

Zertifizierung bestätigt Umwelt-Strategie des Discounters



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

Nürnberg. 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, die in umfangreichen Prüf- und Zertifizierungsverfah-

ren mit dem GREEN BRAND Gütesiegel bestätigt wurde. „NORMA konnte eine sehr gute, nachvollziehbare und effektive Nachhaltigkeitsstrategie vorweisen, die tief in Unternehmen und bei den Mitarbeitenden verankert ist. Wir freuen uns, dass nach der exklusiven Eigenmarke BIO SONNE nun auch das gesamte Unternehmen NORMA zertifiziert ist und damit unter

Beweis stellt, dass sich Umwelt- und Preisbewusstsein nicht ausschließen“, so Norbert Lux, Geschäftsführer der GREEN BRAND Organisation.

Schlüssiges Konzept mit ambitionierten Zielen

In einem umfangreichen, sehr aufwendigen Validierungsverfahren konnte der Lebensmittel-Händler darlegen, welche Schrit-

te unter anderen in den Bereichen Corporate Social Responsibility (CSR), Energieeinsparung, Ressourcenmanagement und Umweltschutz 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. Nachhaltigkeit 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 des Nürnberger Unternehmens 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 Reduzierung des Plastik-

müllaufkommens. Um dies zu erreichen, arbeitet der NORMA-Einkauf auch eng mit Zulieferern und Partnern zusammen. Seit Jahren wird die Produktpalette daher noch regionaler und nachhaltiger gestaltet. Die exklusive Eigenmarke BIO SONNE schaffte es nicht ohne Grund bereits 2019 zur GREEN BRAND Germany im Bereich Lebensmittel. Das verantwortungsvolle und umsichtige Handeln in der Herstellung, dem Anbau, der Logistik und der Vermarktung der Marke überzeugte die Experten-Jury der GREEN BRANDS Organisation bereits damals. Unabhängig von den vielen warenauspezifischen und produktrelevanten Maßnahmen runden der Umbau der Lkw-Flotte hin zu nachhaltigeren Antriebsformen, die Aufrüstung der Photovoltaik-Anlagen auf Filialen und Niederlassungen sowie das aktive Abfallmanagement und Vieles weitere mehr die konsequente Nachhaltigkeitsstrategie von NORMA ab. Dies dokumentiert auch der bereits zum 6. Mal in Folge veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht von NORMA.