

13.05.2022 – 10:08 Uhr

## Gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung - Unilever Schweiz unterschreibt Aktionsplan des Bundesrats



Bern (ots) -

Unilever setzt ein starkes Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. Thierry Mousseigne, General Manager Unilever Schweiz, und Lucia Zosso, Head of Foods Unilever Schweiz, unterzeichneten am 12. Mai 2022 gemeinsam mit der Bundesrätin Simonetta Sommaruga sowie weiteren Vertreter\*innen aus dem Lebensmittelsektor den Aktionsplan des Schweizer Bundesrats.

330 Kilogramm Lebensmittelabfälle werden jährlich pro Kopf in der Schweiz produziert. Damit wird fast ein Drittel der für den Schweizer Konsum produzierten Lebensmittel verschwendet oder unnötig weggeworfen. Um dem entgegenzutreten, hat der Schweizer Bundesrat im April einen Aktionsplan verabschiedet. Ziel ist es, die Lebensmittelverschwendung bis 2030 im Vergleich zu 2017, um die Hälfte zu reduzieren.

Eine branchenübergreifende Vereinbarung mit der Wirtschaft ist zentrales Element des Aktionsplans. Die unterzeichnenden Parteien verpflichten sich, konkrete Massnahmen zur Verminderung von Lebensmittelabfällen zu treffen und jährlich über die erzielten Fortschritte Bericht zu erstatten.

### Lebensmittelabfälle nachhaltig reduzieren

«Als einer der weltweit grössten Konsumgüterhersteller wollen wir bereits bis 2025 die Lebensmittelverschwendung in unserer Produktion halbieren. Wir rufen daher alle Lieferanten, Kunden und Partner auf, Food Waste in ihren eigenen Betrieben zu vermeiden. Mit unseren Marken helfen wir zudem Konsument\*innen, zuhause weniger Essen zu verschwenden. Denn nur gemeinsam können wir den Wandel im Ernährungssystem vorantreiben – zum Wohle der Menschen, der Umwelt und unseres Geschäfts», sagt Mousseigne.

Als Gründungsmitglied von United Against Waste positioniert sich Unilever klar gegen vermeidbare Lebensmittelverluste. So werden 98 % der in der «Knorri», wie die Traditionsfabrik in Thayngen liebevoll genannt wird, anfallenden Abfälle bereits wiederverwendet.

Unilever arbeitet zudem schon seit längerem mit [Too Good To Go](#), der weltweit bekanntesten Anti-Food-Waste-App, zusammen. Die kostenlose App verbindet gastronomische und andere Handelsbetriebe mit Konsument\*innen, die übrig gebliebene Lebensmittel durch den Kauf eines Überraschungspäckchens retten können.

«Im Rahmen der Warriors Against Waste (WAW) Partnerschaft mit Too Good to Go kennzeichnen wir unsere Lebensmittelprodukte mit der Aufschrift [«Oft länger gut»](#). Denn viele Konsument\*innen wissen nicht, dass «mindestens haltbar bis» nicht das Verfallsdatum bezeichnet. Dadurch werden viele Lebensmittel entsorgt, die eigentlich noch einwandfrei verzehrbar sind.

Zusätzlich informieren und inspirieren wir unsere Konsument\*innen aktiv, wie sie Food Waste zu Hause verringern können», sagt Zosso.

Darüber hinaus unterstützt Unilever seine Kund\*innen in der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung mit praxistauglichen Lösungen Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, zu vermeiden und dadurch Kosten zu sparen.

*Bild: Ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. Gruppenfoto aller unterzeichnenden Parteien mit Bundesrätin Simonetta Sommaruga. © BAFU / Keystone / Remo Naegeli*

## Über Unilever

Unilever ist ein international führender Konsumgüterhersteller. Das Unternehmen vertreibt in über 190 Ländern Lebensmittel, Körperpflegeprodukte, Waschmittel und Haushaltsreiniger, die jeden Tag von rund 3,4 Milliarden Konsument\*innen genutzt werden. Unilever beschäftigt weltweit über 148.000 Mitarbeitende und erzielte 2021 einen Umsatz von 52,4 Milliarden Euro. Zu Unilever gehören einige der weltweit bekanntesten und beliebtesten Marken wie Knorr, Chirat, The Vegetarian Butcher, Magnum, Lusso, Ben & Jerry's, Dove, Axe, Rexona, Omo und Coral.

Unsere Vision ist es, das weltweit führende Unternehmen im Bereich Sustainable Business zu sein. Wir wollen zeigen, dass wir mit unserem von Purpose geleiteten, zukunftsfähigen Geschäftsmodell herausragende Ergebnisse erzielen. Dabei blicken wir auf eine lange Tradition als fortschrittliches, verantwortungsvolles Unternehmen zurück. Bereits unser Gründer William Lever brachte vor mehr als 100 Jahren mit Sunlight Soap die weltweit erste Marke mit einem Purpose auf den Markt.

Unsere Strategie, der Unilever-Kompass, gibt uns den Weg vor, um herausragende Leistungen zu erbringen und ein nachhaltiges sowie verantwortungsvolles Wachstum zu erzielen. Gleichzeitig wollen wir

- die Gesundheit des Planeten verbessern,
- die Gesundheit, das Selbstbewusstsein und das Wohlbefinden der Menschen steigern und
- zu einer gerechteren und inklusiveren Welt beitragen.

Auch wenn es noch viel zu tun gibt, sind wir stolz darauf, dass wir 2021 im Dow Jones Sustainability Index erneut als Branchenführer ausgezeichnet wurden und bereits zum elften Mal in Folge aus der Globescan/SustainAbility Sustainability Leaders Survey als bestplatziertes Unternehmen hervor gingen.

Weitere Informationen zum Unternehmen finden Sie unter

[www.unilever.ch](http://www.unilever.ch)

Pressekontakt:

Nadja Kleszcz

Communications Manager Unilever DACH

E-Mail: [Mediarelations.ch@unilever.com](mailto:Mediarelations.ch@unilever.com)

## Medieninhalte



*Ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung. Gruppenfoto aller unterzeichnenden Parteien mit Bundesrätin Simonetta Sommaruga. © BAFU / Keystone / Remo Naegeli / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/121782](http://www.presseportal.de/nr/121782) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014711/100889224> abgerufen werden.