



3 Jahre Partnerschaft für mehr Umweltschutz im Supermarkt

Netto Marken-Discount und WWF feiern Jubiläum

Maxhütte-Haidhof/Berlin, im September 2018: Netto Marken-Discount und der WWF Deutschland feiern dreijähriges Jubiläum ihrer Partnerschaft für Nachhaltigkeit. Das Ziel der strategischen Partnerschaft zwischen der Umweltstiftung WWF und Netto Marken-Discount: Netto will in acht verschiedenen Themenfeldern von Fisch bis Klimaschutz noch umweltfreundlicher werden.

Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit stehen die insgesamt über 2.000 Eigenmarkenprodukte von Netto. Sie werden umweltverträglicher gestaltet, indem nachhaltig zertifizierte Rohstoffe eingesetzt und Verpackungen vermieden beziehungsweise verringert oder recyclingfähiger gestaltet werden. Auch die Märkte selbst tragen durch energieeffizientere Kühlungen und Beleuchtungen zum Gesamtziel bei. „In unserem jährlichen Fortschrittsbericht wird deutlich, dass Netto seit 2015 einen richtigen Sprint hingelegt hat und viele Erfolge vorweisen kann. Das finden wir super. Nun gilt es, dieses Tempo zu halten und die Kunden noch mehr mit auf die Reise zu nehmen“, lobt Dr. Marina Beermann, Leiterin der Kooperation auf Seiten des WWF Deutschland. „Die Partnerschaft mit dem WWF wird von Netto aktiv genutzt, um unseren ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu reduzieren. Eine nachhaltigere Sortiments- und Unternehmensausrichtung ist unser gemeinsames Ziel und wir sind stolz, seit Start der Partnerschaft vieles erreicht zu haben“, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Im Fokus der Partnerschaft stehen die Themenfelder Holz/Papier/Hygienetücher, Fisch, Palmöl, Klimaschutz, nachhaltige Nutztierfütterung/Soja, Verpackungen, Süßwasser und Beschaffungsmanagement kritischer Agrarrohstoffe. Und auch die wöchentlich 21 Millionen Netto-Kunden können mitmachen. Sie werden motiviert, nachhaltigere Eigenmarkenprodukte zu kaufen - zu erkennen am WWF-Panda Logo auf dem Produkt: einem Wegweiser für die umweltverträglichere Wahl.

Anlässlich des Jubiläums stellen die Partner einige Erfolge der Zusammenarbeit dar:

- 90% der Eigenmarkenprodukte mit Papierverpackung sind inzwischen auf nachhaltige Alternativen, also vorzugsweise Recycling oder FSC®, umgestellt. Alle Eigenmarken- Getränkekartons sind zu 100% FSC zertifiziert, ebenso



Hygienetücher. Holz- und Papierprodukte sind zu 96% umgestellt.

- Beim Thema Fisch stammen von den angestrebten 100% bereits nahezu 80% des Wildfisches des Netto Eigenmarkensortiments aus nachhaltigem Fischfang, zertifiziert durch den MSC.
- Palmöl ist ein kritischer Agrarrohstoff, der sich etwa in jedem zweiten Supermarktprodukt findet. Durch die Partnerschaft konnte innerhalb von drei Jahren ein Anteil von RSPO-zertifiziertem Palmöl in Netto-Eigenmarkenprodukten von über 90% erreicht werden. Das bedeutet: Für die zertifizierten Plantagen darf keine Rodung von Primärwäldern oder anderen ökologisch wertvollen Flächen stattfinden, gefährdete Tier- und Pflanzenarten müssen geschützt werden, Kinderarbeit ist untersagt. Im WWF Palmöl-Check, einer jährlichen Studie, konnte sich Netto vom 5. Platz in der Kategorie Supermärkte im Jahr 2015 auf Platz 1 im Jahr 2017 hocharbeiten.
- Die Partner setzen sich für gentechnikfreie Fütterung von Schweinen, Rindern und Geflügel ein. Bereits 133 Fleisch- und Wurstprodukte stammen aus Geflügelfleisch aus gentechnikfreier Fütterung. Die Umstellung ist ein wichtiger Zwischenschritt für den WWF – das Ziel ist jedoch die Fütterung mit heimischen Eiweißträgern oder nachhaltig zertifizierten Soja. So wie beim Erfolgsbeispiel Netto Heumilch. Dabei wird bei der Fütterung gänzlich auf Import- oder europäisches Soja verzichtet. Zum Hintergrund: Soja stammt oftmals aus Regionen in Lateinamerika wo der Regenwald für den Anbau abgeholzt wurde. Diesen wollen wir weiterhin verhindern. Fast immer wird dort gentechnisch verändertes Soja angebaut.
- Im Bereich Süßwasser wurde im Rahmen der Partnerschaft mit dem WWF ein Pilotprojekt zum nachhaltigeren Orangenanbau in Andalusien gestartet. Dabei wurden in einem Jahr 211.486 m³ Wasser gespart, das entspricht 85 Olympia-Schwimmbeckenfüllungen. Auf der Pilotfinca konnte die Chemiebelastung durch Pflanzenschutzmittel um 89 Prozent pro Hektar verringert werden und gleichzeitig erhöhte sich die Zahl der Marienkäferarten von sieben auf 15. Die Käferchen kommen als natürliche Helfer gegen Blattläuse zum Einsatz. Die Projektorangen gibt es bei Netto auch im Regal.



