezeichnet werden. Als weltweit führender Standard gewährleistet das Siegel eine nachhaltigere Herstellung: Von der Gewinnung der Naturfasern über die sozial gerechte und umweltverträgliche Produktion bis zur Verpackung des Produkts. Dabei müssen die Textilien mindestens zu 70 Prozent aus ökologisch erzeugten Naturfasern bestehen, um vom GOTS das sogenannte „made with organic“-Label zu erhalten. Auch eingesetzte chemische Zusätze, wie z.B. Hilfsmittel oder Farbstoffe, müssen bestimmten umweltrelevanten und toxikologischen Kriterien entsprechen.

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von Netto gibt es auf: www.netto-online.de/Nachhaltigkeit und Näheres zum GOTS (Global Organic Textile Standard) unter: <https://www.global-standard.org/de/>

*Quelle: Deutschland.de (2019)

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,5 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 5.100 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
Unternehmenskommunikation
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de