



## Pressemitteilung

---

### #BioMeetsArt – Street-Art Wettbewerb von Netto und WWF

- Netto Marken-Discount und WWF laden zum Street-Art Wettbewerb ein
- Entwürfe bis 14.7. unter [www.biomeetsart-netto.de](http://www.biomeetsart-netto.de) hochladen und zum Finale am 10.8. nach Berlin fahren – 2.500 EUR Siegerprämie winkt
- Gewinnermotiv wird 1 Liter Milchpackung zieren und motiviert zum umweltfreundlicheren Einkauf

Maxhütte-Haidhof/Berlin, im Juli 2019: Auch der Street-Art Künstler Banksy hat mal klein angefangen. Eine Plattform für alle mit Graffiti-Talent bieten jetzt Netto Marken-Discount und WWF. Sie rufen gemeinsam zum „Bio meets Art“ Street-Art Wettbewerb unter dem Motto „Bio – Natur, Mensch & Tier im Einklang. Für unsere Zukunft.“ auf. Die Kreativen hinter den zehn besten Entwürfen werden zum Finale am 10. August nach Berlin eingeladen. Das dort ermittelte Gewinnermotiv wird später die 1 Liter Milchpackung der Netto-Eigenmarke „BioBio“ zieren. Zusätzlich erhält der Gewinner eine Siegerprämie von insgesamt 2.500 Euro. Mit dem Wettbewerb wollen Netto und WWF mehr Menschen für eine umweltfreundlichere Ernährung gewinnen und die Bio-Milch im neuen Gewand zum Hingucker im Kühlregal machen. Mit rund 400 BioBio-Artikeln im Sortiment zählt Netto zu den größten Bio-Händlern Deutschlands.

Netto-Marken-Discount und WWF sind seit 2015 Partner für Nachhaltigkeit – Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu verkleinern. Dazu werden die Eigenmarkenprodukte entlang von acht Themenfeldern überarbeitet – so bietet Netto beispielsweise stets mehr zertifizierten Fisch an, reduziert Verpackungen und verbessert seine Klimaschutzbilanz. Eigenmarkenprodukte, die besonders umweltfreundlich sind und vom WWF anerkannte Umweltschutzstandards erfüllen, werden zur besseren Orientierung zusätzlich mit dem Panda-Logo des WWF gekennzeichnet. So auch die Bio-Milch von Netto. Sie steht im Zentrum des Street-Art Wettbewerbs. Street-Art hat die Kunstszene revolutioniert, zeichnet das Porträt vieler Städte neu und stößt weltweit im Großen wie im Kleinen Veränderungen an. Keine Kunstform steht mehr für das Thema „Veränderung“ – und passt daher zur Kooperation von Netto und WWF.

Wer am Wettbewerb teilnehmen will, findet unter [www.biomeetsart-netto.de](http://www.biomeetsart-netto.de) alle relevanten Informationen. Teilnehmer können ihren Entwurf zwischen dem 1. und 14. Juli über die Website hochladen. Im Anschluss wählen Juroren aus der Street-Art Szene, History, Cage, Deko, Indian und Yeah, und ein Komitee von Netto und WWF die zehn besten Motive aus. Die Künstler



## Pressemitteilung

---

dahinter werden für den 10. August nach Berlin eingeladen und erhalten ein „Startgeld“ von 500 Euro sowie ein Bahnticket und eine Übernachtung. In der Hauptstadt sprayen sie ihr Motiv auf Leinwand (Größe 100cmx140cm) und die Jury kürt auf dieser Basis den finalen Gewinner. Dem Sieger winkt zusätzlich zum Startgeld ein Preisgeld von 2.000 Euro und er erhält somit eine Siegerprämie von insgesamt 2.500 Euro. Der Siegerentwurf wird ab Spätherbst bundesweit auf der 1 Liter BioBio-Milchpackung von Netto prangen und für Aufmerksamkeit am Kühlregal sorgen.

Vor Ort in Berlin arbeiten die Künstler mit Farben auf Wasserbasis. Diese sind ökologisch abbaubar, lösungsmittelarm, zeichnen sich durch einen geringen Schadstoffgehalt aus und sind für die Umwelt unbedenklich. Die leeren Farbbehälter und sonstiger Abfall werden umgehend nach der vollendeten Aktion fachgerecht entsorgt, der Boden geschützt.

Mehr zu den Zielen der Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen Netto Marken-Discount und WWF unter: <https://www.wwf.de/netto>

### **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.

### **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-Ansprechpartner:**

Unternehmenskommunikation  
Christina Stylianou  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)

### **WWF-Ansprechpartner:**

Pressestelle WWF  
Sylvia Ratzlaff  
Tel.: 030 311777-458  
E-Mail: [sylvia.ratzlaff@wwf.de](mailto:sylvia.ratzlaff@wwf.de)