

KAUFLAND LEITLINIE GEGEN LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG



**Machen
macht
den
Unterschied.**



Kaufland



**UNSER KERNGESCHÄFT
IST ES, MENSCHEN TÄGLICH
MIT LEBENSMITTELN ZU
VERSORGEN.
LEBENSMITTEL NICHT
ZU VERSCHWENDEN, IST
DAHER FEST IN UNSERER
IDENTITÄT VERANKERT.**

Inhalt

01



UNSERE VERANTWORTUNG

Gegen Lebensmittelverschwendung
Unsere CR-Identität

4-7

02



LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG ALS GLOBALE HERAUSFORDERUNG

Zahlen & Fakten
Ursachen entlang der Wertschöpfungskette
Politische Zielsetzungen und Regularien

8-13

03



UNSER ANSATZ

Organisation
Unsere Zielsetzung
Strategische Schwerpunkte zur Reduzierung
der Lebensmittelverschwendung

14-19

04



UNSERE MASSNAHMEN

Vorbeugen
Vermeiden
Verwerten
Vermitteln

20-27

05



AUSBLICK

28-29

„Die Unternehmen der Kaufland Gruppe haben diese Leitlinie als gemeinsame Leitlinie sämtlicher Unternehmen der Kaufland Gruppe erstellt. Die Worte „wir“, „uns“, „unser“ oder ähnliches stehen jeweils für die Gesamtheit dieser Unternehmen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Leitlinie die männliche Form, wie beispielsweise „Kunde“, verwendet. Grundsätzlich beziehen sich die verwendeten Personenbezeichnungen immer auf alle Geschlechter.“



01 UNSERE VERANT- WORTUNG

GEGEN LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG



Wir sind uns der Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt bewusst, die das Handeln mit Lebensmitteln mit sich bringt. Verantwortungsvolles Handeln ist als Grundsatz in der gemeinsam erarbeiteten Strategie der Unternehmen der Kaufland Gruppe verankert. Das strategische Leitmotiv für alle Nachhaltigkeitsaktivitäten von Kaufland lautet:

„Wir ermöglichen allen den Kauf von guten, gesunden & nachhaltigen Produkten“.

Damit drücken wir unseren Anspruch von nachhaltigem Handeln aus und unterstreichen zugleich unsere Ambitionen in dem Bereich.

Die Grundlage unseres Nachhaltigkeitsengagements bildet **unsere zusammen verfasste CR-Identität**. Diese steht für unseren Nachhaltigkeitsanspruch und ist im Einklang mit der gemeinsam erarbeiteten Nachhaltigkeitsstrategie der Unternehmen der Schwarz Gruppe. Für uns als Lebensmitteleinzelhändler spielt Lebensmittelverschwendung eine zentrale Rolle. Dabei betrachten wir die gesamte Wertschöpfungskette – vom Anbau über die Produktion bis hin zum Handel und den Haushalten.

UNSERE CR-IDENTITÄT

Wir bieten unseren Kunden eine überzeugende Qualität, beste Frische und eine relevante Auswahl an Produkten. Diese Leistungsversprechen dürfen nicht im Zielkonflikt zu unseren gemeinsam beschlossenen Ambitionen, Lebensmittelverschwendung zu minimieren, stehen.

Dies gelingt uns, indem wir bedarfsgerecht wirtschaften und bereits seit vielen Jahren Maßnahmen gegen Lebensmittelverschwendung entwickeln, optimieren und umsetzen.

Im Folgenden beschreiben wir unsere Herausforderungen in unserem täglichen Geschäft und geben einen Einblick in unseren Ansatz und die Maßnahmen, mit denen wir diesen begegnen.

A person wearing a red shirt, a straw hat, and yellow boots is working in a field of green leafy plants. The person is bent over, possibly tending to the plants. The field is filled with rows of these plants, and the background is slightly blurred, showing more of the field and some vertical poles.

02 LEBENS- MITTELVER- SCHWENDUNG ALS GLOBALE HERAUS- FORDERUNG

LEBENSMITTEL- VERSCHWENDUNG ALS GLOBALE HERAUSFORDERUNG

Ungefähr 1,3 Milliarden Tonnen und damit rund ein Drittel der weltweit für den menschlichen Verzehr hergestellten Lebensmittel werden jährlich verschwendet¹. Demgegenüber stehen mehr als 800 Millionen Menschen weltweit, die Hunger leiden und knapp drei Milliarden Menschen, die keinen ausreichenden Zugang zu einer ausgewogenen und gesunden Ernährung haben².

