

---

## **Gegen Lebensmittelverschwendung: Frischeschutz durch Apeel-Verfahren Netto baut Pilotprojekt aus: Längere Frische für Orangen und Mandarinen**

- **Kooperation: Netto ist erster deutscher Discount-Partner von Apeel Sciences**
- **Für längere Frische und gegen Lebensmittelverderb: Schutzmantel um Schale aus pflanzlichen Inhaltsstoffen**
- **Testphase erweitert: Mit Apeel geschützte Orangen und Mandarinen ergänzen Angebot**

**Maxhütte-Haidhof, Januar 2020 – Jährlich werden rund 12 Millionen Tonnen Lebensmittel in Deutschland entsorgt\*. Um dem entgegenzuwirken, setzt sich Netto Marken-Discount aktiv gegen Lebensmittelverschwendung ein: Netto führte als erster Discounter in Deutschland das innovative Verfahren „Apeel“ in ausgewählten Filialen ein. Nach dem erfolgreichen Start der regionalen Testphase mit Avocados Ende 2019, erweitert Netto ab sofort sein Apeel-Sortiment um weitere Artikel: Orangen und Mandarinen seiner Eigenmarke „Lieblings“. Durch das Apeel-Verfahren wird die Ware mit einem Schutzmantel aus pflanzlichen Inhaltsstoffen versehen, die den Wasserverlust und die Durchdringung durch Sauerstoff – zwei der wichtigsten Ursachen der Verderblichkeit von frischem Obst und Gemüse – verlangsamt. So bleiben die Zitrusfrüchte deutlich länger frisch und Lebensmittelverschwendung wird reduziert.**

Innovatives Verfahren für längere Frische: Das pflanzliche Verfahren des Unternehmens Apeel Sciences gleicht einem naturidentischen Frischesafe. Die Schale von Obst- und Gemüse wird dabei mit einer zweiten Haut aus pflanzlichen Inhaltsstoffen versehen. So erhält der Artikel neben der eigenen Schale noch einen weiteren naturidentischen Schutzmantel. Dieser verlangsamt den Wasserverlust und das Eindringen von Sauerstoff und verlängert so deutlich die Frische von Lebensmitteln. Dieser Schutzmantel sorgt nun auch für eine längere Frische von mit dem Apeel-Verfahren gekennzeichneten Orangen und Mandarinen der Netto-Eigenmarke „Lieblings“.

**„Mit Apeel haben wir eine neue Möglichkeit gefunden, Obst und Gemüse länger frisch zu halten. Indem wir das Angebot weiter ausbauen, wollen wir aktiv zu mehr Wertschätzung von Lebensmitteln beitragen und versuchen hierdurch zu erreichen, dass weniger Lebensmittel entsorgt werden“,** so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

---

Die mit dem Apeel-Verfahren gekennzeichneten Orangen und Mandarinen der Netto-Eigenmarke „Lieblings“ werden ab sofort in Teilen von Bayern, Baden-Württemberg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein verkauft. Bundesweit gehen die gekennzeichneten Artikel in diesem Jahr in allen 4.260 Nettomärkten an den Start. Die Apeel Orangen sind zudem mit dem Panda Logo des WWF gekennzeichnet, an dem Netto-Kunden nachhaltigere Produkte, die vom WWF anerkannte ökologische Standards erfüllen und entsprechend der Kriterien unabhängiger Prüforganisationen zertifiziert sind, noch schneller erkennen.

### **Netto zeigt Initiative: Mehr Wertschätzung für Lebensmittel**

Netto Marken-Discount arbeitet seit Langem der Lebensmittelverschwendung aktiv entgegen. So werden nicht verkaufte, aber noch haltbare Lebensmittel verschiedener Wareensegmente wie Pasta, Brot- und Backwaren oder Molkereiprodukte an die Tafel gespendet. Auf diese Weise unterstützt Netto seit vielen Jahren Bedürftige in ganz Deutschland. Darüber hinaus informiert Netto regelmäßig seine Kunden in Form von Verkaufsaktionen über das Thema Lebensmittelverschwendung: So bietet Netto als erster Discounter Deutschlands bereits seit 2013 unter dem Motto „Keiner ist perfekt“ Aktionswochen für den Verkauf von Obst- und Gemüseerzeugnisse aus deutschem Anbau, die optisch nicht der Norm entsprechen, qualitativ und geschmacklich aber einwandfrei sind.

### **Das Apeel-Verfahren**

Von Erdbeeren bis Paprika verfügt jedes Obst und Gemüse über eine Schale oder Haut, die sie frisch hält. Hergestellt aus Substanzen, die in Obst vorkommen, fügt Apeel der Oberfläche von frischen Erzeugnisse eine extra „zweite Haut“ hinzu, um den Wasserverlust und die Oxidation, also die Reaktion mit Sauerstoff, zu verlangsamen. Diese bleiben deutlich länger frisch, sodass sie zum optimalen Genusszeitpunkt zur Verfügung stehen. Die Qualität der Ware bleibt dabei aufrechterhalten und der Frischegrad und die Transportfähigkeit wird verbessert.

\*Quelle: Thünen Institut 2019

## Über ‚Apeel Sciences‘

Apeel Sciences ist ein Unternehmen, das die weltweite Lebensmittelverschwendungskrise bekämpft, indem es die von der Natur zur Verfügung gestellten Werkzeuge zur Vermeidung von Verschwendung überhaupt nutzt — ein nachhaltiger Ansatz zur Erfüllung der steigenden Lebensmittelnachfrage der Welt. Apeel Sciences wurde im Jahr 2012 im Rahmen einer Schenkung von der Bill & Melinda Gates Foundation gegründet, um dazu beizutragen, den Lebensmittelverlust nach der Ernte in Entwicklungsländern ohne Zugang zu Kühlanlagen zu reduzieren. Gegründet wurde Apeel Sciences von CEO James Rogers, PhD; zu den Investoren gehören Andreessen Horowitz, Viking Global Investors, Upfront Ventures, S2G Ventures, Powerplant Ventures, DBL Partners, The Bill & Melinda Gates Foundation, UK Department for International Development, und The Rockefeller Foundation. Das Unternehmen ist anerkannt als World Economic Forum Technology Pioneer, als ein Friend of Champions 12.3, und ein 2019 CNBC Disruptor 50.

### 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 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. 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)