

## Presseinformation zum Tag der Lebensmittelverschwendung am 2. Mai

Ambitionierte neue Ziele gegen Lebensmittelverluste:

### Danone will bis Ende diesen Jahres seine Lebensmittelverluste um 30 Prozent reduzieren

München/Haar, 28.4.2021 | Danone DACH hat sich neue, noch weitergehende Ziele im Kampf gegen Lebensmittelverluste gesetzt: bis Ende diesen Jahres verpflichtet sich das Unternehmen, seine eigenen Verluste um 30 Prozent gegenüber 2016 zu reduzieren. Bis 2025 will Danone seine Lebensmittelverluste um 50 Prozent gegenüber 2016 verringern.

Danone orientiert sich bei der Festlegung seiner Verpflichtungen im Nachhaltigkeitsbereich an den UN Nachhaltigkeitszielen. Im Kampf um die Verringerung von Lebensmittelverlusten geht Danone jedoch noch einen Schritt weiter und reduziert seine Verluste statt bis 2030 bereits bis 2025 um 50 Prozent – und ist damit fünf Jahre eher als zunächst geplant. Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, hat Danone zahlreiche Maßnahmen in seiner Produktion und Logistik ins Leben gerufen.

In der Produktion beispielsweise können innovative technische Lösungen Verluste bei der Verarbeitung der frischen Milch, der Früchte sowie der Zwischen- und Fertigprodukte in den Werken verhindern. Mit dem sogenannten Molch, einer Art großem Teigschaber, werden Fruchtreste, die an den Wänden der Fruchttanks zurückgeblieben sind, wieder der Grundmasse zugeführt. Dadurch können im Danone Werk im unterfränkischen Ochsenfurt über dreißig Tonnen Frucht pro Jahr gerettet werden.

„Die Bekämpfung von Lebensmittelverlusten ist für uns ein wichtiges Ziel, zu dem wir als Lebensmittelhersteller einen großen Beitrag leisten müssen. Deshalb haben wir uns neue, ambitionierte Ziele gesetzt – zu deren Erreichung sehr viele unserer Mitarbeiter beitragen,“ so Nadir Hamidou, Operations Director bei Danone. „Außerdem arbeiten wir an vielen weiteren Projekten jenseits unseres alleinigen Verantwortungsbereichs, gemeinsam mit unseren Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette“, so Hamidou weiter.

#### Entlang der gesamten Wertschöpfungskette aktiv sein

Über den eigenen Bereich hinaus hat Danone zahlreiche Projekte entlang der gesamten Wertschöpfungskette initiiert, um die Verluste von Lebensmitteln ganzheitlich anzugehen: im Bereich der Landwirtschaft, aber auch in Zusammenarbeit mit dem Handel oder letztlich im Kontakt mit dem Endverbraucher.

In Zusammenarbeit mit den Danone Milchlandwirt\*innen geht es insbesondere um die Sicherstellung der kontinuierlich hohen Qualität der Rohmilch. Durch mögliche Belastungen der Rohmilch mit Hemmstoffen oder erhöhten Keimzahlen kann es nötig sein, Frischmilch zu entsorgen. Um dies zu verhindern und die

hohe Qualität jederzeit sicherzustellen, arbeiten die Danone Milcherzeugerberater sehr eng mit den Danone Landwirt\*innen zusammen.

### Danones „Online Clearance Sales Shop“ nominiert für diesjährigen „Zu gut für die Tonne“ Preis

In Zusammenarbeit mit dem Handel trägt das Unternehmen zur Reduktion von Lebensmittelverlusten bei indem durch eine genaue Bedarfsplanung eine möglichst passgenaue Produktion und Anlieferung ermöglicht wird. Im Juni 2020 launchte Danone außerdem einen Online Clearance Sales Shop für Groß- und Einzelhändler. Über diesen Kanal bietet das Unternehmen seinen Handelspartnern exklusiv die Produkte mit einer verkürzten Restfrische zu vergünstigten Konditionen an. Durch den neuen Online Shop konnten 30 Prozent mehr Danone Produkte vor dem Verlust gerettet werden. Mit diesem Online Kanal ist Danone nun erstmalig für den von der Bundesregierung verliehenen „Zu gut für die Tonne“-Preis 2021 in der Kategorie Digitalisierung nominiert.

### Aufmerksamkeit für das Thema schaffen

Im Rahmen der Sensibilisierung der Verbraucher für das Thema Lebensmittelverschwendung engagiert sich Danone als Partner der „Oft länger gut“- Kampagne von Too Good To Go: Seit September 2020 ist auf den Activia Joghurts der deutliche Hinweis zu lesen, dass das Produkt auch nach Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums noch genießbar sein kann. Mit dem „Oft länger gut“-Label sind Konsument\*innen konkret aufgefordert, ihre Sinne zu nutzen und mittels Schauen, Riechen und Probieren das Produkt auf Genießbarkeit zu testen.

„Wir beschäftigen uns bei Danone schon seit einigen Jahren damit, wie wir zur Reduktion von Lebensmittelverlusten entlang der gesamten Wertschöpfungskette beitragen können,“ betont Dr. Susanne Knittel, Pressesprecherin bei Danone. „Wir sehen, dass wir einiges bewegen können, vor allem in Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Aber da geht noch mehr, und wir arbeiten daran, für das Thema zu sensibilisieren - innerhalb unseres Unternehmens, aber auch jenseits davon, zum Beispiel im Austausch mit anderen „Food waste Fighters“ so Knittel weiter.

Danone

Die Danone GmbH mit Sitz in Haar bei München produziert Joghurt- und andere Milchfrischeprodukte in den Molkereien Rosenheim und Ochsenfurt. Beliebte Marken von Danone sind Actimel, Activia, Dany und FruchtZwerg. Seit Kurzem sind auch einige pflanzenbasierte Danone Produkte in Deutschland erhältlich.

Kontakt für weitere Informationen:

Dr. Susanne Knittel, Unternehmenskommunikation, Tel: +49 160 97243025, [susanne.knittel@danone.com](mailto:susanne.knittel@danone.com)

Linda Schumacher, Unternehmenskommunikation, Tel: +49 162 2459284, [linda.schumacher@danone.com](mailto:linda.schumacher@danone.com)

Die aktuellen Presseinformationen finden Sie auch in unserem Newsroom: <http://presse.danone.de>