



› Presseinformation

Food Waste stoppen: Lidl und Kaufland unterzeichnen „Pakt gegen Lebensmittelverschwendung“

- Lidl und Kaufland sowie weitere Branchenteilnehmer im Schulterschluss für Maßnahmen zur Lebensmittelrettung
- „Pakt gegen Lebensmittelverschwendung“ stellt finales Ergebnis des vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) ins Leben gerufenen Dialogforums Groß- und Einzelhandel dar
- Lebensmittelabfälle sollen wirksam reduziert werden

Neckarsulm, 27. Juni 2023 – Die Handelssparten der Schwarz Gruppe, Lidl und Kaufland, haben heute gemeinsam mit dem BMEL, dem Handelsverband Lebensmittel (BVLH) und weiteren Branchenvertretern in Berlin einen „Pakt gegen Lebensmittelverschwendung“ geschlossen. Dieser umfasst eine Reihe überprüfbarer Vereinbarungen, etwa eine Verpflichtung zum Ausbau der Weitergabe von noch verzehrfähigen Waren an gemeinnützige Organisationen. Darüber hinaus werden die beteiligten Branchenvertreter marktintern sowie an den Schnittstellen zu Lieferanten und Kunden weitere Wahlpflichtmaßnahmen umsetzen. Der Maßnahmenenerfolg wird durch das Thünen-Institut evaluiert.

„Wir sind uns als Lebensmitteleinzelhändler unserer Verantwortung hinsichtlich der Vermeidung von Lebensmittelverlusten bewusst. Daher freuen wir uns, dass unsere in den letzten Jahren gemeinsam mit den anderen Mitgliedern des Dialogforums erarbeiteten Ziele nun mit der Unterzeichnung des ‚Pakts gegen Lebensmittelverschwendung‘ in die konkrete Umsetzung gehen“, betont Christoph Graf, Geschäftsleiter Einkauf von Lidl in Deutschland.

Jochen Kratz, Geschäftsleiter Kaufland-Region Südwest, hebt hervor: „Lebensmittel sind ein wertvolles Gut, dem wir die Wertschätzung entgegenbringen sollten, die es verdient. Als Lebensmittelhändler haben wir gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und den anderen Marktteilnehmern jeden Tag die Chance, den Umgang mit Lebensmitteln nachhaltig zu verändern – das können wir nur gemeinsam erreichen. Mit der Zielvereinbarung haben wir jetzt einen soliden gemeinsamen Grundstein gelegt, mit dem wir Lebensmittelverluste in Zukunft noch effektiver verhindern können.“

Lidl und Kaufland nehmen den verantwortungsbewussten Umgang mit Lebensmitteln sehr ernst und setzen sich bereits seit vielen Jahren aktiv gegen Lebensmittelverschwendung ein. Unter dem Dach der gemeinsam erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe streben beide Handelssparten an, die anfallenden Lebensmittelabfälle bis 2030 um 50 Prozent zu senken.



› Presseinformation

Dabei ergreifen beide Handelsunternehmen vielfältige Maßnahmen, um Lebensmittelverlusten vorzubeugen:

Enge Zusammenarbeit mit Lieferanten

Insbesondere im Bereich Obst und Gemüse planen Lidl und Kaufland gemeinsam mit ihren Lieferanten die Warenmengen je Saison. Dadurch können die Produkte bedarfsgerecht angebaut, geerntet und Überproduktionen vermieden werden. Auf witterungsbedingte Schwankungen in den Erträgen können die beiden Handelsunternehmen durch Sonderverkäufe reagieren und eventuelle Ernteüberschüsse vermarkten. Seit 2019 nimmt Kaufland zudem Landwirten Obst und Gemüse ab, das aufgrund seiner Optik oder Beschaffenheit nicht den Standardkriterien der Handelsklasse 1 entspricht. Diese Äpfel, Karotten und Kartoffeln mit ungewöhnlichen Formen sind beim Vollsortimenter unter dem Namen „Die etwas Anderen“ zu günstigen Preisen erhältlich. Bei Lidl wird die bis zu fünf Kilogramm schwere „Rettertüte“ zum Einheitspreis von drei Euro mit äußerlich weniger perfekten Obst- und Gemüseprodukten gefüllt und dauerhaft in allen Lidl-Filialen in Deutschland angeboten.

Bedarfsgerechtes Warenwirtschaftssystem und Rabattierungen

Für eine effiziente Logistik setzen Lidl und Kaufland Warenwirtschafts- und Bestellsysteme ein, die unter anderem Wetterprognosen und Feiertage berücksichtigen. Die Filialmitarbeiter prüfen täglich und systematisch die Haltbarkeitsdaten der Lebensmittel, sodass bereits vor Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums Artikel preisreduziert verkauft werden. Ein Baustein der Lidl-Lebensmittelrettung ist der Verkauf von Produkten mit kurzem Haltbarkeitsdatum in Retterboxen mit der Aufschrift „Rette mich“ und einer Rabattierung von 30 Prozent. Kaufland bietet in verschiedenen Warenbereichen in seinen Filialen ebenfalls entsprechende Produkte in speziellen „Ich bin noch gut“-Regalen oder -Kisten rabattiert an.

Kundensensibilisierung zur Lebensmittelrettung

Während laut [Statistischem Bundesamt](#) etwa in privaten Haushalten in Deutschland 59 Prozent, in der Verarbeitungsindustrie 15 Prozent und in der Außer-Haus-Verpflegung 17 Prozent der Lebensmittelabfälle anfallen, sind dem Handel nur 7 Prozent zuzuordnen.

Vor diesem Hintergrund beteiligen sich die Handelssparten unter anderem an der „Oft länger gut“-Kampagne der Organisation „Too Good To Go“. Diese verfolgt das Ziel, Kunden daran zu erinnern, im Umgang mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum auf die eigenen Sinne zu vertrauen und Lebensmittel vor dem Wegwerfen prüfend anzuschauen, zu riechen und zu schmecken.



› Presseinformation

Weitergabe an karitative Einrichtungen

Lidl und Kaufland pflegen seit mehreren Jahren eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Tafeln. Deutschlandweit beziehen die jeweiligen Tafeln – sowie an einzelnen Standorten weitere karitative Einrichtungen – verzehrfähige Waren kostenlos von den Handelssparten.

Weitere Informationen

Weitere Informationen finden Sie unter www.gruppe.schwarz/verantwortung/kreislaufsysteme sowie unter [Lebensmittelrettung bei Lidl](#) und [Aktiv gegen Lebensmittelverschwendung | Kaufland](#).

Pressekontakt

Schwarz Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG

Telefon +49 7132 30-788600

presse@mail.schwarz