Neben großen ethischen Herausforderungen führt die Lebensmittelverschwendung auch zu immensen ökologischen Problemen. Beispielsweise verbraucht die weltweite Lebensmittelproduktion große Mengen der knapper werdenden Ressource Süßwasser – mit jedem nicht verzehrten Produkt wird sie ebenso verschwendet.

Darüber hinaus trägt der verschwenderische Verbrauch von Lebensmitteln zum Klimawandel bei: Rund 4,4 Milliarden Tonnen Treibhausgase – das sind laut Food Waste Index Report des United Nations Environment Programme acht bis zehn Prozent aller weltweiten Treibhausgasemissionen – landen auf diese Weise jedes Jahr „unnötig“ in unserer Atmosphäre³.

Die Auswirkungen dieses gesamtgesellschaftlichen und globalen Problems sind weitreichend und umfassen viele Themen, die wir für eine nachhaltige Veränderung im Blick haben müssen.



Zahlen & Fakten



33 % ALLER JÄHRLICH PRODUZIERTEN LEBENSMITTEL

werden verschwendet, bevor sie verzehrt werden können⁴.

 **4,4
MILLIONEN
KM² LAND**

werden für den Anbau von Nahrungsmitteln genutzt, die jährlich verloren gehen – das ist eine größere Fläche als der indische Subkontinent⁶.

8–10 %
der globalen
Treibhausgasemissionen
entstehen durch
Lebensmittelverschwendung⁵.



¹ World Food Programme: 5 facts about food waste and hunger, 2020.

² Food and Agriculture Organization of the United Nations: Tackling food loss and waste: A triple win opportunity, 2022

³ UN Environment Programme: Food Waste Index Report, 2021.

⁴ World Food Programme: 5 facts about food waste and hunger, 2020.

⁵ UN Environment Programme: Food Waste Index Report, 2021.

⁶ WWF-UK: Driven to waste: The global Impact of Food Loss and Waste on Farms, 2021.

URSACHEN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Lebensmittelabfälle und -verluste fallen entlang der gesamten Lebensmittel-Wertschöpfungskette an: vom Anbau und Transport der Waren über den Handel und die Gastronomie bis hin zu den Haushalten.

15,3 Prozent aller weltweit hergestellten Lebensmittel gehen bereits in der Primärproduktion, also in landwirtschaftlichen Betrieben und bei der Ernte, verloren. Bei diesen Lebensmittelverlusten spielen etwa mangelnde Technologien und schlechte landwirtschaftliche Praktiken eine Rolle. Darüber hinaus können biologische und umweltbedingte Faktoren zu Schäden von Nutzpflanzen führen. Bei der Verarbeitung und in der Produktion gehen Lebensmittelverluste vor allem auf Transportschäden, eine unsachgemäße Lagerung oder auf technische Defekte wie beispielsweise Ausfälle von Kühlsystemen zurück.

Weltweit stammen über die Hälfte aller Lebensmittelabfälle aus privaten Haushalten. Die Gründe dafür sind vielfältig: eine kurze Haltbarkeitsdauer der Produkte, schlechte Planung der Einkäufe in Bezug auf den tatsächlichen Verzehr, begrenzte Lagermöglichkeiten oder eine unsachgemäße Lagerung – besonders von Ultrafrischeprodukten. Außerdem assoziieren Verbraucher die Qualität von Lebensmitteln oft mit ihrem Erscheinungsbild. So werden Produkte, die optisch als nicht fehlerfrei gelten, weggeworfen. Darüber hinaus interpretieren viele Verbraucher das Mindesthaltbarkeitsdatum als Verfallsdatum.

Im Vertrieb und Handel, wo 13 Prozent aller Lebensmittelabfälle weltweit anfallen, kommt es zu Fehlkalkulationen oder nicht verkaufter Ware, die dann entsorgt werden muss. Hinzu kommt, dass Obst und Gemüse, das spezielle Vermarktungsnormen und Qualitätsanforderungen nicht erfüllt, keinen Absatzmarkt finden.

Was mit den Lebensmittelverlusten und -abfällen passiert, hängt von den lokalen Entsorgungssystemen in den einzelnen Ländern ab.



POLITISCHE ZIELSETZUNGEN UND REGULARIEN

Mit ihrer Agenda 2030 haben die Vereinten Nationen 17 globale Ziele einer nachhaltigen Entwicklung verabschiedet, die 17 Sustainable Development Goals (SDGs). Diese Ziele nehmen weltweit die Regierungen, die Zivilgesellschaft, die Privatwirtschaft, die Wissenschaft und jeden Einzelnen in die Verantwortung. Mit dem SDG 12 „Nachhaltiger Konsum und Produktion“ wurde auch das Unterziel 12.3. definiert: Bis 2030 soll die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbiert und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nachernteverlusten verringert werden. Zu diesem Ziel hat sich auch die Europäische Kommission verpflichtet.

