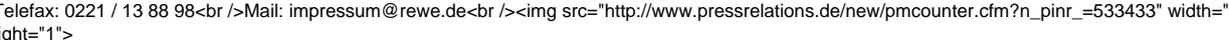




PENNY WILL WERTSCHÄTZUNG FÜR LEBENSMITTEL ERHÖHEN

PENNY WILL WERTSCHÄTZUNG FÜR LEBENSMITTEL ERHÖHEN
 Lebensmittelverschwendung: In fünf Städten Pilotprojekt zur Verbraucherbildung mit BMELV und den LandFrauen
 PENNY, das Bundesverbraucherministerium (BMELV) sowie der Deutsche LandFrauenverband e.V. (dlv) starten eine gemeinsame Kampagne zur Wertschätzung von Lebensmitteln: Vom 27. Mai bis zum 8. Juni informieren die LandFrauen an jeweils fünf Tagen in je zwei PENNY-Märkten in Berlin, Hamburg, Köln, Offenbach und München Kunden über Themen wie Lebensmittelverschwendung, richtige Lagerung im Kühlschrank, den Umgang mit Lebensmitteln, die das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten haben oder schmackhafte Resteküchen.
 Das gemeinsame Pilotprojekt mit dem Bundesverbraucherministerium und den LandFrauen soll dazu beitragen, die Wertschätzung für Lebensmittel zu erhöhen. Denn, auch wenn heute Lebensmittel preiswert sind, darf dies nicht dazu führen, dass sie achtlos in der Mülltonne landen. Das ist weder ethisch noch ökonomisch vertretbar", sagte Jan Kunath, PENNY-Vorstand, anlässlich des heutigen (23.5.) Auftaktgesprächs im Kölner PENNY-Markt, Longericher Straße 150, im Beisein von Bundesministerin Ilse Aigner und der Präsidentin des dlv Brigitte Scherb.
 PENNY stellt sich seit Jahren der Herausforderung, die Quote der in den Märkten vernichteten Lebensmittel so gering wie möglich zu halten. "Mittlerweile verkauft PENNY im Jahresdurchschnitt 99 Prozent seiner Lebensmittel. Das Gros der verbleibenden Lebensmittel stellt PENNY kostenlos den bundesweit rund 900 lokalen Tafel-Initiativen zur Verfügung", so Kunath. Wichtig sei es, die Verbraucher zu erreichen und umfassend zu informieren, dabei komme dem Handel als Schnittstelle eine bedeutende Rolle zu. Aus diesem Grund informiert PENNY seine Kunden nicht nur bundesweit mit dem Flyer "Weil man Geld nicht einfach wegwirft", sondern nutzt unter dem Motto "Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung" auch seinen Internet-Auftritt dazu.
 Die Kampagne "Zu gut für die Tonne ist ein großer Erfolg", sagte Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner. "Es ist uns gelungen, in Deutschland ein breites Bündnis zu schaffen, an dem sich viele Akteure beteiligen: Hersteller, Handel und Großabnehmer wie Kliniken und Gaststätten, aber auch Verbraucher und Verbände. Es gibt viele nützliche Tipps, die helfen, Lebensmittelabfälle zu vermeiden. Die Kooperation von LandFrauen und Handel zeigt, wie sich Lebensmittelabfälle im Alltag vermeiden lassen, wenn alle gemeinsam an einem Strang ziehen." Der Deutsche LandFrauenverband unterstützt das ambitionierte Ziel der EU-Kommission, bis zum Jahr 2020 die Menge des vermeidbaren Lebensmittelabfalls zu halbieren. Diese wichtige Aufgabe liegt in der Verantwortung aller Akteure. Wir setzen bei der Verbraucherbildung an. Während der Aktionstage beraten wir Kunden, wie sie Lebensmittel am besten lagern und schlagen schmackhafte Rezepte aus der Resteküche vor. Wer mehr über Lebensmittel weiß, wirft weniger weg", so die Präsidentin des Deutschen LandFrauenverbands Brigitte Scherb.
