

„Das ist doch noch gut!“ – Initiative der Pfeiffer Handelsgruppe gegen Lebensmittelmüll feiert Erfolge

- **Aufklärung, Wissensweitergabe und Vermeidung von Lebensmittelmüll**
- **Bereits über 1.900 Schüler österreichweit geschult**
- **350 Omas bewarben sich als Kampagnen Botschafter**
- **100 Botschafter sind seit diesem Jahr erfolgreich am POS und in Schulen auf Aufklärungsmission unterwegs**
- **Pfeiffer Handelsgruppe setzt auf intelligente Angebotspolitik und enge Kooperationen mit Sozialmärkten**

(Pfeiffer Handelsgruppe, Traun am 30.09.2014) „Das ist doch noch gut!“ hat die Oma immer gesagt. Und Recht hat sie. Die im Dezember des Vorjahres lancierte Initiative der Pfeiffer Handelsgruppe „Das ist doch noch gut!“ im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung und für mehr Lebensmittelwertigkeit zieht eine erfreuliche Zwischenbilanz: Bereits über 1.900 Schüler wurden österreichweit von 100 Kampagnen-Botschaftern – den schlaunen Omas – geschult und zahlreiche Konsumenten erhielten beim Einkauf im Supermarkt wertvolle Tipps zur Vermeidung von Lebensmittelmüll.

„Wir freuen uns, dass das Thema der Lebensmittelwertigkeit gut angekommen ist. In Österreich werden jedes Jahr 157.000 Tonnen Lebensmittel weggeworfen. Das sind 19kg pro Kopf – vieles davon ist eigentlich noch genießbar! Es fehlt an Wissen über Kochen, Resteverwertung und die richtige Aufbewahrung von Lebensmitteln. Genau hier haben wir vor knapp einem Jahr angesetzt und starteten unsere österreichweite Info-Kampagne mit den besten Experten, die Österreich zu bieten hat: unseren Omas“, so Dr. Erich Schönleitner, Holding Geschäftsführer der Pfeiffer Handelsgruppe.

Die Pfeiffer Handelsgruppe tritt damit gegen eine Überfluss- und Wegwerfgesellschaft ein und setzt auf Information und Sensibilisierung der „Konsumenten von morgen“.

Pfeiffer Initiative im Kampf gegen Lebensmittelmüll

Unter dem Motto „Das ist doch noch gut!“ werden verloren geglaubtes Wissen über Kochen, Resteverwertung und die richtige Aufbewahrung von Lebensmitteln vermittelt. Über 350 Omas bewarben sich in der Startphase als Kampagnen Botschafter. 100 Kandidaten wurden ausgewählt, professionell geschult und sind seit Start der Initiative auf Aufklärungsmission in ganz Österreich unterwegs. Die engagierten Omas geben ihr Wissen und wertvolle

Erfahrungen in den Supermärkten der Pfeiffer Handelsgruppe – bei UNIMARKT, Zielpunkt und Pfeiffer`s Nah&Frisch-Kaufleuten – sowie in Schulen an Erwachsene und Kinder weiter. Neben zahlreichen Auftritten in Schulen und am POS, sind die schlaunen Omas auch auf Veranstaltungen anzutreffen und klären zu Lebensmittelmüll sowie –verschwendung auf.

Den Wert von Lebensmitteln bewusst machen

„Als Familienunternehmen ist es uns ein besonderes Anliegen, Generationenwissen weiterzugeben. Mit unserer Kampagne rufen wir bei Konsumenten den Wert von Lebensmitteln in Erinnerung und leisten damit einen Beitrag zu einem bewussten und ressourcenschonenden Umgang in unserer Gesellschaft. Wir leisten als Handelsunternehmen einen wesentlichen Beitrag“, ist Dr. Erich Schönleitner, Geschäftsführer der Pfeiffer Handelsgruppe, überzeugt.

Die Pfeiffer Handelsgruppe setzt in ihrer Kampagne gezielt auf das Wissen älterer Menschen. „Das passt zu uns, denn es geht im Kern um Respekt und Wissen. Als Familienunternehmen respektieren wir das Wissen älterer Generationen und setzen es bewusst ein, um jüngere Generationen im Hinblick auf Wertigkeit von Lebensmittel zu unterstützen“, so Schönleitner.