Weitere Ziele und Bestrebungen legen die Europäische Union (EU) und die Länder fest. So hat etwa die EU auch im Green Deal das Thema Lebensmittelverschwendung aufgenommen: Mit der Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ soll das derzeitige Lebensmittelsystem nachhaltiger gestaltet werden. Sie unterstützt damit das Ziel der EU, bis 2050 klimaneutral zu werden.

Länderbeispiel

Für Deutschland hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 2019 eine nationale Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung vorgelegt. Auch diese sieht vor, Lebensmittelverschwendung bis 2030 pro Kopf zu halbieren und steht somit im Einklang mit den SDGs sowie dem Ziel der Europäischen Kommission.

⁷ WWF-UK: Driven to waste: The global Impact of Food Loss and Waste on Farms, 2021.

⁸ University of California, Davis: Why is one-third of our food wasted worldwide?, 2019.

⁹ UN environment programme: Food Waste Index Report, 2021.

¹⁰ Szymkowiak, A., Borusiak, B., Pierański, B., Kotyza, P. & Smutka, L.: Household Food Waste: The Meaning of Product's Attributes and Food-Related Lifestyle, 2022.

¹¹ Welthungerhilfe: Lebensmittel retten = Klima schützen, 2019.



03 UNSER ANSATZ



UNSER ANSATZ

Bei Kaufland gehen wir die Bekämpfung von Lebensmittelverschwendung ganzheitlich an und beziehen die gesamte Wertschöpfungskette ein. Daran beteiligen sich alle relevanten Bereiche – vom Einkauf über die Logistik bis hin zu unseren Filialen. Nur so gelingt es uns, die verschiedenen Aspekte der Lebensmittelverschwendung zu berücksichtigen und das Thema zu verankern.

