
Internationaler Tag gegen Lebensmittelverschwendung am 29. September:

Netto setzt sich aktiv für mehr Lebensmittelwertschätzung ein

- **Netto setzt im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung verschiedene Schwerpunkte**
- **2023 unterzeichnete Netto eine Selbstverpflichtung zur Halbierung von Lebensmittelabfällen**
- **„Keiner ist perfekt“: Nächste Verkaufsaktion von Speisemöhren mit Schönheitsfehlern in KW41**

Maxhütte-Haidhof, im September 2023 – Jährlich werden in Deutschland rund 11 Millionen Tonnen Lebensmittel entsorgt.¹ Während 59 Prozent der Lebensmittelabfälle in privaten Haushalten anfallen, sind es im Lebensmitteleinzelhandel sieben Prozent. Für Netto Marken-Discount sind das genau sieben Prozent zu viel und ein wichtiger Grund sich gegen Lebensmittelverschwendung einzusetzen. Das Engagement von Netto konzentriert sich dabei auf sechs Schwerpunktthemen, die zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen beitragen sollen.

„Als großer Lebensmittelhändler wissen wir um unsere Verantwortung, nachhaltiges Handeln zu fördern und Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Dabei wollen wir als gutes Beispiel vorangehen und unseren Teil zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen beitragen. Wir sind stolz auf die Meilensteine, die wir auf unserem Weg bisher erreicht haben und setzen uns weiter ambitionierte Ziele für die Zukunft“ erklärt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Das Fundament: Richtige Sortimentsgestaltung

Netto setzt im Sortiment auf sogenannte Schnelldreher und berücksichtigt bei allen Bestellabläufen die tatsächliche Kundennachfrage je Artikel. So sorgt Netto dafür, dass weniger Überschussware existiert, die entsorgt werden müsste. Zudem wird Ware, die einige Tage vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums steht, deutlich im Preis reduziert und schnell abverkauft.

¹ [BMEL - Lebensmittelverschwendung - Lebensmittelabfälle in Deutschland: Aktuelle Zahlen zur Höhe der Lebensmittelabfälle nach Sektoren](#)

Kooperation mit der Tafel

Seit 2007 arbeitet Netto mit den Tafeln Deutschland zusammen und unterstützt mit finanziellen Spenden sowie Lebensmittelspenden den wichtigen Einsatz der Tafel-Arbeit. Noch haltbare Lebensmittel verschiedener Wareensegmente, wie z.B. Pasta, Brot- und Backwaren, Molkereiprodukte, werden von Netto an die lokalen Tafeln weitergeleitet: Diese werden an armutsbetroffene Menschen direkt abgegeben.

Für mehr Frische: Apeel

Als erster Discounter in Deutschland setzt Netto auf den „Apeel-Frischeschutz“ für Avocados und Zitrusfrüchte. Der „Apeel-Frischemantel“ besteht aus naturidentischen Inhaltsstoffen und verlangsamt den Reifeprozess. Damit verlängert Apeel die Frische und sorgt dafür, dass auch Verbraucherinnen und Verbraucher die Lebensmittel zuhause länger lagern können.

Krumme Dinger: Verkaufsaktion „Keiner ist perfekt“

Jedes Jahr verkauft Netto unter dem Motto „Keiner ist perfekt“ regelmäßig in wiederkehrenden Aktionen krummes Obst und Gemüse in den bundesweit 4.300 Filialen. Die Aktionswochen sollen darauf aufmerksam machen, dass auch Obst- und Gemüseprodukte mit kleinen optischen Schönheitsfehlern den „perfekten“ Alternativen in nichts nachstehen und genauso gut schmecken. So wurden 2023 bereits über 176.000 Kg Speisemöhren und rund 101.000 Kg Zucchini sowie insgesamt schon über 15.580 Tonnen Obst und Gemüse gerettet. Ziel der traditionellen Aktion ist es, Kundinnen und Kunden für mehr Lebensmittelwertschätzung zu sensibilisieren und damit zur Reduktion von Lebensmittelabfällen in Privathaushalten beizutragen. Vom 9. bis 14. Oktober verkauft Netto erneut „Keiner ist perfekt“-Speisemöhren.

Starke Partner: WWF Partnerschaft

Im Rahmen der Partnerschaft mit dem WWF Deutschland arbeitet Netto an den Schwerpunktthemen Klimaschutz, Erhaltung und Förderung der Biodiversität, Süßwasserschutz sowie Ressourcen- und Materialbewahrung. Darunter fällt auch die Reduktion von Lebensmittelabfällen. Gemeinsam setzen Netto und WWF in der Zusammenarbeit einerseits entlang der Wertschöpfungskette mit Eigenmarkenlieferanten an, um Lebensmittelverluste zu verringern. Zudem soll der Lebensmittelabfall in den Netto-Filialen weiter verringert und die Verbraucherinnen und Verbraucher für das Thema zu sensibilisiert werden.

Blick in die Zukunft: Selbstverpflichtung zur Halbierung der Lebensmittelabfälle bis 2030

Am 27. Juni 2023 unterzeichnete Netto eine erneute Selbstverpflichtung des BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft). Die diesjährige unterzeichnete Selbstverpflichtung beinhaltet u.a. folgende verbindliche Meilensteine:

- Die Reduktion vermeidbarer Lebensmittelabfälle um 30 Prozent bis 2025 und um 50 Prozent bis 2030.
- Die Abgabe überschüssiger Lebensmittel an soziale Vereine in 90 Prozent der Filialstandorte.

Welche Bedeutung das Ziel der Halbierung der Lebensmittelverschwendung hat, betont auch Dirk Steffens, mehrfach ausgezeichnete Wissenschaftsjournalist, TV-Moderator und Experte für Nachhaltigkeit:



„Es ist viel einfacher, die Verschwendung von Lebensmitteln zu reduzieren, als Essgewohnheiten oder Anbaumethoden zu verändern. Und es geht schlichtweg schneller. Das ist wichtig, schließlich läuft uns bei Klima- und Artenschutz die Zeit davon.“

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. 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 & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de

