

---

Mehr RESPEKT für die Umwelt

## **Nachhaltig sauber: Neues Öko-Wasch- und Putzmittel bei Netto**

- **Neue Eigenmarke RESPEKT: Verpackungen aus 100 Prozent Recyclingkunststoffen**
- **Öko-Rezepturen: Ab sofort umweltfreundlichere Wasch- und Putzmittel bei Netto**
- **Für die Umwelt: Zertifizierte Produkte erweitern nachhaltiges Eigenmarkenangebot**

**Maxhütte-Haidhof, 27. November 2019 – Verpackungen aus Recyclingkunststoffen und umweltfreundlichere Rezepturen: Netto Marken-Discount bringt mit RESPEKT eine neue Eigenmarke für Öko-Wasch- und Putzmittel in die Regale und erweitert damit sein nachhaltiges Eigenmarkenangebot. Die Produkte sind ab sofort in allen rund 4.260 Netto-Filialen verfügbar. Damit reagiert der Discounter auf die steigende Nachfrage nach umweltschonenderen Produkten. Gerade bei Waschmitteln wünschen sich viele Kunden ökologischere Produkte bei möglichst gleichbleibender Wasch- und Reinigungsleistung. RESPEKT erfüllt diesen Wunsch und ist Teil des langfristigen Nachhaltigkeitsengagements von Netto, bei dem Verpackungsvermeidung und respektvoller Umgang mit der Umwelt zentrale Punkte sind.**

Die Wasch- und Putzmittel von RESPEKT basieren auf umweltfreundlicheren Rezepturen: Alle Produkte sind biologisch abbaubar, enthalten ausschließlich Tenside aus pflanzlichem Ursprung und sind mit dem „EU Ecolabel“ sowie teilweise auch mit dem „Blauen Engel“ zertifiziert. Produkte, die beide Umwelt-Label tragen, werden zukünftig noch ergänzend mit dem WWF-Panda versehen, der zeigt, dass es sich um umweltfreundlichere Netto-Produkte handelt. Verpackt sind die RESPEKT-Produkte in ressourcenschonenden Beuteln oder in Behältnissen aus 100 Prozent Recyclingkunststoff. RESPEKT zeigt somit, dass Waschen und Putzen auch umweltschonender erfolgen kann.

### **Mehr nachhaltigere Alternativen im Netto-Regal**

Bereits zur Markteinführung von RESPEKT bieten alle Netto-Filialen ein umfassendes Produktangebot: Erhältlich sind Vollwasch- und Colorwaschmittel sowie verschiedene Putzmittel. Das Sortiment umfasst neben Handgeschirrspülmittel auch Allzweck-, Bad- und Küchenreiniger sowie WC-Reiniger. Die Produkte erzielen dabei die gewünschte Reinigungsleistung, während sie zugleich Umweltbelastung und Verpackungsmüll reduzieren. Ziel ist es, das Angebot schrittweise zu erweitern und kontinuierlich die Umweltverträglichkeit zu steigern. Damit ist die Marke Teil des langfristigen Engagements von Netto für Verpackungsreduktion und mehr

---

Nachhaltigkeit, und folgt dem Wunsch, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren.

Das konsequente Streben von Netto nach noch mehr Nachhaltigkeit im Sortiment, zeigt sich an vielen Stellen – beispielsweise bei der Plastikreduktion: Bereits seit 2015 reduziert und ersetzt Netto möglichst komplett hartes Mikroplastik in seinen Drogerieeigenmarken, führte 2019 das „Mikroplastikfrei-Siegel“ für mehr Transparenz ein und steuerte alle Wattestäbchen mit Kunststoffschicht aus dem Drogeriesortiment aus. Aber auch in anderen Warenssegmenten setzt sich Netto konsequent für Verpackungsoptimierung und Plastikreduktion. Netto reduziert nach und nach Verpackungen im Obst- und Gemüsesortiment und setzt sich bereits seit drei Jahrzehnten für ein umfassendes Mehrweggetränke-Sortiment ein, das das größte in der Discountlandschaft ist. Nachhaltigkeit ist somit ein zentrales Anliegen von Netto, das sich auch in dem sich ständig weiterentwickelnden Eigenmarkensortiment widerspiegelt.

### **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 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“, 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](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)