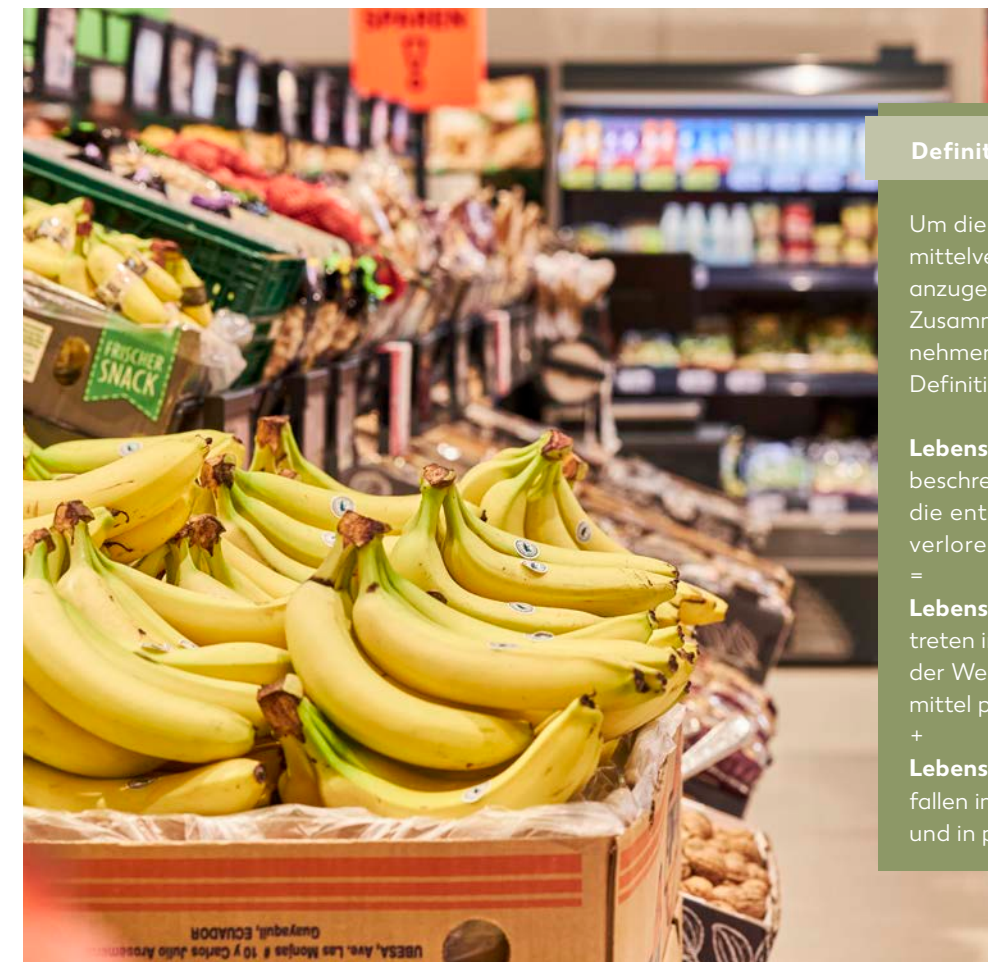
ORGANISATION

Wir definieren gemeinsam Zielsetzungen, Bedingungen und entwickeln Ideen für die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung. Die operativen Bereiche sowie die Länder übersetzen diese unter Berücksichtigung der jeweils geltenden nationalen Gesetzgebung in Maßnahmen. Ergänzend dazu gibt es sogenannte unterstützende Bereiche. Dieser interdisziplinäre Ansatz ermöglicht einen ganzheitlichen Blick auf das Thema. Die Projektkoordination erfolgt über definierte Kennzahlen. **Darüber hinaus arbeiten wir mit PreZero, der Umweltsparte der Schwarz Gruppe, zusammen.**

Da es uns wichtig ist, die Ursachen der Lebensmittelabfälle und -verluste zu kennen, haben wir diese vor allem für unseren Geschäftsbereich analysiert. **Wir wollen unsere Einflussfaktoren genau kennen, um Verantwortung übernehmen**

zu können und Lebensmittelverschwendung, die durch unsere Geschäftstätigkeit entsteht, gezielt reduzieren.

Um die Abfälle in unseren Filialen zu erfassen und zu analysieren, spielt unter anderem die Kennzahl „Abschriften“ eine zentrale Rolle. Sie erfasst die Ware, die nicht mehr verkaufsfähig ist, und ist fest in unseren Warenwirtschaftssystemen etabliert. Aktuell ermitteln wir im Rahmen eines Pilotprojekts, welche weiteren Kennzahlen (z.B. die Auskunft über die Tonnage) definiert werden können, um die Abfälle genauer zu erfassen. Damit wollen wir erreichen, dass wir zukünftig von unserem Abschriftenwert (in Euro) Rückschlüsse auf die entsorgte Menge (in kg) ziehen können. So sollen Abfälle genauer erfasst werden, ohne den Filialaufwand unnötig zu steigern.



Definition

Um die Herausforderungen der Lebensmittelverschwendung konkret und wirksam anzugehen, haben wir als Grundlage in Zusammenarbeit mit den anderen Unternehmen der Schwarz Gruppe folgende Definition entwickelt:

Lebensmittelverschwendung
beschreibt die Menge an Lebensmitteln, die entlang der Wertschöpfungskette verloren oder weggeworfen wird.

=

Lebensmittelverluste
treten insbesondere in den ersten Stufen der Wertschöpfungskette auf, wenn Lebensmittel produziert oder verarbeitet werden.

+

Lebensmittelabfälle
fallen im Einzelhandel, in der Gastronomie und in privaten Haushalten an.



UNSERE ZIELSETZUNG

Bis Ende 2030 werden wir die Verschwendung von Lebensmitteln um 50 Prozent gegenüber 2018 reduzieren.

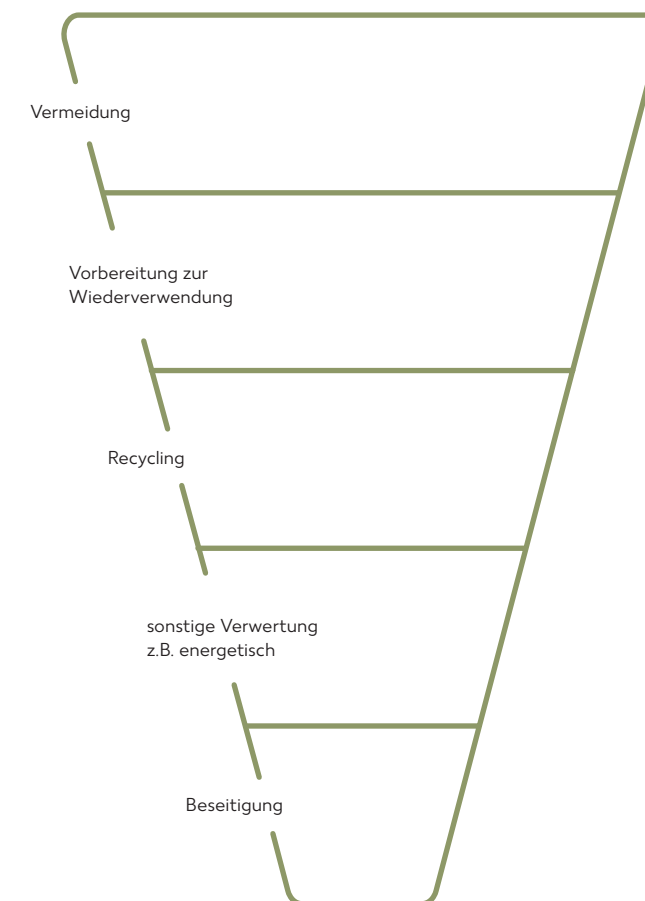
Wir bekennen uns als Teil der Schwarz Gruppe zu den bereits erwähnten Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Daher haben wir unser gemeinsam erarbeitetes Ziel zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung bewusst nach den SDGs ausgerichtet. Unsere konkreten Maßnahmen zahlen allesamt darauf ein.