 Vielschichtige Strategie gegen Lebensmittelverschwendung
 Um die Quote weggeworfener Lebensmittel so gering wie möglich zu halten, verfolgt PENNY eine mehrschichtige Strategie. Zum einen setzt der Discounter auf moderne Prognosesysteme, die teilweise sogar die Wettervorhersage berücksichtigen. Automatisierte Bestellverfahren - unterstützt durch die Erfahrung der Mitarbeiter - ermöglichen eine sehr gute und bedarfsgerechte Versorgung der PENNY-Märkte mit frischer Ware. Kurze Transportwege zwischen Lagerstandorten und Märkten, eine lückenlose Kühlung von der Herstellung bis ins Regal oder das wachsende Angebot an Produkten aus der Region sowie die tägliche Belieferung tragen ebenfalls dazu bei, die Verlustquoten von Frischwarengruppen zu minimieren.
 Zum anderen schult PENNY seine Mitarbeiter regelmäßig im Umgang mit Lebensmitteln. Die Mitarbeiter in Märkten kontrollieren beispielsweise nach marktindividuell festgelegten Intervallen täglich die Haltbarkeit und Frische der Lebensmittel. Gleiches gilt für die Einhaltung der korrekten Kühltemperatur sowie die richtige Befüllung der Kühlmöbel zum Beispiel im Hinblick auf die vom Hersteller angegebene Stapelhöhe. Sollte ein Produkt dennoch seine Haltbarkeitsgrenze zeitnah erreichen, so wird es in Einzelfällen entsprechend am Regal beworben und günstiger angeboten.
 Ein weiteres Projekt ist der Test eines "Abendsortiments" für die im Markt aufbackenden Brot- und Backwaren. Ab 18 Uhr verringert PENNY sein Angebot auf die am meisten gekauften Brot- und Brötchensorten. Die Reaktionen zeigen, dass Kunden nach einer Umgewöhnungsphase bereit sind, diese Strategie mitzutragen.
 Neben den "nachgelagerten" Maßnahmen in den Märkten und Lagern setzt PENNY in seinem Bemühen um eine möglichst geringe Verschwendung von Lebensmitteln bereits bei der Auswahl der Eigenmarken-Lieferanten an. Dabei nutzt der Discounter die Expertise der REWE Group-Qualitätssicherung. Die Fachabteilung, in der Spezialisten verschiedener Fachgebiete zusammenarbeiten, beauftragt im Rahmen des Eigenmarken-Qualitätsmonitorings renommierte Fachlabore. Pro Jahr werden für die gesamte REWE Group Proben in einer fünfstelligen Anzahl gezogen, 2012 waren es mehr als 26.000 Untersuchungen. Dabei setzt die REWE Group auf ein lernfähiges Monitoringsystem, d.h. Produkte die häufiger auffallen oder kritischer sind, werden intensiver überprüft.
 Enge und unbürokratische Zusammenarbeit mit den Tafeln
 Das Gros der Lebensmittel, die trotz aller Bemühungen nicht verkauft werden, gibt PENNY seit 2007 (REWE seit 1996) kostenlos an die bundesweit mehr als 900 lokalen Tafeln ab. Das gilt für Lebensmittel, die nicht mehr verkauft, aber dennoch bedenkenlos verzehrt werden können. Das sind beispielsweise der Joghurt, dessen Mindesthaltbarkeitsdatum zeitnah abläuft, oder der Apfel mit einer Druckstelle. Grundsätzlich handelt es sich also um frische und/oder unverpackte Lebensmittel wie Milch, Joghurt sowie Obst und Gemüse.
