
Engagement für mehr Lebensmittelwertschätzung Netto Marken-Discount verkauft Obst und Gemüse mit Schönheitsfehlern

Maxhütte-Haidhof, im September 2021 – Ab dem 4. Oktober heißes in allen Gemüse- und Obstabteilungen der 4.260 Netto-Filialen: „Keiner ist perfekt“. Bis zum 9. Oktober verkauft Netto Marken-Discount bundesweit heimische Obst- und Gemüseartikel mit kleinen Schönheitsfehlern, die in Punkto Geschmack und Frische ebenfalls überzeugen. Netto macht damit seine wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden auf das Thema Lebensmittelverschwendung aufmerksam.

Laut Schätzungen der FAO (Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen) landen weltweit jährlich 1,3 Milliarden Tonnen Lebensmittel im Müll.¹ Die Bundesregierung hat daher die *Nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung* verabschiedet. Netto bringt mit seiner Initiative „Keiner ist perfekt“ bundesweit krumme Möhren und unförmige Äpfel in seine Regale, die optisch nicht ganz der Norm entsprechen, aber geschmacklich und qualitativ hohe Kriterien erfüllen. Seit acht Jahren verkauft der Lebensmittelhändler bereits regelmäßig unperfektes Obst und Gemüse aus deutschem Anbau als Aktionsangebot – und konnte somit bereits über 11.000 Tonnen Tafeläpfel, Speisemöhren, Spargel oder Zucchini retten. **„Mit unserer Initiative ‚Keiner ist perfekt‘ wollen wir für mehr Lebensmittelwertschätzung sensibilisieren – und zugleich unsere Partnerschaften mit heimischen Erzeugern ausbauen“**, so Christina Stylianou, Leiterin der Netto-Unternehmenskommunikation.

Nachhaltigeres Netto-Sortiment

Netto setzt sich mit innovativen Lösungen in seinem Sortiment aktiv gegen Lebensmittelverschwendung ein und nutzt daher beispielsweise als erster Lebensmitteldiscounter den Apeel-Frischeschutz. Dieser Schutz besteht aus einer zweiten Haut aus pflanzenbasierten Inhaltsstoffen. Damit werden ausgewählte Zitrusfrüchte und Avocados ummantelt. Dies verlangsamt die Reifung und hält die Erzeugnisse länger frisch und haltbar. Zudem setzt der Lebensmittelhändler auf Schnelldreher und berücksichtigt bei seinen Bestellabläufen die tatsächliche Kundennachfrage je Artikel. Einige Tage vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums werden die Artikel deutlich im Preis reduziert, um weitere Abverkäufe zu ermöglichen. Zudem spendet Netto nicht verkaufte, noch haltbare Lebensmittel

¹ FAO: <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/flw-data>

verschiedener Warengruppen, wie z.B. Nudeln, Brot- und Backwaren, Molkereiprodukte, an die Tafeln.

Weitere Informationen finden Sie hier: <https://www.netto-online.de/ueber-netto/Regionales-Engagement.chtm#Krummes-Obst-und-Gemuese>

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 84.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kundinnen und Kunden und einem Umsatz von 14,6 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 mit Mitarbeiterinnen und 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 5.300 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 Stylianos
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de