Oberste Priorität ist es, Lebensmittelverschwendung in der Lieferkette von vornherein vorzubeugen sowie in unserem eigenen Geschäftsbereich zu vermeiden. Wenn das nicht möglich ist, bemühen wir uns, die Lebensmittel durch die Zusammenarbeit mit Initiativen und Vereinen oder Recycling zu verwerten. Als Basis für alle Handlungsfelder möchten wir Wissen vermitteln und so das Bewusstsein unter Mitarbeitenden und Kunden schärfen. Diese vier Schwerpunkte Vorbeugen, Vermeiden, Verwerten und Vermitteln („4 Vs“) bilden die Basis für unser Handeln.

Zur Reduzierung von Lebensmittelabfällen und -verlusten haben wir bei Kaufland vier Schwerpunkte definiert. Dabei orientieren wir uns an der Abfallhierarchie.

STRATEGISCHE SCHWERPUNKTE ZUR REDUZIERUNG DER LEBENSMITTELVERSCHWENDUNG

DIE ABFALLHIERARCHIE



Unsere Einflussbereiche:

„4 Vs“ zur Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung

VORBEUGEN



Durch enge Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten beugen wir Lebensmittelverschwendung in der Lieferkette vor.

VERMEIDEN



Durch Konzepte und Kooperationen vermeiden wir Lebensmittelverschwendung im eigenen Geschäftsbereich.

VERWERTEN



Abfälle, die wir nicht vermeiden können, verwerten wir durch Recycling oder andere Verwendung.

VERMITTELN



Bei unseren Kunden möchten wir ein Bewusstsein für die Problematik schaffen und Wissen vermitteln



04 **UNSERE MASSNAHMEN**

UNSERE MASSNAHMEN

Als internationale Handelsgruppe denken wir Maßnahmen stets global und vollumfänglich. Bei der langfristigen Umsetzung unserer Maßnahmen ist es für uns von großer Bedeutung, dass sie tatsächlich und wirksam auf die Reduktion der Lebensmittelverschwendung einzahlen. Insbesondere in unseren Warenwirtschafts- und Logistikprozessen mit vielen Schnittstellen ist die Testphase neuer Maßnahmen deshalb besonders wichtig. Erst nach ihrem erfolgreichen Abschluss setzen wir die entsprechende Maßnahme um.

Aufgrund der teilweise unterschiedlichen national geltenden Gesetzgebungen unterscheidet sich die Implementierung und Umsetzung aber in den einzelnen Ländern. Aus diesem Grund stellen wir nachfolgend unsere global geltenden Maßnahmen dar und geben ausgewählte Projektbeispiele.



Freiwillige Selbstverpflichtung

Die Landesgesellschaft in Deutschland ist seit 2021 Mitglied im Nationalen Dialogforum des Groß- und Einzelhandels zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung, das vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ins Leben gerufen wurde. Damit verpflichtet sich Kaufland in Deutschland freiwillig zu konkreten Reduzierungszielen sowie zu Maßnahmen für weniger Lebensmittelverschwendung entlang der Wertschöpfungskette.

Die Landesgesellschaft Kroatien ist im März 2023 der „Freiwilligen Vereinbarung zur Verhinderung und Senkung von Lebensmittelabfällen“ beigetreten. So soll eine nachhaltigere Ressourcennutzung entlang der Lieferkette erreicht werden.



VORBEUGEN

Um Lebensmittelverschwendung vorzubeugen, konzentrieren wir uns vor allem auf Maßnahmen in unserer Lieferkette – also in den landwirtschaftlichen Betrieben, im Einkauf, bei der Lagerung und beim Transport der Ware. Dafür passen wir unsere bestehenden Prozesse stetig an und arbeiten eng mit unseren Lieferanten zusammen.