Pfeiffer Handelsgruppe setzt auf intelligente Angebotspolitik: Keine Mehrpack-Aktionen

Zusätzlich zur Initiative „Das ist doch noch gut!“ setzt die Pfeiffer Handelsgruppe auf intelligente Angebotspolitik: 1+1 Gratis Angebote im Frischebereich wurden bei Pfeiffer verbannt. „Als Handelsunternehmen tragen wir Verantwortung. Wir wissen, dass ein Gutteil der Produkte – speziell bei Frischeprodukten, die eine begrenzte Haltbarkeit aufweisen – originalverpackt weggeschmissen wird. Darüber hinaus zerstören diese Aktionen das Preisgefüge.“ Pfeiffer setzt daher in seinen Vertrieben Zielpunkt, UNIMARKT, Nah&Frisch sowie C+C Pfeiffer auf intelligente Aktionen, ohne dabei die Preisspirale weiter nach unten zu treiben und den Wert von Lebensmitteln zu mindern.

„Unsere Kunden bekommen genau jene Anzahl an Produkten zum besten Preis, die sie benötigen – und keinen unnötigen Ballast durch Mindestabnahmemengen. Die Müllvermeidung ist einer der positiven Nebeneffekte.“ Darüber hinaus werden bei Pfeiffer besonders wertvolle Lebensmittel – wie Frischmilch aus Österreich – niemals unter einem angemessenen Preis verkauft.

Langjährige Kooperationen mit Sozialmärkten

Die Pfeiffer Handelsgruppe setzt im eigenen Interesse alles daran, die Menge an Lebensmitteln, die nicht verkauft werden können, so gering wie möglich zu halten. Dies geschieht durch exakte Einkaufsmengen und vorausschauende Planung. Genießbare Waren, die kurz vor dem MHD stehen oder wo die Mindesthaltbarkeit abgelaufen ist, werden an soziale Initiativen weitergegeben.

Zielpunkt stellt Produkte beispielsweise den Sozialmärkten SOMAS, Vinzimärkten, Team Tafel Österreich sowie dem Caritas Projekt Le+O zur Verfügung. Nah&Frisch setzt auf lokale Kooperationen und gibt Waren gemäß der gesetzlichen Grundlage an lokale soziale Initiativen weiter. Auch UNIMARKT und C+C Pfeiffer arbeiten – ganz im Sinne der Nachhaltigkeit – eng mit lokalen und regionalen Initiativen zusammen.

Nachhaltiges Handeln schon lange im Fokus von Pfeiffer

Seit der Lancierung der Initiative „jetzt für morgen“ setzt sich die Pfeiffer Handelsgruppe für einen nachhaltigen und ressourcenschonenden Umgang mit Lebensmitteln ein. Zu den Eckpunkten der Initiative zählen die laufende Unterstützung von Sozialmärkten, der schonende Umgang mit Ressourcen entlang der gesamten Wertschöpfungskette sowie praktische Tipps im Bereich Energie- und Spritsparen für Mitarbeiter. Nähere Informationen zu den einzelnen Aktivitäten finden sich unter www.jetztfuermorgen.at

Bildbeschriftung:

Bild 1_Pfeiffer: vlnr: Mag. Georg Pfeiffer, Aufsichtsratsvorsitzender der Pfeiffer Handelsgruppe; Steffi Trenn und Heide Danielis, Pfeiffer - Omas der ersten Stunde; Dr. Erich Schönleitner, Holding Geschäftsführer der Pfeiffer Handelsgruppe
Copyright= Pfeiffer Handelsgruppe; Abdruck honorarfrei

Bild 2_Pfeiffer: Sylvia Drabek, Pfeiffer Oma im Schuleinsatz; Copyright=YME; Abdruck honorarfrei

Über Pfeiffer:

Die Pfeiffer Handelsgruppe (inklusive Zielpunkt) erzielte 2013 mit 6.048 Mitarbeitern (davon 230 Lehrlingen) einen Umsatz von 1,3 Mrd. Euro. C+C Pfeiffer verfügt über 12 Standorte und bietet die bewährte Kombination aus Abholmarkt und Zustellservice an. Knapp 80% der Umsätze von C+C Pfeiffer entfallen auf die Kernzielgruppe Gastronomie. UNIMARKT betreibt aktuell 131 Standorte. Mit „mehr für mich“ positioniert sich UNIMARKT als regionaler Supermarkt mit Familienfokus. Seit 1. März 2014 gehört der neu positionierte Supermarkt Zielpunkt zur Pfeiffer Handelsgruppe. Zielpunkt betreibt 254 Filialen, vorwiegend im Osten Österreichs. Pfeiffer Großhandel beliefert 269 Nah&Frisch-Einzelhändler in den

Bundesländern Ober- und Niederösterreich, in der Steiermark und in Salzburg, 9 „Land lebt auf“ Standorte sowie weitere 181 Nahversorger.

Rückfragehinweis:

Martina Macho

Unternehmenssprecherin

Pfeiffer Handelsgruppe

T: 01/610 45 756

E: martina.macho@pfeiffer.at