
Das Ziel: Weniger Verpackungsmüll

„Unverpackt“: Netto startet Aktion gegen Plastik

- **Engagement: Unverpacktes Obst und Gemüse bei Netto**
- **Vorreiter: Insgesamt bis zu 100 unverpackte Artikel im Obst- und Gemüsebereich**
- **Nachhaltig: Netto reduziert und optimiert kontinuierlich seine Verpackungen**

Maxhütte-Haidhof, im Oktober 2019 – Jeder Deutsche verursacht pro Jahr etwa 38 Kilogramm Plastikmüll. Mit der neuen Aktion „Unverpackt“ lenkt Netto Marken-Discount die Aufmerksamkeit der Verbraucher erneut auf dieses gesellschaftsrelevante Thema und setzt aktiv ein Zeichen für mehr Nachhaltigkeit: Vom 14. bis zum 26. Oktober 2019 gibt es in allen 4.260 Netto-Filialen ein großes zusätzliches Angebot an unverpacktem Obst und Gemüse. Damit bietet Netto insgesamt bis zu 100 unverpackte Artikel. Grundsätzlich bietet Netto ganzjährig die größte Auswahl an unverpacktem Obst und Gemüse unter allen Discountern – der Anteil an unverpackten Lebensmitteln in der Obst- und Gemüseabteilung wird zukünftig weiter ausgebaut. Darüber hinaus spart Netto bei vielen weiteren Eigenmarkenartikeln kontinuierlich Verpackungen ein.

Die Aktion „Unverpackt“ ist eine von vielen Maßnahmen, die Netto im Einsatz gegen den Verpackungsmüll erfolgreich umsetzt. Für Obst, Gemüse und Backwaren bietet Netto recycelbare, waschbare Mehrwegnetze und bietet Kunden damit eine umweltfreundlichere Alternative zu Einweg-Plastikbeuteln an. Eine weitere nachhaltigere Lösung in der Obst- und Gemüseabteilung von Netto: Mit Mehrweg-Transportkisten für Obst und Gemüse reduziert das Unternehmen aktiv unnötige Einwegverpackungen und ermöglicht mit diesen Europool Kisten zugleich eine jährliche Senkung des CO₂-Ausstoßes um fast 20.000 Tonnen.

Nachhaltigkeit ist im Unternehmensleitbild von Netto fest verankert. Das spiegelt sich auch in der Partnerschaft für Nachhaltigkeit zwischen Netto und der Natur- und Umweltschutzorganisation WWF Deutschland wider. Gemeinsam setzen sich die Unternehmen dafür ein, Verpackungen im Netto-Eigenmarkensortiment zu optimieren und zu reduzieren.

Grundsätzlich gilt jedoch: Nicht alle Verpackungen sind überflüssig. Unabhängig vom Ausgangsmaterial erfüllen Verpackungen, gerade bei sensiblen Produkten, grundsätzlich wichtige Funktionen zum Beispiel für Schutz, Haltbarkeit, Lagerung und Transport der Ware und helfen so aktiv gegen Lebensmittelverschwendung.

Effektiver Einsatz gegen Plastik: Umweltschutz mehrfach gedacht

Netto denkt Umweltschutz in allen Facetten – so steht neben dem Verzicht auf Verpackungen auch deren Optimierung im Mittelpunkt. In der Obst- und Gemüseabteilung spart das Unternehmen durch Natural Branding bei Bio-Ingwer und Bio-Gurken jährlich über 65 Tonnen Verpackungen. Bio- sowie konventionelle Salatgurken gibt es nur noch unverpackt. Auch in weitere warengruppen spart das Unternehmen kontinuierlich Verpackungen ein: Weitere Maßnahmen von Netto zur Plastikreduktion stehen unter www.netto-online.de/ueber-netto/Fuer-weniger-Plastik.chtm.

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.

Pressekontakt:

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