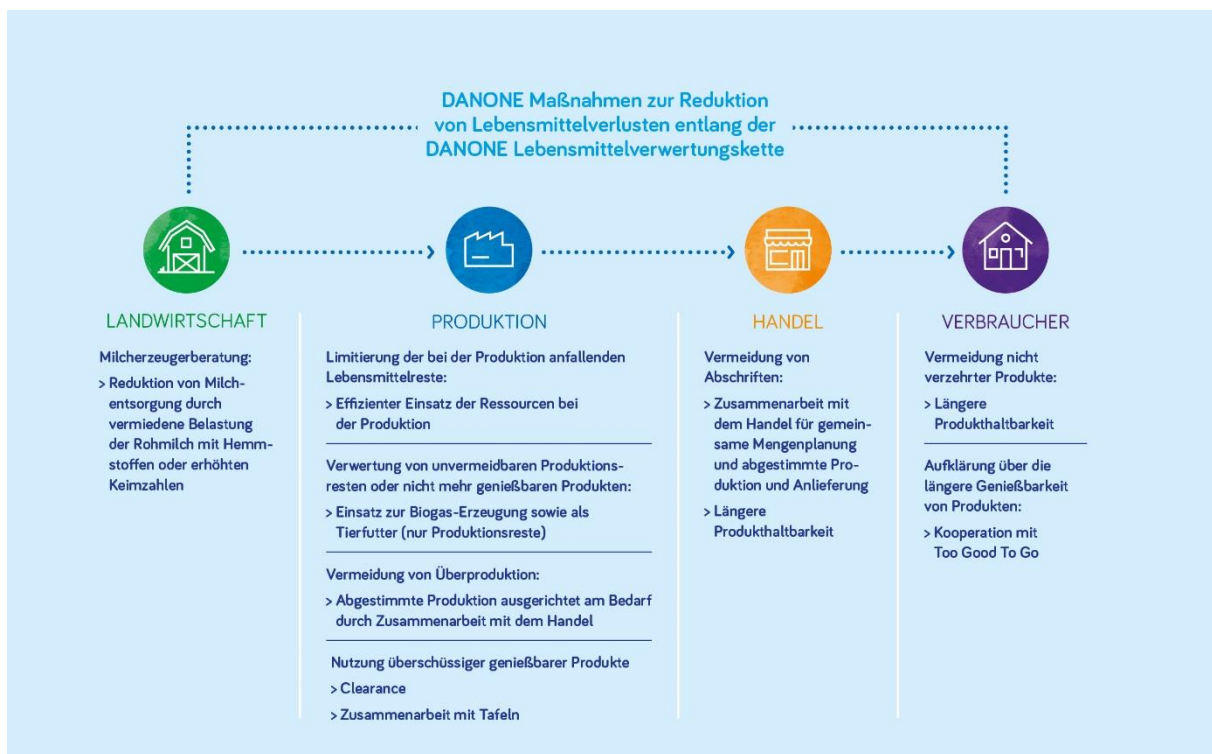


FACTSHEET

Danone Initiativen zur Vermeidung von Lebensmittelverlusten entlang der Danone Wertschöpfungskette

Danone hat sich zum Ziel gesetzt, die Lebensmittelverluste bis 2025 um 50 Prozent gegenüber 2016 zu reduzieren. Dabei setzt Danone nicht nur im unmittelbar eigenen Sektor – der Produktion – an, sondern sucht auch nach Möglichkeiten in den vor- und nachgelagerten Sektoren der eigenen Wertschöpfungskette, um Lebensmittelverluste zu minimieren: Sowohl im vorgeschalteten Sektor der Landwirtschaft, als auch im nachgeschalteten Sektor des Groß- und Einzelhandels, sowie letztlich auch bei den Konsumenten. Die Zusammenarbeit mit Partnern ist dabei entscheidend.



Grafik „Danone-Maßnahmen zur Reduktion von Lebensmittelverlusten entlang der Danone-Lebensmittelverwertungskette“

LANDWIRTSCHAFT

Die beiden deutschen DANONE Molkereien in Ochsenfurt und Rosenheim werden von über 300 meist kleinen und mittelständischen Milchbetrieben im regionalen Umkreis beliefert. Zwischen den Milchbauern und den Molkereien bestehen dabei langjährige Partnerschaften. In ihrer Arbeit erfahren die Milchbauern wichtige Unterstützung durch fest angestellte Danone Milcherzeugerberater. In einem dauerhaften,

regelmäßigen und vertrauensvollen Austausch stehen diese den Landwirten mit Rat und Tat zur Seite – vom Futter bis zur Hygiene und darüber hinaus mit ganz praktischer Hilfestellung. Durch die Beratung stellt Danone gemeinsam mit den Milchbauern die hohe Qualität der gelieferten Milch dauerhaft sicher und überprüft dies regelmäßig in einem Audit. Auf diese Weise kann Danone die Verluste von Rohmilch aufgrund erhöhter Keimzahlen oder aufgrund von Hemmstoffbelastung signifikant reduzieren – und somit durch die langjährigen Partnerschaften mit den Danone Landwirten einen wichtigen Beitrag im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung leisten.

PRODUKTION

Die Verarbeitung der gewonnenen Milch erfolgt in den Molkereien in Rosenheim und Ochsenfurt. Hier ist neben den hohen Danone Hygienestandards an vielen Stellen Achtsamkeit und hohe Professionalität erforderlich, damit bei der Anlieferung, Produktion und Lagerung der frischen Milch und der Früchte, wie auch der Zwischen- und Fertigprodukte, so wenig Verluste wie möglich entstehen. Das bedeutet konkret, dass neben der passgenauen und an dem tatsächlichen Bedarf des Handels ausgerichteten Planung der Produktion auch auf den effizienten Einsatz der Ressourcen geachtet werden muss.