Beispielsweise haben wir gemeinsam unsere Prognosetools optimiert, um die benötigten Mengen exakter planen zu können: Mittels unserer Warenwirtschaftssysteme und automatisierten Prozesse bestellen wir die Ware auf diese Weise bedarfsgerecht. Dabei achten wir auf optimale Bestellmengen und kurze Lieferzeiten. Mit Blick auf die Fleischprodukte sorgen ein angepasster Bestellrhythmus und verlängerte Zeiten zwischen der Anlieferung der Produkte und dem Mindesthaltbarkeitsdatum, der sogenannten „Restlaufzeit“, für geringere Lebensmittelabfälle.

Auch für die Lagerung der Produkte haben wir zusammen klare Prozesse etabliert – so werden Überbestände im Lager auf andere Filialen verteilt, damit diese noch verkauft werden können. Bei Obst und Gemüse führen wir Kontrollen durch. So stellen wir sicher, dass nur hochwertige

Lebensmittel in unsere Märkte kommen. Dafür schulen wir unsere jeweiligen Mitarbeitenden regelmäßig im Sinne einer zielgerichteten Qualitätssicherung, ohne Lebensmittel zu verschwenden. Derzeit starten wir darüber hinaus ein neues Einarbeitungskonzept für Wareneingangskontrolleure. Ziel ist die korrekte Kontrolle der Ware hinsichtlich des Mindesthaltbarkeitsdatums und der Verpackung. Auch die Temperaturkontrolle und die Einhaltung der Kühlkette spielen dabei eine Rolle, da auch auf diese Weise Lebensmittelverschwendung vorgebeugt werden kann.

Ergänzend dazu unterstützen wir unsere Mitarbeitenden dabei, Paletten korrekt zu packen oder Kartons so zu sichern, dass die Lebensmittel unbeschadet transportiert werden. Eine automatische Kommissionierung bei Obst und Gemüse sowie eine Checkliste für unsere Kommissionierer helfen dabei, die Ware optimal zusammenzustellen.

Wir stehen im kontinuierlichen Austausch mit Geschäftspartnern, Lieferanten und landwirtschaftlichen Betrieben, um mit ihnen gemeinsam neue Maßnahmen und Projekte zur Verhinderung von Lebensmittelabfällen und -verlusten zu entwickeln und umzusetzen.



VERMEIDEN

In effizienten Logistikprozessen liegt ein großer Hebel, um Lebensmittelverschwendung zu vermeiden. In diesem Zusammenhang optimieren wir gemeinsam das Qualitätsmanagement und die Lieferrhythmen stetig.

Mit den innovativen, von Kaufland entwickelten Klapp-Paletten reduzieren wir den Bruch von Lebensmitteln. Sollte die Umverpackung beim Transport dennoch kaputt gehen, der Artikel aber unbeschadet sein, verpacken wir den Artikel entsprechend neu und geben ihn wieder in den Prozess. Außerdem passen wir die Temperatur in den Lkws mithilfe mehrerer Kühlzonen an das Produkt an und kontrollieren, ob Kühlketten eingehalten werden. So stellen wir sicher, dass die Lebensmittel während des Transports frisch bleiben.

Lebensmittel aus dem Ultrafrischebereich, also Obst und Gemüse sowie tierische Produkte wie Fleisch oder Milch, machen aufgrund ihrer geringeren Haltbarkeit den größten Anteil an verschwendeten Lebensmitteln aus. Um den natürlichen Reifeprozess bei Obst und Gemüse zu verlangsamen, bieten wir verschiedene Sorten mit einem Coating-Überzug an. Dabei wird eine kaum sichtbare und essbare Schutzschicht aufgetragen, durch die beispielsweise bei einer Avocado weniger Wasser austritt. Somit ist sie weniger Sauerstoff ausgesetzt und dadurch merklich länger genießbar. Außerdem planen wir im Bereich Obst und Gemüse gemeinsam mit unseren Lieferanten die Warenmengen je Saison. Dadurch können die Produkte bedarfsgerecht angebaut, geerntet und Überproduktionen vermieden werden.

Verpackungen versuchen wir aus ökologischen Gründen zu reduzieren – gleichzeitig bieten diese aber gerade für sensible Lebensmittel Schutz und somit längere Verzehrfähigkeit. Daher evaluieren wir regelmäßig, bei welchen Produkten Verpackungsmaterial eingespart werden kann und stellen für lose Ware wiederverwendbare Frischenetze bereit. Ist eine Verpackung angesichts der Hygiene und gesteigerter Haltbarkeit allerdings sinnvoll, so suchen wir stets nach nachhaltigeren Lösungen und Verpackungsinnovationen. Wir verpacken beispielsweise den K-Bio-Stremellachs in Papier mit Silphie-Faser Anteil – die Fasern stammen aus der Energiepflanze Silphie.

