

Nachhaltiges Handeln mit EU-Siegel ausgezeichnet

Der Nürnberger Lebensmittel-Händler NORMA wurde als erster deutscher Discounter mit dem GREEN BRAND Gütesiegel ausgezeichnet. Dieses gewährleistet als eingetragene EU-Gewährleistungsmarke geprüfte, echte ökologisch nachhaltige Qualität und unterstreicht die Nachhaltigkeitsstrategie von NORMA.

„NORMA konnte eine sehr gute, nachvollziehbare und effektive Nachhaltigkeitsstrategie vorweisen, die tief im Unternehmen und bei den Mitarbeitenden verankert ist“, so Norbert Lux, Geschäftsführer der GREEN BRAND Organisation.

SCHLÜSSIGES KONZEPT MIT AMBITIONIERTEN ZIELEN

In einem umfangreichen, sehr aufwändigen Verfahren konnte der Lebensmittel-Händler darlegen, welche Schritte bereits umgesetzt wurden und welche weiteren Maßnahmen geplant sind. Alles in allem gelang es dabei, die geforderten Standards deutlich zu übertreffen: „Wir freuen uns, dass GREEN BRAND unseren großen Bemühungen und ambitionierten Zielen mit der Auszeichnung weiteren Schwung verleiht. Nachhaltig-



Daumen hoch für eine nachhaltige Zukunft: NORMA-Mitarbeitende und die Geschäftsleitung versammelten sich zur Übergabe des Zertifikats von GREEN BRAND vor dem Unternehmenssitz in Fürth.

Foto: NORMA

tigkeit hat bei NORMA seit je her einen hohen Stellenwert und wir sehen uns in unserem bisher eingeschlagenen Weg bestätigt, den wir konsequent gehen werden“, erklärt NORMA Vorstandsvorsitzender Gerd Köber.

Beispiele für die Nachhaltigkeits-Offensive gibt es dabei reichlich. So wird jedes Produkt im Sortiment dahingehend untersucht, ob bei der Herstellung, dem Transport und der Verpackung Ressourcen der Umwelt zuliebe eingespart werden können. Dies führte bereits zu einer deutlichen Reduzie-

rung des Plastikmüllaufkommens. Um dies zu erreichen, arbeitet der NORMA-Einkauf auch eng mit Zulieferern und Partnern zusammen. Seit Jahren wird die Produktpalette regionaler und nachhaltiger gestaltet. Die Eigenmarke BIO SÖNNE schafft es nicht ohne Grund bereits 2019 zur GREEN BRAND Germany im Bereich Lebensmittel. Das verantwortungsvolle Handeln in der Herstellung, dem Anbau, der Logistik und der Vermarktung der Marke überzeugte die Experten-Jury der GREEN BRANDS Organisation bereits damals.