

---

Krumm aber lecker

## **Netto-Initiative „Keiner ist perfekt“ startet am 17. Juli**

- **Krumme Dinger bei Netto: Obst und Gemüse mit Schönheitsfehlern in KW 29**
- **Vielfalt: Netto setzt auf starke Maßnahmen für mehr Lebensmittelwertschätzung**
- **Zielsetzung: 50 Prozent weniger Lebensmittelabfälle bis 2030**

**Maxhütte-Haidhof, im Juli 2023 – Lebensmittelverschwendung ist eine Klimaherausforderung. 10 Prozent der Treibhausgasemissionen sind auf die weltweite Verschwendung von Lebensmitteln zurückzuführen. In Deutschland werden in privaten Haushalten pro Kopf jährlich 78 Kilo Lebensmittel weggeworfen. Um seinen Teil zur Reduzierung der Lebensmittelabfälle beizutragen, weitet Netto Marken-Discount das vielfältige Maßnahmenpaket kontinuierlich aus. Mit der Initiative „Keiner ist perfekt“ bringt Netto vom 17. bis zum 22. Juli krumme Speisemöhren und Zucchini in die 4.300 Filialen und will so Kundinnen und Kunden für mehr Lebensmittelwertschätzung sensibilisieren. Die Aktion ist Teil einer langfristig angelegten Strategie, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren und ist schon seit langem in der Nachhaltigkeitsstrategie von Netto verankert.**

Die bundesweite Verkaufsaktion von krummem Obst und Gemüse unter dem Motto „Keiner ist perfekt“ soll den Verbraucherinnen und Verbrauchern verdeutlichen, dass auch nicht ganz perfekte Lebensmittel ihren Wert haben und den „perfekten“ Alternativen in Qualität und Geschmack in nichts nachstehen. Mit der Initiative zeigt Netto auch, dass die heimischen Erzeugnisse, die nicht ganz ideal aussehen, gut schmecken und nicht weggeschmissen werden sollten.

**"Mit unserer traditionellen Verkaufsaktion möchten wir ein Zeichen setzen und unsere Kundinnen und Kunden dazu ermutigen, Lebensmittel mit anderen Augen zu betrachten. Keiner ist perfekt, und das gilt auch für Obst und Gemüse. Wir wollen damit ein deutliches Zeichen für mehr Lebensmittelwertschätzung setzen",** erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

**Damit nicht genug: Netto setzt vielfältige Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung um**

Die Initiative „Keiner ist perfekt“ ist ein wichtiger Bestandteil von Nettos Engagement gegen Lebensmittelverschwendung und folgt auf die erst kürzlich unterzeichnete Vereinbarung zwischen Netto, anderen Branchenteilnehmern und dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: Die unterzeichnete Selbstverpflichtung verfolgt das Ziel, vermeidbare Lebensmittelabfälle bis 2030 um die Hälfte zu reduzieren. Dazu gewährleistet Netto, dass 90 Prozent der Filialstandorte überschüssige Lebensmittel an soziale Vereine weitergeben.

Für eine optimale Warenverfügbarkeit orientiert sich das Sortiment von Netto zudem an der jeweiligen Kundennachfrage vor Ort: Lebensmittel, die kurz vor dem MHD stehen, reduziert Netto für den schnellen Abverkauf bzw. spendet sie an die regionalen Tafeln.

Eine weitere Maßnahme, auf die Netto als erster Discounter in Deutschland setzt, ist der „Apeel-Frischeschutz“ für Avocados und Zitrusfrüchte. Der „Apeel-Frischemantel“ besteht aus naturidentischen Inhaltsstoffen und sorgt eine längere Haltbarkeit.

**Netto Marken-Discount im Profil:**

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.300 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 15,8 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-Kundinnen und -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, 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 der Schwerpunktthemen Klimaschutz, Biodiversität, Süßwasser und Ressourcen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Mit über 5.600 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Talenten aus den eigenen Reihen.

**Pressekontakt:**

Netto Marken-Discount Stiftung &amp; 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)