

Netto Marken-Discount stellt gesamtes Eigenmarken-Steaksortiment bis November auf umweltfreundlichere FlatSkin-Verpackung um

- **Vorreiter:** Netto setzte als erstes Unternehmen in Deutschland auf FlatSkin
- **Umweltschutz:** Netto spart durch Umstellung 19 Tonnen Plastik pro Jahr
- **Auszeichnung:** „The Carton Excellence Award 2018“ für FlatSkin-Verpackung

Maxhütte-Haidhof im Oktober 2018: Im Juni 2018 hatte Netto Marken-Discount – als erster Lebensmittelhändler in Deutschland – die sogenannte FlatSkin-Verpackung bereits im Eigenmarkensortiment bei Rinderroastbeef eingeführt. Bis November werden nun alle gelisteten Steakartikel der Netto-Eigenmarken „Gut Ponholz“ und „BioBio“, inklusive Rinderhüfte, Entrecote und Rinderfilet, auf die umweltfreundlichere Verpackungslösung umgestellt. Die innovative FlatSkin-Verpackung spart bis zu 70 Prozent Kunststoff ein.* Durch die Umstellung von rund 1,6 Millionen Fleischpackungen auf FlatSkin-Verpackung spart Netto zusätzlich rund 19 Tonnen Plastik pro Jahr.



© Netto Marken-Discount

Gut für die Umwelt und fürs Fleisch

Der FSC-zertifizierte Karton der neuen FlatSkin-Verpackung besteht aus nachwachsenden Frischfaserstoffen. Die volltransparente Skin-Folie legt sich direkt um das Produkt, wodurch deutlich mehr als die Hälfte an Verpackungsmaterial eingespart wird. Nachhaltig zudem: Durch das High-Vakuum verlängert sich die Haltbarkeit der Produkte. Das Fleisch reift in der Verpackung noch nach und wird dadurch besonders zart. Die innovative Fleischverpackung lässt sich zudem schnell und einfach öffnen und Kunststoff und Karton können problemlos getrennt voneinander recycelt werden.

„The Carton Excellence Award 2018“ für FlatSkin

Im September wurde die FlatSkin-Verpackung mit dem „The Carton Excellence Award 2018“ in der Kategorie „Save The Planet“ ausgezeichnet. Der Preis wird seit über 20 Jahren von PRO CARTON, der Europäischen Vereinigung der Karton- und Faltschachtelindustrie, vergeben. In ihrer Urteilsbegründung betonte die Jury, dass die FlatSkin-Verpackung einen wichti-

gen Beitrag zur Vermeidung von Kunststoff und Styropor bei der Verpackung von Fleischprodukten in ganz Europa leiste.**

Nachhaltigkeit bei Netto

Im Rahmen seiner nachhaltigen Unternehmensausrichtung verfolgt Netto das Ziel, seinen ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu reduzieren. **„Dazu zählt auch, die Verpackungen unserer Eigenmarken nachhaltiger zu gestalten und den Anteil optimierter Verpackungen im Eigenmarkensortiment stetig zu erhöhen. FlatSkin spielt dabei für uns eine sehr wichtige Rolle“**, betont Christina Stylianou, Leiterin Unternehmenskommunikation Netto Marken-Discount. Seit Jahresbeginn spart Netto dank „Natural Branding“ bei Bio-Gurken und Bio-Ingwer bereits über 50 Tonnen Verpackungen jährlich ein. Auch im Rahmen der Partnerschaft von Netto mit der Umweltschutzorganisation WWF lautet eines von acht Schwerpunktthemen Verpackung. Weitere Informationen unter: www.netto-online.de/Nachhaltigkeit.

* 70% weniger Kunststoff zum Beispiel im Vergleich zu einer herkömmlichen Verpackung in gleicher Größe

**Quelle: www.procarton.com/awards/carton-excellence-award/2018/categories/save-the-planet/?lang=de

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 rund 4.000 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 / Stefanie Adler
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de