

#Biomeetsart

BioBio Milch mit Gewinnermotiv des Street-Art-Wettbewerbs von Netto und WWF Deutschland

Maxhütte-Haidhof, im Januar 2020 – Ganz schön „kuh(l)“: Ab Januar ziert das Gewinnermotiv des Street-Art-Wettbewerbes „Bio meets Art“ temporär die 1-Liter-Milchpackung der BioBio Eigenmarke mit 3,8 Prozent Fettstufe. Den Wettbewerb hatten Netto Marken-Discount und WWF Deutschland im Rahmen ihrer Partnerschaft durchgeführt, um noch mehr Kunden für eine nachhaltigere Ernährung zu begeistern. Mit über 400 Bio-zertifizierten Lebensmitteln beweist Netto seit langem, dass Bio nicht teuer sein muss. Alle Lebensmittel der beliebten Eigenmarke BioBio entsprechen den Richtlinien der EG-Öko-Verordnung und stammen aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft.

Die zehn Finalisten des Wettbewerbs „Bio meets Art“ hatten sich im August 2019 in Berlin getroffen und ihr Motiv unter dem Motto „Bio – Natur, Menschen & Tier im Einklang. Für unsere Zukunft“ auf Leinwände gesprüht. Durchsetzen konnte sich der Graffiti-Künstler Mosh, dessen Gewinner-Motiv nun auf der BioBio Milchpackung zu sehen ist. Street-Art hat die Kunstszene revolutioniert und steht wie keine andere Kunstform mehr für das Thema „Veränderung“ – darum passt das Thema ideal zur Kooperation von Netto und WWF.

Netto & WWF: eine starke Partnerschaft für mehr Nachhaltigkeit

Netto und WWF sind bereits seit 2015 Partner für Nachhaltigkeit und wollen Verbraucher motivieren, sich für nachhaltiger erzeugte Produkte zu entscheiden. Eigenmarkenprodukte, die besonders umweltfreundlich sind und vom WWF anerkannte Umweltschutzstandards (EU-Biosiegel, MSC, FSC oder Blauer Engel) erfüllen, werden zur besseren Verbraucher-Orientierung zusätzlich mit dem Panda-Logo des WWF gekennzeichnet. Bei Bio-Produkten prüft der WWF zudem die regionale Wasser- und länderspezifische Sozialsituation.

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 Multi-partner-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

Pressemitteilung

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

WWF-Ansprechpartner:

Pressestelle WWF
Sylvia Ratzlaff
Tel.: 030 31 1777-458
E-Mail: sylvia.ratzlaff@wwf.de