Bei unseren Maßnahmen setzen wir auf Digitalisierung und ermöglichen so mehr Flexibilität bei Preisreduktionen: Bestimmte Artikel werden täglich so kalkuliert, dass sie tagsüber immer in ausreichender Menge zur Verfügung stehen, kurz vor Ladenschluss aber möglichst vollständig abverkauft sind. Um dies zu erreichen, können die Artikelpreise je nach Tageszeit und Abverkauf über den Tag reduziert werden. **Es entscheidet jede Filiale vor Ort je nach Bestand und Einkaufsverhalten der Kunden, wann sie welchen Artikel in welchem Maße reduziert.**



Ich bin noch gut

Unter dem Kampagnentitel „Ich bin noch gut“ setzt Kaufland in Deutschland die folgenden Maßnahmen um: Sobald sich die Produkte ihrem Mindesthaltbarkeitsdatum nähern, wird der Preis reduziert. Zudem haben die Artikel, die kurz vor dem Erreichen des Mindesthaltbarkeitsdatums stehen, einen besonderen Platz in den Filialen. Angelehnt am Design „Ich bin noch gut“ aus Deutschland oder durch die neongelben „Billiger“-Regalhinweise bekommen die Aufsteller und Boxen auch in den anderen Kaufland-Ländern ein einheitliches Erscheinungsbild. Damit wollen wir die Sichtbarkeit und den Wiedererkennungswert der Aufsteller länderübergreifend erhöhen.

VERWERTEN

Als Einzelhändler haben wir vielfältige Möglichkeiten, der Lebensmittelverschwendung durch unseren direkten Kundenkontakt sowie in Kooperationen mit Organisationen entgegenzuwirken.

Länderbeispiel

Dafür kooperiert **Kaufland in Deutschland** an über 80 Standorten mit der Initiative „foodsharing“, die übriggebliebene Lebensmittel von Betrieben und Privatpersonen vor der Entsorgung rettet.

Lebensmittel, die nicht mehr verkaufs-, jedoch noch verzehrfähig sind, geben wir deshalb an karitative Einrichtungen.

Erkennen wir bei Kaufland Verbesserungspotenziale in der Entsorgungsinfrastruktur in unserem Einflussbereich, so etablieren wir gemeinsam neue Systeme.

Die Kaufland Mitarbeitenden wissen aufgrund ihrer Einarbeitung, Qualifikation und Erfahrung genau, wann Lebensmittel nicht mehr verkaufsfähig sind und entsorgt werden müssen. Damit diese Lebensmittelüberschüsse bestmöglich verwertet werden können, haben wir verschiedene Abfallfraktionen etabliert. **Kaufland in Rumänien** etwa konnten auf diese Weise dafür sorgen, dass der organische Abfall, der im Geschäftsbereich entsteht, separat entsorgt und weiterverwertet werden kann.



Lebensmittelabgaben: Gemeinsam gegen die Verschwendung

Bei **Kaufland in Deutschland** arbeiten viele Filialen und auch die Verteilzentren mit den Tafeln zusammen. Mehrmals pro Woche werden den ehrenamtlichen Helfern der Tafeln die Waren zur Abholung bereitgestellt.



VERMITTELN

Nur durch Aufklärung und Sensibilisierung können wir die Bekämpfung der Lebensmittelverschwendung gesamtgesellschaftlich angehen. Vor diesem Hintergrund geben wir unseren Mitarbeitenden im Rahmen von diversen Schulungen das nötige Wissen an die Hand, um Frische- und Hygienestandards einzuhalten und dadurch Lebensmittelabfälle vorzubeugen. Zusätzlich wird allen Kaufland-Mitarbeitenden Nachhaltigkeitsverständnis durch das Online-Training „**Kaufland für mehr Nachhaltigkeit**“ vermittelt.

Als Lebensmitteleinzelhändler haben wir außerdem die Möglichkeit, Konsumenten für das Thema Lebensmittelverschwendung zu sensibilisieren. In unserem Prospekt und Online-Magazin finden unsere Kunden regelmäßig Tipps, wie Lebensmittel gerettet oder verwertet werden können. Die **Kaufland-App** enthält darüber hinaus Einkaufslisten sowie Rezepte, die Kunden beim bedarfsgerechten und bewussten Einkauf unterstützen.

