

KELLOGG stärkt Engagement zum Schutz gesunder Nahrungsmittel

- **KELLOGG beteiligt an Initiative von Too Good to Go gegen Verschwendung von Lebensmitteln**
- **„Oft länger gut“-Kennzeichnung auf allen Packungen der Special K Produktrange**
- **Partnerschaft mit brotZeit e.V. für ausgewogenes Frühstück an 170 Schulen**

Hamburg, 12.10.2022: Im Vorfeld des Welternährungstages am 16. Oktober 2022 gibt KELLOGG eine Teilnahme an der „Oft länger gut“-Initiative von Too Good to Go bekannt. Too Good to Go ist Anbieterin der gleichnamigen App zur Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung. Das „Oft länger gut“-Label wird deutschlandweit auf allen Packungen der Special K Produktrange erscheinen und dazu beitragen, dass Verbraucher*innen die Qualität von Lebensmitteln überprüfen, bevor sie sie wegwerfen, bei denen das Mindesthaltbarkeitsdatum überschritten ist. Mit dieser Maßnahme absolviert KELLOGG einen weiteren Schritt auf ihrem Weg zu dem selbstgesteckten Ziel, die Lebensmittelverschwendung bis 2030 zu halbieren – was im Einklang mit entsprechenden Zielsetzungen der EU und der UN steht.¹ Seit langem ist KELLOGG daher auch Partner der Tafeln Deutschland e.V., die sich schon viele Jahre dafür einsetzen, überschüssige Lebensmittel zu retten.

Wieland Beck, Senior Manager Corporate Affairs, KELLOGG Deutschland sagt: *„Wir möchten die besten Lebensmittel der Welt herstellen, damit sie Menschen ernähren – und nicht, damit sie auf dem Müll landen. Daher ist die Teilnahme an dieser Initiative von Too Good to Go für uns so wichtig. Allein in Deutschland werden jedes Jahr zwölf Millionen Tonnen² an Lebensmitteln verschwendet – während gleichzeitig viele Menschen auf gute, bezahlbare Lebensmittel angewiesen sind. Mit Partnern wie Too Good To Go oder auch den Tafeln können wir dazu beitragen, hier einen echten Wandel herbeizuführen.“*

Gesellschaftlich verantwortliches Handeln ist ein Kern des KELLOGG Versprechens. Bis Ende 2023 will KELLOGG Lebensmittel für 33 Millionen Menschen in Europa bieten und bis 2030 im Rahmen von „Frühstücksclubs“ ein gesundes Frühstück für 100.000 Kinder in der DACH-Region bereitstellen. KELLOGG kooperiert mit dem von Uschi Glas gegründeten Verein brotZeit e.V. Durch diese Partnerschaft können rund 7.500 Kinder an 170 Schulen ein ausgewogenes Frühstück genießen. Mit seinem Engagement kommt KELLOGG seiner Vision einen bedeutenden Schritt näher: eine gute und gerechte Welt, in der jeder seinen Platz am Tisch hat und dank einer ausgewogenen Ernährung satt und zufrieden ist.

Oliver Bruns, Geschäftsführer, KELLOGG Deutschland, sagt: *„Die Bildungsgerechtigkeit beginnt bereits beim Frühstück. Ein gutes, gesundes Frühstück ist wichtig für die Entwicklung unserer Kinder. Über die Frühstücksclubs und unsere Partnerschaft mit brotZeit e.V. leisten wir daher gerne einen gesellschaftlichen Beitrag und möchten uns auch langfristig in diesem Bereich engagieren. Wir sehen die positiven Auswirkungen auf die Kinder – das motiviert uns zusätzlich, unser Engagement voranzutreiben.“*

Um gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, setzt KELLOGG neben solchen Partnerschaften und Kooperationen auch gezielt auf Innovationen und Technologien. Seit diesem Jahr stattet KELLOGG alle Produktverpackungen mit Navilens Codes aus, um blinden und sehbehinderten Menschen den Einkauf zu erleichtern und ihnen Produkte zugänglicher zu machen.

Über KELLOGG:

Wir bei KELLOGG verfolgen die Vision einer guten und gerechten Welt, in der die Menschen nicht nur satt, sondern erfüllt sind. Mit dem Ziel, das Leben der Menschen durch hochwertige Produkte und relevante Marken zu bereichern. Im Jahr 2020 erzielte KELLOGG mit Marken wie beispielsweise KELLOGG'S CORN FLAKES®, KELLOGG'S® MMMH... TRESOR®, KELLOGG'S® SMACKS®, KELLOGG'S® FROSTIES®, KELLOGG'S® CHOCO KRISPIES® sowie PRINGLES® einen Umsatz von 13,8 Milliarden US-Dollar. Über unsere Plattform Better Days unterstützen wir weltweit soziale Projekte und haben uns dazu verpflichtet, bis 2030 drei Milliarden Better Days mit unseren Partnern zu gestalten. Wenn Sie mehr über KELLOGG, unsere Corporate Social Responsibility-Projekte sowie unsere Unternehmensgeschichte erfahren möchten, besuchen Sie unsere Website www.kelloggs.de, www.kelloggcompany.com oder www.OpenforBreakfast.com.

Pressekontakt:

KELLOGG (DEUTSCHLAND) GMBH
Wieland Beck
Senior Manager Corporate Affairs DACH & High Growth Markets
Burchardstraße 8
20095 Hamburg
Tel: +49 40 370 229 295
E-Mail: wieland.beck@kellogg.com

Hinweise an die Redaktion

¹ https://food.ec.europa.eu/safety/food-waste/eu-actions-against-food-waste_en

² <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/studie-lebensmittelabfaelle-deutschland.html>