



Vorreiter für mehr Nachhaltigkeit im Lebensmitteldiscount

Unabhängig überprüft: Nachhaltigere Lebensmittelauswahl im Netto-Regal

- **Partner: Netto und WWF veröffentlichen neuen Fortschrittsbericht**
- **Kontrolle: Unabhängige Experten prüfen Ergebnisse**
- **Nachhaltig: Netto-Eigenmarken verstärkt mit Zertifizierungen**

Maxhütte-Haidhof, im Mai 2019: Eine Partnerschaft, die das Sortiment und die Lieferprozesse nachhaltiger macht – so lässt sich die Zusammenarbeit vom Handelsunternehmen Netto Marken-Discount mit dem WWF Deutschland zusammenfassen. Die gesetzten Ziele sind für das Unternehmen wichtig und daher verbindlich. Für maximale Transparenz überprüfen unabhängige Experten die Ergebnisse. Welche Erfolge das Unternehmen bereits erzielt hat, können interessierte Kunden im neu veröffentlichten Fortschrittsbericht nachlesen.

Netto Marken-Discount treibt das Thema Nachhaltigkeit mit strategischen und regelmäßig überprüften Zielen in seinem Eigenmarkensortiment seit 2015 gemeinsam mit der Natur- und Umweltschutzorganisation WWF voran. Kern dieser Zusammenarbeit: die rund 2.500 Eigenmarkenartikel im Netto-Sortiment in Sachen Umwelt- und Ressourcenschutz noch besser aufzustellen. Ob nachhaltigere Quellen für das Fischsortiment, zertifiziertes Palmöl, die Umstellung auf FSC-zertifizierte Papierartikel oder die Reduktion von Wasserrisiken: die gesetzten Ziele werden kontinuierlich und konsequent vorangetrieben. Gemeinsam mit WWF-Experten hat Netto die Chancen dieser Partnerschaft genutzt: Es wurden komplette Warenbereiche unter die Lupe genommen und nach fest definierten Nachhaltigkeitskriterien überarbeitet. Insgesamt acht Themenschwerpunkte hat Netto mit dem WWF erarbeitet – mit dem Ziel, sein Eigenmarkensortiment noch nachhaltiger zu gestalten und den unternehmerischen CO₂-Fußabdruck stetig zu verringern. **„Gemeinsam mit dem WWF setzen wir uns klar definierte Sortimentsziele. Uns ist Verbindlichkeit und Transparenz wichtig: Darum überprüfen unabhängige Experten jährlich den Stand der gesetzten Ziele: Mit dieser Selbstverpflichtung ist Netto seit 2015 Pionier in Sachen Nachhaltigkeit im Lebensmitteldiscount“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation von Netto Marken-Discount.



„Mit unseren bisherigen Konsum- und Ernährungsgewohnheiten übernutzen wir unsere Erde massiv. Die gute Nachricht ist aber: Wir kennen die Lösungen, um unseren Konsum in Einklang mit den Grenzen unseres Planeten zu bringen. Der Lebensmitteleinzelhandel trägt dabei eine besondere Verantwortung: Hier Veränderungen auf den Weg zu bringen, kann nicht nur ganze Lieferketten transformieren, sondern auch das Verhalten zahlreicher Verbraucherinnen und Verbraucher positiv beeinflussen. Mit dem einzigartigen Ansatz in der deutschen Discountlandschaft können wir gemeinsam viel für den Umwelt- und Naturschutz bewegen“, betont Dr. Marina Beermann, Leiterin der Kooperation mit Netto beim WWF Deutschland.

Schritt für Schritt zu mehr Nachhaltigkeit in Sortiment und Lieferketten

2018 hat Netto Marken-Discount seine mit dem WWF fest definierten Nachhaltigkeitsziele erfolgreich vorangetrieben. Einige Beispiele im Überblick:

- **Fisch und Meeresfrüchte:**

- Über drei Viertel des Netto-Eigenmarkensortiments sind auf zertifiziert nachhaltige Quellen umgestellt
- Vorreiter: Produkte mit Wildfischbestandteilen (81 Prozent)

- **Holz und Papierartikel:**

- 100 Prozent: Umstellung der Getränkekartons auf FSC-Standards
- 100 Prozent: Netto-Grillkohle ist komplett FSC-zertifiziert
- 95 Prozent: Umstellung der Endverbraucherpackungen im Netto-Eigenmarkensortiment auf FSC-zertifizierte bzw. Recycling-Produkte.

- **Palmöl:**

- Nahezu 100 Prozent: zertifiziertes Palmöl in Eigenmarkenartikeln

Die nachhaltigere Wahl: Netto-Produkte mit WWF-Panda

Das für Netto-Kunden sichtbarste Aushängeschild für die Partnerschaft von Netto Marken-Discount mit dem WWF sind die aktuell 222 Eigenmarkenprodukte mit dem Panda-Logo im Netto-Regal, die vom WWF anerkannte nachhaltige Höchststandards erfüllen.



Weitere Details zu diesen und weiteren Erfolgen sowie den kompletten Fortschrittsbericht 2018 gibt es unter:

www.netto-online.de/wwf/Fortschrittsbericht-2018.chtm

<https://www.wwf.de/zusammenarbeit-mit-unternehmen/netto-marken-discount/>

Alle Details zur Partnerschaft von Netto mit dem WWF auf: www.netto-online.de/wwf.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 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. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“, die sozial benachteiligte Kinder fördert. Mit über 5.200 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

WWF Deutschland
Sylvia Ratzlaff
Tel.: 030 311 777 458
E-Mail: sylvia.ratzlaff@wwf.de; presse@wwf.de
www.wwf.de