

---

**Beteiligung am Dialogforum zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen**

**Netto baut Engagement gegen Lebensmittelverschwendung aus**

- Dialogforum beschließt gemeinsam verbindliche Maßnahmen gegen Food Waste
- Ziel ist die Halbierung vermeidbarer Lebensmittelabfälle bis 2030

**Maxhütte-Haidhof im Juni 2020 – In Deutschland werden jährlich zwölf Tonnen Lebensmittel entsorgt, das entspricht 75 Kilogramm pro Person\*. Netto Marken-Discount geht aktiv dagegen vor. Das Handelsunternehmen verstärkt mit der Teilnahme am „Dialogforum Groß- und Einzelhandel“ des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft sein Engagement gegen Lebensmittelverschwendung. Das Dialogforum besteht seit 2019 und ist Teil der nationalen Strategie zur wirksamen Reduktion vermeidbarer Lebensmittelabfälle.**

Als Partner des Dialogforums erarbeitet Netto gemeinsam mit weiteren Unternehmen der Lebensmittelbranche sowie Vertretern aus Politik und Wirtschaft konkrete Maßnahmen. Indem das Thema Lebensmittelverschwendung in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt wird, kann der verantwortungsvolle Umgang mit Lebensmitteln gestärkt und eine höhere Wertschätzung für Lebensmittel ermöglicht werden.

„Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen ist ein wichtiges Thema und hat bei Netto seit Jahren hohe Priorität. Mit der Teilnahme am ‚Dialogforum Groß- und Einzelhandel‘ leisten wir aktiv einen weiteren Beitrag, um auf das gesellschaftsrelevante Thema aufmerksam zu machen und die Wertschätzung für Lebensmittel weiter zu steigern“, so Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount. Dabei setzt Netto bereits zahlreiche vom Dialogforum angestrebte Ziele um.

**Längere Haltbarkeit mit Apeel**

So führte Netto als erster Discounter in Deutschland bundesweit in seinen Filialen die innovative Apeel-Lösung für Avocados und Orangen ein. Bei dieser Methode wird die natürliche Schale mit einer zweiten Haut aus naturidentischen Inhaltsstoffen ummantelt und erhält einen zusätzlichen Frischeschutz. Dadurch bleiben Obst und Gemüse länger frisch und es müssen weniger Lebensmittel entsorgt werden.

### **Netto-Engagement für stärkere Lebensmittelwertschätzung**

Neben der Förderung innovativer Maßnahmen setzt sich Netto zudem seit Jahren mit verschiedenen weiteren Aktivitäten aktiv gegen Lebensmittelverschwendung ein.

Netto engagiert sich seit Langem für Tafel Deutschland e.V. und spendet nicht verkaufte, aber noch haltbare Lebensmittel an die regionalen Tafeln. Zusätzlich fördert Netto die Tafel jährlich mit Spendenaktionen: Dieses Jahr unterstützte Netto zusammen mit seinen Kunden Tafel Deutschland e.V. mit einer Spendensumme von 220.858 Euro. Zudem testet Netto aktuell eine regionale Zusammenarbeit mit der Foodsharing-App „Too good to go“. Seit 2013 führt Netto als erster Discounter regelmäßig die Initiative „Keiner ist perfekt“ durch und bietet in regionalen und nationalen Aktionswochen Kunden Obst- und Gemüseprodukte aus deutschem Anbau, die zwar optisch nicht der Norm entsprechen, qualitativ und geschmacklich aber einwandfrei sind.

Für eine optimale Warenverfügbarkeit orientiert sich das Netto-Sortiment an der jeweiligen Kundennachfrage vor Ort: Besonders im Frischwarenangebot, wie bei Obst und Gemüse sowie im Bake-Off-Bereich, werden die Produkte nachfrageorientiert angeboten.

Weitere Informationen zum Engagement für Nachhaltigkeit gibt es unter: <https://www.netto-online.de/ueber-netto/Nachhaltigkeit.chtm>

\*Quelle: Thünen Institut 2019

#### **Netto Marken-Discount im Profil:**

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.270 Filialen, rund 78.000 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,5 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 rund 5.100 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 Stylianos  
Tel.: 09471-320-999  
E-Mail: [presse@netto-online.de](mailto:presse@netto-online.de)  
[www.netto-online.de](http://www.netto-online.de)