

Nachhaltigere Fleischverpackung

Netto Marken-Discount reduziert Plastik in Geflügel-Verpackungen

- **Relevant:** Deutschland produziert pro Kopf am meisten Verpackungsmüll in Europa
- **Gewichtig:** Jährlich 13 Tonnen weniger Plastikmüll durch neue Geflügel-Verpackung
- **Ausblick:** Restliches SB-Fleischsortiment bei Netto wird schrittweise umgestellt

Maxhütte-Haidhof, im Oktober 2018 – Netto Marken-Discount führt ab November deutschlandweit bei einem Großteil seiner Geflügel-Produkte im Selbstbedienungsbe- reich Verpackungen mit reduziertem Plastikanteil ein. Durch die neue, um 13 Prozent leichtere Verpackungsschale spart Netto täglich massiv Verpackungsmaterial ein. In- sgesamt entspricht die Einsparung fast 13 Tonnen Plastik pro Jahr. Auch das restliche Fleischsortiment im SB-Bereich wird schrittweise auf die leichtere Verpackung umgestellt. So kommen schon heute unter anderem im Schweinefleischbereich Plastik- verpackungen aus rund 90 Prozent recyceltem Material zum Einsatz.

„Laut Umweltbundesamt produzieren wir in Deutsch- land am meisten Verpackungsmüll in Europa – und zwar pro Kopf. Als führender Lebensmitteleinzelhän- dler können wir hier einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung leisten. Die damit verbundene Verant- wortung nehmen wir sehr ernst und arbeiten intensiv an der Reduktion von Produkt- und Transportverpa- ckungen“, sagt Christina Stylianou, Leiterin Netto- Unternehmenskommunikation.



Das Thema Verpackung ist ein wesentlicher Bestandteil in der Nachhaltigkeitsstrategie von Netto Marken-Discount und steht auch im Fokus der strategischen Partnerschaft mit dem WWF. Ziel ist es u.a., bei den Eigenmarkenprodukten ganz auf Verpackung zu verzichten, sie zu reduzieren, besser recycelbar zu machen und sie zunehmend aus recyceltem Material her- zustellen. Die neuen Geflügel-Verpackungen sind dabei eine von zahlreichen Maßnahmen. *„Für viele Verbraucher ist die Plastikflut ein großes Ärgernis. Netto Marken-Discount geht mit gutem Beispiel voran und verringert den Plastikeinsatz. Wir wünschen uns, dass andere Her- steller schnell folgen“,* sagt Dr. Marina Beermann, Leiterin der Kooperation auf Seiten des WWF Deutschland. Im Juni hatte Netto Marken-Discount bereits die sogenannte FlatSkin-

Verpackung für Steakartikel der Eigenmarke eingeführt. Im Vergleich zu herkömmlichen Kunststoffschalen in gleicher Größe werden durch die sehr dünne, luftdicht anliegende Skin-Folie bis zu 60 Prozent Verpackungsmaterial eingespart. Auch durch den Einsatz von Natural Branding reduziert Netto unnötige Umverpackungen und Etiketten bei vielen Bio-Artikeln des Obst- und Gemüsesortiments. Dabei wird die Kennzeichnung per Laser direkt auf der Oberfläche der Produkte, statt auf einer Kunststoffverpackung oder auf einem Aufkleber, aufgebracht.

Weitere Informationen zu nachhaltiger Verpackung bei Netto unter: <https://www.netto-online.de/wwf/Verantwortungsvoller-verpackt.chtm>

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 Deutschland-Card 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.

Pressekontakt:

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