
Für mehr Artenschutz

Neu & nachhaltig: Mit NATURKIND Weizenmehl im Regal unterstützt Netto das Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“

Maxhütte-Haidhof, im November 2022: Über 40 Prozent der heimischen Insekten sind in den letzten 30 Jahren ausgestorben oder extrem selten geworden. Zur Förderung der Tier- und Pflanzenwelt in der deutschen Agrarlandwirtschaft, unterstützt Netto Marken-Discount das Programm “Landwirtschaft für Artenvielfalt“ (LfA). Ab Herbst verkauft der Lebensmittelhändler in seinen norddeutschen Filialen Weizenmehl der Bio-Fachmarke NATURKIND mit dem LfA-Logo: Das Mehl stammt aus ökologisch-zertifizierten Betrieben in Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Niedersachsen, Brandenburg und Thüringen. In diesen Betrieben werden wichtige Naturschutzmaßnahmen zur Förderung der Artenvielfalt umgesetzt und ermöglichen beispielsweise so bis zu viermal so viele Schmetterlinge auf den Kleefeldern.

Mehr Artenvielfalt, mehr Nachhaltigkeit

Gemeinsam mit dem WWF, dem Leibniz-Zentrum für Agrarlandschaftsforschung (ZALF) e.V. und Bio-Anbauverbänden, wie dem Mitbegründer Biopark, setzt sich Netto Marken-Discount für den Schutz und die Förderung wildlebender Tier- und Pflanzenarten in der deutschen Agrarlandschaft ein. Ob schonende Bodenbearbeitung zum Schutz der Ackerwildkräuter und der Insekten, Lichtäcker mit Wildblumen, die Feldvögeln und Insekten Nahrung bieten, oder bewachsene Grabensäume für Amphibien und Strukturen wie Hecken und Gehölze für Feldhasen und Feldvögel: Herzstück des Programms sind engagierte Bio-Betriebe, die zusätzliche Naturschutzleistungen erbringen, um artenschützend zu produzieren. Die Basis dafür bildet ein betriebsgerecht variierbares Naturschutzmodul als Zusatzqualifikation für den Öko-Landbau. Ergänzend zu seinen nationalen LfA-Produkten Apfelsaft und Äpfeln erweitert Netto jetzt regional sein nachhaltiges Sortiment um das NATURKIND-Mehl für mehr Artenschutz: Die teilnehmenden Betriebe, in denen das NATURKIND Weizenmehl Typ 550 hergestellt wird, setzen beispielsweise auf vielfältige Fruchtfolgen, Blühstreifen im Getreide, artenreiches Grünland sowie Schutzflächen und Lichtacker für Ackerwildkräuter, um Insekten und damit auch Feldvögeln wie der Feldlerche Nahrung zu bieten. Im Getreideanbau zählen zudem Maßnahmen wie beispielsweise das Stehenlassen von Stoppeln dazu, damit Insekten in den Halmen und im Boden überwintern können. Die Landwirtinnen und Landwirte gehen mit diesen Naturschutzmaßnahmen noch einen wichtigen Schritt über den ökologischen Anbau hinaus und erzeugen so hochwertige Bio-Mehle mit Artenschutz-Plus.

Bio? Logisch!

Immer regelmäßiger entscheiden Kundinnen und Kunden sich am Regal für Bio-Artikel. Laut aktuellem Öko-Barometer des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft wird dieser Trend auch zukünftig anhalten: 47 Prozent der Befragten wollen häufig (41 Prozent) oder ausschließlich (6 Prozent)

Artikel aus ökologischer Erzeugung kaufen.* Dabei bevorzugen preissensible Verbraucherinnen und Verbraucher immer öfter das Bio-Discountsortiment. Die Portfoliomarke NATURKIND steht dabei für höchste Qualitätsstandards bei der ökologischen Herstellung. Das NATURKIND Weizenmehl Typ 550 trägt neben bekannten Öko-Siegeln, zusätzlich den WWF-Panda** sowie den grünen Origami-Vogel für das Programm „Landwirtschaft für Artenvielfalt“: Dieser signalisiert Kundinnen und Kunden, dass neben Öko-Landbau zusätzliche Umweltmaßnahmen für mehr Artenschutz bei der Herstellung berücksichtigt werden.

NATURKIND Weizenmehl Typ 550

- Bio-zertifiziert
- Trägt das Panda-Logo des WWF**
- Trägt das LfA-Logo: für mehr Artenschutz auf heimischen Agrarflächen
- in ausgewählten Filialen in Norddeutschland erhältlich
- Inhalt: 1000 g
- Preis: 1,69 Euro



Zusätzlich zum regional gelisteten LfA-Mehl verkauft Netto bundesweit biologisch erzeugten Apfelsaft sowie Bio-Tafeläpfel mit LfA-Logo zur Unterstützung der Artenvielfalt in der deutschen Agrarlandschaft.

Starke Marke im starken Sortiment

Mit der Einführung der NATURKIND-Artikel im April 2022 hebt sich Netto mit dem kontinuierlichen Ausbau seines Bio-Portfolios vom Wettbewerb ab: Auf günstigem Niveau bietet NATURKIND eine hochwertige und preiswerte Bio-Fachmarkenalternative mit ganzheitlichem Nachhaltigkeitsanspruch. Weltverbesserer: Die NATURKIND-Artikel werden im Einklang mit Natur, Tier und Mensch erzeugt und stammen zu 100 Prozent aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft.

*Quelle: ÖKO-Barometer 2021, BMEL (15.02.2022): <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischerlandbau/oekobarometer2021.html>

**Was macht der Panda auf Netto-Produkten?

Netto und WWF wollen Verbraucherinnen und Verbraucher motivieren, sich für nachhaltiger erzeugte Produkte zu entscheiden. Mit dem WWF-Panda kennzeichnet Netto deshalb zusätzlich die Eigenmarken-Produkten, die anerkannte Standards (EU-Biosiegel, MSC, FSC oder Blauer Engel) erfüllen und entsprechend durch unabhängige Prüfororganisationen zertifiziert sind. Bei Bio-Produkten mit Panda-Logo auf der Verpackung prüft der WWF zudem die regionale Wasser- und länderspezifische Sozialsituation.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.280 Filialen, rund 81.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,7 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-Kundinnen und -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, 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 5.480 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

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

www.netto-online.de