 Nicht an die Tafeln abgegeben werden Lebensmittel, die verdorben sind, ein Verbrauchsdatum haben (z.B. Frischfleisch oder -fisch) oder aber aus anderen Gründen nicht von den Tafeln angenommen werden dürfen. Diese Lebensmittel müssen entsprechend der gesetzlichen und hygienischen Vorgaben sachgerecht entsorgt werden.
 Flyer und Internet-Seite
 Der eigens aufgelegte Flyer "Weil man Geld nicht einfach wegwirft" fasst die Aktivitäten des Discounters zusammen und enthält ebenso nützliche Tipps wie die anlässlich der Aktion gestartete Internet-Seite "Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung".
 Der Internetauftritt gliedert sich in die Kapitel "Lebensmittel - ein kostbares Gut", "Zu gut für die Tonne", "Landfrauen" und das "Kühlschrankspiel".
 Unter "Lebensmittel - ein kostbares Gut" finden User allgemeine Informationen zur "Lebensmittelverschwendung" sowie eine Übersicht über die Aktivitäten von PENNY dazu.
 Die Rubrik "Zu gut für die Tonne" verweist auf die umfassenden Informationen des Bundesverbraucherministeriums.
 Unter "LandFrauen" bekommt der Anwender umfassende Informationen über den Projektpartner, aber auch über die lokalen Aktivitäten in den fünf Städten.
 Anhand des "Kühlschrankspiels" kann der Nutzer sein eigenes Wissen über die richtige Lagerung von Lebensmitteln im Kühlschrank auf die Probe stellen.
 Mehr unter: www.penny.de/unternehmen/nachhaltigkeit
 Übersicht der Aktionsmärkte
 HAMBURG
 Erdkampsweg 43, 22335 Hamburg (Aktionszeitraum: 28.5. bis 1.6.)
 Schwarzer Weg 2-6, 22309 Hamburg (Aktionszeitraum: 4.6. bis 8.6.)
 KÖLN
 Im Weidenbruch 151, 51061 Köln (Aktionszeitraum: 27.5. bis 1.6.)
 Neusser Landstraße 364-366, 50769 Köln (Aktionszeitraum: 4.6. bis 8.6.)
 OFFENBACH
 Kaiserstraße 55, 63065 Offenbach (Aktionszeitraum: 27.5. bis 1.6.)
 Bieberer Straße 95-97, 63071 Offenbach (Aktionszeitraum: 4.6. bis 8.6.)
 MÜNCHEN
 Alfred-Armdt-Straße 1, 80807 München (Aktionszeitraum: 27.5. bis 1.6.)
 Zielstattstraße 10, 81379 München (Aktionszeitraum: 4.6. bis 8.6.)
 BERLIN
 Askanierring 40, 13585 Berlin (Aktionszeitraum: 4.6. bis 8.6.)
 Tempelhofer Damm 24-30, 12101 Berlin (Aktionszeitraum: 28.5. bis 1.6.)
 Über PENNY
 PENNY erzielte 2012 mit rund 2.250 Filialen und über 27.000 Beschäftigten allein in Deutschland einen Umsatz von annähernd sieben Milliarden Euro. Einschließlich der Aktivitäten im Aus-land erwirtschaftet PENNY mit 3.600 Filialen und 46.000 Mitarbeitern einen Umsatz von über zehn Milliarden Euro.
 REWE-Zentral-Aktiengesellschaft
 Domstraße 20
 50668 Köln
 Telefon: 0221 / 149 0
 Telefax: 0221 / 13 88 98
 Mail: impresum@rewe.de
 width="1" height="1">

Pressekontakt

Rewe Group

impressum@rewe.de

Firmenkontakt

Rewe Group

50668 Köln

impressum@rewe.de

Vorstand Herr Hans Reischl (Vorsitzender) Herr Dr. Dieter Berninghaus Herr Gerd Bruse Frau Gisela Schmitt Herr Hans Schmitz Aufsichtsratsvorsitzender Herr Dr. Klaus Burghard Handelsregister Amtsgericht Köln HRB 5281 Umsatzsteueridentifikationsnummer DE 122 789 648