

Netto Marken-Discount informiert ab April mit branchenweiter Kennzeichnung „Haltungsform“ über Tierhaltung

- Einheitliche Information auf SB-Eigenmarken-Fleischprodukten von Netto
- Branchenkennzeichnung ersetzt sukzessive Netto-eigenes Haltungszeugnis
- Tierwohl und dessen kontinuierliche Weiterentwicklung sind wichtige Säule des Nachhaltigkeitsengagements von Netto Marken-Discount

Maxhütte-Haidhof, im März 2019: Ab Anfang April finden Kunden von Netto Marken-Discount die neue, branchenweit einheitliche Kennzeichnung „Haltungsform“ auf ersten SB-Fleisch- und SB-Wurstprodukten der Netto-Eigenmarkenrange. Die vierstufige Haltungsformkennzeichnung wird zum Start bereits auf verschiedenen Grillartikeln aufgebracht. Bis Ende Mai werden alle Eigenmarken-Schweine-, Rinder- und Geflügelfleischartikel auf die neue Haltungsform-Kennzeichnung umgestellt. Die Hälfte des Eigenmarken-Frischfleischsortiments von Netto entspricht dabei mindestens Stufe 2. Für noch mehr Verbraucherorientierung und Herkunftstransparenz ersetzt Netto mit der Branchenkennzeichnung „Haltungsform“ schrittweise sein eigenes Netto-Haltungszeugnis. Als eines der ersten Unternehmen im deutschen Lebensmittelhandel hatte das Unternehmen schon im Mai 2018 diese eigene Haltungsformkennzeichnung auf SB-Eigenmarken-Fleischprodukten eingeführt.



© Netto Marken-Discount

Die Kennzeichnung „Haltungsform“ verdeutlicht anhand der vierstufigen Kategorisierung – basierend auf bestehenden Qualitäts-, Tierwohl- und Biosiegeln – auf einen Blick, nach welcher Haltungsform die verarbeiteten Tiere gehalten wurden. Die Organisation und Kontrolle erfolgt über die Gesellschaft zur Förderung des Tierwohls in der Nutztierhaltung mbH, die zudem Trägerin der Initiative Tierwohl ist.

Die „Haltungsform“-Stufen auf einen Blick:

- Stufe 1 „Stallhaltung“: Hier werden die gesetzlichen Vorgaben bzw. die QS- (Qualität und Sicherheit GmbH) oder vergleichbare Standards erfüllt.
- Stufe 2 „Stallhaltung Plus“: Die Haltung erfüllt höhere Tierwohlstandards, wie etwa zehn Prozent mehr Platz im Stall und weiteres Beschäftigungsmaterial. Die Hälfte des Eigenmarken-Frischfleischsortiments von Netto Marken-Discount entspricht mindestens Stufe 2.
- Stufe 3 „Außenklima“: Die Tiere bekommen noch mehr Platz und Frischluft-Kontakt.
- Stufe 4 „Premium“: Neben einem noch größeren Platzangebot haben die Tiere außerdem Auslaufmöglichkeiten. Auch Bio-Fleisch wird in diese Stufe eingeordnet.

Die Vereinheitlichung der Haltungsform ist grundsätzlich mit dem geplanten staatlichen Tierwohllabel vereinbar. Weitere Informationen finden Verbraucher auf www.haltungsform.de.

Für faire Haltungsbedingungen und mehr Tierwohl

Das Thema Tierwohl und dessen kontinuierliche Weiterentwicklung sind wesentlicher Teil der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung von Netto Marken-Discount. So gehört Netto seit 2015 zu den Gründungsmitgliedern der Initiative Tierwohl. Unter dem Motto "Gemeinsam verantwortlich handeln" haben sich in der Initiative Tierwohl wichtige Partner der gesamten Wertschöpfungskette in der Schweinefleisch- und Geflügelfleischbranche in einem freiwilligen Aktionsbündnis zusammengeschlossen, um das Tierwohl in der Nutztierhaltung in Deutschland Schritt für Schritt aktiv und flächendeckend auszubauen. Neben der Unterstützung der Initiative Tierwohl setzt Netto Marken-Discount ein weiteres Zeichen für ein besseres Leben von Nutztieren und listet in seinem Sortiment Fleischartikel mit dem Tierschutzlabel „Für Mehr Tierschutz“, das vielen Tieren zu besseren Haltungsbedingungen verhilft.

Darüber hinaus arbeitet Netto Marken-Discount ausschließlich mit zertifizierten Lieferanten zusammen, die regelmäßig durch entsprechende Institutionen wie IFS oder Qualität und Sicherheit GmbH (QS) kontrolliert werden. Zudem verzichtet Netto im Eigenmarken-Bereich auf tierwohlgefährdende Maßnahmen wie etwa das Schnabelkürzen bei Legehennen, Stopfmast und Lebendrupf im Geflügelsegment sowie den Verkauf von Wachteleiern oder Mastkaninchen aus Käfighaltung. Darüber hinaus bietet Netto Marken-Discount auch Hähnchen aus verbesserter Haltung von Privathof oder FairMast an.

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 über 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 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
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de