-
- In der Obst- und Gemüseabteilung werden Bio-Eigenmarkenprodukte wie Ingwer und Gurke für alle Netto-Märkte bundesweit gelasert und so auf eine Verpackung und Aufkleber zur Kennzeichnung verzichtet. So konnten allein bei diesen Artikeln 50 Tonnen Verpackungsmüll eingespart werden.
 - Netto hat die größte Auswahl an Bio-Eigenmarkenprodukten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel – darunter auch viele vegane Produkte. Fast 220 Netto-Eigenmarken Produkte tragen das WWF-Logo. Davon sind 134 Bio-, 54 MSC-, 26 FSC- und zwei Blauer Engel-zertifiziert. Denn nur Produkte, die bereits ein Umweltsiegel tragen und bei Bioprodukten zusätzlich auch noch einen Süßwasser- und Sozialstandard-Test bestehen, werden im Rahmen der Partnerschaft zusätzlich durch das Panda-Logo gekennzeichnet. Kunden können so schneller erkennen, wie sie eine umweltfreundlichere Wahl treffen.
 - Im Rahmen von Pfandspendenaktionen haben Netto-Kunden dem WWF über 40.000 EUR für Naturschutzprojekte zur Verfügung gestellt. Damit wurde die internationale Arbeit des WWF gegen den Eintrag von Plastikmüll in die Meere sowie lokale Projekte in Vietnam finanziert, um auch vor Ort einen Beitrag zur Lösung dieses Problems zu leisten.

Der aktuelle Fortschrittsbericht zu den Erfolgen der Partnerschaft findet sich hier:

https://www.wwf.de/fileadmin/fm-wwf/Publikationen-PDF/WWF_NETTO_Fortschrittsbericht_2017.pdf



WWF Deutschland im Profil

Der WWF Deutschland ist Teil der internationalen Umweltschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF). Er will die weltweite Zerstörung der Natur und Umwelt stoppen, die Biodiversität bewahren, Lebensräume schützen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Einklang miteinander leben. Er ist eine der größten und erfahrensten Naturschutzorganisationen der Welt und in mehr als 100 Ländern aktiv. In Deutschland wird er von über 455.000 Förderern aktiv unterstützt. Rund um den Globus werden aktuell über 1200 Projekte zur Bewahrung der biologischen Vielfalt durchgeführt. Die Stiftung Warentest zählt den WWF bei Transparenz, Organisation und Effizienz zur Spitzengruppe im Bereich der Tier- und Umweltschutzorganisationen und auch der TÜV Thüringen hat dem WWF eine hohe Qualität beim Umgang mit Spenden und den Spendern bescheinigt.

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 4.000 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“. 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.

Netto-Ansprechpartnerin:

Unternehmenskommunikation
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de

WWF-Ansprechpartnerin:

Pressestelle WWF
Sylvia Ratzlaff
Tel.: 030 311777-458
E-Mail: sylvia.ratzlaff@wwf.de