Kroatien: Aufklärung in den Haushalten

In den Jahren 2021 und 2022 hat Kaufland in Kroatien große Aufklärungskampagnen über die Verschwendung von Lebensmitteln in den Haushalten umgesetzt. Dabei wurde das Problem klar adressiert und darauf aufmerksam gemacht. Darüber hinaus lieferte Kaufland in Kroatien der Bevölkerung Tipps für weniger Verschwendung.

A photograph of a woman with brown hair tied in a ponytail, wearing a light blue cardigan over a pink lace-trimmed top. She is holding a red tomato to her nose and smelling it. A man with curly brown hair is standing next to her, looking at the tomato. They are in a grocery store aisle with various vegetables visible in the background.

03 AUSBLICK

Um unserer Verantwortung gerecht zu werden, werden wir gemeinsam auch weiterhin entschlossen an einer wirksamen Reduzierung der Lebensmittelverschwendung arbeiten. Dafür setzen wir unsere bestehenden Bemühungen fort und entwickeln kontinuierlich neue Maßnahmen. Künftig möchten wir uns verstärkt darauf konzentrieren, unsere Managementsysteme zu verbessern und das Kennzahlenmonitoring auszubauen.

Auch unsere Maßnahmen mit Blick auf die privaten Haushalte werden wir weiter ausbauen. Da wir bei unseren Kunden ein hohes Potenzial zur Reduktion von Lebensmittelverschwendung sehen, möchten wir sie weiterhin durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen sensibilisieren und aufklären – beispielsweise zu einem bedarfsgerechteren Einkauf oder mit Tipps zur Verwendung von übriggebliebenen Lebensmitteln.

Kaufland in Deutschland wird künftig daran arbeiten, den organischen Abfall, der in den Filialen entsteht, noch sauberer zu trennen. Auf diese Weise kann beispielsweise trockenes Brot aussortiert und als Tierfutter zur Verfügung gestellt werden.

Des Weiteren sind wir der Überzeugung, dass eine wirksame Reduzierung der Lebensmittelverschwendung nur in Zusammenarbeit mit anderen Akteuren gelingen kann. Aus diesem Grund sind wir stetig im Austausch mit Start-ups und prüfen Ideen und Impulse für eine mögliche Kooperation. Wir wollen nachhaltige Kreisläufe etablieren und so kontinuierlich Verbesserungen gegen Lebensmittelverschwendung erzielen.

QUELLEN

Food and Agriculture Organization of the United Nations:

Tackling food loss and waste: A triple win opportunity

<https://www.fao.org/newsroom/detail/FAO-UNEP-agriculture-environment-food-loss-waste-day-2022/en>
(Stand: 20.06.2023)

Szymkowiak, A., Borusiak, B., Pierański, B., Kotyza, P. & Smutka, L.:

Household Food Waste: The Meaning of Product's Attributes and Food-Related Lifestyle

Erscheinungsjahr: 2022

[https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fenvs.2022.918485/full#:~:text=The%20most%20common%20reasons%20for,in%20household%20food%20activities%20\(Aschemann](https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fenvs.2022.918485/full#:~:text=The%20most%20common%20reasons%20for,in%20household%20food%20activities%20(Aschemann)
(Stand: 27.07.2023)

UN environment programme:

Food Waste Index Report 2021

Erscheinungsjahr: 2021

<https://www.unep.org/resources/report/unep-food-waste-index-report-2021>
(Stand: 20.06.2023)

University of California, Davis:

Why is one-third of our food wasted worldwide?

Erscheinungsjahr: 2019.

<https://www.ucdavis.edu>
(Stand: 24.07.2023)

Welthungerhilfe:

Lebensmittel retten = Klima schützen

Erscheinungsjahr: 2019

<https://www.welthungerhilfe.de/lebensmittelverschwendung/lebensmittelverschwendung-und-klima-wandel>
(Stand: 20.06.2023)

World Food Programme:

5 facts about food waste and hunger

Erscheinungsjahr: 2020

<https://www.wfp.org/stories/5-facts-about-food-waste-and-hunger>
(Stand: 21.07.2023)

WWF-UK

Driven to waste: The Global Impact of Food Loss and Waste on Farms.

Erscheinungsjahr: 2021

https://wwfeu.awsassets.panda.org/downloads/driven_to_waste___the_global_impact_of_food_loss_and_waste_on_farms.pdf
(Stand: 24.07.2023)





Kaufland Stiftung & Co. KG
Rötelstraße 35
74172 Neckarsulm

sustainability@kaufland.com
kaufland.com/actions

**Machen
macht
den
Unterschied.**

