
Statement gegen Lebensmittelverschwendung

Netto Marken-Discount-Initiative „Keiner ist perfekt“

- **Lebensmittelwertschätzung: Obst und Gemüse mit kleinen Fehlern in Netto-Regalen**
- **Das Ziel: Halbierung von Lebensmittelabfällen bis 2030**
- **Verkaufsaktion: frischer Spargel (1,5 Kg-Packung) in KW21**

Maxhütte-Haidhof, im April 2024 – Rund 18 Millionen Tonnen Lebensmittel werden allein in Deutschland jährlich weggeworfen – der Großteil davon in Privathaushalten. Netto Marken-Discount engagiert sich mit verschiedenen Maßnahmen aktiv gegen diese Lebensmittelverschwendung. Jetzt rückt Netto Deutschlands beliebtestes Saisongemüse in den Kundenfokus: In der Kalenderwoche 21 (21. Mai 2024 bis 25. Mai 2024) gibt es unter dem Motto „Keiner ist perfekt“ qualitativ hochwertigen Spargel mit kleinen Schönheitsfehlern in den Netto-Regalen.

Die Zahlen sind alarmierend: Die in Deutschland weggeworfenen Lebensmittel entsprechen fast einem Drittel unseres aktuellen Nahrungsmittelverbrauches. Umgerechnet werden hierzulande 313 Kilogramm genießbare Nahrungsmittel pro Sekunde entsorgt – ob nach der Ernte, bei der Weiterverarbeitung, im Großhandel, im Restaurant oder zu großen Teilen in den privaten Haushalten. Entsorgt wird nicht selten bereits beim Erzeuger, weil die Produkte entweder nicht der vom Gesetzgeber verlangten Norm entsprechen oder optische Schönheitsfehler die Verkaufschancen bei den Konsumentinnen und Konsumenten gering sind.

Genau hier setzt die bundesweite Netto-Verkaufsaktion von „krummen“ Obst und Gemüse unter dem Motto „Keiner ist perfekt“ an. Diese soll den Verbraucherinnen und Verbrauchern vermitteln, dass auch Lebensmittel, die nicht der Schönheitsnorm entsprechen, genauso gut schmecken. Für die aktuelle Aktion hat Netto ein im Frühling besonders nachgefragtes Gemüse gewählt: frischen Stangenspargel aus deutschem Anbau. **„Spargel ist in Deutschland traditionell ein sehr beliebtes Saisongemüse. Mit unserer diesjährigen Verkaufsaktion verdeutlichen wir, dass sich ein hoher Qualitätsanspruch und kleine optische Fehler nicht ausschließen“**, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Im Jahresverlauf wird Netto erneut „krumme“ Produkte in der Obst- und Gemüseabteilung verkaufen.

Begleitet werden die Verkaufsaktionen durch Ankündigungen und Informationen in Handzetteln, am POS und weiteren Kommunikationsmaßnahmen. Dies schafft zusätzliche Aufmerksamkeit zum Thema Lebensmittelverschwendung und steigert die Sensibilität für mehr Lebensmittelwertschätzung.

Neben der Initiative „Keiner ist perfekt“ unterstreicht Netto die Bedeutung von Lebensmittelwertschätzung auch durch die langjährige Partnerschaft mit den Tafeln Deutschlands. Dieses Engagement spiegelt sich auch in der Vereinbarung zwischen Netto, anderen Branchenteilnehmern und dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft wider, mit dem Ziel, vermeidbare Lebensmittelabfälle bis 2030 um die Hälfte zu reduzieren.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit rund 4.350 Filialen, rund 87.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 17,1 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