Dafür werden in den Danone Molkereien kreative und innovative Lösungen für die einzelnen Produktionsschritte der Produkte erarbeitet. Hierbei können auch vermeintlich „kleine“ Änderungen große Auswirkungen haben. Die Molkerei in Ochsenfurt kann beispielsweise mit Hilfe des sogenannten „Molchs“ - einer technologischen Lösung, um die an den Wänden der Fruchttanks zurückbleibenden, genießbaren Reste der Grundmasse zuzuführen - die Verschwendung von Früchten reduzieren. Pro Fruchtcontainerwechsel gelangen nun 24 kg mehr Früchte in das Produkt. Bei ca. 1.400 Fruchtcontainerwechsel pro Jahr kommen rund 33.6 Tonnen Früchte zusammen, die so jährlich vor dem Verlust gerettet werden. Aber auch unvermeidbare Produktionsreste, oder nicht mehr genießbare Produkte werden bei Danone der Verwertung zugeführt - im Einsatz zur Biogas-Erzeugung sowie als Tierfutter (nur Produktionsreste).

HANDEL

Vor der Lieferung eines Danone Produkts an den Handel stehen große logistische Herausforderungen. Die Vorabklärung, wie viele Produkte in eine Verkaufseinheit, in den Karton und in das Supermarktregal kommen, trägt maßgeblich zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten bei. Der gemeinsamen Mengenplanung kommt hierbei eine große Rolle zu.

Durch eine verstärkte und transparente Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel ist es Danone gelungen, heute in Abstimmung mit den Händlern den tatsächlichen Bedarf zu bestimmen – vor dem Hintergrund manchmal schwer abzuschätzender Promotions oder Neuprodukteinführungen. Gemeinsam wird vor der Belieferung konkret geklärt, welche Produkte für Promotions geeignet sind und in welchem Zeitrahmen die Märkte beliefert werden sollen. Dies findet durch die Durchführung einer sogenannten ‚Portfolioanalyse‘ statt. Die Folge - eine passgenauere Produktion und ein besser auf den Händler zugeschnittenes Anlieferdatum, das ‚Joint Forecasting‘ (gemeinsame Vorausplanung), garantieren eine höhere

Planungssicherheit, reduzieren Überproduktionen und ermöglichen die abgestimmte Produktion sowie Anlieferung und folglich längere Frische der Produkte im Einzelhandel.

Außerdem erhält jeder Markt unterschiedlich zusammengestellte Paletten von Danone Produkten in Abhängigkeit individueller Vermarktungsstrategien, Verpackungseinheiten und -größen, die gewährleisten sollen, dass eine größtmögliche Anzahl an Produkten verkauft und nur wenige Artikel als Abschriften verbucht werden müssen.

VERBRAUCHER

Auch die Rolle des Konsumenten ist im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung eine wichtige. Oft diskutiert ist in diesem Zusammenhang die Funktion des gesetzlich vorgeschriebenen Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD). Das MHD wird oft falsch verstanden und von Konsumenten als Ablaufdatum interpretiert. Dabei bezieht sich die Angabe des MHD auf den Zeitpunkt, zu dem Lebensmittel garantiert mindestens noch haltbar sind.

Die Verlängerung der Haltbarkeit der Produkte sowie die Aufklärung über die oft längere Haltbarkeit von Produkten sind wichtige Maßnahmen in dieser Stufe der Wertschöpfung zur Reduktion von Lebensmittelverlusten. Durch weitere Qualitätssteigerungen in der Produktion und bessere Abläufe in der Logistik, konnte das MHD produktabhängig um 4 bis 5 Tage verlängert werden. Dies führte zu einer erheblichen Reduktion von Lebensmittelabfällen. Durch die gezielte Aufklärung zum MHD können Konsumenten informierte Entscheidungen vor dem Supermarktregal und dem eigenen Kühlschrank treffen und die Haltbarkeit ihrer erworbenen Produkte verstehen. Als offizieller Partner der von Too Good To Go initiierten "Oft länger gut"-Kampagne, unterstützt Danone die größte nationale Kampagne und eine bundesweite Zusatzklärung zum MHD, um Lebensmittelverschwendung zu reduzieren. Mit Hilfe eines zusätzlichen Aufdrucks auf den Produkten erfahren Konsumenten so auf den ersten Blick, dass ihre erworbenen Lebensmittel "Oft länger gut" sind und eine individuelle Prüfung des Produkts häufig den Verlust von noch genießbaren Lebensmitteln vermeiden kann. Ebenso werden über die Too Good To Go App Danone Artikel, die nahe dem MHD sind, für Konsumenten zum Verkauf angeboten.

Danone

Seit 1919 steht Danone für Joghurttradition und zeichnet sich bis heute durch eine besondere Expertise und feinsten Joghurtgenuss aus. In Österreich ist Danone seit dem Jahr 1972 mit qualitativ hochwertigen und genussvollen Produkten vertreten. Zu den beliebten Marken zählen Actimel, ACTIVIA, MyPRO+, Fruchtzwerge, Obstgarten, Dany Sahne und Topfencreme.

Kontakt für weitere Informationen:

Sigrid Eckhardt, Unternehmenskommunikation, Tel: +43 676 88211215, sigrid.eckhardt@danone.com

Maria Macher, Unternehmenskommunikation, Tel: +43 676 88211218, maria.macher@danone.com